

Б.М. Алиева¹

¹Казахский национальный университет имени аль-Фараби, г. Алматы, Казахстан
E-mail: alieva.baglan@kaznu.kz

РОЛЬ НОВЫХ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ В ПОВЫШЕНИИ КАЧЕСТВА УСЛУГ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСНОГО СОСТОЯНИЯ ЭКОНОМИКИ

Целью статьи является определение роли новых банковских продуктов в деятельности современных коммерческих банков. Главная задача состоит в исследовании опыта внедрения новых банковских продуктов в деятельность отечественных коммерческих банков, определение влияния этого процесса на повышение качества предоставления банковских услуг. Клиентская политика современного коммерческого банка должна быть направлена на максимально полное удовлетворение потребностей клиентов в банковских услугах. При этом банки постоянно расширяют и дополняют спектр предлагаемых услуг, внедряя актуальные и востребованные услуги. Банковский сектор относится к самому непостоянному. Это связано с тем, что меняются финансовая ситуация в стране и потребности клиентов. Понимают это и руководители банковских учреждений, поэтому основными направлениями кредитных учреждений являются разработка и внедрение банковских продуктов и, как следствие, банковских услуг. В работе в процессе анализа зарубежного и отечественного опыта совершенствования банковской деятельности выявлены основные проблемы казахстанского интернет-банкинга. В качестве примера наличия проблем при оказании услуг можно отметить практику внедрения пластиковых карт АО «Сбербанк» г. Астаны. Если рассматривать на примере казахстанских банков, можно взять наличие проблем в практике внедрения пластиковых карт АО «Сбербанк» г. Астаны. Исследования, которые проводились на базе акционерного общества, показали, что недочетов и проблем с разработкой и внедрением пластиковых карт достаточно много, касательно и организационных и технических сторон.

Ключевые слова: банковский продукт, банковские услуги, автоматизация внутри банковской работы, автоматизация процессов связанных с операциями с внешними контрагентами, sms-банкинг, телефон-банкинг, war-банкинг.

Б.М. Алиева

Экономиканың дағдарыстық кезеңінде коммерциялық банктердің қызмет көрсету сапасын жақсарту үшін жаңа банктік өнімдердің рөлі

Мақаланың мақсаты – қазіргі заманғы коммерциялық банктердің жұмысына жаңа банктік өнімдердің рөлін айқындау. Отандық коммерциялық банктердің қызметін, банктік қызмет көрсету сапасын жақсарту бойынша өз әсерін анықтау жаңа банк өнімдерін енгізу тәжірибесін зерделеу басты міндеті болып табылады. Қазіргі заманғы коммерциялық банктердің клиенттік саясаты банк қызметтері клиенттердің қажеттілігін толық қанағаттандыруға бағытталуы тиіс. Банктер тиісті және танымал қызметтерін жүзеге асыру арқылы ұсынылатын қызметтердің спектрін үздіксіз кеңейтеді және толықтырады. Банк секторы тұрақтылықты анықтайды. Бұл елдегі қаржылық жағдайдың өзгеруіне және клиенттердің қажеттіліктеріне байланысты болып табылады. Сондықтан несие ұйымдарының басты назары банк өнімдері мен соның салдарынан туындайтын банк қызметтерін дамыту. Банктік мекемелерінің басшылары осындай мәселелерге түсіністікпен қарайды. Қазақстандық интернет-банкингтің негізгі проблемалары банк қызметін жетілдіруде шетелдік және отандық тәжірибеге сай талданады.

Түйін сөздер: банк өнімдері, банктік қызметтер, банкаралық жұмыстарын автоматтандыру, сыртқы контрагенттер мен мәмілелерге байланысты процестерді автоматтандыру, SMS-банкинг, телефон банк, WAP-банкинг.

