

затраты труда могут быть исключены в том случае, если выполнение технологических действий «возьмет» на себя природа (природные силы или явления). Отсюда следует понятие идеальной (безлюдной) технологии: это процессы создания благ практически без трудовых затрат по причине широкого использования природных явлений.

Когда идеализация по объективным причинам невозможна, остаются следующие варианты снижения трудовых затрат.

Вариант замещения живого труда прошлым, наряду с пределом экономической целесообразности во времени характеризуется убывающей экономической отдачей. Такой вариант назван рационалистическим развитием технологических процессов.

При рационалистическом развитии (замещении живого труда прошлым) значение уровня технологии не меняется, поскольку не происходят изменения в области технологических действий. Рост уровня технологии может быть обеспечен только путем изменений, либо вспомогательных (эволюционное развитие), либо функциональных технологических действий (революционное развитие).

На базе законов технологического развития разработана методика управления стратегическим развитием производства, в которой разрешены вопросы очередности использования известных вариантов развития, соответствующего распределения средств, определения сроков окупаемости и т.д.

*Краснов Ю. Е.
БГЭУ (Минск)*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БАНКОВСКИХ УСЛУГ

Крупные коммерческие банки, как правило, осуществляют свою деятельность с использованием практически всех инструментов финансового рынка и имеют широкую сферу своих интересов, как в территориальном, так и в отраслевом аспектах. Принятие стратегических решений по изменению направлений деятельности должны ими осуществляться с учетом политической и экономической конъюнктуры, влияющей на качество услуг, минимизации рисков и, собственно, ориентации на повышение уровня качества предоставляемых банковских услуг.

Для того, чтобы поиск новых рыночных ниш был более эффективным, банкам следует разрабатывать и реализовывать концепцию совершенствования банковских услуг. Эта концепция состоит в привлечении клиентов к тем услугам банка, которые по своим характеристикам и качествам превосходят аналоги предлагаемые конкурентами. Такие услуги могут отличаться своей уникальностью и высокой ценой.

Концепция совершенствования банковских услуг разрабатывается для тех сегментов, где банк может занять большую долю рынка за счет увеличения емкости растущего рынка или лучшего продвижения своих продуктов. Затраты на сегментирование рынка минимальны, когда речь идет о разделении рынка по географическому распределению и уровню доходности банков. Напротив, для выделения уникальных участников рынка, классификаций и группировок банков по отдельным признакам, затраты будут существенны.

Банки производят специфичный товар в виде услуг, не имеющих натурально-вещественного выражения. Очевидно, что такие элементы, как цена и распределение зачастую не имеют определяющего значения в комплекс банкковского маркетинга при продвижении массовых услуг населению. Поэтому в развитии банков основную роль играют информационные и коммуникационные технологии. Предоставляя широкие возможности в области сбора и обработки значительных массивов информации, вместе с тем позволяют устанавливать тесные доверительные отношения с клиентами, акционерами и персоналом, а также развивать новые типы отношений с ними.

Коммуникативные решения банка затрагивают сферу управления коммерческой информацией, позволяя проводить более продуманную политику привлечения и удержания клиентов, что предполагает оценку "стоимости" потерянного клиента, выявление наиболее интересных сегментов (категорий) клиентов, продвижение к более персонализированному подходу к клиенту, возможность проникать на международные рынки с минимальными издержками и т.д. Ускорится разработка новых продуктов и услуг, непосредственно связанных с новыми технологиями, расширится использование виртуальных каналов сбыта, изменится политика ценообразования, клиенты будут получать качественные услуги в режиме онлайн и т.д.

Кристафович П. П.

Академия Экономических Знаний (Республика Молдова)

РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГА В РЕСПУБЛИКЕ МОЛДОВА

Преобразования, проведенные за последние годы в Республике Молдова, в новом контексте миропорядка не привели к устойчивому развитию страны и её эффективному позиционированию на мировом рынке.

Причиной такого положения является действие ряда факторов, затрудняющих реализацию программ устойчивого развития и эффективной интеграции Республики Молдовы в международные экономические отношения, а именно: усиление аграрной ориентации экономики при общем увеличении энергоёмкости; отрицательное влияние «ножниц цен» на