

13. *Михеев, В. А.* Процесс создания инновационного конкурентоспособного импортозамещающего продукта / В. А. Михеев, А. В. Фролов, И. А. Петрова // *Инновации*. — 2014. — № 9. — С. 15—20.

Mikheev, V. A. Protsess sozdaniya innovatsionnogo konkurentosposobnogo importozameshchayushchego produkta / V. A. Mikheev, A. V. Frolov, I. A. Petrova // *Innovatsii*. — 2014. — № 9. — S. 15—20.

14. *Кармызов, А. В.* Механизм регулирования предложения товаров и услуг как основополагающий элемент политики импортозамещения на потребительском рынке Республики Беларусь / А. В. Кармызов, И. М. Микулич // *Инновационные технологии и интенсификация развития национального производства : материалы междунар. науч.-практ. конф., Тернополь, 20—21 окт. 2016 г.* — Тернополь : Крок, 2016. — Ч. 2. — С. 86—88.

Karmyzov, A. V. Mekhanizm regulirovaniya predlozheniya tovarov i uslug kak osnovopolagayushchiy element politiki importozameshcheniya na potrebitel'skom rynke Respubliki Belarus' / A. V. Karmyzov, I. M. Mikulich // *Innovatsionnye tekhnologii i intensifikatsiya razvitiya natsional'nogo proizvodstva : materialy mezhdunar. nauch.-prakt. konf., Ternopol', 20—21 okt. 2016 g.* — Ternopol' : Krok, 2016. — Ch. 2. — S. 86—88.

Статья поступила в редакцию 08.12.2016 г.

УДК 378.146

O. Morozovich
E. Golomazova
BSEU (Minsk)

ANALYSIS OF COMPETITIVENESS OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS' GRADUATES: CUSTOMER-ORIENTED APPROACH

Techniques for assessing the competitiveness of university graduates, which are used in domestic and foreign practice, do not allow to make ongoing monitoring of students' competencies compliance to the needs of employers. The results of the use of such techniques do not provide the ability to adjust quickly the learning process. Author's technique of rapid assessment of the competitiveness of graduates takes into account the needs of employers. Some results of author's technique testing are described. Methods of lexical and syntactic analysis are used while constructing of indicators of competitiveness different levels — educational, analytical, information, communication, social and personal, multiattributiv professional and applied. The results of self-rating of graduates are used to calculate the competitiveness index. The results of the proposed technique' application can be used by institutions of higher education in making tactical decisions in the field of training, as well as by potential graduates in determining their own career strategies.

Keywords: *technique for assessing the competitiveness of higher education institutions' graduates; requirements of employers to the graduates of higher education institutions; compliance of education market and labor market; competences of graduates; rapid assessment of the competitiveness of graduates; self-rating method; parsing; index of competitiveness of graduates; graduate career strategy; workforce training.*

O. A. Морозевич
кандидат экономических наук, доцент
Е. С. Голомазова
БГЭУ (Минск)

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ УЧРЕЖДЕНИЙ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ: КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД

Используемые в отечественной и зарубежной практике методики оценки конкурентоспособности выпускников высшей школы не позволяют провести текущий контроль соответствия ком-

петенций студентов потребностям работодателей с последующим использованием полученной информации для оперативной корректировки учебного процесса. В статье представлена авторская методика экспресс-оценки конкурентоспособности выпускников с учетом потребностей работодателей, а также описаны отдельные результаты по ее апробации. При конструировании показателей конкурентоспособности образовательного, аналитического, информационного, коммуникационного, социально-личностного, мультиатрибутивного профессионального и прикладного уровней использованы методы лексического и синтаксического анализа. При расчете индекса конкурентоспособности, основанного на перечисленных показателях, используются данные самооценки выпускников. Результаты использования предлагаемой методики могут быть применены как учреждениями высшего образования при принятии тактических решений в области подготовки кадров, так и потенциальными выпускниками при определении собственных карьерных стратегий.

