

**III. Выводы.** Инновационная деятельность предприятия по своей функциональной направленности должна выражать лишь целевую ориентацию на создание новшеств с целью их распространения и внедрения в национальную экономику. Сущностные представления ряда авторов в экономической литературе о характере и функциональном предназначении инноваций и инвестиций выражены определением данных понятий безотносительно их единства в рамках финансирования инвестиционных проектов.

В то же время финансирование фундаментальных исследований, научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок по результатам обоснования экономической целесообразности их выполнения, на наш взгляд, может рассматриваться как проектное инвестирование в создание новшества. При этом следует различать функциональную направленность видов инвестиционных проектов, определяющую размещение свободных, заемных и привлеченных финансовых средств в обновление, модернизацию и реконструкцию активной и пассивной частей основных фондов, объектов народнохозяйственного инфраструктурного комплекса, создание программно-информационного, технологического обеспечения, новшеств технологического и технического характера, вложений финансовых средств в обучение, профессиональную подготовку и переподготовку персонала.

#### Литература

1. Закон України "Про інноваційну діяльність" // Урядовий кур'єр. - 2002. - № 143. - С. 1-7.
2. Закон України "Про пріоритетні напрямки інноваційної діяльності" // Урядовий кур'єр. - 2003. - № 32. - С. 1-4.
3. Захарченко В.И. Экономический механизм процесса нововведений. - Одесса: ИРЭНТіТ, 1999. - 200 с.
4. Нагиев А.Г. Стратегия инновационного развития и инвестирования воспроизводства основных фондов. - СПб.: Нестор, 2004. - 120 с.
5. Поповенко Н.С., Бельтюков Е.А. и др. Инновационный менеджмент. - Одесса: ВШДА, 1999. - 196 с.

Ноур Д.В.

#### ВНЕДРЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-СИСТЕМ В КОМПЛЕКС БАНКОВСКИХ УСЛУГ

**Аннотация.** Представлено обоснование построения современной украинской модели банковского дела на основе электронных технологий.

**Ключевые слова:** банк, Интернет-система, услуга, этап, клиент.

**I. Введение.** Современная украинская модель банковского дела формировалась под влиянием факторов, обусловленных состоянием воспроизводственного процесса. Как известно, этапами развития воспроизводственного процесса являются выживание, стабильное существование, развитие и создание нового. В данный момент времени банковская сфера украинской экономики переживает этап развития, который обуславливает

соответствующий спрос на банковские продукты и услуги. В банковской сфере ведутся интенсивные поиски практических путей внедрения Интернет-систем в комплекс банковских услуг, которые предоставят и клиентам и банкам существенные преимущества. Можно сказать, что идет процесс трансформации банковского дела путем перехода в новые формы отношений и в новое качество основных подотраслей банковского бизнеса, продуктов и услуг. В соответствии с теорией трансформации переходное состояние банковского дела проходит несколько этапов [2, 85]:

- первый этап деформации, т.е. разрушения предыдущих связей и значительного сокращения ресурсов;
- второй этап кристаллизации, который характеризуется возникновением новых элементов и связей;
- третий этап оптимизации, т.е. оформление новых отношений и институтов.

Предпосылки к трансформационному состоянию банковского дела еще создавались в денежной форме. С учетом эволюционных ступеней происходит трансформация в банковском бизнесе. Депозитно-обменный бизнес, организуемый обменными банками, сменился на процентно-инвестиционный бизнес. В конце 50-х годов прошлого столетия ему на смену пришел финансовый бизнес. В настоящее время наметился переход к новому виртуальному бизнесу, представленному сфокусированными универсальными банками, которые подобны авианосцу с маневренным кораблем и современными самолетами: мощный, быстрый и разворачивающийся на 360 градусов [2]. Можно сказать, что изменения в экономической системе, в свою очередь, обусловили и трансформацию банковского дела. Суть перемен сводится к возникновению новых информационных технологий, внесших революционные сдвиги в расширение возможностей банковского охвата. Калистратов Н.В. и др. схематично отобразила процесс эволюционных изменений банковского дела, прошедший ряд ступеней эволюции, который был дополнен нами с учетом Интернет-систем [4] (рис.1).

