

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ІНДИВІДУАЛЬНОГО БАНКІВСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

Висновки. Отже, проведений нами теоретичний аналіз механізму конструктивної діяльності дає підстави зробити деякі висновки. Виходячи з позицій структурно-системного підходу до аналізу педагогічного процесу у вищій школі, ми обґрунтували можливість здійснення навчально-виховного процесу через механізм взаємозумовлених компонентів: теоретико-методологічного аналізу, діагностики, прогнозування та проектування.

Успішність оволодіння майбутніми вчителями таким механізмом, готовність до його реалізації в професійній діяльності визначає їхню здатність конструювати навчально-пізнавальну діяльність школярів і є основою професійної компетентності.

1. Абдуллина О.А. *Общепедагогическая подготовка учителя в системе высшего педагогического образования.* – М.: Просвещение, 1990. – 144 с.

2. Архангельский С.И. *Учебный процесс в высшей школе. Его закономерности, основы и методы.* – М.: Высшая школа, 1980. – 368 с.

3. Битинас Б.П., Катаев Л.И. *Педагогическая диагностика: сущность, функции, перспектива* // Педагогика. – 1993. – №2. – С. 10 – 15.

4. Бондар В.І. *Теоретичні основи і технології педагогічного аналізу: управлінський аспект: Навчальний посібник.* – К., 1996. – 66 с.

5. Гершунский Б.С. *Педагогическая прогностика: Методология, теория, практика.* – К.: Вища школа, 1986. – 200 с.

6. Загвязинский В.И. *Педагогическое предвидение.* – М.: Знание, 1987. – 80 с.

7. Ингенкамп К. *Педагогическая диагностика.* – М.: Педагогика, 1991. – 201 с.

8. Кузьмина Н.В. *Методы системного педагогического исследования.* – Л., 1980. – 172 с.

9. Лапин Н.И. *Системно-деятельностная концепция исследования нововведений* // Дialeктика и системный анализ. – М.: Наука, 1988. – С. 273 – 282.

10. Мороз О.Г. *Особистість майбутнього педагога (Управління підготовкою вчителя: психолого-педагогічний аспект)* // Вища освіта України. – 2002. – №3. – С. 50 – 54.

11. Сластенин В.А., Мищенко А.И. *Целостный педагогический процесс как объект профессиональной деятельности учителя.* – М., 1997. – 320 с.

12. Щербаков А.И. *Проблемы совершенствования системы психолого-педагогической подготовки учителя.* – Л., 1980. – 166 с.

Стаття надійшла до редакції 23.12.2008

УДК 336.741.242

Валентина Страхарчук, кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної кібернетики
Анатолій Страхарчук, кандидат економічних наук,
професор кафедри комп'ютерних технологій
Львівського інституту банківської справи УБС НБУ

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ІНДИВІДУАЛЬНОГО БАНКІВСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

Розглянуто концептуальні засади індивідуального банківського обслуговування за технологією *Private Banking*. Розкрито суть та визначено основні принципи індивідуального банківського обслуговування клієнтів відповідно до стратегії *СMR*, визначено та систематизовано основні гальмівні чинники розвитку цього виду банківського бізнесу в Україні. Запропоновано шляхи підвищення ефективності автоматизованої технології продажу індивідуальних банківських продуктів.

Ключові слова: *Private banking*, індивідуальне банківське обслуговування, фінансовий продукт, *VIP-сервіс*, бізнес-стратегія *CRM*, сімейний офіс.

Постановка проблеми. Перехід України до ринкової економіки потребує від банківських установ раціонального й економічно обґрунтованого підходу до планування своєї діяльності, визначення фінансової політики, аналізу й оцінки отриманих результатів. Кожний вид банківських операцій може бути прибутковим або збитковим, залежно від того, що приносять ці операції – дохід чи витрати. Сьогодні прибутковість переважної

більшості банківських продуктів значною мірою залежить від якості портфеля, а не від їх обсягів. А відтак, для отримання максимальних доходів банк повинен пропонувати різним сегментам клієнтів різні види послуг, які, з одного боку, відповідають потребам і очікуванням клієнтів, а з іншого – забезпечують банку необхідний рівень прибутковості. Як свідчить банківська практика, дедалі важливішого значення набуває залучення клієнтів із високими та стабільними доходами,

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ІНДИВІДУАЛЬНОГО БАНКІВСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

надання їм додаткових послуг індивідуального обслуговування, аби залучити їхні кошти у безготівковий оборот, що сприятиме збільшенню доходів банку. Отже, сьогодні взаємовідносини Банку з клієнтами слід зорієнтувати перш за все на бізнес-стратегію CRM (Customer Relationship Management), яка передбачає клієнт-орієнтоване ведення бізнесу, значне забезпечення ефективності продаж та сервісу банківського обслуговування.

