**Бизнес-образование на белорусском рынке услуг: тенденции и проблемы**

**Ю.В. Циолта, В.А. Прокопович, Т.Д. Зезётко**

**Брестский государственный технический университет, г. Брест, Беларусь**

Аннотация: в данной статье рассматривается вопрос о получении бизнес-образования в Республике Беларусь, обосновывается мысль о том, что образование в школах бизнеса является образованием ради деловой карьеры и предпринимательского успеха. Особое внимание уделяется становлению рынка услуг в Беларуси, в том числе и образовательных. Принимая во внимание происходящие изменения в спросе на бизнес-образование, акцентируется внимание на возможность онлайн обучения. Также рассматривается возможность включения в образовательных процесс, ставящий конечной целью создание собственного предприятия.

Ключевые слова: бизнес-образование, дисциплина, экономика, задачи, рыночная экономика, финансовая, юридическая, технологическая, техническая, экспертная деятельность, стартап, проект, бизнес-консультант.

В этой статье мы рассмотрели бизнес-образование в целом, традиционные дисциплины в образовательном процессе, а также отличия бизнес-образования от первого высшего образования. Изучили историю развития бизнес-образования, развития образовательных услуг в Беларуси

Функционирование белорусской национальной экономики в условиях экономической нестабильности, замедление темпов экономического роста, спад промышленного производства вызывают повышенное внимание к рынку образовательных услуг. Развитие предпринимательской деятельности, выход на белорусский рынок международных корпораций, рост спроса на высококвалифицированных специалистов в области управления, финансов, маркетинга обусловили необходимость расширения образовательной инфраструктуры, в которой выделился рынок услуг бизнес-образования.

Бизнес-образование осуществляется на факультетах бизнеса и менеджмента университетов, академий, институтов в виде первого профессионального высшего образования (бакалавриат и магистратура по соответствующим специальностям) и в разнообразных учреждениях дополнительного профессионального образования (в виде профессиональной переподготовки и краткосрочного повышения квалификации в соответствующих институтах). Его наиболее развитая и известная организационная форма - высшая школа бизнеса (или менеджмента). Управление в государственной сфере, как и подготовка экономистов широкого профиля, не является непосредственным предметом бизнес-образования. Образование в школах бизнеса имеет прагматическую направленность, являясь образованием ради деловой карьеры и предпринимательского успеха. Как правило, бизнес-образование - это «послеопытное» образование, которое получают люди, уже имеющие первое высшее (иногда среднее техническое) образование по любой специальности, а также опыт практической работы и желающие занять (либо уже занимают) управленческую должность.

Традиционными дисциплинами в бизнес-образовательных программах, базирующихся на междисциплинарной научной основе (привлечении положений экономики, права, социологии, социальной психологии, информатики и т.п.), являются менеджмент, маркетинг, финансы, управление операциями, управление персоналом, управление информацией и др. Их углублённое изучение осуществляется при подготовке «функциональных менеджеров», а также при повышении квалификации по отдельным аспектам названных дисциплин. Главный образовательный продукт высших школ бизнеса - подготовка на основе учебных программ «Мастер делового администрирования» («Master of Business Administration», MBA) менеджеров-дженералистов - профессионалов, способных руководить организацией в целом [или](http://knowledge.su/i/ili) её крупным подразделением, что сопряжено с необходимостью принятия «стратегических решений» (как правило, на уровне президента компании, генерального или исполнительного директора, управляющего отделением, собственника малого бизнеса и т.п.).

Отличие бизнес-образования от первого высшего образования состоит в обеспечении не только передачи знаний, но и выработки умений и навыков их применения, в том числе в нестандартных практических ситуациях, а также развитие личных профессиональных качеств менеджера, таких, как лидерство, принятие решений, работа в командах, [искусство](http://knowledge.su/i/iskusstvo) коммуникаций и деловых переговоров и тому подобное. В бизнес-образовании широко применяются активные и поисковые методы обучения (деловые игры, изучение практических ситуаций, групповая и самостоятельная работа, видеотренинги и т.п.). Важную роль играет выработка мировоззрения, адекватного задачам рыночной экономики, предпринимательства, социальной ответственности бизнеса и тому подобное.

