

Зарубежные исследования показывают, что программы «loyalty», в которых используются пластиковые карточки, приводят к уменьшению текучести постоянных покупателей на 30% и к увеличению оборота на 10%. В том случае, если удалось удержать хотя бы 5% от общего количества покупателей, то через некоторое время получаемая от них прибыль увеличивается от 25 до 85%.

Расходы торговой фирмы на завоевание новых клиентов в 11 раз превышают расходы на укрепление уже существующей клиентской базы. Приведенные цифры свидетельствуют, что направлять ресурсы компании на то, чтобы покупатели совершали повторные приобретения, в долгосрочной перспективе может быть более выгодно, чем инвестировать те же средства в привлечение новых покупателей.

Другое технологическое новшество «co-brand» – выпуск совместных карточек, сочетающих стандартные услуги банка-эмитента и дополнительные услуги торговой фирмы-партнера, при котором возникают новые каналы распространения карточек.

К «co-brand»-картам прилагаются различные дополнительные услуги – обычно это разного рода скидки, благодаря которым можно реально экономить деньги, но только в тех магазинах и сервисных центрах, с которыми банк-эмитент заключил соответствующий договор.

Авдейчик О. В., ГрГУ (Гродно)

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ ИННОВАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ

Одним из этапов в оценке эффективности внедрения технологии является оценка эффективности внедрения инновации для потребителя, использующего продукцию, изготовленную по данной технологии. Для потребителя продукции машиностроения при выборе основным критерием остается ее качество. Важно, чтобы качество и надежность продукции сочетались с оптимальным потреблением ресурсов, что дает экономию затрат, позволяющую выбрать проект для реализации на предприятии. При эксплуатации изделия под воздействием различных факторов заданные характеристики качества могут измениться как в сторону снижения, так и в сторону повышения. При этом каждое изделие при прочих равных условиях должно сохранять заданные показатели качества в течение оговоренного периода, что и определяет надежность продукции. Сохранение показателей качества и надежности машиностроительного изделия в течение неопределенного времени принципиально невозможно, так как даже при использовании уникальных материалов и технологий, обеспечивающих его практически неограниченный установленный ресурс, происходит относительное изменение качества вследствие появления более совершенных моделей и повышающихся требований к эргономичности, безопасности и экологичности эксплуатации.

Любая современная наукоемкая продукция должна соответствовать определенным стандартам качества. В настоящее время лидирующие предприятия в области отечественного машиностроения начали переход на международные стандарты качества серии ИСО 9000. В этих стандартах центральным понятием является категория «жизненного цикла изделия».

Предлагается уточнить указанную схему, совместив полный жизненный цикл изделия в машиностроении с жизненным циклом инвестиционного проекта по внедрению новой технологии.