

которое обеспечивает приток активов, можно отнести к производственным активам. А второе, обеспечивающее приток денежных средств, — к активам в сфере обращения.

Еще одна группа — активы, отвлеченные для получения доходов, включают в себя краткосрочные финансовые вложения. Они представляют собой временный отток денежных средств предприятия с целью получения дополнительного дохода в виде процентов, дивидендов и др.

Представленная реклассификация активов (рисунок) способствует выявлению сфер управления активами с целью учета их особенностей, позволяет конкретизировать результаты анализа и прогнозировать денежные потоки.

*В.В. Богуш, В.В. Волчок*

Научный руководитель — кандидат экономических наук И.К. Козлова

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ VIP-КЛИЕНТОВ**

*Из существующих направлений развития банковских услуг авторы выделили потребность в расширении спектра банковских услуг для его vip-клиентов с акцентом на особые требования к персональному менеджеру, а также уровню его квалификации и качества работы.*

Клиент, его потребности и желания, их удовлетворение — главная цель современного банка как финансово-кредитного института, стремящегося к получению высокого уровня доходов. В то же время банкам важно понять, что клиент — равноправный партнер банка, а не просто средство для получения прибыли. Долгосрочный успех коммерческого банка определяется получением стабильной прибыли от реализации банковских продуктов и услуг и заключается в умении достичь того, чтобы клиенты в условиях конкурентной борьбы банков отдавали предпочтение именно этой кредитной организации. Стабильному коммерческому успеху банка способствует его позитивный имидж у клиентов, а также разработка каждым банком собственной клиентской политики с целью ориентации банковской деятельности на клиента [1].

Привлечение и обслуживание клиентов группы VIP дает возможность роста доходных активов, что составляет их весомую часть в банках, специализирующихся на данном сегменте рынка. Несмотря на то, что спектр возможностей VIP-обслуживания довольно широк, пожалуй, самым востребованным и ценным элементом этого сервиса является персональный менеджер. В зависимости от политики банка такой специалист может проконсультировать по текущим продуктам, согласовать индивидуальные условия по существующим продуктам или разрабатывать для клиента эксклюзивные варианты под его потребности. На наш взгляд, основной задачей банков

должны стать партнерские отношения с клиентами в финансовых вопросах. Обслуживание этой группы клиентов основывается исключительно на индивидуальном подходе к каждому. Это требует подготовки нового уровня специалистов, которые будут работать с клиентами, знать не только лично их, но и их проблемы. Целью является обеспечение долгосрочного сотрудничества с клиентом. Поэтому существует необходимость специальной подготовки у VIP-менеджеров банка, а также высокого уровня знаний банковских продуктов, досконального знания банковского и валютного законодательства, основ гражданского и налогового права, умения общаться с состоятельными людьми, а также знания иностранных языков. Найти подобные качества в одном человеке не является самой простой задачей, поэтому подбор и обучение персонала необходимо вести на постоянной основе [2].

В этой связи хотелось бы отметить, что эффективность большинства применяемых в банках систем мотивации сотрудников клиентских служб при работе с наиболее ценными клиентами недостаточно высока. Мы считаем, что существует необходимость улучшения механизма мотивации VIP-менеджеров, которая будет предусматривать разделение ежемесячного вознаграждения менеджера на фиксированную выплату (оклад); стимулирующую часть, напрямую зависящую от эффективности работы VIP-менеджера; и премию за лояльность — надбавку сотрудникам, длительное время работающим в кредитной организации. Ее использование поспособствует развитию долговременных партнерских отношений как с наиболее привлекательными клиентами, так и с персоналом банка [1].

Таким образом, очевидно, что белорусскому сегменту частного банковского обслуживания предстоит еще достаточно большая работа по усовершенствованию существующих услуг и процедур, доведению до высокого уровня профессионализма менеджеров, технического снабжения, инновационного наполнения, организационного обеспечения продуктов private banking. Введение и расширение инновационных банковских услуг должно сочетаться с постоянным развитием традиционных направлений обслуживания клиентов. Именно этот комплекс услуг гарантирует конкурентное преимущество банку в белорусских условиях (при осуществлении и традиционных банковских услуг).

### Список литературы

1. *Палладий, М.* Современные подходы к мотивации труда банковского персонала / М. Палладий // *Банковское дело*. — 2010. — № 5 — С. 29–31
2. *Беляцкий, Н. П.* Эволюция управления человеческими ресурсами / Н. П. Беляцкий // *Экономика. Финансы. Управление*. — 2014. — № 5 — С. 84–87.