

Кривая «жизненного цикла клиента» поможет банку определить стратегию взаимоотношений с потребителями. На первом этапе данного цикла специальные службы банка проводят сегментацию и анализ рынка с использованием данных о потребителях для выявления клиентов, которые банку нужны более всего. На этом этапе возникает вероятность того, что банк может упустить из виду возможность получения и использования информации, позволяющей:

- выявить, чем мотивируют свои действия клиенты, решившие воспользоваться услугами данного банка, и что от них ожидают;
- исследовать собственные конкурентные преимущества в тех случаях, когда вновь приобретенный клиент ранее был клиентом другого банка.

Следующий этап относится к взаимоотношениям с новым потребителем услуг. Банки предлагают ему максимально возможный набор своих услуг, из которых он выбирает наиболее подходящий для него. На этом этапе часто выявляется наличие у новых клиентов индивидуальных потребностей, особое значение приобретает отслеживание претензий клиентов, уровень их удовлетворенности и рассмотрение поступающих заявок на специальное (нестандартное) обслуживание.

Далее отношения банка с клиентом переходят на другой уровень или назовем его этапом «зрелости». Чтобы придать этим отношениям новые энергию и стимулы, банк должен приложить достаточно усилий. На этом этапе приобретают особое значение настройки ценовых предложений и оказание новых банковских услуг (инновации). Если кривая построения взаимоотношений со «зрелым» клиентом окажется слишком длинной и пологой, он может отплатить за это преждевременным разрывом отношений с банком. Тогда все затраты на установление с ним отношений окажутся бессмысленной тратой средств.

Наконец, все банки должны стремиться к установлению прочных отношений с клиентами, при наличии которых те даже не задумываются о том, чтобы перейти в другой банк. Даже искушаемые банками-конкурентами, они сохраняют верность своему обслуживающему банку. К сожалению, невзирая на все усилия банка, среди его клиентов всегда находятся такие, которые разрывают с ним отношения. Задача состоит в том, чтобы минимизировать уход клиентов, особенно тех, которые представляют особую ценность. Одним из путей решения является изучение причин разрыва отношений и цепочек событий, приводящих к потере клиентов.

Чем дольше банк сохраняет потребителя, тем выше связанные с ним доходы (прибыль). Это обусловлено тем, что со временем банк и его клиенты лучше узнают, как им следует вести дела друг с другом, и затраты на ведение общего бизнеса снижаются, а также тем, что по мере роста доверия к банку потребители (клиенты) становятся более открытыми к новым банковским услугам и к увеличению срока обслуживания в нем.

Лисица Е.С., БГЭУ (Минск)

РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ РЕФОРМ ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ

За последние несколько десятилетий такие отрасли, как газовая, электроэнергетическая, железнодорожная, телекоммуникационная, водоснабжение, неотъемлемой частью которых являются естественно монопольные сегменты, претерпели значительные изменения. Они шли в направлении дерегулирования, внедрения конкуренции, модернизации функций и методов государственного регулирования. Преобразования начаты

и в Республике Беларусь, но модели реформирования еще не приобрели законченных форм. В связи с этим большой интерес представляет развитие теоретических концепций реформирования естественных монополий, анализ разветвляющихся процессов трансформации, международного опыта, возможностей и перспектив его приложения к белорусской действительности.

В настоящее время в России существуют два альтернативных подхода к реформированию естественных монополий. Согласно первому подходу, наличие конкуренции считается не только главным условием, но и критерием эффективности функционирования всей экономики. В рамках данного подхода предполагается скорейшее распространение конкуренции на все отрасли экономики. Применительно к естественным монополиям это означает отделение транспортных сетей, обладающих монопольным положением, от производителей газа, электро- и теплоэнергии, транспортных услуг, которые должны быть поставлены в рамки конкуренции.

Согласно второму подходу, положительный эффект от распространения конкуренции не отрицается, но считается необходимым сопоставление величины подобно эффекта с величиной трансформационных издержек, которые являются неизбежными в данном случае.

Для реформирования деятельности естественных монополий в России существуют три возможных варианта: «оставить все как есть»; максимальное развитие конкурентных отношений с одновременным дерегулированием деятельности в инфраструктурной сфере; совершенствование тарифного и иных форм регулирования в сочетании с максимальной прозрачностью финансовой отчетности.

Детальный анализ конкретных управленческих решений может обеспечить решение широкого круга проблем, связанных с реформированием:

- анализ существующей структуры отрасли; определение ее технологических детерминант; обоснование мер структурного регулирования с целью выделения предприятий естественных монополий;

- анализ поведения фирмы-монополиста; анализ устойчивости естественно монопольной структуры;

- анализ допустимых вариантов реформирования естественных монополий;

- формирование стимулирующих схем государственного регулирования естественной монополии.

Лисиченок Е.П., ПГУ (Новополоцк)

ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЕМ И РАЗВИТИЕМ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ)

Происходящие в мире процессы глобализации, в результате которых в конкурентную борьбу включаются не только отдельные предприятия, но также государства и регионы, и процессы перехода развитых стран к обществу нового типа – экономике основанной на знаниях, обусловили необходимость активизации внимания на таком направлении исследования, как управление интеллектуальным капиталом региона. Необходимо более детально рассмотреть один из аспектов организационно-экономического механизма управления интеллектуальным капиталом региона, а именно – организацию управления в части формирования организационной структуры.

Разработку организационной структуры управления интеллектуальным капиталом региона следует проводить в несколько этапов: