

Зміна категорії корпоративних клієнтів затверджується комітетом з управління активами та пасивами банку або іншим уповноваженим органом.

Висновки

З метою забезпечення найбільш якісного обслуговування корпоративних клієнтів та повного задоволення їх потреб, вбачається доречним і вмотивованим розподіл їх на окремі сегментні групи. Сегментацію корпоративних клієнтів вітчизняні банки переважно здійснюють за одним чи кількома параметрами. Для найбільш об'єктивного визначення категорії корпоративних клієнтів пропонується використовувати одночасно фінансову та нефінансову інформацію щодо їхньої діяльності. Банкам доречно проводити щорічну «інвентаризацію» своїх клієнтів з метою уточнення категорії. Право на перегляд категорії корпоративних клієнтів має належати уповноваженому колегіальному органу банку, яким може виступати комітет з управління активами та пасивами.

Завдяки обґрунтованій сегментації корпоративних клієнтів банки можуть досягти підвищення ефективності клієнтської, продуктової та тарифної політики, що сприятиме зміцненню їх конкурентоспроможності на ринку банківських послуг та зростанню доданої вартості.

Література

1. <http://www.universalbank.com.ua> – веб-сайт КБ «Універсал-банк».
2. <http://www.alfabank.com.ua/corporate> – веб-сайт ПАТ «Альфа-Банк».

3. <http://www.sbrf.ru/moscow/ru/legal/> – веб-сайт ПАТ «Сбербанк Росии».

4. <http://www.aval.ua/corporate/> – веб-сайт ПАТ «Райффайзен Банк Аваль».

5. Федосимова, С. Комплексный анализ эффективности работы с клиентами / С. Федосимова, Д. Жаров // Банковское дело в Москве.

6. Гайдунько Д.В. Методика анализа клиентской базы банка (финансовый, маркетинговый и социально-психологический аспекты) / Д.В. Гайдунько // Банковские услуги. – 2001. – №11. – С. 13–25.

7. Гулик Т. Тенденції розвитку ринку банківських послуг з кредитування корпоративних клієнтів в Україні / Т. Гулик // Банківська справа. – 2007. – №6. – С. 12–25.

8. Климущка Т. Підходи до сегментації корпоративних клієнтів банків / Т. Климущка // Банківська справа. – 2007. – №2. – С. 37–44.

9. Краевая А. Прибыльность как категория для сегментации клиентов / А. Краевая // Банковская практика за рубежом. – 2007. – №12(108). – С. 40–43.

10. Парасій-Вергуненко І.М. Методика аналізу клієнтської бази банку / І.М. Парасій-Вергуненко // Фінанси України. – 2005. – №10. – С. 68–75.

11. Саркисянц А. Анализ клиентской базы в коммерческом банке / А. Саркисянц // Бухгалтерия и банки. – 2007. – №11. – С. 23–31.

12. Шульга Н.П. Методичні підходи до оцінки економічного статусу клієнтів банку / Н.П. Шульга // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. – 2009. – №26. – С. 25–29.

13. Словник банківських термінів / А.Г. Загородній, О.М. Сліпущко, Г.Л. Вознюк, Т.С. Смовтенко. – К.: «Аконіт», 2000. – 603 с.

О.А. СТАРОВОЙТЕНКО,
к.т.н., професор, МФПА

Пізнавальний туризм

Пропонується нова класифікація видів пізнавального туризму по підставах, сформульованих у Конвенції про культурні цінності ЮНЕСКО, в якості яких виступають види і типи об'єктів культурних цінностей і культурної спадщини, а також інші підстави культури.

Предлагается новая классификация видов познавательного туризма на основаниях, сформулированных в Конвенции о культурных ценностях ЮНЕСКО, в качестве которых выступают виды и типы объектов культурных ценностей и культурного наследия, а также другие основания культуры.