Ступени	Бизнес	Институты	Рынки	Продукты
1	Обменный	Обменный банк	Денежный	Денежные титулы
2	Депозитный	Депозитный банк	Депозитный	Депозитные продукты
3	Процентный	Кредитный банк	Кредитный	Кредитные продукты
4	Инвестиционный	Инвестиционный банк	Фондовый	Инвестиционные продукты
5	Финансовый	Финансовый посредник	Финансовый	Финансовые инструменты
6	Виртуально-финансовый	Финансовый посредник (виртуальный)	Виртуальный Финансовый	Финансовые (виртуальные) инструменты

Рис. 1. Ступени развития банковского бизнеса

Происходящий процесс глобализации обуславливает выход украинского предприятия и банков на мировые рынки, а также увеличивает присутствие иностранных банков на украинском рынке. Это предполагает унификацию банковских продуктов, соответствие их объема и качества требованиям международных стандартов, а также освоение новых банковских технологий. Кроме того, влияние процесса глобализации также ставит перед украинской экономикой в целом и перед банковской отраслью в частности, задачу наверстывания упущенного при параллельном освоении нового. Копирование чужого опыта экономит издержки и время развития, когда в обществе существуют субъекты отношений, соответствующие ценности и нормы.

Известны две фазы и четыре этапа развития бизнеса с помощью Интернет- систем [2]:

I. Первая фаза - это Интернет, электронные технологии, которые способствуют ведению бизнеса.

II. Вторая фаза преобразуют бизнес и в данной фазе существуют четыре этапа.

Первый этап - это тот этап, в котором банки открывают свои веб-сайты, помещают информацию о себе, выполняют простейшие банковские операции. На этом этапе риски невелики, вложения невелики, но это очень важная стадия для того, чтобы экспериментировать, обучаться и позиционироваться в электронном бизнесе.

Второй этап - это персонализация банковских услуг. Банки фокусируются на клиенте и на его привлечении. Здесь меняется технология, развиваются технологии, и здесь появляются риски по потере клиентов из-за того, что какие-то технологии будут несовершенны.

На третьем этапе, когда инфраструктура разработана, Интернет становится основой для бизнеса, опыт накапливается на основе развития новых сегментов бизнеса, на получении конкурентных преимуществ.

И четвертый этап - это этап преобразования бизнеса, это этап влияния одного вида бизнеса на другой. Как правило, для банков характерно слияние с бизнесом финансовых услуг. На западе появилось такое понятие, как «бэнк шэринг» это слияние банковского и страхового бизнеса.

Проанализировав текущий перечень услуг предоставляемых украинскими банками, можно сказать, что украинская банковская система находится на втором этапе развития. После дефолта 1998 г. расширение ассортимента банковских услуг пошло по пути предоставления потребительских кредитов населению, развитию ипотечного кредитования, новых депозитов, услуг по хранению ценностей, предоставления расчетов с помощью пластиковых карт, но сейчас ситуация начинает меняться в сторону электронного ведения бизнеса, вследствие процесса глобализации, в который вовлечена и Украина, и развитие сети Интернет. По нашему мнению главное направление развития банковской деятельности лежит в сфере Интернет-технологий. С появлением Интернет-систем формируется рынок электронных банковских услуг, отличающийся новыми стандартами

проведения финансовых операций и качеством обслуживания клиентов, наиболее перспективными направлениями электронных банковских услуг являются совершенствование сетевых технологий и развитие интеллектуального программного обеспечения, внедрение электронных денег. По нашему мнению, внедрение этих услуг позволит клиентам банка:

- получать оперативно информацию о банковских продуктах и услугах в любое время дня и ночи;
- экономить время на осуществление расчетов;
- производить платежи вне офиса банка;
- отпадает необходимость в частом посещении банка;
- отпадает необходимость в ношении наличных денежных средств, поскольку их заменят электронные деньги;
- платить меньше комиссию банку за осуществление расчетно-кассового обслуживания и получать больший доход от размещения денежных средств.

Как известно, несмотря на общие тенденции развития банковского дела, каждая страна выстраивает свою модель организации банковского бизнеса, с учетом национальных традиций и менталитета своего народа, адаптирует новации мирового банковского бизнеса к условиям внутреннего рынка. Поэтому прежде чем рассмотреть влияние электронных банковских услуг на развитие банковского дела в Украине, рассмотрим сущность электронных банковских услуг подробно.

**Электронные деньги.** Платеж электронными деньгами осуществляется путем передачи от плательщика к получателю денежных знаков в виде электронного файла без использования банковского счета, передаваемый файл от плательщика к получателю имеет нарицательную стоимость, что позволяет отнести электронные деньги к наличным деньгам. В рамках технологического подхода электронные деньги зачастую определяют как предоплаченные продукты. По определению банка международных расчетов, электронные деньги - это хранимая стоимость или предоплаченные продукты, где запись об имеющихся в распоряжении потребителя средствах или стоимости хранится на техническом устройстве, находящегося во владении потребителя [2].