Ключевые слова: методика оценки конкурентоспособности выпускников учреждений высшего образования; требования работодателей к выпускникам учреждений высшего образования; соответствие рынков образования и труда; компетенции выпускника; экспресс-оценка конкурентоспособности студента; метод самооценки; парсинг; индекс конкурентоспособности выпускников; карьерные стратегии выпускника; подготовка кадров.

Используемые в Республике Беларусь механизмы согласования потребностей рынка труда и возможностей рынка услуг высшего образования (в том числе планирование и прогнозирование кадровой потребности в молодых специалистах, профориентация молодежи, классификация и систематизация образовательных специальностей с приведением их в соответствие с профессиями рабочих и служащих) имеют долгосрочную направленность и не всегда способны обеспечить быструю реакцию системы высшего образования на текущие потребности работодателей. Недостаточная вовлеченность бизнеса в процессы разработки образовательных программ, а также в образовательную и исследовательскую деятельность затрудняет обеспечение соответствия предложения учреждений высшего образования требованиям рынка [1]. Очевидно, что необходим постоянный мониторинг потребностей работодателей, а также исследование эффекта от взаимодействия учреждений высшего образования и бизнеса, который заключается в подготовке необходимого экономике специалиста [2].

Степень соответствия личностных и профессиональных качеств выпускника требованиям работодателей определяет уровень его конкурентоспособности [3]. Конкурентоспособность выпускника необходимо отслеживать не только для того, чтобы оценить качество подготовки специалиста, но также для принятия мер по ее повышению на различных этапах профессионального становления специалиста (выбор профессии, обучение, трудоустройство, адаптация, повышение квалификации).

Анализ существующих методик оценки конкурентоспособности выпускников учреждений высшего образования позволил выделить несколько подходов. Так, ряд методик предполагает использование формальных признаков (уровень успеваемости, процент трудоустройства, стаж работы и т.п.) для оценки конкурентоспособности выпускников [4, 5]. Недостатком такого подхода является отсутствие связи с личностными и профессиональными качествами выпускника. Другая группа методик ориентируется на выявление требований работодателей и их удовлетворенности качеством подготовки специалистов путем их опроса, а также опроса выпускников относительно соответствия требованиям работодателей. Для нивелирования трудоемкости такого подхода исследователи нацелены на создание универсальных показателей конкурентоспособности без их профессиональной привязки либо учета личностных качеств выпускников [6—8]. Учет профессиональных требований и личных качеств выпускника ведет к необходимости построения сразу двух моделей — модели выпускника и модели специалиста, а уровень конкурентоспособности определяется путем сопоставления данных моделей [9]. Очевидно, что перечисленные методики подходят для выявления общих проблем системы высшего образования и не дают оперативную информацию о потребностях рынка труда.

Целью данного исследования стала разработка и апробация методики конкурентоспособности выпускников, которая позволила бы учесть текущие потребности работодателей в разрезе их профессиональной специфики, а также личные качества выпускника.

Для изучения потребностей работодателей предлагается применение метода синтаксического анализа (парсинга) сайтов, позволяющего провести сбор и первичную обработку информации, расположенной в открытом доступе. Для сопоставления требований работодателей с компетенциями, приобретенными выпускниками, предлагается использование метода самооценки. Он широко применяется в системе менеджмента качества организаций, в том числе учреждений высшего образования [10]. Самоанализ позволяет выработать тот стандарт, по которому учреждение высшего образования может измерить качество своей работы, т.е. достижение своей стратегической миссии и целей, на основании которых вырабатывается план действий для дальнейшего развития [11].

Разработанная методика оценки конкурентоспособности выпускников (рис. 1) апробирована на базе факультета маркетинга и логистики учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» и инженерно-экономического факультета учреждения образования «Белорусский государственный технологический университет» для оценки конкурентоспособности в области маркетинга и менеджмента информационных технологий (индустрии компьютерного ПО, компьютерных и мобильных игр, мобильных приложений, разработки сайтов и т.п.).

