

проблемы действительно существуют. Подобные несоответствия подтверждают необходимость более тесных контактов между Правительством Республики Беларусь и частным сектором.

Малый и средний бизнес обеспечивают новые рабочие места, так необходимые экономике Беларуси. Новые вакансии создаются за счет новых небольших фирм, а не за счет крупных устоявшихся компаний. Малый бизнес создает благоприятные условия для более эффективного функционирования крупных предприятий, обеспечивает широкие возможности выполнения субподрядных работ и всевозможных услуг в тех областях, где деятельность крупных организаций традиционно нерентабельна [3, с. 45].

Государственная поддержка предпринимательства в республике должна являться одним из наиболее важных и приоритетных направлений государственной экономической политики на период формирования рыночных отношений и должна стимулировать появление новых предприятий, а соответственно – и создание новых рабочих мест, способствовать снижению социальной напряженности.

#### Литература

1. *Германович Г., Пятинкин С.* Методологические и методические аспекты мониторинга поддержки и развития малого предпринимательства // *Финансы. Учёт. Аудит.* – 2003. – №8 – с.30-32.
2. *Смолбоун Д., Слонимский А.* Барьеры на пути развития малого предпринимательства в Беларуси // *Белорусский экономический журнал.* – 2000г. – №1. – с.71-79.
3. *Германович Г., Пятинкин С.* Малое предпринимательство в РБ: проблемы и перспективы // *Белорусский банковский бюллетень* – 2003г. – №7 – с.45–50.

© БГЭУ

### ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЦЕН

*И. Н. РУСАК, Г. А. КАНДАУРОВА*

The author has made the analysis of the price forecasting methods. According to the results of the led forecasting calculation the many factors model was compiled. This model takes into account the price index of the industry production producers, price index for the production which agriculture concerns sell and money index. On the base of the foreign experience studying the approach for new production price forecasting was worked out.

This approach forms the alternative variants for the projection of new manufactured article. The main purpose is the economy of the expenditures on the initial phase of the new article creation

Ключевые слова: цена, индексы цен, цена новой продукции, прогнозирование цен

Цены в рыночных условиях являются основным индикатором состояния экономики, важнейшим регулятором общественного производства на всех уровнях управления, инструментом распределения ресурсов. Цена является одной из наиболее разработанных категорий, представляет собой денежное выражение стоимости товара.

Цены обслуживают все управление экономикой и играют активную роль в сферах микро-, макро- и интерэкономики. На микроуровне цена регулирует хозяйственную деятельность предприятия. На уровне интерэкономики в международной торговле цены в определенной степени определяют структуру мирового хозяйства, влияют на потоки экспорта и импорта.

В мировой практике в процессе прогнозирования цен используются методы экспертных оценок, параметрические методы, регрессионные модели, метод определения цен на основе безубыточности производства, индексный метод, метод формирования цен на основе издержек с ориентацией на спрос и конкуренцию.

В рыночных условиях особо важным является прогнозирование индекса потребительских цен, поскольку он характеризует инфляционные процессы, оказывает существенное влияние на издержки и конкурентоспособность продукции.

Результаты проведенных прогнозных расчетов в процессе исследования на ЭВМ с применением ППП «PER», «МНК-2», «МНК-3», «STATISTICA», средства MS EXCEL свидетельствуют о целесообразности прогнозирования индексов потребительских цен на основе многофакторной модели. Построенная модель учитывает следующие факторы: индекс цен производителей промышленной продукции; индекс цен на продукцию, реализуемую сельскохозяйственными предприятиями; индекс денежной массы.

Особо важным в современных условиях является прогнозирование цен на новую продукцию. Зарубежный опыт свидетельствует, что к разработке нового продукта и цен на новую продукцию целесообразно использовать итеративный подход, который обеспечивает поэтапное осмысление каждого нюанса, касающегося издержек, цен и конкурентоспособности продукции. Традиционная модель ценообразования «издержки + прибыль = цена» преобразуется в модель «цена – прибыль = себестои-

мость». Такой подход позволяет формировать альтернативные варианты проектирования нового изделия с целью экономии затрат на начальной стадии его создания.