

должна состоять из следующих этапов: определение вида стратегической сегментации; выбор метода стратегической сегментации; построение методики стратегической сегментации; реализация стратегической сегментации.

Можно выделить различные виды стратегической сегментации по объекту применения. К основным из них относят сегментацию по профилю потребителей, в которых проявляются основополагающие принципы сегментации – неоднородность покупателей и товаров.

Целью дальнейшего совершенствования теории сегментации является создание теоретико-методологических и методических основ использования стратегического подхода к ее осуществлению. Применение стратегической сегментации позволит повысить качество маркетингового планирования, что в итоге положительно скажется на уровнях удовлетворенности потребителей и конкурентоспособности товаропроизводителей.

<http://edoc.bseu.by:8080>

Зубик Д.В.
УО БГЭУ (Минск)

ТВОРЧЕСКИЙ ХАРАКТЕР ИННОВАЦИЙ

Инновация как осуществленное изменение продукта или производственного процесса является конечным продуктом человеческой творческой деятельности. Творческая способность (креативность) – это способность человека преодолеть сложившиеся ограничения, включая и свои внутренние.

Творчество является особой формой взаимодействия субъекта и объекта, его можно определить как человеческую деятельность, порождающую новые материальные и духовные ценности. Творчество представляет собой, прежде всего продуктивную деятельность, производящую новое, в отличие от репродуктивной деятельности, повторяющей известное, роль которой в творческом процессе заметно меньше.

Творческий процесс является особым видом развития, при котором:

- удовлетворяется совокупность потребностей, лежащая в его основе;
- обнаруживаются необычные свойства вещей и их комбинаций;
- возникают и разрешаются противоречия;
- устраняются тормозящие факторы, происходит трансформационный скачок в развитии определенной области деятельности;
- используются и преобразуются накопленные знания;
- выбор из возможных решений является событием вероятностного характера;
- во всех творениях присутствует субъект.

Сущностью экономической творческой деятельности, является решение проблемы в рамках данных ограничений. Множество ценных инноваций побудило именно существование каких-либо рамок и ограничений. Экономическое творчество исходит из целей экономической деятельности и направляется на поиск способов удовлетворения возрастающих или качественно новых потребностей. Оно активно влияет на сами цели и организационные формы экономической деятельности, позволяет преодолевать исторически ограниченные формы. По мере своего развития экономическое творчество определяет и свои цели, опережая общественные потребности и формируя их. К специфическим особенностям экономического творчества относятся:

- преобладание прагматических методов;
- простота и значительная эффективность в большинстве случаев;

- важная роль здравого смысла;
- объективная, количественная и быстрая оценка результатов;
- значительность фактора времени;
- большие доля и роль репродуктивного компонента в сравнении с другими видами творчества;
- необходимость предварительных инвестиций;
- ресурсная ограниченность;
- турбулентное, хаотическое окружение.

В экономике к типичным относятся следующие противоречия: между экономическими факторами; между реальной и предполагаемой ситуацией; между усилиями производителя и ожиданиями потребителей; в ритме или логике какого-либо процесса.

<http://edoc.bseu.by:8080>

*Зубик В.Б., Пекарчик А.А.
УО БГЭУ (Минск)*

МАРКЕТИНГ РЕАБИЛИТАЦИОННЫХ УСЛУГ РЕГИОНА

При планировании комплекса маркетинговых мероприятий в сфере реабилитации необходима реальная оценка существующих потребностей населения в данных услугах на данный момент и тенденции их изменения в будущем. Последнее обеспечивает более полное использование как имеющегося потенциала ресурсов данной отрасли услуг, так и создание новых видов услуг для удовлетворения постоянно изменяющегося спроса. Частные медицинские центры, имеющие в своей структуре реабилитационные отделения, более активно применяют как весь комплекс маркетинга, так и отдельные его элементы. Государственные предприятия как в силу сложившейся монополии по отдельным направлениям в реабилитации, так и при жестком ценовом регулировании со стороны органов государственного управления, не считают целесообразным или не имеют полномочий со стороны вышестоящих органов государственного управления по использованию всех инструментов маркетинга. В лучшем случае данные структуры занимаются рекламой и продвижением уже внедренных ранее медицинских услуг.

Прогнозирование потребности различных групп обслуживаемого населения региона позволит создать эффективную систему наиболее полного использования потенциала ресурсов реабилитационной сферы. Здесь важно сотрудничество с территориальными подразделениями Белгосстраха. Анализ имеющихся данных о наступлении страховых случаев за прошедший период, наряду с имеющимися методиками исчисления возможной вероятности их наступления в будущем, применяемыми в Белгосстрахе, позволит принимать решения об определении необходимых объемов реабилитационных услуг. Кроме того, производство страховых выплат позволит обеспечить финансирование модернизации лечебно-диагностической базы реабилитационных центров, и снизят нагрузку на республиканский и местные бюджеты по содержанию реабилитационной сферы.

Анализ маркетинговой среды реабилитационного учреждения в рамках стратегического планирования, дает возможность определить наиболее существенные опасности для здоровья людей и потребности, связанные с минимизацией воздействия неблагоприятных факторов внешней среды на здоровье населения региона. Только располагая достоверными данными о состоянии здоровья населения, реабилитационные учрежде-