The role of new banking products to improve the quality of services of commercial banks in a crisis state of the economy

The purpose of my article is to define the role of new banking products in the work of modern commercial banks. The main task is to study the experience of the introduction of new banking products in the activities of domestic commercial banks, the definition of its impact on improving the quality of banking services. Customer policy of modern commercial bank should be directed to the fullest customer satisfaction in banking services. The banks continuously expand and complement the range of services offered by implementing relevant and popular services. The banking sector refers to the impermanent. This is due to the fact that the changing financial situation in the country and the needs of customers. Understand it and the heads of banking institutions, so the main focus of credit institutions is the development and implementation of banking products and, as a consequence, the banking services. The work in the analysis of foreign and domestic experience of improving the banking activities, the main problems of Kazakhstan's Internet banking. As an example, the presence of problems in the provision of services may be noted the practice of introduction of plastic cards of "Sberbank" in Astana. Studies carried out on the basis of JSC "Sberbank" in Astana, showed that the problems on the introduction of plastic cards a lot, starting with the organizational and technical finishing. To solve the problem of competition in the market proposed to analyze all possible options for development. The author has used the methods of observation, comparison and analysis.

Key words: banking product, banking, interbank automation of work process automation related to transactions with external counterparties, sms-banking, telephone banking, the wap-banking.

Введение

Актуальность темы данной статьи заключается в необходимости совершенствования банковских услуг. Довольно часто процесс заимствования зарубежного опыта в банковской сфере носит упрощенный вид. В современной банковской системе Казахстана, да и других стран бывшего СССР коммерческие банки составляют первичное звено.

Возникнув как альтернатива государственным банковским структурам, коммерческие банки, по существу, стали первой сферой экономики, где реально идет ее демонополизация, постепенно начинает действовать конкуренция, деньги и кредит приобретают рыночное содержание.

Следует уделять большое внимание непосредственно системе автоматизации банка. Ведь автоматизация играет весомую роль в таких видах банковской деятельности, как:

- разработка совершенно новых и более практичных банковских продуктов и услуг, а также качественное их внедрение;
- улучшение качества данных продуктов и услуг;
- повышение коэффициента производительности труда, а именно уменьшение затрат на единицу банковских продуктов и услуг, уменьшение расходов на одного служащего.

На сегодня клиентская политика коммерческого банка должна быть ориентирована на мак-

симально полное удовлетворение потребностей клиентов банка и в банковских услугах.

Именно поэтому современные коммерческие банки постоянно развивают, расширяют и дополняют спектр предлагаемых ими услуг посредством внедрения новейших и актуальных инноваций в области банковского сектора. Банковский сектор можно назвать одним из самых изменчивых, динамичных секторов. Это связано с постоянно меняющимися экономическими и финансовыми ситуациями в стране, а также с развитием и потребностями общества. В связи с этим руководители банковских учреждений ставят перед собой основное направление – разработка и внедрение банковских продуктов и, как следствие, банковских услуг.

Для того чтобы разработать качественный банковский продукт, необходимо провести мониторинг внешней среды для поиска идей. Эту работу, как правило, выполняют консультанты и агенты банка, поскольку они напрямую контактируют с клиентами банка. Банковский продукт – предмет договора между банком и его клиентами. Клиентами коммерческого банка могут выступать как физические, так и юридические лица.

Разработка нового банковского продукта начинается с мониторинга внешней среды с целью поиска идей. Проводится такая работа с помощью консультантов и агентов банка, поскольку они непосредственно связаны с клиентами. Банковский продукт – это предмет договора между

Банком и клиентом. В качестве клиента могут выступать как физические, так и юридические лица.

Банковский продукт – это свидетельство, посредством которого происходит обслуживание клиентов и проведение операций. Примерами банковского продукта могут быть: векселя, чеки, банковский процент, различные сертификаты, депозиты.

Под банковскими услугами стоит понимать операции, проводимые банками:

- по управлению имуществом (доверительные операции);
- по выпуску, размещению и хранению ценных бумаг, а также по управлению ими;
- по платежному обороту: операции с валютой, инкассация векселей и чеков и др.

Экспериментальная часть.

Процесс автоматизации можно разделить на две части:

- автоматизация внутри банковской работы;
- автоматизация процессов, связанных с внешней средой.

Исходя из этого, основными целями применения автоматизированных систем являются:

- улучшение качества обслуживания клиентов;
- корректировка времени на осуществление операций и оформление документов, а также увеличение пропускной способности банка;
- отбор персонала, а именно, сокращение малоквалифицированного персонала, занятого рутинной работой;
- повышение квалификации банковского персонала;
- построение цепочки взаимодействия с вышестоящими банковскими учреждениями.

В процессе достижения целей очень важно четко и ясно определить и решить ряд следующих задач:

Унифицировать программное и техническое обеспечение банковского учреждения. Установить единую систему программного обеспечения во всех филиалах банка, что позволит более эффективно и быстро внедрять банковские продукты и различные инновации, ускорить процесс автоматизации.