Основна мета індивідуального банківського обслуговування – збереження і примноження особистого капіталу клієнтів, а також додатково банки забезпечують задоволення інших потреб клієнтів шляхом надання їм послуг нефінансового характеру. Такий розподіл клієнтів дозволяє банку підлаштуватися під кожного великого клієнта і пропонувати йому відповідні послуги. Але при цьому очевидно, що відрізняються як цілі приходу до банку кожного з обговорених сегментів клієнтури та їхні вимоги, так і можливості їхнього обслуговування.

Сьогодні концептуальні засади та механізми застосування технології індивідуального обслуговування клієнтів недостатньо розроблені для банківської системи України. Існує ціла низка гальмівних чинників, які стримують розвиток в Україні Private Banking – це високі політичні ризики, відсутність принципу банківської таємниці. Водночас, уже найближчим часом банки повинні пропонувати найбільш заможним зі своїх клієнтів повний комплекс послуг Private Banking. Цьому сприяють такі чинники, як бажання банків отримати якнайбільший прибуток, зростання доходів населення, підвищення рівня правової і фінансової грамотності заможних клієнтів, прихід нових банківських технологій разом з виходом на наш ринок зарубіжних банків, а також поява прошарку населення, яке вимагає обслуговування на найвищому рівні і зацікавлено в достатньо складних банківських продуктах. А отже, тема підвищення ефективності продажу індивідуальних банківських продуктів вимагає поглибленого вивчення та розробки.

Аналіз останніх досліджень. При написанні роботи було здійснено огляд літературних та інших інформаційних джерел, періодичних видань вітчизняних та закордонних авторів, що досягли суттєвих результатів у теорії та удосконаленні практики банківської діяльності, зокрема, індивідуальних банківських послуг: О.В. Александров [1], Ф.Ф. Бутинець, А.М. Герасимович [2], О.Барановський [3], Н.Б. Давиденко [4], О.В. Дзюблюк [6], О.М. Дубинський [7], А.А. Лобанова [8]. Здійснено аналіз основних законодавчих та

нормативних актів, що регламентують здійснення банківських операцій в Україні.

Метою статті є окреслення основних концептуальних засад та визначення стратегічних шляхів розвитку системи індивідуального банківського обслуговування на основі запровадження автоматизованих технологій її підтримки.

Виклад основного матеріалу. Індивідуальне банківське обслуговування – це система відносин між клієнтом і фінансовою установою (банком), що характеризує персональний підхід до клієнта, комплексність пропонованих послуг та елітне обслуговування [1]. Сьогодні для характеристики такого типу відносин в банківській сфері існує термін Private Banking.

За останній період в світі спостерігаються суттєві темпи розвитку послуг Private Banking – загальновизнаного еталона індивідуального банківського обслуговування заможного клієнта. Як свідчить практика, сучасні банки, що надають цей вид послуг своїм клієнтам, вважають за краще вживати англійську термінологію. Private banking найчастіш асоціюється з банками Швейцарії або Люксембурга, однак поступово, але впевнено приходить і в менш розвинені країни.

Як результат проведеного дослідження визначено та систематизовано основні принципи, закладені в ідеологію Private Banking: гарантування клієнту конфіденційності всіх наданих послуг; можливість доступу до вищого керівництва банку; відповідність характеру обслуговування специфічним вимогам клієнта, індивідуальний підхід; наявність персонального менеджера, який працює особисто з клієнтом та у зручному часовому режимі для останнього; висока якість і рівень обслуговування, зорієнтованість на тривале ділове співробітництво; системний, глобальний підхід до управління особистим капіталом клієнта, фінансове планування, вміння враховувати можливі запити клієнта.

Залежно від переслідуваних цілей клієнтів Private Banking умовно можна розділити на дві групи:

- клієнти, що переслідують мету первісного накопичення та збільшення капіталу. У своїй основі це клієнти, які активно беруть участь у роботі власних компаній та довіряють турботу про свої гроші професіоналам;
- клієнти, що переслідують мету збереження капіталу і передачі його наступному поколінню в родині.

Розглядаючи зазначені цілі, стає очевидним, що їхнє повне досягнення можливе тільки за умов

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ІНДИВІДУАЛЬНОГО БАНКІВСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

максимальної довіри у відносинах між клієнтом і банком [8].

