

УДК 378:339.138

Т. Н. Байбардина, О. А. Бурцева

Приоритеты в подготовке магистров по специальности «Маркетинг» в Республике Беларусь

АННОТАЦИЯ

В современной государственной политике Беларуси образование рассматривается как особая движущая сила социально-экономического развития страны, как лидер на пути ее инновационного обновления. Инновационная направленность республики определяет, в свою очередь, и новые приоритеты в развитии высшей школы, которые должны быть направлены на соответствие качества подготовки специалистов с высшим образованием требованиям современного уровня инновационного развития отраслей экономики и социальной сферы. В статье рассмотрены ключевые приоритеты в подготовке магистров по специальности «Маркетинг» в Республике Беларусь в условиях перехода высших учебных заведений на международную систему бакалавриата и магистратуры.

In the modern state policy of Belarus, education is considered as a special driving force of socio-economic development of the country, and as a leader of its innovative evolution. The orientation towards innovation of the Republic determines, in turn, new priorities in the higher education development. It is clear that the priorities should be aimed at matching the quality training of professionals with higher education to the modern-day level requirements to the innovative development of economy sectors and social sphere. The article deals with the key priorities in the masters' training in "Marketing" in Belarus Republic in the higher education transition to the international system of undergraduate and graduate studies.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

магистратура, специалисты по маркетингу, высшее образование, практико-ориентированная подготовка, система образования, качество образования

master's degree, marketing specialists, higher education, practice-oriented training, education system, education quality

Переход экономики Республики Беларусь 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 подготовить специалистов, обладающих не только практическими компетенциями в области маркетинга и профессиональной ориентацией для работы в реальном секторе экономики, но и способных к творческому использованию своего потенциала и готовых к нововведениям [1].

Ориентация высших учебных заведений Республики Беларусь на международную систему бакалавриата и магистратуры определяет и приоритеты в подготовке специалистов нового поколения XXI в., ориентированных на профессиональную деятельность в инновационной экономике страны.

В 2012–2015 годах в Республике Беларусь были проведены некоторые постепенные реформы высшей школы, в результате которых 14 мая 2015 г. Беларусь вступила в Европейское пространство высшего образования. С 2012 г., наряду с традиционными академическими программами подготовки магистров, начато проектирование программы так называемой «практико-ориентированной» или «профессиональной» магистратуры, которая обеспечивает подготовку высококвалифицированных специалистов, ориентированных не столько на научно-исследовательскую и научно-педагогическую, сколько на проектную, технологическую, методическую и управленческую деятельность. С учетом тенденций развития мирового образовательного пространства современные векторы развития национальной системы образования определены в документе «Концептуальные подходы к развитию

системы образования Республики Беларусь до 2020 года и на перспективу до 2030 года» [2].

Введение многоуровневой системы высшего образования в Республике Беларусь связано с новыми требованиями, предъявляемыми к подготовке специалиста в современную эпоху. Обучение в магистратуре по специальности «Маркетинг», прежде всего, позволяет пополнить потенциал знаний, причем позволяет сделать это системно, и получить весомое подтверждение достигнутого уровня – диплом магистра.

В настоящее время в Республике Беларусь функционирует 51 учреждение высшего образования (УВО), из них 42 государственных и 9 частных учреждений высшего образования. Подготовка специалистов по маркетингу осуществляется в 12 УВО [3].

В целом подготовка специалистов в стране осуществляется по 15 профилям образования, включающим 384 специальности высшего образования, 319 направлений специальностей, 1 169 специализаций. Общая численность студентов Республики Беларусь, обучающихся в УВО на начало 2017/2018 учебного года составляла 284,3 тыс. человек [4]. Наблюдается тенденция изменения контингента студентов в сторону его уменьшения. Так, в 2017/2018 учебном году по сравнению с 2014/2015 учебным годом в учреждениях высшего образования Республики Беларусь количество студентов во всех областях уменьшилось на 21,7 % (табл. 1).

