

СОСТОЯНИЕ РЫНКА ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ MBA В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В.А. Коржак*

Аннотация. Исследуется рынок дополнительного образования MBA (Master of Business Administration) в Республике Беларусь. Приводится сравнительная характеристика школ MBA, изучается спрос на программы MBA посредством данных сайтов wordstat.yandex.by и trends.google.ru по запросам «mba», «mva» и др. Анализируются результаты исследований российского и белорусского рынков MBA. Делается вывод, что такие программы в Республике Беларусь востребованы, но требуется их адаптация к новым условиям на рынке. Это разработка онлайн-занятий и бизнес-встреч, расширение комплекса дополнительных краткосрочных тренингов, воркшопов и мастер-классов для предпринимателей, корпоративное обучение и построение коллаборативных моделей образования, цель которых – получение опыта других организаций и двойного диплома.

Ключевые слова: MBA, Республика Беларусь, бизнес-образование, бизнес-администрирование.

JEL-классификация: M19, O15, R11.

DOI: 10.46782/1818-4510-2023-1-127-140

Материал поступил 23.09.2022 г.

Бизнес-образование на современном этапе представлено различного рода программами, которые помогают разобраться как в общих, так и в специальных вопросах, касающихся управления, маркетинга, логистики и финансов. Обучение по программам MBA («Мастер делового администрирования») является одним из основных способов комплексного образования руководителей и управленческого звена по таким вопросам.

Как отмечала Л.А. Ткаченко¹, дополнительное образование MBA (Master of Business Administration) известно во всем мире. Ежегодное число выпускников школ MBA приближается к 150 тыс. Это наиболее высокая ступень бизнес-образования, получаемая на базе высшего образования,

свидетельствует о готовности к работе на управленческих должностях топ-менеджмента.

Считается, что прообразом современной MBA была программа MCS (Master of Commercial Science), в рамках которой семь студентов Дартмутского колледжа прослушали полный курс дисциплин и в 1902 г. получили первые дипломы. В США более 800 учебных заведений обучают по программам бизнес-администрирования.

В России это направление бизнес-образования развивается с 1988 г., в Республике Беларусь – с 1993 г. на базе Института приватизации и менеджмента². Также в 1993 г. на базе Центра предпринимательства и управления Белорусского государственного экономического университета

¹ Ткаченко Л.А. 2008. Развитие бизнес-образования MBA в России. *Современные проблемы науки и образования*. № 4. С. 102–103.

² MBA: где белорусу пройти обучение и сколько это стоит? URL: <https://mtblog.mtbank.by/mba-gde-belorusu-projti-obuchenie-i-skolko-eto-stoit/>

* Коржак Виктория Андреевна (mavika09@mail.ru), Белорусский государственный экономический университет (г. Минск, Беларусь); <https://orcid.org/0000-0002-2622-7161>

Для цитирования: Коржак В.А. 2023. Состояние рынка дополнительного образования MBA в Республике Беларусь: основные тенденции и перспективы. *Белорусский экономический журнал*. № 1. С. 127–140. DOI: 10.46782/1818-4510-2023-1-127-140

образована Высшая школа управления и бизнеса (ВШУБ), которая первой в стране начал подготовку по экономическим специальностям заочной сокращенной формы обучения. Именно здесь в 1993 г. впервые в Беларуси была открыта магистратура по экономическим специальностям, а в 1996 г. выдан диплом магистра экономических наук национального образца № 1³. Программы бизнес-образования по различным направлениям управления и экономики также реализуются Институтом бизнеса Белорусского государственного университета, который создан как международный образовательный проект совместно с американскими бизнес-школами в 1996 г.⁴

В целом сфера бизнес-образования в последние годы разделилась на 2 вида: профессиональное бизнес-образование (МВА) и образовательные программы для малого и среднего бизнеса. В первом случае владельцы бизнеса и управленцы получают фундаментальные знания и навыки по ведению бизнеса. Во втором – предприниматели и их помощники решают точечные вопросы по ведению бизнеса (например, масштабирование, наем персонала, увеличение продаж и т. д.).

Исследованием рынка услуг бизнес-образования занимаются разные ученые, отраслевые учреждения, маркетинговые и консалтинговые агентства, печатные и электронные деловые и специализированные издания и др. В России, например, анализ бизнес-образования проводится регулярно⁵. Существуют методики исследования, основанные на данных опроса как организаций образования, так и промышленности (Напалкова, Овчинникова, Шевелева, 2014). Также рассматриваются особенности и перспективы развития образования МВА в современных условиях⁶ (Пителинский, 2007; Столярова, 2014) и бизнес-

образования для малого бизнеса (Кондратьева, 2021). Предлагаются оценка устойчивости конкурентных позиций российских бизнес-школ с точки зрения ресурсного подхода (Говоруха, Семибратский, Доль, 2022), маркетинговые подходы к продвижению бизнес-образования на основе применения лестницы Бена Ханта и СJM (Данченко, Кулакова, 2022). Исследования проводились и в других странах. Так, изучались образовательные бизнес-программы австралийскими учебными заведениями путем сопоставления с реальными навыками, необходимыми в управлении бизнес-процессами (BPM) (Mathiesen, Bandara, Marjanovic, Delavari, 2013), и была подтверждена нехватка квалифицированных специалистов в этой области. Канадскими учеными рассмотрена экономическая перспектива онлайн бизнес-образования (Stewart, Khare, 2018) и выявлено, что доступность информации для студентов и подача материалов играют ключевую роль. В Китае исследовались стратегии интернационализации нового бизнес-образования на основе цифровой экономики (Xie, Zhang, 2021), внимание акцентировалось на междисциплинарном преподавании и обучении.

Таким образом, интерес к данной теме существует, однако в Беларуси исследование состояния рынка бизнес-образования и его перспектив⁷ проводится не так часто. Поэтому целью данного исследования является анализ существующих программ дополнительного образования МВА, а также проверка спроса на программы такого рода и выявление основных тенденций развития рынка бизнес-образования.

Для достижения поставленной цели определены следующие задачи:

- найти все программы МВА на рынке бизнес-образования Республики Беларусь;
- дать сравнительную характеристику этим программам;
- изучить и проанализировать спрос на программы МВА;
- определить основные тенденции развития бизнес-образования в стране.