Отже, в процесі світового розвитку Private Banking відокремився в окремий інститут банківського обслуговування, що передбачає високий рівень надійності, якості послуг, що надаються. Аналіз послуг Private Banking дозволив нам виокремити та систематизувати переваги цього виду послуг:

- висока прибутковість обслуговування клієнтів Private banking;
- велика кількість різноманітних послуг для заможних клієнтів;
- закріплення за кожним клієнтом персонального менеджера;
- інвестування коштів у нетрадиційні інструменти (наприклад, у винні колекції або колекції картин тощо).

Сьогодні спостерігаємо, що на сторінках сучасних економічних видань досить часто ототожнюється поняття Private Banking і VIP-обслуговування [4, 7], ми вважаємо що це неправильний підхід до трактування цих двох понять. Очевидно, що Private banking – це не просто VIP-обслуговування. Істотна відмінність між VIP-сервісом і Private-banking полягає, перш за все, в тому, що VIP-клієнтом банку (на відміну від клієнта Private banking) може стати юридична особа, або будь-який з топ-менеджерів компанії (знову ж таки на відміну від клієнта Private banking), що обслуговуються в ньому. Такому клієнту доступні всі продукти і послуги банку, але цей сервіс істотно відрізняється від послуги Private banking, що призначений виключно для фізичних осіб без прив'язування до корпоративного бізнесу.

Слід наголосити на другій відмінності – клієнти бізнесу Private Banking – це група не тільки найбільш фінансово грамотних і підготовлених клієнтів, але це й найбільш активна група клієнтів. Це означає, що, як правило, клієнт використовує цілий пакет фінансових продуктів. Отже, Private Banking – бізнес, спрямований на обслуговування капіталу клієнта. Найпривабливіший для клієнта набір – депозит та кошти, розміщені у Фондах.

Третя відмінність полягає у різних підходах до вартості обслуговування. Якщо VIP-сервіс не вимагає додаткової оплати, оскільки банк заробляє на великих сумах клієнта, які знаходяться на банківських рахунках, то VIP-обслуговування надається без укладення будь-якого додаткового договору. VIP-клієнт оплачує тільки користування банківською послугою. Закріплення за клієнтом персонального банкіра не призводить до подорожчання банківського сервісу для VIP-клієнта. У випадку з Private Banking

клієнт повністю доручає банку кошти для управління. При цьому персональний банківський менеджер одержує або щомісячну фіксовану оплату від клієнта, або відсоток від управління коштами. Стандартна вартість обслуговування в бізнесі Private Banking складає близько \$3 тис. в рік.

В Україні Private Banking поки що не досягає навіть 1% від загальної кількості банківських послуг, в той час як в Росії цей показник досягає вже 7%, а в Західній Європі – 30 – 40%. І це при тому, що у Європі Україна знаходиться на другому місці, після Росії, за кількістю мільйонерів. Це спонукає сьогодні до виходу відносин “український Банк – VIP-клієнт” на новий рівень, коли клієнт має право ставити перед банком багатогранні завдання: розширення зв'язків з партнерами, з оптимізації оподаткування і диверсифікації ризиків ведення свого бізнесу, стратегічного планування ведення бізнесу, схем його фінансування, аж до вирішення питань закупівлі сировини і реалізації продукції. Дослідження свідчать, що сьогодні перелік банків, здатних на високому професійному рівні обслужити вимогливого клієнта, є досить обмежений. Що стосується послуг, які могли б зацікавити певне коло заможних клієнтів, наразі не пропонуються українськими банками – це, наприклад, гнучкіші можливості роботи з інструментами на валютних і фондових ринках.

Вивчення питання популярності цього виду послуг в Україні дозволило виявити та систематизувати гальмівні чинники, які сьогодні стримують розвиток Private Banking в Україні. По-перше, розвиток послуг Private Banking гальмує відсутність достатнього попиту в українських багатіїв на асортимент цих послуг. Заможний клієнт досить консервативний у виборі фінансових інструментів, обираючи малоризикові вкладення з фіксованим рівнем прибутковості, як правило – депозити, при цьому, здебільшого, віддаючи перевагу не гривні, а світовим валютам – долару США та євро. Зокрема, усе більше клієнтів починають використовувати інструменти з потенційно високим рівнем прибутковості, наприклад, вкладають кошти в інвестиційні фонди.

Суттєвим гальмівним чинником розвитку послуг Private Banking є відсутність жодних офіційних оцінок вимог ринку цього виду послуг [10]. Вважаємо, що прояснити ситуацію зможе тільки поява спеціалізованих українських банків, що надають послуги приватним елітним (привілейованим) клієнтам, з подальшим напрацюванням досвіду.

