

Е. М. ЛОЖКИНА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **З. В. Бонцевич,**

канд. экон. наук, доц.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПОРЯДКА РАЗРАБОТКИ И ВНЕДРЕНИЯ НОВЫХ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ

Современные условия функционирования банковского сектора Республики Беларусь, влияние мировых экономических тенденций, высокая конкуренция среди банков требуют постоянного совершенствования и разработки новых банковских продуктов и услуг. Новые условия диктуют необходимость использования новых ресурсов, знаний, технологий, методов и инструментов. В связи с этим, особую актуальность представляет разработка актуального алгоритма, позволяющего задействовать все отделы, департаменты, управления банка, оптимально скоординировать их действия, с целью совершенствования существующих и создания новых банковских продуктов и услуг.

Представляемый алгоритм может опираться на классические научно-обоснованные модели разработки банковских продуктов и услуг, однако включать в себя несколько

обновленное содержание основных процессов их реализации с учетом прогрессивных тенденций в банковской сфере. Изменения должны затронуть все аспекты деятельности банка: кадровые, правовые, технические и технологические, операционные и методические [1-2].

Рассмотрим основные этапы совершенствования и/или разработки новых банковских продуктов и услуг (рисунок 1):

а) проведение маркетингового исследования рынка с целью поиска или генерации новых идей для совершенствования/создания банковского продукта или услуги, уточнения банковской стратегии и цели банка с целью усиления конкурентных позиций на рынке, повышения спроса. Для этого предлагается наряду с традиционными методами опроса, анкетирования и т.п. использовать метод «мозгового штурма» (генерация инновационных идей на основе специальной техники, творческого подхода, системного анализа); бенчмаркинг (поиск успешных решений внутри банка, заимствование у партнеров, конкурентов с помощью деловых связей, «Mystery Shopping» и др.);

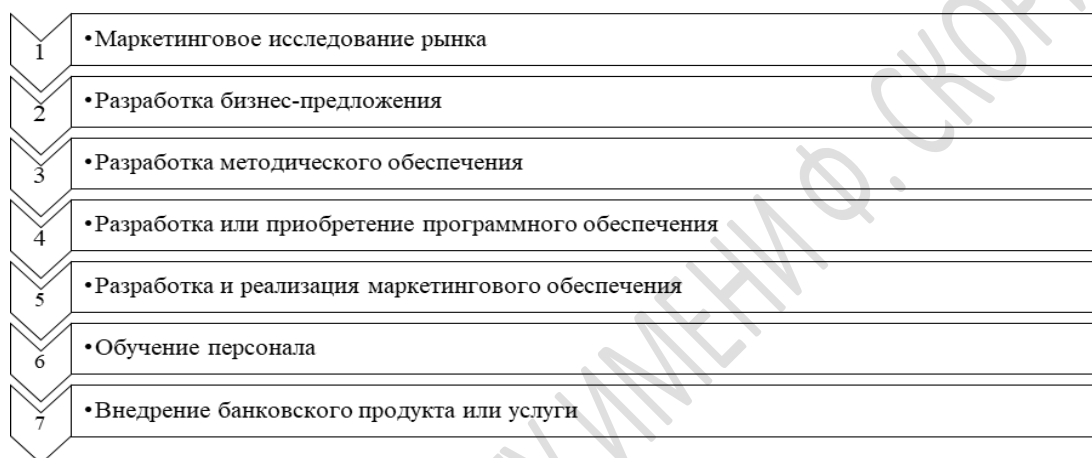


Рисунок 1 – Алгоритм совершенствования / разработки банковского продукта или услуги

б) разработка бизнес-предложения по банковскому продукту или услуге – формирование документа, содержащего описание нового продукта или услуги по ключевым позициям:

1) цель внедрения нового продукта или услуги, предпосылки и обоснование разработки;

2) возможности внедрения: технические, организационные, кадровые, программные, методические, юридические и др.;

3) соответствие общей политике и стратегии банка;

4) экономическая целесообразность разработки и внедрения продукта или услуги;

5) риски, связанные с разработкой и внедрением продукта и услуги: рыночные, кредитные, операционные, валютные и др.;

6) план разработки и внедрения нового продукта или услуги, включающего сроки, ресурсы, ответственных исполнителей, их функции и ответственность;

7) описание технологии оказания услуги или предоставления продукта, стоимости для клиента, документооборота;

8) прогноз объема продаж, прибыли и рентабельности продукта или услуги;

в) разработка методического обеспечения совершенствования и / или создания нового продукта или услуги – совершенствование нормативно-правовой базы банка с учетом особенностей нового продукта или услуги, создание инструкций, регламентов, памяток, спецификаций, форм документов для ответственных исполнителей;

г) разработка или приобретение программного обеспечения с учетом требований нового банковского продукта или услуги, его тестирование и внедрение;

д) разработка и реализация маркетингового обеспечения – разработка и проведение рекламной компании, включающей рассылку клиентам банка информационных писем о новом продукте или услуге, размещение рекламы в СМИ, интернете, наружную рекламу, проведение совместных акций с партнерами банка и др.;

е) обучение персонала, взаимодействующего с клиентами в рамках продаж нового продукта или услуги – чтение лекций, проведение специальных курсов, мастер-классов, практических семинаров, тестов;

ж) внедрение нового продукта или услуги – начало продаж на основе успешной реализации всех вышеперечисленных этапов.

При разработке алгоритма внедрения усовершенствованных и новых банковских продуктов и услуг банки должны руководствоваться целевой направленностью своей деятельности, получением прибыли. Поэтому особое внимание должно быть уделено калькуляции затрат и ожидаемой прибыли на основе маркетингового исследования.

Совершенствование банковских продуктов и услуг, внедрение новых способствуют повышению качества управления продуктовым рядом банка и его отдельных характеристик. Внедрение новейших идей и разработок в банковскую сферу позволит банкам повысить количество клиентов путем привлечения новых, расширить спектр операций и услуг для имеющихся клиентов, увеличить банковские продажи, повысить прибыль и рентабельность, улучшить репутацию.

Список использованной литературы

1 Исаев, Р. Комплексная типовая бизнес-модель банка (финансовой организации). Версия 7.0 / Р. Исаев [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.businessstudio.ru>. – Дата доступа: 12.02.2021.

2 Шульгина, Е.Л. Разработка модели персонализированного банковского продукта эконометрическими методами / Е.Л. Шульгина, А.И. Богомолов // Хроноэкономика. – 2017. – №3. – С. 58-62.