Разработать системы по управлению ресурсами банка.

Инъецировать электронные технологии обслуживания клиентов. Новые современные методы обслуживания клиентов являются одним из направлений по привлечению клиентов и расширению спектра банковских услуг.

Разработать средства документооборота и обмена информацией, управления людскими и материальными ресурсами.

Повысить информационную безопасность. Данная задача имеет первостепенный характер, поскольку в условиях рыночной конкуренции необходимо поддерживать достоверность и уникальность информации, содержащейся в документах банка. Значимость информационной безопасности возрастает и в силу внедрения таких электронных систем, как, например, «клиент-банк», платежные системы на основе банковских карточек и т.п.

Рационально использовать средства на расходы по внедрению системы автоматизации. Наиболее эффективным способом рационального использования затрат на автоматизацию является применение хорошо продуманных унифицированных банковских технологий, использование надежных программ, особое внимание среди которых нужно уделить средствам настроек системы.

Повысить квалификацию сотрудников. Очень важно, чтобы персонал банковского учреждения обладал всеми инновационными навыками и не просто знал, а понимал, как работать с внедренными банковскими продуктами и услугами. Для этого в банковских учреждениях регулярно проводятся тренинги и семинары по обучению персонала, где приглашают зарубежных экспертов.

Для того чтобы получить результат взаимодействия банка и клиента, маркетинговых отдел банка следит за всеми его услугами. Понятию «услуга в банковском секторе» соответствуют несколько отличительных черт и особенностей. Так, банковскую услугу можно охарактеризовать через следующие ее свойства:

- ее деятельность направлена на оказание помощи потребителю и содействие в получении прибыли;
- помощь квалифицированных работников для повседневного использования.

В целом, банковским услугам присущи следующие свойства: несохраняемость, абстрактность, неотделимость услуг от банка, договорный характер обслуживания, невозможность накапливания.

Выделяют несколько черт, описывающих только банковские услуги. Первое – это то, что процесс предоставления и потребления банковской услуги достаточно длительный и растянутый во времени. Второе – ценность банковской услуги напрямую зависит от надежности рейтинга банка. В-третьих, цены на банковские

услуги довольно разные: то есть это говорит о том, что отдельные услуги банка совершенно бесплатные, другие оплачиваются не клиентом, а самим банком. Важным критерием является разделение банковских услуг на материальные и чистые. В чем же их отличие? Чистые услуги не связаны напрямую с движением денег, но при этом требуют определенных затрат, что нельзя сказать о материальных. То есть, это говорит о том, что специфика деятельности кредитных учреждений, в первую очередь, связана с материальными услугами. В качестве примера материальных услуг можно привести всем знакомые операции, такие как кредитование, проведение безналичных расчетов, приемы вкладов.

Классификация банковских услуг зависит и от характера потребителя. В соответствии с этим выделяют розничные услуги (для частных лиц), корпоративные (для юридических лиц). При этом услуги подразделяют на удовлетворяющие запросы клиентов. Запросы клиента могут быть экономическими – потребность в получении дохода, экономия затрат и расходов, а также времени; психологическими – потребность в безопасности, комфорте и удобстве; и социальные – получение общественного признания, новой ступени в карьере.

На протяжении последних лет банки активно занимаются расширением сети продаж. Но придерживаться этой политики, не оказавшись в убытке, могут позволить себе далеко не все, как правило, этим качеством обладают лишь крупные банки. Зачастую даже им, не говоря уже об остальных, менее известных банках, необходимо четко сконструировать, какие каналы продаж будут наиболее эффективными, как привлечь внимание клиента на свою сторону и оказывать успешную конкуренцию в небанковском секторе.

Поэтому в банковской сфере достаточно широко распространена доставка услуг клиента при помощи банковских отделений. При помощи данного пункта банк не только удовлетворяет запросы своих клиентов быстро и эффективно, но также расширяет не только масштабы реализации услуг, но и продажу сопутствующих и дополнительных услуг. Последние годы широкое признание получили автоматизированные отделения с небольшим количеством сотрудников, которые лишь направляют клиента в работе с банковскими автоматами и консультируют по вопросам осуществления операций. Как показала статистика, данная автоматизация очень удобна для общества, поскольку эти мини-офисы расположены практически по всему городу. Также

более доступной для банков сейчас стала другая форма продаж дополнительных продуктов своим клиентам – это кросс-продажи. То есть, кросс-продажи осуществляются посредством предложения клиентами, которые приобретают какой-либо банковский продукт, купить еще и другие, на более выгодных условиях.

