

- 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 снизит 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-

ния могут осуществлять процесс планирования мероприятий, в том числе и маркетинговых, для улучшения здоровья населения таким образом, чтобы в краткосрочном и в долгосрочном плане улучшить здоровье людей, предотвращая возникновение инвалидности или снижение её тяжести и позволит снизить затраты общества на оказание медицинской помощи.

Практически все государственные медицинские учреждения оказывают услуги как на платной основе, так и за счет бюджетных средств. Это позволяет находить источники дополнительного финансирования на приобретение медицинской техники, премирование сотрудников. Вследствие этого назрела необходимость создания маркетинговых служб при крупных государственных медицинских учреждениях.

Особенность внедрения комплекса маркетинга в медицине и реабилитации в том, что из-за специфики данных областей маркетингологу необходимо иметь соответствующее базовое медицинское образование. Вследствие этого функции руководителя службы маркетинга предлагаем возложить на заместителя главного врача или заведующего профильного отделения медицинского или реабилитационного центра, владеющих современными методиками диагностики и лечения, и отслеживающих перспективы внедрения новых методик лечения и реабилитации. В качестве сотрудников службы маркетинга следует использовать работников регистратуры, непосредственно работающих с обратившимися пациентами. Это позволит контролировать важное звено маркетинга услуг «персонал – потребитель – пациент», внедрить в повседневную деятельность центра интерактивный маркетинг, контролировать качество оказываемых услуг и своевременно выявлять «неудовлетворенный» спрос на них.

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

*Иващенко А.Н.
УО ПГУ (Новополоцк)*

РЫНОК АГРОСТРАХОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Поиск путей повышения эффективности деятельности предприятий аграрного сектора экономики Республики Беларусь имеет важное значение не только для достижения финансовой стабильности отечественных сельхозпроизводителей, но также и для укрепления национальной экономики в целом. Сельскохозяйственные предприятия в процессе своей деятельности сталкиваются с различного рода рисками природного и коммерческого характера, способными негативно отразиться на их финансовых результатах. Одним из действенных механизмов эффективного управления рисками аграрного сектора экономики Республики Беларусь следует рассматривать формирование системы страховой защиты имущества предприятий аграрного сектора экономики.

К неблагоприятным факторам, ограничивающим развитие услуг агрострахования в Республике Беларусь, можно отнести: неудовлетворительное финансовое состояние сельхозпредприятий; низкий уровень страховой культуры руководства сельскохозяйственных предприятий; отсутствие специального закона, регулирующего основные вопросы сельскохозяйственного страхования; отсутствие качественной и доступной информации о страховых продуктах для аграрного сектора экономики; отсутствие отечественной сельскохозяйственной перестраховочной системы по перестрахованию рисков предприятий аграрного сектора экономики; низкий уровень подготовки специалистов в области агрострахования; низкий размер собственного капитала отечественных страховщиков, неспособных принять на страхование крупные и опасные аграрные риски.