

СИСТЕМА БЕНЧМАРКИНГА КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ НА ОСНОВЕ СИСТЕМЫ 20 КЛЮЧЕЙ И. КОБАЯСИ

Карпенко Юрий Владимирович

магистрант, Санкт-Петербургский Гуманитарный университет профсоюзов, РФ, г. Санкт-Петербург

Аннотация. Бенчмаркинг является относительно новым направлением в области бизнес-технологий и может применяться в различных сферах. На сегодняшний день данный инструмент является ведущим в рамках совершенствования управленческой деятельности. Несмотря на то, что в основном бенчмаркинг применяется в крупных производственных и коммерческих организациях, его по достоинству уже оценили зарубежные университеты и с успехом используют его в качестве повышения качества управления. В связи с этим актуальность темы определяется важностью изучения и применения бенчмаркинга в деятельности управления университетами как одного из способов выработки эффективного управления в целях обеспечения конкурентоспособности.

Ключевые слова: бенчмаркинг, университеты, конкуренция, система управления, высшее образование, управление качеством, 20 ключей.

Сегодня, в условиях генезиса и формирования новых технологических секторов, преобразования социальных институтов, глобализации, цифровизации и демографических изменений, общество, наравне с государством, предъявляет новые требования к качеству образовательных услуг в системе высшего образования.

Перемены в сферах жизни общества, научно-технический прогресс, стремительное развитие технологий и формирование новых инструментов управления дают широкие возможности для достижения требуемых результатов и создания желаемого будущего. В практике современного менеджмента существует множество методик, которые с успехом могут применяться в управлении университетом. Однако к наиболее простым и понятным среди имеющихся относится система бенчмаркинга. Бенчмаркинг является относительно новым направлением в области бизнес-технологий и благодаря своей эффективности широко применяется в качестве инструмента управления.

Несмотря на то, что в основном бенчмаркинг применяется в крупных производственных и коммерческих организациях, его по достоинству уже оценили и с успехом используют в своей деятельности зарубежные университеты стран Европы, Азии и США. Университеты, подобно крупным компаниям, желая быть лидерами на рынке, стремятся к совершенствованию своих образовательных услуг, превращая их в актуальный и востребованный товар. Конкуренция в данной сфере обязывает руководство учреждений высшего образования исследовать и применять актуальные и современные технологии управления для повышения эффективности качества образовательной деятельности. Однако этот инструмент известен далеко не всей педагогической общественности нашей страны. Требуются значительные усилия со стороны руководства высших учебных заведений, а также конкретные научно обоснованные подходы на стыке таких областей, как сравнительный анализ, стратегическое управление, информационные технологии и инновационный менеджмент для внедрения заимствованных передовых технологий.

В научной и специальной деловой литературе существует множество трактовок термина бенчмаркинг. Европейский Кодекс проведения бенчмаркинга предлагает следующее определение: «Бенчмаркинг – это сопоставление с другими организациями, последующий анализ и извлечение уроков из этого сравнения» [3, с.16]. Бенчмаркинг-клуб английских университетов (English Universities Benchmarking Club) формулирует определение эталонного сопоставления следующим образом: «Бенчмаркинг – это процесс идентификации, понимания и адаптации лучших методов и процессов ведущих мировых организаций, с целью улучшить деятельность собственной организации» [3, с.17].

Можно сделать вывод о том, что нет единого подхода к содержанию понятия «бенчмаркинг». Однако в своих определениях исследователи выделяют две основные составляющие, которые раскрывают сущность данного термина. Во-первых, это изучение и применение успешного опыта других организаций в своей практике. Во-вторых, бенчмаркинг – это сравнение своих показателей с показателями других организаций: конкурентами и организациями-лидерами на рынке.

Сущность методов системы бенчмаркинга заключается в том, что сам по себе бенчмаркинг рассматривается как процесс. В рамках данного процесса осуществляется анализ, сравнительная оценка и внедрение оптимальных решений в управленческую деятельность организации. Методологическое обеспечение бенчмаркинга базируется на использовании различных моделей и инструментов.