Відсутність окремого офісу для обслуговування

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ІНДИВІДУАЛЬНОГО БАНКІВСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

клієнтів Private banking також є негативним фактом. На сьогоднішній день деякі українські банки вже зробили перші кроки з організації послуг Private Banking і відкрили у себе спеціалізовані департаменти, що працюють в цьому напрямі. Негативним і, відповідно гальмівним, є той факт, що дуже багато банків декларують створення відповідних підрозділів, але далеко не всі вони насправді відповідають очікуванням клієнтів та статусу Private Banking.

Однією з перших ознак нового комплексу сервісів приватного банкінгу можна вважати впровадження в середині минулого року кількома крупними українськими банками карт Visa Infinite, які займають найвищу позицію серед карт платіжної системи Visa International. Карти, аналогічні Visa Infinite, є і в інших платіжних системах, і зазвичай вони є одним з атрибутів клієнта Private Banking. Така карта вже сама по собі надає її власникові безліч знижок в різних магазинах, ресторанах, пунктах прокату автомобілів, яхт, а також страховку від нещасного випадку з солідним лімітом покриття.

Суттєвими гальмівними чинниками розвитку Private Banking в Україні також є: високі політичні ризики; законодавча неврегульованість; недотримання принципу банківської таємниці.

Слід наголосити, що українським законодавством взагалі не передбачено надання таких високоякісних банківських послуг, як Private Banking, що унеможливило надання клієнтам індивідуального банківського обслуговування широкого спектру послуг, і зокрема послуг нефінансового характеру. Банкірам у будь-якому випадку доведеться або “прикривати” клієнта, або знаходити лазівку в чинному законодавстві, щоб виконати швейцарську приказку: “Банкір, якщо треба, вигуляє собаку клієнта” [8, 9]. Розвитку Private Banking в Україні сприятиме внесення змін до Закону України “Про банки і банківську діяльність”, а також до Закону України “Про запобігання і протидію легалізації (відмивання) доходів, отриманих злочинним шляхом”, Ухвала Правління Національного банку України “Про затвердження Положення про здійснення банками фінансового моніторингу”, Закон України “Про внесення змін в деякі закони України з питань запобігання використування банків і інших фінансових установ з метою легалізації (відмивання) доходів, отриманих злочинним шляхом” в частині зміни принципу контролю за фінансовими операціями клієнтів банків.

Отже, враховуючи той факт, що більшість громадян країни отримують свої доходи

нелегальним шляхом, використовуючи непрозорі бізнес-схеми, розвиток Private Banking відбувається дуже повільно. Перш за все, для активного розвитку послуги необхідні зміни в оподаткуванні як підприємств, так і фізичних осіб, які дозволять офіційно декларувати доходи. Через необхідність розкриття інформації про джерела доходів побоювання у потенційних клієнтів виникає і недостатня захищеність банківської таємниці. Крім того, розвиток Private Banking в Україні стримується жорстким валютним і банківським законодавством.

З розвитком бізнесу, як свідчить досвід іноземних банків з обслуговування клієнтів Private Banking, виникають проблеми щодо сегментації клієнтів, і зокрема, виокремлення тих, кому доцільно пропонувати цей вид послуг. Світовий досвід свідчить, що існують різні критерії надання статусу Private Banking. Якщо банк проводить ефективну політику, розробив власні критерії визначення та відбору клієнтів Private Banking та відпрацював методологію вибору клієнтів для цього сегменту бізнесу – все це дозволяє гарантувати належний рівень обслуговування та формування індивідуального інвестиційного портфеля, що приносить йому значні прибутки. Водночас, слід наголосити, що, банк повинен проводити роботу і з потенційною клієнтурою: з молодими бізнесменами з високим доходом, що агресивно просуваються на ринку.

Вивчення цього питання дозволяє стверджувати, що проблема визначення клієнта, на якого повинен позиціюватися рівень послуг Private Banking, розробка критеріїв, методики та технології їх сегментації є сьогодні чи не найважливішою для банківських службовців вітчизняних банків. За відсутності реального досвіду надання послуг Private Banking у їх класичному, тобто західному розумінні, будь-яка точка зору вітчизняних банкірів, на наш погляд, може претендувати на пріоритетність і правильність.

У роботі запропоновано один з варіантів переліку прямих і непрямих критеріїв для надання статусу клієнта Private Banking, який дозволить об’єктивно, а отже, якісно, виокремити клієнтів індивідуального банківського обслуговування. Ми бачимо ефективним такий набір прямих критеріїв для надання статусу клієнта Private Banking:

- розмір депозиту (всіх депозитів) в банку. Дорівнює або перевищує 1 000 000 грн. Розраховується сумарно за всіма депозитами клієнта у гривневому еквіваленті. Депозити на строк менше 3-х місяців не розраховуються;
- підтверджений офіційний середньомісячний

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ІНДИВІДУАЛЬНОГО БАНКІВСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