Лидером среди самых знаменитых трендов является уход банков в Интернет, где кредитные учреждения используют нестандартные инструменты продаж. В настоящее время почти все казахстанские банки осуществляют и продвигают услуги интернет-банкинга. Но проблема заключается в разработке наиболее уникального интернет-банкинга. Развивая интернет-технологии, каждый банк стремится ввести дополнительные услуги, поскольку освоение интернет-пространства, для кредитного учреждения дает уйму преимуществ. Прежде всего, это экономия издержек. Значительно сокращаются затраты на аренду и обслуживание помещений, уменьшается количество персонала, что влечет за собой уменьшение выплат по заработной плате. Да и потом, сейчас ведь время гаджетов, любая категория общества, так или иначе, задействована в интернете, это помогает банкам находить новых клиентов.

Зарубежные банки собираются в скором времени перейти к полноценному виртуальному обслуживанию, которое будет включать в себя также и смс-банкинг, телефон-банкинг, war-банкинг. Что касается отечественных банков, то в настоящее время лишь малая часть казахстанских банков имеет систему подобного уровня, однако этот инновационный процесс набирает все большие обороты среди наших банков, возможно потому, что на кону лежит существование самого банка.

Нужно отметить, что в современных западных банках в отделениях самого банка немногочисленно. И это не потому, что банковские услуги потеряли популярность, а потому, что клиенты самостоятельно обслуживаются в банке при помощи систем удаленного доступа, это облегчает работу не только кредитному учреждению, но и его клиентам.

Для управления счетами используются:

- банковские автоматы;
- мобильные телефоны;
- домашний компьютер.

Если опираться на исследования западных специалистов, то можно сказать, что банки снижают внутренние расходы, но при этом увеличивают внешние расходы. И еще один момент,

банки предполагают сделать упор на следующих направлениях:

- усовершенствованные сетевые технологии, включая скоростные протоколы передачи данных;
- интеллектуальное программное обеспечение, такое как программы, отслеживающие «жизненную» (включая кредитную) историю клиента, которые должны повысить прибыльность, предлагая клиенту определенные услуги (по страхованию, поручительству и т.д.) в зависимости от его возраста и общественного положения.

По мнению экспертов, самым перспективным направлением является интеллектуальная обработка данных. Обогащение данных – ключ к получению не просто новой, но и более осмысленной информации о клиентах и их операциях.

Среди новейших банковских технологий выделяют следующие:

- технология вычислений в архитектуре клиент/сервер, причем, по мнению специалистов, наиболее привлекательной чертой этой архитектуры является не собственно увеличение производительности системы, а повышение уровня культуры, организации партнерства между сотрудниками подразделения информационных систем и внутренними клиентами;
- интерактивные технологии и обслуживание на дому с помощью персонального компьютера, телефона с дисплеем или интерактивного телевидения;
- интеллектуальные карточки (smart-card);
- обработка изображений платежных чеков.

Новая технология занимает промежуточное положение между полностью автоматизированными безбумажными технологиями совершения банковских операций, до сих пор вызывающими у многих клиентов чувство дискомфорта, и старыми, менее эффективными бумажными технологиями, требующими значительного технического персонала.

Среди новшеств банков можно выделить систему по распознаванию голоса. С ее помощью устную беседу можно вести не по телефону, а через компьютер, что заметно облегчает задачу персоналу. На самом деле, если разобраться, то интернет-банкинг не есть новая услуга, оказываемая банком, это лишь изменение формы обслуживания клиентуры. Операции банков в сети – это те же самые операции, которые он оказывает в стандартных отделениях, с отличием лишь в интерактивной форме взаимоотношения с клиентом. В интересах банка разработать качественную систему интерактивного обслуживания,

которая требует наличия высококачественной системы back-office.

