

Актуальные проблемы потребительской кооперации

Бык В. Ф.,

кандидат экономических наук, доцент Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Каунова Н. Л.,

старший преподаватель Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Бондарева Т. В.,

старший преподаватель Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Каунов К. И.,

аспирант Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Формирование логистической модели товароснабжения розничной торговли потребительской кооперации Республики Беларусь 3

В статье рассмотрены понятийный аппарат товаропроводящих систем, влияние логистики на товароснабжение розничной сети потребительской кооперации, проведена оценка состояния инфраструктуры товароснабжения и материальных потоков розничной торговли в системе Белкоопсоюза, обобщен современный зарубежный опыт организации товароснабжения розничной торговли, предложена логистическая модель товароснабжения розничной торговли потребительской кооперации Республики Беларусь.

Ключевые слова: товароснабжение; товародвижение; розничная торговля; логистика в потребительской кооперации.

Введение

Развитие потребительского рынка Республики Беларусь на современном этапе характеризуется постоянно изменяющимися условиями работы как для производственных предприятий, так и для торговых организаций. Растет число рыночных субъектов, в том числе и за счет зарубежных торговых структур, усиливается конкуренция, повышаются требования потребителей, все более либеральными становятся условия хозяйствования. В связи с этим перед потребительской кооперацией как важным социально-экономическим сегментом жизни страны стоят задачи качественного улучшения своей деятельности, в том числе за счет совершенствования инфраструктуры, участвующей в организации процесса товароснабжения.

Организованный на должном уровне процесс товароснабжения и надлежащий его контроль являются основанием для выполнения плана розничного товарооборота и его развития. В свою очередь розничный товарооборот является важнейшим показателем, характеризующим деятельность торговой отрасли системы потребительской кооперации.

Концепцией развития потребительской кооперации Республики Беларусь на 2016–2020 годы предусмотрено увеличение темпа роста розничного товарооборота торговли за 2016–2020 годы в целом по Белкоопсоюзу до 106,7%; рост товарооборота в расчете на 1 обслуживаемого жителя на 12,8%, в том числе сельского – на 16,7%; доведение удельного веса товарооборота потребительской кооперации в общем объеме товарооборота торговли через все каналы реализации в 2020 году до уровня не менее чем 6,6%.

Исследование понятийного аппарата товаропроводящих систем

В современной экономической литературе приводятся различные трактовки определения экономических категорий «товароснабжение» и «товародвижение». В данной публикации приведем наиболее короткие, но выражающие, на наш взгляд, основную сущность этих двух понятий, приведенных в Государственном стандарте Республики Беларусь (СТБ 1393-2003 «Торговля. Термины и определения») и Государственном стандарте Российской Федерации (ГОСТ Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения»): «...*товароснабжение*: система мероприятий по доведению товаров от производителя до мест продажи или потребления», «...*товародвижение*: процесс физического перемещения товара от производителя в места продажи или потребления».

Таким образом, применительно к теме исследования, товароснабжение – это процесс обеспечения розничных торговых предприятий товарами в необходимом объеме и ассортименте путем реализации организациями потребительской кооперации комплекса коммерческих, организационно-технологических и юридических операций. Товародвижение же представляет собой процесс доведения товаров от предприятий-изготовителей до торговых залов предприятий розничной торговли или до внерыночных потребителей. Поскольку подавляющая часть товарной массы реализуется в розничной торговой сети, товародвижение прежде всего должно быть направлено на организацию эффективного товароснабжения магазинов. Значит, *в общем плане экономическая категория «товароснабжение» шире понятия «товародвижение»*, так как работа по рациональной организации товароснабжения объектов розничной торговли начинается значительно раньше, чем произведенные товары начнут свое движение от производителя к конечному потребителю.

Организация товароснабжения розничной сети включает в себя: определение потребности в некоторых товарах; поиск и выбор наиболее выгодного с экономической точки зрения поставщика (поставщиков) этих товаров; заключение договоров (сделок) с выбранными поставщиками; выбор метода доставки товаров в магазины; контроль за ходом выполнения договоров; приемку и размещение товаров в торговом зале. Таким образом, товароснабжение в торговле представляет собой комплекс торгово-оперативной деятельности торговых организаций, основной целью которого является создание широкого и устойчивого ассортимента товаров в магазинах. Важнейшими принципами рациональной организации и технологии товароснабжения являются планомерность, ритмичность, оперативность, централизация, технологичность, экономичность.

Влияние логистики на товароснабжение розничной сети потребительской кооперации

В связи с тем, что система потребительской кооперации Беларуси в целом представляет собой единую общереспубликанскую торговую организацию, мы можем в контексте целевой установки проводимого исследования опираться на рассмотрение розничной торговой сети как «основанной на логистических принципах торговой организации, объединяющей в единую структуру объекты розничной торговли, находящиеся под общим управлением. Такие сети имеют одного владельца и единый контролирующий орган за деятельностью всех магазинов, входящих в сетевое образование» [1, с. 45].

Розничным торговым сетям, которые являются буферным элементом системы товародвижения, для эффективного функционирования необходимо совместно с поставщиками и потребителями управлять ключевыми бизнес-процессами на всех этапах перемещения товара по рыночной цепи, что соответствует потоковой концепции, основой которой является нахождение динамического баланса во взаимодействии предприятий сфер производства и потребления. В связи с этим, систему взглядов на оптимизацию торговой деятельности посредством рациональной организации потоковых процессов отражает логистика.

Розничная торговля и логистика имеют непосредственное отношение к доступности и отсутствию дефицита какой-либо продукции в местах ее реализации. Во многих исследованиях задача логистики определяется посредством соотношения параметров доставка – место – время с понятием «нужный»: «доставка нужной продукции в нужное место и нужное время». Однако специфика функционирования сетевой розничной торговли требует корректировки такой трактовки задач, стоящих перед логистическими аспектами ее деятельности в силу следующих моментов: изменилось соотношение сил участников логистической цепи в том, что сегодня именно организации розницы являются инициаторами разработки новых товаров, которыми ранее являлись производители; розничная организация в условиях жесткой конкуренции должна быстро реагировать на нестабильный покупательский спрос, что влечет за собой необходимость внедрения передовых информационных технологий, эффективного управления товарными запасами, а также сокращение участников цепи поставок. Основное внимание розничная торговля уделяет созданию ценностей для потребителя посредством оптимального предложения товаров, создания позитивной атмосферы

ры и снижения риска при совершении покупок, удобства самого процесса покупок, а также снижения цен при контроле затрат; стремление удержать относительно низкий и стабильный уровень продажных цен при обеспечении высоких стандартов обслуживания потребителей, торговые предприятия активизируют поиск направлений и способов снижения общего уровня логистических издержек в цепи поставок [2, с. 15].

Из сказанного в данном подпункте можно выделить то, что целью формирования и оптимизации цепей поставок розничных сетей является обеспечение доступности товара, необходимого для удовлетворения своих требований и предпочтений в определенные потребителем временные рамки при приемлемых затратах, т. е. формирование потребительской ценности. Причем формирование таких цепей поставок может происходить с учетом того, что розничные организации выполняют функции фокусной (центральной) компании, являющейся инициатором формирования и контролирующей деятельность всей цепи поставок, а также ориентируются на развитие собственных сетей первичного распределения (поставщик – распределительный центр) посредством рационализации всех бизнес-процессов товароснабжения [3, с. 187].

Оценка состояния инфраструктуры товароснабжения розничной торговли в системе потребительской кооперации

Организационно-экономическая модель товароснабжения розничной торговли в потребительской кооперации Республики Беларусь построена по территориально-отраслевому принципу, имеет двухуровневое линейно-функциональное построение: республиканский опт – областной опт. Несовершенство стратегии и тактики развития субъектов оптовой и розничной торговли, а также разрозненность их действий на рынке оптовых закупок не позволяли применить в полной мере имеющийся потенциал потребкооперации как полисистемного образования.

Первые шаги по рационализации организации процессов товародвижения и товароснабжения розничной торговой сети сделаны потребительской кооперацией 1 апреля 2014 года путем создания оптово-логистического центра (ОЛЦ) на базе унитарного предприятия «Белкоопвнешторг Белкоопсоюза» (проведена реорганизация трех оптовых республиканских предприятий: ОЛЦ Белкоопсоюза, ТУП «Белкоопвнешторг Белкоопсоюза», УП «Белкоопвнешторг»), выполняющего функции оптового оператора по закупке и поставке импортных товаров, включающего региональные распределительные центры (склады) на действующих оптовых базах, интеграцию районных торгово-распределительных складов. С целью достижения максимальной эффективности логистики и мобильности в поставке товаров на базе имеющихся складских площадей областных оптовых предприятий созданы региональные оптовые подразделения в г. Витебске, г. Бресте, г. Полоцке, г. Кричеве, г. Молодечно и г. п. Новоеल्या (Гродненская обл.). За каждой логистической площадкой были закреплены торговые представители и региональные менеджеры, в сферу ответственности которых входит взаимодействие с розничными торговыми организациями [4].

Помимо оптово-логистического центра (республиканский уровень) по состоянию на 2016 год в системе потребительской кооперации функционировало 12 областных баз во всех областных потребительских союзах, за исключением Гродненской области, которые в перспективе предусматривалось преобразовать в филиалы ОЛЦ, а также ликвидировать распределительные склады районных потребительских обществ. Однако по настоящее время перестройка областных оптовых организаций не осуществилась.

Анализ состояния розничной торговой сети потребительской кооперации Республики Беларусь за 2012–2017 годы свидетельствует о том, что количество розничных торговых объектов ежегодно сокращается (исключение составляет 2015 год) – количество магазинов уменьшилось на 1 575 единиц, соответственно, торговая площадь магазинов потребительской кооперации сократилась на 118,7 тыс. м², или на 12,1%. В связи с этим, удельный вес торговой площади магазинов потребительской кооперации в торговой площади магазинов по Беларуси уменьшился на 7,9%. Такая ситуация наблюдается на фоне роста количества розничных торговых объектов по республике в целом. За указанный период темп роста количества розничных торговых объектов по республике составил 130,4% (на конец 2017 года – 62 333 ед.).

Важнейшей отличительной особенностью в деятельности торговой отрасли потребительской кооперации Беларуси, организации товароснабжения розничной торговой сети является то, что значительная часть магазинов расположена в сельских населенных пунктах. Это также создает определенные трудности и проблемы, которые влияют на результативность работы системы. За анализируемый период удельный вес количества магазинов потребительской кооперации, расположенных в сельской местности, в общем количестве магазинов потребительской кооперации составлял в 2012 году 57,1%, в 2017 – 66,9% (5 437 ед.). Удельный вес торговой площади магазинов

потребительской кооперации, расположенных в сельской местности, в торговой площади по республике, соответственно, составлял в 2012 году 18%, в 2017 – 8,4% [5].

В связи со сложившейся ситуацией, необходимо особое внимание уделять организации процесса товароснабжения. От этого будет зависеть реализация социальной функции торговой отрасли потребительской кооперации – удовлетворение спроса населения и, в первую очередь, жителей сельских населенных пунктов.

Последовательно проводимая работа по совершенствованию организационной структуры управления системы потребительской кооперации позволила за исследуемый период реорганизовать 67 юридических лиц и их структурных подразделений, филиалов, оптимизировать штатную численность работников в целом по системе на 15,1 тыс. единиц, в том числе руководителей и специалистов – на 1,8 тыс. единиц (по состоянию на начало 2017 года в Белкоопсоюзе насчитывалось 327 юридических лиц).

Вместе с тем, потребительской кооперации присущи достаточно инерционные явления, из которых наиболее очевидны излишняя централизация, дублирование управленческих функций по уровням управления, несовершенство коммуникаций. В целях преодоления этих недостатков Правлением Белкоопсоюза предложено, по примеру российских коллег, создание *закупочных комитетов*, которые могли бы взять на себя ответственность за предоставление производителями при заключении договоров наиболее выгодных для системы потребкооперации условий поставки товаров. В компетенцию *центрального закупочного комитета* должны входить наиболее масштабные закупки товаров. Причем на закупочные комитеты возложены обязанности по работе не только с товарами для торговли, но также и по сырью, например, для кооперативной промышленности – муке, сахару, другим ингредиентам. Важная роль отводится управлению торговли Белкоопсоюза, сотрудники которого должны взять на себя отработку вопросов по закупке на конкретных предприятиях с последующим информированием членов закупочных комитетов для принятия окончательного решения [6].

Оценка структуры материальных потоков товароснабжения розничной торговли в Белкоопсоюзе

Основной качественной и количественной характеристикой материального потока товароснабжения розничной сети Белкоопсоюза является розничный товароборот и его структура.

Результаты анализа показателя розничного товароборота потребительской кооперации Республики Беларусь в фактически действовавших ценах за 2012–2017 годы свидетельствуют, что его темп роста за этот период составил 126,2%, при этом наблюдается устойчивая тенденция снижения индекса физического объема розничного товароборота в сопоставимых ценах в процентах к предыдущему году. В 2017 году индекс составил 90,6%, с 2014 года данный показатель ниже 100%.

Наблюдается устойчивая тенденция сокращения доли рынка потребительской кооперации. Удельный вес розничного товароборота потребительской кооперации в общем объеме розничного товароборота торговых организаций Республики Беларусь в 2017 году составил 6,24%, что на 4,46% ниже показателя 2012 года.

В структуре розничного товароборота потребительской кооперации Республики Беларусь преобладают продовольственные товары. Их удельный вес на протяжении всего анализируемого периода составляет более 80%, а в 2017 году он составил 89,7%. Такая структура розничного товароборота будет оказывать влияние на организацию процесса товароснабжения и определять определенную его специфичность.

В 2016 году доля централизованной доставки товаров от поставщиков составила 70,4% в оптовом товарообороте Белкоопсоюза, в том числе, в структуре по облпотребсоюзам: Брестский – 4,5%; Витебский – 4,7; Гомельский – 22; Минский – 13; Могилевский – 34,4%.

Удельный вес оптового звена в поставках товаров в 2014 году составил 26,0%, в 2015 году – 25,1 и в 2016 году – 20,5%. Удельный вес в поставках товаров организациям от оптово-логистического центра Белкоопсоюза за этот период вырос с 11,5% до 13,8% [7].

Зарубежный опыт организации товароснабжения розничной торговли

В последние годы процессы в системах товароснабжения зарубежных стран подверглись изменениям. Указанные страны практически отказались от сложившейся многозвенной и многоканальной системы товароснабжения, так как современная структура на основе оптовых организаций перестала поддерживать ее эффективный процесс. Розничные организации прибегают к помощи посреднических распределительных либо транспортных фирм взамен обычной схемы товароснабжения через закупочные розничные объединения или оптовые организации. Супермар-

кеты заказывают многие товары по каталогу, в большинстве случаев формированием диапазона товаров занимаются специально выделенные для этого работники – так называемые посредники-эксперты, которые формируют ассортимент непродовольственных товаров в магазине, корректируют и определяют наименьший товарный резерв по каждому товарному артикулу, организуют грамотную выкладку товаров, складирование, дают обширные товароведческие консультации предприятиям розничной торговли.

Функцию поставщиков за рубежом часто осуществляют промышленные компании, которые в свою очередь, создают свои фирмы сбыта. Например, система товароснабжения США может «существовать» в трех формах. По регионам создаются свои фирмы или офисы продаж по сбыту продукции. Розничная торговля сама по себе осуществляет оптовые закупки товаров в промышленности (до 60% непродовольственных товаров массового потребления приходится на розничную торговлю). Создаются специализированные фирмы в розничной торговле, которые занимаются товароснабжением и закупкой для себя. Доля розничной торговли в США в общем товарообороте составляет около 50%, в Германии – 60%, в Японии – 80% [8].

Поставки товаров в розничную торговлю в Японии осуществляются только специализированными первичными и вторичными фирмами. Первичные фирмы – это большие компании, связанные с промышленностью и занимающиеся товароснабжением крупных универмагов и сетей супермаркетов. Вторичные (узкоспециализированные) фирмы получают товары от первичных и доставляют их в небольшие магазины. Во Франции существует большое многообразие торгово-закупочных объединений и центров, осуществляющих товароснабжение магазинов определенного ассортиментного профиля: непродовольственных и продовольственных товаров либо одна группа служб по обслуживанию только супермаркетов и т. п. В таких центрах обширно распространены склады самообслуживания площадью 400 – 1 500 м [9].

Данные меры по улучшению организации товароснабжения объектов розничной торговли принимаются в развитых странах в условиях жесткой конкурентной среды. Изучение их опыта может позволить торговле потребительской кооперации Беларуси в условиях перехода к рыночным отношениям избежать просчетов в организации товароснабжения. Поэтому, исходя из сказанного, можно предложить, чтобы современная модель товароснабжения розничной торговли Белкоопсоюза включала в качестве основных поставщиков социально ориентированные предприятия, поставляющие продукцию населению и организациям розничной торговли; оптовые организации, ориентированные на товароснабжение граждан с ограниченным доходом, а сами звенья и элементы модели могли бы сочетать в себе два направления: первое – оптовые организации исполняют функции товароснабжения розничного звена, в то же время реализуя товары непосредственно населению по сниженным ценам; второе – розничные организации могут принимать на себя отдельные функции товароснабжения, не нарушая общей стратегии Белкоопсоюза.

Модернизация логистической инфраструктуры товароснабжения розничной торговли потребительской кооперации Республики Беларусь

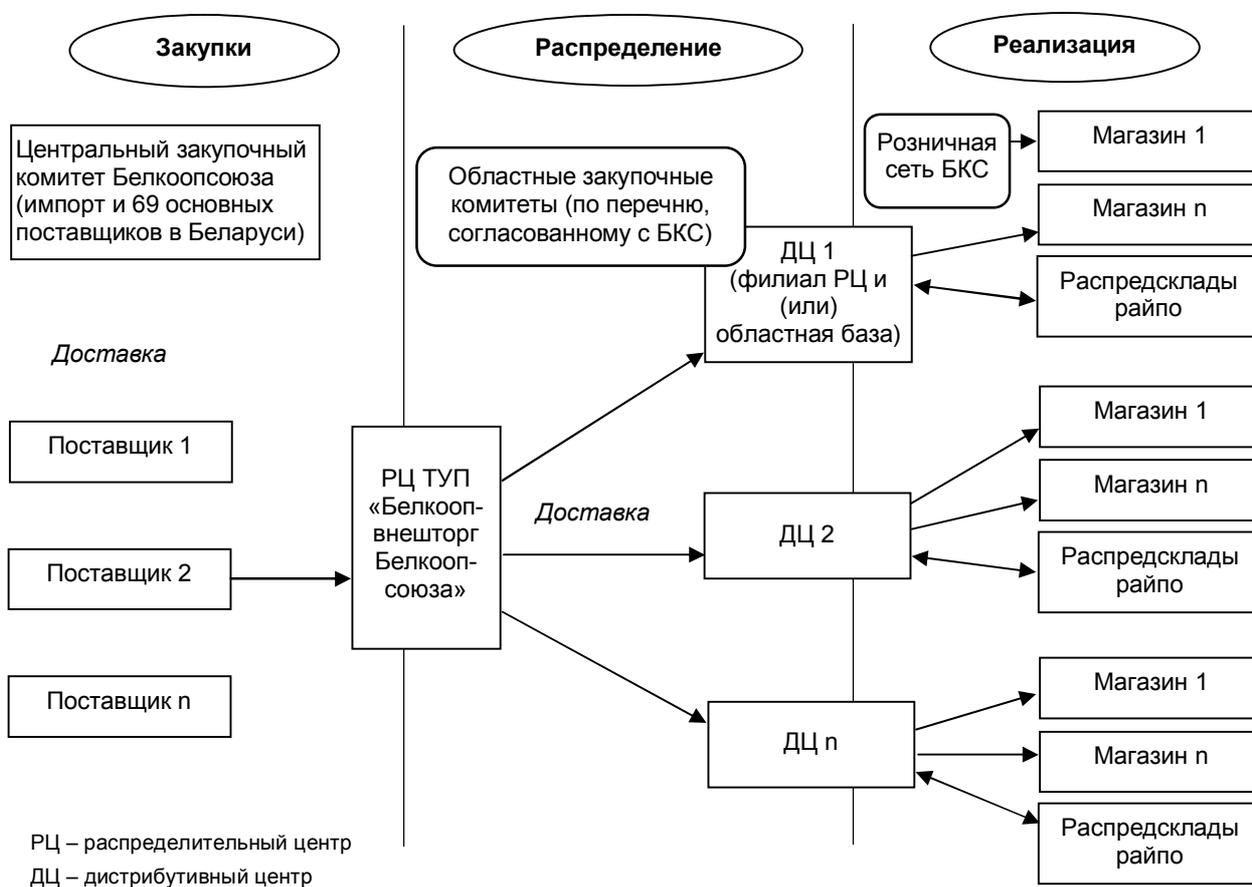
Логистическая инфраструктура розничной торговой сети характеризуется наличием системы распределения товарных потоков по географическому признаку. При этом можно выделить следующие товарные потоки: потоки товаров, идущие от производителей или поставщиков в распределительные центры; потоки товаров, идущие от распределительных центров в дистрибутивные центры; потоки товаров, идущие от дистрибутивных центров в магазины сети; потоки товаров, идущие от производителей и поставщиков в магазины сети; потоки товаров, идущие от производителей и поставщиков в дистрибутивные центры; потоки товаров, идущие от дистрибутивных центров к потребителям.

В настоящее время в потребительской кооперации действуют три схемы товародвижения. Первая схема предусматривает участие унитарного предприятия «Белкоопвнешторг» в закупках и поставке товаров в соответствии с утвержденной специализацией (утверждается постановлением Правления Белкоопсоюза).

Вторая схема – в областных потребсоюзах подведомственные оптовые организации осуществляют закуп отечественных товаров в соответствии с утвержденной специализацией (утверждаются постановлениями Правления Белкоопсоюза и правлений облпотребсоюзов и облпотребобщества). Третья – райпо самостоятельно осуществляет закуп по товарам, которые не вошли в перечни товаров для УП «Белкоопвнешторг» и областных оптовых организаций.

Такая система закупки пока не подтвердила свою эффективность, зачастую происходит дублирование по товарам и поставщикам. Практика показала также, что цены на товары, закупаемые ТУП «Белкоопвнешторг», не всегда являются конкурентоспособными.

Проведенное исследование позволило разработать примерную модель логистической инфраструктуры товароснабжения розничной торговой сети потребительской кооперации Республики Беларусь с учетом новаций, внедряемых в системе Белкоопсоюза в последние годы, и международного опыта (рисунок). Организация товароснабжения с использованием предложенной модели позволяет за счет создания закупочных комитетов в Белкоопсоюзе, облпотребсоюзах (ОПС) и облпотребобществе (ОПО), сети региональных филиалов ТУП «Белкоопвнешторг Белкоопсоюза», исключить многочисленные звенья на уровне райпо, отдельные областные оптовые базы при продвижении товаров от производителя (поставщика) до розничного торгового объекта (покупателя). Поступление товаров собственного производства из внутрисистемных источников в объекты розничной торговли потребительской кооперации должно осуществляться преимущественно с использованием каналов первого уровня: управляющий орган (ОПС, ОПО, райпо) – распредсклад райпо – магазины, а поступление товаров от внесистемных поставщиков – с использованием канала распределения второго уровня: распределительный центр (РЦ) – сеть региональных филиалов РЦ – магазины.



Логистическая инфраструктура товароснабжения розничной торговой сети потребительской кооперации Республики Беларусь

Примечание – Источник: составлено авторами по результатам исследования.

Применение логистического подхода в организации товароснабжения позволит осуществлять интеграцию отдельных составляющих товаропроводящей цепи (технической, технологической, информационной, экономической) в единую систему управления информационными и денежными потоками и, как следствие, реализовать перспективные мероприятия по развитию торговой отрас-

ли в соответствии с принятой Концепцией развития потребительской кооперации Республики Беларусь на 2016–2020 годы [10].

Заключение

Актуальность проблемы товароснабжения розничной торговли потребительской кооперации Беларуси связана с ужесточением конкурентной борьбы и ухудшением платежеспособности сельского населения. Совершенствование управления товароснабжением розничной кооперативной торговли будет способствовать реализации социальной миссии потребительской кооперации – удовлетворению потребностей населения в товарах высокого качества.

Товароснабжение розничной торговли потребительской кооперации имеет свои особенности, обусловленные многоотраслевым характером деятельности кооперативных организаций, наличием внутрисистемной интеграции, возможностью формирования товарных ресурсов из внесистемных и внутрисистемных источников, спецификой спроса сельского населения. На современном этапе управление товароснабжением с точки зрения логистики становится практически базовым конкурентным преимуществом торговых сетей, позволяя в рамках концепции «точно в срок» снижать логистические затраты на всех этапах движения товарного потока, увеличивать скорость оборота товарных запасов, а значит и денежных средств, обеспечивая рост выручки и прибыли торговых организаций.

По нашему мнению, предложенная в данном исследовании логистическая модель товароснабжения розничной торговли потребительской кооперации Республики Беларусь за счет формирования рациональной логистической инфраструктуры будет способствовать процессу повышения эффективности и своевременности поставок товаров в розничную сеть в необходимом объеме и ассортименте, обеспечит ускорение товарооборачиваемости в торговле, позволит снизить издержки обращения и, в конечном итоге, удовлетворить потребности обслуживаемого населения в товарах высокого качества.

Список использованной литературы

1. **Приходько, Е. В.** Материалопроводящие системы как фактор развития розничных сетей / Е. В. Приходько // Вестн. молодых ученых Самар. гос. экон. ун-та. – 2014. – № 1 (29). – С. 132 – 136.
2. **Ковалев, К. Ю.** Логистика в розничной торговле: как построить эффективную сеть / К. Ю. Ковалев, С. А. Уваров, П. Е. Щеглов. – СПб. : Питер, 2007. – 272 с.
3. **Евтодиева, Т. Е.** Развитие форм организации логистики: теория и методология: дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / Т. Е. Евтодиева. – Самара, 2012. – 404 с.
4. **Бык, В. Ф.** Логистические центры как фактор повышения эффективности товародвижения в логистических цепях / В. Ф. Бык // Потребит. кооп. – 2016. – № 2. – С. 23–34.
5. **Данные** о наличии розничной торговой сети (оперативная отчетность) – Минск : Белкоопсоюз, 2017. – 8 с.
6. **Рудницкий, А.** Со своим уставом к поставщикам не ходят / А. Рудницкий // Вести потребкооп. – 2017. – 10 нояб. – С. 2.
7. **Розничная** и оптовая торговля, общественное питание в Республике Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2017. – 225 с.
8. **Маклаков, Г. В.** Эффективность коммерческой деятельности : моногр. / Г. В. Маклаков. – М. : Дашков и К°, 2016. – 232 с.
9. **Ньюман, Э.** Розничная торговля : учеб. пособие / Э. Ньюман, П. Кален. – СПб. : Питер, 2012. – 416 с.
10. **Об утверждении** концепции развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы : постановление Правления Белкоопсоюза от 29 февр. 2016 г. № 47. – Минск : Белкоопсоюз, 2016. – 27 с.

Получено 02.11.2018.

Гуменников А. П.,

старший преподаватель Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Тенденции изменения качества обслуживания в торговых объектах потребительской кооперации Республики Беларусь..... 10

В статье отражены тенденции изменения качества торгового обслуживания в розничной торговой сети потребительской кооперации Республики Беларусь за последние годы, выявлены основные факторы, определяющие его развитие.

Ключевые слова: качество торгового обслуживания; факторы качества торгового обслуживания; торговая сеть; потребительская кооперация; розничная торговая сеть потребительской кооперации.

Введение

Потребительская кооперация Республики Беларусь меньше всего из всех кооперативных систем бывшего СССР утратила свои позиции на ранее занимаемом сегменте, сохранив при этом социальную направленность деятельности [1, с. 8]. Однако за последние годы наблюдается снижение объемных показателей деятельности розничной торговли системы потребительской кооперации, что было вызвано, в том числе, недостаточно высоким уровнем качества торгового обслуживания в отдельных торговых объектах. Изменения, которые затронули розничную торговую сеть потребительской кооперации за последние годы, в целом неоднозначно отражаются на качественной стороне обслуживания сельских жителей. Понимание характера этих изменений, тенденций развития факторов, определяющих их трансформацию, важно для управления качеством обслуживания в торговой сети, определения перспектив его развития.

В основном за 1990–2016 годы в розничной торговой сети системы потребительской кооперации произошли следующие изменения (по данным на конец года) [2–5]:

– Количество магазинов уменьшилось с 15 644 до 8 243 единиц (на 7 401 единицу, или на 47,3%). Следует отметить, что в первом квартале 2014 года из-за сокращения торговой сети и негативного влияния других факторов система потребительской кооперации уступила занимаемое первое место по товарообороту в республике частной компании ООО «Евроторг» [6].

– Количество палаток, киосков уменьшилось с 3 274 до 124 единиц (уменьшение на 3 150 единиц, или на 96,2%).

