

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

ях промышленности. Интернет используется в основном в трех направлениях: реклама товаров в сети; поддержание деловых связей с партнерами; информационный поиск и изучение рынка. Хуже всего применяется потенциал внутренних коммуникаций. Следует также отметить, что на тех предприятиях, которые имеют свой веб-сайт в Интернете, пока недостаточно эффективно его используют.

Проблемы неэффективной системы коммуникаций и низкого уровня использования современных средств коммуникаций следующие: 1) отсутствие у предприятия финансовых средств; 2) отсутствие необходимости в использовании Интернета; 3) отсутствие необходимой техники и времени; 4) отсутствие необходимых специалистов; 5) проблемы безопасности работы в сети.

Следует отметить, что первая, четвертая и пятая проблемы являются объективными причинами недостаточного использования Интернета на промышленных предприятиях. В то же время вторая и третья проблемы — скорее субъективны и являются следствием психологического недоверия к сети, плохой осведомленности о возможностях Интернета для маркетинга и непонимания того, как можно практически использовать Интернет-технологии (например, для улучшения взаимодействия с клиентами, партнерами, а также внутри предприятия).

Решение вопроса повышения экономической эффективности работы предприятий с помощью Интернет-технологий состоит не только в снижении издержек, но и в увеличении прибыли. Варианты использования Интернет-коммуникаций на предприятиях следующие:

1) публичный Интернет предоставляет маркетологам широкие возможности для достижения своих профессиональных целей, а именно: через корпоративные веб-серверы можно передавать информацию о товарах и услугах, жизни и возможностях компаний, отслеживать количество клиентов, посещающих сайт предприятия, готовить условия и использовать таргетинг — донесение рекламы до целевых аудиторий, выявлять и анализировать сайты конкурентов, превращать клиентов в активных поставщиков информации о своих потребностях и т.д.;

2) Интранет — это часть компьютерной сети и веб-сайта, которая открыта только для сотрудников компании и предназначена для осуществления внутренней деятельности. По Интранету компания может передавать сообщения высшего руководства, информацию о деятельности работников, поощрениях и других управленческих процессах. Можно также организовывать в сети Интранет презентации, в ходе которых руководитель может обратиться к широкой аудитории;

3) Экстранет — это объединение свойств публичного Интернета и Интранета. Доступ к таким сетям закрыт паролями, закрывающими посторонним доступ к ценной информации. Здесь можно организовывать так же, как и в Интернете, размещение и прием заказов, оплату счетов, проверку хода выполнения заказа, общение между посетителями.

Таким образом, использование предлагаемых рекомендаций позволит предприятиям повысить эффективность системы коммуникаций, а следовательно — и эффективность системы управления маркетингом.

В.В. Ожигина, канд. экон. наук

БГЭУ (Минск)

СУБРЕГИОНАЛЬНАЯ И МЕЖРЕГИОНАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ: ПЕРСПЕКТИВЫ ДЛЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Современные интеграционные системы являются открытыми, расширяющимися и включающими страны разного уровня развития. Новой тенденцией является также развитие субрегиональной (sub-regional, bloc-in-bloc, intra-regional) и межрегиональной интеграции (inter-regional, bloc-to-bloc, bi-regional, cross-border).

Субрегиональная интеграция — это формирование в рамках уже существующих интеграционных объединений более мелких блоков для углубления интеграции, решения общих проблем и получения дополнительных выгод (разноуровневая, разноскоростная интеграция, интеграция разной геометрии). Например, субрегионы Экономического сообщества государств Западной Африки (ЭКОВАС) — это Союз реки Ману, Западноафриканский экономический и валютный союз; субрегион Андского сообщества (АС) — Группа трех; субрегионы Общего рынка Восточной и Южной Африки (КОМЕСА) — Восточно-Африканский Союз, Экономическое сообщество стран в районе Великих озер, Южно-Африканский таможенный союз (САКУ), Южно-Африканское сообщество развития (САДК); субрегионы СНГ — СНГ, ЕвразЭС, ГУУАМ, ЦАС, ЕЭП.

Межрегиональная интеграция — это интеграция между региональными блоками. Если ранее она не развивалась из-за неразвитости и закрытости интеграционных блоков, то сейчас интеграция в системе "блок—блок" в отличие от связей типа "страна—страна", "страна—блок" позволяет эффективнее налаживать экономические отношения.