дохід. Дорівнює або перевищує 50 000 грн. Розраховується як середньомісячний розмір заробітної плати за останні 6 місяців, який зараховується на картковий рахунок клієнта;

- середньомісячний обіг коштів за рахунком в банку. Дорівнює або перевищує 50 000 грн. Розраховується як середньомісячний розмір заробітної плати за останні 6 місяців за “приватною картою” банку (за виключенням карток приватних підприємств);

- кредит у банку. Розмір кредиту та щомісячні платежі за ним дозволяють визначити, що позичальник має офіційний середньомісячний дохід не менше 50 000 грн. За існуючими кредитами – виходячи з розміру кредиту та щомісячних платежів за ним. За новими кредитами – визначення офіційного середньомісячного доходу згідно з кредитною політикою банку.

На нашу думку, застосування цих критеріїв дозволить надати адекватний статус заможним клієнтам, які є для банку найбільш прибутковими.

Непрямі критерії для надання статусу клієнта Private Banking, призначені для визначення клієнтів, яких неможливо визначити за прямими критеріями. Ці критерії дозволяють надати статус потенційним клієнтам Private Banking з метою їх обслуговування шляхом надання ексклюзивних банківських продуктів та переведення у “прямі критерії” у перспективі. Це такі категорії клієнтів:

► представники політики та влади:

- представники органів Державної влади в Україні;

- представники органів місцевої ради;

- інші представники політики та влади;

► публічні персони:

- представники шоу-бізнесу;

- відомі громадські діячі;

- представники культури та духовенства;

- відомі спортсмени;

- представники інформаційного простору;

► клієнти, які входять до керівного складу компаній – корпоративних клієнтів банку. Кількість клієнтів за цією категорією повинна визначатися та контролюватися підрозділами по роботі з клієнтами Private Banking.

► клієнти, залучені в рамках реалізації спільних проєктів; члени родини клієнта, визначеного за прямими критеріями. Члени родини можуть отримати статус клієнта Private Banking.

В межах роботи запропоновано програму дій та заходів, яку ми бачимо ефективною для запровадження в банківську практику персонального обслуговування клієнтів в українських банках:

- закріплення за клієнтом персонального менеджера;

- забезпечення спеціальної стоянки для індивідуальних клієнтів у центрального офісу банку;

- наявність окремого входу для клієнтів Private Banking;

- надання всіх банківських послуг в приміщеннях персонального обслуговування з обмеженим доступом, де є все необхідне устаткування для здійснення банківських операцій;

- можливість виїзду персонального менеджера в узгоджене з клієнтом місце і час;

- надання консультацій зі всіх видів банківських операцій, зокрема, з оптимального розміщення коштів на фінансових ринках із залученням фінансових компаній – офіційних партнерів банку;

- здійснення банківських операцій клієнта персональним менеджером за дорученням клієнта;

- оформлення персональним менеджером всіх документів, необхідних для проведення банківських операцій клієнта, зокрема, поза приміщенням банку з доставкою за вказаною клієнтом адресою, у вказаний клієнтом час;

- обслуговування клієнта за персональним узгодженим з ним графіком;

- адресне і оперативне повідомлення клієнта про всі нові послуги банку тощо.

Проведений аналіз ринку банківських послуг дає підстави стверджувати – незважаючи на те, що сьогодні спектр послуг українських банків клієнтам Private Banking суттєво відрізняється від спектру послуг, що надаються закордонними банками, в Україні сьогодні є всі передумови для впровадження та просування послуг Private Banking на ринок банківських послуг. Очевидно, що вже найближчими роками банки будуть пропонувати найбільш заможним зі своїх клієнтів повний комплекс послуг Private Banking. Цьому сприятимуть такі чинники, як бажання банків отримати якнайбільший прибуток, зростання доходів населення, підвищення рівня правової і фінансової грамотності заможних клієнтів, прихід нових банківських технологій разом з виходом на наш ринок зарубіжних банків, а також поява прошарку населення, яке вимагає обслуговування на найвищому рівні і зацікавлено в достатньо складних банківських продуктах. Спираючись на світовий досвід, доцільно припустити, що згодом Private Banking в Україні переросте в так званий Family office (сімейний офіс). Іншими словами, банки й компанії, що надають послуги Private Banking стануть обслуговувати не тільки окремо

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ІНДИВІДУАЛЬНОГО БАНКІВСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

взяту людину з великими прибутками, але й всю його родину.

Однак сьогодні, як свідчить вітчизняна практика, більшість банків не ведуть систематичної роботи зі створення автоматизованих технологій, основних правил і регламентів управління заведення та обслуговування індивідуальних клієнтів. На нашу думку, необхідно забезпечити ширше та ефективніше використання сучасних інформаційних технологій в банківському бізнесі саме в цьому напрямі, що значно підвищить рівень обслуговування індивідуальних клієнтів.