В докладе об электронных деньгах, опубликованного Европейским центральным банком в августе 1998 г., дается следующее определение электронных денег: электронные деньги в широком смысле определяются как электронное хранение денежной стоимости на техническом устройстве, которое может широко применяться для осуществления платежей в пользу не только эмитента, но и других фирм и которое не требует обязательного использования банковских счетов для проведения транзакций, а действуют как предоплаченный продукт на потребителя [4, 280].

С учетом вышесказанного можно сказать, что по функциональности электронные деньги идентичны традиционным, их можно зарабатывать, оплачивать ими услуги и товары, передавать получать от других людей. Платежи по электронным деньгам происходят в режиме реального времени.

**Интернет-представительство банка (Web-страницы)** - является одним из главных инструментов обслуживания клиентов. Крупные западно-европейские и американские банки содержат насыщенный материал по традиционным услугам банков, а также к услугам в системе Интернет. Так, например, американский банк "Веллс Фарго" предлагает своим клиентам следующие услуги и операции через Интернет:

- управление домашним имуществом;
- инвестиционные услуги;
- услуги для студентов;
- потребительские ссуды;
- ссуды под залог недвижимости и т.д.

Преимущества, которые получает банк и клиент заключаются в следующем:

Для банка:

- предоставление подробной информации о банке: его продукты, услуги, тарифы и т.д.;
- отсутствие человеческого фактора при обслуживании клиентов;
- возможность предоставления информации 24 часа в сутки;
- устранение географической составляющей обслуживания;
- возможность интерактивного взаимодействия с клиентом;
- является хорошим инструментом для проведения маркетинговых исследований в области предпочтения клиентами тех или иных услуг банка.

С. Козьменко вводит 3 основных критерия качества, которым должны соответствовать Интернет-представительства банка [5]:

1) Удобство предоставляемой информации. Сюда относят общий дизайн Интернет-представительства, его стилевые и цветовые решения, продуманная система навигации по разделам и документам на сайте, дружелюбность интерфейса работы с электронными данными.

2) Интерактивность - это возможность пользователя взаимодействовать с информацией в диалоговом режиме. В ходе процесса подбора пользователь отвечает на представленные вопросы на одном из этапов отбора, и на основе его ответов формируются вопросы для следующего этапа.

3) Качество предоставляемой информации - это достоверность информации, обновление информации, общее информационное наполнение Интернет-ресурса, а также некоторые технические аспекты информационного обмена, скорость, надежность и корректность при работе с информацией, быстрая загрузка страниц.

Клиенты банка получают следующие возможности:

- осуществлять все коммунальные платежи;
- производить денежные переводы, в том числе и в иностранной валюте;
- покупать и продавать иностранную валюту;
- переводить денежные средства в оплату счетов за товары;
- открывать различные виды счетов и вкладов;
- получать выписки о состоянии счета;
- получать кредиты;

- получать информацию о поступивших платежах в режиме реального времени;

- получать брокерское обслуживание (покупка/продажа ценных бумаг, создание инвестиционного портфеля, участие на торгах FOREX).

К данному виду услуг можно отнести интерактивное цифровое телевидение. Интерактивное цифровое телевидение как средство доступа к финансовым Интернет-услугам получило наиболее успешное развитие в ряде европейских стран - Великобритании, Франции, Бельгии, Испании и т.д. Ценность этого электронного канала состоит в том, что он значительно расширяет маркетинговые возможности банков. Интерактивные телепередачи позволяют представлять банковские услуги в формате полноценных программ, а не коротких рекламных сообщений. У банков появляется способ оказывать клиентам финансовые консультации посредством диалога, идущего в режиме реального времени, а также включать в рекламные ролики прямые ссылки на свои Web-сайты, где клиенты сразу получают доступ к тем или иным услугам.

**Услуги с помощью пластиковых карт.**

Интерес украинских банков к использованию пластиковых карт обусловлен ростом их капитализации, создающим предпосылки к освоению не заполненного рынка, позволяющего закреплять отношения со старыми клиентами и привлекать новых. Пластиковая карта, наряду с платежной ролью, становится признаком определенного социального статуса, способом повышения конкурентоспособности банка на рынке. Освоение рынка пластиковых карт способствует экономии наличных денег, снижению операционных издержек, разгрузке центрального офиса и отделений от потока клиентов, повышает ликвидность банковского счета, позволяет клиенту оперативно осуществлять расчеты. Благодаря использованию карт в качестве платежного инструмента достигается концентрация средств в банке, растет возможность их капитализации [2, 305].

