

рейтингах авторитетных международных организаций. В рейтинге «Ведение бизнеса / Doing Business – 2010» Беларусь находится на 58 месте. При этом в категории «регистрация предприятий» наша страна занимает 7 место; «регистрация собственности» – 10; «получение разрешений на строительство» – 44; «защита инвесторов» – 109; «кредитование» – 113; «налогообложение» – 183 место из 183 стран. По рейтингу «Использование научных достижений в реальной экономике отдельных государств», проведенному группой Всемирного банка по 145 странам, Беларусь занимает 72 место [3].

Наряду с созданием условий для формирования благоприятного инвестиционного климата, при определении направлений повышения инвестиционной активности в стране параллельно должна осуществляться работа по совершенствованию общих условий инвестиционной деятельности. Основная задача – создание благоприятных условий для ведения бизнеса предприятиями всех форм собственности.

Таким образом, на основе проведенного исследования, можно заключить, что в условиях ускоряющейся глобализации масштабы инвестиционной активности и формирование полноценного предпринимательского сектора являются движущими силами достижения основной цели социально-экономического развития республики в прогнозируемом году – выход экономики страны на траекторию устойчивого сбалансированного экономического роста, активизация процессов модернизации, структурной перестройки национальной экономики и повышение на этой основе ее конкурентоспособности.

## **Литература**

1. Указ Президента Республики Беларусь от 9 ноября 2010 г. № 575 «Об утверждении Концепции национальной безопасности Республики Беларусь».
2. Матяс А. Белорусская экономика в условиях кризисного и посткризисного развития / А.Матяс // Банковский вестник. - 2010. - № 28. - С. 26-29.
3. Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь, № 11 2010.
4. Интернет-сайт Министерства экономики Республики Беларусь
5. Интернет-сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь

*Н.Н. Анохина, канд. экон. наук  
УО «БГЭУ», (г. Минск)*

## **ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА УСЛУГ КРАТКОСРОЧНОГО БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЯ**

Белорусский рынок услуг краткосрочного бизнес-образования активно развивается. Основой развития рынка является повышение спроса на образовательные услуги, которое, в свою очередь, обусловлено следующими факторами:

– социально-экономическими: развитие рыночной экономики, при котором рост человеческого потенциала организации становится одним из решающих факторов конкурентоспособности;

– социально-культурными: развитие бизнес-среды, мышления высшего руководства организаций, понимание вклада, который может дать систематическое обучение сотрудников;

– профессиональными: развитие системы бизнес-образования, в частности, тренинговых компаний, а также повышение качества услуг и уровня работы тренеров и консультантов.

В рамках маркетингового исследования по изучению рынка услуг краткосрочного бизнес-образования проведен анализ статистической информации о тенденциях на рынке услуг бизнес-образования и осуществлен телефонный опрос сотрудников крупных и средних предприятий государственной и частной формы собственности Республики Беларусь.

Под рынком услуг бизнес-образования следует подразумеваться совокупность услуг, оказанных компаниями и лицами, специализирующимися в области образовательной деятельности и не являющимися структурными подразделениями (либо сотрудниками) тех предприятий и организаций, в интересах и на средства которых проводится обучение.

В результате проведения исследования выяснилось, что наибольшая доля рынка принадлежит частным компаниям (77 %). Лидирующее положение по количеству семинаров и тренингов занимает компания «Здесь и Сейчас» (25,7 % рынка краткосрочного бизнес-образования РБ). Ближайшим конкурентом является бизнес-школа «ИНЭП», которая занимает 24,9 % рынка, затем «ИПМ» – 8 %, «21 век» – 6,6 %, «Ключевые решения» - 5,0 %, «Сатио» - 3,1 %. Государственные организации занимают 22,9 % рынка.

Со стороны продавца рынок краткосрочного образования в Беларуси формируют западные компании; белорусские фирмы, использующие методики западных компаний или собственные разработки; индивидуальные тренеры-консультанты.

В условиях сильной конкуренции на белорусском рынке краткосрочного бизнес-образования в 2007-2010гг. наблюдался общий качественный рост предложения. Организациям и их сотрудникам предлагалось множество самых разнообразных обучающих программ, составленных на основе различных методик и моделей. Почти все предлагаемые тренинги можно классифицировать по четырем группам.

Первая группа – тренинги, направленные на повышение эффективности работы команды и организации в целом: построение команды; эффективные коммуникации.

Вторая группа – тренинги по развитию навыков, связанных с конкретными бизнес-процессами: управление проектами; навыки продаж; продажи по телефону; маркетинг; финансы; подбор персонала.

Третья группа – тренинги, направленные на повышение личной эффективности менеджеров и сотрудников: управление временем, стрессом, мотивацией, конфликтами; лидерство; навыки публичного выступления.

Четвертая группа – тренинги по развитию персонала: тренинг для тренеров; наставничество (коучинг); навыки передачи полномочий (делегирование).

Наиболее распространенные программы можно условно разделить на несколько направлений: продажи, сбыт; маркетинг, реклама, PR; переговоры, деловое общение, личностная эффективность; управление организацией, персоналом, командообразующие тренинги.

Если рассматривать тренинги продаж, то они могут ориентироваться как на специалистов по продажам, так и на руководителей отделов. Спектр программ широчайший: «Активные продажи», «Успешная распродажа», «Индивидуальные VIP-продажи», «Продажи по телефону», «Эффективные продажи», «Техники работы с трудными клиентами» и прочее.

Изрядная доля управленческих тренингов посвящена управлению торговыми или производственными предприятиями, их филиалами, бизнес-процессами, конфликтами, временем, проектами, компанией в условиях финансово-экономического кризиса и т.д.