Информационной базой исследований на зарубежных рынках являются экспертные

³ URL: <http://bseu.by/russian/faculty12/faculty12.htm>

⁴ URL: <https://sb.bsu.by/ob-institute/kontakty>

⁵ Карасева Л. 2021. Уйти в EdTech: как выглядит рынок онлайн бизнес-образования в России. РБК-тренды. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/education/602642df9a79472a8ee7787d>

⁶ Ефимова Ю.А., Григоров Д.А., Хохлова А.Н. 2019. Особенности и перспективы МВА образования в условиях российской действительности. *Научные достижения высшей школы 2019: сборник статей Международного научно-исследовательского конкурса*. Петрозаводск: Международный центр научного партнерства «Новая Наука». С. 67–71.

⁷ Бизнес-образование: состояние рынка и перспективы. URL: <https://neg.by/novosti/otkrytj/biznes-obrazovanie-sostoyanie-rynka-i-perspektivy-razvitiya/>

опросы, материалы участников (предприятий и бизнес-школ), результаты мониторингов. В данном исследовании применяется метод сравнения школ, предоставляющих услуги образования по программам MBA, посредством анализа информации на их сайтах и опроса сотрудников. Также используется метод анализа данных информационно-аналитических платформ wordstat.yandex.by⁸ и trends.google.ru⁹.

На сайте¹⁰ содержится информация о более 50 бизнес-школах, в том числе 4 программы MBA. На долю областных городов приходится по 5–10 бизнес-школ, включая центры, предоставляющие бизнес-тренинги, самое большое количество сосредоточено в г. Минске. Представлены они в основном частными компаниями, часто предлагающими тренинговые или консалтинговые услуги. Также одним из активно развивающихся сегментов является рынок корпоративных учебных центров. Наиболее сильные позиции на рынке в этом направлении имеют многопрофильные бизнес-школы и центры.

Два государственных учреждения высшего образования (УВО) страны предоставляют курсы MBA – Институт бизнеса БГУ и Высшая школа управления и бизнеса БГЭУ.

Какие существуют школы MBA на рынке в Республике Беларусь и что они предлагают, представлено в табл. 1.

Программы ориентированы на общий менеджмент, международный бизнес, внешнеэкономическую деятельность, стратегический, финансовый, инновационный менеджмент, управление человеческими ресурсами, маркетинг, информационные технологии, логистику и т. д. В государственных УВО – типовые учебные планы, в частных школах – дополнены собственными дисциплинами и выездными модулями. Стандартная методика предполагает лекции, семинары, разбор кейсов, работу в группах над проектами, видеотренинги, деловые игры, обмен опытом и включает 19 дисциплин, или модулей. Основными на рынке Республики Беларусь являются Executive

MBA (для продвинутого уровня управления) и General MBA (для общего понимания управления), после прохождения которых присваивается степень MBA (ВШУБ БГЭУ, ИБ БГУ, XXI Век-Консалт, City Business School, Academ.by). Также есть MBA Business Maximum («Здесь и Сейчас») и Mini-MBA (City Business School), которые не предусматривают присвоение степени магистра бизнес-администрирования.

Для обучения по программе General MBA нужен управленческий или руководящий опыт не менее 2 лет, для Executive MBA – больше 3.

Формы обучения: очное вечернее предоставляют ВШУБ БГЭУ и ИБ БГУ, дистанционное (только онлайн) – в City Business School, blended learning (очно 1-2 раза в месяц на 2–4 дня) – в бизнес-школах XXI Век-Консалт, «Здесь и Сейчас» и Academ.by.

Длительность обучения по программам MBA чаще всего составляет 3-4 семестра (1,5–2 года), но есть и другие варианты – 20 мес. (ВШУБ БГЭУ) и 6 мес. (City Business School по программе Mini-MBA).

Набор на курс в вузах и бизнес-школе «Здесь и Сейчас» ведется один раз в год, в City Business School – ежемесячно, в бизнес-школе XXI Век-Консалт и Academ.by – 2 раза в год (весной и осенью).

Стоимость за полный курс обучения в Республике Беларусь варьируется в широком диапазоне (от 2300 до 4000 бел. руб.) и зависит от ряда факторов: престижность бизнес-школы, длительность обучения, получаемые документы, наполнение программы, количество и качество преподавательского состава и т. п.

Среднее количество задействованных в обучении преподавателей – 20–25, включая зарубежных партнеров и бизнес-практиков, в City Business School – 60–70 чел.

На рынке бизнес-образования все организации работают достаточно давно (более 20 лет), за исключением City Business School (14 лет) и «Здесь и Сейчас» (15 лет).

Результатом обучения учащихся является дипломный проект. В некоторых школах практикуется выполнение реального бизнес-проекта (групповое или индивидуальное) – City Business School, XXI Век-Консалт и Academ.by.

⁸ URL: <https://wordstat.yandex.by>

⁹ URL: <https://trends.google.ru>

¹⁰ Сайт со всеми образовательными программами Беларуси и дистанционными курсами со всего мира. URL: <https://vse-kursy.by/minsk/centry/biznes-shkoly/>

