

**ИННОВАЦИОННОЕ МЫШЛЕНИЕ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ
ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА
СПЕЦИАЛИСТА ПО МАРКЕТИНГУ**

Байбардина Т.Н., к.э.н., доцент

Кожухова Г.Н., ст. преподаватель

Юрсова А.Ю., студентка

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации*

Процессы трансформации национальной экономики требуют существенной корректировки политики в области интеграции новых научных знаний и приоритетов инновационной политики государства.

Инновационная направленность страны определяет, в свою очередь, и новые приоритеты в развитии высшей школы, которые должны быть направлены на совер-

шенствование высшего образования, соответствие качества подготовки специалистов с высшим образованием требованиям современного уровня инновационного развития страны, а также на обеспечение развития способностей и интеллектуально-творческого потенциала специалистов для всех отраслей экономики и социальной сферы.

Перевод экономики на инновационный путь развития предъявляет качественно новые требования к человеческому потенциалу. Именно система образования, создавая и поддерживая в обществе ориентацию на ценность инновационной деятельности и инновационного мышления, должна обеспечить производство и воспроизводство кадров, способных к созданию инновационного климата в стране. Учреждения высшего образования, готовящие кадровую элиту на перспективу, призваны научить своих выпускников инновационной культуре, инновационному мышлению и основам инновационной деятельности.

Необходимым условием внедрения инновационной экономической модели в Республике Беларусь является наличие специалистов, обладающих инновационным мышлением, способных к разработке, адекватному восприятию, поддержанию и внедрению в практику инновационных идей и разработок [1, с.388].

Одним из важнейших ресурсов для инновационной деятельности экономики являются трудовые ресурсы, или человеческий капитал, причем в развитии инновационной экономики будут принимать участие не только присутствующие сейчас на рынке труда субъекты, но и те, которые сегодня учатся или только будут получать образование в перспективе. Это предопределяет постановку ряда вопросов о том, насколько высшие учебные заведения страны способны обеспечивать инновационными кадрами будущую инновационную экономику, какими будут требования к специалистам в инновационной экономике.

Формирование кадров для инновационной экономики становится главным направлением деятельности образовательных систем в условиях глобального экономического кризиса, постоянного обновления знаний, технологического развития [2, с. 141].

Инновационные механизмы в национальной образовательной системе необходимы по ряду объективных причин. Во-первых, Республика Беларусь располагает значительными интеллектуальными ресурсами. Сегодня по индексу развития человеческого потенциала Беларусь входит в первую из трех групп стран. Во-вторых, национальное производство, как и вся экономика традиционно интеллектуально ориентирована, что требует постоянных высокопродуктивных инноваций для их развития. В-третьих, несмотря на то, что Республика Беларусь по уровню высшего образования занимает одно из ведущих мест среди стран СНГ и Европы, инновационные усилия вузов еще достаточно малы, чтобы говорить об их весомом вкладе в формирование отечественной инновационной экономики. В-четвертых, совершенно очевидна актуализация инноваций управленческого характера, без которых вряд ли возможны эффективная генерация, формирование и использование всех других инноваций [3, с. 553].

В связи с этим, особую актуальность приобретает формирование инновационного мышления у специалистов, связанных с деятельностью в сфере маркетинга.

Реализация нововведений в рыночной деятельности организаций Республики Беларусь постоянно требует активизации творческих способностей маркетологов, наличия их профессионального кругозора, квалификационной подготовленности к деятельности в условиях инновационной среды. Специфика инновационного бизнеса предопределяет более высокий квалификационный уровень персонала маркетинговых подразделений, который, в свою очередь, не в маловажной степени зависит от творческого потенциала и творческой самореализации специалистов. Это, соответственно, требует применения в подготовке кадров нового поколения методик эффективного творческого мышления [4, с. 557].

В новых условиях хозяйствования деятельность белорусских организаций настолько сложна, и внешние условия меняются так стремительно, что старый стиль управления маркетингом и сложившиеся стереотипы мышления уже не дают удовлетворительных результатов. В связи с этим, особо важное значение в современных условиях приобретает формирование инновационного мышления у специалистов по маркетингу, ведь работа на динамично развивающихся рынках с высоким уровнем конкуренции предполагает принятие нестандартных решений. Назрела необходимость подготовки специалистов-маркетологов с профессиональными компетенциями в области использования приемов и методов инновационного маркетинга, обладающих навыками формирования коммуникаций и управления маркетинговой деятельностью с учетом современного уровня развития информационных технологий [5, с.388].

Кроме того, новые задачи в сфере формирования инновационного мышления у студентов и специалистов по маркетингу определены социальным заказом государства и общества Беларуси. Это подчеркивает важность получения непрерывного образования, ориентированного на формирование инновационного мышления. Необходимость формирования инновационного мышления специалистов по маркетингу также обусловлена демографическими тенденциями, ограниченностью возможностей традиционного образования, инновационным развитием экономики Беларуси. [6, с. 555]

Специфика инновационного бизнеса предопределяет как более высокий квалификационный уровень персонала маркетинговых подразделений, соответственно, и более сложную систему методов привлечения и закрепления работников данных служб. Экономический эффект в инновационных структурах напрямую связан с результативностью инновационной деятельности специалистов маркетинговых служб [7, с.389].