Однією з проблем, що вимагає першочергового вирішення для впровадження Private Banking є сегментація (виокремлення клієнтів) із загальної клієнтської бази індивідуального банківського обслуговування. Вирішення цієї проблеми, на наш погляд, досить важливої, слід розпочати зі створення окремого підрозділу, роботу якого слід підтримати спеціалізованою технологією. Це дозволить залучити заможних клієнтів до нових перспективних пропозицій банку.

Існуючі системи автоматизації банківської діяльності (САБД), як правило, передбачають великі затрати часу відповідальних працівників на пошук інформації про VIP-клієнта, складність процесу сегментації клієнтів, і, зокрема, виокремлення потенційних клієнтів Private Banking. Один з варіантів підвищення ефективності продажу банківських продуктів ми вбачаємо у впровадженні в банківську практику додаткового програмного рішення (модуля) до існуючої клієнтської бази даних САБД.

До складу пропонованої для проектування Баз даних "Клієнти індивідуального банківського обслуговування" повинні входити таблиці, що концентрують дані про індивідуальних клієнтів, починаючи від особистих відомостей про клієнта і закінчуючи репутацією його фірми. Основні принципи проектування Баз даних – кожна таблиця повинна містити інформацію тільки з однієї теми, інформація в таблицях не повинна дублюватись – дозволили визначити перелік таблиць проектованої бази даних. Наприклад, в одній таблиці повинні утримуватися адреси і телефони клієнтів. Особисті ж дані клієнта і репутація його підприємства повинні зберігатись в різних таблицях (рис. 1, 2), із тим, щоб при видаленні чи зміні репутації про підприємство інформація про клієнта залишилася в базі даних. Окрема таблиця повинна містити загальні дані про клієнта, про місце його роботи і посаду та сімейний стан.

Наявність систематизованої інформації по клієнтах банку, які відповідають хоча б одному з визначених критеріїв приналежності до категорії індивідуальних, дозволить побудувати взаємовідносини Банку з індивідуальними клієнтами на базі бізнес-стратегії CRM (Customer Relationship Management), яка передбачає клієнт-орієнтоване ведення бізнесу. Такий підхід забезпечить ефективність продаж та сервісу банківського обслуговування.

Запропонована автоматизована технологія, зорієнтована на бізнес-стратегію індивідуального банківського обслуговування передбачає наявність в інформаційній системі Банку модуля,

PERS_ID	PERS_FNAME	PERS_POSADA	PERS_ADDR	PERS_ALLINFO
1	Іванишинов Тарас Леонідович	1	м. Львів, вул. Галицька 20	1
2	Брагинець Назарій Ігорович	1	м. Львів вул. Мазепи 8	
3	Юрків Юлія Богданівна	3	м. Червоноград, вул. Кошового 9	
4	Кошовий Євген Євгенович	4	м. Львів, вул. С. Бандери 25/10	
5	Брухаль Олександра Богданівна	1	м. Київ, Хрещатик 14	
10	Коноплянко Пето Іванович	2	м. Львів, вул. Січових Стрільців 10	
11	Іванченко Іван Іванович	3	м. Львів, вул. Личаківська 256	
12	Лисенко Віталій Ігорович	1	м. Перемишляни вул. Сагайдачного 5	
14	Лижичко Степан Іванович	1	м. Львів, вул. Любінська 185/87	
15	Білоус Тарас Васильович	1	м. Львів вул. І. Франка 79/8	
16	Кисіль Юрій Федорович	3	м. Київ, вул. Сталінського 189/45	
17	Щененко Василь Федорович	4	м. Київ, вул. Слави 157-89	
18	Левченко Валентин Петрович	1	м. Львів вул. Зелена 147/87	
19	Чернищенко Валентина Василівна	1	м. Львів вул. Дорошенка 15	
20	Ференс Іван Йосипович	1	м. Львів, вул. Князя Романа 45	
21	Ребеков Юрій Васильович	2	м. Львів, вул. Стрийська 89/77	
22	Стаханов Павло Олексійович	1	м. Львів вул. Чернігівська 25	
23	Селезньов Віктор Федорович	1	м. Львів, вул. Стрийська 187/25	
24	Слейко Андрій Васильович	1	м. Львів, вул. Лисенка 100	
25	Віктюк Сергій Леонідович	1	м. Винники, вул. Галицька 47/8	

Рис. 1. База клієнтів індивідуального обслуговування. Особисті дані про клієнтів.

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ІНДИВІДУАЛЬНОГО БАНКІВСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

Назва	Адреса	Річки	Р	К-ть	Репутація
ТзОВ "Сігма"	м. Львів, вул. Тернопільська 24	68000	✓	0	36 Добра
ПП Мері кей	м. Львів, вул. Личаківська 65/1	60000	✓	25	100 Дуже добра
ПП Арніка	м. Львів, вул. Стефаника 10	10000	✓	10	60 Дуже добра
ПП Консоль	м. Премішляни, вул. Незалежн	150000	✓	5	200 Добра
ТзОВ "Світло і тінь"	м. Львів, вул. Винниченка, 14	51000	✓	10	300 Добра
ТзОВ "ЛьвівСталь"	м. Червоноград, вул. Кошового	66000	✓	20	500 Задовільна
ТзОВ "Львівхолод"	м. Львів, вул. Городецька 355	1000000	✓	2	1000 Дуже добра
Київстар	м. Львів, вул. Валова 11	80000	✓	0	150 Дуже добра
Ензим комбінат	м. Львів, вул. Личаківська 258	2000000	✓	0	1000 Дуже добра
ТзОВ "Віона-Стиль"	м. Премішляни, вул. Симонів	400000	✓	0	50 Задовільна
Страхова компанія "Альянс"	м. Львів, л-кт Шевченка 20	11600	✓	0	84 Добра
"Важко Буд"	м. Львів, вул. Городецька 247	650000	✓	0	96 Добра
"УкрАвто"	м. Львів, вул. Дністерська 159/	5000000	✓	0	440 Дуже добра
Укрпошта	М. Львів, вул. Конавальця 15	5000000	✓	21	650 Дуже добра
Державна митна служба України	м. Львів, вул. Дорошенка 25	1200000	✓	25	250 Добра
"Український мобільний зв'язок"	м. Львів, вул. Саксаганського 1	1540000	✓	12	456 Добра
Укртелеком	м. Львів, вул. Словацького 9	1500000	✓	5	600 Добра
"Кока-Кола" Бевериджист	м. Львів, вул. Незалежності 65	2000000	✓	0	687 Дуже добра
"Макдональдз Україн ЛТД"	м. Львів, вул. В. Великого 159	1314400	✓	0	684 Дуже добра
"Чорноморський суднобудівний завод"	м. Золочів, вул. Рогатки 4	1600000	✓	0	987 Задовільна
Львівська кондитерська фабрика "Світоч"	м. Львів, вул. Омишенка 89	1689000	✓	0	1189 Добра
"Оболонь"	м. Львів, вул. Сихівська 147	9871000	✓	0	1224 Задовільна
Київський колективний завод безалкоголы	м. Львів, вул. Ген. Чупринки 89	5000000	✓	0	657 Дуже добра
"Цеттер Інтернешенал Україн"	м. Львів, вул. Виговського 69	5000220	✓	0	155 Добра
«Жилет Україн» Львівська філія	м. Львів, вул. Промислова 45/8	89564	✓	0	286 Добра

Рис. 2. База клієнтів індивідуального обслуговування. Репутація підприємства.

який забезпечуватиме працівникам, що займаються обслуговуванням індивідуальних клієнтів, і, зокрема, клієнтів Private Banking, оперативний доступ до інформації за конкретним клієнтом за такими блоками: проведені переговори, укладені угоди, фінансовий стан, листування, задачі до опрацювання на перспективу тощо. Така стратегія дозволить відстежувати в загальній базі клієнтів – потенційних користувачів послуг Private Banking.

Висновки. Функціональність запропонованої автоматизованої технології та запровадження її в банківську практику забезпечить:

- можливість виокремлення клієнтів Private Banking в окрему категорію;
- можливість здійснення запитів до бази за визначеними критеріями;
- автоматизований підбір за розробленими критеріями кожному клієнту того чи іншого банківського продукту;
- скорочення часових витрат відповідальних працівників банку на відбір із загальної клієнтської бази клієнта індивідуального бізнесу;
- можливість використання попередньо створених каталогізованих запитів щодо ексклюзивних банківських продуктів.

Результати роботи можуть бути використані банками та іншими фінансовими установами для

ознайомлення з концептуальними засадами індивідуального банківського обслуговування та його перевагами. Запровадження в практику роботи розробленого програмного комплексу підтримки індивідуального банківського сервісу дозволить банкам підвищити ефективність процесу надання індивідуальних банківських послуг, а отже, збільшити прибутковість банку. Деякі пропозиції, що надані в роботі, можуть бути використані як стратегічні напрямки розвитку Private Banking.

1. Александров О.В. Private Banking в Україні: Мода або об'єктивна необхідність // Науковий журнал "Соціальна Економіка" Харківський Національний університет ім. В.Н. Каразіна. – Харків, 2004. – С. 23 – 26.