Сравнительная характеристика школ MBA в Республике Беларусь

Показатель	ВШУБ БГЭУ	ИБ БГУ	Бизнес-школа XXI Век-Консалт	City Business School	Бизнес-школа «Здесь и Сейчас»	Academ.by
Программа	Executive MBA	MBA, MBA HR	Executive MBA, MBA General, программы отдельных направлений школ менеджмента, экономики и финансов, маркетинга, продаж, HR (более 50)	MBA General, MBA Intensive, Mini-MBA, программы для директоров по финансам, персоналу, продажам (на сайте указаны 6 программ)	MBA Business Maximum	Executive MBA, General MBA, другие программы
Срок обучения	20 мес.	24 мес., 18 мес.	24 мес., 20 мес., 1-3 дня, или 16–160 уч. ч	18 мес., 12 мес., 6 мес., 3 мес. (1 мес. по продажам)	12 мес.	18 мес., 24 мес.
Критерии образования	Высшее	Высшее	Высшее	Среднее специальное	Старше 25 лет	Высшее
Стаж работы	2 года	3 года	3 года	Не менее 2 лет (для получения диплома MBA), более 1 года	Не менее 3 лет	Не менее 5 лет (для Executive), не менее 2 лет (для General)
Набор на курс	1 раз в год	1 раз в год	2 раза в год (осень, весна)	Каждый месяц	2 раза в год	2 раза в год (осень, весна)
Формат обучения	Заочное	Очное (вечернее), дистанционно-очное	Модульное (1 раз в месяц по 3-4 дня), blended learning (смешанное) (4 дня в мес.), blended learning, online/offline	Дистанционное online (у всех программ) без онлайн/офлайн встреч	Blended learning (очное 1 раз в 2 недели, пятница/суббота)	Blended learning (очное 1 раз в мес. по 4 дня)
Количество дисциплин	8 модулей (29 учебных дисциплин)	19 дисциплин	19 модулей (дисциплин), 19 модулей	12 модулей, 11 модулей, 7 модулей, 8 модулей	18 блоков	2 модуля + выездной, 3 модуля
Целевая аудитория	Собственники, руководители и топ-менеджеры	Собственники, руководители и топ-менеджеры, менеджеры, имеющие опыт работы не менее 2 лет	Собственники, руководители и топ-менеджеры	Собственники, руководители и сотрудники	Собственники, руководители и топ-менеджеры	Собственники, руководители и топ-менеджеры
Документ по окончании	Государственный магистерский диплом ВШУБ БГЭУ	Государственный магистерский диплом Института бизнеса БГУ + Диплом магистра швейцарской бизнес-школы IBAS, диплом магистра гос. образца + сертификат ИБ БГУ	Диплом EMBA СПбГУ, сертификат AMBA, Свидетельство о повышении квалификации, Сертификат Бизнес-школы XXI Век-Консалт и справка об обучении государственного образца	3 диплома и степень MBA, 2 диплома и степень MBA, 2 диплома (о профессиональной подготовке и EDLEA), на директорских программах: 3 диплома и степень MBA, если 1 год обучения; 2 диплома, если 3 мес. обучения (получение диплома отсутствует на программе по продажам)	Диплом бизнес-школы «Здесь и Сейчас», Диплом Adizes Institute, свидетельство о повышении квалификации	Диплом MBA бизнес-школы + европейский диплом Университета Козьминского, Сертификат бизнес-школы

Показатель	ВШУБ БГЭУ	ИБ БГУ	Бизнес-школа XXI Век-Консалт	City Business School	Бизнес-школа «Здесь и Сейчас»	Academ.by
Тип организации	Государственная	Государственная	Частная	Частная	Частная	Частная
Стоимость обучения, бел. руб.	2323	13 182 (на русск. яз.), 14 414 (на англ. яз.)	12 900 (за семестр), 18 900, 550–4150 (в зависимости от программы и продолжительности обучения)	5580, 3960, 2180, 1980–2360	16 770	40 000, 18 300, 1000–7000
Количество обучающихся	10–15 чел. в год	867 выпускников	400 выпускников MBA General, 27 000 слушателей открытых курсов и семинаров	5000 в год на всех программах	600 выпускников	До 25 (Executive) в год, 30–60 чел. (General) в год, разное
Количество преподавателей	17	20	32, 27	72, 64, 45, 15–64 (на годовых программах)	15	25, 21
Сколько лет на рынке	29, 9 (MBA)	23	21	9 (MBA), 14 (другие программы)	15	27
РИД (результат интеллектуальной деятельности)	Дипломный проект	Дипломный проект	2 бизнес-проекта, дипломный проект	3 п. р. (проектные работы), 2 п. р., 1 п. р., 2 п. р. на годовых программах (практические задания на остальных)	Дипломный проект	Групповой проект: стратегия развития компании, индивидуальный проект: реализация изменений в рамках стратегии компании

Источник. Авторская разработка на основе: URL: <https://sb.bsu.by/mba>; URL: <http://bseu.by/russian/teaching/magistr/programs/BusinessAdministration.htm>; URL: <https://www.21vk.biz/>; URL: <https://mba-belarus.by/>; URL: <https://zis.expert/courses/management/mba-business-maximum-obuchenie-direktorov/>; URL: <https://www.academ.by/programms/general-mba/> и опроса сотрудников.

Важно помнить, что у отечественных программ MBA есть несколько особенностей:

- акцент на бизнесе постсоветского пространства;
- преимущественно модульный или вечерний формат обучения;
- более низкая стоимость по сравнению с ведущими зарубежными программами MBA (в среднем full-time MBA стоит от 4000 до 19 000 бел. руб.).

Отличительной особенностью частных бизнес-школ является то, что кроме основных программ MBA они предоставляют дополнительные программы, позволяющие собственникам бизнеса и руководителям решать точечные вопросы в сфере продаж, маркетинга, менеджмента, экономики и финансов в короткий срок (от 1–3 дней до года). Это дает возможность знакомить слушателей с качеством услуг школы, обучить

специальным бизнес-навыкам большее количество людей, а также повысить степень узнаваемости школы и уровень ее товарооборота. Также частные бизнес-школы имеют информационную поддержку образовательного процесса, в т. ч. онлайн, выездные модули.

В City Business School участники программ MBA выполняют 2-3 проектные работы. В бизнес-школе XXI Век-Консалт проводят 2 стратегические деловые игры, а в Сколковском институте науки и технологий на территории Инновационного центра «Сколково», в офисах OZON, Москва-сити и др. – воркшопы. Выпускники, успешно защитившие дипломные проекты, получают возможность посещать бесплатно или по специальной цене другие программы школ.

В некоторых школах налажено сотрудничество с ведущими зарубежными бизнес-

школами. Так, например, в Институте бизнеса БГУ можно получить диплом магистра швейцарской бизнес-школы International Business Academy of Switzerland, в Academ.by – европейский диплом Университета Козьминского, в бизнес-школе «Здесь и Сейчас» – диплом Adizes Institute.

Для более полного анализа рынка бизнес-образования следует определить потенциальную и реальную емкости рынка, однако отсутствие конкретных показателей в свободном доступе, например количества учащихся и выпускников образовательных программ за весь период в разрезе по их видам, затрудняет такие расчеты. Видимо, поэтому в стране до сих пор не было полноценного исследования рынка. В работе¹¹ сделана попытка дать качественную оценку белорусского рынка бизнес-образования и приводится ряд преимуществ и недостатков, касающихся отечественных бизнес-школ. В ходе нашего исследования некоторые позиции не только актуализированы, но и дополнены существующими реалиями.