New classification of cognitive tourism types is offered. The classification is based the clauses of the UNESCO Cultural Heritage Convention classifying cultural values, cultural heritage and other foundations of culture

Постановка проблеми. Пізнавальний туризм включає туристичні поїздки, подорожі, походи з метою відвідування яких не-

будь регіонів, місцевостей, культурних центрів і тому подібне для ознайомлення з науковими досягненнями, пам'ятками природи, історії, культури, побутом і традиціями місцевого населення, народними ремеслами і промислами, досягненнями в області культури, промислового виробництва, будівництва і так далі.

Елементи пізнавального туризму в різній мірі властиві практично всім видам туризму. В рамках концепції класифікації видів, що розробляється, як пізнавальний туризм розглядатимемо далі туризм, що стосується інтелектуального і творчого розвитку особистості в процесі її ознайомлення з культурними цінностями, створеними людством за період його існування. Відповідно до розробленої методології класифікації видів туризму [1–3] пізнавальний туризм, як і інші види туризму, диференціюється на:

– пізнавальний типу «С», орієнтований на споглядання і спостереження навколишньої і існуючої дійсності з позиції інтелектуального і емоційного розвитку;

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

– пізнавальний типу «л» – орієнтований на вивчення навколишньої і існуючої дійсності у рамках інтелектуального і емоційного розвитку.

Мета статті – запропонувати нову класифікацію видів пізнавального туризму по підставах, сформульованих у Конвенції ЮНЕСКО про культурні цінності, в якості яких виступають види і типи об'єктів культурних цінностей і культурної спадщини, а також інші підстави культури.

Виклад основного матеріалу. Методологічну основу класифікації введень пізнавального туризму складають дані про види і типи об'єктів культурних цінностей і культурної спадщини, представлені в Конвенції про культурні цінності, визначені ЮНЕСКО [4], а також класифікації видів мистецтва в цілому і окремо, розглянуті, відповідно, в роботах [5–7].

На підставі цих даних представляється доцільним виділити такі види пізнавального туризму:

1. Пізнавальний туризм, орієнтований на ознайомлення з культурними цінностями, які розглядаються кожною державою як цінності, що представляють значення для культурної спадщини кожного народу. До цього класу культурних цінностей незалежно від їх походження і власника відносяться:

а) цінності, рухомі або нерухомі, які мають велике значення для культурної спадщини кожного народу, такі як пам'ятники архітектури, мистецтва або історії, релігійні або світські, археологічні місцезосташування, архітектурні ансамблі, які як такі представляють історичний або художній інтерес, витвори мистецтва, рукописи, книги, інші предмети художнього, історичного або археологічного значення, а також наукові колекції або важливі колекції книг, архівних матеріалів або репродукцій цінностей, вказаних вище;

б) будівлі, головним і дійсним призначенням яких є збереження або експонування рухомих культурних цінностей, вказаних в пункті (а), такі як музеї, великі бібліотеки, сховища архівів, а також укріття, призначені для збереження у випадку озброєного конфлікту рухомих культурних цінностей, вказаних в пункті (а);

в) центри, в яких є значна кількість культурних цінностей, вказаних в пунктах (а) і (б), так звані «центри зосередження культурних цінностей».

2. Пізнавальний туризм, орієнтований на ознайомлення з рухомими культурними цінностями релігійного або світського характеру, які розглядаються кожною державою як цінності, що представляють значення для археології, доісторичного періоду, історії, літератури, мистецтва і науки. Під «рухомими культурними цінностями» маються на увазі всі рухомі культурні цінності, які є вираженням або свідомством творчості людини або еволюції природи, і які мають цінність з археологічною, історичною, художньою, науковою або технічною точок зору, зокрема, сюди включаються такі категорії предметів [4]:

– знахідки в результаті наземних і підводних археологічних досліджень і розкопок, до яких відносяться:

– рідкісні колекції і зразки флори і фауни, мінералогії, анатомії і предмети, що представляють інтерес для палеонтології;

– археологічні знахідки (включаючи звичайні і таємні) і археологічні відкриття, отримані в результаті наземних і підводних досліджень і розкопок;

– складові частини розчленованих художніх і історичних пам'ятників і археологічних місць;