Таблица 1

Численность студентов в учреждениях высшего образования Республики Беларусь в разрезе областей

Область	Число учреждений образования			Численность студентов, тыс. человек			
	2014/ 2015 учебный год	2016/ 2017 учебный год	2017/ 2018 учебный год	2014/ 2015 учебный год	2016/ 2017 учебный год,	2017/ 2018 учебный год,	темп прироста 2017/2018 уч.г. к 2014/2015 уч.г., %
Всего в Республике Беларусь	54	51	51	362,9	313,2	284,3	- 21,7
Брестская	4	4	4	29,6	24,8	21,8	- 26,4
Витебская	5	5	5	39,8	33,5	29,4	- 26,1
Гомельская	7	6	6	42,4	33,7	30,0	- 29,2
Гродненская	3	3	3	27,3	24,6	22,3	- 18,3
г. Минск и Минская область	30	28	28	190,8	167,7	154,6	-19,0
Могилевская область	5	5	5	33,0	28,5	25,8	- 21,8

Источник: разработано авторами.

Наблюдаемая тенденция к снижению числа студентов системы высшего образования объясняется существенным влиянием на белорусскую систему высшего образования демографического спада 1990–2000 годов.

Особую значимость в системе высшего профессионального образования в настоящее время приобретает подготовка магистров в УВО Республики Беларусь. Подготовка магистров в УВО Республики Беларусь осуществляется по двум направлениям, а именно: в научно-ориентированной и практико-ориентированной магистратуре. Однако в последнее время возрастает популярность практико-ориентированной магистратуры, которая объясняется возможностью улучшить карьерное и финансовое положение.

В результате мониторинга мотивации поступления в магистратуру, который был проведен в апреле 2019 г. кафедрой «Маркетинга» Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации (БТЭУ), у респондентов были выявлены следующие приоритеты поступления: чтобы иметь

лучшие возможности карьерного роста (51,6 %); интересно учиться, получать новые знания (30,4 %); чтобы иметь возможность получать более высокую заработную плату (24,5 %); чтобы иметь возможность быстрее найти работу по окончании (21,7 %); чтобы затем продолжить обучение в аспирантуре (18,0 %); чтобы изменить специальность (направление подготовки) (13,3 %); по совету родителей, друзей, преподавателей (11,9 %); чтобы иметь возможность жить в общежитии (6,7 %); чтобы избежать призыва в армию (5,6 %); за компанию с друзьями (3,2 %); это был случайный выбор (2,6 %); чтобы поехать на стажировку за рубежом (3,7 %); чтобы затем продолжить учиться за рубежом (2 %).

Результаты мониторинга подтвердили, что основными приоритетами для респондентов являются следующие: возможности карьерного роста, получения новых знаний, возможности иметь более высокую заработную плату.

Контингент магистрантов государственных УВО на начало 2017/2018 учебного года в Республике Беларусь составил 14 947 чел (табл. 2).

Таблица 2

Динамика численности магистрантов в Республике Беларусь в 2012–2017 годах

Годы	2012/2013	2013/2014	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018
принято в магистратуру	4 467	5 199	5 970	6 815	7 654	10 396
численность магистрантов	6 088	7 552	8 855	10 227	11 782	14 947
выпущено из магистратуры	3 062	3 319	3 761	4 516	5 034	5 920

Источник: разработано авторами.

Таблица 3

Удельный вес поступивших абитуриентов в практико-ориентированную магистратуру по Республике Беларусь за 2015–2018 годы

Годы	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Отклонение (+; –)	
					2018 г. от 2015 г.	2018 г. от 2017 г.
выпуск студентов I степени получения высшего образования в Республике Беларусь, тыс. чел.	362,9	336,4	313,2	284,3	– 78,6	– 28,9
принято на II степень получения образования, тыс. чел.	5,97	6,815	7,454	10,396	4,426	2,942
удельный вес поступивших в магистратуру, %	1,65	2,03	2,38	3,66	2,01	1,28

Источник: разработано авторами.