Подводя итог вышеприведенному анализу, отметим следующие выявленные недостатки:

- региональный рынок бизнес-образования значительно отстает от столичного, большинство программ MBA представлены в г. Минске (за исключением онлайн-форматов);
- государственным школам не хватает подготовленных и высококвалифицированных преподавателей-практиков (преподавателей – действующих владельцев бизнеса);
- недостаточно развито дистанционное обучение, которое позволяет снизить затраты на получение бизнес-образования (это касается 5 из 6 школ MBA);
- низкие требования к поступлению, отсутствуют вступительные экзамены, такие как GMAT и GRE, которые практикуют западные бизнес-школы. Отечественные школы ориентируются на потребителя и заинтересованы в большем наборе участников (а их в среднем 10–25), следовательно, им важнее предоставить знания всем желающим, а не тем, кто сможет пройти профильный экзамен;

- слабо развит механизм привлечения финансовых ресурсов на бизнес-образование из сторонних источников. Недостаточно совершенствуется система банковского кредитования бизнес-обучения, грантовой и спонсорской поддержки талантливых и одаренных студентов и т. д.;

- мало совместных образовательных программ с ведущими бизнес-школами мира, так как формат MBA предусматривает прежде всего обмен навыками;

- магистерское бизнес-образование в основном получают сформировавшиеся специалисты и/или собственники бизнеса.

Из преимуществ белорусского рынка бизнес-образования можно выделить следующее:

- частные школы быстрее адаптируются к меняющимся условиям;
- в частных школах предоставляется широкий комплекс образовательных услуг, помимо основных программ MBA (курсы, тренинги, воркшопы, бизнес-встречи, мастермайнд и др.) для широкого круга предпринимателей и управленцев;
- стандартные образовательные программы совершенствуются путем дополнительных практических занятий (воркшопов, игр и др.);
- активно развивается рынок корпоративного обучения;
- классические офлайн встречи совмещаются с онлайн-форматом (межстрановые выездные модули переносятся в онлайн).

Таким образом, заметна разница между школами частного и государственного бизнес-образования, особенно в склонности к изменениям. Государственному сектору следует обратить внимание на адаптацию к онлайн-форматам, организацию регулярных краткосрочных курсов и дисциплин, чтобы повысить лояльность клиентов, и рассмотреть рынок корпоративного обучения, что позволит найти новые точки роста и привлечь больше постоянных клиентов.

Анализ спроса на программы MBA по данным поисковых систем

Рассмотрим спрос на рынке на программы MBA путем исследования запросов пользователей в поисковых системах «Яндекс» и «Google».

¹¹ URL: <https://neg.by/novosti/otkrytj/biznes-obrazovanie-sostoyanie-rynka-i-perspektivy-razvitiya/>

Количество показов по запросу «МВА» в поисковой системе «Яндекс» за период с сентября 2020 г. по август 2022 г. было максимальным в мае–июне 2021 г. (более 60 000), далее наблюдается спад (рис. 1). Это можно объяснить тем, что после пандемии 2020 г. вырос спрос на образовательные программы в сфере бизнеса и предпринимательства, а также сезонностью вступительных кампаний. Минимальный же интерес зафиксирован в мае–июне 2022 г. (41 256), что скорее всего связано с нестабильным экономическим и политическим фоном. Однако уже в июле количество показов начало увеличиваться и почти достигло уровня этого же периода предыдущего года (53 799), что говорит о возможном росте спроса на бизнес-образование. Количество показов по данному запросу в Республике Беларусь за месяц на 18.09.2022 г. – 651, т. е. 1,12% от всех показов, а для небольшой по территории страны – это достаточное количество для обеспечения полноценных групп в 6 бизнес-школах.

Интерес пользователей по областям Республики Беларусь к поиску запроса «МВА» представлен на рис. 2. Как видим, наибольший интерес к программе МВА проявляют пользователи Минской области (61%), на втором месте – Гродненская область (13%), на третьем – Брестская область (10%). В то же время количество показов на 1000 жителей Республики Беларусь (табл. 2) говорит о том, что поиском такого вида образования интересуется незначительный процент населения, правда, и сама программа МВА рассчитана на руководителей и управленцев, которые хоте-

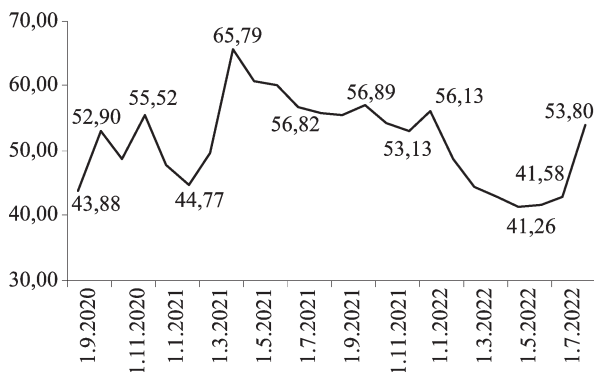


Рис. 1. Количество показов по запросу «МВА» в поисковой системе «Яндекс», сентябрь 2020 г. – август 2022 г., тыс. ед.

Источник. Авторская разработка.

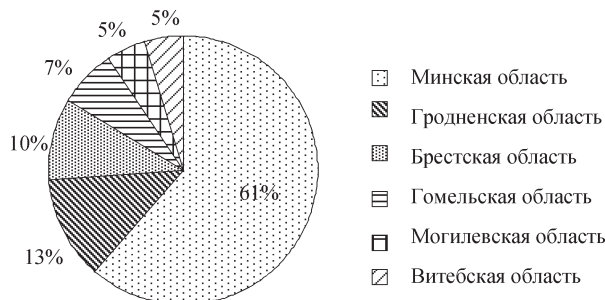


Рис. 2. Количество показов по запросу «МВА» в поисковой системе «Яндекс» по областям Республики Беларусь, август 2022 г., % от общего числа показов

Источник. Авторская разработка.

ли бы усовершенствовать свои знания в области стратегического управления организацией.

