

2. Ковалев, М., Головенчик, Г. Цифровая экономика – шанс для Беларуси [Электронный ресурс] / М. Ковалев, Г. Головенчик // Издательский центр БГУ. – 2018. – 327 с.
3. Стародубцева, Е., Маркова, О. Цифровая трансформация мировой экономики [Электронный ресурс] / Е. Стародубцева, О. Маркова // Экономический портал Cyberleninka. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-mirovoyo-ekonomiki/viewer>.
4. Цифровая повестка ЕАЭС 2016-2019-2025 до 2025 г.: перспективы и рекомендации. 2019. Евразийская экономическая комиссия. URL: [http://www.eurasiancommission.org/ru/Documents/digital\\_agenda\\_eaeu.pdf](http://www.eurasiancommission.org/ru/Documents/digital_agenda_eaeu.pdf).

©БТЭУ

## **МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ОЦЕНКИ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА ОРГАНИЗАЦИИ**

**Я. Е. ЦМЫГ**

**НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ – Е. Г. ТОЛКАЧЕВА, КАНДИДАТ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК, ДОЦЕНТ**

В статье обоснована методика анализа собственного капитала организации, включающая изучение его структуры, движения, достаточности и эффективности использования. Предлагается для оценки достаточности собственного капитала сравнивать его фактические значения с нормативами собственного капитала и собственных оборотных средств на основе использования нормативных значений коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами.

Ключевые слова: методика анализа, собственный капитал, финансовая устойчивость, платежеспособность.

Под собственным капиталом следует понимать часть активов организации, необремененную обязательствами, инвестируемую собственником в хозяйственную деятельность с целью получения прибыли и реализации своих прав, накапливаемую (изымаемую) в процессе функционирования организации и используемую собственником по своему усмотрению и в соответствии с действующим законодательством.

Методика анализа собственного капитала достаточно освещена во многих работах отечественных и зарубежных авторов, которые сохраняют свою значимость до настоящего времени. Однако, не смотря на значимость собственного капитала как элемента системы финансового анализа организации, в экономической литературе до сих пор не сформировалась обоснованная комплексная методика его анализа.

Обзор экономической литературы позволил выявить следующие подходы к исследованию собственного капитала:

анализ собственного капитала является отдельным объектом финансового анализа;

анализ собственного капитала является составным элементом анализа финансового состояния; или же анализа собственного капитала и обязательств; или же анализа собственного капитала и финансовой устойчивости организации.

На наш взгляд, анализ собственного капитала необходимо проводить в увязке с финансовой устойчивостью организации в рамках финансового анализа. При этом основной целью такого анализа является оценка наличия, размещения и эффективности использования собственного капитала организации.

Методика анализа наличия, состояния и эффективности использования собственного капитала организации, включает следующие направления:

оценивают состав, структуру и динамику собственного капитала;

сравнивают темпы роста собственного капитала, активов и обязательств и определяют тенденции изменения финансовой устойчивости организации;

определяют степень участия собственного капитала в формировании активов организации;

сравнивают фактические остатки собственного капитала с нормативами;

оценивают эффективность использования собственного капитала и эффект «финансового рычага»;

определяют влияние собственного капитала на изменение финансовой устойчивости и платежеспособности организации.

Таким образом, представленная методика анализа собственного капитала позволяет оценить тенденции изменения его остатков и структуры, определить степень участия в активах и достаточность для обеспечения финансовой устойчивости организации.

©ПГУ

## **ОБСЛУЖИВАНИЕ VIP-КЛИЕНТОВ БАНКА КАК ОСНОВА ПОВЫШЕНИЯ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

**О. Г. ЧАЙКОВА**

**НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ – И. А. ПОЗДНЯКОВА, КАНДИДАТ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК, ДОЦЕНТ**

Существуют значительные отличия в обслуживании VIP-клиентов и обычных потребителей банковских услуг, к числу которых относятся высокое качество сервиса, индивидуальный подход, персональные услуги и

т.д. Для VIP-клиента необходимо разрабатывать индивидуальный план обслуживания с учетом его потребностей. При этом, чем выше статус клиента, тем более качественный и нестандартный сервис должен быть ему предложен. В статье представлены направления совершенствования инструментов обслуживания VIP-клиентов коммерческого банка.