Таким образом, важнейшей целевой задачей инновационного развития страны является подготовка специалистов, обладающих следующими характеристиками:

- способностью к самообучению, самореализации;
- умению конструировать свои знания, необходимые для решения возникающих задач;
- способностью к инновационной деятельности;
- навыками групповых взаимодействий, работе в команде;
- мобильностью и ответственностью;
- способностью выстроить свою идентичность в соответствии с целями белорусского государства.

В связи с этим, инновационная программа учреждения высшего образования (УВО) должна быть ориентирована на расширение возможностей подготовки таких специалистов на основе образовательных технологий, новых форм интеграции учебного процесса с научной и инновационной деятельностью, ориентацией образования на применение фундаментальных и прикладных результатов научных исследований в социально важных отраслях экономики и бизнеса [8, с. 115].

Для достижения поставленных целей современной высшей школе необходимы следующие условия: квалифицированные преподаватели — носители всех вышеперечисленных качеств; условия их деятельности (материальные и организационные, технические и технологические); учебно-методическое и практическое обеспечение: специальные инновационно-ориентированные программы, и учебные курсы, учебные пособия, методические разработки для преподавателя и слушателя (студента, слушателя ФПК и др.).

В современной высшей школе приоритеты в маркетинговом образовании должны быть направлены на инновации, которые сегодня – основной источник экономического роста и важнейший фактор конкурентоспособности предприятий, регионов и национальных экономик.

Литература

1. Байбардина, Т. Н. Формирование инновационного маркетингового мышления как актуальное направление исследований в сфере образовательных услуг / Т. Н. Байбардина, И. И. Грищенко // Наука и бизнес: синергетическая модель в контуре активизации хозяйственной деятельности в области экономики и управления: междунар. науч.-практ. конф. (Брянск, 9-10 октября 2013) – Брянск, 2013. – С. 389-392.
2. Байбардина, Т. Н. Специфика современного этапа подготовки специалистов маркетологов в высшей школе с учетом инновационного развития экономики / Т. Н. Байбардина, О. А. Бурцева // Материалы междунар. науч.-метод. конференции (г. Белгород, 9-10 апреля 2014). – Белгород, 2014. – С. 140-149.
3. Байбардина, Т. Н. Совершенствование подготовки специалистов-маркетологов с учетом приоритетов инновационного развития Республики Беларусь / Т. Н. Байбардина, О. А. Бурцева // Леденцовские чтения. Бизнес. Наука. Образование: материалы III междунар. науч.-практ. конф., г. Вологда (28-29 марта 2013.): в 2ч. – ч. 1: Вологодский институт бизнеса, 2013. – С. 552-557.
4. Байбардина, Т. Н. Совершенствование подготовки специалистов-маркетологов с учетом приоритетов инновационного развития Республики Беларусь / Т. Н. Байбардина, О. А. Бурцева // Леденцовские чтения. Бизнес. Наука. Образование: материалы III междунар. науч.-практ. конф., г. Вологда (28-29 марта 2013.): в 2ч. – ч. 1: Вологодский институт бизнеса, 2013. – С. 552-557.
5. Байбардина, Т. Н. Формирование инновационного маркетингового мышления как актуальное направление исследований в сфере образовательных услуг / Т. Н. Байбардина, И. И. Грищенко // Наука и бизнес: синергетическая модель в контуре активизации хозяйственной деятельности в области экономики и управления: междунар. науч.-практ. конф. (Брянск, 9-10 октября 2013) – Брянск, 2013. – С. 389-392.
6. Байбардина, Т. Н. Совершенствование подготовки специалистов-маркетологов с учетом приоритетов инновационного развития Республики Беларусь / Т. Н. Байбардина, О. А. Бурцева // Леденцовские чтения. Бизнес. Наука. Образование: материалы III междунар. науч.-практ. конф., г. Вологда (28-29 марта 2013.): в 2ч. – ч. 1: Вологодский институт бизнеса, 2013. – С. 552-557.
7. Байбардина, Т. Н. Формирование инновационного маркетингового мышления как актуальное направление исследований в сфере образовательных услуг / Т. Н. Байбардина, И. И. Грищенко // Наука и бизнес: синергетическая модель в контуре активизации хозяйственной деятельности в области экономики и управления: междунар. науч.-практ. конф. (Брянск, 9-10 октября 2013) – Брянск, 2013. – С. 389-392.
8. Байбардина, Т. Н. Подготовка специалистов экономического профиля второй ступени высшего образования, ориентированных на внедрение инноваций / Т. Н. Байбардина, Н. П. Лапицкая, И. И. Костюк // Современные технологии непрерывного обучения школа-вуз: материалы всероссийской науч.-метод. конф. (Воронеж, 21-22 октября 2014) – Воронеж: Воронежский государственный университет инженерных технологий, 2014. – С. 114-122.