2. Аналіз діяльності комерційного банку: Навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. // За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця та проф. А.М. Герасимовича. – Житомир: ПП "Рута", 2001. – 384 с.

3. Барановський О. Банківська система України: сьогодні і завтра // Дзеркало тижня. – 2003. – №14 (439).

4. Давиденко Н.В., начальник відділу персонального обслуговування ВАТ ТФБ "Контракт". Меню для VIP-клієнтів // Інвестгазета. – 2006. – № 48, С. 4 – 10.

ВИКОРИСТАННЯ ПЕДАГОГІЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПРОФЕСІЙНІЙ ПІДГОТОВЦІ ПІДПРИЄМЦІВ

5. Давиденко Н.В. Рівняння на private banking // ЛігаБізнесІнформ. – 2006. – № 52. – С. 11 – 18.
6. Дзюблюк О.В. Комерційні банки в умовах переходу до ринкових відносин. – Тернопіль: “Тернопіль”, 1996. – 140 с.
7. Дубинський О.М. Обслуговування VIP-клієнтів УкрСиббанком // Економічний вісник. – 2006. – №4. – С. 28 – 32.
8. Лобанова А.Л. Перспективи розвитку ринку нетрадиційних банківських послуг в Україні // Фінанси України. – 2003. – №3. – С. 133 – 139.
9. Прокофів Н.Ю., Обслуговування VIP-ів підвищує репутацію банку // Галицькі контракти. – 2006. – №8. – С. 8 – 10.
10. Романенко Л.Ф. Особливості використання комерційними банками нетрадиційних банківських продуктів // Фінанси України. – 2001. – №11. – С. 115 – 118.

Стаття надійшла до редакції 25.10.2008

УДК 377.3

Любомира Криницька, аспірант

Львівського науково-практичного центру професійно-технічної освіти АПН України

ВИКОРИСТАННЯ ПЕДАГОГІЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПРОФЕСІЙНІЙ ПІДГОТОВЦІ ПІДПРИЄМЦІВ

У статті розглядаються проблеми використання педагогічних технологій при професійній підготовці фахівців для підприємницької діяльності в умовах вищих професійних училищ.

Ключові слова: педагогічна технологія, професійна підготовка, слухачі, безробітні, підприємств.

Актуальність дослідження. Розвиток науки і техніки дав педагогам та студентам нові форми комунікації, нові типи вирішення абстрактних і конкретних завдань, перетворюючи викладача з авторитарного транслятора готових ідей у натхненника інтелектуального та творчого потенціалу студента.

На думку С.О. Сисоевої, майбутнє за системою навчання, що вкладалася б у схему студент – технологія – викладач, за якої педагог перетворюється на викладача – методолога, технолога, а студент стає активним учасником процесу навчання. Педагогічна майстерність сучасного викладача має розвиватися не через забезпечення його великою кількістю рецептурних посібників і широке використання ним готових лекційних чи семінарських розробок. Йому потрібні передусім фундаментальні знання з базового предмета, висока загальна культура і ґрунтовна дидактична майстерність [3].

Метою нашого дослідження є визначення особливостей використання педагогічних технологій у професійній підготовці підприємців з числа безробітних в умовах вищих професійних училищ.

У науково-педагогічній літературі є десятки різних тлумачень поняття “Педагогічна технологія”. Розглянемо деякі з них.

“Педагогічна технологія” – сукупність психолого-педагогічних настанов, що визначають спеціальний вибір і комбонування форм, методів, засобів, прийомів навчання, виховних засобів; вона є організаційно-методичним інструментарієм педагогічного процесу (Б.Т. Лихачев). “Педагогічна технологія” – змістовна техніка реалізації навчального процесу (В.П. Беспалько). “Педагогічна технологія” - це опис процесу досягнення запланованих результатів навчання (І.П. Волков). “Технологія” – це мистецтво, майстерність, уміння, сукупність методів відпрацьовування (В.М. Шепель). “Педагогічна технологія” – це модель спільної педагогічної діяльності з проектування, організації і проведення навчального процесу (В.М. Монахов). “Педагогічна технологія” – це системний метод створення, застосування і визначення всього процесу викладання і засвоєння знань з урахуванням технічних і людських ресурсів і їхньої взаємодії, що ставить своєю задачею оптимізацію форм освіти (ЮНЕСКО). “Педагогічна технологія” – системна сукупність і порядок функціонування всіх особистісних, інструментальних і методологічних засобів, що використовуються для досягнення педагогічних цілей (М.В. Кларин). Поняття “педагогічна технологія” може бути подана трьома аспектами: