

**ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ПО ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ
ПО МАРКЕТИНГУ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Байбардина Т.Н., к.э.н., доцент

*УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской
кооперации», Республика Беларусь, г. Гомель*

Грищенко И.И., ст. преподаватель

*УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской
кооперации», Республика Беларусь, г. Гомель*

Якимик А.Я., ассистент

*УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской
кооперации», Республика Беларусь, г. Гомель*

Аннотация: 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.

Abstract: 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.

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 [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].

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. Маркетинг становится все более актуальным для экономики страны, ему больше уделяют внимания. Существенное влияние на образование и консалтинг в маркетинге оказывают государственные органы.

За последние годы произошла значительная активизация государства в развитии маркетинга в целом и в 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 26.02.2010 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 (УВО), в которых студенты могут получить образование по специальности «Маркетинг» с присвоением соответствующей квалификации.

Маркетинг изучается во всех УВО, в которых ведется обучение по экономическим дисциплинам, в стране работает система переподготовки и повышения квалификации, существуют негосударственные организации, обучающие специалистов по маркетингу.

В таблице 1 представлена информация о государственных УВО Республики Беларусь, в которых студенты могут получить образование по специальности «Маркетинг» по состоянию на 01.01.2015.

Таблица 1.

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

№	Название	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)	Баранович и
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 им. П.О. Сухого	Гомель
13	Белорусско-Российский университет	Могилев
14	Белорусская государственная сельскохозяйственная академия	Горки

Примечание – Источник: [3].

В таблице 2 представлены данные о негосударственных УВО, в которых студенты могут получить образование по специальности «Маркетинг» по состоянию на 01.01.2015.

Таблица 2.

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

№	Название	Город
1	Институт предпринимательской деятельности	Минск
2	Минский университет управления	Минск
3	Международный университет «МИТСО»	Минск
4	Международный университет «МИТСО» (филиал)	Гомель

Примечание – Источник: [3].

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 последипломного образования, Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации и другие учреждения высшего образования.

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 ИПМ (Институт приватизации и менеджмента), Центр стратегического развития «Маркетинговые системы», Центр «САТИО», Консалтинговая группа «Здесь и сейчас», Институт PR и другие.

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, ЕШКО (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:

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

2. Появились новые организации, которые оказывают услуги по обучению маркетологов.

3. Развивается методология обучения, появляются новые методы обучения.

4. Внедряются новые формы обучения (дистанционное, электронное).

5. Развивается система обучения за рубежом и международных стажировок.

Основными факторами, которые обеспечили формирование данных тенденций являются:

Во-первых, 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).

Во-вторых, 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.

В-третьих, 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: компетентностный 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.

Литература

1. Baybardina T.N., Lapitskaya N.P., Grishenko I.I., Kuzniatsova T.A. Modern ways to transform the system of high education, science and practice trainings in Republic of Belarus. // 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.

2. Байбардина, Т. Н. Приоритетные направления развития высшего образования Республики Беларусь в условиях инновационного развития экономики / Т.Н. Байбардина, Л.В. Мищенко, В.А. Мищенко, К.В. Шваба // Наука: фундаментальные и прикладные: Труды материалов международной научно-практической конференции. Чехия, Карловы Вары - Россия, Москва, 27-28 ноября 2015 года / редакторы проф. А.Р. Panfilova, V.P. Larin, M.V. Krasnov, N.N. Danilov. - Чехия, Карловы Вары: SklenenyMustek - Россия, Киров: MCNIP, 2015.123-135.

3. Высшее образование Республики Беларусь: информационное и нормативно-методическое обеспечение приема в учреждения высшего образования в 2015 году: справочник / сост.: С. В. Мирошникова, Ю. М. Лавринович, Л. В. Веселова, М. Э. Суворова. – Минск: РИВШ, 2015. -236 с.