Стоит отметить, что сегодня клиенты более тщательно и щепетильно относятся к выбору банка, и это вынуждает банки профессионально и адекватно реагировать и удовлетворять запросы общества. Банки стремятся повысить квалификацию своего персонала, улучшить систему обслуживания, разрабатывают индивидуальный подход к каждому клиенту. Этот процесс является неотъемлемой частью, очень важной частью деятельности банка.

Результаты и обсуждение

В ходе написания статьи были выявлены проблемы казахстанского интернет-банкинга, к которым относятся:

- несовершенство законодательной базы. С развитием интернет-банкинга необходимо дополнить законодательные нормативы относительно данного сектора в «Законе о банках и банковской деятельности в Республике Казахстан»;
- ограниченность набора предлагаемых услуг. Здесь рассматривается проблема на межбанковском уровне, поскольку очень часто платежи можно совершать, только если оба их участника имеют счета в одном и том же банке;
- недоверие клиента к услугам, предоставляемым через Интернет. Многие потенциальные пользователи услуг интернет-банкинга не доверяют этой форме банковского обслуживания. Основные опасения связаны с обеспечением безопасности электронных платежей, сохранением конфиденциальности информации о клиенте и защищенности счетов от действий злоумышленников. Банкам необходимо предпринять меры по вовлеченности населения в интернет-банкинг с целью задействования клиентов в данных услугах;
- недостаточный уровень компьютерной грамотности. Несмотря на то, что компьютер стал привычным элементом офиса и дома, не все пользователи имеют достаточную подготовку для работы с новыми программными продуктами;
- недостаточное развитие интернет-сети в Казахстане. Если в городах население имеет доступ к интернету, то во многих селах и отдаленных поселках нет выхода в интернет за-за отсутствия сети.
- ограниченное число платежеспособных пользователей Интернета.

Если рассматривать на примере казахстанских банков, можно взять наличие проблем в практике внедрения пластиковых карт АО «Сбербанк» г. Астаны. Исследования, которые проводились на базе акционерного общества,

показали, что недочетов и проблем с разработкой и внедрением пластиковых карт достаточно много, касательно и организационных и технических сторон:

Отсутствие электронной очереди, то есть здесь неудобства возникают как у клиентов, так и у самого учреждения, поскольку клиенты ожидают приема в кабинете, в порядке «живой» очереди, что может некачественно сказаться и на секторе обслуживания банка.

Неотработанная система сбора и хранения документов клиентов – бюрократия.

Недоработанность системы, так как банк недавно перешел на собственный процессинговый центр (до августа 2012 г. он работал с системой Homebank.kz от АО «Казкоммерцбанк»). Отсутствуют электронно-цифровая подпись, возможность переводить деньги с карты на карту через Веб-банкинг и др.

Программное обеспечение не автоматизировано. Банк работает с программой Pragma, которая также содержит ряд проблем: периодическое зависание системы данных.

Поскольку изготовление карт и пин-конвертов происходит в Алматы, то это затрудняет процесс поставки их в Астану, зачастую даты прихода в Астану разнятся.

Необходимость в разработке альтернативных карт.

Заключение

Для решения указанных выше проблем банку необходимо перейти на упрощенные методы ведения досье клиентов; свести заполнение различных бумажек к минимуму. Это упростит работу банка и сократит время пребывания клиента в банке. Также необходимо осваивать новые технологии, которые позволят банку выйти на новый уровень развития. Нужно разработать удобную и функциональную программу, которая могла бы работать без погрешностей, расширять продуктовую линейку карт.

В условиях современной конкурентной борьбы на рынке розничных финансовых услуг огромное значение приобретает широкая продуктовая линейка, предлагаемая банками населению. При этом важным фактором конкурентоспособности продуктов и услуг, предоставляемых тем или иным кредитным институтом, является их гибкость, способность удовлетворять различные потребности клиентов в зависимости от изменения конъюнктуры и поведенческих настроений клиентов.

Процессы разработки и запуска новых банковских услуг и продуктов должны предусматривать оперативное вмешательство, для того чтобы максимально верно оценить процессы и на основании полученных данных вносить корректировки и изменения как в сами продукты и услуги, так и в процессы, сопровождающие их. Оценка дает возможность оценить результаты практического нововведения и, если нужно, принять необходимые меры по сохранению деятельности на требуемом уровне. По мере того, как развивается система банковских продуктов, появляется необходимость в установлении критериев оценки эффективности показателей деятельности банка. Выбор таких критериев должен производиться с учетом индивидуальной политики не только самого банка, но и построения банковских продуктов. Внедрение новых банковских услуг можно назвать одним из рискованных мероприятий, проводимых кредитными учреждениями, поскольку необходимо наперед предугадывать возникновение возможных проблем, для того чтобы найти пути их решения.

