

РАЗВИТИЕ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В Республике Беларусь процесс активного использования финансового менеджмента находится на стадии становления. Отечественные пользователи финансового менеджмента сталкиваются с отсутствием опыта и концептуальных разработок, адаптированных к уровню развития национальной экономики.

Основными причинами, сдерживающими распространение финансового менеджмента на белорусских предприятиях, являются: неспособность управленческих служб к работе в новых экономических условиях, недостаточное использование инструментов и потенциальных возможностей классического финансового менеджмента, отсутствие специальных финансовых подразделений, способных своевременно оценивать движение денежных потоков предприятия.

Особенно актуальным является совершенствование системы подготовки кадров для реального сектора национальной экономики и, в частности, для финансовых служб предприятий.

Белорусская финансовая школа осуществляет свою перестройку, направленную на адаптацию международного опыта к национальной практике. Основными направлениями развития финансового менеджмента в республике являются: реформирование действующей системы управления с целью внедрения инструментов и потенциальных возможностей классического финансового менеджмента, формирование специальных служб, подготовка высококвалифицированных специалистов в области финансового менеджмента и ряд других.

*Зорина Т.Г.
УО БГЭУ (Минск)*

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ СЕГМЕНТАЦИЯ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛЕНИЯ

Усиление динамизма и неопределенности экономического развития вызывает необходимость стратегического подхода к сегментации. Стратегическая сегментация как инструмент управления маркетинговой деятельностью представляет собой, с одной стороны, способ нахождения перспективных рынков и определения объектов воздействия для маркетинговых программ, а с другой – процесс принятия решений на основе обоснованного сочетания инструментов маркетинга.

В отличие от традиционного представления о сегментации, стратегическая сегментация представляет собой систематизированный процесс пространственно-временного разделения рынка на сегменты, различающиеся своими параметрами и/или своей реакцией на отдельные виды деятельности товаропроизводителей, с целью формирования рациональной рыночной структуры.

Современная теория сегментации рынка не раскрывает в полной мере содержания ее процедуры, методов и методик. Процедура стратегической сегментации рынка

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;