Ключевые слова: VIP-клиент, банковские услуги, конкурентоспособность.

В качестве рекомендации по совершенствованию инструментов обслуживания VIP-клиентов в Беларуси сформулировано:

1. Системное сотрудничество с европейскими профессиональными сообществами по обслуживанию VIP-клиентов. Подобное сотрудничество позволит отечественным банкам перенять положительный опыт, разработать и утвердить профессиональные стандарты, а также провести сертификацию менеджеров. Рост профессионального уровня менеджеров по работе с VIP-клиентами улучшит качество их обслуживания, а значит будет расти и их лояльность банку.

2. Разработка и внедрение новых подходов для привлечения новых клиентов (организация социальных мероприятий, участие в тематических конференциях и т.п.), а также совершенствование действующих инструментов, разработка бонусных программ для уже существующих клиентов.

3. Увеличение социальной ответственности банка - разработка и внедрение банковских продуктов для определенных групп населения, тем самым расширяя перечень предлагаемых услуг для премиальных клиентов банка; проведение презентаций, уроков финансовой грамотности для школьников и студентов (для детей и внуков премиальных клиентов), с целью повышения лояльности данных клиентов, принятие участие в различных социальных проектах страны (спонсорская помощь, благотворительная деятельность).

4. Придание инновационных качеств традиционным и классическим услугам премиального банковского обслуживания, а также разработка новых систем информационных технологий, которые позволят вывести премиальное банковское обслуживание на качественно новый уровень (централизация баз данных банков, применение унифицированных ИТ-решений и т.п).

5. Использование открытой архитектуры банковских услуг, которая дает менеджеру банка право предложить клиенту выбрать наиболее подходящие под его текущие финансовые потребности предложения от сторонних финансовых организаций, в том числе и иностранных.

6. Активное использование систем дистанционного банковского обслуживания в премиальном обслуживании клиентов банка - внедрение персонализации клиентов в личных кабинетах в интернет-банкинге в зависимости от статуса каждого клиента в банке, внедрение инновационных систем удаленной идентификации клиентов (голосовая идентификация, биометрическая идентификация), совершенствование банковского программного обеспечения для реализации возможности дистанционной подачи клиентом заявки на премиальное банковское обслуживание и т.д.

Таким образом, работа коммерческого банка в направления совершенствования инструментов премиального банковского обслуживания гарантирует ему конкурентное преимущество в современных условиях, а также поможет привлечению новых клиентов и сохранению лояльности существующих.

©БГУ

## **ФИНАНСОВЫЙ МЕХАНИЗМ МОТИВАЦИИ СПЕЦИАЛИСТОВ РОЗНИЧНОГО БИЗНЕСА КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА**

**Н. С. ЧЕРЕВКО**

**НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ – С. Н. КОСТЮКОВА, КАНДИДАТ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК, ДОЦЕНТ**

В статье обосновано экономическое содержание категории «финансовая мотивация специалистов розничного бизнеса банка»; расширена классификация ключевых показателей эффективности деятельности специалистов розничного бизнеса по новым признакам: а) уровень доходности операций для банка; б) степень долгосрочности отношений с клиентом; в) уровень активности клиента; г) эффективность проведенной специалистом сделки; разработан поэтапный алгоритм внедрения финансового механизма мотивации специалистов розничного бизнеса коммерческого банка.

Ключевые слова: мотивация специалистов, розничный бизнес, финансовый механизм.

Важнейшей задачей, стоящей перед менеджерами коммерческого банка является оценка эффективности функционирования каждого сотрудника и его вклада в достижение общего финансового результата организации. В банковской сфере зарубежных стран в последнее время особого внимания заслуживает технология мотивации, которая основана на комплексной оценке ключевых показателей эффективности деятельности как всей организации в целом, так и каждого сотрудника в частности. Популярность такого подхода, называемого Key Performance Indicators (KPI), связана с тем, что в нем соблюдается принцип адекватного вознаграждения за полноценное достижение поставленных целей и выполнение стратегических задач. Это, в свою очередь, позволяет мотивированно и рационально распределить затраты по оплате труда персонала. Вместе с тем, специфика деятельности коммерче-