– Количество автомагазинов увеличилось с 620 до 702 единиц (увеличение на 82 единицы, или на 13,2%).

– Торговая площадь магазинов уменьшилась с 1 354,9 тыс. м² до 871,3 тыс. м² (уменьшилась на 483,6 тыс. м², или на 35,7%).

Как видим из приведенных данных, практически по всем основным показателям развития розничной торговой сети, кроме передвижной торговли, произошло уменьшение их значений. Однако оценить данные изменения с позиции качества обслуживания целесообразно в сравнении с изменением численности обслуживаемого населения (рисунок 1).

За 1990–2016 годы численность сельского населения снизилась на 37,8%, за этот же период количество магазинов потребительской кооперации уменьшилось на 47,3%, что свидетельствует о снижении роли потребительской кооперации в обслуживании сельских жителей. Из-за сокращения числа магазинов, расположенных в сельской местности, снизилось их количество, приходящееся на 10 000 сельских жителей, что в свою очередь негативно повлияло на средний радиус действия магазинов.

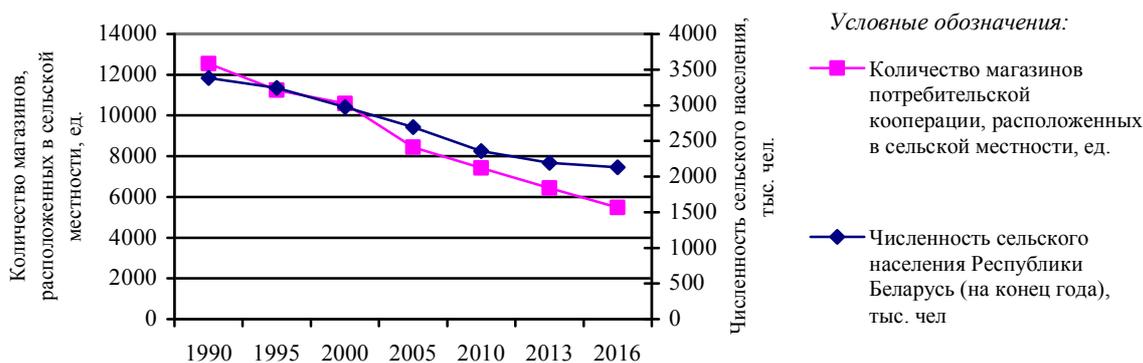


Рисунок 1 – Изменение количества магазинов потребительской кооперации, расположенных в сельской местности, и общего числа сельских жителей Республики Беларусь за 1990–2016 годы (на конец года)

Примечание – Составлено автором на основании данных источников [2–5].

Увеличение среднего радиуса действия магазинов потребительской кооперации привело к меньшей доступности стационарных торговых объектов для жителей, обслуживание которых перекладывается на автомагазины (с более узким ассортиментом товаров и услуг и с относительно небольшим временем работы в конкретных населенных пунктах).

На начало 2017 года система потребительской кооперации обеспечивала 36,8% социального стандарта по обслуживанию сельского населения республики (по показателю «обеспеченность населения торговой площадью на 1 тыс. человек»).

Важным показателем, оценивающим качество торгового обслуживания, является удельный вес магазинов самообслуживания в общем количестве магазинов (рисунок 2).

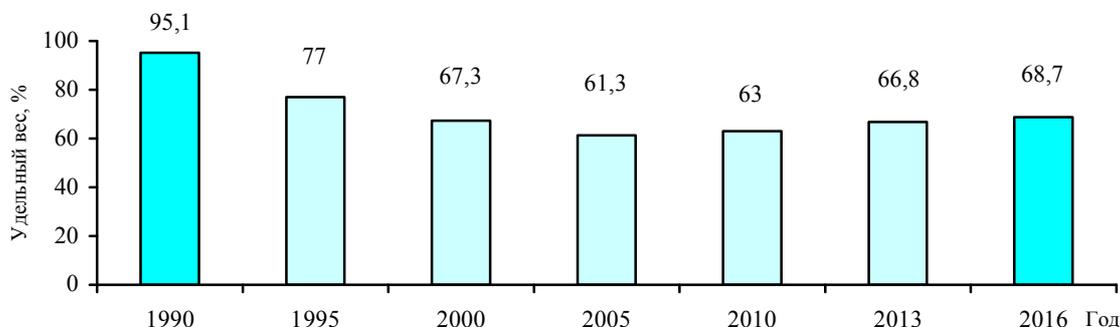


Рисунок 2 – Удельный вес магазинов самообслуживания в общем количестве магазинов потребительской кооперации Республики Беларусь за 1990–2016 годы (на конец года)

Примечание – Составлено автором на основании данных источников [2; 3].

Применение прогрессивных методов продажи позволяет покупателю с минимальными затратами времени самостоятельно ознакомиться и выбрать необходимые товары, цены на которые, как правило, за счет снижения доли ручного труда оказываются ниже. Для торгового объекта внедрение прогрессивных методов продажи позволяет значительно повысить эффективность использования торговых площадей (что позволяет увеличить объем товарооборота за счет расширения ассортимента товаров), увеличить пропускную способность торгового зала, снизить расходы на реализацию по отдельным статьям и др. В целом за 1990–2016 годы в потребительской кооперации произошло уменьшение удельного веса магазинов самообслуживания на 26,4 процентного пункта, однако с 2005 года данный показатель увеличивается.

Положительно на качество торгового обслуживания за данный период повлияло увеличение средней площади магазинов, так как в более крупном магазине можно представить гораздо боль-

ший ассортимент товаров и услуг, использовать прогрессивные методы продажи, сформировать более благоприятные условия для работы торговых работников (рисунок 3).

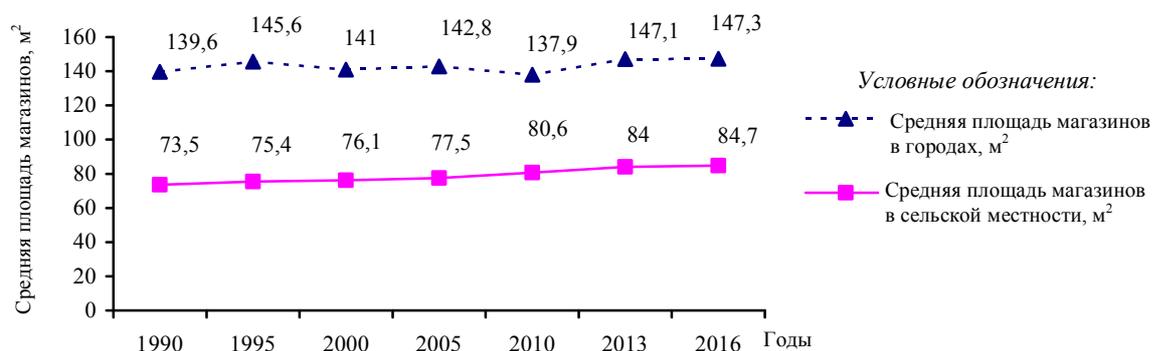


Рисунок 3 – Средняя площадь магазинов потребительской кооперации Республики Беларусь в сельской местности и в городах за 1990–2016 годы (на конец года)

Примечание – Составлено автором на основании данных источников [2–5].

Как видно из рисунка 3, в настоящее время средняя площадь магазина потребительской кооперации, размещенного в городе, – 147,3 м², в сельской местности – 84,7 м², за 1990–2016 годы данные показатели увеличились на 5,5% и 15,2% соответственно. В настоящее время средний размер магазинов потребительской кооперации превышает средний размер магазинов конкурентов, что дает возможность в целом обеспечить более высокое качество обслуживания (рисунок 4).

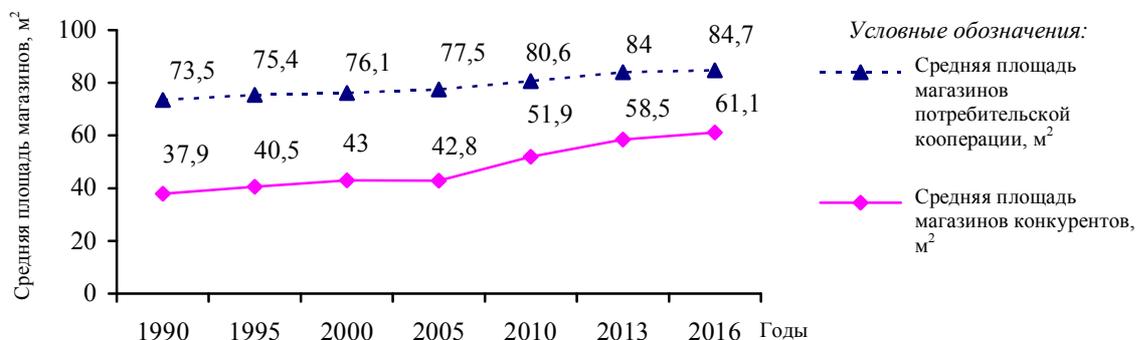


Рисунок 4 – Средняя площадь магазинов потребительской кооперации Республики Беларусь и конкурентов в сельской местности за 1990–2016 годы (на конец года)

Примечание – Составлено автором на основании данных источников [2–5].

Одним из косвенных показателей, который можно применить при оценке качества обслуживания для торговой сети, является число жителей, приходящихся на одного работника. В 1990 году на одного работника кооперативной торговли приходилось 42,6 сельского жителя, в 2000 – 51,2, в 2014 году – 57,4 человека. Увеличение данного показателя вызвано стремлением улучшить экономические показатели за счет снижения затрат, однако это может негативно отражаться на времени обслуживания покупателей.

Изменение качества торгового обслуживания в розничной торговой сети потребительской кооперации определяется влиянием многих факторов, имеющих для системы потребительской кооперации как объективный, так и субъективный характер (таблица 1).

Таблица 1 – **Факторы, оказывающее влияние на качество торгового обслуживания в розничной торговой сети потребительской кооперации Республики Беларусь**

Объективные факторы	Субъективные факторы
1. Изменение численности сельского населения республики	1. Низкая рентабельность и убыточность отдельных организаций торговли
2. Особенности в подборе торгового персонала	2. Невысокий уровень оплаты труда
3. Характер проживания обслуживаемого населения	3. Условия работы торговых работников
4. Различия в доходах между сельскими жителями и жителями городов	4. Недостаточный уровень использования средств автоматизации в управлении
5. Развитие конкуренции	5. Недостаточный уровень развития логистики
	6. Недостаточно полное использование потенциала прогрессивных методов продажи
	7. Отсутствие ключевых показателей результативности торговой отрасли, связанных с качеством торгового обслуживания
	8. Отсутствие обязательной единой системы оценки качества торгового обслуживания для торговых объектов
	9. Вторичность вопросов управления качеством торгового обслуживания по отношению к остальным аспектам управления
	10. Слабое продвижение разработанных стандартов торгового обслуживания
	11. Прослеживание симптомов кризисных явлений в системе управления (ощущение обреченности, нехватка инициативных лидеров, отсутствие желания совершенствования)
	12. Жизненный цикл организации согласно теории Ицхака Адизеса по внешним признакам в стадии ранней бюрократии
	13. Выявление в системе признаков коррупционных правонарушений, что затрудняет объективное оценивание качества торгового обслуживания
Примечание – Таблица составлена автором на основании данных источников [7–9].	

Среди объективных факторов, прежде всего, необходимо рассмотреть изменение численности сельского населения республики, так как потребительская кооперация ориентирована, в первую очередь, на его обслуживание. Сельское население республики уменьшилось с 3 457,0 тыс. человек на начало 1990 года до 2 079,7 тыс. человек на начало 2018 года. Уменьшение численности сельских жителей более чем на 1 377,3 тыс. человек негативно отразилось на наличии торговой сети и получаемых доходах, которые организации потребительской кооперации могли бы направить на повышение качества торгового обслуживания.

Уменьшение численности сельского населения, в том числе и из-за миграции в города и поселки городского типа, вызывает также определенные трудности в подборе торгового персонала для торговых объектов потребительской кооперации. Так, в некоторых сельских населенных пунктах нет проживающих там жителей с необходимым специальным торговым образованием, и для обслуживания привлекаются работники со средним (школьным) образованием. В некоторых случаях тенденция миграции влияет на обеспеченность райпо специалистами по организации розничной торговли. Отсюда возникают сложности в обеспечении высоких показателей культуры и качества обслуживания покупателей.

Сельское население проживает в небольших населенных пунктах, располагающихся на значительном расстоянии от крупных городов, что вызывает «измельченность» торговой сети потребительской кооперации, необходимость нести более высокие, по сравнению с крупными населенными пунктами, транспортные расходы на единицу товара. Небольшая площадь торговых объектов не способствует формированию высокого качества торгового обслуживания, так как:

- невозможно обеспечить широкий и глубокий ассортимент товаров, а, следовательно, выбор для конечного потребителя будет сильно ограничен;
- возникают трудности хранения товаров и контроля за соблюдением правил торговли;

– затруднено создание оптимальных условий для подготовки к продаже, сортировки, предпродажной обработки товаров;

– сложно избежать высокой трудоемкости торгово-технологического процесса, так как практически невозможно создать условия для механизации и автоматизации торгово-технологических процессов;

– практически невозможно обеспечить наилучшие условия труда для продавцов.

Следует отметить, что определенная часть магазинов потребительской кооперации, расположенных в сельской местности, осуществляет торговлю в течение неполного рабочего дня, т. е. менее чем 8 ч в день. Это снижает возможности покупателей приобрести необходимый товар в любое удобное для них время.

Значительная часть жителей, в основном небольших сельских населенных пунктов, обслуживается автомагазинами, в которых ввиду специфики работы еще более ярко проявляются ограничения небольших объемов, малого времени обслуживания в одном населенном пункте, сложности в обеспечении сохранности товаров и хороших условий труда персонала.

В сельской местности доходы жителей ввиду характера их занятости ниже доходов городских жителей, там проживает достаточно большое количество пенсионеров, пенсия которых меньше среднего значения среднемесячной начисленной заработной платы работников в Республике Беларусь. Невысокие доходы обслуживаемого населения объективно не позволяют получать высокий доход в расчете на торговый объект, что снижает возможности создания стимулов для персонала и, в целом, ухудшает условия формирования высокого качества обслуживания. Следует отметить, что в целом из-за снижения за последнее время реальных доходов населения ситуация в розничной торговле характеризуется сужением ассортимента и акцентом на быстрооборачиваемые, менее дорогие товары [10]. Снижающиеся доходы населения смещают акцент в обслуживании не на обеспечение высокого его качества, а на поддержание низких цен.

Развитие конкуренции в розничной торговле оказывает как положительное, так и отрицательное влияние на качество торгового обслуживания в торговых объектах потребительской кооперации. Так, на начало 2017 года в республике насчитывалось 59 145 торговых объектов, включая объекты потребительской кооперации, в том числе 53 653 единицы магазинов и 5 492 – палаток и киосков [5, с. 37, 114]. Из общего количества торговых объектов в Республике Беларусь 10 673 расположены в сельской местности, из них более 5 тыс. объектов не входят в систему потребительской кооперации. В районных центрах конкурентное давление со стороны частной торговли еще сильнее, чем в небольших населенных пунктах.

Негативное влияние конкуренции проявляется в том, что частные структуры, осуществляя обслуживание покупателей, снижают объемные показатели деятельности торговых объектов потребительской кооперации. Такое положение дел усугубляется тем, что ранее убытки торговых объектов сети потребительской кооперации, расположенные в удаленных небольших сельских населенных пунктах, перекрывались доходами, полученными в районных центрах и крупных населенных пунктах. Лишаясь «подпитки» в крупных населенных пунктах, кооперативные организации получают более низкие доходы и возможности в обеспечении высокого качества обслуживания в объектах потребительской кооперации. Однако конкуренция оказывает и положительное влияние, подталкивая торговые объекты потребительской кооперации оптимизировать ассортимент реализуемых товаров, и, в целом, совершенствовать обслуживание покупателей.

Основными субъективными факторами, влияющими на качество торгового обслуживания в розничной торговой сети потребительской кооперации Республики Беларусь, являются [7; 11]:

1. Низкая рентабельность и убыточность отдельных организаций торговли потребительской кооперации, что влечет ограничения возможностей развития материально-технической базы, стимулирования торговых работников выполнять свою работу с высоким уровнем обслуживания и т. д. Убыточность отдельных организаций торговли вызвана снижением рыночной доли за счет уменьшения товарооборота.

2. Невысокий уровень оплаты труда не позволяет закрепить в системе специалистов и высокоэффективных торговых работников, что негативно отражается на способности обеспечивать в торговых объектах высокое качество торгового обслуживания.

3. Условия работы торговых работников в сельских магазинах (большой объем ручного труда, относительная сложность выполнения отдельных учетных операций, психоэмоциональное напряжение) также продуцируют относительно высокую текучесть и нехватку персонала.

4. Недостаточный уровень использования средств автоматизации в управлении торговыми объектами приводит к тому, что работники отвлекаются на осуществление учетных и расчетных

операций. Сложно организовать быстрый и безошибочный расчет на узлах расчет в магазинах, эффективно управлять ассортиментом и т. д. Возникающая высокая загруженность персонала различными учетными операциями не позволяет проводить эффективную работу по обеспечению высокого качества торгового обслуживания.

5. Невысокий уровень развития логистики не позволяет обеспечивать поставку необходимых товаров в торговые объекты точно в срок и с минимальными совокупными расходами, что негативно отражается как на ассортименте товаров в магазинах, так и на затратах, которые не позволяют гибко изменять цены на товары, делать их более доступными для сельских жителей. Также неэффективная логистика в организации затрудняет оказание некоторых дополнительных услуг покупателям по доступным ценам.

6. Недостаточно полно используется потенциал прогрессивных методов продажи в магазинах системы потребительской кооперации. Так, на начало 2017 года 68,7% от общего количества магазинов использовали прогрессивные методы продажи. Применение современных методов продажи сдерживается и некоторыми объективными факторами: спецификой обслуживаемого населения и структурой потребления (например, необходимостью постоянного контроля за реализуемыми алкогольными напитками и невозможностью реализации табачных изделий этими методами), небольшой торговой площадью большинства торговых объектов, необходимостью привлечения существенных финансовых средств для переоборудования магазинов.

7. В системе потребительской кооперации, имеющей социальную направленность, до сих пор в торговле не используются ключевые показатели результативности (KPI), связанные с качеством торгового обслуживания. На практике применяется только один индикатор, косвенно характеризующий уровень обслуживания в торговых объектах – объем розничного товарооборота. Отсутствие ключевых показателей результативности в области качества обслуживания не позволяет вышестоящему звену управления создать стимулирующее воздействие на персонал для формирования высокого качества и наладить эффективную систему управления им.

8. Отдельными работниками недостаточно понимается многогранность качества торгового обслуживания, отсутствие оценки отдельных его элементов в торговых объектах (зачастую оценка качества и культуры обслуживания сводится к анализу записей в книге замечаний и предложений) не позволяют выявлять слабые стороны в обслуживании в конкретных магазинах и выработать корректирующие управленческие решения. Такая ситуация вызвана тем, что в настоящее время не разработана и не применяется обязательная единая система оценки качества обслуживания в торговых объектах потребительской кооперации.

9. Вопросы управления качеством торгового обслуживания являются вторичными по отношению к остальным аспектам управления, что смещает фокус управления на решение повседневных экономических вопросов, отбрасывая остальные элементы качества обслуживания, а это неизбежно влечет за собой снижение лояльности покупателей и переориентирует их на покупки в торговых объектах конкурентов.

10. В системе потребительской кооперации слабо продвигаются разработанные стандарты торгового обслуживания, не налажена система обучения персонала этим стандартам, не проводится контроль знаний их торговыми работниками.

11. В системе управления прослеживаются симптомы кризисных явлений (ощущение обреченности, нехватка инициативных лидеров, отсутствие желания совершенствования), что ограничивает возможности развития в области повышения качества торгового обслуживания.

12. Жизненный цикл организации по отдельным внешним признакам находится в стадии ранней бюрократии, для которой характерно неприятие, негласное осуждение любой инициативы, инноваций и нововведений, в том числе в области качества обслуживания.

13. В системе управления выявлены признаки коррупционных правонарушений, которые могут затруднять формирование конкурентоспособного ассортимента товаров, обеспечивать низкие цены, проводить объективную оценку качества торгового обслуживания собственными силами.

Заключение

С 1990 года изменение определенной части показателей развития розничной торговой сети потребительской кооперации носит неблагоприятный характер в области обеспечения качества торгового обслуживания. На качество торгового обслуживания в торговых объектах системы потребительской кооперации оказывают влияние многие факторы как объективного, так и субъективного характера. Существенное влияние на произошедшие изменения оказали такие факторы, как уменьшение численности сельских жителей и увеличение уровня конкурентной борьбы.

При управлении качеством обслуживания особое внимание должно быть уделено устранению негативного влияния субъективных факторов, так как они могут корректироваться собственными силами.

Список использованной литературы

1. **Пигунова, О. В.** Состояние и тенденции развития розничной торговой сети как базовой основы торговли потребительской кооперации в Республике Беларусь / О. В. Пигунова // Потребит. кооп. – 2016. – № 1. – С. 8–15.
2. **Народное** хозяйство Белорусской ССР в 1990 г. : стат. сб. / Госкомстат БССР. – Минск : Беларусь, 1991. – 303 с.
3. **Основные** показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Белорусской ССР за 1986–1990 годы – Минск : Белкоопсоюз, 1991. – 108 с.
4. **Розничная** и оптовая торговля, общественное питание в Республике Беларусь : ст. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2017. – 224 с.
5. **Статистический** ежегодник Республики Беларусь, 2018 / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2018. – 489 с.
6. **Белкоопсоюз** проигрывает «Евроторгу» в борьбе за покупателя // Портал ООО «ТУТ БАЙ МЕДИА» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://news.tut.by/economics/401204.html>, свободный. – Дата доступа : 30.05.2014.
7. **Гуменников, А. П.** Факторы, влияющие на качество торгового обслуживания в розничной торговой сети потребительской кооперации Республики Беларусь / А. П. Гуменников // Проблемы социально ориентированного инновационного развития белорусского общества и профсоюзы : материалы XXI Международной научно-практической конференции, г. Гомель, 24 февраля 2017 г. / Гомельский филиал Международного университета «МИТСО» ; под общ. ред. С. И. Ляха. – Минск : Право и экономика, 2017. – С. 56–58.
8. **Адизес, И.** Управление жизненным циклом корпораций / И. Адизес; пер. с англ. В. Кузина. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 512 с.
9. **Первый** зампред Белкоопсоюза за взятку получил семь лет с конфискацией // Портал ООО «ТУТ БАЙ МЕДИА» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://news.tut.by/economics/603313.html>, свободный. – Дата доступа : 10.01.2019.
10. **Заяц, А.** Торговля перешла на экономрежим / А. Заяц // Портал ООО «ТУТ БАЙ МЕДИА» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://news.tut.by/economics/521965.html>, свободный. – Дата доступа : 30.11.2016.
11. **Гуменников, А. П.** Логистика и автоматизация торгово-технологических процессов как факторы повышения качества обслуживания и конкурентоспособности торговых организаций потребительской кооперации / А. П. Гуменников // Коммерция, логистика и маркетинг в инновационной экономике: научная дискуссия [Электронный ресурс] : сб. науч. статей междунар. научно-практ. интернет-конференции, Гомель, 25 октября 2018 г. / редкол.: С. Н. Лебедева [и др.] ; под науч. ред. канд. экон. наук, доцента О. В. Пигуновой. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2018. – 1 электрон. опт. диск (CD-R). – Загл. с экрана. – С. 34–38.

Получено 01.02.2019.

Толкачева Е. Г.,

кандидат экономических наук, доцент Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Липская А. О.,

специалист по обработке финансовых данных
отдела поддержки аудита ООО «КПМГ»

Методический инструментарий интегральной оценки стейкхолдерами деятельности организации для целей устойчивого развития..... 17

В статье обоснована методика анализа деятельности организации с позиции стейкхолдеров, включающая в себя интегральную оценку показателей для каждой группы заинтересованных сторон и позволяющая оценить экономический субъект с позиции его выгоды и надежности для покупателя, поставщика, налогоплательщика и работодателя, как объекта для инвестирования, а также сделать вывод об эффективности системы управления организации.

Ключевые слова: стейкхолдеры; интегральная оценка; балльно-весовая оценка; оценка бизнеса; эффективность системы управления; надежность и выгода организации.

Введение

Концепция заинтересованных сторон предполагает рассмотрение социально-экономического развития субъекта хозяйствования как результата ее взаимодействия с основными стейкхолдерами, представляющими собой «любую группу или отдельное лицо, которые могут влиять на организацию и ее деятельность либо испытывают на себе ее воздействие» [1, с. 42].

В процессе управления устойчивым развитием необходимо учитывать потребности разных групп стейкхолдеров с целью установления наиболее рациональных хозяйственных связей между экономическими субъектами и достижения целей развития [2, с. 35]. Основные группы стейкхолдеров имеют свои интересы в развитии отдельных субъектов хозяйствования, а следовательно, способны по-своему воздействовать на динамику развития бизнеса с учетом приоритетности целей и задач.

Обзор экономической литературы по проблемам развития методик экономического анализа показал, что они ориентированы на потребности внутреннего менеджмента (управленческий анализ) и внешних пользователей (финансовый анализ). Однако в рамках финансового анализа преимущественно обосновываются методики оценки кредитоспособности (для банков), инвестиционной привлекательности (для потенциальных инвесторов) и оценки финансового состояния в рамках антикризисного управления (для антикризисных управляющих).

В рамках реализации теории заинтересованных сторон представляется актуальным обоснование методики экономического анализа с учетом информационных интересов основных контрагентов субъекта хозяйствования (потенциальных покупателей и поставщиков продукции, товаров, работ, услуг), его собственников и органов государственного управления.

Предлагаемая методика анализа деятельности организации основана на экспертной оценке и включает обоснование системы показателей для каждой группы заинтересованных сторон, балльную и весовую оценку состояния и динамики показателей, интерпретацию значения интегрального показателя.

Поставщики оценивают деятельность организации с позиции выгоды и надежности ее как покупателя продукции, товаров, услуг. Поэтому при заключении контрактов на поставку товаров необходимо изучить ее платежеспособность, наличие и динамику просроченной задолженности по ранее отгруженной продукции, объемы и условия поставок продукции, длительность сотрудничества и значимость организации (таблицы 1, 2).

Таблица 1 – Балльно-весовая оценка деятельности организации поставщиками продукции

Показатели	Балльная оценка показателей	Вес показателя, %
Наличие просроченной кредиторской задолженности в составе обязательств перед поставщиком, %	0% – 1 балл. От 0 до 5% – 2 балла. От 5,01 до 10% – 3 балла. Свыше 10,1% – 4 балла	15
Динамика просроченной кредиторской задолженности перед поставщиком, %	Просроченная задолженность отсутствует – 1 балл. Просроченная задолженность уменьшается – 2 балла. Просроченная задолженность увеличивается – 3 балла	15
Длительность делового сотрудничества с организацией, лет	Более 5,1 – 1 балл. От 2,5 до 5 – 2 балла. От 1,1 до 2,4 – 3 балла. До 1 года – 4 балла	5
Требование рассрочки платежа	Без рассрочки – 1 балл. До 1 месяца – 2 балла. От 1,1 до 3 месяцев – 3 балла	10
Объем поставки товаров организации в общем объеме реализации продукции поставщика, %	Свыше 10% – 1 балл. От 5 до 9,99% – 2 балла. От 2,5 до 4,99% – 3 балла. От 1 до 2,49% – 4 балла. Менее 1% – 5 баллов	20
Требование предоставления скидки	Не требуют – 1 балл. До 1% – 2 балла. От 1,1 до 3% – 3 балла. От 3,1% до 5% – 4 балла	10
Изменение объема поставок на планируемый год	Увеличивается – 1 балл. Не изменяется – 2 балла. Уменьшается – 3 балла	5
Платежеспособность организации	Платежеспособна – 1 балл. Не платежеспособна – 2 балла. Неплатежеспособность приобретает устойчивый характер – 3 балла. Неплатежеспособность имеет устойчивый характер – 4 балла	20

Таблица 2 – Интерпретация результатов оценки поставщиком значения интегрального показателя организации

Количество баллов	Экономическое содержание интегрального показателя организации
От 1,0 до 2,10	Выгодна и надежна как покупатель
От 2,11 до 2,90	Недостаточно выгодна, но надежна как покупатель
От 2,91 до 3,90	Не выгодна и ненадежна как покупатель

По результатам оценки интегрального показателя, который определяется по формуле средневзвешенной, поставщик определяет для себя приоритетность организации и целесообразность взаимодействия с ней, а также обосновывает условия заключения договоров на поставку товаров. Это позволит ограничить риски несвоевременности расчетов и накопления сверхнормативных остатков готовой продукции на складах поставщика.

Для покупателя важна информация о деятельности организации как надежного поставщика продукции и товаров. Поэтому покупатель, оценивая деятельность организации, обращает внимание на ценовую политику, вариативность условий контрактов с учетом объемов продаж и сроков оплаты, транспортные расходы по доставке продукции, своевременность поставок и опыт работы с данной организацией (таблицы 3, 4).