Формирование показателей конкурентоспособности проводилось путем сбора на сайте кадрового портала [12] информации о вакансиях (обязанности специалиста, требования к соискателю, ключевые навыки) в области маркетинга и менеджмента информационных технологий и последующего проведения лексического анализа полученных данных (анализировались все представленные на портале вакансии в указанной области (всего 30 шт.) за май—июль 2015 г.). Формулировки требований работодателей с аналогичным значением были приведены к единообразию. Предварительный перечень собранных требований к соискателям был сопоставлен с Образовательным стандартом для специальности первой ступени высшего образования «1 26 02 03 Маркетинг» [13], и посредством группировки были сформированы группы показателей конкурентоспособности. Подсчет частоты упоминания идентичных формулировок позволил присвоить веса показателям конкурентоспособности и их группам:

- образовательного уровня (наличие профильного высшего и дополнительного образования, понимание области работы и владение английским языком) — 0,08;
- аналитического уровня (владение подходами и умение проводить анализ больших данных) — 0,02;
- информационного уровня (владение базовым набором программ, а также специализированными программами) — 0,03;
- коммуникационного уровня (коммуникабельность, владение деловой перепиской) — 0,07;
- социально-личностного уровня (*soft skills*) — 0,14;
- мультиатрибутивного профессионального уровня (специализированные навыки в различных предметных областях маркетинга) — 0,59;
- прикладного уровня (опыт работы, в том числе за рубежом, а также наличие портфолио) — 0,07.

Такой подход к присвоению весов позволяет отразить наиболее востребованные компетенции специалистов на рынке труда.

Так, наиболее значимой группой показателей конкурентоспособности для работодателей исследуемой сферы являются показатели мультиатрибутивного профессионального уровня (вес — 0,59) и в частности компетенции в области интернет-продвижения (0,17) и прямых продаж (0,11).

