

- привлечение к финансированию малого предпринимательства максимально возможных объемов средств национальных банков и зарубежных инвесторов, предприятий, других финансовых учреждений на наиболее выгодных для малого предпринимательства условиях финансирования;
- создание оптимальных условий доступа малого предпринимательства к финансовым ресурсам, в частности, предоставление приемлемой ставки за банковский продукт (кредит и прочее) для конечного заемщика — субъекта малого предпринимательства;
- минимизация рисков невозвратов кредитных ресурсов с тем, чтобы не допустить отсутствия финансовых средств для поддержки малого предпринимательства в последующие годы;
- вовлечение в производственный процесс и помощь в становлении как можно большему числу эффективных субъектов малого предпринимательства. Мы предполагаем, что это вызовет активный рост производства и даст толчок развитию всего хозяйства.

*Т. А. Везубова, д-р экон. наук, доцент
БГЭУ (Минск)*

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСАМИ СТРАХОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

В современных условиях хозяйствования усложняются глобализационные процессы, усугубляемые политическими и природными потрясениями. Это приводит к возрастанию риска успешного функционирования субъектов на макро- и микроэкономических уровнях. Кризисные и рецессионные явления на мировом пространстве вызывают постоянные изменения внешней среды хозяйствования и резкое усиление конкуренции на международном и национальном рынках большинства стран и их предприятий. Поэтому возрастает востребованность новых способов управления деятельностью всех структурных единиц в текущем и длительном периоде.

При этом особую значимость приобретают возможности предвидения перемен и определения путей результативного функционирования в ближайшей и долгосрочной перспективе страховых организаций, которые способны оказать услуги «финансовой подушки» при наступлении различных непредвиденных негативных событий в жизнедеятельности организаций и населения. Однако функционируя в финансовой сфере, они сами подвержены влиянию различных факторов окружающей среды на свою финансово-хозяйственную деятельность. Поэтому для страховщиков стратегическое управление финансами является основой их стабильной жизнедеятельности в долгосрочной перспективе.

Термин стратегического управления финансами появился еще на рубеже XIX и XX в. Во второй половине XX в. при наличии необходимых предпосылок и возрастающей потребности определения успешной перспективы результативного функционирования экономических единиц многие ученые выдвигали идею расширения горизонта управления деятельностью разных субъектов хозяйствования. Постепенно формировались многочисленные взгляды на его содержание, методы обоснования главной цели, задач и способов их реализации.

Несмотря на особую важность стратегического управления для достижения непрерывности и эффективности функционирования многочисленных участников современного этапа общественного развития, до сих пор неоднозначными остаются его сущност-

ные и организационные характеристики, а также подходы и методы к формированию с учетом специфики их отраслевой и функциональной деятельности.

Решение этих проблем остаются весьма актуальными и для организаций Республики Беларусь, которые работают в не совсем благоприятной экономической ситуации. В 2017 г. снижался реальный объем ВВП, происходила дальнейшая девальвация курса национальной валюты, ухудшалась ценовая конкурентоспособность белорусского экспорта и др. Возрастающая рисковость хозяйствования белорусских предприятий являлась мощным импульсом для расширения и активизации действий всех участников страхового рынка.

В этой связи одним из важных направлений стабилизации и роста происходящих в Республике Беларусь процессов становится стратегическое управление финансами субъектов страхового рынка, что обеспечивает повышение его роли в минимизации степени риска и рационализации распределения финансовых ресурсов. Реализация соответствующих задач предполагает научное обоснование ключевых направлений развития национального страхового рынка, а также повышение качества и количества страховых услуг, результативность их влияния на улучшение социальных процессов в обществе. Все эти требования обуславливают необходимость определения эффективных правил регулирования деятельности участников страхового рынка, а также совершенствования их стратегического финансового менеджмента. Данные направления красной нитью проходят и в разрабатываемой методике адаптации международной системы контроля платежеспособности страховщиков Solvency II к национальной практике функционирования отечественных страховых организаций.

*А. Д. Веренич, аспирант
БГУ (Минск)*

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ОРГАНИЗАЦИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

В условиях стремительного развития технологий и высокой конкуренции в сфере розничной торговли уровень взаимодействия с потребителем требует освоения новых подходов и внедрения инновационных ИТ-решений. Стремительная цифровая трансформация подразумевает внедрение эффективных программ лояльности, персонализации отношений с клиентами и развития омниканальных технологий.

Внедрение омниканальных технологий направлено на взаимодействие различных каналов сбыта, связанных единой системой управления отношениями с клиентом. Взаимодействие офлайн и онлайн-магазинов, а также различных мобильных сервисов позволит компании быть ближе к клиенту и предоставит ему возможность самостоятельно делать выбор, где, когда и каким образом совершить покупку.

Использование омниканальных технологий возможно с помощью внедрения систем и методов электронной коммерции, таких как электронный обмен информацией, электронная торговля, электронный маркетинг. Эффективное использование систем электронной коммерции предоставит организациям розничной торговли производить глубокую аналитику поведения своих покупателей, что в свою очередь позволит не только эффективнее продавать товар посредством онлайн-торговли, но и составить индивидуальный портрет каждого потребителя с целью создания персональных рекомендаций и дисконтных программ. При внедрении методов электронной коммерции необходимо учитывать, что в последние годы стремительно увеличивается количество покупок, совершенных с помощью мобильных технологий.