Таблица 3 – Балльно-весовая оценка деятельности организации покупателями продукции

Показатели	Балльная оценка показателей	Вес показателя, %
Длительность делового сотрудничества с организацией, лет	Более 5,1 – 1 балл. От 2,5 до 5 – 2 балла. От 1,1 до 2,4 – 3 балла. До 1 года – 4 балла	5
Соответствие цены на реализованную продукцию ценам конкурентов	Меньше цены конкурентов – 1 балл. Соответствует ценам конкурентов – 2 балла. Выше цены конкурентов – 3 балла	15
Имеется ли возможность предоставления скидки в зависимости от объемов закупки и своевременности расчетов	Имеется при ежемесячной отгрузке и своевременной оплате – 1 балл. Имеется при ежемесячной отгрузке в размере 5% и своевременной оплате – 2 балла. Имеется при ежемесячной отгрузке и предоплате – 3 балла. Не имеется – 4 балла	20
Имеется ли возможность предоставления рассрочки платежа	От 1,1 до 3 месяцев – 1 балл. До 1 месяца – 2 балла. Без рассрочки – 3 балла	20
Динамика цен на реализованную продукцию	Цены растут так же, как у конкурентов – 1 балл. Рост цен в пределах уровня инфляции – 2 балла. Цены растут быстрее, чем у конкурентов – 3 балла	10
Разрыв между ценой продажи у покупателя и ценой закупки у организации	Увеличивается – 1 балл. Не изменяется – 2 балла. Уменьшается – 3 балла	10
Своевременность поставки продукции	Поставки осуществляются в срок – 1 балл. Имелись случаи (1–3 раза в год) несвоевременности поставок – 2 балла. Имелись случаи (до 5% от количества поставок) нарушения сроков поставок – 3 балла	10
Уровень транспортных расходов по доставке продукции к закупочной цене	Менее 0,3% – 1 балл; От 0,3% до 0,5% – 2 балла; Свыше 0,5% – 3 балла	10

Таблица 4 – Интерпретация результатов оценки покупателями значения интегрального показателя организации

Количество баллов	Экономическое содержание интегрального показателя организации
От 1,0 до 1,80	Выгодна и надежна как поставщик продукции
От 1,81 до 2,70	Недостаточно выгодна, но надежна как поставщик продукции
От 2,71 до 3,55	Не выгодна и не надежна как поставщик продукции

Оценка интегрального показателя дает возможность обосновать экономическую выгодность и надежность организации по сравнению с другими поставщиками, планировать свою деятельность с уверенностью в своевременной поставке товаров, а также определить политику в области формирования цен на реализованную продукцию.

Местные органы власти изучают деятельность организации с позиции ее надежности как налогоплательщика и работодателя. Поэтому в систему показателей деятельности организации нами были включены коэффициенты, характеризующие динамику рабочих мест, средней заработной платы, своевременность ее выплаты, социальную и экологическую ответственность бизнеса, перспективы и планы по развитию хозяйственной деятельности (таблица 5).

По результатам оценки интегрального показателя местные органы государственного управления изучают перспективы развития организации, ее возможности по увеличению рабочих мест, заработной платы и уплачиваемых налогов, участию в социальных и экологических проектах, а также в развитии инфраструктуры региона (таблица 6).

Таблица 5 – **Балльно-весовая оценка деятельности организации местными органами власти**

Показатели	Балльная оценка показателей	Вес показателя, %
Динамика рабочих мест в организации за отчетный год	Увеличивается – 1 балл. Не изменилась – 2 балла. Уменьшается – 3 балла	20
Динамика средней заработной платы в организации за отчетный год	Увеличивается быстрее, чем среднее значение по отрасли или региону – 1 балл. Увеличивается в размере индекса потребительских цен – 2 балла. Не изменилась – 3 балла. Уменьшилась – 4 балла	15
Наличие просроченной задолженности по оплате труда на отчетную дату	Отсутствует – 1 балл. Имеется – 5 баллов	15
Имелись ли случаи перевода работников на неполный рабочий день (рабочую неделю), предоставления отпуска без сохранения заработной платы	Не имелись – 1 балл. Имелись случаи – 5 баллов	10
Участие в благотворительных проектах, обновлении инфраструктуры региона	Участвовала – 1 балл. Не участвовала – 2 балла	10
Влияние деятельности организации на экологию региона	Не оказывает влияния – 1 балл. Влияет, но инвестирует в природоохранные проекты и очистительные сооружения – 2 балла. Влияет, но отсутствуют средства на экологические проекты – 5 баллов	10
Удельный вес организации в налоговых платежах региона, %	Свыше 2% – 1 балл. От 1,0 до 1,99% – 2 балла. От 0,5 до 1,99% – 3 балла. Менее 0,49% – 4 балла	15
Перспективы развития организации в ближайшие 3 года	Планируется увеличение объемов продаж и рабочих мест – 1 балл. Планируется остаться на нынешнем уровне – 2 балла. Планируется закрытие производств – 3 балла	5

Таблица 6 – **Интерпретация результатов оценки местными органами власти значения интегрального показателя организации**

Количество баллов	Экономическое содержание интегрального показателя
От 1,0 до 1,80	Выгодна как налогоплательщик и работодатель
От 1,81 до 3,30	Недостаточно выгодна как налогоплательщик и работодатель
От 3,35 до 3,90	Не выгодна как налогоплательщик и работодатель

Собственники организации изучают ее деятельность с целью обоснования перспектив наращивания бизнеса, оценки экономической целесообразности его продолжения (или реализации) и эффективности инвестируемых ресурсов. Для анализа результативности деятельности субъекта хозяйствования предлагаем использовать показатели, раскрывающие деловую активность организации, ее платежеспособность и финансовую устойчивость, рыночную стоимость и дивидендную политику (таблицы 7, 8).

Таблица 7 – **Балльно-весовая оценка деятельности организации ее собственниками**

Показатели	Балльная оценка показателей	Вес показателя, %
Наличие и динамика прибыли (убытка)	Прибыль увеличивается быстрее, чем уровень инфляции – 1 балл. Прибыль увеличивается в пределах уровня инфляции – 2 балла. Прибыль уменьшается – 3 балла. Убыток уменьшается – 4 балла Убыток увеличивается – 5 баллов	10
Динамика объема продаж, %	Более уровня инфляции – 1 балл. От 0 до уровня инфляции – 2 балла. Менее 0 % – 3 балла	10

Окончание таблицы 7

Показатели	Балльная оценка показателей	Вес показателя, %
Соотношение темпа роста объема продаж и темпа роста средней заработной платы работников аппарата управления	Объем продаж увеличивается быстрее, чем средняя заработная плата работников аппарата управления – 1 балл. Средняя заработная плата работников аппарата управления увеличивается быстрее, чем объем продаж – 1 балл – 2 балла. Средняя заработная плата работников аппарата управления увеличивается при снижении объема продаж – 3 балла. Объем продаж уменьшается быстрее, чем снижается средняя заработная плата работников аппарата управления – 4 балла	5
Динамика собственного капитала и его рост за счет прибыли	Прирост собственного капитала преимущественно связан с увеличением нераспределенной прибыли – 1 балл. Прирост собственного капитала преимущественно связан с дооценкой активов организации – 2 балла. Собственный капитал уменьшается за счет снижения нераспределенной прибыли – 3 балла. Собственный капитал уменьшается за счет роста нераспределенного убытка – 4 балла	10
Рыночная доля организации и ее динамика	Увеличивается – 1 балл. Не изменилась – 2 балла. Уменьшается – 3 балла	5
Платежеспособность организации	Организация платежеспособна – 1 балл. Организация неплатежеспособна – 2 балла. Неплатежеспособность организации приобретает устойчивый характер – 3 балла. Неплатежеспособность имеет устойчивый характер – 4 балла	15
Финансовая устойчивость организации	Показатели финансовой устойчивости соответствуют нормативам, имеются собственные оборотные средства – 1 балл. Показатели финансовой устойчивости соответствуют нормативам, отсутствуют собственные оборотные средства – 2 балла. Показатели финансовой устойчивости не соответствуют нормативам, чистые активы имеются – 3 балла. Показатели финансовой устойчивости не соответствуют нормативам, чистые активы отсутствуют – 4 балла	10
Динамика рентабельности активов, %	Рентабельность активов увеличилась – 1 балл. Рентабельность активов не изменилась – 2 балла. Рентабельность активов уменьшилась – 3 балла. Рентабельность активов имеет отрицательное значение (имеет место убыточность активов) – 4 балла	5
Динамика дивидендов	Дивиденды увеличились – 1 балл. Дивиденды не изменились – 2 балла. Дивиденды уменьшились – 3 балла. Дивиденды не выплачивались – 4 балла	15
Динамика рыночной стоимости организации	Рыночная стоимость организации увеличилась – 1 балл. Рыночная стоимость организации не изменилась – 2 балла. Рыночная стоимость организации уменьшилась – 3 балла	15

Таблица 8 – Интерпретация результатов оценки собственниками значения интегрального показателя организации

Количество баллов	Экономическое содержание интегрального показателя
От 1,0 до 3,70	Выгодна как объект инвестирования
От 3,71 до 4,70	Недостаточно выгодна как объект инвестирования
От 4,71 до 5,60	Не выгодна как объект инвестирования

По результатам оценки собственник решает для себя, выгодна ли организация как объект инвестирования, стоит ли вкладывать дополнительные ресурсы в ее развитие или же рассмотреть вопрос о ее продаже.

В таблицах 9, 10 представлены показатели, характеризующие эффективность и качество управленческой деятельности субъекта хозяйствования, и которые, как мы считаем, будут интересны руководству головной организации. Предлагаемая система показателей раскрывает результативность работы организации, ее платежные возможности, финансовую устойчивость, эффективность расчетов с дебиторами и кредиторами, конкурентную среду, состояние и развитие отрасли.

Таблица 9 – Балльно-весовая оценка качества управления организацией

Показатели	Балльная оценка показателей	Вес показателя, %
Наличие и динамика прибыли (убытка)	Прибыль увеличивается быстрее, чем уровень инфляции – 1 балл. Прибыль увеличивается в пределах уровня инфляции – 2 балла. Прибыль уменьшается – 3 балла. Убыток уменьшается – 4 балла. Убыток увеличивается – 5 баллов	15
Динамика объема продаж, %	Более уровня инфляции – 1 балл. От 0 до уровня инфляции – 2 балла. Менее 0 % – 3 балла	15
Динамика активов, %	Более уровня инфляции – 1 балл. От 0 до уровня инфляции – 2 балла. Менее 0 % – 3 балла	10
Значение рентабельности продаж, %	Превышает среднюю рентабельность продаж по отрасли – 1 балл. От 0% до среднего значения по отрасли – 2 балла. Менее 0% – 3 балла	5
Динамика средней заработной платы, %	Увеличилась в пределах роста производительности труда – 1 балл. Увеличилась сверх роста производительности труда – 2 балла. Уменьшилась – 3 балла	3
Наличие и динамика просроченной кредиторской задолженности	Отсутствует – 1 балл. Уменьшилась – 2 балла. Увеличилась – 3 балла	3
Наличие и динамика просроченной дебиторской задолженности	Отсутствует – 1 балл. Уменьшилась – 2 балла. Увеличилась – 3 балла	4
Платежеспособность организации	Организация платежеспособна – 1 балл. Организация неплатежеспособна – 2 балла. Неплатежеспособность организации приобретает устойчивый характер – 3 балла. Неплатежеспособность имеет устойчивый характер – 4 балла	10
Финансовая устойчивость организации	Показатели финансовой устойчивости соответствуют нормативам, имеются собственные оборотные средства – 1 балл. Показатели финансовой устойчивости соответствуют нормативам, отсутствуют собственные оборотные средства – 2 балла. Показатели финансовой устойчивости не соответствуют нормативам, чистые активы имеются – 3 балла. Показатели финансовой устойчивости не соответствуют нормативам, чистые активы отсутствуют – 4 балла	10
Доступность кредитных ресурсов (имеется ли возможность кредитоваться в банке)	Организация кредитоспособна и банк может выдать кредит – 1 балл. Банк может выдать кредит на менее выгодных условиях – 2 балла. Банк не выдаст кредит в связи с высоким риском его непогашения – 3 балла	5
Имеются ли планы по дальнейшему развитию и увеличению объемов продаж и рынков сбыта продукции	Планируется увеличение объемов продаж и рыночной доли – 1 балл. Планируется сохранить объем продаж на нынешнем уровне – 2 балла. Планируется сокращать объемы хозяйственной деятельности – 3 балла	5
Наличие и динамика конкурентов в регионе (отрасли)	Нет новых конкурентов – 1 балл. Появляются новые предприятия – 2 балла. Значительный рост новых предприятий (более 10%) – 3 балла	5
Состояние и динамика отрасли	Рост объемов деятельности в отрасли – 1 балл. Незначительное уменьшение (до 1%) объемов деятельности – 2 балла. Значительное снижение объемов деятельности в отрасли (от 1,1 до 5%) – 3 балла. Стагнация в отрасли (падение объемов продаж и закрытие предприятий отрасли более чем на 5,1%) – 4 балла	10

Таблица 10 – **Интерпретация результатов оценки качества управленческой деятельности организации на основе интегрального показателя**

Количество баллов	Экономическое содержание интегрального показателя
От 1,00 до 2,30	Менеджмент эффективен
От 2,35 до 3,00	Менеджмент недостаточно эффективен
От 3,05 до 3,60	Менеджмент не эффективен

По результатам расчета интегрального показателя, который дает обобщенную характеристику результативности и состояние бизнеса, оценивается эффективность менеджмента организации, угрозы и возможности ее дальнейшего существования, рассматривается вопрос о смене руководства и поиске альтернатив развития.

Заключение

Таким образом, предлагаемая методика экспертной оценки деятельности организации позволяет оперативно диагностировать ее выгодность и надежность как покупателя, поставщика, налогоплательщика и работодателя как объекта для инвестирования а также оценить эффективность политики по управлению бизнес-процессами и ресурсами. Преимущество данной методика в том, что она учитывает интересы основных стейкхолдеров организации, которые оценивают экономическую целесообразность продолжения сотрудничества с ней и тем самым заинтересованы в ее устойчивом развитии. Применение рассмотренного инструментария представляет как практический интерес, так и научную значимость, так как учитывает основные тенденции развития экономического анализа и теории управления.

Список использованной литературы

1. **Ефимова, О. В.** Формирование отчетности об устойчивом развитии: этапы и процедуры подготовки / О. В. Ефимова // Учет. Анализ. Аудит – 2018. – № 5. – С. 40–54.
2. **Мельник, М. В.** Формирование системы показателей для информационного обеспечения управления устойчивым развитием экономического субъекта / М. В. Мельник // Учет. Анализ. Аудит. – 2015. – № 1. – С. 34–45.

Получено 28.01.2019.

Злотников А. Г.,

кандидат экономических наук, доцент Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Коновалова Ж. Ч.,

кандидат юридических наук, доцент, зав. кафедрой Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Копыткова Н. В.,

кандидат юридических наук, доцент, зав. кафедрой Гомельского государственного университета имени Ф. Скорины

Социально-правовые основы приживаемости мигрантов в белорусском обществе* 24

В статье анализируется состояние миграционных процессов в Республике Беларусь. Уделяется внимание процессу приживаемости иммигрантов и факторам, влияющим на их адаптацию. Рассматривается законодательная база белорусского государства в решении миграционных проблем в стране.

Ключевые слова: иммиграция; мигранты; адаптация; приживаемость; Беларусь; миграционная политика.

Введение

Миграция населения является комплексным процессом, охватывающим все стороны социальной действительности, связанные с перемещениями населения. В современном мире она представляет противоречивый процесс, с одной стороны, как фактор взаимообогащения культур и единения народов, а с другой – как фактор потенциальной конфликтности между приезжими и гражданами принимающих стран. Этот ее потенциальный характер объясняется различиями в образе жизни разных народов, их общественном сознании и ценностях, традициях и культуре. Отмеченное требует снятия социальных противоречий, выявления условий для скорейшей адаптации мигрантов.

Глобальные миграционные процессы затронули все сферы жизни большинства государств, в том числе и Республики Беларусь. С помощью миграционных процессов Беларусь пытается решить различные национальные проблемы: использование трудового потенциала на национальном рынке труда, обеспечения национальной и демографической безопасности, укрепление национальной, культурной и исторической идентичности.

В ноябре 2016 года в Минске состоялась крупнейшая международная научно-практическая конференция «Миграционные процессы и демографическое развитие Беларуси и сопредельных государств», проводимая Институтом социально-политических исследований РАН совместно с Фондом ООН в области народонаселения (ЮНФПА) в Республике Беларусь с участием представителей 12 стран из Европы, Азии, Африки, Северной и Южной Америки [1]. После выступлений ученых и экспертов из стран дальнего зарубежья – Бразилии, Венгрии, Португалии, США, Финляндии, ЮАР с информацией о проблемах с мигрантами на европейском, африканском и американском континентах, многие белорусские участники в кулуарах говорили: «А может для белорусов и хорошо, что уровень жизни в Беларуси далек от зарубежного. И что Республика Беларусь не является страной, куда стремятся мигранты из других стран и тем самым не создают белорусам, как в западном мире, конфликтных проблем».

На рубеже 1990–2000-х годов после развала Советского Союза Беларусь стала страной, которая в период миграционного исхода характеризовалась значительными масштабами миграционного оборота, но в которой все же преобладало отрицательное сальдо миграции [2]. Во втором деся-

* Выполнена в рамках международного проекта «Обеспечение прав мигрантов в процессе интеграции в принимающем обществе» Шведского института прав человека и гуманитарного права имени Рауля Валленберга.

тилетии нынешнего столетия это отрицательное сальдо стабилизировалось, причем, если иммиграционная величина в 2010–2015 годах еще характеризовалась ростом, то в последующие два года она резко сократилась. Так, если численность прибывших в Республику Беларусь составила: в 2011 году – 17 510 чел., 2012 году – 18 040, 2013 году – 19 435, 2014 году – 24 941 и в 2015 году – 28 349 чел., то в 2016 году она оказалась на 7,3 тыс. меньше – 21 038 чел., а в 2017 году на 2,1 тыс. меньше – 18 981 чел. [3, с. 419]. В разрезе стран ближнего (бывшего СССР) и дальнего зарубежья иммиграционные потоки характеризуются разными тенденциями. Для стран бывшего СССР иммиграционная тенденция адекватна общей иммиграционной ситуации, что отражено следующими показателями: в 2011–2015 годах – рост иммиграции, в том числе: 2011 году – 16 091 чел., 2012 году – 14 383, 2013 году – 16 033, 2014 году – 21 423, 2015 году – 23 765; а в 2016–2017 годах – сокращение, в том числе: 2016 году – 16 599 чел. и 2017 году – 14 008 чел. Численность иммигрантов из стран дальнего зарубежья в Беларусь составила: в 2011 году – 1 419 чел., 2012 году – 3 697, 2013 году – 3 402, 2014 году – 3 518 и в 2015 году – 4 584 чел., то в 2016 году – 4 439, а в 2017 году – 4 973 чел. [3, с. 419]. Это выявляет тенденцию относительного иммиграционного роста и стабилизацию иммиграции со странами дальнего зарубежья на уровне около 5 тыс. чел.

На изменившиеся тенденции и проблемы проведения миграционной политики повлияла сложная экономическая ситуация в стране. Об этих тенденциях свидетельствуют материалы международных научно-практических конференций «Стратегия развития экономики Беларуси: вызовы, инструменты реализации и перспективы», проведенных в 2017 и 2018 годах Институтом экономики НАН Беларуси [4], и конференции, проводимой НИЭИ Минэкономики Республики Беларусь «Проблемы прогнозирования и государственного регулирования социально-экономического развития: обеспечения экономического роста в условиях усиления внешних вызовов» [5].

Естественно, что такие разные иммиграционные тенденции в отношении разных групп государств требуют разного подхода в деле проведения миграционной политики белорусского государства. В Советском Союзе в целом и в Беларуси в частности миграционные проблемы не стояли так остро и цельной миграционной политики не существовало. В конце 1990 годов в связи с массовым исходом из некоторых регионов русскоязычного населения десятки тысяч бывших граждан Беларуси вернулись на историческую Родину. Все это способствовало тому, что миграционная политика Республики Беларусь вплоть до 2013 года основывалась на принципах «политики открытых дверей», что характеризовалось и снижением миграционного контроля. Миграция 1990–2010-х годов характеризовалась тем, что в Республику Беларусь в основном приезжали русскоязычные граждане бывшего СССР, в основном – выходцы из Беларуси или их потомки. Эти процессы не давали повода задуматься о необходимости выработки политики интеграции мигрантов в белорусское общество, так как в основном эти мигранты были представителями славянских этносов с близкой, родственной культурой. Процесс их интеграции в общество заканчивался на стадии выдачи им разрешений на постоянное проживание, приобретения гражданства Республики Беларусь, а с 2012 года – получения разрешения на временное проживание в течение 2 лет подряд.

Миграционные проблемы конца 1990-х годов и первых десятилетий XXI столетия стали важным фактором формирования правовой основы их решения.

Объем прав и обязанностей иностранца определяется национальным законодательством государства, а также международными стандартами, являющимися общепризнанными нормами международного права. В них нашли свое закрепление основные принципы миграционного права: *равенства иностранных граждан перед законом; недискриминации; равенства прав мужчины и женщины; свободы передвижения; отказа от обратной высылки (принцип «non-refoulement»); «целостности семьи» и «воссоединения семьи».*

Эти стандарты закреплены в Международном пакте о гражданских и политических правах 1966 года и в Международном пакте об экономических, социальных и культурных правах 1966 года. В них зафиксирована необходимость каждого государства уважать и обеспечивать всем лицам гражданские и политические права. Конкретизированы они в Международной Конвенции ООН «О защите прав всех трудящихся-мигрантов и членов их семей (1990 год) и в ряде Конвенций МОТ и других правовых международных документах. Немаловажную роль в формировании правовых основ в сфере миграции имеют Соглашения СНГ «О сотрудничестве в области трудовой миграции и социальной защиты трудящихся-мигрантов» (1994 год), «Концепция общего миграционного пространства государств – участников СНГ» (2012 год). Важную роль также играет раздел XXVI Договора о Евразийском экономическом союзе (подписан в г. Астане 29.05.2014), посвященный трудовой миграции.

Правовые отношения в сфере миграционной политики в Республике Беларусь регламентирует ряд Законов Республики Беларусь: «О гражданстве Республики Беларусь» (2002 год), «О предоставлении иностранным гражданам и лицам без гражданства статуса беженца, дополнительной защиты, убежища и временной защиты в Республике Беларусь» (2008 год), «О правовом положении иностранных граждан и лиц без гражданства» (2010 год), «О внешней трудовой миграции» (2010 год). Они отражают основные международные нормативы в сфере миграции. Можно констатировать, что в Республике Беларусь в целом сформированы организационно-правовые основы миграционной политики. Функционирует институциональный механизм регулирования миграции, деятельность которого нуждается в дальнейшем развитии в направлении усиления координирующих начал в его деятельности, развития информационной составляющей и активизации взаимодействия со структурами гражданского общества.

Обращает на себя внимание то обстоятельство, что на протяжении 1990-х годов и первых десятилетий XXI столетия продолжался рост и отрицательного сальдо миграции. К примеру, миграционный исход 1990-х годов привел к тому, что численность немецкого этноса в Республике Беларусь за период 1989–1999 годов выросла на 36,6%, а за период 1999–2009 годов уменьшилась почти в 2 раза – на 94,2%. Численность армянского населения в Республике за период 1989–1999 годов выросла более чем в 2 раза – 206,6%, а за период 1999–2009 годов уменьшилась на 19,7%. По материалам переписей населения Республики Беларусь наблюдается и резкое сокращение численности поляков – третьего по численности населения этноса страны: с 417 720 чел. по переписи 1989 года до 294 549 чел. по переписи 2009 года, т. е. – в 1,6 раза. Характерна такая же тенденция и для четвертого по численности населения этноса страны – украинцев: численность украинцев в этнической структуре населения Беларуси за период 1989–2009 годов сократилась в 1,8 раза – с 291 008 до 158 723 чел. Наибольшее уменьшение численности приходится на еврейскую нацию – в 8,7 раза (с 111 977 до 12 926 чел.) [6, с. 8].

Это требует усиления внимания к проблемам адаптации мигрантов. В социологическом плане социальная адаптация означает освоение личностью или группой новой для нее социальной среды. Говоря социологическим языком, ее итоговый результат – интеграция. В миграционном плане адаптация представляет многослойные и сложные процессы, порожденные резкой сменой социальной среды, которая, как правило, характеризуется новыми социокультурными (прежде всего социально-психологическими) ценностями, экономическими, социально-бытовыми, природно-климатическими и рядом других условий. В связи с этим выделяются следующие ступени адаптации: приживаемости, обоюдной терпимости, аккомодации и ассимиляции [7, с. 6].

Отправная из них – приживаемость. Приживаемость означает включение мигрантов в новую социальную среду. Она, как первая ступень процесса интеграции мигрантов, представляет сложный социально-экономический и социально-психологический процесс адаптации и интеграции новоселов, переселенцев и мигрантов в местах нового места жительства. Ее результатом становится, с одной стороны, приспособление их менталитета к менталитету постоянно проживающего населения, а с другой – воздействие прибывшего населения на обычную жизнь жителей-старожилов. В первой белорусской социологической энциклопедии один из авторов статьи отмечал, что «в Беларуси до середины 1980-х годов социологические проблемы приживаемости переселенцев исследовались в связи с таким аспектом внутренней миграции, как миграция сельского населения в городскую местность, а также с таким в связи с внешней миграцией – более высоким уровнем оттока населения за пределы Беларуси (отрицательное сальдо миграции)» [8, с. 273].

Первая и главная ступень, являющаяся отправной для последующих ступеней, для людей, оказавшихся в условиях новой социальной среды, связана с необходимостью понимания и принятия ценностей этих новых для них социальных реалий. Если мигранты понимают, что они должны принять эти условия как реальную социальную данность, то процесс их адаптации может происходить успешно. Многое на этой ступени связано с теми объективными материальными условиями, в которых находятся мигранты, – и это, прежде всего, условия проживания, социальной приживаемости. В частности, для временных украинских мигрантов, которых после 2014 года приняла Республика Беларусь, это проблемы, где жить и как существовать. Белорусская сторона, пытаясь решить свои проблемы на рынке труда, ориентировалась на поселение временных украинских мигрантов в сельской местности и обеспечение их занятостью в сельском хозяйстве. А это не отвечало чаяниям временных украинских мигрантов, которые прибыли в Беларусь в основном из городской местности востока Украины и до этого времени не были связаны с сельскохозяйственным производством.

На этой ступени также немаловажное значение имеет не только поведение и ожидания самих мигрантов, но также поведение и отношение к ним местного населения. А это отношение связано с опытом мигрантов предыдущих поколений, а также с возможностями самого общества принять или не принять этих мигрантов.

Даже для мигрантов в пределах одного государства с едиными социокультурными ценностями для приживаемости, включения в новую социальную среду требуется достаточно длительное время. В связи с этим включение иноэтнических мигрантов в новую социальную среду, как итог приживаемости, представляет более сложный процесс. Исследуя социальные проблемы приживаемости переселенцев, можно столкнуться с фобиями местных жителей в отношении переселенцев, приводящими их к определенной самоизоляции.

Особенностью современных миграционных процессов, выявивших новые аспекты проблемы приживаемости, стал более высокий, чем в период до 90-х годов XX века, уровень иммиграции населения в Беларусь и новое содержание трудовой миграции, которое в условиях единого государства конфликтных социальных проблем не создавало и ограничивалось маятниковой миграцией. Ныне это содержание с внутренней маятниковой миграцией обрело глобализационный характер и представлено международной трудовой миграцией. В этом плане миграция неразрывно связана с рынком труда. Исследуемые процессы международной миграции касаются, прежде всего, трудящихся-мигрантов. Большинство международных актов направлено на регулирование правового статуса именно этой категории мигрантов.

В Республике Беларусь международная трудовая миграция представлена белорусскими трудовыми мигрантами, занятыми на рынках труда других государств, и трудовыми мигрантами-иностранцами, занятыми на рынке труда Беларуси. Причем, численность белорусских трудовых мигрантов на рынках труда других государств во много раз превышает численность трудовых мигрантов-иностранцев на рынке труда Беларуси. Так, только на российском рынке труда зарегистрировано белорусских трудовых мигрантов в 2015 году – 307 510 чел., 2016 году – 345 801 и в 2017 году – 394 440 чел. Кроме того, по данным Евростата, ежегодно за эти три года в среднем около 80 тыс. белорусов были зарегистрированы резидентами в странах Евросоюза [2]. Количество трудящихся-иммигрантов, въехавших на территорию Республики Беларусь для работы на основе подписанных договоров и контрактов, по данным МВД составило в 2016 году 20 741 чел., в 2017 году – 15 844 чел. [9]. Таким образом, отрицательное миграционное сальдо, а также многократное превышение численности белорусских трудовых мигрантов на рынках труда других государств по сравнению с численностью трудовых мигрантов иностранцев на рынке труда Беларуси свидетельствует о низком миграционном имидже Беларуси.