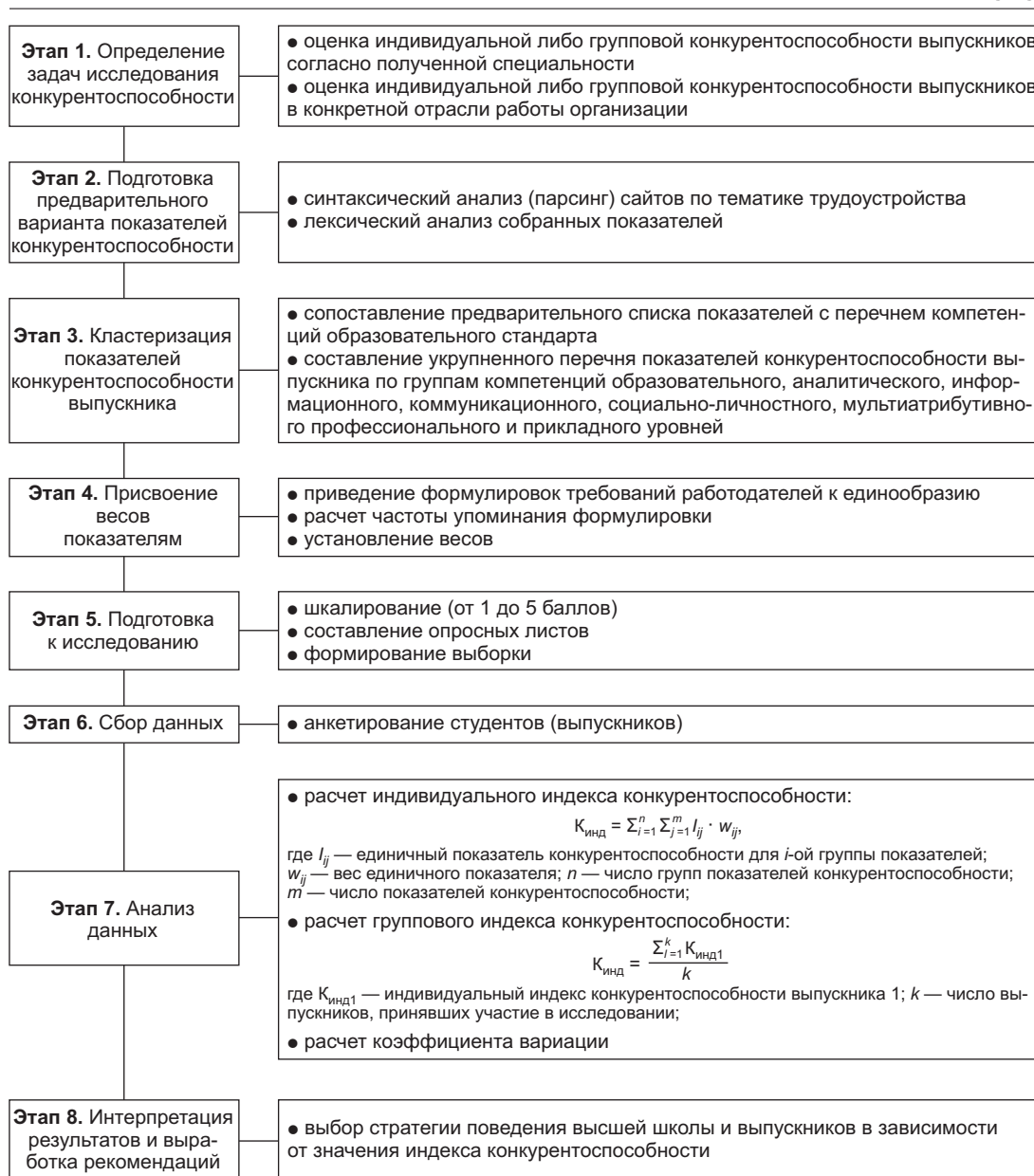


Рис. 1. Методика оценки конкурентоспособности выпускников высшей школы

Источники: разработано авторами.

Полученные показатели конкурентоспособности были включены в опросные листы для проведения дальнейшей самооценки выпускников своего уровня компетентности. При этом были использованы подходы к шкалированию, описанные в табл. 1.

Таблица 1. Используемые шкалы самооценки уровня конкурентоспособности выпускников учреждений высшего образования

Группа показателей	Используемая шкала
Показатели образовательного, аналитического, информационного, коммуникационного и социально-личностного уровней	1 — абсолютное отсутствие компетенции у выпускника либо его отрицательная оценка; 5 — наличие компетенции у выпускника в абсолютном проявлении
Показатели мультиатрибутивного уровня	1 — выпускник не знает, не умеет и не имеет опыта, как выполнять оцениваемый круг задач; 2,5 — выпускник лишь знает в теории, как выполнять задачи; 3,5 — выпускник знает в теории и выполнял на практических занятиях оцениваемый круг задач; 5 — выпускник знает, умеет и имеет опыт по выполнению оцениваемого круга задач
Показатели прикладного уровня, в том числе: <ul style="list-style-type: none"> • опыт работы • опыт профессионального либо образовательного пребывания за рубежом • портфолио выполненных проектов (работ), написанных статей 	<p>1 — отсутствие опыта работы; 3 — наличие минимально требуемого опыта работы по профессии; 5 — наличие максимально требуемого опыта по профессии</p> <p>1 — отсутствие такого опыта; 3 — наличие краткосрочного опыта (менее 3 месяцев в совокупности); 5 — наличие долгосрочного опыта (более 3 месяцев в совокупности)</p> <p>1 — отсутствует; 5 — есть в наличии</p>

Источники: составлено авторами.

После проведения сплошного анкетирования студентов выпускного курса БГЭУ специальности «Маркетинг» и БГТУ специальностей «Маркетинг», «Менеджмент» и «Экономика и управление предприятием» анкеты были подвергнуты логическому контролю с исключением неудовлетворяющих требованиям к качеству заполнения и внесены в базу данных с последующим проведением статистического анализа. Согласованность ответов студентов, полученная при расчете группового индекса конкурентоспособности, оценивается с учетом значения коэффициента вариации. В рассматриваемом примере он составил 12 и 19 % для студентов БГТУ и БГЭУ соответственно, что свидетельствует об однородности выборки.

Для интерпретации глобального индекса конкурентоспособности предлагается воспользоваться шкалой, представленной в табл. 2.

