



Современная конструкция бюджетных правил в России

потребления нефтегазовых доходов; предельной величины ежегодного использования средств ФНБ на финансирование дефицита федерального бюджета и бюджета ПФР в зависимости от объема накопленных средств ФНБ; направлений использования нефтегазовых сверхдоходов, аккумулируемых в ФНБ.

Для того чтобы российская экономика встала на путь устойчивого роста темпами выше мировых, необходима политика, направленная на стимулирование внутреннего спроса. Центральным элементом бюджетной стратегии в России сегодня является политика бюджетной экономии, в основе которой лежит тезис о том, что необходимы всемерное сокращение государственного долга и сдерживание бюджетных расходов, что оказало негативное влияние на темпы экономического роста и занятость, поскольку не произошло ожидавшегося увеличения частного спроса, который мог бы компенсировать сокращение государственных расходов.

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

*Е.С. Пономарева, канд. экон. наук, доцент  
pes-8-11@mai.ru  
БГЭУ (Минск)*

## РАЗВИТИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ СЕГМЕНТАЦИИ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ БАНКА

Усиление конкуренции в банковской сфере вызвало необходимость поиска новых направлений увеличения клиентской базы, рост которой способствует пополнению ресурсов, повышению процентных и непроцентных доходов, улучшению имиджа банка на финансовом рынке. Именно поэтому ключевым направлением деятельности банка на современном этапе является группировка фактических и потенциальных клиентов, обладающих схожими потребностями, поведенческими и мотивационными характеристиками

и отличающихся однотипной реакцией на предлагаемый банковский продукт и на набор маркетинговых стимулов, т.е. сегментация. Необходимость сегментации клиентской базы обусловлена неоднородностью рынка. Банк ищет наиболее важные для себя сегменты, в отношении которых он будет проводить особенно интенсивную работу.

В настоящее время банки в рамках сегментации клиентов в основном используют кластерный подход, который подразумевает группировку только фактических клиентов, сотрудничающих с банком в рамках использования какого-либо банковского продукта. На основе статистики их финансовых операций формируются соответствующие сегменты: VIP-, премиум- и массовый сегмент. Последующая работа с такими клиентами проводится по имеющимся продуктам.

Существующий подход к сегментации имеет ряд недостатков, среди которых можно выделить отсутствие сегментации в рамках отдельных банковских продуктов, использование главным образом финансовых параметров сегментации клиентов, участие в сегментации исключительно фактических клиентов и др.

В условиях ужесточения конкуренции на рынке банковских услуг предлагается проводить сегментирование клиентов с использованием критериев, идентифицирующих рынок банковского продукта и услуги, а внутри каждого из этих критериев определять потребителей исходя из психографических, поведенческих и возрастных параметров.

Предлагаемая многоуровневая сегментация позволит более детально рассматривать потребности клиентов и проводить их классификацию. При этом в дополнение к исследованию потребительских факторов будет проводиться оценка конкурентных мотивов, что позволит провести анализ клиентов конкурентов и сформировать такие банковские продукты, которые смогут привлечь дополнительных клиентов из числа потенциальных.

Таким образом, в современных экономических условиях основным условием эффективного функционирования банка является качественное формирование и сопровождение клиентской базы, которая должна иметь технологическую направленность и представлять собой информационную систему, содержащую данные о клиентах и используемых ими банковских продуктах.

*О.А. Пузанкевич, канд. экон. наук, доцент  
olana@tut.by  
БГЭУ (Минск)*

## **ФИНАНСОВЫЕ РЕСУРСЫ — МАТЕРИАЛЬНАЯ БАЗА УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ**

Финансовые ресурсы являются основой эффективного управления деятельностью организации. Они мобилизуются на разных уровнях и используются для выполнения намеченных задач предприятия. В связи с этим основными функциями финансовых ресурсов, действующих на микроуровне, являются:

- аккумуляция денежных поступлений за счет собственных и привлеченных средств;
- распределение и использование ресурсов для бесперебойного функционирования субъекта.

Финансовые ресурсы предприятия являются материальной базой эффективных управленческих решений и выступают источниками финансирования производственных, экономических, социальных и других объектов не только предприятия, но и общества в целом.

На основе исследования формальных и сущностных характеристик финансовых ресурсов сформированы основные признаки, которые представлены в таблице.