

УДК 339.138:004:378

Т. Н. Байбардина (bibardina@mail.ru),
кандидат экономических наук,
доцент, заведующий кафедрой
Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

Л. П. Авдашкова (avdashkova@mail.ru),
кандидат физико-математических наук,
доцент, заведующий кафедрой
Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

А. А. Романюк (nastya.romanyuk.02@bk.ru),
аспирантка
Белорусского государственного
экономического университета
г. Минск, Республика Беларусь

ПРИОРИТЕТЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ В СФЕРЕ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА С УЧЕТОМ ТРЕБОВАНИЙ РЫНКА ТРУДА

В статье отражены результаты мониторинга востребованности специальности «цифровой маркетинг» среди абитуриентов и заказчиков кадров УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации» (далее – БТЭУ). Представлены потенциальные заказчики кадров по специальности «Цифровой маркетинг». Актуализированы приоритеты в подготовке специалистов нового цифрового поколения с учетом развития цифровизации экономики.

This article presents the results of a survey of the demand for the digital marketing major among applicants and sponsoring employers at the Belarusian Trade and Economics University of Consumer Cooperatives. Potential sponsoring employers for digital marketing majors are identified. Priorities for training next-generation digital specialists are updated, taking into account the evolving digitalization of the economy.

Ключевые слова: высшее образование; учреждения высшего образования; цифровой маркетинг; цифровизация экономики; абитуриент; заказчик кадров.

Key words: higher education; higher education institutions; digital marketing; digitalization of the economy; applicant; sponsoring employers.

Введение

В XXI в. образование становится одним из основных ресурсов развития национальной экономики. Инновационная направленность страны определяет, в свою очередь, и новые приоритеты 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 [1]. Учитывая потребность в разработке приоритетных направлений в подготовке профильных специалистов, обладающих необходимыми компетенциями для решения профессиональных маркетинговых задач в условиях цифровизации экономики, особую актуальность приобретает подготовка специалистов нового цифрового поколения.

В Республике Беларусь проводится целенаправленная политика по развитию цифровой экономики, которая предусматривает контроль бизнес-процессов во всех отраслях на основе интерне-

та и использования современных информационных технологий. Цифровизация организаций всех видов деятельности и форм собственности является важной составляющей построения «цифровой экономики» страны.

Однако для реализации стратегии развития информационной экономики, предусматривающей переход к информационным системам, способным самостоятельно формировать информацию для управления в режиме онлайн, необходимо расширение компетенций специалистов путем интеграции знаний в области программирования, маркетинга.

В современном мире практически каждому бизнесу требуются специалисты по цифровому маркетингу, которые способны на основе грамотно поставленной задачи специалистами, обладающими профильными компетенциями, сделать формальное описание процесса сбора и систематизации информации для продвижения товаров и услуг в интернете, сочетая навыки маркетинга, веб-аналитики и информационных технологий. Это обуславливает потребность экономики в подготовке специалистов квалификации «Программист. Маркетолог», способных связывать потребности маркетинга организаций с возможностями информационных систем и информационно-коммуникационных технологий в целях повышения эффективности экономики и бизнеса.

Специалисты данной специальности и профилизации востребованы ИТ-компаниями, вычислительными центрами Белкоопсоюза, крупными компаниями в Республике Беларусь и в странах зарубежья. Мониторинг сайтов по подбору кадров в Республике Беларусь показал, что в стране имеется устойчивый спрос на программистов, бизнес-аналитиков, менеджеров и консультантов по внедрению информационных технологий, использованию цифровых каналов для продвижения продуктов и услуг, разработчиков и специалистов по сопровождению информационных систем, специалистов в области управления информационными ресурсами и системами.

Для более детального анализа востребованности в специалистах данного профиля на рынке труда кафедрой маркетинга УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации» в марте 2026 года было проведено исследование, включавшее опросы потенциальных абитуриентов и организаций-заказчиков кадров. Эмпирическую базу мониторинга составила выборка респондентов численностью 126 человек.

Как показали результаты мониторинга, современные абитуриенты все чаще ориентируются на профессии, сочетающие креативность с владением цифровыми инструментами и данными. Это требует от образовательных учреждений своевременной адаптации программ и понимания реальных потребностей молодежи.

Проведенный среди абитуриентов мониторинг ориентирован на целесообразность открытия новой специальности «Цифровой маркетинг» с позиции готовности целевой аудитории к получению соответствующего образования. Как показали результаты проведенного исследования, 79,2% респондентов однозначно считают такое направление получения образования перспективным и востребованным.

