

## **СОСТОЯНИЕ И ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ПО ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО МАРКЕТИНГУ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

В статье дана характеристика состояния рынка образовательных услуг по подготовке специалистов по маркетингу в Республике Беларусь. Авторами определены перспективные направления развития данного рынка в условиях инновационной модели экономики страны с учетом особенностей формирования многоуровневой системы подготовки специалистов в области инновационной деятельности.

The article provides a description of the state of the market for the training of educational services for marketing in the Republic of Belarus. The authors have identified promising directions of development of this market in the conditions of innovative models of the economy, taking into account features of formation of a multi-level system of training specialists in the field of innovation.

*Ключевые слова:* высшее образование; инновационный маркетинг; специалист по маркетингу; повышение квалификации; рынок образовательных услуг.

*Key words:* higher education; innovative marketing; marketing specialist; training; educational services market.

Процессы, происходящие в сфере образования, вынуждают учебные учреждения динамично менять характер своей деятельности. Предложения учреждений высшего образования (УВО) становятся привлекательными для определенной группы потребителей в том случае, если они ориентируют свою деятельность на требования рынка труда.

Для обеспечения инновационного развития экономики страны, ее конкурентных преимуществ и источников роста Республика Беларусь должна располагать в первую очередь специалистами нового поколения, обладающими не только практическими компетенциями и профессиональной ориентацией для работы в реальном секторе экономики, но и способными к творческому использованию своего потенциала, готовыми к нововведениям.

Опыт подготовки специалистов по маркетингу в Республике Беларусь свидетельствует о наличии ряда проблем, связанных с недостатком квалифицированных управленческих кадров, ориентированных на использование современных маркетинговых технологий, обладающих инновационным мышлением. Эксперты отмечают отсутствие на белорусском рынке труда специалистов, имеющих достаточные компетенции в области инноваций, способных определить направление инновационного развития и взять на себя ответственность за их реализацию. Имеет место недостаточное использование в процессе подготовки специалистов инновационных технологий, обеспечивающих формирование ряда профессиональных компетенций как основы системного саморазвития и самосовершенствования, способствующих формированию и развитию их инновационного потенциала [1].

Инновационная направленность страны определяет в свою очередь и новые задачи в развитии высшей школы, которые должны быть направлены на совершенствование высшего образования, соответствие качества подготовки специалистов с высшим образованием требованиям современного уровня инновационного развития отраслей экономики и социальной сферы. Постановка вопроса об образовании для инновационного развития экономики определяет ряд приоритетов в формировании потенциала высшей школы Республики Беларусь [2].

Развитие процессов экономической интеграции и глобализации требуют от национальной системы образования соответствия мировым тенденциям развития отрасли. В настоящее время

Республика Беларусь проводит реформу образования, направленную на создание образовательной системы как одной из составляющих инновационного потенциала Республики Беларусь [3].

Важной задачей государственной инновационной политики является совершенствование высшего образования для подготовки специалистов современного уровня, способных к активным инновационным действиям, к которым непосредственно относятся специалисты в сфере маркетинга.

Становление белорусского рынка и насыщение его товарами, появление новых категорий товаров и иностранных участников рыночных отношений, растущий опыт потребителей и их ознакомление с цивилизованными формами рыночной деятельности в развитых странах существенно повысили уровень значимости для белорусского общества специалистов по маркетингу.

Спрос на профессиональных маркетологов в Беларуси значительно вырос за последние годы в связи с тем, что зарубежные компании открывают свои представительства на территории Республики Беларусь, а белорусские предприятия и организации активно формируют собственные службы маркетинга.

Кроме того, повысился спрос на обучение и консалтинг в сфере маркетинга, вследствие необходимости решать насущные экономические проблемы (развитие экспорта, повышение конкуренции в ряде отраслей, повышение уровня инновационности белорусской экономики).

Спрос на образование по маркетингу начал активно дифференцироваться не только с учетом сферы применения, но и «в глубину» – в направлении подготовки исследователей-профессионалов с научными степенями. В последние годы все больше готовится и защищается кандидатских и докторских диссертаций по маркетингу в сферах образования, полиграфии, политики, общественного питания, а также по маркетингу товаров культурно-бытового назначения, банковских услуг, услуг связи, информационных технологий, закупок.

Белорусские исследователи провели мониторинг отечественного рынка труда и образования и соотнесли результаты с мировыми рейтингами «профессий будущего». В сферах деятельности, которые будут актуальны для Беларуси в ближайшие 5–10 лет, значительная часть принадлежит маркетингу, а именно таким его направлениям, как маркетинг моды, промоушн, креативное письмо, продукт-дизайн, маркетинг парков и отдыха и др. Данные «профессии будущего» реально востребованы на мировом рынке труда и требуют соответствующего инновационного потенциала [4].

В связи с этим подготовка инновационно-ориентированного специалиста по маркетингу становится важной задачей высшего образования с учетом приоритетов инновационного развития Республики Беларусь. Высшее образование в области маркетинга призвано, прежде всего, подготовить специалиста с инновационным мышлением и хорошим знанием основ рыночной экономики и иностранного языка.