Рейтинг запросов по городам и их региональная популярность представлены в табл. 3. Наибольший интерес, по данным поисковой системы «Яндекс», к запросу «МВА»

Таблица 2
Рейтинг областей Республики Беларусь по количеству показов по запросу «МВА» в поисковой системе «Яндекс» на 1000 жителей, август 2022 г., ед.

Область	Количество показов на 1000 жителей
Минская	0,0431094
Гродненская	0,0088596
Брестская	0,0069148
Гомельская	0,0047539
Могилевская	0,0034574
Витебская	0,0032413

Источник. Авторская разработка.

Таблица 3
Рейтинг Топ-7 городов Республики Беларусь по количеству показов по запросу «МВА» в поисковой системе «Яндекс», август 2022 г., ед.

Рейтинг	Город	Показы в месяц	Региональная популярность, %	% от общего числа
1	Минск	307	85	47,15
2	Гродно	70	108	10,75
3	Брест	32	51	4,92
4	Гомель	24	23	3,69
5	Витебск	61	19	2,46
6	Могилев	12	16	1,84
7	Сосновый Бор	12	16	1,84

Источник. Авторская разработка.

проявляют пользователи г. Минска, г. Гродно и г. Бреста, при этом в г. Гродно существует повышенный интерес, региональная популярность данного запроса среди других больше 100% (108%), в остальных городах чаще делают иные запросы.

«Региональная популярность» – это доля, которую имеет регион в показах по данному слову, деленная на долю всех показов результатов поиска, пришедшихся на этот регион¹². Формула для его расчета:

$$P_n = \frac{D_{сл}}{D_n},$$

где P_n – коэффициент региональной популярности;

$D_{сл}$ – доля, которую имеет регион в показах по данному слову;

D_n – доля всех показов результатов поиска, пришедшихся на этот регион.

Популярность слова/словосочетания, равная 100%, означает, что это слово в данном регионе ничем не выделено. Если популярность более 100%, значит, в данном регионе существует повышенный интерес к этому слову, если меньше 100% – пониженный.

Рейтинг Топ-10 городов и регионов Республики Беларусь по региональной популярности показов по запросу «МВА» в поисковой системе «Яндекс» в августе 2022 г. представлен в табл. 4. Наибольшая популярность показов по запросу «МВА» в г. Фаниполе и г. Смолевичи (303 и 155% соответственно), Дзержинском и Щучинском районах (119 и 220%). Несмотря на значительное количество показов в г. Минске (307), запрос «МВА» не самый популярный в данном регионе. А в г. п. Лельчицы и г. Крупки, несмотря на высокий коэффициент региональной популярности, количество запросов минимально, что свидетельствует скорее всего о непопулярности данной поисковой системы в регионах.

Согласно данным поисковой системы «Google», интерес к теме МВА в Республике Беларусь в среднем в год за период с сентября 2017 г. по август 2022 г. одинаков (примерно 16% от количества всех запро-

¹² Региональная популярность в Wordstat. Попробуем копнуть глубже. URL: <https://vc.ru/u/528941-maksim-sterpanov/132556-regionalnaya-populyarnost-v-wordstat-pobruem-kopnut-glubzhe>

Таблица 4

Рейтинг Топ-10 городов и регионов Республики Беларусь по региональной популярности показов по запросу «МВА» в поисковой системе «Яндекс», август 2022 г., ед.

Рейтинг	Город и регион	Показы в месяц	Региональная популярность, %	% от общего числа
1	Фаниполь	7	303	1,08
2	Щучинский р-н	4	220	0,61
3	Смолевичи	4	155	0,61
4	Дзержинский р-н	7	119	1,08
5	Гродно	70	108	10,75
6	Кобринский р-н	7	102	1,08
7	Столбцы	2	93	0,31
8	Минск	307	85	47,16
9	Лельчицы	1	82	0,15
10	Крупки	1	77	0,15

Источник. Авторская разработка.

сов), однако в 2018 и 2020 гг. уровень популярности запроса незначительно снизился, что, вероятно, связано с экономической неопределенностью (рис. 3). Также популярными темами для поиска являются «предпринимательство», «маркетинг», «магистр делового администрирования», «бизнес-школа» и «обучение».

С целью более глубокого анализа спроса на программы МВА в Республике Беларусь с помощью поисковой системы wordstat.yandex.by было проанализировано более 500 запросов с разным сочетанием слов. Результаты исследования сведены в табл. 5–8.

Как следует из табл. 5, пользователи интересуются, что такое МВА, конкретными школами, их рейтингом, обучением, про-

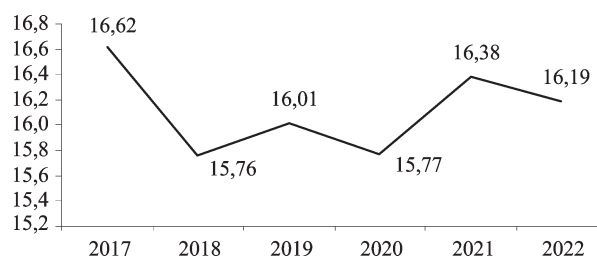


Рис. 3. Динамика популярности запроса «МВА» в поисковой системе «Google», сент. 2017 – авг. 2022 гг., %

Источник. Авторская разработка.

Рейтинг Топ-20 запросов в поисковой системе «Яндекс», связанных с аббревиатурой «mba», на 18.09.2022 г., ед.

№ п/п	Запросы	Всего показов в месяц	В Республике Беларусь		
			Количество показов	Региональная популярность, %	% от общего числа
1	mba	57 351	631	46	1,10
2	мба	44 515	197	18	0,44
3	мба это	29 003	250	36	0,86
4	мба	29 003	250	36	0,86
5	мба обучение	4252	33	32	0,78
6	курсы mba	3317	27	34	0,81
7	мба им скрябина	2657	4	6	0,15
8	мба образование	2606	18	28	0,69
9	программа mba	2246	12	22	0,53
10	мба отзывы	2242	17	31	0,76
11	мба бизнес	2218	16	30	0,72
12	мба + в москве	1781	3	7	0,17
13	высшее образование бизнес	1577	32	85	2,03
14	mini mba	1561	32	85	2,05
15	мба стоимость	1442	9	26	0,62
16	рейтинг mba	1418	5	14	0,35
17	мба дистанционно	1143	4	14	0,35
18	мба обучение	1109	7	26	0,63
19	executive mba	1079	22	85	2,04
20	дети mba	74	4	226	5,41

Источник. Авторская разработка.