В 2010 году наиболее актуальными темами семинаров по маркетингу были: организация отдела маркетинга (27%), интернет-маркетинг (22%), управление товарным ассортиментом (17%).

Среди компаний-заказчиков пользуется спросом двухдневный формат проведения семинаров, но предпочтение отдается модульным программам. При этом одни компании выбирают интенсивную модульную программу по 3-4 часа в течение рабочей недели, другие – полный день обучения раз в одну-две недели в течение месяца-двух. Однодневное обучение воспринимается как встречи для обмена опытом между бизнесменами. Короткие встречи привлекают новизной формата и легкостью содержания.

Одним из подтверждений того, что существует повышенный интерес со стороны белорусских предприятий к бизнес-обучению, может быть высокий уровень осведомленности потребителей о существовании компаний, предлагающих образовательные услуги. Так, абсолютное большинство респондентов отмечали, что им известны компании, предлагающие услуги по бизнес-обучению (98%). Среди наиболее известных компаний были названы «ИПМ» (51,33%), «Здесь и сейчас» (50,00%), «ИНЭП» (45,33%), «Ключевые решения» (31,33%), «21 век» (30%). Кроме того, респондентами были названы следующие организации: Высшая школа управления и бизнеса БГЭУ, Институт бизнеса и менеджмента технологий БГУ, образовательный центр «Юниверсум» БНТУ и ряд других.

Чаще всего в организациях обучают топ-менеджеров и менеджеров среднего звена (более 50%), реже специалистов (20%) и новых сотрудников (10%). Наиболее предпочтительным является краткосрочное обучение (70,67%).

Что же касается предпочтения потребителей относительно формата программ, то в настоящее время наиболее популярными по-прежнему остаются открытые семинары и тренинги – 47%. Значительную долю занимают коммерческие организации, которые предпочитают смешанный формат (открытые и корпоративные) – 33%. Наименьшая доля принадлежит корпоративным семинарам и тренингам – 20%.

Количество проводимых открытых тренингов постепенно уменьшается. Многие организации стремятся перейти на корпоративный вариант бизнес-обучения. Потребители корпоративных семинаров и тренингов видят эффективность данного формата обучения в том, что стандартная программа обучения адаптируется под их компанию, становится индивидуальной, учитывающей конкретные проблемы и нюансы деятельности компании. При этом в рамках корпоративного обучения наиболее востребованными являются семинары и тренинги по продажам и менеджменту.

Наибольшее значение при выборе тренинговой компании имеют актуальность предлагаемой темы и содержание программы. Другими наиболее важными критериями выбора компании для опрошенных являются компетентность и опыт работы бизнес-тренера, а также репутация компании.

Качественные раздаточные материалы повышают лояльность к обучающей компании, особенно у тех компаний, которые уже имеют опыт бизнес-обучения.

Скидки не оказывают принципиального значения при принятии решения, однако скидка по сроку оплаты работает, а скидки на количество участников семинаров повышают лояльность клиентов.

Наибольший удельный вес занимают телефонные звонки от компаний, предлагающих услуги бизнес-образования, и рекомендации. Часть респондентов, участвующих в опросе, искали информацию о тренинговых компаниях в сети Интернет. Наименьшую долю занимают респонденты, которые в процессе поиска компании использовали справочники и печатные издания.

Только 21 % респондентов ни при каких условиях не будут сотрудничать с другими компаниями, в случае возникновения необходимости обучении своих сотрудников. 14 % опрошенных коммерческих организаций в будущем планируют сотрудничать с той же компанией, в которой проходили обучение в текущем году, но также будут рассматривать предложения других тренинговых компаний. Наибольшая часть потребителей услуг бизнес-образования (53 %) ежегодно рассматривают предложения разных компаний.

Говоря о прогнозах развития рынка услуг краткосрочного бизнес-образования, отметим, что 82 % опрошенных респондентов планируют участвовать в семинарах и тренингах в 2011 году, 15 % будут участвовать по мере необходимости и 3 % не планируют обучение.

Следует добавить, что 69 % респондентов выразили заинтересованность в семинарах и тренингах по продажам, 41 % по маркетингу, 40 % по управлению персоналом.

Таким образом, белорусские компании все больше стали осознавать факт прямой зависимости своей конкурентоспособности от уровня подготовки персонала. Необходимость повышения квалификации продиктована требованиями прямой рыночной конкуренции и потребностью в оптимизации работы организаций.

Поэтому в ближайшей перспективе спрос на краткосрочное бизнес-образование будет активно расти, также будет увеличиваться требовательность заказчиков данного вида услуг и развиваться система оценки результатов проведенного обучения.

*О. А. Балабанович, ассистент,  
УО «БГЭУ», (г. Минск)*

## **КОНТРОЛЛИНГ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

В конкурентной борьбе решающее значение приобретает информационно-аналитическая поддержка управления, включающая сбор, преобразование и использование информации, так как адекватность и оперативность решений, базирующихся на экономических законах рыночных отношений и научных подходах, являются залогом успешной хозяйственной деятельности, средством формирования ориентиров в интегрированной экономической среде.

В Республике Беларусь одним из основных внутренних факторов неопределенности для ведения хозяйственной деятельности является неполная информация, как о текущем состоянии, так и о перспективах развития. Создание систем формирования информации о финансовых результатах, применение новых подходов к управлению ими, повышение ценности полученной информации для анализа является в настоящее время одной из наиболее актуальных проблем. Эти обстоятельства требуют формирования новых подходов к управлению и инструментов их внедрения. В качестве такого инструмента используются достижения контроллинга.