Существенное влияние на образование и консалтинг в маркетинге оказывают государственные органы. За последние годы значительно повысилась роль государства в развитии маркетинга и маркетинговом образовании. В Республике Беларусь проблеме подготовки кадров для инновационной деятельности отводится важное место, что отражено в концепции Национальной инновационной системы (утверждена Указом Президента Республики Беларусь от 18 июля 2001 г. № 399) и Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2011–2015 гг. Принятое 26 февраля 2010 г. постановление Совета Министров Республики Беларусь № 284 «О мерах по повышению эффективности работы внешнеэкономических и маркетинговых служб» также послужило фактором развития рынка образовательных услуг в области маркетинга.

Мировой опыт показывает, что подготовка кадров для инновационной деятельности имеет два направления. Первое – подготовка управленцев, способных руководить инновационными процессами на различных уровнях, второе – подготовка инновационных менеджеров, маркетологов, аналитиков и т. д.

Подобная многоуровневая система по подготовке специалистов в области инновационной деятельности формируется в настоящее время в Республике Беларусь. Основу этой многоуровневой системы инновационного образования составляют образовательные учреждения (государственные и негосударственные учебные заведения, специализированные институты, ориентированные на переподготовку и повышение квалификации).

В Беларуси создана система образования в сфере маркетинга, включающая 17 учреждений высшего образования, в которых студенты могут получить образование по специальности «Маркетинг» с присвоением соответствующей квалификации.

Маркетинг изучается во всех УВО, где ведется обучение по экономическим дисциплинам; в стране действует система переподготовки и повышения квалификации, функционируют негосударственные организации, обучающие специалистов по маркетингу.

Информация о государственных УВО Республики Беларусь, в которых студенты могут получить образование по специальности «Маркетинг», представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень УВО Республики Беларусь, осуществляющих подготовку по специальности «Маркетинг»

Наименование учреждения образования	Город
1. Белорусский государственный экономический университет (БГЭУ)	Минск
2. Белорусский национальный технический университет (БНТУ)	Минск
3. Белорусский государственный технологический университет (БГТУ)	Минск
4. Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники (БГУИР)	Минск
5. Высший государственный колледж связи	Минск
6. Государственный институт управления и социальных технологий БГУ	Минск
7. Брестский государственный технический университет (БрГТУ)	Брест
8. Барановичский государственный университет (БарГУ)	Барановичи
9. Полесский государственный университет (ПолесГУ)	Пинск
10. Витебский государственный технологический университет (ВГТУ)	Витебск
11. Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации (БТЭУ ПК)	Гомель
12. Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого (ГГТУ)	Гомель
13. Белорусско-Российский университет	Могилев
14. Белорусская государственная сельскохозяйственная академия	Горки
Примечание – Источник: [5].	

В таблице 2 представлены данные о негосударственных УВО, в которых студенты могут получить образование по специальности «Маркетинг».

Таблица 2 – Перечень негосударственных УВО Республики Беларусь, осуществляющих подготовку по специальности «Маркетинг»

Наименование учреждения образования	Город
1. Институт предпринимательской деятельности	Минск
2. Минский университет управления	Минск
3. Международный университет «МИТСО»	Минск
4. Гомельский филиал Международного университета «МИТСО»	Гомель
Примечание – Источник: [5].	

Особое внимание в Республике Беларусь при формировании рынка специалистов по маркетингу уделяется повышению квалификации, стажировке и переподготовке. Переподготовка на уровне высшего образования по специальности «Маркетинг» осуществляется в 13 УВО Республики Беларусь. К ним относятся Высший государственный колледж связи, Витебский государственный технологический университет, Белорусский государственный экономический университет, Академия последилового образования, Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации и др.

В Республике Беларусь также функционирует ряд организаций, которые осуществляют обучение маркетингу, но при этом не обеспечивают получение диплома государственного образца. К ним относятся Бизнес-школа Института приватизации и менеджмента, Центр стратегического развития «Маркетинговые системы», Центр «САТИО», Консалтинговая группа «Здесь и сейчас», Институт PR и др.

Реальные возможности предоставляются для повышения своего уровня тем участникам рынка труда, которые заинтересованы в получении маркетингового образования дистанционно. В настоящее время в Беларуси уже есть опыт обучения по специальности «Маркетинг» в дистанционной форме. Так, на базе центра дистанционного обучения Барановичского

государственного университета уже ведется переподготовка по специальности «Маркетинг». Факультет непрерывного и дистанционного обучения БГУИР также предлагает услуги дистанционного обучения. Центр дистанционного обучения функционирует в Минском университете управления по различным специальностям, включая «Маркетинг». Кроме того, Европейская Школа Корреспондентского Обучения проводит обучение по программам «Специалист по маркетингу», «Менеджер по рекламе», «Менеджер по связям с общественностью (PR-менеджер)» и др.