Бизнес-образование впервые получило развитие в 1930-х годах во Франции, где были основаны высшие коммерческие школы. Формирование бизнес-образования связывают и с зародившимися в США в середине 20 века концепциями «научного управления» и «профессиональных менеджеров», хотя первая школа бизнеса (Уортоновская при Пенсильванском университете) была основана в 1881 году, а первая степень MBA была присвоена в 1901 году (Даремская школа бизнеса). В Западной Европе бизнес-образование получило серьёзное развитие в 1950-60-е годы. Наиболее известные в мире школы бизнеса: американские - Гарвардская, Уортоновская, Станфордская, Келлог (Северо-Западный университет и др.); европейские - Лондонская, INCEAD (Франция), IMD (Швейцария), Копенгагенская и др.

Высокую значимость бизнес-образованию придает его специфическое положение на стыке рынка образовательных услуг и рынка труда специалистов, что особенно важно для подъема национальной экономики и что определяет необходимость его постоянного развития, формирования новой эффективной структуры управления обучением, основанной на тесной координации государственной и корпоративной кадровой политики с учетом дальнейшего повышения роли и самостоятельности образовательных организаций и учреждений. Это требует углубленного исследования и осмысления теоретических и методических основ формирования и развития национального рынка услуг бизнес-образования, где проблема наполняется реальным содержанием и привязана к условиям конкретной территории с учетом имеющихся ресурсов, реально существующих возможностей и требований предприятий к профессиональным кадрам.

Белорусский рынок услуг развивается динамично. Однако следует обеспечивать защиту интересов белорусских поставщиков услуг, при этом создавать конкурентную среду с внедрением иностранных субъектов на национальные рынки. Приоритетным является дальнейшее развитие торговых, логистических, финансовых, транспортных и телекоммуникационных услуг. Они являются фундаментом для всей инфраструктуры рынка услуг в Беларуси. Многие из сегментов рынка услуг (например, ресторанные, консалтинговые, туристические), при том, что не требуют большого объема инвестиций, для населения обеспечивают прочную основу стабильности, так как значительно увеличивают занятость. Другие же секторы экономики, как например строительство, оказывают не только положительный эффект на общую занятость населения, но и обеспечивают стабильность в развитии промышленности. Однако с социальной точки зрения, на первом месте по-прежнему приоритетом в развитии пользуются такие сферы, как здравоохранение, услуги по организации досуга и образование. Основным моментом, который оказывает непосредственное влияние на белорусский рынок услуг, является непосредственно характеристика трудовых ресурсов. Здесь Беларусь имеет определенный ряд преимуществ. Прежде всего, это высокая образованность населения, при низкой стоимости рабочей силы. Это обеспечивает трудоемкий сектор. Особенностью рабочей силы является ее способность быстро приспосабливаться к быстроизменяющейся конъюнктуре экономической среды, проявляя при этом инициативу и творческий подход.

Основное отличие рынка услуг от товарного состоит в том, что на товарном рынке ощущается значительное влияние либерализации на национальные интересы в отдельных секторах рынка, приводя, в первую очередь, к их ущемлению. В то же время, либерализация на рынке услуг предполагает создание благоприятной конкурентной среды, разрушая различного рода барьеры входа и выхода на рынок. Таким образом, на рынке появляются новые поставщики, растет занятость за счет увеличения рабочих мест, растет профессионализм белорусских специалистов, что создает благоприятную почву для различного рода транзакций. В таком конспекте обеспечивается способность удовлетворить основные потребности домашних хозяйств и предприятий разнообразными услугами, значительно снижая затраты на приобретение ресурсов в производстве.

Развитие рынка услуг в Беларуси должно произойти в основном за счет отечественных ресурсов, избегая применения иностранных благ в производстве, минимизируя допуск иностранных поставщиков на рынок услуг. Это позитивно отразится на экономическом росте, соответствуя потребностям национальных производителей. В дальнейшем возможен более активный выход национальных субъектов на международный рынок услуг, что создаст благоприятную конкурентную среду для продвижения белорусских товаров. Осознавая всевозможные плюсы либерализации рынка услуг, необходимо понимать, что должна существовать определенная политика протекционизма, направленная на достижение конкурентоспособности различных национальных секторов услуг, таких как банковская сфера, страхование, здравоохранение, туризм, отрасли связи, компьютерные услуги, консалтинг, реклама, аудит, бухгалтерские, юридические, образовательные услуги.

Сегодня белорусский рынок образовательных услуг можно описать, как все еще развивающийся – infant industry. В настоящее время необходимо создать наиболее рентабельную стратегию для дальнейшего развития бизнес-образования, что позволит в дальнейшем контролировать различные секторы образовательных услуг, соблюдая при этом интересы не только белорусских субъектов, но и иностранных поставщиков и инвесторов.