Обслуживание клиентов с помощью пластиковых карт служит для банка источником получения дохода, который образуется благодаря привлечению на карточные счета дополнительных ресурсов, а также из платежей за расчетно-кассовое обслуживание и комиссионных сборов за межбанковские услуги в связи с оборотом денег по карточным счетам. Наряду с этим внедрение услуг, связанных с применением карт, позволяет банку:

- увеличить объем потребительских ссуд;
  - расширить сферу своей деятельности на территориях, где у банка нет отделений, но установлены банкоматы и торговые терминалы;
  - использовать карточки для рекламы и укрепления своего имиджа.
- Использование клиентом пластиковых карт позволяет клиенту:
- оперативно отслеживать любое списание средств с карточного счета;
  - возможность пользоваться услугами Интернет-магазинов как в Украине, так и за рубежом;
  - сокращаются расходы, связанные с инкассацией выручки;

- предоставляются кредиты без использования собственных оборотных средств и рутинной работы по ведению специального счета.

На сегодняшний день существует большое разнообразие банковских пластиковых карточек: дебетовые, кредитовые, смешанные и т.д.

Дебетовые карточки предоставляют право покупки товаров или получения наличных денег в пределах сумм, предварительно внесенных владельцем на специальный карточный счет, предоставляет клиенту технические удобства: возможности проведения безналичных расчетов, получения наличных денег и управления своим счетом через терминалы.

Кредитовые карточки связаны с открытием кредитной линии в банке, благодаря которой владелец пользуется кредитом при покупке товаров. В момент покупки используется кредитная линия, которая может быть открыта в пределах определенных лимитов или быть безлимитной.

Смешанная карточка включает признаки обеих карточек. Как кредитовая карточка она предоставляет возможность автоматического получения кредита в пределах предоставленных размеров овердрафта, то есть осуществление платежей сверх суммы, перечисленной ранее на специальный карточный счет. Как дебетовая карточка, в качестве носителя информации она имеет магнитные полосы, на которых записаны сведения, необходимые для идентификации личности владельца при ее использовании в банковских автоматах и электронных терминалах на месте покупки товаров или оказания услуг. Когда такая карточка вставляется в соответствующее считывающее устройство, индивидуальные данные ее владельца передаются по коммуникационным сетям в банк для получения разрешения на оказание услуги.

Увеличение числа различных видов карт влияет, в свою очередь, на количество обслуживающих из банкоматов, которые постоянно совершенствуются. Так, за последние годы в Украине появились банкоматы с дополнительными функциями, позволяющие, кроме снятия наличных денег с карты, принимать наличные для пополнения банковских счетов, выполнять операции по приему платежей в адрес операторов мобильной связи, Интернет провайдеров и плату за коммунальные услуги.

Цель банков в этом случае - модифицировать банкоматы в подразделения банка (например Альфа банк), с помощью которых клиенты могут круглосуточно выполнять множество операций, а не только снимать наличные и получать информацию о состоянии счета.

**Услуги в области связи.** Перспективными электронными каналами взаимодействия с индивидуальными клиентами сейчас считаются мобильная телефония и интерактивное цифровое телевидение. Мобильная телефония в развитых странах позволяет банкам активизировать привлечение молодежи и часто путешествующей клиентуры. Данный канал может стать хорошим дополнением к достаточно широко распространенному Web-доступу к финансовым услугам через персональный компьютер. Клиенты могут осуществлять основные электронные операции, не выходя из дома, и предусматривать их перенесение на сотовые телефоны в случае наступления определенного события, например достижения индексом

акций того или иного уровня, поступления денежных средств на банковский счет и т.д. В развивающихся странах данный канал позволяет резко расширить клиентскую базу банков (уровень проникновения сотовой связи в этих странах увеличивается очень быстро - значительно быстрее, чем уровень проникновения Интернета. Наиболее яркие примеры демонстрируют Индия и Китай.