Безусловно, в ближайшей перспективе количество дистанционных программ в сфере маркетинга увеличится. В настоящее время активно развивается обучение посредством вебинаров, которое проводят как организации, так и преподаватели, тренеры и консультанты в сфере маркетинга.

В последние годы произошли существенные изменения в структуре и качестве маркетингового образования. Эти тенденции выразились в следующем:

- Увеличилось количество специалистов по маркетингу, которые прошли или проходят обучение в системе высшего образования, переподготовки, повышения квалификации.

- Появились новые организации, оказывающие услуги по обучению маркетологов.

- Развивается методология обучения, появляются новые методы обучения.

- Внедряются новые формы обучения (дистанционное, электронное).

- Развивается система обучения за рубежом и международных стажировок.

Основными факторами, которые обеспечили формирование данных тенденций, являются:

- Повышение спроса на обучение и консалтинг в сфере маркетинга вследствие необходимости решать насущные экономические проблемы (развитие экспорта, повышение конкуренции в ряде отраслей, повышение уровня инновационности белорусской экономики).

- Приход на рынок Республики Беларусь международных компаний, которые в большей степени чем государственные организации заинтересованы в развитии маркетинга и наличии у себя в штате высококвалифицированных специалистов.

- Принятие нормативно-правовых законодательных актов, которые обусловили необходимость более серьезного отношения к повышению квалификации персонала.

Для удовлетворения потребности рынка труда в высококвалифицированных специалистах по маркетингу следует решить ряд комплексных задач, направленных на формирование соответствующего потенциала специалистов данного профиля, что предполагает компетентный подход, акцентирующий внимание на результативности образования; подготовку специалистов, способных инициировать и реализовывать инновационные проекты на любом производстве; внедрение интерактивных методов обучения; взаимодействие системы учреждений высшего образования с сетью производственных организаций, ориентированных на создание инновационной продукции. Выбор инновационно-ориентированного пути подготовки специалистов позволит ориентировать современную систему высшей школы на наукоемкую технологически выдержанную систему подготовки и переподготовки специалистов для рынка труда.

В настоящее время на рынке образовательных услуг лидируют те учреждения высшего образования и специализированные структуры по повышению квалификации, которые могут обеспечить высокий уровень, отвечающий требованиям профессиональной компетенции специалиста по маркетингу.

Повышение уровня качества маркетингового образования, создание необходимых условий для внедрения инновационных подходов в образовании обуславливают необходимость решения следующих задач:

- изучение зарубежного и отечественного опыта подготовки специалистов по маркетингу, ориентированных на инновации;

- определение критериев качества профессионального образования и требований к подготовке специалистов по маркетингу;

- изучение опыта дополнительного профессионального образования, ориентированного на переподготовку специалистов в области маркетинга с учетом приоритетов инновационного развития страны;

- внедрение в УВО Республики Беларусь новых специализаций и технологий образования по маркетингу, отражающих потребности рынка в образовательных услугах.

Развитие рынка образовательных услуг и совершенствование национальной системы маркетингового образования обеспечит формирование и повышение интеллектуального потенциала

страны, отвечающего приоритетам устойчивого социально-экономического развития и способного активно влиять на конкурентоспособность экономики Республики Беларусь.

### Список использованной литературы

1. **Байбардина, Т. Н.** Приоритеты формирования инновационного потенциала специалистов по маркетингу в высшей школе Республики Беларусь / Т. Н. Байбардина, И. И. Грищенко // Кооперативная наука и образование на службе общества и государства: проблемы международного взаимодействия : материалы междунар. научно.-практ. конф., посвященной 100-летию Рос. ун-та кооперации, Ярославль. – М. : Канцлер, 2012. – С. 47–50.

2. **Байбардина, Т. Н.** Приоритетные направления развития высшего образования Республики Беларусь в условиях инновационного развития экономики / Т. Н. Байбардина [и др.] // Материалы междунар. научно-практ. конф., Чехия, Карловы Вары – Россия, Москва, 27–28 ноября 2015 г. / Редколл. : А. П. Панфилова [и др.]. – Киров : МСНIP, 2015. – С. 123–135.

3. **Baybardina, T. N.** Modern ways to transform the system of high education, science and practice trainings in Republic of Belarus / T. N. Baybardina [etc.] // Science, Technology and Higher Education : materials of the IX international research and practice conference, Westwood, December 23–24, 2015 / publishing office Accent Graphics communications – Westwood-Canada, 2015. – С. 91–99.

4. **Байбардина, Т. Н.** Тенденции подготовки специалистов-маркетологов в Республике Беларусь / Т. Н. Байбардина, И. И. Грищенко, Е. Е. Голуб // Актуальные дискуссионные проблемы современной науки : междунар. науч. конф. / Поволжский кооперативный институт Российского университета кооперации, 14 декабря 2012 г. – Энгельс : Рос. ун-т кооп., 2013. – С. 81–84.

5. **Высшее образование Республики Беларусь: информационное и нормативно-методическое обеспечение приема в учреждения высшего образования в 2015 г. : справ. / сост. : С. В. Мирошникова [и др.].** – Минск : РИВШ, 2015. – 236 с.