При анализе содержания и проблем миграционных процессов в Беларуси в центре внимания оказывается миграция из государств ближнего и дальнего зарубежья. Наибольшие масштабы миграции в Беларуси приходятся на страны ближнего зарубежья (около 75%). Среди них выделяются следующие группы государств: а) страны с близкими и родственными социокультурными ценностями и историческими традициями (Россия, Украина и Молдова); б) страны ЕАЭС (Россия, Казахстан, Кыргызстан, Армения и Молдова, являющаяся наблюдателем в ЕАЭС); в) страны бывшего СССР, с которыми граничит Беларусь (Россия, Украина, Литва и Латвия); г) прибалтийские государства (Латвия, Литва и Эстония); среднеазиатские государства (Казахстан, Кыргызстан, Таджикистан, Туркменистан и Узбекистан); д) закавказские государства (Азербайджан, Армения и Грузия), среди которых выделяются Армения и Грузия, как близкие с Беларусью по конфессиональным ценностям.

Существует значительная разница в процессах адаптации и интеграции русскоязычных мигрантов из новых независимых постсоветских государств. Знание языка, общие социокультурные ценности, может быть и наличие у многих таких мигрантов родственных связей на территории Беларуси способствуют процессу их адаптации и в результате – интеграции. Такие мигранты при наличии свободных вакансий на рынке труда трудоустраиваются, получают возможность получения образования, имеют одинаковые с коренными гражданами Беларуси и политические права. У них меньше проблем с процессами интеграции и адаптации в белорусское сообщество.

В последнее время органы статистики Республики Беларусь стали выделять две группы прибывших (иммигрантов) в нашу страну в разрезе таких показателей, как «Международная миграция населения по странам» и «Международная миграция населения по гражданству», т. е. данные показатели в страновых режимах, по общей численности прибывших в Республику Беларусь отличаются. Так, общая численность прибывших в Республику Беларусь из стран бывшего СССР

в 2016–2017 годах составила 30 607 чел., а граждан стран СНГ – только 25 729 чел. Из страны, с которой Республика Беларусь имеет наибольший показатель миграционного оборота, – России, численность прибывших в 2016–2017 годах составила 12 636 чел., по показателю гражданства России численность прибывших в Беларусь из России оказалась меньшей – 9 854 чел. Это означает, что в общей численности прибывших в Республику Беларусь из новых независимых государств 15,9% являются реэмигрантами, а среди прибывших из России реэмигранты составляют почти пятую часть – 22,0%. Более высокий показатель реэмигрантов, чем из России, среди бывших советских республик приходится на Казахстан – 26,2%, Кыргызстан – 29,2, Литву – 30,2 и Латвию – 50,3%. Среди стран дальнего зарубежья высокий процент реэмигрантов приходится на Польшу – 60,0%, Израиль – 60,5, Германию – 79,7 и США – 92,1% [10].

Это свидетельствует о том, что, во-первых, в этих странах процесс адаптации и интеграции для значительной части белорусских граждан не был успешным, и, во-вторых, что адаптация реэмигрантов в Беларуси будет проходить менее болезненно, чем иммигрантов – ведь они возвратились в место прежнего проживания. Проблемы адаптации и интеграции в новые белорусские реалии для них не являются глобальными, хотя следует признать, что социально-экономические, социально-бытовые, природно-климатические условия до иммиграции и после возвращения различны. Можно предположить, что стадия терпимости в процессе адаптации для большей части иммигрантов Беларуси (т. е. прибывших из стран ближнего зарубежья, а также реэмигрантов) происходит менее болезненно, чем для прибывших из стран дальнего зарубежья.

С этими проблемами сталкиваются и во многих европейских, прежде всего в восточноевропейских, странах в связи с необходимостью принять этнических беженцев. В ряде стран Западной Европы также существуют фобии – конфессионального, языкового, конкурентного плана. В понимании определенных политических движений в европейских странах мусульманские мигранты – носители враждебного для христианской Европы идеологического «климата». А в теоретическом плане общесоциологическая схема процесса социальной адаптации мигрантов в отличие от сложившейся схемы трудовой или профессиональной социальной адаптации существенно различаются. Причем, в связи с многообразием элементов социальной среды (новых социокультурных ценностей, экономических, социально-бытовых, природно-климатических и других условий) в одном из них может наблюдаться определенная адаптация, а в другом – нет.

Государственной программой «Здоровье народа и демографическая безопасность Республики Беларусь» на 2016–2020 годы одним из условий эффективности внешней миграционной политики определено «создание благоприятной среды для социально-экономической адаптации и интеграции мигрантов в белорусское общество» [11]. При относительно невысоком уровне жизни в Беларуси важнейшим фактором привлекательности в отличие от ряда государств (прежде всего – Литвы, Латвии, Эстонии и Украины) является языковая среда. Статьей 17 Основного Закона Республики Беларусь в стране закреплено двуязычие: государственными языками в стране являются белорусский и русский. Всего в качестве родного русский язык считает 3 948 074 гражданина Республики Беларусь – из общей численности 9 503 807 чел. населения страны (41,5%). Всего русский язык родным в Беларуси назвали представители более 100 этносов из проживающих в Беларуси 140 народов (наций, этносов, и народностей).

Так, по результатам переписи населения Республики Беларусь 2009 года русский язык в качестве родного языка назвали: 11 126 чел. из 12 926 чел. (86,1%) еврейского этноса, 2 109 чел. из 2 474 чел. (85,2%) немецкой нации, 756 111 русского населения из 985 084 чел. (76,8%), назвавших себя русскими, 4 669 чел. из 7 316 чел. (63,8%) татарского этноса, 970 чел. из 1 549 чел. (62,7%) латышского этноса, 97 139 чел. из 158 723 чел. (61,2%) украинского этноса, 3 790 чел. из 8 512 чел. (44,5%) армянского этноса, 1 999 чел. из 5 087 чел. (39,3%) литовского этноса, 2 943 963 белоруса – из 7 957 252 белорусского населения страны (более трети – 37,0%), 99 819 чел. из 294 549 чел. (33,9%) польского этноса и 1 243 чел. из 7 079 чел. (17,6%) представителей цыганской народности. Это касается тех этносов, которые имеют давние исторические корни в Беларуси.

Среди тех этносов, которые поселились на территории Беларуси уже в советский период, пользуются русским языком, который в СССР считался языком межнационального общения, представители корейского этноса – 465 чел. из 541 корейцев (86,0%), эстонской нации – 272 из 407 (66,8%), греческой нации – 417 чел. из 617 чел. (67,6%), болгарской нации – 420 чел. из 672 чел. (62,5%), казахского этноса – 838 чел. из 1 355 чел. (61,8%), узбекского этноса – 925 чел. из 1 593 чел. (58,1%), молдавского этноса – 1 746 чел. из 3 465 чел. (50,4%), представителей грузинского этноса – 1 118 чел. из 2 400 чел. (46,6%), таджикской нации – 377 чел. из 871 чел. (43,3%) и азербайджанского этноса – 1 798 чел. из 5 567 чел. (32,3%).

Это свидетельствует о высокой степени интегрированности наций, этносов и народностей, зафиксированных переписью населения. Кроме того, родным белорусский язык назвали 5 058 334 гражданина Беларуси: 4 841 319 белорусов (60,8%), 1 311 литовцев (25,8%), 1 411 татар (19,3%), 1 175 евреев (9,1%), 12 497 украинцев (7,9%), 550 цыган (7,8%), 146 немцев (5,9%), 21 956 русских (2,8%), 213 армян (2,5%) и 941 поляков (0,3%). Отмеченное, наряду с использованием в бытовой и производственной деятельности русского языка, также является показателем их интегрированности в белорусское общество. Необходимо также учесть большое количество (их численность составила 101 476 чел., что немногим более одного процента населения Беларуси) лиц, указавших, что для них являются родными два языка. Одним из которых, очевидно, является также и один из государственных языков – белорусский или русский. Ибо без их знания и пользования невозможна успешная адаптация и ее первая ступень – приживаемость.

Наиболее сложная ситуация по приживаемости складывается с китайцами: знают и используют русский язык среди них 1,8%, что составляет 29 человек из 1 642. Это свидетельствует о недостаточной адаптированности их в Беларуси, что обусловлено временным пребыванием на период выполнения работ по выделенным китайской стороной кредитам.

Среди этносов, численность которых в Беларуси больше 300 чел., знание и пользование русским языком, а значит и более высокая степень приживаемости меньше всего характерно для персов – 38 чел. из 323 чел. (11,8%), афганцев – 41 чел. из 429 чел. (9,6%), арабов – 108 чел. из 1330 чел. (8,1%), турок (османов) – 37 чел. из 469 чел. (7,9%) и наконец, вьетнамцев – 36 чел. из 588 чел. (6,1%). Значительная часть их прибыли в Республику Беларусь в качестве трудовых мигрантов. Они живут своими колониями, выполняя те или другие виды работ.

К сожалению, в государственной программе «Здоровье народа и демографическая безопасность Республики Беларусь» на 2016–2020 годы вопросам миграции отведено формальное место, что отличает данную программу от предыдущих (тогда они именовались национальными программами демографической безопасности). В подпрограмме «Внешняя миграция» выделены следующие аспекты – обеспечение упрощенного механизма привлечения в Республику Беларусь высококвалифицированных специалистов и комплекс интеграционных мер для иностранцев, в том числе беженцев, по их адаптации в белорусское общество с перспективой трудоустройства.

Также в Беларуси отсутствует комплексная стратегия интеграции мигрантов вследствие недооценки значения миграционных процессов в контексте их влияния на социально-экономическую действительность республики. В миграционном законодательстве не уделяется должного внимания четкой правовой регламентации критериев и процедур реализации мигрантами своих социально-экономических прав.

Заключение

Подводя итог исследования тенденций современных миграционных процессов, связанных с проблемами приживаемости, а также адаптации и интеграции в Беларуси, отметим, что:

- миграция среди всех демографических явлений в значительной степени определяется гораздо большей зависимостью и связью с множеством объективных и субъективных факторов, что определяет сложный характер процесса адаптации и интеграции мигрантов;

- миграция связана с обеспечением национальной безопасности и определяется как центр демографической политики страны, что требует системных подходов к процессам адаптации и интеграции мигрантов – не только с позиций интересов мигрантов, но и коренного населения;

- проблема внешней миграции поднимает проблему соответствия иммиграционной политики национальным интересам;

- процессы адаптации и интеграции мигрантов выступают важнейшим компонентом стабилизации или дестабилизации демографического и социально-политического развития стран, как стран-доноров, так и стран-реципиентов;

- миграция выявляет наиболее и наименее привлекательные регионы страны жизни и деятельности стран-реципиентов;

- миграция является процессом с неоднозначными – двойственными последствиями: иммигранты стремятся в наиболее развитые регионы и как следствие этой тенденции, Беларусь для них не является привлекательной в этом плане страной;

– миграция, перемещая трудовой и демографический потенциал и создавая проблемы адаптации и интеграции для регионов эмиграции, воздействует на все стороны как внутренней жизни, так и межгосударственных отношений;

– расширение масштабов миграции, в основе которых лежат политические факторы, обостряет для стран-реципиентов проблемы адаптации и интеграции, что демонстрирует миграционная ситуация в странах Западной Европы, а в Беларуси это отражает ситуация с временными мигрантами с Украины;

– определяющими факторами постсоветской адаптации и интеграции мигрантов выступают экономические факторы, обусловленные существенным снижением экономического потенциала всех новых независимых государств, и Республики Беларусь в том числе;

– среди экономических факторов миграции преобладает временная трудовая миграция, которая превышает безвозвратную миграцию, как в странах-донорах, так и в странах-реципиентах, что отодвигает в научных исследованиях процессы адаптации и интеграции мигрантов на второстепенный план;

– в Республике Беларусь на макро- и микро-социокультурном уровнях наблюдается дифференцированное отношение к мигрантам из различных постсоветских стран – наиболее лояльно отношение к трудовым мигрантам из Украины и Молдовы;

– возрастают масштабы учебной миграции; в советское время этому виду миграции не уделялось внимания, поскольку такая миграция носила внутренний характер, в настоящее время, особенно с уменьшением контингента абитуриентов и студентов в России, Украине и Беларуси, важным финансово-экономическим направлением высшей школы является ориентация на контингент абитуриентов и студентов других стран. Беларусь имеет незначительную численность учебных мигрантов из России. Но в связи с международными соглашениями учебные мигранты не могут быть объектом привлечения их в качестве возможных граждан Республики Беларусь;

– целесообразно обсудить вопрос о выработке единых индикаторов интеграции иностранцев в белорусское общество и закреплении его как критерия при разработке и реализации соответствующих государственных программ.

Список использованной литературы

1. **Миграция** и демографическое развитие Республики Беларусь и сопредельных стран : сб. ст. Серия «Демография. Социология. Экономика». Том 3, № 2 / под ред. чл.-корр. РАН С. В. Рязанцева, канд. физ.-мат. наук М. Н. Храмовой – Москва ; Минск : «АЛЬТИОРА ФОРТЕ», 2017. – 302 с.

2. **Злотников, А. Г.** Сальдо миграции Беларуси: положительное или отрицательное? / А. Г. Злотников // Социология. – 2017. – № 1. – С. 91–97.

3. **Демографический** ежегодник Республики Беларусь / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2018. – 432 с.

4. **Стратегия** развития экономики Беларуси: вызовы, инструменты реализации и перспективы. В 4 ч. / Национальная академия наук Беларуси, Институт экономики НАН Беларуси; редкол.: В. И. Бельский [и др.]. – Минск : Институт системных исследований АПК НАН Беларуси, 2017. – Ч. 2. – 343 с.

5. **Проблемы** прогнозирования и государственного регулирования социально-экономического развития: обеспечение экономического роста в условиях усиления внешних вызовов : материалы XVII международной научной конференции, Минск, 20–21 октября 2016 г. В 3 т. – Минск : НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь, 2016. – Т. 2.

6. **Перепись** населения. 2009. Том III. Национальный состав населения Республики Беларусь / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2011. – 436 с.

7. **Леверовская, Я. В.** Адаптация социальная / Я. В. Леверовская // Социологическая энциклопедия / под общ. ред. А. Н. Данилова. – Минск : БелЭн, 2003. – С. 6–7.

8. **Злотников, А. Г.** Приживаемость переселенцев / А. Г. Злотников // Социологическая энциклопедия / под общ. ред. А. Н. Данилова. – Минск : БелЭн, 2003. – С. 273–274.

9. **Учет** трудящихся-эмигрантов и трудящихся-мигрантов за 2017 год // Министерство внутренних дел Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://mvd.gov.by/ru/main.aspx?guid=16721>. – Дата доступа : 10.02.2018.

10. **Миграция** населения в Республике Беларусь за 2017 год / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2018. – 67 с.

11. **Государственная** программа «Здоровье народа и демографическая безопасность Республики Беларусь» на 2016–2020 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0>. – Дата доступа : 11.09.2018.

Получено 02.11.2018.

Чернышева И. Е.,

аспирант

Академии Управления при Президенте Республики Беларусь

Состав, структура и особенности формирования человеческого капитала Гомельской области 31

В статье рассматривается проблема оценки человеческого капитала Гомельской области. Раскрывается содержание понятия человеческого капитала как совокупности способностей населения соответствующей территории, сформированных за счет индивидуальных и общественных инвестиций, что обеспечивает субъектам региональной экономики получение дохода, количественный рост и качественные изменения. Даны сущностные характеристики структурных элементов человеческого капитала области – капитала образования, капитала знаний, капитала здоровья.

Ключевые слова: человеческий капитал; капитал образования; капитал знаний; капитал здоровья, индикатор; интегральный индекс человеческого капитала.

Введение

В современных условиях вопросы оценки человеческого капитала региона до сих пор являются актуальной научно-практической задачей. Из этого следует, что необходима комплексная оценка человеческого капитала в целях обеспечения его объективности и сопоставимости на основе наиболее полной и достоверной информации. Поэтому можно рассмотреть количественно-качественную и стоимостную виды оценок человеческого капитала региона.

Сегодня развитые страны остро ставят перед собой вопрос о проблеме интеллектуальных ресурсов. На современном этапе развития общества интеллектуальный потенциал стал наиболее важным фактором экономического, политического, культурного роста и развития стран.

Следует отметить, что экономика как способ хозяйствования всегда основывалась непосредственно на знаниях. В результате накопления знаний и их усовершенствования появилось такое понятие как «человеческий капитал». Современная теория человеческого капитала зародилась и получила развитие в 1950–1980-е годы в работах Джорджа Минцера, Гэри Беккера, Бартон Вейсброда, Теодора Шульца и многих других экономистов. Исторические корни данной теории можно найти в работах Уильяма Петти и Адама Смита, Джона Стюарта и Карла Маркса, Альфреда Маршалла и Генри Сиджвика, Генриха Теодора и Витстейна Рошера, Эрнста Энгеля и многих других экономистов.

Сам термин «человеческий капитал» был предложен Т. Шульцем: «Рассматривайте все человеческие способности либо как врожденные, либо как приобретенные. Свойства, которые являются ценными, которые могут быть развиты с помощью соответствующих вложений, будут человеческим капиталом» [1, с. 35].

Состояние человеческого капитала в научной сфере определяется как численность персонала, занятого исследованиями и разработками, численность исследователей в областях науки и т. д., а также рассматривается в контексте стоимостных показателей, которые отражают затраты на исследования и разработки и затраты организаций промышленности на инновации. По данным государственной статистики, среднегодовая численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками в Гомельской области, уменьшилась с 2013 по 2016 год в абсолютном значении на 311 чел., а в 2017 году наблюдается рост на 173 чел. Что касается структуры общей

численности, то в 2017 году количество исследователей, техников и вспомогательного персонала составляло 63,4%, 7,2% и 29,4% соответственно (таблица 1).

Таблица 1 – **Численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками, в Гомельской области за 2013–2017 годы**

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017	Темп роста 2017 года к 2013 году, %
Численность персонала, всего, чел.	2 397	2 062	2 077	2 086	2 259	94,2
В том числе:						
исследователи	1 287	1 075	1 088	1 110	1 236	96,0
техники	100	97	110	90	90	90,0
вспомогательный персонал	1010	890	879	886	933	92,4
Примечание – Таблица составлена на основании данных источника [2, с. 328].						

В структуре исследователей 1,6% докторов и 9,6% кандидатов наук, 88,8% не имеют ученой степени [2, с. 329]. Стоит обратить внимание на то, что исследователей почти в 14 раз больше, чем техников. Это дает основание предположить, что исследователи либо перегружены техническими работами в ущерб научным, либо их функции не выходят за рамки технических работ. И то, и другое не присуще инновационным разработкам. К концу 2017 года техническими науками занимались 72,2% исследователей, естественными – 19,0, общественными науками – 1,0, медицинскими – 1,0%, сельскохозяйственными – 6,6%, гуманитарными науками – 0,2% (таблица 2).

Таблица 2 – **Численность исследователей Гомельской области по областям науки за 2013–2017 годы**

Годы	Всего исследователей, чел.	В том числе по областям науки					
		Естественные	Технические	Медицинские	Сельскохозяйственные	Общественные	Гуманитарные
2013	1 287	263	931	16	72	3	2
2014	1 075	250	732	17	71	3	2
2015	1 088	262	732	17	68	6	3
2016	1 110	238	758	12	84	14	4
2017	1 236	235	893	12	82	12	2
Примечание – Таблица составлена автором на основании данных источника [2, с. 329].							

Анализ распределения численности исследователей по областям науки показывает, что основная их часть сконцентрирована в области технических наук – в среднем около 70% от общей численности в научных организациях и учреждениях высшего образования Гомельской области. Вместе с тем, обеспеченность этой области науки исследователями высшей квалификации наименьшая. Доля докторов наук в области технических наук составляла в 2017 году 1,2%, кандидатов наук – 5,0%, исследователей без ученой степени – 93,8% [1, с. 329].

Состояние человеческого капитала в сфере образования определяется как численность и удельный вес лиц по уровню образования, количеству лет обучения, а также в стоимостных показателях, таких как объем и доля расходов на образование. Среднее число лет обучения в Республике Беларусь составляет около 11. В России число лет обучения составляет 10,3 года и в настоящее время имеет тенденцию к снижению. Это значительно ниже требований к образованию на современном этапе научно-технического развития. В ведущих развитых странах к началу XXI века обучение достигло уровня 14 лет [3, с. 420].

Что же касается образовательной структуры человеческого капитала в Гомельской области, то количество лиц с высшим образованием в 2017 году в организациях области составляло 29,2%; со средним специальным – 23,0; с профессионально-техническим образованием – 22,4; со средним общим – 23,2%; с базовым общим, включая общее начальное – 2,2 % [2, с. 94]. В то же время за анализируемый период (2013–2017 годы) удельный вес детей в дошкольных учреждениях возрос на 1,8 процентного пункта, а удельный вес учащихся общеобразовательных школ – на 7,9 процентного пункта. В средних специальных учебных заведениях удельный вес обучающихся снизился на

3,6 процентного пункта, а обучающихся в учреждениях высшего образования – на 17,7 процентного пункта (таблица 3).

Таблица 3 – Число учреждений образования и обучающихся в Гомельской области по уровням образования за 2013–2017 годы

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017
Число дошкольных учреждений	692	680	678	668	663
Количество детей в дошкольных учреждениях, тыс. чел.	61,0	61,2	60,8	61,8	62,8
Число общеобразовательных школ	599	585	579	571	564
Количество обучающихся в общеобразовательных школах, тыс. чел.	145,1	147,2	150,3	152,0	153,0
Число профессионально-технических учреждений	40	36	36	34	32
Количество обучающихся в профессионально-технических учреждениях, тыс. чел.	13,1	12,6	12,5	11,6	11,1
Число средних специальных учреждений	30	30	30	30	30
Количество обучающихся в средних специальных учреждениях, тыс. чел.	19,2	18,2	17,1	16,2	15,6
Число учреждений высшего образования	7	7	7	6	6
Количество обучающихся в учреждениях высшего образования, тыс. чел.	47,7	42,4	37,7	33,7	30,0
Примечание – Таблица составлена на основании источника [2, с. 133–134].					

Таким образом, негативная тенденция внутренней реструктуризации наблюдается не в пользу высшего образования, но вопрос востребованности данного образования в инновационной экономике остается актуальным.

Одним из ключевых стоимостных показателей человеческого капитала в образовании является доля расходов на образование в валовом внутреннем продукте Гомельской области (таблица 4).

Таблица 4 – Расходы бюджета Гомельской области на образование за 2013–2017 годы

Расходы бюджета	2013	2014	2015	2016	2017
Расходы бюджета на образование, тыс. р.	409,9	460,9	540,2	596,2	634,5
Расходы бюджета на образование, в % от общих расходов консолидированного бюджета	43,9	43,6	43,9	43,1	43,0
Расходы бюджета на образование, в % к ВРП	0,005	0,005	0,006	0,006	0,006
Примечание – Таблица составлена автором на основании данных источника [2, с. 368].					

Несмотря на сложные экономические условия, государство стремится сохранить долю государственных расходов на образование в рамках имеющихся ресурсов. Эффективность инвестиций в образование может быть повышена за счет внутренней реструктуризации этого сектора в пользу увеличения востребованных направлений образования.

Далее рассмотрим натуральные показатели, отражающие уровень и качество жизни населения Гомельской области, которые представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Натуральные показатели здравоохранения в Гомельской области за 2013–2017 годы

Показатели	2013	2014	2015	2016	2017
Ожидаемая продолжительность жизни при рождении (лет), всего	72,1	72,5	73,1	73,5	73,9
В том числе:					
мужчины	66,5	66,9	67,7	68,2	68,5
женщины	77,4	77,9	78,3	78,5	78,9
Общий коэффициент рождаемости, на 1 000 чел.	12,8	12,8	13,0	12,9	11,3
Общий коэффициент смертности, на 1 000 чел.	13,8	13,6	13,2	13,1	13,0
Коэффициент естественного прироста населения	–1,0	–0,8	–0,2	–0,2	–1,7
Примечание – Таблица составлена автором на основании данных источника [2, с. 53–57,68].					

Проблема снижения общего коэффициента естественного прироста населения заключается не только в том, как изменяются общие показатели воспроизводства населения Гомельской области, но и в том, по каким причинам и с какой скоростью это происходит. В настоящее время продолжительность жизни мужчин на 10–15 лет, а женщин на 5–10 лет ниже, чем в наиболее развитых странах мира, но не намного выше, чем в других странах СНГ. По оценкам ведущих отечественных и зарубежных демографов, биологическая разница в продолжительности жизни женщин и мужчин не должна превышать 2–3 года. Выяснение причин смертности мужчин имеет большое практическое значение, так как позволяет определить основные направления демографической политики, которые помогут снизить преждевременную смертность.

Одним из показателей стоимости человеческого капитала в сфере здравоохранения является доля государственных расходов на здравоохранение в валовом региональном продукте (ВРП), что составляет около 5% бюджетных расходов от ВРП Гомельской области (таблица 6).

Таблица 6 – Расходы бюджета Гомельской области на здравоохранение, физическую культуру и спорт за 2013–2017 годы

Расходы бюджета	2013	2014	2015	2016	2017
Расходы бюджета на здравоохранение, тыс. р.	314,1	370,0	438,5	509,7	540,6
Удельный вес в общих расходах бюджета, %	33,6	35	35,6	36,8	36,7
Расходы бюджета на здравоохранение, в % к ВРП	4,2	4,2	4,7	5,4	4,8
Расходы бюджета на физическую культуру и спорт, тыс. р.	81,9	76,1	80,8	89,2	94,7
Удельный вес в общих расходах бюджета, %	8,8	7,2	6,6	6,4	6,4
Расходы бюджета на физическую культуру и спорт, в % к ВРП	1,1	0,9	0,9	0,9	0,8
Примечание – Таблица составлена автором на основании данных источника [1, с. 368].					

Приоритетным направлением развития здравоохранения является формирование здорового образа жизни, обеспечение стабильной работы учреждений здравоохранения, расширение мероприятий по профилактике заболеваний, совершенствование государственного регулирования в области обеспечения лекарственными препаратами и медицинским оборудованием.

Заключение

Таким образом, анализ взаимосвязи природных и стоимостных показателей показывает сохранение экономического оборота человеческого капитала в сферах науки и образования при некоторой положительной динамике естественного оборота человеческого капитала в здравоохранении населения Гомельской области. Повышение эффективности использования человеческого капитала в объективном плане будет достигнуто при преобразовании структуры научно-технического потенциала в соответствии с потребностями современного социального и научно-технического развития, более динамичного обновления научно-производственной сферы. В субъективном плане – это поддержка через государственные программы и мотивация носителей человеческого капитала к более активным инвестициям в собственное образование и здоровье. Принимаемые в этом направлении действия имеют стратегическую цель – создание систем научной деятельности, образования и здравоохранения, которые будут соответствовать мировым стандартам, как основных предпосылок формирования и сохранения человеческого капитала в Гомельской области.

Список использованной литературы

1. Шульц, Т. Инвестиции в человеческий капитал / Т. Шульц. – М. : Изд-во ВШЭ, 2003. – 396 с.
2. Ежегодный статистический сборник Гомельской области : стат. сборник / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2018. – 460 с.
3. Соколова, Г. Н. Состояние и использование человеческого капитала / Г. Н. Соколова // Социологический альманах. – 2015. – Вып. 6. – С. 412–427.

Получено 18.10.2018.

Трифунтов А. И.,

кандидат экономических наук, доцент Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Различия методических подходов к трактовке понятия «логистический центр» в мировой практике и отечественной логистике 36

В статье рассмотрены различные подходы к определению понятия «логистический центр». Дана оценка соответствия понятия «логистический центр» в Республике Беларусь мировой практике. Указано, что отличия в понимании термина «логистический центр» определяют различные подходы к созданию и использованию логистических центров.

Ключевые слова: логистический центр; логистика; логистическое обслуживание; цепи поставок.

Введение

Общепризнанным считается, что максимальную эффективность как в рамках конкретной организации, так и в масштабах экономики в целом, обеспечивает комплексный логистический сервис, при котором логистические компании (провайдеры, операторы) предоставляют в едином пакете различные логистические услуги по движению и оптимизации товарно-материальных потоков. Совокупность инфраструктурных объектов (мощностей), расположенных на определенной территории, где происходит интеграция и координация логистических бизнес-процессов, получила за рубежом название «логистический центр».

Появление логистических центров вызвано в частности глобализацией бизнес-процессов, развитием глобальных технологий, поиском новых бизнес-решений. Вместе с тем, это явление в мировой логистике еще не получило единой трактовки.