Таблица 6

Рейтинг Топ-10 запросов в поисковой системе «Яндекс», связанных с понятием «бизнес-курсы», на 18.09.2022 г., ед.

№ п/п	Запросы	Всего показов в месяц	В Республике Беларусь		% от общего числа
			Количество показов	Региональная популярность, %	
1	обучение бизнесу	27 331	609	94	2,23
2	бизнес курсы	27 014	783	117	2,90
3	бизнес образование	10 325	246	94	2,38
4	business school	9675	177	68	1,83
5	корпоративное обучение	7540	132	73	1,75
6	высшая школа бизнеса	7257	59	34	0,81
7	школа бизнеса москва	2227	11	20	0,49
8	московская бизнес школа	1955	2	4	0,10
9	школа бизнеса отзывы	1907	34	74	1,78
10	бизнес школа экономики	1820	7	16	0,38

Источник. Авторская разработка.

граммой, отзывами и стоимостью, т. е. данным видом образования. Также появляется спрос на прохождение программ дистанционно и по обучению детей бизнесу и предпринимательству. В г. Москве действует сеть детской бизнес-школы KinderMBA¹³, одна из первых в этой образовательной нише. В Республике Беларусь также существуют детские бизнес-школы, позиционирующие себя как МВА (Детская бизнес-

школа Ковальски в г. Гродно¹⁴; бизнес-школа для подростков Teens2Business, онлайн-школа для детей Kids MBA¹⁵, бизнес-школа для подростков DetiMBA в г. Минске¹⁶ и ряд других организаций).

Если проследить за развитием онлайн-курсов, то заметна тенденция к «мелкой нарезке» тематических, утилитарных модулей, которые направлены на формирование опре-

¹³ URL: <https://kindermba.ru/>

¹⁴ URL: <https://kovalski.by/>

¹⁵ URL: <https://minsk.kids-mba.by/>

¹⁶ URL: <https://detimba.com/>

**Рейтинг Топ-10 запросов в поисковой системе «Яндекс»,
связанных со словами «обучение, курсы», на 18.09.2022 г., ед.**

№ п/п	Запросы	Всего показов в месяц	В Республике Беларусь		% от общего числа
			Количество показов	Региональная популярность, %	
1	курсы обучения	271 823	5166	79	1,90
2	обучающие курсы	29 396	1395	195	4,75
3	курсы стоимость обучения	19 056	857	188	4,50
4	курсы цена обучения	16 236	180	46	1,11
5	курсы онлайн обучения	15 445	258	70	1,67
6	курсы бесплатного обучения	14 344	208	60	1,45
8	курсы дистанционного обучения	14 057	91	27	0,65
9	курсы обучения + с нуля	11 711	300	107	2,56
10	обучение курсы сертификат	11 173	76	28	0,68

Источник. Авторская разработка.

**Рейтинг Топ-10 запросов в поисковой системе «Яндекс»,
связанных со словосочетанием «курсы руководителей», на 18.09.2022 г., ед.**

№ п/п	Запросы	Всего показов в месяц	В Республике Беларусь		% от общего числа
			Количество показов	Региональная популярность, %	
1	курсы повышения квалификации	266 089	4953	78	1,86
2	обучение руководителей	40 739	317	32	0,78
3	школы менеджмента	25 628	529	86	2,06
4	курсы для руководителей	19 524	171	36	0,88
5	курсы + для руководителей	9595	84	36	0,88

Источник. Авторская разработка.

деленного навыка. Последние пять-семь лет наиболее востребованными образовательными дистанционными продуктами являются Micro-credentials («Микро-квалификации») и MicroMasters («Микростепени»).

По данным исследования группы компаний РосБизнесКонсалтинг¹⁷ и команды Smart Ranking по заказу образовательной компании для предпринимателей Like Центр¹⁸, в России в последнее время популярными стали короткие образовательные программы, где вопросы решаются от 1 дня до 6 мес., в связи с чем спрос на фундаментальное образование начал падать. В Республике Беларусь можно предположить развитие такой же тенденции.

В исследовании выделяются все школы и платформы, которые обучают запуску, развитию бизнеса и управлению им. Они предоставляют услуги по ряду направлений, главные из которых:

- курсы повышения квалификации;
- курсы для предпринимателей;

- высшее бизнес-образование (МВА, EMBA и пр.);
- корпоративное обучение.

В табл. 6 приведена статистика 10 самых популярных запросов, в том числе в Республике Беларусь, в поисковой системе «Яндекс», связанных с понятием «бизнес-курсы», на 18.09.2022 г. Как видим, запросы на бизнес-курсы достаточно распространены, значит, бизнес-образование востребовано.

По данным Ассоциации развития менеджмента, 83% спроса относится к краткосрочным программам типа семинаров, тренингов, мастер-классов. Многосессионные кратко- и среднесрочные программы, т. е. бизнес-курсы, посттренинговое сопровождение, деловые игры, занимают 12% рынка. Долгосрочные и многосессионные бизнес-программы, включая магистерские, программы МВА, школы составляют 5% рынка¹⁹. Таким образом, значительная доля рынка коммерческого бизнес-образования сосредоточена в краткосрочном и среднесрочном сегментах.

¹⁷ URL: https://marketing.rbc.ru/research/issue/71527/full_free_download/

¹⁸ URL: <https://vc.ru/u/447249-like-centr/210814-ktouchit-rossiyan-delat-biznes>

¹⁹ URL: <https://neg.by/novosti/otkrytj/biznes-obrazovanie-sostoyanie-rynka-i-perspektivy-razvitiya/>

По подсчетам консалтинговой компании BusinessTools, в денежном выражении корпоративному обучению принадлежит 35% рынка, открытому сборному обучению – 33, зарубежным провайдерам – 17, MBA и долгосрочным программам – 15%.

Перспективным видом краткосрочного обучения становятся конференции и бизнес-встречи, где за меньшую стоимость можно получить основы актуальных знаний и навыков, а также «эмоциональный» заряд от «звездных» представителей своей отрасли. Это также возможность пообщаться в профессиональном сообществе, обменяться мнениями, опытом, завести контакты.