Сегодня к проблемам развития белорусских образовательных услуг для бизнеса можно отнести недостаточное взаимодействие между образовательными учреждениями и предпринимателями, бизнес-сообществом, трудности во внедрении новых образовательных технологий в учебный процесс. Для решения проблем образовательными учреждениями предлагаются бизнес-программы, которые отличаются своей целевой направленностью в зависимости от сферы деятельности предприятий-клиентов. Можно выделить программы, информирующие об изменениях макросреды бизнеса, о существующих структурах и формах поддержки (например; об изменениях в налогообложении, лицензировании или новых возможностях получения финансовой или иных видов поддержки, например, через лизинг или бизнес-инкубаторы, о специальных правительственных программах) и т. д.

В Беларуси в настоящее время наряду с традиционными типами учебных заведений динамично развивается негосударственный сектор – частные (коммерческие) учебные центры, школы бизнеса, агентства развития и поддержки малого и среднего бизнеса, центры поддержки предпринимательства, учебно-деловые центры, бизнес-инкубаторы по подготовке предпринимателей и оказанию других видов поддержки предприятиям. В этих структурах наиболее активно развиваются различные учебные и тренинговые программы для предпринимателей. Бизнес-школы чаще предлагают программы для предпринимателей, развивающих свой уже функционирующий бизнес и внешние связи своего предприятия. Программы по проблеме реструктурирования не представлены столь же широко, однако они развиваются другим путем – через бизнес-консультирование. В последние годы начинают получать все большее развитие программы по развитию инфраструктуры бизнеса. Подобные семинары организуются и в учебно- деловых центрах, бизнес-школах, центрах поддержки предпринимательства, активно развиваются программы университетского уровня и спецкурсы МБА

Принимая во внимание происходящие изменения в спросе на бизнес- образование, наиболее перспективными представляются следующие на- правления развития бизнес-образования: – внедрение программ модульного типа, применение дистанционных технологий и социальных медиа, создающих новые возможности онлайн- обучения; – четкая сегментация программ по потребителям, персонализация и мобильность обучения, обеспечение возможности формирования индивидуальных образовательных траекторий; – развитие «софт-скиллс», обеспечивающих не только знания, но и личностное развитие, лидерство, эффективные коммуникации, акцент на междисциплинарные стыки; – создание комплексных альянсов бизнес-школ, тренинговых и консалтинговых компаний, обучение действием через внедрение в консалтинг; – ориентация на инновации и новый набор ценностей, переключение внимания на людей, вносящих значимый вклад в развитие общества, перенос акцентов на этику и социальную ответственность бизнеса; – многосторонняя кооперация с ведущими зарубежными университетами и бизнес-школами, направленная на развитие профессиональной эффективности в глобальном мире. Все это ставит определенные задачи перед белорусским бизнес-образованием. Насколько мобильным и гибким оно окажется – покажет время