До сих пор в мире не существует единообразия как в подходах к определению понятия «логистический центр», так и к составу предлагаемых им услуг и соответствующей инфраструктуры. Даже используемая терминология показывает, какое разное содержание в различных странах вкладывают в это понятие. В английском языке используется термин «Freight village» (грузовая деревня), а в итальянском – «Interporto» (интерпорт), в Германии – «Güterverkehrs zentrum» (центр движения товаров). В научной литературе логистический центр обычно рассматривается как центр распределения или хранения распределения, грузовой терминал или центральный склад [1].

В то же время «логистический центр» является составным термином, образованным от двух понятий – «логистика» и «центр». Что касается термина «логистика», то одним из основных определений ее является следующее: логистика – это наука об эффективном управлении движением материальных потоков. Однако отдельные зарубежные авторы, например Д. Бауэрсокс, расширяют стандартное определение, указывая, что логистика обеспечивает логическую и безопасную последовательность хранения и движения поставок, начального источника сырья, далее проходящих через производство, через сложный канал поставок и заканчивающихся конечным потребителем [2]. Дж. Мастерс уточнил это определение путем использования элементов информации и контроля. Он указал, что логистика является комплексной сферой деятельности, имеющей дело с движением сырья, включающей также информацию и систему управления и охватывающей все традиционные функции, которые начинаются с материального производства, и заканчивающейся поставкой готового продукта к месту назначения [3].

Что же касается концепции центра, то эти определения даны словарем Webster:

- Центр – середина, самая важная часть.
- Центр – наиболее важный момент.
- Центр – пункт, вокруг которого что-либо вращается.
- Центр – место, в котором сконцентрирована какая-либо деятельность.
- Центр – место, которое производит идеи, оказывает влияние, как-то выделяется.
- Центр – место, которое привлекает множество людей.
- Центр – приблизительная срединная точка, место или часть чего-либо.
- Центр – контроль или управленческая организация [4].

Большая Советская Энциклопедия дает следующую трактовку понятия: «Центр (лат. centrum, от греч. kentron-срединная точка, средоточие, центр), 1) середина, средняя часть чего-либо (Ц. города, Ц. поля). 2) Населенный пункт (напр., областной Ц.). 3) Место сосредоточения к.-л. деятельности, органов управления, учреждений, организаций, промышленности, торговли и пр. (напр., адм. Ц., науч. Ц.)».

Для наших целей важен признак понятия «центр» – это объект, в котором сконцентрирована некоторая деятельность.

Следует отметить, что в научной литературе существуют два основных подхода к определению сущности логистического центра. Первый подход заключается в том, что логистический центр считают составной частью транспортно-логистической инфраструктуры. Второй рассматривает логистический центр как место стимулирования бизнес-процессов, генератор новых бизнес-процессов. Первой точки зрения в основном придерживаются в Европе и Средней Азии, второй – в США, Японии, Юго-Восточной Азии.

Приведем наиболее употребительные определения термина «логистический центр». Сводное определение Европейской экономической комиссии (ЕЭК ООН), Европейской конференции министров транспорта (ЕКМТ) и Европейской комиссии (ЕК): «Логистический центр – это географическое объединение независимых компаний и предприятий, занимающихся грузовыми перевозками (например, транспортных посредников, грузоотправителей, операторов перевозок, таможенных органов) и сопутствующими услугами (например, по хранению, техническому обслуживанию и ремонту), включающее, по меньшей мере, один терминал» [5].

Логистический центр – это пространственно-функциональный объект вместе с инфраструктурой и управляющей организацией, в котором реализуются логистические услуги, связанные с транспортировкой, приемкой, хранением, распределением и выдачей товаров, а также сопутствующие услуги, предоставляемые независимыми по отношению к отправителю или получателю хозяйствующими субъектами [6].

Логистический центр – «фрагтовая деревня, являющаяся определенной группой транспортных и складированных центров» [7].

Логистический центр является главным системным элементом региональной и международной макрологистической системы, интегрированной в общую систему движения грузовых потоков в логистических цепочках, начиная с грузоотправителя и заканчивая получателем товара. Это точка взаимодействия различных типов транспортировки, где концентрируются и формируются грузовые потоки [8].

В Японии, Сингапуре, Китае и США, а также в некоторых европейских странах логистические центры рассматриваются не только как часть транспортной инфраструктуры, но также и как стимуляторы бизнеса. Услуги по транспортировке не рассматриваются как главная сфера логистической деятельности центра, но они считаются средством, чтобы создать и обеспечить выгодную конъюнктуру рынка и среду ведения бизнеса.

Дж. Гольддоргель, президент одной из самых больших и самой старой американской логистической компании ACME DISTRIBUTION, которая начала деятельность в 1947 году, определил логистический центр как меру, которая обеспечивает импульс для бизнеса и его дальнейшего развития, поскольку не все компании в состоянии самостоятельно за короткий период времени внедрить и освоить новейшие технологии, например, программное обеспечение для управления складом, грузопотоком, учетом, и т. д. Согласно ему же, логистические центры могут предоставить эти услуги для клиентов (потребителей услуг логистических центров), так как идея логистических центров состоит в том, чтобы создать для своих клиентов максимально благоприятные условия для ведения бизнеса [9].

А вот как трактуется понятие «логистический центр» в Республике Беларусь.

Логистический центр – имущественный комплекс, включающий специально отведенный участок с расположенными на нем зданиями, сооружениями, оборудованием, предназначенный для оказания комплекса логистических услуг в процессе движения материальных потоков от производителя к потребителю. Транспортно-логистический центр – это логистический центр, предназначенный для оказания комплекса транспортно-экспедиционных услуг при перевозке грузов, а также сопутствующих услуг участникам транспортно-логистической деятельности. Оптово-логистический центр; торгово-логистический центр – это логистический центр, специализирующийся на оптовых партиях потребительских товаров и продукции производственно-технического назначения отечественного и импортного производства и предназначенный для оказания расширенного перечня услуг по их подготовке к реализации через систему розничной торговли [10].

Логистический центр – имущественный комплекс, включающий специально отведенный участок с расположенными на нем капитальными строениями (зданиями, сооружениями), оборудованием, предназначенный для оказания комплекса услуг, связанных с поставкой и обработкой оптовых партий товаров, в том числе транспортных, складских, экспедиторских, информационных, финансовых и страховых услуг [11].

Таким образом, изучение имеющихся трактовок понятия «логистический центр» позволило выявить, что общей тенденцией развития логистических центров в мире является постепенное поэтапное расширение комплекса оказываемых логистическими центрами услуг. В этом поэтапном расширении можно выделить следующие этапы:

- исключительно транспортные услуги;
- комплексные логистические услуги;
- объединение логистических услуг с различными сопутствующими услугами;
- совершенствование логистики одновременно со стимулированием и обеспечением эффективного функционирования бизнеса в целом.

В связи с этим обращает на себя внимание тот факт, что в Беларуси предусматривается существование 4 видов логистических центров, каждый из которых предоставляет клиентам различный специализированный набор услуг. Причем, минимален это набор услуг как раз у обычного логистического центра (это уровень 1-го этапа). Другие виды логистических центров в Беларуси в той или иной степени поднимаются до 2-го уровня, т. е. в них предпринимается попытка оказывать комплексные логистические услуги. А на 3-й и 4-й уровни, которые уже становятся нормой в Европе, белорусские стандарты логистики вовсе не ориентируют.

Таким образом, понятие логистического центра в Республике Беларусь гораздо уже, чем в мировой практике. Среди целей, которые ставятся перед логистическими центрами, ничего не говорится о функциях хранения, распределения товаров, управления материальными потоками, не говоря уже о создании благоприятных для ведения бизнеса условий. Для этих отдельных логистических функций зачем-то предусмотрено создание узкоспециализированных центров. Следует предположить, что разработчики стандарта логистического центра в Беларуси предусматривали выполнение ими в основном функций обслуживания транзитных грузопотоков из Европы в Российскую Федерацию и не ориентировались на то, что логистические центры будут работать еще и на внутреннем рынке. Кроме того, наличие четырех различных типов логистических центров в стандартах логистической деятельности предполагает достаточно узкую специализацию на оказании только определенного вида услуг и практически исключает возможность предоставления ими комплексного набора логистических услуг, а тем более – выход в их работе за рамки исключительно логистики.

Основным видом создаваемых в Беларуси логистических центров являются транспортно-логистические, что и подтверждает вывод о несколько однобокой специализации белорусской логистики. Невысокая комплексность предоставляемых услуг – это одно из слабых мест белорусских логистических операторов. К сожалению, имеющиеся стандарты на комплексность предоставляемых услуг и не нацеливают. Поэтому многие белорусские логистические центры превращаются в обычные склады.

Кроме того, в стандарте ничего не говорится в возможности создания логистического центра как географического объединения независимых компаний и предприятий, занимающихся грузовыми перевозками (например, транспортных посредников, грузоотправителей, операторов перевозок, таможенных органов). С нашей точки зрения, такой подход в определенной степени замедляет процесс создания сети логистических центров как стимуляторов бизнеса, что в мировой практике уже становится нормой.

Заключение

Спектр логистических услуг в Республике Беларусь в настоящее время, несмотря на выполнение Программы развития логистической системы [11], недостаточно широк:

1. Транспортно-логистический сектор в основном представлен компаниями, которые оказывают узкий спектр услуг (транспортно-экспедиционные, складские). Логистические операторы зачастую не обеспечивают комплексности работ и услуг.

2. Пока очень слабо развит рынок 3PL-провайдеров (Third Party Logistics), логистические услуги которых выходят за пределы простой транспортировки товаров (например, складирование, перегрузка, дополнительные услуги со значительной добавленной стоимостью, а также с привлечением субподрядчиков).

3. 4PL-провайдеры (Fourth Party Logistics) отсутствуют вовсе. Речь идет об интеграции логистики всех компаний, которые вовлечены в цепь поставок грузов заказчика.

С нашей точки зрения, эти недостатки во многом объясняются несколько однобокой трактовкой понятия «логистический центр», которая не соответствует передовым направлениям развития логистики в мире, но тем не менее была положена в основу создания логистической инфраструктуры и развития логистики в Республике Беларусь. С точки зрения создания благоприятной бизнес-среды в республике, на наш взгляд, наибольший интерес мог бы представлять американский опыт создания и функционирования логистических центров.

Список использованной литературы

1. **Сергеев, В. И.** Глобальные логистические системы : учеб. пособие / В. И. Сергеев, А. А. Кизим, П. А. Эльяшевич ; под общ. ред. В. И. Сергеева. – СПб. : Изд. дом «Бизнес-пресса», 2011. – 240 с.

2. **Bowersox, D. J.** Logistical Management: A Systems Integration of Physical Distribution Management, Material Management, and Logistical Co-ordination / D. J. Bowersox. – New York : MacMillan Publishing Co., Inc., 1974. – 516 p.

3. **Masters, J. M.** Evaluation of the Logistics Profession / J. M. Masters, T. L. Pohlen // In: The Logistics Handbook (edited by J. F. Robeson & W. C. Copacino). – New York : The Free Press, 1994. – P. 13–34.

4. **Webster's** New World Dictionary of American English. – Third Edition, 1988. – 1574 p.

5. **Прокофьева, Т. А.** Логистические центры в транспортной системе России : учеб. пособие / Т. А. Прокофьева, В. И. Сергеев. – М. : Изд. дом «Экономическая газета», 2012. – 524 с.

6. **Габлер-лексикон** по логистике. Логистический менеджмент. Термины и определения / под ред. проф. П. Клауса, проф. В. Кригера. – Вейсбаден : Изд-во «Габлер», 2003.

7. **Breitzmann, K. H.** NeLoc: Planning of Logistics Centres. Finalreport / K. H. Breitzmann, Ch. Wenske. – Gdansk, 2003. – P. 12.

8. **Прокофьева, А. Т.** Логистика транспортно-распределительных систем: региональный аспект / А. Т. Прокофьева. – М., 2003. – 400 с.

9. **Meidute, I.** Comparative analysis of the definitions of logistics centres / I. Meidute // Transport. – 2005. 20:3, 106–110.

10. **СТБ 2047-2010** Логистическая деятельность. Термины и определения. – Введ. 2011-01-01. – Минск : Госстандарт, 2010.

11. **Программа** развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015 года : утв. постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 29.08.2008 № 1249 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2009. – № 5/28978.

Получено 08.11.2018.

Заяц Т. А.,

старший преподаватель Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Заяц А. В.,

магистрант Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Облачные сервисы: состояние и перспективы развития..... 40

В статье рассматривается такое перспективное направление IT-сферы, как облачные технологии. Они получили широкое распространение как в глобальной сети, так и в корпоративной среде (в корпоративных локальных сетях предприятий, организаций). Особое внимание уделяется вопросам классификации облачных услуг, способам создания «облаков» и преимуществам, получаемым от их использования.

Ключевые слова: облачные технологии; концепция «облака»; облачные услуги; инфраструктура частного «облака»; виртуальная платформа частного «облака».

Введение

«Облачные» технологии в информатике – это модель обеспечения повсеместного и удобного сетевого доступа по требованию к общему пулу конфигурируемых вычислительных ресурсов (например, к сетям передачи данных, серверам, устройствам хранения данных, приложениям и сервисам – как вместе, так и по отдельности), которые могут быть оперативно предоставлены с минимальными эксплуатационными затратами.

Термин «облако» (cloud) используется как метафора, основанная на изображении Интернета на диаграмме компьютерной сети, или как образ сложной инфраструктуры, за которой скрываются все технические детали. Широко распространенное формальное определение «облачных» вычислений было предложено Национальным институтом стандартов и технологий США: «облачные» вычисления представляют собой модель для обеспечения по требованию удобного сетевого доступа к общему пулу настраиваемых вычислительных мощностей, которые можно быстро выделить и предоставить с минимальными управленческими усилиями или минимальным вмешательством со стороны поставщика услуг [1].

«Облачные» технологии являются перспективным направлением развития IT-сферы. Они получили широкое распространение как в глобальном Интернете, так и в корпоративной среде.

Концепция «облака» состоит в предоставлении конечным пользователям удаленного динамического доступа к услугам, вычислительным ресурсам и программным приложениям через сеть «Интернет» или посредством корпоративной сети.

«Облако» рассматривается минимум с двух позиций: с точки зрения внешнего и внутреннего программно-аппаратного обеспечения. Внешнее обеспечение отвечает за обмен данными с пользователем, предоставление интерфейса и защиты. Внутреннее – за вычислительные мощности, облачное системное и прикладное программное обеспечение.

Выделяют следующие виды «облачных» услуг.

Все как услуга (Everything as a Service) – при таком подходе пользователю будет доступно все от программно-аппаратной части до управления бизнес-процессами, включая взаимодействие между пользователями. Все что требуется от пользователя – это доступ в сеть «Интернет».

Инфраструктура как услуга (Infrastructure as a Service) – пользователю доступна только компьютерная инфраструктура (виртуальные платформы), которую он сам настраивает под свои нужды.

Платформа как услуга (Platform as a Service) – пользователю доступна компьютерная платформа с установленной операционной системой и, возможно, программным обеспечением.

Программное обеспечение как услуга (Software as a Service) – пользователю доступно программное обеспечение, развернутое на удаленных серверах, доступ к которым осуществляется через сеть «Интернет». Такой вид услуги подразумевает оплату только лишь за фактическое пользование программным обеспечением, а все вопросы по лицензированию и обновлению программного обеспечения решает поставщик данной услуги.

Аппаратное обеспечение как услуга (Software as a Service) – пользователю предоставляется оборудование на правах аренды, которое он может использовать в своих целях. Данный вид услу-

ги очень похож на услуги «Инфраструктура как услуга» и «Платформа как услуга», за исключением того, что пользователь имеет доступ только лишь к оборудованию, на которое он сам устанавливает все программное обеспечение.

Рабочее место как услуга (Workplace as a Service) – компания организует удаленные рабочие места для своих сотрудников, устанавливая и настраивая все необходимое программное обеспечение.

Данные как услуга (Data as a Service) – пользователю предоставляется дисковое пространство для хранения информации.

Безопасность как услуга (Security as a Service) – позволяет пользователям развертывать программные продукты, обеспечивающие безопасность веб-технологий, переписки, локальной системы.

«Облачные» сервисы, предоставляющие те или иные виды услуг, в свою очередь делятся на три категории: публичные, частные и гибридные.

Публичное «облако» – ИТ-инфраструктура, которую используют множество компаний и отдельных пользователей. Пользователи при этом не могут управлять «облаком» и обслуживать данное «облако». Вся ответственность по вопросам обслуживания лежит на владельце «облака». Абонентом может стать любая компания, а также любой индивидуальный пользователь. «Облака» такого типа предлагают легкий и доступный по цене способ развертывания веб-сайтов или бизнес-систем с большими возможностями масштабирования, которые не доступны в «облаках» других типов. Примеры: онлайн-сервисы Amazon, EC2 и Simple Storage Service (S3), Google Apps/Docs, Salesforce.com, Microsoft Office Web.

Частное «облако» – безопасная ИТ-инфраструктура, контролируемая и эксплуатируемая одной компанией. Абонент может управлять «облаком» самостоятельно либо поручить это внешнему подрядчику. Инфраструктура может размещаться в помещениях самой компании, либо у внешнего оператора, либо частично у оператора и частично у компании.

Гибридное «облако» – ИТ-инфраструктура, использующая лучшие стороны публичного и частного типов «облаков». Такой тип в основном используется, когда организация имеет сезонные периоды активности, т. е. часть мощностей частного «облака» перебрасывается в публичное «облако», если оно не справляется с текущими задачами. Кроме этого доступ к ресурсам компании организован через публичное «облако».

Каждая из категорий «облачных» сервисов обладает определенными особенностями, но в целом существенным отличием является доступ к сервису. Публичное «облако» доступно как по локальной сети, так и через сеть «Интернет». Частное же «облако» имеет только локальный доступ и полностью лишено выхода в любую другую сеть.

Таким образом, частное «облако» (private cloud) – это инфраструктура, которая располагается непосредственно в пределах одной организации, включая дочерние подразделения. Особенностью частного «облака» является размещение данных на оборудовании, уже имеющемся в организации. Данная модель развертывания создается с целью полного удовлетворения информационных потребностей внутреннего рабочего персонала при обеспечении высокого уровня безопасности данных. Частное «облако» обеспечивает защиту конфиденциальных данных от несанкционированного доступа, ограждение от прямого доступа пользователей Интернета.

ИТ-инфраструктура организации может называться «облаком», если имеющиеся серверы, устройства хранения данных и сети интегрируются в частное «облако» с помощью специальных программных приложений, которые делают возможным использование существующих ресурсов в виде «облачных» услуг. На выходе получаем полноценную масштабируемость и автоматизированное обслуживание пользователей системы.

Частное «облако» всегда создается с определенной целью. Например, дочерняя компания (филиал предприятия) нуждается в использовании корпоративной почты. Таким образом, построение частного «облака» будет акцентироваться на предоставлении дочерней компании почтовых приложений из центра обработки данных, который, в свою очередь будет обслуживаться сервисным подразделением.

Возьмем другой пример. Допустим, существует ИТ-отдел, который отвечает за разработку и сопровождение бизнес-приложений. Почему бы указанному отделу не иметь возможность пользоваться сервисом управления своими приложениями из «облака», именуемого частным «облаком», таким образом избавив себя от ряда инфраструктурных проблем (рисунок 1). В результате сотрудники не только получают непосредственный доступ к данным в «облаке» в рамках предприятия, но и смогут вести свою работу с филиалов удаленным способом, с мобильных клиентов, а также могут предоставлять общий доступ к «облаку» партнерам или смежным предприятиям.

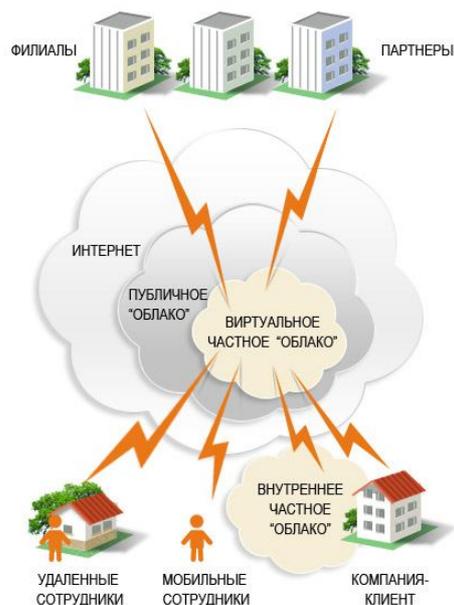


Рисунок 1 – Схема доступа к частному облаку

В первую очередь следует определиться, какие объекты выносить в частное «облако». Если существует задача выноса программного приложения – это одни затраты, если необходимо вынести инфраструктуру (специализированные взаимосвязанные приложения, сервисы и информационные системы) – это другие затраты.

В настоящее время более популярно и востребовано создание частного «облака» с предоставлением инфраструктуры как сервиса. Данная облачная технология называется IaaS (Infrastructure as a Service). Пользователю предоставляется компьютерная инфраструктура, обычно виртуальные платформы (компьютеры), связанные в сеть, которые он самостоятельно настраивает под собственные нужды. Обращение к данной модели объясняется ее высокой эффективностью: компании экономят на закупке и поддержке сложного программно-аппаратного обеспечения, существенно снижают себестоимость хранения и обработки данных, приобретают возможность управлять масштабированием приложений и т. д. [2].

Для создания частного «облака» или переноса его с физического сервера на виртуальный должны быть проведены следующие мероприятия:

- аудит текущей ИТ-инфраструктуры;
- выбор технических средств для организации «облака»;
- налаживание защищенной связи между «облаком» и пользователями;
- настройка контроллера домена в «облаке»;
- установка почтовой системы;
- настройка терминальных серверов;
- настройка резервного копирования данных почтовых и терминальных серверов с использованием программно-аппаратного комплекса.

Практическая реализация частного «облака» заключается в создании аппаратной и программных основ. Для создания аппаратной основы частного корпоративного «облака» выделяются следующие элементы:

- физические серверы;
- системы хранения данных;
- коммуникационное оборудование для передачи трафика.

Для создания программной основы «облака» на имеющейся аппаратной конфигурации необходимы:

- программа-гипервизор (создает виртуальные машины на физических серверах, предоставляет запущенным под ее управлением программам сервис виртуальных машин, управляет этими виртуальными машинами, выделяет и освобождает ресурсы для них);
- набор программных продуктов для управления, поддержки и развития облачной инфраструктуры (программы, которые будут работать в «облаке»). В само «облако» можно интегриро-

вать программные продукты, например, 1С: Предприятие, ИС Галактика, КонсультантПлюс, SAP R/3, Oracle CRM и др. [3; 4].

Пример реализации частного «облака» по технологии IaaS представлен на рисунке 2.

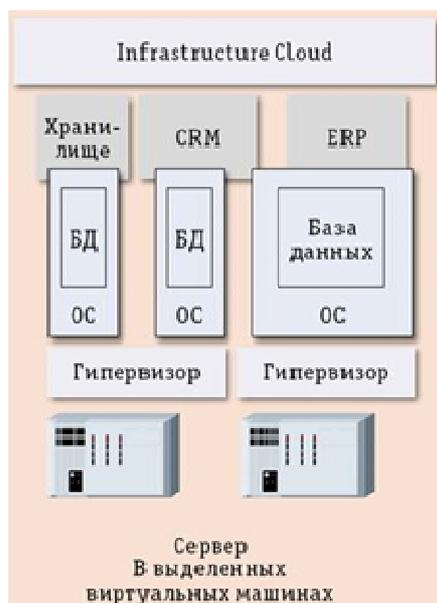


Рисунок 2 – Схема частного IaaS «облака»

Одна из главных положительных сторон IaaS заключается в легкой и быстрой масштабируемости вычислительных мощностей серверов, так как система виртуализации при наличии мощной серверной системы не привязывается к физическому оборудованию. Эффект «абстракции» выводит масштабируемость на новый уровень. Например, увеличился штат сотрудников, работающих с определенным приложением, с 5 до 30 человек. Зайдя в административную панель управления сервером, можно увеличить его мощность, создав 25 виртуальных машин, наделив их правами и полномочиями. На предприятии, где постоянно происходит движение кадров: прием, увольнение или перераспределение пользователей в другие филиалы, такая реакция будет достаточно оперативной (в течение нескольких дней) и для ее решения не потребуются ни дополнительное оборудование, ни финансовые затраты.

В качестве примера программной платформы для организации облачного сервиса можно предложить программный продукт OpenNebula – инновационный проект в сфере облачной обработки данных для предприятий, представляющий собой открытую программную платформу. OpenNebula предназначен для создания и управления виртуальными центрами обработки данных и облачных инфраструктур, позволяет развернуть IaaS на уже имеющихся серверах компании без каких-либо значительных инвестиций и привязки к конкретному продавцу облачных услуг [5]. В отличие от большинства проектов OpenSource, которые предоставляют лишь удобный интерфейс управления определенными типами гипервизоров, разработчики OpenNebula своей целью ставят возможность максимально использовать весь потенциал, заложенный в облачной концепции. OpenNebula может работать с виртуальными машинами, распределять мощности, организовывать личные хранилища данных, работать с сетевыми принтерами и многое другое. Продукт бесплатный для некоммерческого использования.

Заключение

Основные преимущества, которые мы имеем от создания частного «облака», следующие:

- Создание пула ресурсов. В частном «облаке» все ресурсы объединены в пулы, что позволяет достичь высокой эффективности их использования и масштабируемости при выделении ресурсов под определенные задачи. Распределяя ресурсы из общего пула между несколькими задачами и бизнес-подразделениями, ИТ-отдел может повысить эффективность загрузки и использования имеющихся ресурсов.

- Эластичность. После объединения ресурсов в пулы у ИТ-службы появляется возможность оперативно увеличивать и уменьшать объем ресурсов, выделяемых под конкретную задачу. Фактически это позволяет быстро масштабировать сервисы в соответствии с требованиями бизнеса.

- Абсолютный контроль. Частное «облако» строится на основе тех ресурсов, которые имеются в организации. Это означает, что у нее есть полный контроль над всеми аспектами архитектуры и процессами, протекающими в облаке.

В статье ставилась задача показать возможности и способы реализации частных «облаков», т. е. использования облачных сервисов в рамках организации или корпорации. Как видим, преимущества использования облачных сервисов очевидны.

Список использованной литературы

1. **Что такое** облачные технологии // Vsepoisk.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.vsepoisk.ru/2013/02/blog-post.html>. – Дата доступа : 06.01.2018.

2. **Бизнес** в облаках. Чем полезны облачные технологии для предпринимателя // Kontur.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://Kontur.ru/articles/225>. – Дата доступа : 12.11.2017.

3. **Облачная** 1С или другие ИС // Kit-consulting.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.kit-consulting.ru/oblachnaya-1s-ili-drugie-is.html>. – Дата доступа : 16.09.2018.

4. **Облака** бизнес-класса // OnCloud.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://onlanta.ru/oncloud/>. – Дата доступа : 25.01.2017.

5. **Инфраструктура** просто и легко с «частным облаком» // Habrahabr.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://habrahabr.ru/company/netapp/blog/123376/>. – Дата доступа : 12.05. 2017.

Получено 30.10.2018.

Шабловская Т. В.,

кандидат экономических наук, доцент, проректор по воспитательной работе
Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Вишневецкая Л. В.,

кандидат педагогических наук, доцент, декан Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации

Вольнец Т. П.,

начальник отдела международных связей Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации

**Международная проектная деятельность Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации: современное состояние
и перспективы развития..... 45**

В статье охарактеризован опыт международной проектной деятельности Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации за 2008–2018 годы, предложены направления совершенствования.

Ключевые слова: международная деятельность; международный проект; Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации (БТЭУ).

Введение

Одной из основных задач, поставленных перед учреждениями высшего образования Министерством образования Республики Беларусь на период до 2020 года, является повышение конкурентоспособности высшего образования в мировом образовательном пространстве, в том числе за счет реализации совместных образовательных программ и проектов.

Международная проектная деятельность учреждений высшего образования является одним из ведущих факторов развития современной системы высшего профессионального образования, так как университетам отводится в настоящее время важнейшая роль в формировании общества знаний, развитии интеллектуального потенциала страны, воспитании динамичных, коммуникабельных, культурных языковых личностей.

Для Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации (далее – БТЭУ) международное сотрудничество является неотъемлемой частью деятельности и одним из ключевых инструментов в обеспечении качества высшего образования в соответствии с международными стандартами и требованиями, особенно в современных реалиях Болонского процесса.

Одним из важнейших направлений международного сотрудничества БТЭУ является международная проектная деятельность, которая в значительной степени способствует интеграции университета в мировое научно-образовательное пространство и является ресурсом для решения стратегических задач университета по развитию научно-исследовательских и инновационных направлений, повышению качества образования, развитию академической мобильности.

Понятие международного проекта имеет свое объяснение. «В международной практике это понятие означает комплекс согласованных организационных мероприятий, объединенных одной целью и направленных на спроектированный результат.

