

ственных предприятий, что создает предпосылки для дальнейших преобразований.

**А.В. Муха**, ассистент  
БГЭУ (Минск)

## АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ АДМИНИСТРАТИВНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЦЕН НА СОСТОЯНИЕ ИНФЛЯЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В БЕЛАРУСИ

Количественная оценка степени влияния государственного регулирования цен на состояние инфляционных процессов в Беларуси в настоящее время приобретает особую актуальность и значимость как с научной, так и практической точек зрения. Как известно, в начале 2000-х гг. наблюдался более быстрый рост административно регулируемых цен по сравнению с теми, которые не регулировались органами государственного управления. Например, в 2003 г. потребительские цены возросли на 25,4 %, из них административно регулируемые — на 44,9 %, или в 1,8 раза выше (табл. 1).

*Таблица 1*

Динамика инфляции и регулируемых цен в Республике Беларусь в 2003—2005 гг.

Период	Инфляция	Из нее:			
		регулируе- мые цены	чистая инфляция	Из чистой инфляции:	
				цены на плодоовощную продукцию	базовая инфляция
2003 г.	25,4	44,9	20,4	34,2	19,0
2004 г.	14,4	10,2	16,8	38,2	14,9
Январь— октябрь 2005 г.	5,6	4,4	6,4	15,3	5,3
<b>ИТОГО:</b>	<b>51,5</b>	<b>66,7</b>	<b>49,5</b>	<b>113,8</b>	<b>44,0</b>

*Примечание.* Источник: расчеты автора по данным Министерства статистики и анализа Республики Беларусь.

При среднем удельном весе регулируемых позиций в потребительской корзине в 22,5 % это обеспечило 10,1 из 25,4 процентного пункта инфляции (табл. 2). В результате прямой вклад в инфля-

цию 22,5 % товаров и услуг, цены на которые регулируются государством, составил в 2003 г. 39,8 % (табл. 3).

Таблица 2

Вклад административно регулируемых цен в инфляцию (процентных пунктов)

Период	Инфляция	Из нее:			
		регулируе- мые цены	чистая инфляция	Из чистой инфляции:	
				цены на плодоовощную продукцию	базовая инфляция
2003 г.	25,4	10,1	15,3	1,5	13,8
2004 г.	14,4	3,4	11,0	1,7	9,3
Январь— октябрь 2005 г.	5,6	1,7	3,9	0,6	3,3

*Примечание.* Источник: расчеты автора по данным Министерства статистики и анализа Республики Беларусь.

Таблица 3

Вклад административно регулируемых цен в инфляцию, %

Период	Инфляция	Из нее:			
		регулируе- мые цены	чистая инфляция	Из чистой инфляции:	
				цены на плодоовощную продукцию	базовая инфляция
2003 г.	100,0	39,8	60,2	5,9	54,3
2004 г.	100,0	23,6	76,4	11,8	64,6
Январь— октябрь 2005 г.	100,0	30,4	69,6	10,7	58,9

*Примечание.* Источник: расчеты автора по данным Министерства статистики и анализа Республики Беларусь.

Если при расчете индекса потребительских цен исключить регулируемые позиции (или (что то же самое), административно регулируемые цены росли такими же темпами, как и нерегулируемые), показатель чистой инфляции (*net inflation*) составит 20,4 % (табл. 1). А в случае, если бы в 2003 г. административно регулируемые цены были полностью зафиксированы, то инфляция составила бы всего 15,3 % вместо 25,4 %.

Более того, в данном случае инфляция вполне могла бы стать *однозначной* величиной, так как резкий (почти в полтора раза) рост административно регулируемых цен вполне закономерно вызвал мощную инфляционную волну в остальных секторах и привел к увеличению инфляционных ожиданий. Таким образом, практика государственного регулирования цен начала 2000-х гг. продемонстрировала свою несостоятельность.

Стоит отметить, что в 2004 г. ситуация кардинально изменилась. Административный контроль за ценами в значительной степени был усилен. В результате расширения перечня товаров и услуг, цены на которые регулируются государством, средний удельный вес регулируемых позиций в потребительской корзине возрос с 22,5 % в 2003 г. до 33,1 % в 2004 г. При росте потребительских цен в 2004 г. на 14,4 % административно регулируемые возросли на 10,2 %. Как следствие, снизился их вклад в общий рост цен — 3,4 из 14,4 процентного пункта инфляции, т.е. 33,1 % товаров и услуг обеспечили 23,6 % инфляции (табл. 2 и 3).

Практика 2005 г. демонстрировала аналогичный эффект — при росте потребительских цен за январь—октябрь 2005 г. на 5,6 %. Административно регулируемые цены возросли на 4,4 %.

*Е.Н. Муха*, ассистент  
ВГТУ (Витебск)

### **НЕЭФФЕКТИВНАЯ СИСТЕМА КОММУНИКАЦИЙ — АКТУАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ НА БЕЛОРУССКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

В настоящее время на промышленных предприятиях Республики Беларусь маркетинговые операции подвергаются пересмотру, исходя из необходимости постоянно повышать эффективность маркетинга в условиях высококонкурентной среды. В связи с этим маркетологам необходимо использовать информационные технологии, возможности сети Интернет.

Интернет является одним из наиболее сильных средств решения проблем неэффективных коммуникаций. Информационная среда Интернета позволяет: получать и немедленно передавать оперативную информацию; приобретать новых партнеров; укреплять взаимоотношения с клиентами и партнерами; повышать эффективность внутрифирменных коммуникаций; быстро реагировать на изменения рыночных условий и т.д.

Несмотря на огромные преимущества Интернета, выявлен низкий уровень использования Интернет-технологий на предприятиях