

следующую последовательность организационного макропроектирования систем регионального строительства (СРС):

1. Формирование информации об исследуемой системе.
2. Деление системы по горизонтали на широкие блоки, соответствующие важнейшим направлениям деятельности по реализации стратегии.
3. Определение состава системы, уровня специализации и организационно - правовых форм элементов, связей между ними, порядка взаимодействия.
4. Проектирование структуры управляющей системы, то есть определение задач и функций управления, закрепление их за подразделениями или их группами, решение вопросов информационного обеспечения и т.д.

Для декомпозиции СРС необходимо в самом общем виде определить формы организаций, на которые будет разбиваться система, и установить критерий оптимальности, определяющий характер декомпозиции.

Критериальной характеристикой выбора оптимального варианта декомпозиции большой системы является мера концентрации, характеризующая долю производства, сосредоточенную в крупных и крупнейших организациях. В качестве количественной характеристики неравномерности распределения организаций по размерам (их дифференциации) может быть использован график Лоренца, или график концентрации.

**Панфилова Е.П.**  
**БФ БГЭУ (Бобруйск)**

## **ИНФЛЯЦИЯ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ МАКРОСРЕДЫ МАРКЕТИНГА**

Уровень инфляции является одним из факторов, который необходимо учитывать при использовании концепции маркетинга.

Основным вопросом в теории инфляции является монетарность её происхождения. Сторонники теории инфляции издержек считают, что инфляционные процессы возникают на уровне производства и предложения товаров (при изменении издержек, связанных, главным образом, с оплатой труда и материальных ресурсов).

Изучение природы инфляционных процессов в переходных экономиках показывает, что инфляция имеет свою внутреннюю специфику, которую уже нельзя объяснить ни с позиций чистой классической теории, ни с помощью моделей «подавленной инфляции» для административно-командных систем. Это во многом объясняется тем, что переходные системы, представляющие собой сплав переходных экономик и экономик с развивающимися рынками, отличаются внутренней неустойчивостью. В таких системах инфляционный процесс представляет собой сложное многофактор-

ное явление неравновесия, которое обусловлено неустойчивостью экономической и институциональной структуры и постоянно воспроизводимыми внутренними дисбалансами. Инфляция в неустойчивых экономических системах имеет естественную природу, являясь объективным системным механизмом восстановления внутреннего равновесия. При рассмотрении инфляции как способа восстановления общего равновесия, несомненным становится тот факт, что высокая инфляция сама создаёт особый режим функционирования экономики и оказывает обратное - деформирующее влияние на достигаемые в системе равновесия.

В результате несоответствия между скоростью и объёмом обращения денежной массы в экономике и имеющимся уровнем цен на товары и услуги образуется инфляционный потенциал со стороны спроса. Со стороны же издержек инфляционный потенциал формируется вследствие роста издержек на производство товаров, который не реагирует на соответствующее увеличение цены этих товаров.

**Панцулая Н.В.**  
ГГТУ им. П.О. Сухого (Гомель)

### **МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА ПОЛУФАБРИКАТОВ ИЗ КАРТОФЕЛЯ**

Рынок потребления полуфабрикатов из картофеля, в отличие от зарубежных стран, практически не исследован. Поэтому вопрос о проведении маркетинговых исследований данного рынка на региональном уровне является нетрадиционным и малоизученным. В тоже время данный вопрос с каждым днем приобретает все большее значение в связи с множеством факторов, связанных с необходимостью осуществления таких исследований. В первую очередь, это связано с продолжающейся урбанизацией, повышением доли населения, занятого в управлении и непродуцированной сфере, ростом числа работающих женщин, стремлением к обновлению рациона питания.

Одной из важнейших задач регионального управления является обеспечение населения качественными продуктами питания, составляющими которых, могут стать полуфабрикаты из картофеля.

Осуществление региональных исследований рынка потребления полуфабрикатов из картофеля будет:

- оказывать помощь в решении проблем функционирования территориального комплекса перерабатывающих предприятий АПК;
- содействовать постановке и достижению целей региональных органов управления в отношении регулирования и обеспечения населения качественными продуктами питания.