С позиции проектного менеджмента международный проект – это полный, завершённый цикл продуктивной инновационной деятельности групп стран» [1, с. 172–173].

И если рассматривать современные учреждения высшего образования как развивающуюся образовательную систему, то международные проекты можно, по мнению большинства ученых, отнести к инновационным формам деятельности.

БТЭУ является активным участником международных проектов уже более 10 лет. За этот период реализовано 16 проектов, финансируемых различными зарубежными организациями, фунда-

ми и программами (фондом «Евразия», программой Шведского института VISBY, программами Европейской Комиссии TEMPUS, ERASMUS MUNDUS, ERASMUS+ и др.) (таблица 1).

Таблица 1 – Количество международных проектов, реализуемых БТЭУ в 2008–2018 годах

Показатель	Год										
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Количество реализуемых проектов	2	2	2	2	2	2	3	6	7	5	7
Примечание – Таблица составлена авторами на основании информации отдела международных связей БТЭУ.											

Наиболее значимыми результатами реализованных проектов для БТЭУ являются:

- закупка оборудования на сумму 96 992 евро (в том числе по проектам: Tempus – 45 000, Isaen – 29 492, Harmony – 19 500, La Manche – 3 000);
- стажировки административного персонала и преподавателей (86 человек: Испания, Греция, Португалия, Латвия, Болгария, Франция Чехия, Швеция, Словения);
- студенческая академическая мобильность (37 студентов: Франция, Чехия, Португалия, Латвия, Болгария);
- проведение курсов английского языка для преподавателей и сотрудников с выдачей свидетельств о повышении квалификации (20 человек).

В настоящее время основными финансовыми инструментами международной проектной деятельности БТЭУ являются Программа Европейского Союза (ЕС) Erasmus+, Программа территориального сотрудничества стран Восточного партнерства Беларусь –Украина, стипендиальные программы Германской службы академических обменов DAAD.

В рамках вышеперечисленных программ в 2018 году БТЭУ является активным участником 7 международных проектов, в том числе 5 – в рамках программы Erasmus +:

1. «Разработка подходов к гармонизации стратегий интернационализации в области высшего образования, науки и инноваций в ЕС и России, Беларуси, Армении» – HARMONY Erasmus + (срок реализации проекта – 2015–2019 годы).

Целью данного проекта является повышение привлекательности высшего образования, укрепление интеграции образования, науки и инноваций; усиление интернационализации систем высшего образования в соответствии с основными положениями Болонского процесса.

Задачами проекта являются:

- проведение комплексного исследования уровня интернационализации высшего образования в странах, вовлеченных в реализацию проекта;
- разработка моделей реализации стратегий интернационализации;
- обучение и профессиональное развитие административных сотрудников УВО;
- разработка рекомендаций по гармонизации стратегий интернационализации в ЕС, России, Беларуси и Армении.

Координатором проекта является Университет Севильи (Испания).

Партнерами по проекту выступают:

- Беларусь (Белорусский государственный университет (г. Минск); Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации (г. Гомель); Министерство образования Республики Беларусь);
- Европейский Союз (Астонский университет, г. Бирмингем (Великобритания); Университет Касселя, г. Кассель (Германия); Римский университет Ла Сапиенца, г. Рим (Италия); Политехнический институт, г. Томар (Португалия); Александрийский технологический образовательный институт, г. Салоники (Греция));
- Армения (Международный университет Евразия, (г. Ереван); Российско-армянский (славянский) университет, (г. Ереван); Министерство образования и науки Республики Армения);
- Российская Федерация (Воронежский государственный университет (г. Воронеж); Южный федеральный университет (г. Ростов-на-Дону); Пензенский государственный университет (г. Пенза); Аналитический центр международных научно-технологических и образовательных программ (г. Москва); Министерство образования и науки Российской Федерации).

Общий бюджет проекта составляет 927 046 евро.

Адрес сайта проекта – <http://harmonyproject.eu/>.

2. «Высшие учебные заведения для молодежного предпринимательства» –HEIFYE Erasmus + (Срок реализации проекта – 2017–2018 годы).

Идея проекта – активизация молодежного предпринимательства в контексте европейской интеграции как внутри стран, так и между странами Восточного партнерства и Европейского Союза с использованием опыта создания успешных бизнес-моделей в странах Восточного партнерства.

Цели проекта:

- укрепление транснационального сотрудничества между образованием, наукой и бизнесом;
- повышение международного аспекта предпринимательского образования;
- передача лучших деловых практик в контексте европейской интеграции, а также осуществление бизнес-сектором возможностей для европейской интеграции в странах-партнерах;
- повышение компетентности и предпринимательских навыков среди молодежи в странах-партнерах.

Координатором проекта является Харьковский государственный университет питания и торговли (Украина).

Страны-партнеры: Украина, Молдова, Беларусь, Армения, Грузия.

Страны ЕС: Латвия.

Белорусские участники: Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации (г. Гомель).

Общий бюджет проекта 59 769 евро.

Адрес официального сайта проекта: <http://heifye.hduht.edu.ua>.

3. «Содействие сотрудничеству университет – предприятие и студенческому предпринимательству через SMART-кафе/ SMART» – Erasmus+ (срок реализации проекта – 2017–2020 годы).

Проект направлен на поощрение предпринимательских намерений студентов и поддержку открытого инновационного подхода в сотрудничестве между компаниями и университетами в творческой, поддерживающей и мотивирующей среде – SMART Cafes. Основная идея заключается в том, чтобы стимулировать и мотивировать студентов и молодых исследователей активно использовать свой интеллектуальный потенциал для создания инновационных идей. Во время этого процесса студенческие команды получают возможность быть наставниками, руководствуясь консультациями представителей компаний и преподавателей. Ожидается, что следующие проектные продукты будут устойчивыми после окончания финансирования:

- 7 SMART Cafes (SC) и их сеть;
- 4 новых тренинга, разработанных для обучения преподавателей SC;
- 8 новых тренингов, разработанных для студентов, вовлеченных в SC;
- многофункциональная платформа IT SMART_CHANNEL;
- книга «От идеи до ведения бизнеса» (на английском, румынском, русском, армянском и белорусском языках);
- рынок идей;
- запуск конкурса студенческих стартапов и ежегодной региональной конференции;
- обновленные учебные планы в Молдове, Армении и Беларуси.

Координатор проекта: Александрийский технологический образовательный институт г. Салоники (Греция).

Страны-партнеры: Армения, Беларусь, Молдова.

Страны ЕС: Греция, Испания, Бельгия, Германия, Болгария.

Белорусские участники: Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации (г. Гомель), Минский инновационный университет (г. Минск), Белорусский инновационный фонд.

Общий бюджет проекта – 1 000 000 евро.

Адрес сайта проекта: <https://www.smartcaffe.eu/>.

4. «Активизация малого и среднего бизнеса в приграничных регионах Украины и Беларуси» (Программа территориального сотрудничества стран Восточного партнерства Беларусь – Украина) (срок реализации проекта – 2017–2018 годы).

Общая цель проекта – повысить коммерческие возможности, деловую активность и взаимодействие малого и среднего бизнеса (МСБ) в малых городах приграничных регионов Украины – Беларуси путем создания платформ для взаимодействия между МСБ, органами местного самоуправления и инфраструктурами поддержки бизнеса приграничных регионов Украины и Беларуси.

Координатор проекта: Исполнительный комитет Славутичского городского совета (Украина).

Страны-партнеры: Украина.

Белорусские участники: Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации (г. Гомель).

Общий бюджет проекта 35 760 евро.

Адрес официального сайта проекта – <http://www.uaby.tau-quadra.com/>.

5. Проект академической мобильности с Варненским университетом менеджмента (г. Варна, Болгария) по программе Erasmus + (срок реализации проекта – 2015–2021 годы).

6. Проект академической мобильности с Видземским университетом прикладных наук (г. Валмиера, Латвия) по программе Erasmus + (срок реализации проекта – 2015–2021 годы).

7. Стипендиальная программа Германской службы академических обменов DAAD «Международные летние вузовские курсы» (срок реализации проекта – ежегодно).

За период с 2015 по 2018 год 24 студента БТЭУ прошли курс включенного обучения (в течение семестра или учебного года) в зарубежных университетах Европы и 16 преподавателей были направлены для чтения лекций и прохождения стажировок с получением соответствующих сертификатов по грантам академической мобильности на обучение и повышение квалификации: университет имени Томаша Бати (г. Злин, Чехия); Варненский университет менеджмента (г. Варна, Болгария), Видземский университет прикладных наук (г. Валмиера, Латвия) и др.

Включенное обучение студентов БТЭУ осуществляется не только в учреждениях высшего образования (УВО) Европейского Союза, а также в УВО Российской Федерации: в Российском университете кооперации (РУК, г. Москва), Белгородском университете кооперации, экономики и права (БУКЭП, г. Белгород), Санкт-Петербургском политехническом университете Петра Великого (СПбПУ, г. Санкт-Петербург), Брянском филиале Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова (БФ РЭУ, г. Брянск) (таблица 2).

Таблица 2 – Участие студентов БТЭУ в программах академической мобильности в 2016–2018 годах в учреждениях высшего образования Российской Федерации

№ п/п	Сроки мобильности	Количество участников от БТЭУ	Количество участников от зарубежных УВО (наименование УВО)
1	16.05.2016–30.05.2016	5	5 (РУК)
2	I семестр 2016/2017 учебного года	5	5 (БУКЭП)
3	II семестр 2016/2017 учебного года	5	5 (БУКЭП)
4	II семестр 2016/2017 учебного года	4	4 (РУК)
5	20.03.2017–23.04.2017	5	5 (СПбПУ)
6	I семестр 2017/2018 учебного года	5	4 (БУКЭП)
7	II семестр 2017/2018 учебного года	6	7 (БУКЭП)
8	14.05.2018–26.05.2018	6	6 (РУК)
9	18.04.2018–27.04.2018	5	5 (БФ РЭУ)

За последние пять лет активизировалась подача студентами БТЭУ грантовых заявок в бюро Германской службы академических обменов DAAD на получение стипендий по программе «Международные летние вузовские курсы». За указанный период студентами БТЭУ подано 9 грантовых заявок. По результатам отбора получены 3 стипендии (680–850 евро) (таблица 3).

Таблица 3 – Участие студентов БТЭУ в международных программах DAAD в 2013–2018 годах

Учебный год	Количество грантовых заявок, ФИО и группа кандидата	Результат, сроки, ФИО грантополучателя	Университет
2013/2014	1 Михайлова А., гр. М-31	Стипендия, август 2014, Михайлова А., гр. М-31	Фрайбургский университет имени Альберта Людвига, г. Фрайбург, Германия
2014/2015	—	—	—
2015/2016	2 Мурзич Е., гр. К-21 Фомина К., гр. М-21	—	—
2016/2017	4 Мурзич Е., гр. К-31 Фомина К., гр. М-31 Северин С., гр. П-21 Шабан А., гр. Б-21	Стипендия, август 2017, Мурзич Е., гр. К-31	Университет Трир, г. Трир, Германия
2017/2018	2 Северин С., гр. П-31 Гришко А., гр. Ю-21	Стипендия, август 2018, Гришко А., гр. Ю-21	Гамбургский технический университет, г. Гамбург, Германия

По результатам участия в летних вузовских курсах студентами организуются информационные семинары для расширения аудитории потенциальных кандидатов на гранты и повышения мотивации обучающихся к международной проектной деятельности. Результаты участия отражаются на сайте университета и в СМИ (газеты «Коперник», «Вести потребительской кооперации» [2–4]).

Заключение

Таким образом, участие коллектива БТЭУ в международной проектной деятельности предоставляет ему возможность приобрести международный опыт в научно-образовательной сфере, расширить профессиональные знания и практические навыки, совершенствовать свою иноязычную компетенцию. Важным преимуществом для университета также является модернизация материально-технической базы, повышение квалификации административного персонала и преподавателей, улучшение имиджа университета на международной образовательной арене и укрепление своих конкурентных преимуществ.

Обобщая изложенное, отметим, что в целом организация международной проектной деятельности в университете осуществляется на достойном уровне. Но ее дальнейшее развитие может быть затруднено наличием ряда факторов:

– субъективных:

1) ограниченное количество преподавателей и сотрудников, владеющих английским языком на необходимом уровне [5], а также иницилирующих международные проекты и участвующих в них;

2) отсутствие у кафедр опыта установления контактов с родственными кафедрами европейских УВО;

3) незаинтересованность европейских партнеров в проектах, предлагаемых коллективом университета;

– объективных:

1) длительность регистрации международных проектов в Министерстве экономики Республики Беларусь (9–12 месяцев);

2) ограниченность возможности участия БТЭУ в международной проектной деятельности в настоящее время, обусловленная необходимостью самофинансирования минимум 10% от бюджета проекта за счет прибыли университета.

Минимизация указанных факторов требует разработки комплекса мер, способствующих развитию международной проектной деятельности университета, которые включают:

– подготовку коллективами факультетов проектных идей и их направление европейским университетам-партнерам для возможного сотрудничества;

– проработку возможности реализации с европейскими университетами-партнерами проектной идеи об обучении людей третьего возраста;

– пересмотр перечня критериев для установления надбавки профессорско-преподавательскому составу за руководство международными проектами и программами.

Список использованной литературы

1. **Умарова, С. Х.** Международный проект как средство профессиональной подготовки студентов к межкультурной коммуникации / С. Х. Умарова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2014. – № 8 (34). – С. 171–174.

2. **Шабловская, Т. В.** Студенчество – веселая пора, время поиска и дерзаний / Т. В. Шабловская // Вести потребительской кооперации. – 2017. – № 46 (829). – С. 2.

3. **Вольнец, Т. П.** Беларусь и Россия обменялись студентами / Т. П. Вольнец // Вести потребительской кооперации. – 2017. – № 25 (808). – С. 3.

4. **Шабловская, Т. В.** Аспекты академической мобильности / Т. В. Шабловская // Вести потребительской кооперации. – 2016. – № 17 (748). – С. 6.

5. **Шабловская, Т. В.** Организация образовательного процесса на английском языке в Белорусском торгово-экономическом университете потребительской кооперации и направления его совершенствования / Т. В. Шабловская, М. В. Тимошенко, Л. В. Вишневецкая // Потребит. кооп. – 2016. – № 3(54). – С. 58–66.

Получено 28.10.2018.

Дубовцова Т. А.,

старший преподаватель Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Обучение деловому иностранному языку – один из важнейших компонентов подготовки современного специалиста 50

В статье освещаются некоторые аспекты языковой подготовки современного специалиста. Подчеркивается, что обучение деловому иностранному языку является одним из ее важнейших компонентов. Даны некоторые рекомендации для эффективного делового общения и успешной профессиональной деятельности.

Ключевые слова: деловой иностранный язык; деловое общение; деловые контакты; международное сотрудничество; деловые партнеры.

Введение

Важнейшей тенденцией современного этапа развития человеческого общества, затрагивающей различные стороны жизни и деятельности людей, является глобализация мировой экономики. Эта тенденция выражается во все большем расширении и углублении международных связей. Методология обучения межъязыковой и межкультурной коммуникации необычайно актуальна в условиях глобализации [1]. За последние десятилетия мир изменился: налаживаются экономические связи между предприятиями Республики Беларусь и иностранными предприятиями, появились программы студенческих обменов, проводятся международные семинары, конференции и тематические выставки, появилась возможность путешествовать за границу.

Вопросы обучения иностранным языкам находятся в поле пристального внимания крупнейших международных организаций. Расширение сферы межнациональных отношений создает все больше возможностей для международного сотрудничества и изучения иностранного языка как средства межкультурной коммуникации.

Целью настоящей статьи является анализ передового педагогического опыта в обучении деловому иностранному языку конкурентоспособных специалистов. Достижение цели осуществлено посредством реализации теоретических методов: анализ источников, сравнение, обобщение.

Одной из форм международного сотрудничества учреждений высшего образования являются совместные проекты с ведущими западноевропейскими университетами. Студенты учатся работать в команде, готовить презентации, точно, логически четко и лаконично излагать информацию, чувствовать аудиторию и учитывать ее настроение, владеть правильной техникой озвучивания речи, обобщать и делать выводы, давать правильную оценку презентации. Участие в проектах способствует повышению мотивации обучения, обеспечивает высокую коммуникативную активность студентов, самостоятельную учебно-познавательную деятельность. Студенты, принимающие участие в проектах, не только углубляют знания иностранного языка, но и получают запас энергии, побуждающий их к дальнейшему изучению иностранного языка и активизирующий всю их учебную деятельность.

Международное сотрудничество не только обеспечивает возможности для активизации употребления усвоенного студентами языкового материала, но и создает условия для их речевой практики, формирования речевого опыта общения; демонстрирует эффективность их учебной деятельности по овладению иностранным языком.

Международное сотрудничество позволяет создавать благоприятные условия для коммуникативной деятельности студентов, так как они попадают в естественную языковую среду, приобретают опыт общения на иностранном языке. Общение на иностранном языке подразумевает овладение социокультурными знаниями и умениями. К таким знаниям, прежде всего, относятся языковые знания и знания национальной культуры, а также навыки и умения речевого и неречевого поведения. Умение общаться на иностранном языке делает человека более независимым, уверенным в себе, открывает перед ним новые возможности, и без сомнения, является требованием современного общества.

Результатом обучения иностранным языкам должна быть не только коммуникативная, но и социальная компетенция, а сам процесс обучения иностранному языку должен превратиться в межкультурное обучение, которое включает различные компоненты: исторический (различия

в оценке прошлого обеих стран), практический (правила, необходимые для ориентации в стране), эстетический (различия в нормах поведения), стереотипный (сложившиеся стереотипы в отношении собственной культуры и культуры другой страны), рефлексивный (личностные изменения в результате межкультурного обучения), языковой (лексика, грамматика, речевые образцы и т. д.) [2].

Современный этап развития экономики предполагает расширение международных связей и сотрудничества. Расширение международных связей актуализирует проблему подготовки специалистов со знанием делового иностранного языка для осуществления эффективной межкультурной коммуникации.

Следствием этого процесса выступает значительное усиление взаимосвязи и взаимозависимости людей, отражающееся в поиске и развитии наиболее эффективных форм сотрудничества, расширении и диверсификации деловых контактов.

В основе такой совместной деятельности лежит речевое общение ее участников, а в межнациональном плане – коммуникация на иностранном языке на уровне представителей разных культур.

Общение в ходе деловых контактов в рамках межкультурного сотрудничества направлено на решение тех профессиональных задач, которые стоят перед партнерами по коммуникации. Эффективность решения этих задач зависит от знания коммуникантами закономерностей и особенностей каждой стороны, а также соблюдения норм и правил делового общения, сложившихся в международной практике.

Успешной можно считать такую деловую коммуникацию, при которой партнеры по общению добиваются поставленных ими целей в интересах обеих сторон. Для реализации эффективного общения участнику международных деловых контактов необходимо:

- знать, что может вызвать непонимание в деловом общении и каким образом можно его скорректировать (какие барьеры следует для этого преодолеть);
- владеть приемами убеждающей речи и, прежде всего, аргументацией как частью логико-речевого доказательства.

Успешность межкультурного делового общения существенно зависит от такого фактора, как национальная специфика общающихся. Эта специфика влияет на непосредственную организацию и осуществление процесса коммуникации между бизнес-партнерами, что определяет достижение целей профессиональной деятельности в сфере международного сотрудничества.

Полноценное и эффективное гармоничное сотрудничество между представителями разных культур может обеспечиваться за счет глубокого знания участниками делового общения национальных и культурных особенностей своих партнеров.

Цели обучения определяются потребностями общества с учетом той образовательной парадигмы, которая принята в том или ином социуме на определенном этапе развития [2]. В соответствии с провозглашенными принципами гуманизации и демократизации общества в качестве самой большой ценности стала рассматриваться свободная, образованная, развитая личность, способная жить и творить в условиях постоянно меняющегося мира, быть конкурентоспособной, интегрироваться в мировое сообщество. В связи с этим новая парадигма образования и воспитания определяется как деятельностная гуманистическая личностно-ориентированная, основанная на рассмотрении обучающегося в качестве активного субъекта деятельности учения.

Современная цель обучения иностранному языку – достижение обучаемыми иноязычной коммуникативной компетенции, необходимой для делового общения в сфере межкультурной коммуникации.

Цель обучения деловому общению на иностранном языке является важнейшей социальной, педагогической и методической категорией, которая непосредственно детерминирует содержание обучения языку и определяет способы овладения этим содержанием. Практическая цель обучения иностранному деловому общению в высшей школе связана прежде всего с формированием у обучаемых определенных навыков и умений, владение которыми позволяет осуществлять соответствующую профессиональную деятельность на иностранном языке в сфере международного сотрудничества.

Общеобразовательная и развивающая цели обучения иноязычному деловому общению предполагают использование иностранного языка для расширения кругозора обучаемых, увеличение объема их знаний об окружающем мире, о духовном наследии человечества, его историко-культурном развитии.

Достижение указанной цели предполагает, что в процессе овладения иностранным языком обучаемый знакомится как с мировой культурой в целом, так и с национальными культурами отдельных стран и народов. Познавая через иностранный язык быт, традиции, обычаи и нравы дру-

гой нации, индивид приобретает информацию о специфических особенностях чужой культуры в сопоставлении с родной.

На занятиях по иностранному языку студенты приобщаются к культуре международного предпринимательства, осваивают опыт, накопленный предшествующими поколениями предпринимателей, знакомятся с традициями и нормами поведения, сложившимися в этой среде, овладевают спецификой конкретных национальных предпринимательских культур, принятыми в данных культурах, стилях управления, механизмах процесса принятия решений, особенностях вербального и невербального общения и др. Таким образом, у студентов складывается представление о потенциальных деловых партнерах как представителях определенного сообщества, которое характеризуется рядом социальных, национальных и культурных особенностей.

Воспитательная цель обучения иноязычному деловому общению связана с развитием определенных качеств личности обучающегося, необходимых для осуществления общения на межкультурном уровне. Речь идет, прежде всего, о формировании у студентов уважительного отношения к народу, язык которого стал предметом изучения, и его культуре, стремлении понять специфику иной ментальности.

В ходе обучения иностранному языку должно быть выработано уважительное отношение к партнерам по деловому общению, их национальной и культурной специфике, к особенностям организации трудовой деятельности и быта. Подобное отношение должно стать частью системы ценностных ориентаций студента, основанных на общеизвестных принципах морали и этики деловых отношений. Опираясь на эти принципы, обучаемые вырабатывают активную жизненную позицию, отражающую набор личностных характеристик, к которым относятся честность, порядочность, самокритичность и др.

Другим важным направлением воспитательной работы является воспитание у студентов деловых качеств менеджера и предпринимателя: лидерство, способность оказывать влияние на других людей, уверенность в себе, эмоциональная стабильность, стрессоустойчивость, креативность, стремление к достижениям, предприимчивость, ответственность. В процессе развития личности средствами изучаемого языка в курсе делового общения должны быть созданы условия для формирования:

- способности и готовности вступать в речевое взаимодействие с потенциальным деловым партнером;
- потребности в дальнейшем самообразовании;
- мотивации к овладению культурой (прежде всего деловой) страны, язык которой изучается, и ее языком как частью данной культуры;
- психических функций, связанных с речевой деятельностью (видов восприятия, памяти, устойчивого произвольного внимания, логического мышления);
- эмоционально-волевой сферы (активности личности, готовности преодолевать трудности, способности к принятию решений, настойчивости в достижении поставленной цели, трудолюбия, любознательности, стремления к самовыражению).

Профессиональная деятельность, имеющая огромное значение в жизни людей в целом, составляет предмет делового общения в сфере международных связей, определяет его содержание [3].

Для студентов Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации представляет интерес такой жанр устного делового общения как презентация. Основная функция презентации заключается в передаче определенной информации деловым партнерам. Предметом коммуникации в данном жанре иноязычного делового общения может быть конкретный товар или услуга, компания, проект и даже проблема, требующая решения.

Интересно проходят практические занятия по теме «Переговоры». Основная функция переговоров заключается в согласовании коммуникантами своих позиций относительно предмета переговоров в целях принятия ими оптимального взаимовыгодного решения. В качестве предмета переговоров выступают различные аспекты профессиональной деятельности коммуникантов: условия совершаемой сторонами сделки, развитие дальнейших отношений между партнерами и др.

В качестве основного компонента содержания обучения выделяют коммуникативные умения, знания и навыки оперирования ими в процессе говорения, аудирования, чтения, письма.

Одним из важнейших методических принципов, лежащих в основе методики формирования умений иноязычного делового общения, является ситуативная направленность обучения. В современной теории и практике обучения иностранным языкам данному принципу подчиняется отбор содержания обучения, адекватная организация образовательного процесса, а также использование

различных методов, приемов, технологий и средств, обеспечивающих эффективное развитие умений иноязычной деловой коммуникации.

С учетом данного принципа в образовательном процессе обеспечиваются коммуникативная направленность обучения, формирование соответствующих речевых умений, а также расширение кругозора обучающихся, повышение уровня их общей и деловой культуры, приобретения ими принятых в сфере межкультурного делового общения поведенческих стереотипов и др.

Разыгрывая профессиональные роли, студент, погруженный при этом в содержание соответствующих деловых ситуаций, максимально актуализирует свои знания, усвоенные им в курсе специальных дисциплин, практически применяет отработанные ранее навыки и умения межкультурного делового общения.

Наиболее эффективным для достижения целей обучения иноязычному деловому общению является использование в образовательном процессе таких ситуаций, в основе которых лежит какая-либо профессионально значимая проблема, для решения которой студенту необходимо:

- актуализировать те теоретические знания, которые были усвоены им в курсах специальных дисциплин;
- оценить ситуацию общения в целом;
- принять обоснованное решение относительно данной проблемы;
- организовать процесс коммуникации с «деловым партнером» в соответствии с одной из ролей, предусмотренных содержанием этой ситуации.

У студентов необходимо совершенствовать:

- умения устной монологической устной речи, в том числе в форме высказывания на определенную тему, включая умение самопрезентации, т. е. представление говорящим самого себя;
- умения устной диалогической речи, в частности, умения устанавливать и поддерживать речевой контакт с другим говорящим, обмениваться мнениями, высказывать и аргументировать свою позицию на ту или иную непрофессиональную тему в рамках такого речевого жанра, как беседа.

Деловой английский язык имеет свои особенности. Это неудивительно, поскольку язык бизнеса, как и язык любой другой специальной сферы, специфичен, т. е. имеет свою логику и характерную для него терминологию, а также свою стилистику [3].

Лексика, используемая для деловой переписки и делового общения, ограничена и отличается от лексики, используемой в повседневном общении, которая часто эмоционально окрашена личным мнением, отношением, предубеждениями. В деловом английском языке практически отсутствуют фразовые глаголы, образные сравнения и идиоматические выражения, характерные для литературного английского языка. С другой стороны, для него характерны специфические словосочетания, клише и бизнес-идиомы. В деловой переписке чаще, чем в литературе, используются такие грамматические явления, как герундий, пассивный залог и модальные глаголы.

Для выражения мыслей и чувств на английском языке нужно владеть синтаксико-морфологическим строем языка, а также сложной системой сочетаемости слов, которая всегда специфична и в большей степени не совпадает с сочетаемостью в родном языке обучаемого.

В деловых отношениях ценится точность и краткость передачи информации, оперирование общепринятыми клише. В процессе бизнес-коммуникации важно учитывать конкретного адресата, предвидеть его реакцию на письменное или устное высказывание. Важно всегда помнить о позитивном отношении к собеседнику.

Заключение

Эффективная бизнес-коммуникация – это не только искусство, но и наука, требующая владения определенными навыками вербального и невербального общения для формирования профессиональной и социокультурной компетенции в политической, профессиональной и бытовой сферах в многокультурном разнообразии современного мира [5]. От коммуникативного успеха зависит глобальный процесс сближения и взаимопонимания культур.

Необходимость формирования у современных специалистов иноязычной коммуникативной компетенции становится очевидной [6]. В эпоху глобализации политических и экономических процессов роль международной коммуникации возрастает. Выпускники торгово-экономических учреждений высшего образования должны приобретать навыки межкультурного общения, обучаться профессиональной деятельности в условиях международного сотрудничества и конкуренции, учиться применять в профессиональной деятельности инновационные технологии. Будущий экономист, предприниматель, менеджер должен свободно общаться на иностранном языке со

своими зарубежными деловыми партнерами, уметь вести деловую переписку, заключать взаимовыгодные контракты, тем самым способствуя торгово-экономическому процветанию своей страны.