Таблица 2. Интерпретация значений глобального индекса конкурентоспособности выпускников высшей школы

Значения индекса	Возможные действия высшей школы	Возможные действия студентов
1	2	3
1,0—1,5 (очень низкая конкурентоспособность)	Студенты имеют недостаточные теоретические знания и навыки и практический опыт работы в исследуемой профессиональной области; необходимо усиление теоретической подготовки, расширение сфер компетенций студентов; требуется работа над социально-личностными и коммуникационными компетенциями студентов	Анализ факторов низкой конкурентоспособности; поиск путей повышения уровня конкурентоспособности; разработка плана мероприятий по повышению конкурентоспособности; поиск других сфер приложения хорошо развитых компетенций
1,6—2,5 (низкая)	Студенты имеют фрагментарные теоретические знания и навыки, отсутствует практический опыт работы; требуется усиление теоретической и практической подготовки по наиболее востребованным на рынке труда профессиональным компетенциям	Анализ факторов низкой конкурентоспособности; выбор приоритетных направлений повышения конкурентоспособности; разработка плана мероприятий по повышению значения приоритетных показателей

Окончание табл. 2

1	2	3
2,6—3,5 (средняя)	Студенты имеют хорошие теоретические знания, фрагментарно выработанные навыки, небольшой опыт практической работы; требуется развитие навыков и компетенций, востребованных на рынке труда; необходимо углубление теоретических знаний и навыков; стоит обратить внимание на развитие информационных и прикладных компетенций	Анализ сильных и слабых сторон; поиск путей нивелирования слабых сторон за счет использования сильных сторон; развитие умений и наработка практического опыта
3,6—4,5 (высокая)	Отличные теоретические знания, хорошие навыки, наличие практического опыта работы; необходимо развитие направлений и форм практической подготовки и выработки востребованных компетенций	Анализ сильных и слабых сторон; поиск путей применения знаний и умений на практике; углубление имеющихся знаний; расширение областей компетенций
4,6—5 (очень высокая)	Отличные теоретические знания, навыки, наличие значительного практического опыта работы; возможно ознакомление с другими профессиональными областями	Анализ сильных и слабых сторон; разработка карьерного плана; разработка плана повышения квалификации

Источники: составлено авторами.

Студенты БГТУ по уровню конкурентоспособности распределились следующим образом: 31 % имеют низкий уровень конкурентоспособности, 65 % — средний, 3 % — высокий. Распределение респондентов по уровню конкурентоспособности в разрезе специальностей представлено в табл. 3.

Таблица 3. Распределение студентов инженерно-экономического факультета БГТУ по уровню конкурентоспособности

Интервал индекса	Уровень конкурентоспособности	Маркетинг		Менеджмент		Экономика и управление предприятием	
		количество студентов	% студентов	количество студентов	% студентов	количество студентов	% студентов
1,6—2,5	Низкий	9	41	7	32	12	27
2,6—3,5	Средний	13	59	13	59	32	71
3,6—4,5	Высокий	0	0	2	9	1	2
Итого		22	100	22	100	45	100

Источники: составлено авторами.

По итогам оценки уровня конкурентоспособности студенты факультета маркетинга и логистики БГЭУ распределились следующим образом:

- 1,6—2,5 балла (низкий уровень конкурентоспособности): 7 %;
- 2,6—3,5 балла (средний уровень конкурентоспособности): 85 %;
- 3,6—4,5 балла (высокий уровень конкурентоспособности): 7 %.

В целом это соответствует распределению студентов по уровню среднего балла диплома (без учета государственного экзамена и защиты дипломного проекта).

Как отмечалось выше, наиболее значимой группой показателей конкурентоспособности для работодателей являются показатели мультиатрибутивного профессионального уровня. Рисунок 2 отражает уровень соответствия (в процентах) студентов изучаемых специальностей БГЭУ и БГТУ портрету идеального специалиста (принимает значение 100 % по всем показателям) в области маркетинга информационных технологий в раз-

резе профессиональных компетенций. Показатели перечислены в порядке убывания их значимости для работодателей.

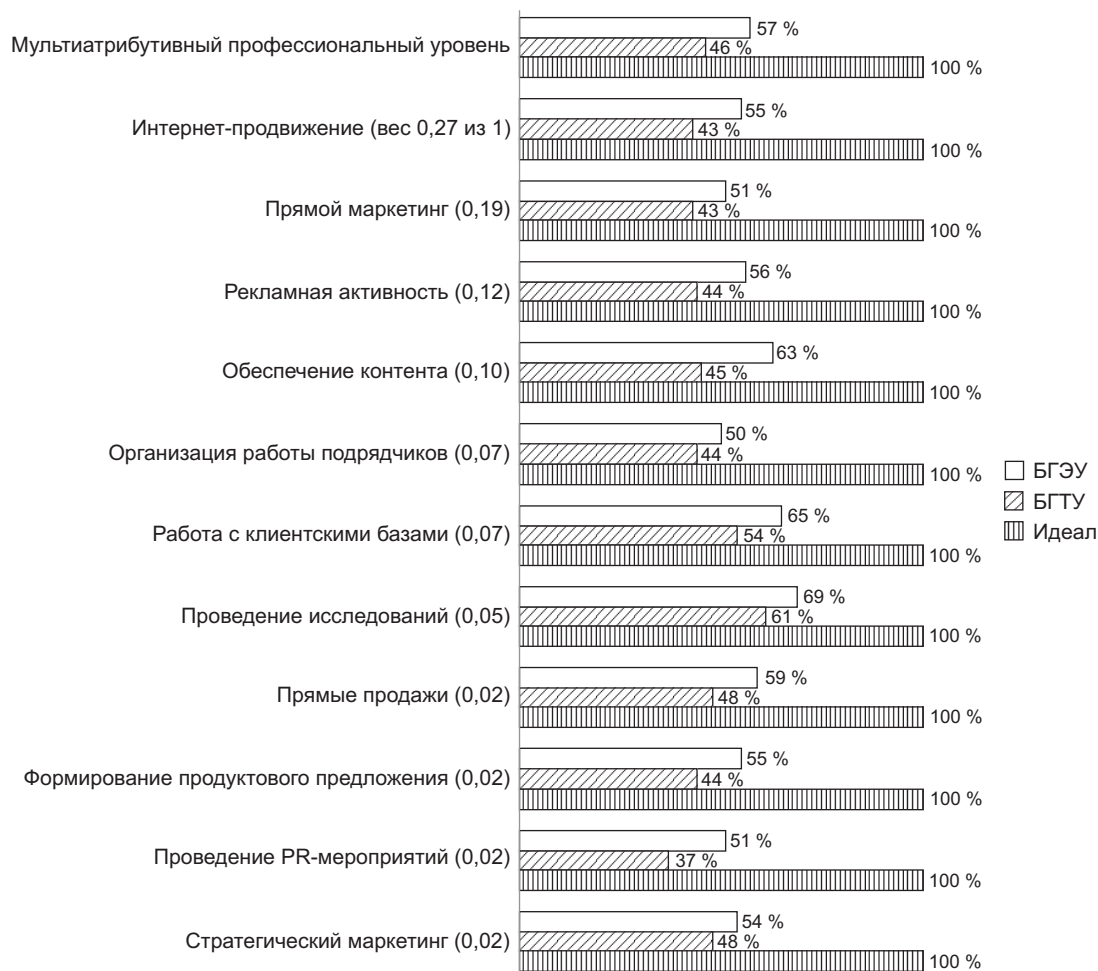


Рис. 2. Уровень соответствия студентов БГЭУ и БГТУ портрету идеального специалиста в области маркетинга информационных технологий в разрезе профессиональных компетенций

Источники: разработано авторами.

В целом можно сказать, что студенты обладают развитыми социально-личностными, коммуникационными и аналитическими компетенциями, хорошим уровнем теоретических знаний и фрагментарно выработанными практическими навыками по некоторым проблемным областям. Студентам не хватает специфических знаний и навыков в области менеджмента и маркетинга информационных технологий, а также опыта работы по специальности. По большей части показателей мультиатрибутивной профессиональной группы респонденты имеют хорошие теоретические знания, небольшие практические навыки, но в большинстве случаев отсутствует опыт практического применения знаний и навыков на реальных проектах.