– цінності, що стосуються історії, включаючи історію науки і техніки, історію воєн і суспільств, а також пов'язані з життям національних діячів, мислителів, учених і артистів і з великими національними подіями;

– старовинні предмети більш ніж 100-річної давності, такі, як знаряддя, гончарні вироби, написи, карбовані монети, друк, коштовності, зброя і предмети з поховань, зокрема мумії;

– антропологічні і етнологічні матеріали;

– художні цінності, такі, як:

– полотна, картини і малюнки цілком ручної роботи на будь-якій основі і з будь-яких матеріалів (за винятком креслень і промислових виробів, прикрашених вручну);

– оригінальні витвори скульптурного мистецтва з будь-яких матеріалів;

– оригінальні гравюри, естампи, афіші, фотографії і літографії як види оригінальної творчості;

– оригінальні художні підбірки і монтажі з будь-якого матеріалу, наприклад, таких як скло, кераміка, метал, дерево і тому подібне;

– рідкісні рукописи, манускрипти і інкунабули, кодекси, старовинні книги, документи і видання, що представляють особливий інтерес історичний, художній, науковий, літературний і так далі, окремо або в колекціях;

– предмети, що представляють інтерес з точки зору нумізматики (медалі і монети) або філателії (поштові марки, податкові і аналогічні їм марки, окремо або в колекціях);

– архівні документи, включаючи записи текстів, карти і інші картографічні матеріали, фоно-, фото- і кінофільми, машиночитані документи;

– меблі більш ніж 100-річної давності, гобелени, килими, костюми і старовинні музичні інструменти;

– зоологічні, ботанічні і геологічні зразки.

Представлена тут у загальній формі середовище рухомих культурних цінностей може бути представлено у формалізованому виді, відносно конкретних видів пізнавального туризму, таким чином:

3. Пізнавальний туризм, орієнтований на ознайомлення з культурною спадщиною, створеною громадянами, в тому числі іноземними громадянами, або особами без громадянства в період проживання їх на території цієї держави, або придбаними цінностями, до яких відносяться:

– культурні цінності, виявлені на національній території;

– культурні цінності, придбані археологічними, етнологічними і природничо-науковими експедиціями з відома компетентної влади країни, звідки з'являються ці цінності;

– культурні цінності, придбані в результаті добровільних обмінів;

– культурні цінності, отримані як дар або законно куплені з відома компетентної влади країни, звідки з'являються ці цінності.

4. Пізнавальний туризм, орієнтований на ознайомлення з культурною спадщиною, до якої відносяться:

– твори монументальної скульптури і живопису, елементи або структури археологічного характеру, написи, печерні житла і групи елементів, які мають видатну універсальну цінність з точки зору історії, мистецтва або науки;

– ансамблі: групи ізольованих або об'єднаних будов, архітектура, єдність або зв'язок з пейзажем яких представляють видатну універсальну цінність з точки зору історії, мистецтва або науки;

– визначні місця: справа рук людини або спільні творіння людини і природи, а також зони, включаючи археологічні визначні місця, що представляють видатну універсальну цінність з точки зору історії, естетики, етнології і антропології.

5. Пізнавальний туризм, орієнтований на ознайомлення з природною спадщиною, до якої відносяться:

– природні пам'ятники, що складаються з фізичних і біологічних утворень або груп таких утворень, що мають видатну універсальну цінність з точки зору естетики або науки;

– геологічні і фізіографічні утворення і точно обмежені зони, що представляють ареал тих, що піддаються загрози видів тварин і рослин, що мають видатну універсальну цінність з точки зору науки або консервації;

– природні визначні місця, або суворо обмежені природні зони, що мають видатну універсальну цінність з точки зору науки, консервації або природної краси.

6. Пізнавальний туризм, орієнтований на ознайомлення з підводною культурною спадщиною, до якої відносяться:

– усі сліди людського існування, що мають культурний, історичний або археологічний характер, які частково або повністю, періодично або постійно знаходяться під водою протягом не менше 100 років, такі як:

– об'єкти, споруди, будівлі, артефакти і людські останки разом з їх археологічним і природним оточенням

– судна, літальні апарати, інші транспортні засоби або будь-які їх частини, їх вантаж або інший вміст, разом з їх археологічним і природним оточенням;

– предмети доісторичного характеру.

7. Пізнавальний туризм, орієнтований на проведення археологічних розкопок шляхом систематичного обстеження поверхні або ж шляхом обстеження дна або шарів підґрунтя внутрішніх або територіальних вод тієї або іншої держави.

8. Пізнавальний туризм, орієнтований на ознайомлення і вивчення сукупностей елементів, що представляють культурну цінність, у тому числі: колекції предметів мистецтва, що зберігаються в музеях, колекції предметів історії, науки і техніки, ботанічні і зоологічні сади, акваріуми.

9. Пізнавальний туризм, орієнтований на ознайомлення і вивчення процесів, що зберігають красу і характер пейзажів і місцевостей, створених як природою, так і працею людини, які представляють культурний або естетичний інтерес або ж що

являються прикладами характерного природного середовища. Комплекс заходів, які слід аналізувати, узагальнювати і готувати відповідні рекомендації для перенесення світового досвіду в той або інший культурний простір, повинен торкатися:

– будівництва громадських і приватних будівель усіх видів. Проекти цих будівель повинні розроблятися з урахуванням дотримання певних естетичних вимог, що пред'являються до самої споруди, уникаючи дешевого наслідування традиційних і живописних форм. Вони повинні гармоніювати з ансамблем, який бажано зберегти;

– будівництва доріг;

– будівництва електропередач високої і низької напруги, споруд по виробництву і передачі електроенергії, аеродромів, радіо- і телевізійних станцій і так далі;

– будівництва станцій обслуговування і бензоколонок;

– розміщення рекламних афіш і світлової реклами;

– знищення насаджень, включаючи знищення дерев, які сприяють естетиці пейзажу, зокрема, дерев уздовж шляхів сполучення або вулиць;

– запобігання забрудненню повітря і вод;

– експлуатації шахт і кар'єрів і видалення їх відходів;

– будівництва водозбірних споруд, іригаційних робіт, грель, каналів, акведуків, регулювання річок і так далі;

– будівництва кемпінгів;

– будівництва складів устаткування і використаних матеріалів, а також звалищ побутових відходів, торговельних або промислових відходів.

10. Пізнавальний туризм, орієнтований на вивчення умов збереження історичних і традиційних ансамблів.

Під «історичними або традиційними ансамблями» маються на увазі будь-які сукупності будівель, споруд і відкритих просторів, включаючи місця археологічних і палеонтологічних розкопок, що становлять людські поселення в міській або сільській місцевості, цілісність і цінність яких визнані з археологічною, архітектурною, передісторичною, історичною, естетичною або соціально-культурною точкою зору в конкретній державі. Серед цих дуже різноманітних ансамблів можна, зокрема, виділити доісторичні місця, історичні міста, старовинні міські квартали, села і невеликі селища, а також однорідні монументальні ансамблі, маючи при цьому на увазі, що ці останні, як правило, повинні ретельно зберігатися в усій своїй цілісності [4].

Вивчення об'єктів світового значення не включається в цей перелік, оскільки ці об'єкти розглядаються як підстави класифікації видів глобального туризму.

11. Пізнавальний туризм, орієнтований на ознайомлення і вивчення рухомих зображень, що включають твори наступних категорій:

– кінематографічні твори (такі, як художні фільми, короткометражні фільми, науково-популярні фільми, хронікально-документальні, мультиплікаційні і учбові фільми);

– телевізійні твори, створені мовними організаціями або для них;

– відеографічні твори (у формі відеозаписів), крім тих, які вже згадані вище.

12. Пізнавальний туризм, орієнтований на ознайомлення і вивчення діяльності культурних установ, під якими мається на увазі будь-яка постійна установа, використовувана в загальних інтересах для забезпечення збереження, вивчення, освоєння і загальнодоступності культурних цінностей і існуюче з відома компетентного державного органу;

13. Пізнавальний туризм, орієнтований на ознайомлення і вивчення результатів світової наукової спадщини, вираженої у формах різних систем інформування як з'їзди, симпозиуми, конференції, конгреси, асамблеї, системи професійної підготовки і перепідготовки, інформаційні системи і тому подібне.

