

Этапы разработки инновационного продукта в Сбербанке

Научный руководитель – Мануйленко Виктория Валерьевна

Борлакова Аминат Исламовна

Выпускник (специалист)

Ставропольский государственный университет, Ставрополь, Россия

E-mail: amibor00@mail.ru

Активное внедрение инновационных технологий и продуктов во все сферы жизни в полной мере соответствует тенденциям современного развития наиболее экономически развитых стран. Инновации стали ядром современного развития всех сфер экономики, в том числе и в банковском секторе.

Главной причиной создания новых банковских продуктов и внедрения инновационных услуг являются следующие теоретико-методологические предпосылки:

формируется новая парадигма инновационного развития экономики;

- банковские инновации являются частью общего потока инноваций во всех сферах современной экономики;
- финансовые инновации в банковской сфере подразделяются на продуктовые и технологические;
- информационные технологии стали главным двигателем банковского бизнеса;
- обслуживание клиентов в удаленных каналах, без всяких сомнений, должно стать одной из основных форм банковских услуг.

В Российском банковском секторе самым инновационным банком признан Сбербанк - крупнейший банк России, Центральной и Восточной Европы. Сбербанк так же признан победителем международного конкурса инноваций Distribution & Marketing Innovation Awards 2016.

В 2010 г. в Сбербанке была внедрена новая стратегия инновационной деятельности основной целью, которой является обеспечение стабильного роста на рынке банковских услуг за счет внедрения и активного использования передовых технологий и инновационных управленческих решений.

Принципами развития инновационной деятельности в Сбербанке стали:

использование потенциала сотрудников путем создания биржи идей;

- реализация технологических возможностей, принимая в счет особенности Сбербанка;
- активное применение мирового инновационного опыта.

Разработка и внедрение банковских инноваций для Сбербанка стали уже привычным видом их деятельности, в которой можно выделить четыре основных этапа:

Первый этап заключается в сборе и анализе информации о состоянии рынка, о потенциальных потребностях в новых банковских продуктах и услугах;

На втором этапе разрабатывается инновационная стратегия банка, концепция нового продукта и технологии его внедрения на рынок банковских услуг, идет процесс подготовки документов, разработки технологии банковских операций, обучения штата, определяется способ внедрения продукта (услуг) в рыночную среду, продукт испытание качества продукта среди клиентов;

Третий этап состоит из организации продвижения инновационного продукта (услуги), рекламы, продажи продукта клиентам. Определяющим факторами успеха на данном этапе являются: правильный выбор политики ценообразования, правильное определение маркетинговой политики, учет жизненного цикла банковского продукта (стадия внедрения, стадия зрелости, стадия спада);

Четвертый этап заключается в оценке результатов реализации инновационных продуктов (услуг) и анализ выбранной инновационной стратегии.

Изучение, систематизация и обобщение методологических основ и сложившейся практики создания инновационных банковских продуктов в Сбербанке легли в основу выделения наиболее характерных этапов создания и продвижения инновационного банковского продукта. На рисунке представлены этапы создания и внедрения Сбербанком на рынок инновационных банковских продуктов.

Представленный мною алгоритм служит хорошим вспомогательным инструментом для разработки и внедрения новых инновационных продуктов и услуг, либо усовершенствования уже существующих. Важным является так же, что только системный подход в использовании данной модели без упущения каких-то этапов, с учетом особенностей Сбербанка может принести банку реальный осязаемый результат и позволит оставаться лидирующим инновационным банком с последующей диффузией на весь банковский сектор страны.

Источники и литература

- 1) Викулов В. С. Концептуальный подход к разработке инновационной стратегии коммерческого банка // Финансовый менеджмент. [U+2015] 2010. [U+2015] № 5.
- 2) Закшевский В.Г. Теоретические аспекты развития инновационных банковских продуктов на современном этапе // Вестник Воронежского государственного аграрного университета. 2014 – 2015. – № 3 (46).
- 3) Мануйленко В.В. Международные стандарты финансовой отчетности в коммерческом банке, Москва, 2008.

Иллюстрации

Этапы создания и внедрения инновационных банковских продуктов



1.

Рис. 1. Этапы создания и внедрения инновационных банковских продуктов