Использование методики на стадии обучения позволит студентам сформировать реальное представление о требованиях работодателей к компетенциям специалиста определенной отрасли. Использование методики на стадии выпуска (приближения к выпуску) из университета позволяет определить качество подготовки специалистов с учетом их личностных характеристик, а также потребностей рынка труда.

Методику предлагается использовать учреждениям высшего образования на уровне кафедр и факультетов для изучения конкурентоспособности студентов выпускного курса в начале последнего года обучения. Это позволит получить оперативные данные, которые могут быть использованы кафедрами для корректировки и разработки учебных планов и программ, совершенствования методического обеспечения учебного процесса, разработки краткосрочных программ дополнительного образования и факультативов для студентов, корректировки и составления программы научно-исследовательской работы студентов. Для получения динамического ряда данных исследование стоит проводить два раза: в начале учебного года и перед выдачей дипломов студентам. Это позволит провести оценку запланированных действий по повышению конкурентоспособности выпускников.

Л и т е р а т у р а

1. Голомазова, Е. С. Анализ сложившейся в Республике Беларусь системы согласования рынка труда и рынка образования / Е. С. Голомазова, О. А. Морозевич // Науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2015. — Вып. 8. — С. 235—241.
2. Голомазова, Е. С. Анализ сложившейся в Республике Беларусь системы согласования рынка труда и рынка образования / Е. С. Голомазова, О. А. Морозевич // Науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2015. — Вып. 8. — С. 235—241.
3. Голомазова, Е. С. Показатели оценки результата кооперационной деятельности предприятия с УВО / Е. С. Голомазова // Инновац. образоват. технологии. — 2015. — № 3. — С. 43—49.
4. Голомазова, Е. С. Показатели оценки результата кооперационной деятельности предприятия с УВО / Е. С. Голомазова // Innovats. obrazovat. tekhnologii. — 2015. — № 3. — С. 43—49.
5. Хазова, С. А. Конкурентоспособность специалистов как акмеологическая категория [Электронный ресурс] / С. А. Хазова // Вестн. Адыг. гос. ун-та. Сер. 3: Педагогика и психология. — 2009. — № 3. — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. — Дата доступа: 10.05.2015.
6. Хазова, С. А. Конкурентоспособность специалистов как акмеологическая категория [Электронный ресурс] / С. А. Хазова // Вестн. Адыг. гос. ун-та. Сер. 3: Педагогика и психология. — 2009. — № 3. — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. — Дата доступа: 10.05.2015.
7. Сальникова, Л. Ю. Концепция управления конкурентоспособностью выпускников вузов на рынке труда / Л. Ю. Сальникова // Фундам. исслед. — 2011. — № 12. — С. 805—808.
8. Сальникова, Л. Ю. Концепция управления конкурентоспособностью выпускников вузов на рынке труда / Л. Ю. Сальникова // Fundam. issled. — 2011. — № 12. — С. 805—808.
9. Шавандина, О. А. К вопросу о конкурентоспособности специалистов, подготовленных вузом / О. А. Шавандина // Ползуновский вестник : в 2 ч. — 2005. — № 4. — Ч. 2. — С. 163—164.
10. Шавандина, О. А. К вопросу о конкурентоспособности специалистов, подготовленных вузом / О. А. Шавандина // Polzunovskiy vestnik : v 2 ch. — 2005. — № 4. — Ch. 2. — S. 163—164.
11. Киржbaum, О. В. Повышение конкурентоспособности выпускников вузов на рынке труда: организационный аспект : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08 00 05 / О. В. Киржbaum ; Ом. гос. ун-т им. Ф. М. Достоевского. — Омск, 2007. — 23 с.
12. Киржbaum, О. В. Povyshenie konkurentosposobnosti vypusknikov vuzov na rynke truda: organizatsionnyy aspekt : avtoref. dis. ... kand. ekon. nauk : 08 00 05 / O. V. Kirzhbaum ; Om. gos. un-t im. F. M. Dostoevskogo. — Omsk, 2007. — 23 s.
13. Заключение о методиках расчета показателя трудоустройства для мониторинга эффективности вузов по Информационным материалам к заседанию Межведомственной комиссии от 22.12.2014 г. по проведению мониторинга эффективности образовательных организаций высшего образования [Электронный ресурс] // СПбГУ. — Режим доступа: <http://spbu.ru/files/upload/expert/exp-metodikakh-rascheta1902.pdf>. — Дата доступа: 15.04.2015.