14. Пізнавальний туризм, орієнтований на ознайомлення і вивчення сучасних форм образотворчого мистецтва що включають [8]:

14.1. Авангардизм.

14.2. Модернізм, у тому числі: кубізм, футуризм, експресіонізм, конструктивізм, сюрреалізм, абстракціонізм, боді-арт.

14.3. Дадаїзм.

14.4. Абстрактне мистецтво.

14.5. Концептуалізм.

14.6. Додекафонія і алеаторика в музиці.

14.7. Постмодернізм.

14.8. Імпресіонізм.

14.9. Ленд-арт.

14.10. Поп-арт.

14.11. Панк-культура.

14.12. Постімпресіонізм.

14.13. Рок-культура.

14.15. Рок-музика.

14.16. Технічні мистецтва.

15. Пізнавальний туризм, орієнтований на ознайомлення і вивчення форм образотворчого мистецтва древніх культур, що включають:

15.1. Античне мистецтво, у тому числі: крито-микенський період, гомерівський період, архаїчна епоха, класичний період, епоха еллінізму.

15.2. Єгипетська культура.

15.3. Вавилонська культура.

15.4. Індійська культура.

15.5. Китайська культура.

15.6. Візантійсько-арабська культура.

15.7. Культура епохи Відродження, Ренесансу.

15.8. Греко-римська культура.

15.9. Культура народу майя.

15.10. Культури Древнього Сходу.

15.11. Культура стародавнього Єгипту.

15.12. Культура староруської цивілізації.

15.13. Ісламська культура

16. Пізнавальний туризм, орієнтований на ознайомлення і вивчення форм мистецтва примітивістів, у тому числі Гогена, Піросманішвілі, Руссо, Ларіонова, Гончарової та ін.

Висновки

Пізнавальний туризм орієнтований на споглядання, спостереження, вивчення будь-яких культурних цінностей і будь-яких форм культурної спадщини, які кожна держава вважає національним надбанням і яке доки не внесене ним в реєстр світової спадщини. У цій класифікації приведені найбільш загальні форми пізнавального туризму, які можуть бути деталізовані відносно тих або інших культурних цінностей в кожній країні.

Література

1. Старовойтенко О.А. Моделі класифікації видів туризму // Вісник університету. – М.: ГУУ – 2008 – №4(14). – С. 152–157.

2. Старовойтенко О.А. Принципи систематизації видів туризму // Економіка України, Київ, №5, 2002. – С. 44–48.

3. Старовойтенко О.А. Класифікація видів туризму за підставами «потреба – інтерес – мотив» // Вісник університету. – М.: ГУУ – 2008. – №5(15). – С. 117–123.

4. Нормативні акти ЮНЕСКО по охороні культурної спадщини. Конвенції. Протоколи. Резолюції. Рекомендації. – М.: ЮниПринт. 2002. – 223 с.

5. Munro Thomas. Evolution in the Arts and others theories of culture history. The Cleveland Museum of Art. 1963. – 561 p.

6. Каган. Введення в історію світової культури. Книга перша. (Друге видання). З-П. ТОВ «Вид-во «Петрополис», 2003. – 361 с.

7. Батеніна В.А. та ін. Галузевий рубрикатор по культурі и искусству. – М., 1983. – 192 с.

8. Энциклопедический словарь по культурологии п/р. Радугина. – М.: Центр. 1997.

Р.Л. УС,
асистент кафедри інформаційного менеджменту, Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана

Моделі холистичного аудиту інформаційних технологій

Стаття присвячена аудиту інформаційних технологій. Обґрунтовано об'єктивну необхідність дослідження середовища інформаційних технологій організації як

складної системи. Виділено ключові підсистеми типового середовища інформаційних технологій організації, виявлено взаємозв'язки між ними, визначено середо-