Востребованы программы, пройдя которые можно добиться конкретных позитивных изменений в бизнес-процессах компании, решить реальные проблемы. Среди долгосрочных программ около 70% приходится на менеджмент и маркетинг. Анкетирование студентов Института бизнеса и менеджмента технологий БГУ показало, что по программам MBA обучаются с целью личного развития 42%, для получения знаний по развитию собственного бизнеса – 24, для повышения дохода – 15, расширения деловых и дружеских связей – 14% и др.

Спрос на обучающие курсы достаточно высок (см. табл. 7), к тому же интерес представляют бесплатные курсы и онлайн-курсы, что можно использовать и всем бизнес-школам в качестве способа привлечения новых клиентов для дальнейшего прохождения основной программы MBA.

Курсы для руководителей и повышение квалификации также представляют большой интерес для пользователей (см. табл. 8).

Таким образом, спрос на программы MBA есть, он претерпевает иногда колебания в связи с негативными внешними экономическими и политическими шаками, но быстро стабилизируется. Однако требует изменений формат предоставления программы. Набирают популярность онлайн-обучение и короткие модульные программы.

Согласно проведенному анкетированию²⁰ ведущих игроков рынка, до недавних пор российские бизнес-школы суще-

ствовали предпочтительно в офлайн-формате и начали полноценно формироваться как онлайн-рынок только в 2020 г. Объем рынка MBA по количеству обучающихся (без учета онлайн-программ) в 2020 г. упал, но в 2021 г. стабилизировался. Это объясняется не только кризисом в экономике (хотя кризис серьезно ударил по расходам компаний на MBA), но и появлением онлайн-MBA, повсеместным распространением коротких программ, в том числе онлайн, развитием корпоративных университетов и других видов бизнес-образования.

В 2022 г., по мнению многих экспертов, спрос на программы бизнес-образования должен упасть. Например, рынок дополнительного онлайн-образования может просесть в этом году на треть. Эксперты Фонда «Сколково», опираясь на свои исследования, говорят о резком спаде спроса, в том числе на программы MBA. Однако руководители ведущих бизнес-школ, которые являются признанными экспертами в бизнес-образовании и прошли уже не один кризисный период, утверждают, что обычно кризисы и нехватка информации приводят не к падению, а к росту спроса на образование, так как важны контакты, нетворкинг, экспертное мнение, новые инструменты и технологии. Весенний набор на программы MBA у большинства школ превысил запланированные показатели²¹. Это же подтверждается данным исследованием: спрос не падает, а растет. Меняются только формат и возрастной диапазон обучающихся (растет спрос на детское бизнес-образование).

В 2017 г. началось активное развитие инициативы ЕС по развитию онлайн-мобильности, были сформированы 17 альянсов со 117 институтами высшего образования. Они взяли курс на объединение лучших курсов, дисциплин и программ на общих платформах. Таким образом, студент может учиться в нескольких университетах сразу и одновременно стать выпускником нескольких вузов. Такой шаг навстречу конкурентному предложению на рынке образовательных услуг можно применить и в сфере дополнительного бизнес-образо-

²⁰ Рынок MBA и бизнес-образования в России 2021. URL: https://marketing.rbc.ru/research/issue/71527/full_free_download/

²¹ Спрос на MBA в 2022 году: вопреки прогнозам. URL: <https://www.mba.su/articles/spros-na-mva-v-2022-godu-vopreki-prognozam/>

вания, который, как показал опыт некоторых бизнес-школ, приводит к росту престижа и количества поступающих.

В будущем выиграет тот, кто построит грамотные коллаборативные модели для того, чтобы обучающиеся смогли все необходимые компетенции получить в одном месте: УВО будут искать технологических партнеров для цифровизации своих программ, а частные платформы – контент. Ярким примером подобного партнерства в 2020 г. стало сотрудничество ВШЭ и Coursera. Курсы ВШЭ, «Нетологии» можно также найти на сайте «Деловой среды»²². К коллаборациям будут присоединяться компании с экспертизой и доступом к потребителю, как было в случае с бизнес-клубом «Атланты», который запустил курс совместно со Skillbox. Намечалась тенденция сближения офлайн- и онлайн-форматов обучения и развития на этом фоне формата blended learning, который объединяет все виды программ: бесплатные программы; платные программы; для запуска бизнеса; для развития бизнеса; база знаний.

Таким образом, клиент приходит за одним, а получает комплекс необходимых знаний и навыков. При этом во многих бизнес-школах начали формироваться сообщества (клубы), где можно получить поддержку, найти новые знакомства и личного помощника (другими словами, наставника, трекера), который поможет достигнуть цели с наименьшими усилиями. И это важно рассмотреть всем бизнес-школам для удержания конкурентных преимуществ.

Подводя итог данному исследованию, следует отметить, что, вопреки всем прогнозам, спрос на программы MBA в Республике Беларусь есть. В стране действуют 6 бизнес-школ, предоставляющих различные образовательные программы. Наиболее популярной является General MBA (изучаются комплексные вопросы управления), менее востребована Executive MBA (основной направленностью обучения является стратегическое управление). Также пользуются спросом программы Mini-MBA (срок обучения сводится до 6 месяцев в

сравнении с основными двухлетними программами) и др. Однако диплом магистра MBA можно получить после прохождения либо General, либо Executive MBA. У каждой из школ обучение отличается по количеству задействованных преподавателей, стоимости, сроку и формату обучения, наличию практикоориентированных занятий.

В ходе исследования выявлено также, что существует ряд других форматов бизнес-образования, которые становятся все более привлекательными для предпринимателей и управленцев. К ним относятся короткие образовательные программы (курсы, тренинги, мастер-майнд и др.). Также популярен онлайн-формат проведения встреч и лекций – сокращаются временные и финансовые затраты на посещение очных лекций. А в последнее время появился ряд образовательных программ по обучению бизнесу школьников.

Из существенных недостатков белорусского рынка бизнес-образования можно выделить следующие: все программы MBA представлены в г. Минске (за исключением онлайн-форматов), недостаточно развито дистанционное обучение, мало совместных образовательных программ с ведущими бизнес-школами мира. Есть и преимущества: адаптация к современным условиям (например, переход на онлайн-формат и короткие ознакомительные курсы, тренинги, в основном, за счет частных школ), активно развивается рынок корпоративного обучения, стандартные образовательные программы совершенствуются путем дополнительных практических занятий (воркшопов, игр и др.).

Таким образом, заметна разница между школами частного и государственного бизнес-образования, последним следует предлагать больше регулярных краткосрочных курсов и мастер-классов, особенно в онлайн-формате, чтобы повысить лояльность клиентов, и рассмотреть рынок корпоративного обучения, что позволит найти новые точки роста и постоянных клиентов.

Эффективная экономика – это, прежде всего, эффективное управление. Программы MBA способствуют пониманию принципов управления, «правил игры» глобального рынка, особенностей рыночных отношений, законов управления бизнес-процессами, прак-

²² Университет-корпорация и микро-степени: что ждет образование в будущем. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/education/5fd9d0bc9a7947847b7f1511>

тическому их использованию. Поэтому они будут пользоваться спросом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ (REFERENCES)

Говоруха Н.С., Семибратский М.В., Доль О.С. 2022. Оценка устойчивости конкурентных позиций российских бизнес-школ с точки зрения ресурсного подхода. *Журнал прикладных исследований*. № 7. Т. 1. С. 40–46. DOI: 10.47576/2712-75165-2022-7-1-40 [Govoruhа N.S., Semibratskiy M.V., Dol O.S. 2022. Assessment of the stability of the competitive positions of Russian business schools from the point of view of the resource approach. *Nauchno-prakticheskiy zhurnal prikladnykh issledovaniy*. No 7. Vol. 1. PP. 40–46. (In Russ.)]

Данченко Л.А., Кулакова Е.Ю. 2022. Маркетинговые подходы к продвижению бизнес-образования на основе применения лестницы Бена Ханта и CJM. *Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право*. Т. 32. № 1. С. 17–26. [Danchenok L.A., Kulakova E.Yu. 2022. Marketing approaches to the promotion of business education based on the application of the Ben Hunt ladder and CJM. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya Ekonomika i pravo*. Vol. 32. No 1. PP. 17–26. (In Russ.)]

Кондратьева Е.А. 2021. Бизнес-образование для малого бизнеса. *Экономика и бизнес: теория и практика*. № 5-2. С. 63–66. [Kondratyeva E.A. 2021. Business education for small businesses. *Ekonomika i biznes: teoriya i praktika*. No 5-2. PP. 63–66. (In Russ.)]

Напалкова А.А., Овчинникова И.А., Шевелева К.В. 2014. Методика исследования спроса на рынке услуг бизнес-образования. *Практический маркетинг*. № 8. С. 3–14. [Napalkova A.A., Ovchinnikova I.A., Sheveleva K.V. 2014. Method of

demand research in the services market of business education. *Prakticheskiy marketing*. No 8. PP. 3–14. (In Russ.)]

Пителинский К.В. 2007. Состояние рынка MBA в России – основные тенденции и перспективы. *Межотраслевая информационная служба*. № 3. С. 17–34. [Pitelinskiy K.V. 2007. The state of the MBA market in Russia – the main trends and prospects. *Mezhotraslevaya informatsionnaya sluzhba*. No 3. PP. 17–34. (In Russ.)]

Столярова В.А. 2014. Анализ рынка в сфере дополнительного бизнес-образования. *Содействие профессиональному становлению личности и трудоустройству молодых специалистов в современных условиях: сборник материалов VI Международной заочной научно-практической конференции, посвященной 60-летию БГТУ им. В.Г. Шухова*. Т. 2. С. 246–256. [Stolyarova V.A. 2014. Market analysis in the field of additional business education. *Sodeystvie professional'nomu stanovleniyu lichnosti i trudoustroystvu molodykh spetsialistov v sovremennykh usloviyakh: sbornik materialov VI Mezhdunarodnoy zaочноy nauchno-prakticheskoy konferentsii, posvyashchennoy 60-letiyu BGTU im. V.G. Shukhova.* Vol. 2. PP. 246–256. (In Russ.)]

Mathiesen P., Bandara W., Marjanovic O., Delavari H. 2013. A Critical Analysis of Business Process Management Education and Alignment with Industry Demand: An Australian Perspective. *Communications of the Association for Information Systems*. No 27. Vol. 33. DOI: 10.17705/1CAIS.03327

Stewart B., Khare A. 2018. Online Business Education: An Economic Perspective. *On the Line: Business Education in the Digital Age*. PP. 3–20. DOI: 10.1007/978-3-319-62776-2_1

Xie J., Zhang T. 2021. Study on Internationalization Strategy of China's New Business Education in the Background of Digital Economy. *International Education Studies*. Vol. 14. No 10. PP. 95–106. DOI: 10.5539/ies.v14n10p95

THE STATE OF THE MBA ADDITIONAL EDUCATION MARKET IN THE REPUBLIC OF BELARUS: MAIN TRENDS AND PROSPECTS

Viktoriya Korzhak¹ (<https://orcid.org/0000-0002-2622-7161>)

¹ Belarusian State Economic University (Minsk, Belarus).

Corresponding author: Viktoria Korzhak (mavika09@mail.ru).

ABSTRACT. The article analyzes the market of additional MBA education in the Republic of Belarus. The author carries out a comparative characteristic of MBA schools, and studies the demand for the programme by analyzing data from wordstat.yandex.by and trends.google.ru at the request of «mba», «МВА», etc. The results of research on the Russian and Belarusian MBA markets are presented. The author comes to the conclusion that the programme is in demand in the Republic of Belarus, but requires adaptation to new market conditions: the development of online classes and business meetings, the expansion of a set of additional short-term trainings, workshops and master classes for entrepreneurs, corporate training and the construction of collaborative models of education, the purpose of which is to obtain a double diploma and the experience of other organizations.

KEYWORDS: MBA, Republic of Belarus, business education, business administration.

JEL-code: M19, O15, R11.

DOI: 10.46782/1818-4510-2023-1-127-140

Received 23.09.2022

In citation: Korzhak V. 2023. The state of the MBA additional education market in the Republic of Belarus: main trends and prospects. *Belorusskiy ekonomicheskiy zhurnal*. No 1. PP. 127–140. DOI: 10.46782/1818-4510-2023-1-127-140 (In Russ.)