Современной экономической науке известен метод, который является наиболее успешным при проведении мероприятий по совершенствованию менеджмента компании, называемый Практической программой революционных преобразований на предприятии (PPORF), известный как система «20 ключей», разработанный японским профессором И. Кобаяси [1, с.246].

Программой сформулированы следующие цели [2, с.97]:

1. Создание в компании условий для непрерывного совершенствования.
2. Выявление и ликвидация тех видов деятельности, которые не создают дополнительной потребительской ценности.
3. Фокус на оптимизации бизнес-процессов с учетом максимальной ориентации на рынок и потребителей продуктов/услуг.
4. Мотивация всех сотрудников предприятия.
5. Функционирование компании как самообучающейся организации.

Для достижения вышеупомянутых целей необходимо проводить исследование в рамках двадцати областей взаимосвязанных между собой [2, с.98]:

1. Чистота и организация.
2. Оптимизация системы управления целями.
3. Работа коллектива по внедрению улучшений.
4. Сокращение запасов и времени на выполнение заказа.
5. Быстрый переход производства к выпуску новой продукции.
6. Производственный функционально-стоимостной анализ.
7. Безмониторинговый производственный процесс.
8. Совместное производство.
9. Эксплуатационная надежность оборудования.
10. Контроль времени и дисциплина.
11. Система управления качеством.
12. Управление поставщиками.
13. Устранение потерь.
14. Стимулирование работников к внедрению улучшений.
15. Универсальность навыков и перекрестное обучение.
16. Планирование производства.
17. Контроль производительности.
18. Использование информационных систем.
19. Рациональное использование энергии и материалов.

20. Оценка передовых и используемых на предприятии технологий, практических методов.

Сущность методики заключается в следующем. Каждая область включает пять уровней, прохождение каждого из которых оценивается в 1 балл. Таким образом, для получения одного «ключа» компания должна иметь 5 баллов. Обладание всеми 20 ключами будет оцениваться в 100 баллов. Путем определения, на каком уровне находится компания в каждом из 20 ключей, определяются ее сильные и слабые стороны.

Особенность данной методики заключается в ее целостности и наличии совокупности этапов непрерывного совершенствования. Результатом такой интеграции является эффект синергии: 20 ключей взаимосвязаны таким образом, что усовершенствование в одном ключе автоматически приводит к усовершенствованию в остальных 19.

Программа «20 ключей» имеет большой потенциал как инструмент повышения эффективности управления и с успехом может применяться в качестве инструмента бенчмаркинга в университете. Данная методика универсально и организация самостоятельно может определять приоритетность и методы улучшения представленных в ней факторов.

Современные реалии таковы, что Университеты сегодня, как и коммерческие организации, находятся в жестких условиях конкуренции, сформировавшихся под действиями общества и государства. В связи с этим руководителям высших учебных заведений необходимо принимать адекватные управленческие решения в целях повышения качества своих образовательных услуг. Соответственно, выбирая возможные инструменты для проведения мероприятий по трансформации системы управления, стоит помнить о таком инструменте как бенчмаркинг. Методы бенчмаркинга применимы в сжатые сроки без излишних финансовых нагрузок. Бенчмаркинг как инструмент управления применим не только для оценки своих конкурентов, но и позволяет перейти к самооценке, что в совокупности представляет возможности для дальнейшего улучшения процессов своей деятельности.

Список литературы:

1. Трещёв А.М. Бенчмаркинг как инструмент управления университетом // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. 2011. Т. 17. № 5-6. С.244-249.
2. Федоров В.А. Инновационные технологии в управлении качеством образования / В.А.Федоров, Е. Д. Колегова; под общ. ред. Г.М. Романцева. –Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2002. –176 с.
3. Шарафутдинова Н.С., Шафигуллина А.В. «Бенчмаркинг: Учебное пособие» – Казань: ООО «Издательский дом», 2016. – 138 с.