8. Лапина, Т. А. Оценка конкурентоспособности выпускников вузов на рынке труда (на примере выпускников 2008 г. экономического факультета ОмГУ им. Ф. М. Достоевского) / Т. А. Лапина // Вестн. Ом. ун-та. Сер. Экономика. — 2009. — № 3. — С. 94—97.

Lapina, T. A. Otsenka konkurentosposobnosti vypusknikov vuzov na rynke truda (na primere vypusknikov 2008 g. ekonomicheskogo fakul'teta OmGU im. F. M. Dostoevskogo) / T. A. Lapina // Vestn. Om. un-ta. Ser. Ekonomika. — 2009. — № 3. — S. 94—97.

9. Мошкovich, Л. И. Формирование оценки конкурентоспособности выпускника вуза [Электронный ресурс] / Л. И. Мошкovich, А. В. Новачук. — Режим доступа: http://umc.gu-unpk.ru/umc/arhiv/2006/2/Moshkovich_Novachuk.doc. — Дата доступа: 05.05.2015.

Moshkovich, L. I. Formirovanie otsenki konkurentosposobnosti vypusknika vuzha [Elektronnyy resurs] / L. I. Moshkovich, A. V. Novachuk. — Rezhim dostupa: http://umc.gu-unpk.ru/umc/arhiv/2006/2/Moshkovich_Novachuk.doc. — Data dostupa: 05.05.2015.

10. Шевченко, В. И. Совершенствование системы менеджмента качества в учреждении высшего образования / В. И. Шевченко // Весн. Беларус. дзярж. экан. ун-та. — 2012. — № 1. — С. 40—46.

Shevchenko, V. I. Sovershenstvovanie sistemy menedzhmenta kachestva v uchrezhdenii vyshego obrazovaniya / V. I. Shevchenko // Vesn. Belarus. dzyarzh. ekan. un-ta. — 2012. — № 1. — S. 40—46.

11. Thune, C. The European systems of quality assurance — Dimensions of harmonisation and differentiation / C. Thune // Higher Education Management. — 1998. — Vol. 10, № 3. — P. 9—26.

12. Электронная база данных вакансий и резюме соискателей Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://jobs.tut.by>. — Дата доступа: 01.05.2015.

13. Образовательный стандарт высшего образования первой ступени для специальности «1 26 02 03 Маркетинг» квалификации «Маркетолог-экономист» [Электронный ресурс] / М-во образования Респ. Беларусь. — Режим доступа: http://umo.bseu.by/doc/standart/1_26_02_03.pdf. — Дата доступа: 02.05.2015.

Статья поступила в редакцию 02.12.2016 г.

УДК 339.56: 339.923: 061.1

V. Ozhigina
BSEU (Minsk)

BELARUS — EAST AFRICAN COMMUNITY: STATUS AND DYNAMICS OF MUTUAL TRADE

Defined the features of economies and economic integration of the East African Community, described the structure and dynamics of trade relations of the Republic of Belarus with the countries in this region, identified problems and recommendations to correct them.

Keywords: international trade; East African Community; Republic of Belarus; Kenya; Rwanda; Tanzania; Uganda; Burundi; Southern Sudan; international economic integration.

В. В. Ожигина
кандидат экономических наук, доцент
БГЭУ (Минск)

БЕЛАРУСЬ — ВОСТОЧНОАФРИКАНСКОЕ СООБЩЕСТВО: СОСТОЯНИЕ И ДИНАМИКА ВЗАИМНОЙ ТОРГОВЛИ

Рассмотрены особенности экономики и экономической интеграции Восточноафриканского сообщества, охарактеризована структура и динамика торговых отношений Республики Беларусь со странами этого региона, выявлены проблемы и даны рекомендации по их устранению.