Сегодня на рынке существуют такие новые депозитные продукты, которые, помимо основного назначения, а именно – накопления и сбережения денежных средства вкладчиков, позволяют, совместно со страховыми компаниями застраховать жизнь вкладчика. Либо в рамках одного договора открыть несколько счетов и конвертировать средства из одной валюты в другую, неограниченное количество раз и в любое удобное для клиента время, такая операция называется мультивалютным вкладом, к слову, такие операции уже проводятся в отечественных банках, например в AsiaCredirBank [5].

В экономике любого государства банковская система занимает особое место. Являясь элементом производственной инфраструктуры, своей деятельностью банки создают возможность эффективной работы современной рыночной экономики.

Развитие рыночных отношений в Казахстане, возрастающая роль потребителя в формировании спроса на конкретные услуги как по количеству, так и по качеству формируют новые требования относительно системы управления банком, увеличения объема продаж, разработки новых услуг и совершенствования уже имеющихся. Нужно учитывать, что с каждым днем количество новых услуг все увеличивается и увеличивается, поэтому банковским учреждениям необходимо вести тщательное наблюдения за развитием.

Необходимо учитывать и увеличивающуюся конкурентную среду на рынке, и для этого руководству банка необходимо проанализировать все возможные варианты развития своего банка и его продуктов. Одним из важнейших аспектов касательно этой проблемы является развитие маркетинговой среды банка. Поскольку качественное и правильное доведение банковской продукции до потребителя – одна из важнейших задач, которую решить в силах только маркетинг. От того, насколько качественно выполнена эта работа, напрямую зависит успех банка и его дальнейшее существование.

Процесс доведения услуг до потребителя решается посредством функционирования так называемых систем доставки. Типы систем доставки могут варьироваться в широких пределах, поэтому перед маркетингом стоит проблема выбора той из них, которая будет соответствовать уровню обслуживания, месту и времени оказания банковских услуг.

В банковской системе Казахстана коммерческие банки составляют первичное звено, являются основой развития всего народного хозяйства. От

их продуманной и последовательной политики во многом зависит деятельность предприятий, и кредиты коммерческих банков способствуют накоплению и обогащению рынка. Поэтому необходимо решать проблемы отечественных банков касательно разработки, внедрения и дальнейшего развития банковских продуктов и услуг. Стоит уделять должное и почетное внимание развитию именно банковских продуктов, которые бы соответствовали современному этапу развития, поскольку банковский продукт является главным инструментом деятельности банка, а как уже было замечено, от успешной деятельности банка зависит успех и процветание всего государства, ведь банки являются главным финансовым посредником между категориями общества. В заключение статьи необходимо указать, что на примере лишь одного банка было выявлено большое количество проблем, разработаны пути их решения. Для полноценного развития банковского сектора в Казахстане необходим индивидуальный подход к каждому кредитному учреждению, поскольку конъюнктура каждого из них уникальна и имеет свои плюсы и минусы.

Литература

- 1 Хафизова П.А. // URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/bankovskie-produkty-uslugi-soderzhanie-i-printsipy-razmescheniya>
- 2 <http://investfunds.kz/banks/> ,14.09.2016
- 3 http://www.prostobankir.com.ua/marketing_reklama_2829/novye_bankovskie_produkty,14.09.15
- 4 Дзансолова Б.С. URL:<http://www.nauteh-journal.ru/index.php/---ep12-02/387-a>
- 5 <http://privetstudent.com> ,09.11.15

References

- 1 Hafizova P.A., URL:<http://cyberleninka.ru/article/n/bankovskie-produkty-uslugi-soderzhanie-i-printsipy-razmescheniya>
- 2 <http://investfunds.kz/banks/> ,14.09.2016
- 3 http://www.prostobankir.com.ua/marketing_reklama_2829/novye_bankovskie_produkty,14.09.15
- 4 B.S. Dzansolova, URL:<http://www.nauteh-journal.ru/index.php/---ep12-02/387-a>
- 5 <http://privetstudent.com> ,09.11.15