Список использованной литературы

1. Сметанина, О. М. Изучение иностранных языков в эпоху глобализации и образовательная политика / О. М. Сметанина // Иностранные языки в школе. – 2010. – № 5. – С. 21–26.
2. Дубовцова, Т. А. Инновационные технологии обучения иностранным языкам / Т. А. Дубовцова. – Saarbücken : LAMBERT Academic Publishing, 2015. – 49 с.
3. Елизарова, Г. В. Формирование межкультурной компетенции у студентов в процессе обучения иноязычному общению : дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.02 / Г. В. Елизарова. – СПб., 2001. – 371 с.
4. Кисунько, Е. И. Бизнес-курс английского языка. Деловое общение и документация : учеб. пособие / Е. И. Кисунько, Е. С. Музланова. – М. : ЮНБЕС. – 2001. – 368 с.
5. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / С. Г. Тер-Минасова. – М. : Slovo, 2000. – С. 386.
6. Мильруд, Р. П. Современные концептуальные принципы коммуникативного обучения иностранным языкам / Р. П. Мильруд, И. Р. Максимова // Иностранные языки в школе. – 2000. – № 5. – С. 17–22.

Получено 28.11.2018.

Байбардина Т. Н.,

*кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой
Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации*

Бурцева О. А.,

*старший преподаватель Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации*

Наливайко Л. С.,

*аспирант Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации*

Система управления и организация подготовки магистров по специальности «Маркетинг» в современных условиях 55

В статье отражены основные подходы к системе управления и организации подготовки высококвалифицированных специалистов в сфере маркетинга в соответствии с требованиями отечественных организаций и стандартов образования. Рассмотрены основные составляющие процесса подготовки магистров по специальности «Маркетинг», предложена адаптированная модель управления учебным процессом подготовки магистров и разработаны алгоритмы по подготовке магистров по специальности «Маркетинг» и организации самостоятельной работы магистрантов в период прохождения практики.

Ключевые слова: образовательный процесс; система управления; управление подготовкой; организация подготовки; магистр; магистратура; маркетолог; высококвалифицированные специалисты; кадры; модель управления.

Введение

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]. Такими приоритетами в настоящее время являются разработка и внедрение в образовательный процесс учреждений высшего образования (УВО) структурно-организационных изменений, направленных на совершенствование структуры высшего образования; содержательно-техно-

логических инноваций, связанных с обоснованием и внедрением нового содержания и технологий обучения, направленных на повышение качества подготовки специалистов в современных условиях; создание ресурсного обеспечения качественной подготовки специалистов [2]. Мировые тенденции реформирования и модернизации высшего образования ставят перед белорусской образовательной системой ряд задач по формированию инновационного потенциала кадров и использованию практико-ориентированных технологий и моделей в их подготовке. Одним из путей решения данной проблемы является разработка системы управления магистерской подготовкой в УВО, позволяющей оперативно реагировать на требования работодателей к компетентности магистров.

В условиях инновационного развития страны, перехода на рыночные отношения в сфере рынка труда, высокого уровня конкуренции на этом рынке, дефицита квалифицированных кадров проблема подготовки высококвалифицированных специалистов становится одним из главных приоритетов государственной политики. Особую значимость в системе высшего профессионального образования приобретает подготовка магистров в практико-ориентированной магистратуре УВО Республики Беларусь.

За последние годы значительно вырос спрос на профессиональных маркетологов, способных решать насущные экономические проблемы, внедрять инновации во всех отраслях деятельности, определяющих научный потенциал страны, в том числе и в сфере образования. Анализ рынка труда позволил выявить потребность в магистрах специальности 1-26 80 05 «Маркетинг», которая постоянно будет расти в Республике Беларусь в ближайшие 5–10 лет. Согласно предварительным заявкам отечественным организациям экономики ежегодно необходимо не менее 20 магистров по специальности «Маркетинг», из которых 80% требуется для инновационно-ориентированных организаций, 20% – для сферы образования.

В настоящее время в Республике Беларусь система образования в сфере маркетинга включает 12 УВО, в которых студенты могут получить образование по специальности «Маркетинг» с присвоением соответствующей квалификации. Лидером в Гомельском регионе по подготовке магистров по специальности «Маркетинг» является Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации. Общий выпуск магистров в университете по специальности «Маркетинг» с 2015 по 2019 год составил 165 человек. Следует отметить, что при наметившейся тенденции сокращения общей численности студентов-выпускников I степени высшего образования сохраняется стабильная тенденция в их намерениях продолжить образование в магистратуре по специальности «Маркетинг». При этом количество студентов, поступающих в магистратуру на специальность «Маркетинг», является наиболее высоким показателем по отношению к другим специальностям университета (25% от общего количества магистрантов, обучающихся в Белорусском торгово-экономическом университете потребительской кооперации).

Магистратура, рассматриваемая как составляющая непрерывного образования, все более привлекательна для выпускников УВО, а с окончательным переходом на двухступенчатую систему высшего образования количество желающих обучаться в магистратуре возрастает. Если общее число выпускников магистратуры в УВО Республики Беларусь за период с 2012/2013 по 2017/2018 учебный год выросло в 1,9 раза, то в Белорусском торгово-экономическом университете потребительской кооперации за аналогичный период количество выпускников магистратуры только по специальности «Маркетинг» возросло в 7,5 раза.

Сегодня магистратура особенно привлекательна для инновационно мыслящих специалистов, обладающих высоким творческим потенциалом и новыми компетенциями: способностью генерировать, поддерживать и оценивать новые идеи; способностью стимулировать превращение инновационных идей в высокотехнологичные конкурентоспособные продукты. Качественными отличиями компетенций магистра, сформированными в магистратуре, является способность к самостоятельной управленческой деятельности, готовность создавать и внедрять новые идеи, обеспечивающие решение задач управленческой и инновационной деятельности.

В связи с этим весьма актуальным представляется совершенствование системы управления и организации подготовки магистров по специальности «Маркетинг», ориентированных на инновационную деятельность организации.

Исследованиям в области управления учебным процессом и подготовки обучающихся, в том числе и магистров, посвящены работы В. И. Байденко, М. Б. Гузаирова, Г. У. Матушанского, Б. Г. Ильясова, О.В. Ширяева и других отечественных и зарубежных ученых [3–7]. Однако, при-

знаявая значимость выполненных работ, следует отметить, что научный аспект проблемы практико-ориентированной подготовки магистров экономического профиля нельзя считать исчерпывающим, поскольку труды данных ученых касаются отдельных аспектов образовательного процесса и не учитывают специфику подготовки магистров для работы в сфере маркетинга. Недостаточно внимания уделено вопросам создания системы управления и организации подготовки магистров по специальности «Маркетинг» в современных условиях.

Современное белорусское общество выдвигает определенный социальный заказ на подготовку специалистов-маркетологов. Однако проведенное исследование показало, что имеет место противоречие между потребностями рынка труда в высококвалифицированных кадрах, отвечающих современным требованиям, и недостаточным уровнем подготовки выпускников магистратуры. Для качественной подготовки магистров по специальности «Маркетинг» необходимо рассматривать все стороны деятельности УВО, особенно основные элементы процесса обучения. Качество подготовки всегда является самой важной проблемой всех учреждений образования. Процесс подготовки магистров в УВО экономического профиля схематично показан на рисунке 1.



Рисунок 1 – Процесс подготовки магистров по специальности «Маркетинг» в УВО экономического профиля Республики Беларусь

Примечание – Источник: собственная разработка авторов.

Данная система позволяет управлять образовательным процессом магистров и создавать благоприятные условия для обеспечения их качественной подготовки.

Согласно утвержденному образовательному стандарту высшего образования для второй ступени по специальности 1-26 81 05 «Маркетинг» магистр должен обладать основными профессиональными компетенциями в области решения организационно-управленческих задач при реализации проектов; уметь принимать оптимальные управленческие решения; осваивать и внедрять современные инновационные подходы в управлении, экономике, маркетинге; реализовывать управленческие инновации в профессиональной деятельности. В основе трудовой деятельности выпускников должны лежать знания основных методов организации научных исследований и технологий управления рынком. Ключевое внимание при подготовке магистров должно быть уделено вопросам формирования практико-ориентированных компетенций.

Эффективность подготовки магистров, в свою очередь, непосредственно зависит от качества управления моделями подготовки магистров, которые нуждаются в непрерывном совершенствовании.

Объектом управления является учебный процесс подготовки магистров, в частности, при формировании учебного плана в соответствии с требованиями работодателей и организации самостоятельной работы магистрантов. Механизмом управления является система управления магистерской подготовкой, которая на основе образовательных стандартов и требований работодателей, выраженных, в том числе, в профессиональных стандартах (источники требований), а также уровне учебных и внеучебных достижений, оказывает управляющее воздействие на объект управления. На рисунке 2 представлена модель управления учебным процессом подготовки магистров по специальности «Маркетинг».

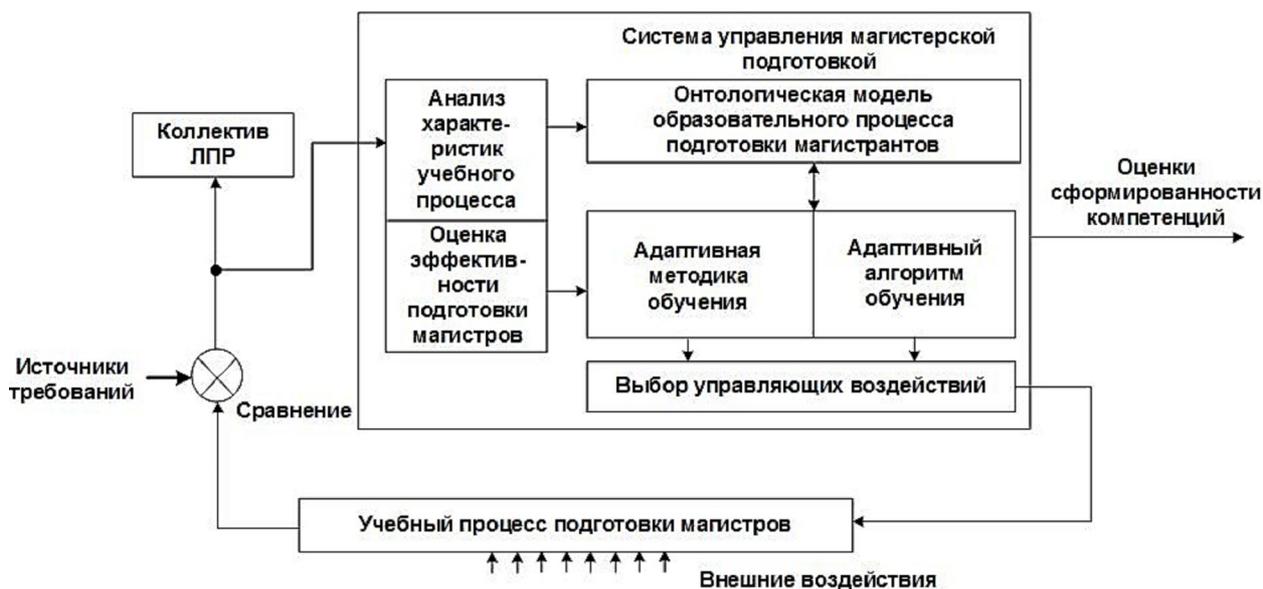


Рисунок 2 – Модель управления учебным процессом подготовки магистров

Примечание – Источник: [7, с. 8].

Составными элементами данной модели являются: коллектив лиц, принимающих решения (ЛПР); система управления магистерской подготовкой, в которую входит онтологическая модель образовательного процесса подготовки магистрантов; методика и алгоритм обучения, выбор управляющих воздействий, анализ характеристик учебного процесса, оценка эффективности подготовки магистров; источники требований; оценка сформированности компетенций.

Управление качеством подготовки выпускников является сложной многофункциональной системой, состоящей из множества процессов, и имеет связи, уровни, формы, методы, задачи, объекты, способы и периодичность действий. Одним из критериев эффективного функционирования образовательной системы является качество подготовки выпускников образовательного учреждения. Под качеством объекта понимается совокупность определенных характеристик, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности. В данном случае структура и содержание учебного процесса в магистратуре, его качественная составляющая должны в полной мере соответствовать требованиям работодателей при подготовке маркетологов высшей квалификации.

Как показала практика, основной проблемой в процессе подбора работодателем квалифицированных специалистов является выявление несоответствий квалификационных требований, прописанных в профессиональных стандартах, компетенциям, прописанным в образовательных стандартах. С одной стороны, имеется множество требований образовательных стандартов (T_{os}), предъявляемых к специалистам, представленных в виде компетенций. С другой стороны, имеется множество требований работодателей (T_{rab}), предъявляемых к специалистам, представленных в виде интеграции трудовых функций из профессиональных стандартов (T_{ps}) и требований из должностных инструкций (T_{di}):

$$T_{rab} = T_{ps} \cup T_{di}.$$

Таким образом, требования, предъявляемые к специалистам, представляют собой интеграцию требований образовательных стандартов (T_{os}) и требований работодателей (T_{rab}) без совпадающих требований (T_{st}):

$$T_{ob} = T_{os} \cup T_{rab} : T_{st}.$$

Подбор направления подготовки специалиста, удовлетворявшего требованиям работодателей, осуществляется на основе пересечения требований образовательного стандарта с требованиями работодателя. При этом остается множество неудовлетворенных требований работодателей (T_{nrab}):

$$T_{nrab} = T_{rab} : T_{os}.$$

Вышеуказанная проблема может быть решена путем применения технологии онтологического моделирования и построения баз знаний, разработки алгоритма учета требований работодателей при подготовке вышеуказанных специалистов.

К системе управления и организации подготовки магистров по специальности «Маркетинг» относятся все вопросы, связанные с долгосрочным планированием и совершенствованием организации подготовки магистров на всех уровнях этой системы. Данные вопросы сопряжены с разработкой соответствующих нормативов, регламентирующих организацию и проведение обучения. Следовательно, научно-обоснованные нормативные документы можно рассматривать как инструмент управления, способствующий решению вопросов организации системы.

Решение комплексных задач организации управления подготовкой магистров в образовательных учреждениях экономического профиля и разработку соответствующих нормативов необходимо осуществлять следующим образом:

- усовершенствовать метод формализации и постановки комплекса задач управления подготовкой магистров;
- усовершенствовать методы решения задач управления подготовкой магистров;
- усовершенствовать методы получения и обработки информации для поставленных задач;
- провести детальный анализ организации процесса повышения квалификации в магистратуре УВО Республики Беларусь, а также стран ближнего и дальнего зарубежья;
- обосновать рекомендации по совершенствованию нормативных актов, касающихся подготовки магистров;
- организовать активное участие магистрантов в элементах инновационной инфраструктуры (бизнес-инкубаторах, научно-образовательных и инновационно-технологических центрах и т. п.).

Алгоритм подготовки магистров по специальности «Маркетинг» представляет собой схему пошаговых действий, определяющих последовательность шагов, выполняемых в ходе подготовки магистров по данной специальности, а именно: расчет потребности в кадрах от выпуска магистрантов по специальности «Маркетинг», подготовка (корректировка) руководящих документов, организация (совершенствование) процесса обучения в магистратуре, подготовка к защите диссертации и сама защита (рисунки 3).

Для обеспечения рынка труда необходимым количеством специалистов-маркетологов соответствующей квалификации необходимо управлять процессом подготовки кадров, их соответствии потребностям, качественным составом, рациональным использованием.

С учетом изученного зарубежного опыта расчет основной потребности в кадрах магистров по специальности «Маркетинг» для УВО экономического профиля в Республике Беларусь целесообразно вести по следующей формуле:

$$T_i = \sum_{k=1}^l \sum_{j=1}^m (V_j + P_j + C_j),$$

где T_i – текущая потребность в расчетном году;

i – расчетный год;

l – число хозяйствующих субъектов;

m – число профилей;

V_j – число вакансий по j -му профилю;

P_j – число кадров, выходящих на пенсию;

C_j – число увольняемых работников.

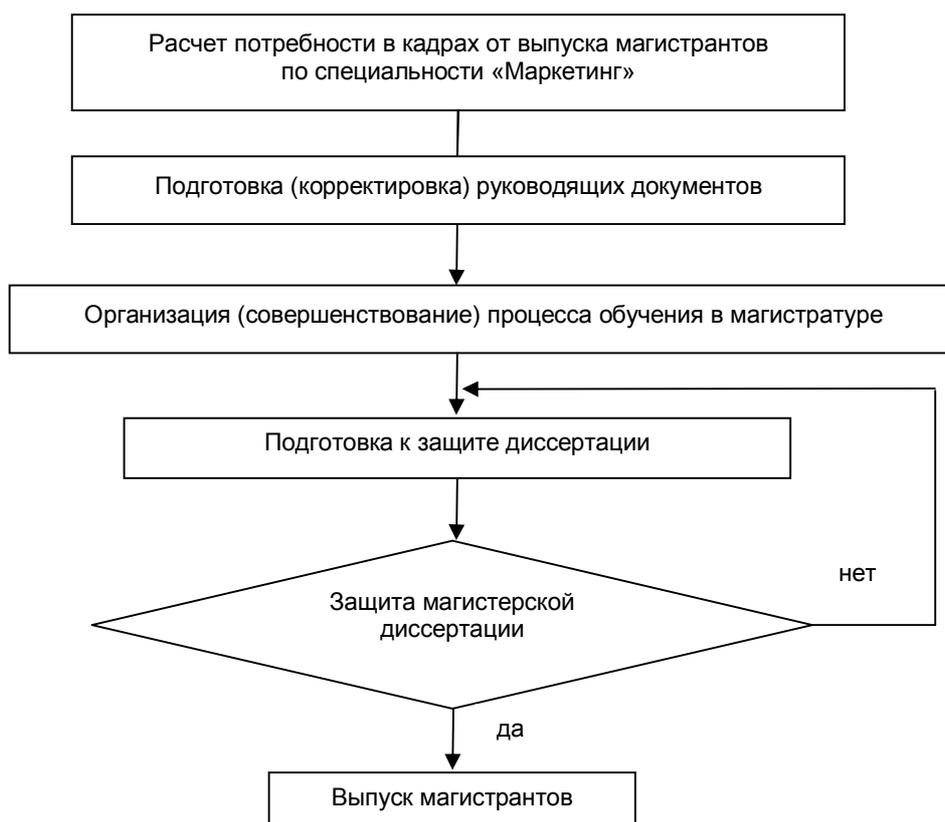


Рисунок 3 – Алгоритм подготовки магистров по специальности «Маркетинг»

Примечание – Источник: собственная разработка авторов.

Расчет дополнительной потребности необходимо вести по формуле

$$П_i = \sum_{k=1}^l \sum_{j=1}^m (V_j + P_j + S_j),$$

где $П_i$ – перспективная потребность в расчетном году;

S_j – потребность в новых рабочих местах в разрезе специальностей, обусловленная стратегией развития отрасли.

Результатами расчетов является сводная информация. На основании этой информации можно формировать предложения о корректировке планов набора образовательными учреждениями на очередной учебный год. Расчет потребности выпуска магистров позволит обеспечить рынок труда необходимым количеством специалистов соответствующей квалификации и, соответственно, управлять процессом подготовки кадров.

Особая роль в системе управления и организации подготовки магистров по специальности «Маркетинг» принадлежит выполнению основных задач управления процессом обучения, а именно таких как составление учебных планов, формирование учебных поручений, мониторинг качества подготовки специалистов. Данные задачи необходимо решать с позиций требований утвержденного образовательного стандарта высшего образования по специальности 1-26 81 05 «Маркетинг», в основу которого положено формирование у выпускников необходимых компетенций.

Для повышения качества подготовки специалиста-маркетолога с учетом требований образовательного стандарта высшего образования по специальности 1-26 81 05 «Маркетинг» и работодателей необходима разработка модели формирования компетенций, совершенствование алгоритмов форм обучения и мониторинга развития компетенций, анализ результатов которых позволит вносить коррективы в организацию процесса обучения и повысить компетентность выпускника магистратуры.

Как показывает практика, компетенции, необходимые маркетологу, могут быть освоены только при приближении характера учебной деятельности к инновационной и методической поддержке самостоятельной работы магистрантов, немаловажную роль в которой играет производственная практика и самостоятельное изучение учебных дисциплин.

Алгоритм действий по поддержке самостоятельной работы магистранта представлен на рисунке 4.

В современных условиях инновационная деятельность тесно связана с научно-исследовательской. Инновационная деятельность на ранних этапах включает в себя научно-исследовательскую в виде фундаментальных и прикладных научных исследований.

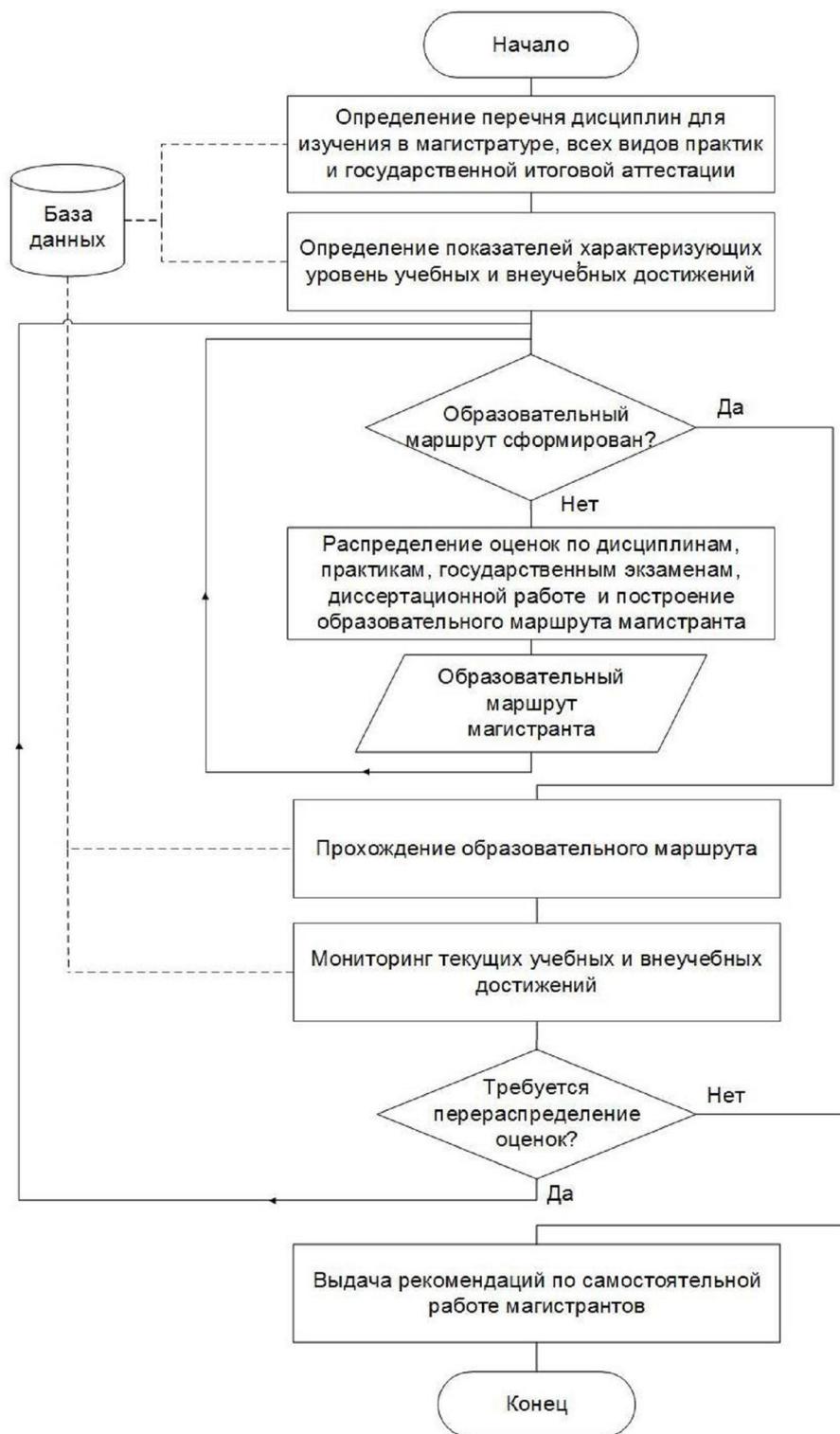


Рисунок 4 – Алгоритм действий по поддержке самостоятельной работы магистранта

Примечание – Источник: [7, с. 14].

Научная направленность обучения в магистратуре УВО экономического профиля может быть обеспечена за счет соответствия темы магистерской диссертации одному из приоритетных направлений развития науки, стратегии социально-экономического развития региона; формирования у магистрантов знаний методологии и технологии продвижения товаров и услуг на внутреннем и внешнем рынках и готовности к их применению на практике; организации активного участия ма-

гистрантов в научно-исследовательской работе кафедры; повышения результативности научных публикаций по результатам проведенных исследований в процессе обучения в магистратуре; нацеленности руководителя НИР и магистранта на представление результатов исследования в формате заявок на гранты и конкурсы.

Поскольку обучение в магистратуре в большей степени носит индивидуальный характер, и магистранты изначально находятся в разных условиях (различные научные направления, научные школы, виды НИР, степень проработанности тем диссертаций, поставленные задачи и ожидаемые результаты), соответственно и этапы и результаты выполнения НИР могут быть смещены как в сторону опережения, так и в сторону отставания от представленного графика. Обучение в магистратуре должно моделировать отдельные этапы выполнения инновационных проектов. В частности, практика магистрантов должна проводиться в организациях различной сферы деятельности и структурных подразделениях УВО, а также в инновационных и научно-образовательных центрах.

Обобщенный алгоритм самостоятельной работы магистрантов в период прохождения практики представлен на рисунке 5.

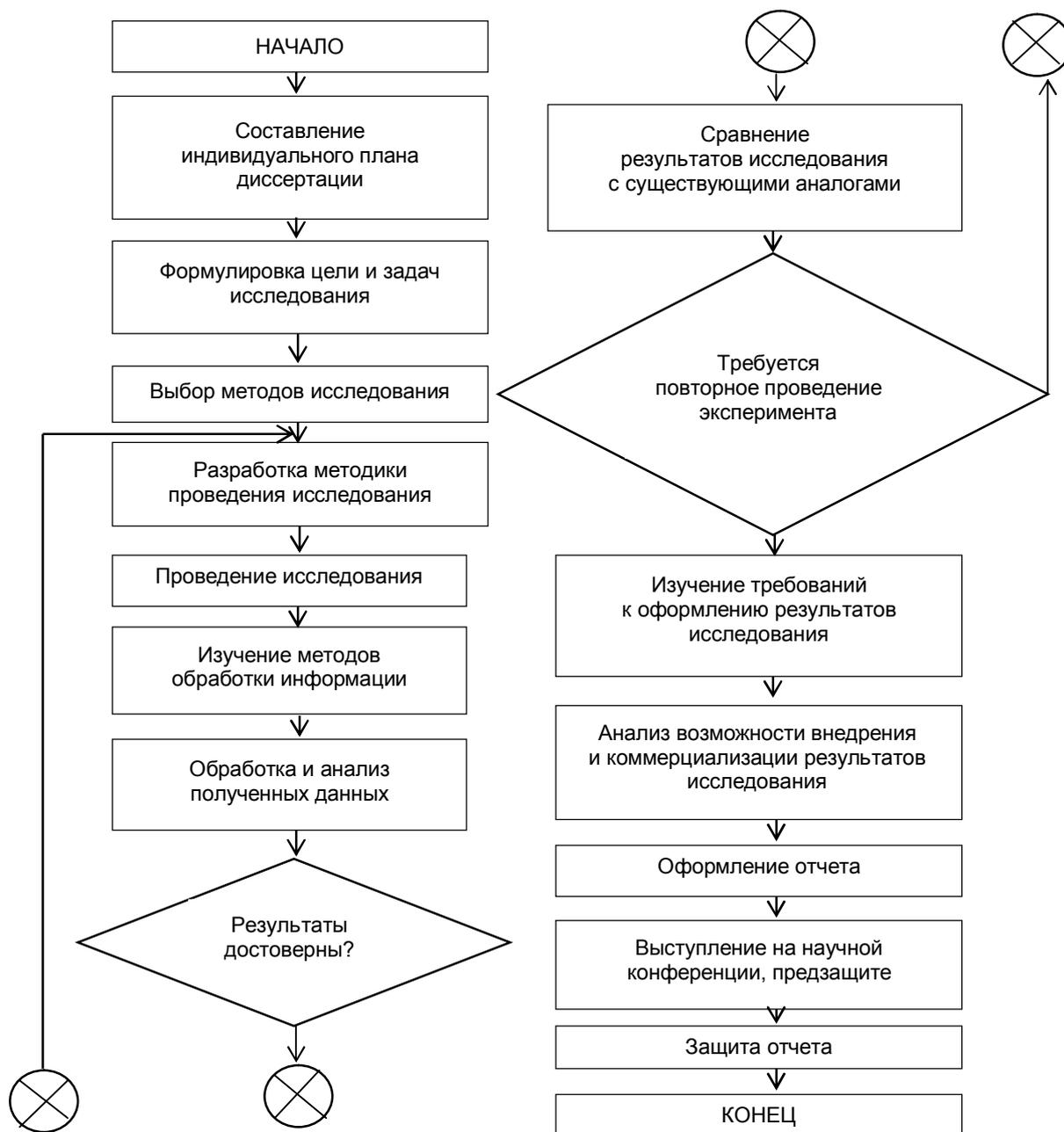


Рисунок 5 – Алгоритм организации самостоятельной работы магистрантов по специальности в период прохождения практики

Примечание – Источник: собственная разработка авторов.