Происходящие в нашей стране процессы активного развития рыночной экономики изменяют отношение молодѐжи к своему карьерному росту. Все больше молодых специалистов оканчивающих ВУЗы стремятся организовывать свое дело – желают стать предпринимателями. Общий кризис затронул и высшее образование. Заявки на специалистов с высшим образованием, которые подавали государственные предприятия пять лет назад, не востребованы сегодня из-за сокращения штатов в условиях кризиса и нестабильности. В связи с этим вузы должны обратить особое внимание на подготовку предпринимателей – людей, способных воплощать инновационные бизнес-идеи в жизнь и создавать рабочие места. Решению этой задачи способствует развитие бизнес-образования, как дополнительного компонента высшего образования. Как известно, далеко не все студенты, окончившие институт с отличием строят успешную карьеру. Поэтому, развивая у студентов только профессиональные навыки, невозможно увеличить долю выпускников, ставших на путь предпринимательства. Зачастую этому мешает и такие явления как перфекционизм, и «синдром отличника». Если рассматривать бизнес-образование, как процесс, направленный на конечную цель – создание собственного предприятия, то наиболее приемлемой формой здесь может служить «производственно-образовательный кластер» [1]. В качестве подсистемы, ставящей своей целью рост числа малых и средних предприятий в Республике Беларусь, в состав такого кластера может входить: «старт-ап школа», «бизнес инкубатор» и «группа консалтинга». Новизна здесь состоит во взаимосвязи и непрерывном взаимодействии отдельных компонентов, направленных на подготовку предпринимателя, как собственника. Старт-ап школа. На первом этапе необходимо разработать программы краткосрочных (36–72 часа) курсов-тренингов модульного типа, направленных на усвоение знаний и навыков для создания собственного предприятия. Это модули «Идея», «Информация», «Ресурсы». Самым важным вопросом, особенно на начальной стадии является формирование у слушателей способности преодолеть страх самостоятельных действий, дать им почувствовать предпринимательскую свободу, позволяющую приобрести финансовую и личностную независимость. Небольшие группы – 12–16 человек целесообразно разбить на 3–4 команды, установив в них взаимоотношения, как в реальных компаниях. В рамках первого модуля эти команды учится генерировать идеи для ведения своего бизнеса. В рамках второго модуля они собирают всю информацию, относительно выбранной идеи и систематизируют ее в виде бизнес-плана. В рамках третьего модуля рассматриваются ресурсы, необходимые для достижения поставленной цели. Новой формой здесь могут послужить учебные программы, нацеленные на то, чтобы дать слушателям установку на открытие своего дела, а также методика обучения. Бизнес-инкубатор. Бизнес-инкубатор следует определять как структуру, которая специализируется на создании благоприятных условий для возникновения и эффективной деятельности малых инновационных предприятий, реализующих оригинальные научно-технические и коммерческие идеи на начальной стадии своего существования. Это достигается путем предоставления этим фирмам материальных, информационных, консультационных и других необходимых услуг. На наш взгляд, следует отделить оказание материальных услуг вновь созданным фирмам (в виде льготной аренды офисов, оборудования и оргтехники) от информационных и консультационных услуг. Размещение бизнес инкубаторов при учебных заведениях является новой формой и позволит создать благоприятные условия для бизнеса студентам очного и заочного отделения. Служба консалтинга. Управленческое консультирование по широкому кругу вопросов в сфере финансовой, юридической, технологической, технической, экспертной деятельности, наиболее актуально в период интенсивного роста компании. Консультирование предполагает проведение всестороннего анализа проблемы и разработки путей ее решения и поэтому требует определенных затрат времени и интеллектуальных ресурсов. Участие преподавателей ВУЗов в службе консалтинга повысит их ответственность, позволит глубже, с практической точки зрения, рассмотреть свой предмет. Сильной стороной кластерного подхода является комплексный охват проблем, стоящих перед начинающими предпринимателями и совпадение государственных интересов с устремлениями учащейся молодежи открыть свое дело и получить моральную и финансовую независимость. Реализация проекта в рамках Ассоциации бизнес-образования столкнется с рядом трудностей. Первая проблема состоит в необходимости подбора квалифицированных специалистов-практиков в области предпринимательской деятельности для стартап-школы, организаторов работы бизнес-инкубатора и экспертов-консультантов для осуществления консалтинговой помощи. Эту проблему можно решить путем привлечения опытных преподавателей института и преподавателей-практиков, прошедших подготовку в высших зарубежных школах бизнеса. Необходимо также привлекать профессиональных бизнесменов для участия в консультациях и мастер-классах. Вторая проблема заключается в обеспечении финансирования, необходимого для успешного осуществления проекта. На текущий момент она может быть решена с привлечением заинтересованных в проекте сторон. Финансирование потребуется для начальных дотаций вновь созданным предприятиям, оплаты услуг бизнес-консультантов и преподавателей и расходы на организацию специальной службы по проекту. Решить эту проблему можно путем создания или участия в международных программах содействия развитию бизнеса в нашей республике. Желательно привлечь, или вступить в программы с участием международных фондов и зарубежных компаний, заинтересованных в расширении устойчивых связей с нашей страной. Можно примкнуть к уже широко налаженным международным связям с другими образовательными учреждениями, предприятиями и организациями. Еще одной стороной, которая заинтересована в этом проекте, является государство в лице городских и районных исполнительных комитетов, в бюджете которых заложено финансирование на развитие малого и среднего бизнеса. Реальными потребителями этого проекта могут стать студенты очного и заочного отделений института на бюджетной основе, а в перспективе все желающие на платной основе.

**Список литературы**

1.Атапина Н. Как помочь малому бизнесу в Беларуси // Финансы, учёт, аудит – 1999 – с.35

2.Балашевич М.И. Малый бизнес - отечественный и зарубежный опыт - Мн.: Экоперспектива - с. 95

3.Шехова М.А. Проблемы и направления развития малого бизнеса в регионах // Белорусский экономический журнал – 2000. - №1 – с. 80 – 88

4.Экономический бюллетень: Журнал. / Мн.: НИЭИ Министерства экономики РБ. – 2000 - №8. – с. 51

5.Романчук Я. Лицо Белорусского бизнеса // Белорусская газета – 2000 - №18 – с. 11 – 12