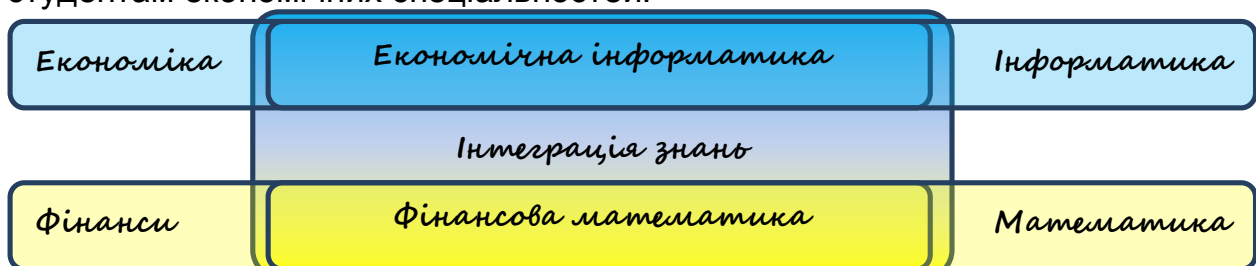


АНАЛІЗ РИНКУ СПОЖИВЧИХ КРЕДИТІВ В РАМКАХ ПРОВЕДЕННЯ МІЖДИСЦИПЛІНАРНОГО ТРЕНІНГУ

М.В. Сільченко, к.е.н., доцент
Ю.М. Красюк, к. пед.н., доцент
Т.О. Кучерява, к.е.н., доцент
м. Київ, ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

Сучасна концепція економічної освіти передбачає перехід від викладання окремих наук до формування єдиної світ-системної моделі знань, яка передбачає у процесі оволодіння знаннями окремої науки безперервне формування інтегруючих зв'язків з іншими дисциплінами економічного циклу.

Яскравим прикладом є процес навчання інформатики, що має низку інтегративних зв'язків з іншими науками, зокрема, з такими економічними дисциплінами як економіко-математичне моделювання, статистика, фінансова математика, інформаційні системи на підприємствах та фінансових установах тощо. Розглянемо для прикладу тему «Технологія проведення фінансового аналізу засобами MS Excel»¹, що є перерізом відповідних тем дисциплін «Інформатика», «Фінансова математика», «Економіка підприємств», «Фінансовий менеджмент», які викладаються студентам економічних спеціальностей:



Пропонуємо Вашій увазі ситуаційні завдання та етапи проведення міждисциплінарного тренінгу за темою «Аналіз ринку споживчих кредитів», використання якого в навчальному процесі надає можливість отримувати наступні результати:

- ✓ підвищується мотивація пізнавальної діяльності студентів, що сприяє розвитку їх інтелектуальних та творчих здібностей;
- ✓ у студентів зростає рівень знань з відповідних тем, який проявляється в глибині засвоєння понять та закономірностей за рахунок їх багатогранної інтерпретації з використанням знань з різних наук;
- ✓ підвищується рівень інтелектуальної діяльності студентів щодо вирішення комплексу питань, котрі базуються на дослідженні як окремих явищ, так і зв'язків між ними;
- ✓ у студентів формуються вміння ставити та вирішувати комплексні проблеми, а отже і вміння генерувати нові знання.

¹ Посилання на відеолекцію можна знайти на сторінці
http://fisit.kneu.edu.ua/ua/depts9/k_informatyky/disciplines_of_bakalavrs_degree_level_inform1/inform_ekonom/

Ситуаційне завдання для команди «Кредитні менеджери». Ви працюєте кредитним менеджером певної кредитної установи. Для того, щоб отримати підвищення, Ваше керівництво запропонувало Вам провести аналіз ринку споживчих кредитів з метою розробки кількох схем кредитування купівлі товарів, що будуть приносити найбільший прибуток. Для цього на прикладі купівлі певного гаджета у кількох інтернет-магазинах за кількома схемами кредитування та власного досвіду роботи Вам необхідно з'ясувати:

- ✓ які чинники (параметри) формують розмір щомісячного платежу та механізм їхнього нарахування;
- ✓ установити критерії, за якими визначається ефективність певної схеми (набору параметрів) кредитування з точки зору кредитної установи;
- ✓ вивести формулу визначення ефективності схеми кредитування та реалізувати її програмно у вигляді кредитного калькулятора;
- ✓ запропонувати власні схеми (із зазначенням конкретних значень параметрів) кредитування, за яких споживач приваблюється низькими ставками, втім фактична вартість кредиту є високою.

Ситуаційне завдання для команди «Споживачі». Ви плануєте придбати мобільний телефон у кредит. Необхідно переглянути кілька пропозицій популярних інтернет-магазинів стосовно кредитування та провести аналіз, щодо того, який з інтернет-магазинів пропонує вигідніші умови для його придбання. При цьому необхідно пам'ятати, що спочатку здається, що оцінити всі запропоновані умови не так вже й складно, але згодом виявляється (особливо після розмови з менеджером банку), що кредит і справді можуть оформити за півгодини, але на кабальних умовах, та ще й попутно грамотно «розвівши» тебе на страхування і інші доплати...

Щоб визначити, в який спосіб все ж таки слід купити телефон, Вам необхідно з'ясувати:

- ✓ які чинники (параметри) формують розмір щомісячного платежу та механізм їхнього нарахування;
- ✓ установити критерії, за якими визначається вигідність певної схеми (набору параметрів) кредитування;
- ✓ вивести формулу визначення вигідності для споживача схеми кредитування та реалізувати її програмно;
- ✓ порівняти усі схеми (набори параметрів) кредитування та обрати найвигіднішу.

Етапи проведення міждисциплінарного тренінгу

I етап — підготовчий

студенти поділяються на 2 команди: кредитних менеджерів та споживачів, кожна з яких отримує відповідне ситуаційне завдання, яке вона розв'язує до проведення тренінгу. Результатом підготовчої роботи можуть бути постери, презентації, розроблені у PowerPoint, файли-шаблони, розроблені в MS Excel тощо

II етап — практичний

студенти-«споживачі» повідомляють «кредитних менеджерів» про те, який гаджет вони планують купити у кредит. «Кредитні менеджери» розробляють і пропонують кілька схем купівлі гаджета у кредит. «Споживачі» обирають найбільш вигідний з запропонованих варіантів

III етап — підсумковий

кожна з команд ілюструє свої відповіді на завдання кейсів та проводиться порівняння результатів обчислень за формулами оцінки ефективності схем купівлі гаджета, що розроблені кожною із команд

IV етап — оцінювання

викладач аналізує напрацювання команд та оцінює роботу кожної з команд в цілому та персональний внесок її учасників