Таблица 4

Удельный вес поступивших абитуриентов в практико-ориентированную магистратуру Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации за 2015–2018 годы

Годы	2015	2016	2017	2018	Итого	Отклонение (+;-)
						2018 г. от 2015 г.
выпуск студентов I степени получения высшего образования, чел.	1 514	1 168	893	662	4 237	– 852
принято на II степень получения высшего образования, чел.	219	170	276	166	831	– 53
удельный вес поступивших в магистратуру, %	14,5	14,5	30,9	25,0	19,6	10,5

Источник: разработано авторами.

Подготовка кадров на уровне магистратуры осуществляется для всех отраслей народного хозяйства Республики Беларусь. Больше всего востребована подготовка магистров в сфере экономики и управления (29,7 %), а также в сфере техники и технологии (21,9 %) [3]. Наблюдается тенденция увеличения числа желающих продолжить обучение на второй степени практико-ориентированной магистратуры и расширения количества магистерских программ. В настоящее время подготовку магистров экономического профиля в научно-ориентированной магистратуре осуществляет 33 УВО, в практико-ориентированной магистратуре – 31 УВО (табл. 3) [3].

Данные табл. 3 свидетельствуют о том, что в 2018 г. принято на II степень получения образования 10 396 человек, что оставляет 3,66 % от общего количества выпускников по I степени получения образования в этом же году. Удельный вес поступивших в магистратуру в 2018 г. по сравнению с 2015 г. увеличился на 2,01 %, а по сравнению с 2017 г. на 1,28 %. Количество лиц, заинтересованных получить образование в магистратуре, постоянно растет, о чем свидетельствует имеющее место положительная динамика. Такая тенденция сохраняется и для БТЭУ. Соотношение выпускников I степени получения высшего образования и поступивших в магистратуру БТЭУ представлено в табл. 4.

Из данных, представленных в табл. 4, видно, что за период с 2015 г. по 2018 г. всего принято на II степень получения образования 831 человек, что составляет 19,6 % от общего количество выпускников I степени получения образования. Наибольшее количество выпускников I степени принято в магистратуру в 2017 г. (30,9 %). Наибольшее количество выпускников по I степени, заинтересованных продолжить обучение, в магистратуре выбирают специальность «Маркетинг» [3]. 82 % абитуриентов предпочитают заочную форму получения образования в практико-ориентированной магистратуре. В научно-ориентированной магистратуре преобладает

заинтересованность учиться на очной (дневной) форме получения высшего образования.

Постепенно меняется отношение к магистратуре и у работодателей, и у самих будущих магистрантов. Как показывает практика, при приеме на работу наниматели все больше обращают внимание на наличие диплома магистра у соискателя. По оценкам специалистов рынка труда Европы, сотрудник со степенью магистра зарабатывает на 30 % больше. По данным исследований 89,9 % выпускников магистратуры имеют преимущество на рынке труда за рубежом [3].

Вместе с тем, как показала практика, в настоящее время имеется ряд проблем в сфере подготовки специалистов-маркетологов по магистерским программам в Республике Беларусь, среди которых, в первую очередь следует назвать следующие:

- отсутствие в едином квалификационном справочнике должностей, предусматривающих наличие степени магистра по профильной специальности;
- увеличивающийся разрыв между качеством образования и ростом требований к компетенциям специалистов со стороны работодателей рынка труда;
- большие противоречия между ожидаемыми со стороны бизнес-структур результатами профессиональной подготовки студентов, закончивших магистратуру и степенью их удовлетворения уровнем квалификации выпускников магистратуры;
- отсутствие проведения на постоянной основе мониторинга изучения требований работодателей к выпускникам магистратуры, что обусловлено необходимостью адаптации процесса обучения специалистов требованиям рынка труда;
- несоответствие программ и технологий обучения магистрантов по специальностям экономического профиля в УВО Республики Беларусь потребностям рынка труда самих обучающихся, касающиеся уровня владения ими профессиональной компетентностью;

• недостаток финансовых возможностей у желающих продолжить обучение в магистратуре.