Анализ восприятия перспективности специальности «Цифровой маркетинг» выявляет исключительно высокий уровень признания ее актуальности. Критически важным является отсутствие категорично негативных оценок (0%), что свидетельствует об универсальном признании ценности цифровых компетенций в современной экономике. Доля затруднившихся с ответом составляет всего 8,3%, что не выходит за рамки статистической погрешности и, скорее, отражает информационный пробел, устранимый в процессе профориентационной работы, нежели принципиальное сомнение в значимости профессии.

Демографический портрет целевого абитуриента на основании проведенного мониторинга свидетельствует о том, что это преимущественно выпускники колледжей (95,8%), преобладающее большинство которых (66,6%) уже определилось с выбором профессии.

Поскольку 95,8% опрошенных составляют выпускники колледжей, что позволяет судить о мнении аудитории с уже сформированным профессиональным базовым образованием и прагматичным подходом к выбору будущей профессии. Возрастная структура в ходе проведенного исследования была распределена равномерно: 50% респондентов в возрасте 17–18 лет и 50% – 19 и старше при преобладании женского пола (66,6%), что соответствует общей тенденции по гендерной структуре экономических и гуманитарных специальностей.

Заслуживают внимания данные по готовности к обучению конкретно в БТЭУ: 66,6% респондентов выразили твердое намерение получать образование по новой специальности именно в данном учреждении образования, тогда как 29,2% рассматривают такую возможность, формируя общий потенциал вовлеченности на уровне 95,8%. При этом признание общей перспективности специальности в конкретное намерение обучаться в БТЭУ составляет 84,1%, что указывает на

высокую репутационную привлекательность учреждения высшего образования и доверие к его способности обеспечить качественную подготовку в инновационной сфере.

Особое внимание заслуживает оценка статуса профессии «Программист. Маркетолог», именно такой профиль предполагается для выпускников специальности «Цифровой маркетинг». На вопрос «Считаете ли Вы профессию «Программист-маркетолог» значимой и востребованной?» результаты ответов среди потенциальных абитуриентов распределились следующим образом: положительно ответили 83,3%, возможно – 12,5%, затруднились ответить 4,2%, и при этом отсутствовали негативные оценки. Данные результаты подтверждают, что рынок труда ожидает не узких маркетологов, а цифровых профессионалов с экономическим мышлением и техническими компетенциями.

Анализ ожиданий относительно необходимых личных качеств специалиста выявляет четкую иерархию компетенций, которыми, по мнению абитуриентов, должен обладать профессионал в сфере цифрового маркетинга. На вопрос «Какие личностные качества необходимы для человека данной профессии?» результаты среди потенциальных абитуриентов распределились следующим образом: креативность заняла лидирующую позицию – 70,8%, на втором месте у абитуриентов занимает стратегическое мышление – 66,6%, на третьем месте стоит аналитический склад ума – 58,3%. Такая расстановка приоритетов свидетельствует о понимании будущей профессии респондентами.

Заслуживает внимания и мотивационная структура выбора сферы будущей деятельности респондентами. Так, например, на вопрос о привлекательности сферы деятельности выпускника специальности «Цифровой маркетинг» результаты опроса распределились следующим образом, 58,3% опрошенных респондентов приоритет отдают работе с техникой и программами, что отвечает ожиданиям выпускников колледжей технических и информационных профилей. 54,2% опрошенных отметили как преимущество – возможность работать удаленно. Перспективу стабильного дохода отметили 50% опрошенных. Такая расстановка приоритетов свидетельствует, что новое поколение в большей степени ценит гибкость и свободу организации рабочего времени. 41,6% респондентов отметили наличие творческого компонента в будущей профессии, что подтверждает ориентацию опрошенных на привлекательность профессиональной деятельности.

На основании совокупности полученных показателей комплексная оценка востребованности специальности «Цифровой маркетинг» позволяет сделать однозначный вывод о целесообразности и даже необходимости ее открытия.

Таким образом, результаты исследования дают основание для однозначного заключения об актуальности открытия специальности «Цифровой маркетинг» в БТЭУ. Сформированное рыночное сознание аудитории, отсутствие конкурентной специальности в региональном сегменте, высокий статус предлагаемой профессии «маркетолог-программист» и готовность целевой аудитории к обучению создают благоприятное окно возможностей для запуска инновационного образовательного продукта. Рекомендуется приступить к разработке учебного плана, ориентированного на развитие креативности, стратегического мышления и аналитических способностей, с обязательным включением модулей, обеспечивающих компетенции удаленной работы и работы с цифровыми инструментами. Целесообразным представляется установление партнерств с колледжами экономического и информационного профилей как основным источником контингента, учитывая доминирующее представительство их выпускников в структуре заинтересованной аудитории.