Представленный выше алгоритм организации самостоятельной работы магистрантов при прохождении практики позволяет сформировать элементы универсальных и профессиональных компетенций. При прохождении практики у магистрантов повышается инновационная активность, выявляется стремление к самореализации через инновационную деятельность и происходит постепенное формирование готовности к работе в сфере маркетинга. Совершенствование системы управления подготовкой магистров позволит реализовать требования, предъявляемые при подготовке магистров по специальности «Маркетинг», а также повысить уровень обучаемости магистров в образовательных учреждениях Республики Беларусь, что в свою очередь будет содействовать успешной реализации Государственной программы «Образование и молодежная политика на 2016–2020 годы» и общей Государственной инновационной политики и инновационной деятельности в Республике Беларусь.

Заключение

Таким образом, анализ современного состояния системы управления подготовкой магистров в УВО Республики Беларусь позволяет сделать вывод о том, что совершенствование системы управления подготовкой будущих специалистов в сфере маркетинга даст возможность реализовать требования образовательного стандарта, обеспечивающего обучение магистров по специальности «Маркетинг», а также удовлетворить требования работодателей, определяющих профессиональные компетенции выпускников магистратуры. Использование современных образовательных подходов и моделей управления подготовкой магистров будет способствовать наращиванию профессиональной практико-ориентированной компетенции и усилению мобильности кадров, отвечающих задачам современности, актуальным тенденциям на рынке труда и потребностям экономики, что, в свою очередь, будет способствовать повышению международного имиджа высшего образования Республики Беларусь.

Список использованной литературы

1. **Подготовка** маркетологов в высшей школе в условиях инновационного развития Республики Беларусь : моногр. / Т. Н. Байбардина и др. ; под общ. ред. канд. экон. наук, доцента Т. Н. Байбардиной. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потреб. кооп., 2017. – 216 с.
2. **Приоритеты** подготовки специалистов экономического профиля в учреждениях высшего образования на современном этапе инновационного развития Республики Беларусь / Т. Н. Байбардина и др. // Проблемы современного образования в техническом вузе : материалы IV Междунар. научн.-метод. конф., посвящ. 120-летию со дня рождения П. О. Сухого (Гомель, 29–30 окт. 2015 г.). – Гомель : ГГТУ им. П.О. Сухого, 2015. – С. 158–160.
3. **Байденко, В. И.** Проектирование и реализация компетентностно-ориентированных образовательных программ высшего образования: европейский опыт / В. И. Байденко, Н. И. Максимов, Н. А. Селезнева. – М. : Москов. гос. текстильный ун-т им. А. Н. Косыгина, 2012. – 153 с.
4. **Гузаиров, М. Б.** Университетские образовательные программы. Модели и методы для сопоставительного анализа опыта разных стран / М. Б. Гузаиров и др. ; науч. ред. Н. И. Юсупова. – М. : Изд-во МАИ, 2006. – 116 с.
5. **Проблемы** построения виртуальных образовательных систем : моногр. / М. Б. Гузаиров и др. ; М-во образования Рос. Федерации. Уфим. гос. авиац. техн. ун-т. – Уфа : Уфим. гос. авиац. техн. ун-т, 2001. – 138 с.
6. **Матушанский, Г. У.** Проектирование моделей деятельности, личности и непрерывной профессиональной подготовки преподавателя высшей школы : науч. изд. / Г. У. Матушанский, А. Г. Фролов; М-во образования Рос. Федерации, Казан. гос. энергет. ун-т. – Казань : Казан. гос. энергет. ун-т, 2004. – 112 с.
7. **Ширяев, О. В.** Модели и алгоритмы управления учебным процессом с учетом мониторинга требований работодателей (на примере магистерской подготовки) : автореф. дис. ... канд. техн. наук : 05.13.10 / О. В. Ширяев. – Брянск, 2017. – 20 с.

Получено 09.01.2019

Шкут А. П.,

магистр экономики, аспирант

Белорусского государственного университета

Развитие инвестиционных фондов в ЕАЭС 64

В статье проведен сравнительный анализ инвестиционных фондов в России, а также рассмотрены некоторые аспекты функционирования рынка коллективных инвестиций в ЕАЭС. Результаты исследования позволят внедрить более детальную классификацию, а также передовые практики и накопленный опыт инвестиционных фондов в Беларуси. Развитие инвестиционных фондов в ЕАЭС позволит увеличить приток внутренних и внешних инвестиций в регион, улучшить инфраструктуру и ликвидность финансового рынка, повысить уровень доверия среди инвесторов.

Ключевые слова: инвестиционный фонд; паевой инвестиционный фонд; акционерный инвестиционный фонд; коллективные инвестиции; инвестиционный пай; финансовый рынок; инвестиции.

Введение

Анализ механизма трансформации сбережений в инвестиции при участии инвестиционных фондов и других институтов коллективных инвестиций выявил, что использование таких институтов для трансформации сбережений в инвестиции приводит к увеличению темпов экономического роста, о чем свидетельствует опыт развитых стран. В некоторых странах Евразийского экономического союза (ЕАЭС) рынок коллективных инвестиций существует более 20 лет, вследствие чего он дает положительные результаты уже многие годы и существенно более развит, чем в Республике Беларусь. Тем не менее, коллективные инвестиции – один из наиболее неоднородных секторов финансового рынка в ЕАЭС [1, с. 91]. Рассмотрим далее опыт стран ЕАЭС в данной сфере.

В настоящее время финансовый рынок Российской Федерации самый развитый среди стран ЕАЭС. На 31 марта 2018 года в Российской Федерации было зарегистрировано 1 487 инвестиционных фондов различных видов (за исключением пенсионных). При этом стоимость активов этих фондов – более 3 356 млрд руб., что составляет более 3,6% от ВВП [2, с. 12].

Инвестиционный фонд – находящийся в собственности имущественный комплекс, пользование и распоряжение которым осуществляются управляющей организацией исключительно в интересах учредителей. Федеральным Законом Российской Федерации «Об инвестиционных фондах» предусмотрено два вида инвестиционных фондов: акционерный и паевой [3]. На сегодняшний день функционируют 1 485 паевых инвестиционных фондов (ПИФ) и 2 акционерных инвестиционных фонда (АИФ) [2, с. 12].

Далее рассмотрим более подробно ПИФы, так как именно они имеют наибольшее распространение. ПИФ – обособленный имущественный комплекс, состоящий из имущества, переданного в доверительное управление управляющей организации учредителями доверительного управления с условием объединения этого имущества с имуществом иных учредителей, доля в прав собственности на которое удостоверяется ценной бумагой. При этом ПИФ не является юридическим лицом [3].

В зависимости от возможности пайщиков предъявить требование о погашении паев все ПИФы делятся на типы: открытые (ОПИФ), интервальные (ИПИФ) и закрытые (ЗПИФы). Собственники паев ОПИФ могут требовать их погашения в любой рабочий день; пайщики ИПИФ вправе выйти из фондов только в определенные периоды (интервалы), установленные правилами доверительного управления фондом; владельцы паев ЗПИФов не могут погасить принадлежащие им паи до окончания срока функционирования фонда, за исключением ряда случаев, установленных законом. При этом, поскольку инвестиционный пай является ценной бумагой, владелец имеет возможность продать его в любое время. Отличие продажи пая от его погашения состоит в том, что последнее приводит к уменьшению активов фонда, так как компенсация выплачивается за счет имущества ПИФ, а продажа пая на объеме фонда не отражается.

На рисунке 1 отображена динамика количества регулируемых инвестиционных фондов в Российской Федерации. Можно отметить снижение общего количества ПИФов за последние три года при увеличении ПИФов для квалифицированных инвесторов. Количество АИФов также снижается – на 31 марта 2018 года функционируют только 2 фонда.

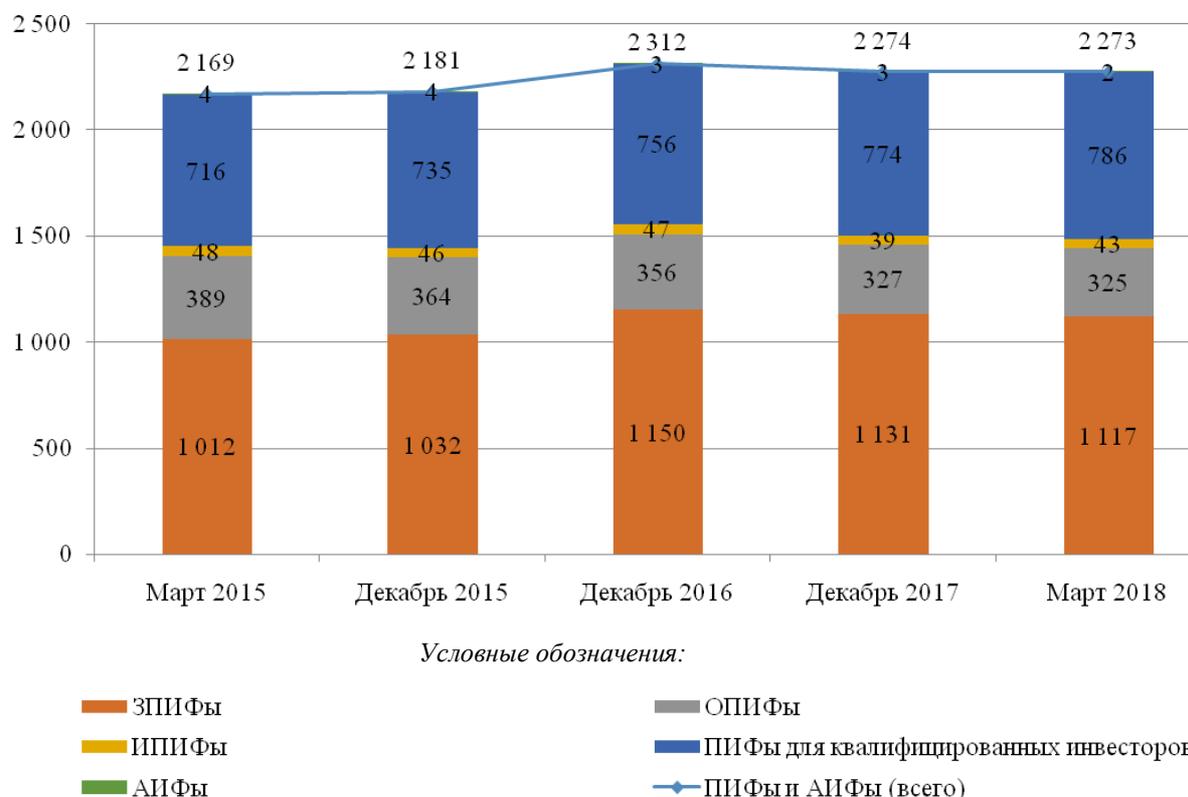


Рисунок 1 – Количество регулируемых инвестиционных фондов в России¹

Примечание – Составлено автором на основе данных источников [2; 4–6].

На рисунке 2 отображено количество инвестиционных фондов в Российской Федерации на 31 марта 2018 года.



Рисунок 2 – Количество регулируемых инвестиционных фондов в России

Примечание – Составлено автором на основе данных источника [2, с. 12].

¹ Данные в обзорах ключевых показателей инвестфондов публикуются Банком России с 31 марта 2015 года. Банк России также публикует информацию по АИФам и ПИФам с 2008 года [7], не включающую ПИФы для квалифицированных инвесторов, однако данная информация не сопоставима с информацией из обзоров [4, с. 20–22]. Нами был сделан запрос и получены 10 апреля 2018 года разъяснения от Банка России о том, что данные до 31 марта 2015 года не могут быть предоставлены из-за соблюдения конфиденциальности и отсутствия некоторых данных.

В Российской Федерации наибольшее распространение получили биржевые ПИФы. По нашему мнению, введение в Республике Беларусь аналогичного института позволит существенно повысить привлекательность инвестиционных фондов, поскольку данный вид фондов обладает рядом преимуществ: 1) паи фонда обращаются на бирже и могут быть куплены или проданы в любой момент при наличии достаточной ликвидности; 2) комиссия за управление активами и другие транзакционные издержки ниже, чем у других видов фондов; 3) по биржевым ПИФам инвестору доступно большее количество информации в реальном времени.

На рисунке 3 отображена динамика стоимости чистых активов (СЧА) инвестиционных фондов в на российском финансовом рынке. Можно отметить, что существенная часть СЧА находится в ПИФах для квалифицированных инвесторов. Динамика СЧА за последние три года является положительной, однако необходимо отметить, что СЧА рассчитываются в российских рублях, а не в свободно конвертируемой валюте. Рост СЧА оказался ниже, чем объем снижения курса российского рубля по отношению к доллару США и евро. Также на рисунке 3 указана динамика отношения активов ПИФов к ВВП – наблюдается последовательный рост [2, с. 12].

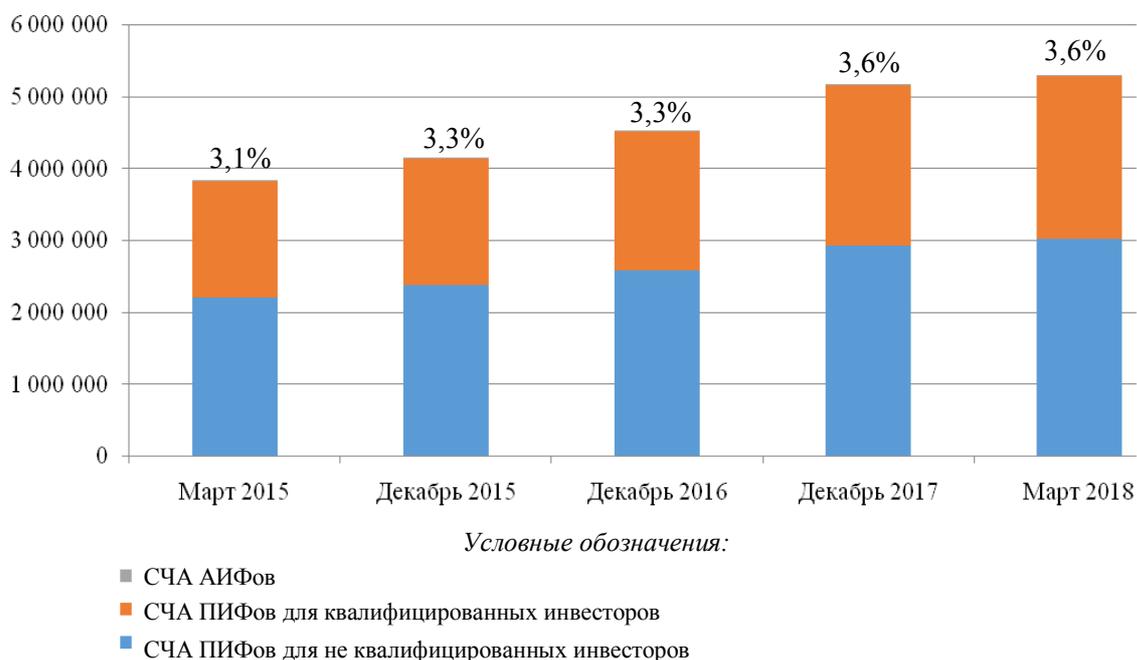


Рисунок 3 – Стоимость чистых активов регулируемых инвестиционных фондов² в России и отношение активов ПИФов к ВВП³, млн рос. р.

Примечание – Составлено автором на основе данных источников [2; 4–6].

Особенностью и характерным признаком биржевых ПИФов является обращение их паев на бирже. Реализуется это путем заключения соответствующего договора с брокерской компанией и включения в правила доверительного управления специального условия о том, что владельцы инвестиционных паев имеют право в любой рабочий день требовать от лица, уполномоченного управляющей организацией, приобрести все или часть принадлежащих им инвестиционных паев или продать их бирже. Достоинства такого ПИФа следующие:

- инвестор имеет право в любое время продать свой пай на бирже;
- стоимость паев меняется в режиме реального времени;
- продажа паев осуществляется на биржевом рынке через брокера, а не напрямую управляющей организации фонда.

Также в Российской Федерации существуют ПИФы, паи которых ограничены в обороте, – это фонды, паи которых могут купить только лица, являющиеся квалифицированными инвесторами. Предложение таких паев другим лицам запрещено законом. Понятие и порядок получения статуса квалифицированного инвестора установлены статьей 5 Федерального Закона Российской Федерации «О рынке ценных бумаг» от 22 апреля 1996 года. Указанное положение, с одной стороны, су-

² СЧА АИФов составляет менее 0,1% от СЧА ПИФов.

³ На рисунке 3 в процентах указано отношение СЧА ПИФов к ВВП России.

жает круг потенциальных инвесторов фонда, с другой стороны, такой фонд получает следующие преимущества:

– фонд осуществляет взаимодействие только с квалифицированными инвесторами, имеющими соответствующие знания и опыт работы на финансовом рынке, а следовательно, у такого фонда менее жесткие требования к раскрытию информации, обеспечению прозрачности деятельности фонда, меньше риск возникновения конфликтов с пайщиками;

– состав и структура активов такого фонда менее строго регулируются законодательством, и фонд имеет возможность инвестировать средства в высокорисковые активы [8, с. 6–7].

Помимо вышеуказанной классификации ПИФы в зависимости от состава допустимых активов подразделяются на категории. Банк России в собственных обзорах классифицирует инвестиционные фонды на 19 категорий, которые представлены в таблице 1. Знаком «*» указаны допустимые сочетания типов и категорий инвестиционных фондов [2, с. 12–14].

Таблица 1 – Виды и категории инвестиционных фондов, функционирующих в России на 31 марта 2018 года

Категории фондов	ЗПИФ	ОПИФ	ИПИФ	АИФ
1. Фонд акций	+	+	+	–
2. Фонд денежного рынка	+	+	*	–
3. Фонд долгосрочных прямых инвестиций	+	–	–	–
4. Фонд прямых инвестиций	+	–	–	*
5. Ипотечный фонд	+	–	–	*
6. Комбинированный фонд	+	–	+	–
7. Кредитный фонд	+	–	–	*
8. Фонд недвижимости	+	–	–	*
9. Фонд облигаций	+	+	*	
10. Фонд особо рискованных (венчурных) инвестиций	+	–	–	*
11. Рентный фонд	+	–	–	*
12. Фонд смешанных инвестиций	+	+	+	+
13. Фонд товарного рынка	+	–	+	*
14. Фонд финансовых инструментов	+	–	+	–
15. Фонд рыночных финансовых инструментов	–	+	+	–
16. Хедж-фонд	+	–	+	*
17. Фонд художественных ценностей	+	–	–	*
18. Индексный фонд	*	+	*	*
19. Фонд фондов	*	+	+	–

Примечание – Источник: собственная разработка автора на основе данных источника [2, с. 12–14].

Указание Банка России от 5 сентября 2016 года «О составе и структуре активов акционерных инвестиционных фондов и активов паевых инвестиционных фондов» значительно упростило структуру рынка коллективных инвестиций. Так, в частности, количество категорий инвестиционных фондов существенно сократилось [9].

Для неквалифицированных инвесторов количество фондов сократилось с 7 до 2:

1) фонды рыночных финансовых инструментов – инвестирование в активы, допущенные к организованным торгам на биржах, инвестиционные паи ОПИФов, инструменты денежного рынка;

2) фонды недвижимости – инвестирование преимущественно в строящееся недвижимое имущество или связанные с ним права.

Для квалифицированных инвесторов – количество фондов сократилось с 15 категорий до 3:

1) фонды финансовых инструментов – инвестирование в активы, допущенные к организованным торгам на биржах, другие ценные бумаги, производные финансовые инструменты, инструменты денежного рынка;

2) фонды недвижимости – инвестирование преимущественно в строящееся недвижимое имущество или связанные с ним права;

3) фонды комбинированные – инвестирование в любые активы за исключением наличных денежных средств [9].

В таблице 2 представлена новая классификация категорий инвестиционных фондов в Российской Федерации.

Таблица 2 – Новая классификация категорий инвестиционных фондов в России, вступившая в силу 18 декабря 2016 года

Категории паевых инвестиционных фондов	Типы			Ограничение паев в обороте	
	ОПИФ	ИПИФ	ЗПИФ	для квалифицированных инвесторов	для неквалифицированных инвесторов
ПИФ рыночных финансовых инструментов	+	+	+		+
ПИФ финансовых инструментов		+	+	+	
ПИФ недвижимости			+	+	+
Комбинированный ПИФ		+	+	+	
Примечание – Собственная разработка автора на основе данных источника [9].					

На сегодняшний момент в законодательстве Республики Беларусь отсутствует подробная детализация видов инвестиционных фондов. На наш взгляд, разработка и имплементация подобной категоризации в нормативно-правовых актах позволит улучшить базу для развития инвестиционных фондов на белорусском финансовом рынке. Наибольший интерес для изучения существующего опыта среди стран ЕАЭС представляет российская модель коллективных инвестиций.

Стратегии государств – членов ЕАЭС наименее детальны в части коллективных инвестиций. Развитие финансового рынка находится на разных уровнях в странах ЕАЭС, поэтому предлагаемые решения неоднородны. В основном все страны – члены ЕАЭС, за исключением Республики Армения, ориентируются на российскую модель коллективных инвестиций, поскольку она является существенно более развитой [1, с. 149].

В части развития инвестиционных фондов Республика Армения ориентируется на законодательство стран ЕС и США и предусматривает создание инструментов, соответствующих европейской модели UCITS (англ. – Undertakings for Collective Investment in Transferable Securities), взаимных фондов [1, с. 149–150].

В Республике Армения 22 декабря 2010 года был принят Закон «Об инвестиционных фондах», который также затрагивает регулирование сферы пенсионных фондов [10]. На 26 марта 2018 года в на армянском финансовом рынке функционируют 16 инвестиционных фондов (из которых 1 публичный и 15 непубличных), 8 пенсионных фондов (включая 6 обязательных накопительных пенсионных фондов и 2 добровольных накопительных пенсионных фонда) и 3 управляющих компании публичных инвестиционных фондов [11]. Республика Армения планировала создать законодательство, аналогичное ЕС, и присоединиться к директиве о UCITS [1, с. 149].

В Республике Казахстан Закон «Об инвестиционных фондах» был принят 7 июля 2004 года. По данным Национального банка Республики Казахстан, на 1 апреля 2018 года в государстве функционирует 28 ПИФов и 13 управляющих компаний ПИФаами [12]. Также в Республике Казахстан подчеркивается необходимость финансирования венчурной сферы за счет отрасли инвестиционных фондов [1, с. 149].

В Киргизской Республике Закон «Об инвестиционных фондах» был принят 26 июля 1999 года. На 26 апреля 2018 года в реестре действующих инвестиционных фондов Государственной службы регулирования и надзора за финансовым рынком при Правительстве Киргизской Республики содержится 5 фондов [13]. Несмотря на все вышеперечисленное, сфера коллективных инвестиций в Киргизской Республике находится на низком уровне развития, как и финансовый рынок в целом [1, с. 149–150].

Заключение

Сравнительный анализ видов инвестиционных фондов в Российской Федерации и других странах – членах ЕАЭС позволит внедрить более детальную классификацию инвестиционных фондов в Республике Беларусь с учетом общепринятых практик и существующего опыта. Классификацию необходимо проводить с учетом отличительных свойств различных видов инвестиционных фондов, их существенных характерных черт и в соответствии с государственной политикой по регулированию финансового рынка. Данная детализация повысит доверие инвесторов и внесет большую ясность в процесс функционирования институтов коллективных инвестиций.

Евразийский финансовый рынок должен учесть те процессы, которые происходят в сфере деятельности инвестиционных фондов в других странах, чтобы изначально использовать самые передовые технологии работы с инвесторами и эмитентами ценных бумаг [14, с. 20]. Развивающиеся финансовые рынки, к которым относится рынок ЕАЭС, должны учитывать накопленный опыт развитых финансовых рынков, поскольку данный подход приведет к наилучшему результату и позволит избежать существенных ошибок при принятии стратегических решений.

Новым Законом Республики Беларусь «Об инвестиционных фондах» заложена основа для создания акционерных и паевых инвестиционных фондов, что позволит обеспечить доступ на финансовый рынок непрофессиональным участникам – физическим и юридическим лицам, которые могут вкладывать аккумулируемые средства с целью получения прибыли. В свою очередь, компании, которым необходимо финансирование, вправе рассчитывать на альтернативный кредитованию способ привлечения инвестиций. Зарубежный опыт развития инвестиционных фондов является существенным для Республики Беларусь, где еще только формируется законодательная база и инфраструктура финансового рынка для создания данного сектора. Также следует сказать, что новый Закон является в большей степени «рамочным», требует разъяснений и большей детализации на уровне нормативно-правовых актов Министерства финансов, Национального банка и других ведомств Республики Беларусь. Белорусская модель коллективных инвестиций повторяет российскую, но, тем не менее, ей еще не хватает подробных истолкований процессов со стороны регуляторов, которые бы позволили начать функционирование инвестиционных фондов в Беларуси.

В настоящее время развитие финансового рынка Республики Беларусь характеризуется сохраняющимся доминированием банковского сектора. Тем не менее, его возможностей явно недостаточно для удовлетворения потребностей организаций реального сектора в кредитных ресурсах и реализации инвестиционного потенциала национальной экономики в целом. Действенной альтернативой в данной связи могли бы стать инвестиционные фонды, законодательно инициированные в 2017 году. Их появление должно способствовать повышению инвестиционной активности в стране, совершенствованию национальных инвестиционных механизмов, а также интеграции белорусского рынка капитала в мировую финансовую систему.

Список использованной литературы

1. **Финансовые** рынки Евразии: устройство, динамика, будущее / Я. М. Миркин [и др.] ; под ред. Я.М. Миркина. – М. : Магистр, 2017. – 384 с.
2. **Обзор** ключевых показателей паевых и акционерных инвестиционных фондов. I квартал 2018 // Центральный банк Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.cbr.ru/Content/Document/File/46866/review_paif_18Q1.pdf. – Дата доступа : 20.01.2019.
3. **Об инвестиционных** фондах: Федеральный закон Российской Федерации от 29 ноября 2001 г. № 156-ФЗ // Официальный интернет-портал правовой информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&firstDoc=1&lastDoc=1&nd=102073650>. – Дата доступа : 20.01.2019.
4. **Обзор** ключевых показателей паевых и акционерных инвестиционных фондов. III квартал 2017 // Центральный банк Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.cbr.ru/finmarkets/files/supervision/review_paif_17Q3.pdf. – Дата доступа : 20.01.2019.
5. **Обзор** ключевых показателей паевых и акционерных инвестиционных фондов. I квартал 2016 // Центральный банк Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.cbr.ru/finmarkets/files/supervision/review_paif_270616.pdf. – Дата доступа : 20.01.2019.
6. **Обзор** ключевых показателей паевых и акционерных инвестиционных фондов за 2017 год // Центральный банк Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.cbr.ru/finmarkets/files/supervision/review_npf_17Q4.pdf. – Дата доступа : 20.01.2019.
7. **Статистические** показатели и информация об отдельных субъектах. Основные показатели деятельности инвестиционных фондов // Центральный банк Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://www.cbr.ru/finmarket/supervision/sv_coll/. – Дата доступа : 24.10.2018.
8. **Чижик, В. П.** Классификация, сравнительный анализ и характеристика инвестиционных фондов в России / В. П. Чижик // Научно-методический электронный журнал «Концепт» [Электронный ресурс]. – 2015. – № 1. – Режим доступа : <https://e-koncept>. – Дата доступа : 20.10.2018.
9. **О составе** и структуре активов акционерных инвестиционных фондов и активов паевых инвестиционных фондов : указание Банка России от 5 сент. 2016 г. № 4129-У // Центральный банк

Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.cbr.ru/analytics/?PrтID=na_vr&docid=157. – Дата доступа : 25.11.2018.

10. **Об инвестиционных фондах** : Закон Республики Армения от 22 дек. 2010 г. № ЗР-245 // Национальное Собрание Республики Армения [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=4040&lang=rus>. – Дата доступа : 16.12.2018.

11. **Central Bank of Armenia** : Development of financial system. [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.cba.am/EN/SitePages/achfinancialbankingsystem.aspx>. – Date of access : 16.09.2018.

12. **Сведения** о зарегистрированных паевых инвестиционных фондах по состоянию на 1 апреля 2018 года // Национальный банк Республики Казахстан [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.nationalbank.kz/cont>. – Дата доступа : 16.10.2018.

13. **Реестр** действующих инвестиционных фондов Государственная служба регулирования и надзора за финансовым рынком при Правительстве Киргизской Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.fsa.kg/?page_id=849. – Дата доступа : 16.10.2018.

14. **Буев, А. Н.** Влияние инвестиционных фондов на экономический рост ведущих стран мира : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.14 / А. Н. Буев ; ГОУ ВПО «Государственный университет управления». – М., 2009. – 22 с.

Получено 08.02.2019.

Книжные новинки

..... 71

Юбилеи и даты

..... 73