В связи с этим повышение уровня качества магистерского образования, создание необходимых условий для внедрения инновационных подходов в магистратуре обуславливают необходимость решения следующих приоритетных задач:

1) определить нормативный правовой статус на белорусском рынке труда выпускников магистратуры. Предусмотреть в Едином квалификационном справочнике должностей служащих (по уровню высшего образования) для ряда управленческих должностей наличие степени магистра по профильной специальности или магистра;

2) выявлять особенности подготовки специалистов для отечественных предприятий и организаций в соответствии с требованиями работодателей. Создавать в УВО Центры развития карьеры выпускников магистратуры;

3) создавать и внедрять в УВО Республики Беларусь современные технологии образования, отражающие потребности рынка в образовательных услугах: инновационно-образовательные программы, технологии и продукты, виртуальные и сетевые формы, каналы, методические и организационные инструменты обучения. При проектировании образовательных программ магистратуры предусмотреть возможность выбора магистрантом общеобразовательных дисциплин. Своевременно изменять компетенции преподавателей УВО с учетом современных подходов в обучении;

4) развивать сотрудничество с ведущими зарубежными университетами с целью повышения престижности белорусского магистерского образования. Активней внедрять практику выдачи двух дипломов: белорусского и иностранного;

5) формировать систему опережающей подготовки специалистов для сегментов быстрого экономического роста, в том числе высокотехнологичных, наукоемких отраслей, инновационных сфер деятельности и производств.

Решение данных приоритетных задач позволит поднять на новый качественный уровень подготовку специалистов высшей квалификации по специальности «Маркетинг» и удовлетворить потребности инновационной экономики Республики Беларусь в кадрах необходимой квалификации, повысить престижность обучения в магистратуре учреждений образования Республики Беларусь.

Список литературы

1. Подготовка маркетологов в высшей школе в условиях инновационного развития Республики Беларусь / Под общ. ред. Т. Н. Байбардиной. Гомель: Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации, 2017. 216 с.
2. Концептуальные подходы к развитию системы образования Республики Беларусь до 2020 года и на перспективу до 2030 года / Министерство образования Республики Беларусь. Минск: Национальный институт образования, 2018. 37 с.
3. Байбардина Т. Н., Бурцева О. А., Наливайко Л. С. Специфика подготовки маркетологов в магистратуре Республики Беларусь / Под общ. ред. Т. Н. Байбардиной. Литва: Palmarium Academic Publishing, 2019. 160 с.
4. Байбардина Т. Н., Марцинкевич Т. Ф., Бурцева О. А., Анисим С. Н. Приоритеты повышения уровня подготовки специалистов сферы маркетинга в условиях инновационного развития Республики Беларусь // Современные проблемы экономики, бизнеса и инновационного развития: Сб. научных статей по материалам Всероссийской научно-практической конференции Махачкала: АЛЕФ, ГГНТУ, 2018. С. 272–282.

Для связи с авторами:
Байбардина Татьяна Николаевна
e-mail: bibardina@mail.ru

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Байбардина Татьяна Николаевна, кандидат экономич. наук, доцент, зав. кафедрой «Маркетинг»

Baybardina Tatiana N., candidate of economic sciences, associate professor, head of the Marketing Department.

Бурцева Оксана Александровна, ст. преподаватель кафедры «Маркетинг»

Burtseva Oksana A., senior lecturer at the Marketing Department

Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации, Гомель, Республика Беларусь

Belarusian Trade and Economics University of Consumer Cooperatives, Belarus, Gomel