Конкурентным преимуществом выпускников предлагаемой специальности послужит образовательная программа, имеющая практическую направленность и построенная на стыке знаний потребностей маркетинга организаций с возможностями информационных систем и информационно-коммуникационных технологий в целях повышения эффективности экономики и бизнеса.

В результате проведенного мониторинга востребованности специалистов по специальности «Цифровой маркетинг» со стороны потенциальных заказчиков была выявлена следующая тенденция: наиболее востребованы специалисты IT-компаниями, осуществляющими разработку, внедрение и сопровождение программного обеспечения цифрового маркетинга в Республике Беларусь и в странах СНГ. Такими компаниями являются ООО «ЭЛИТСОФТ», ЧУП «Альтер-Смак», ОДО «Белмур», ОАО «Гомельоблреклама», ООО «ПромТоргСнаб», агентство «Открытие», ООО «Виктория рент», филиал «Гомелькоопвторресурсы», ООО «ЭдвисПАК», ОДО «Инвестпромгрупп», ИП Нидодиров М. С., магазин YellowBike, КСУП «Тепличное», ОАО «Ратон» и др. Это обусловлено набором профессиональных компетенций и задач, которые способен выполнить «Программист. Маркетолог»: решать практические задачи в маркетинге с применением современных офисных прикладных компьютерных программ; применять в практической деятельности основные

концепции, методы и инструменты маркетинга для повышения эффективности деятельности организации; разрабатывать визуальные решения для осуществления маркетинговых коммуникаций с целевым рынком; проводить комплекс маркетинговых исследований с целью информационного обеспечения принимаемых маркетинговых решений стратегического и тактического характера; использовать инструментарий цифрового маркетинга для достижения стратегических целей организации; анализировать онлайн-поведение целевой аудитории средствами веб-аналитики. Таким образом, в этих специалистах будут заинтересованы крупные организации, финансовые учреждения, торговые, строительные и иные субъекты хозяйствования, IT-компании.

Открытие подготовки специалистов общего высшего образования по специальности «Цифровой маркетинг» в учреждении образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации» будет способствовать успешной реализации Государственной программы «Цифровая Беларусь» в рамках «Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2026–2030 годы», утвержденной Решением Всебелорусского народного собрания от 19 декабря 2025 г. № 1 [2].

В условиях широкомасштабной и повсеместной цифровизации общественного производства перед системой высшего образования с большей актуальностью, как никогда, встает задача поиска и реализации новых направлений подготовки специалистов цифрового профиля. Открытие специальности «Цифровой маркетинг» в кратчайшие сроки позволит университету занять нишу в подготовке цифровых маркетологов с экономическим уклоном, что обеспечит устойчивое конкурентное преимущество на образовательном рынке Республики Беларусь.

Заключение

Таким образом, результаты исследования дают основание о целесообразности и своевременности инициирования образовательной программы «Цифровой маркетинг», обеспечивающей формирование компетенций «Программист. Маркетолог» и удовлетворяющей стратегическую потребность экономики Республики Беларусь в цифровой трансформации маркетинговой деятельности. Ориентация на формирование кадрового потенциала специалистов в сфере цифрового маркетинга позволит БТЭУ соответствовать требованиям развития современного информационного общества [3].

Список использованной литературы

1. **Подготовка** маркетологов в высшей школе в условиях инновационного развития Республики Беларусь : моногр. / Т. Н. Байбардина, И. И. Грищенко, О. А. Бурцева [и др.] ; под общ. ред. Т. Н. Байбардиной. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потреб. кооп., 2017. – 216 с.
2. **О программе** социально-экономического развития Республики Беларусь на 2026–2030 годы : Решение Всебелорус. нар. собр. от 19 дек. 2025 г. № 1 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – URL: <https://president.gov.by> (дата обращения: 30.03.2026).
3. **Байбардина, Т. Н.** Маркетинг и общество : учеб. пособие / Т. Н. Байбардина, О. А. Бурцева. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потреб. кооп., 2022. – 316 с.

Дата поступления: 01.04.2026.

Дата принятия: 27.05.2026.