По нашему мнению, оказание электронных банковских услуг с использованием мобильного телефона можно подразделить на War-банкинг и Sms-банкинг. War-банкинг представляет собой удаленное управление банковскими счетами пользователя, осуществляемое с помощью мобильного телефона, оснащенного специальным программным обеспечением на базе протокола беспроводной передачи данных. Украинские компании мобильной связи, предлагая своим клиентам мобильные телефоны стандарта GSM с возможностью выхода в Интернет, не всегда могут поддерживать необходимую степень защиты передаваемых или получаемых сведений на том уровне, как это организовано в сети Интернет. Разработка современного программного обеспечения, призванного повысить надежность систем War-банкинга, продолжается в настоящее время для обеспечения безопасности платежей в этих системах, ряд банков прибегает к кодированию расчетов. При проведении какой-либо из операций пользователю достаточно ввести код, который при подтверждении банком активизирует необходимую транзакцию.

Sms-банкинг при помощи служб коротких сообщений, которые есть у любого оператора сотовой связи, клиенту будет доступна вся информация о состоянии расчетных счетов (остатков по счету), а также получение выписок по счету за требуемый период. Считается, что Sms-банкинг более перспективен, чем War-банкинг, из-за дешевизны, за счет более высокой скорости передачи данных.

По нашему мнению, развитие Интернет-систем и телекоммуникационных технологий оказывают влияние не только на развитие банковских услуг и банковских продуктов, но также и оказывают влияние на модель ведения банковского бизнеса. На сегодняшний день в мировой практике сформировалось несколько моделей электронного банковского бизнеса [1, 41]:

- Интернет-подразделение традиционного (офлайнного) банка, дополняющего сеть филиалов и телефонных центров.
- Интернет-банк, учрежденный офлайнным банком в виде самостоятельного юридического лица со своей торговой маркой (например в Германии такие банки называются директбанками).
- Интернет-банк, организованный небанковской компанией чаще всего страховой.
- Агрегатор электронного финансового супермаркета (банк, осуществляющий Web-продажи как своих, так и предлагаемых другими финансовыми институтами услуг).

Наиболее распространенными являются первые две модели. Экспансия ведущих мировых банков в обеих формах имеет для национальных бан-

ковских систем развивающихся стран одинаковые последствия. Сильные иностранные банки привлекают самых надежных клиентов, сосредотачивая в своих руках высокоприбыльные операции, местным же банкам остается более рискованный бизнес, за счет чего повышается общий уровень системного риска в банковской сфере.

Перевод банковского дела на электронное обслуживание обуславливает модификацию классической взаимосвязи между ростом концентрации капитала и ослаблением конкуренции. Развитие электронного оказания услуг приносит значительные выгоды, в первую очередь, крупным банкам. Они получают возможность привлекать многих клиентов из сферы малого и среднего предпринимательства, которые традиционно тяготеют к малым и средним банкам, поскольку уменьшаются удельные расходы на обработку клиентской информации. Крупные банки обладают серьезными финансовыми ресурсами, необходимыми для комплексного внедрения новейших информационных технологий, кроме того, они способны гораздо быстрее окупить расходы на подобные проекты, поскольку могут распределить их на множество клиентов. Поскольку универсальные банки оказывают полный перечень услуг своим клиентам, то будем рассматривать применение к данной категории банков.

С точки зрения конкурентной ситуации картина также сложная. С одной стороны, конкуренция обостряется, поскольку снижаются входные рыночные барьеры (во-первых, Интернет не признает национальных границ и часовых поясов, во-вторых повышается информационная прозрачность, в том числе за счет сокращения затрат клиентов на поиск необходимых сведений). С другой стороны, происходит ослабление конкуренции вследствие увеличения издержек на переход из одного банка в другой (высокоэффективные технологии позволяют предоставить все более широким слоям клиентов персонально настроенные пакеты услуг, привязывая их таким образом к банку) и роста минимального уровня постоянных расходов, требуемых для реализации электронных бизнес-решений.

Подводя итоги вышеизложенного, можно отметить следующие основные черты, присущие сфере электронных банковских услуг:

- выход за пределы отдельных стран и за пределы финансового сектора в целом требует сотрудничества учреждений банковского надзора с надзорными органами других стран и отраслей;

- сильная зависимость от прогресса информационных и коммуникационных технологий приводит к резкому увеличению стратегических и операционных рисков.

По нашему мнению, современная модель универсального банка, дополняющего филиальную сеть своим Интернет подразделением и использующего Интернет-систему, схематично может быть представлена в следующем виде (рис.2).

По нашему мнению, современная модель виртуального банка (нет филиалов, обслуживание через Интернет-систему и мобильную связь), соз-

данного универсальным Интернет банком схематично может быть представлена в следующем виде (рис.3).

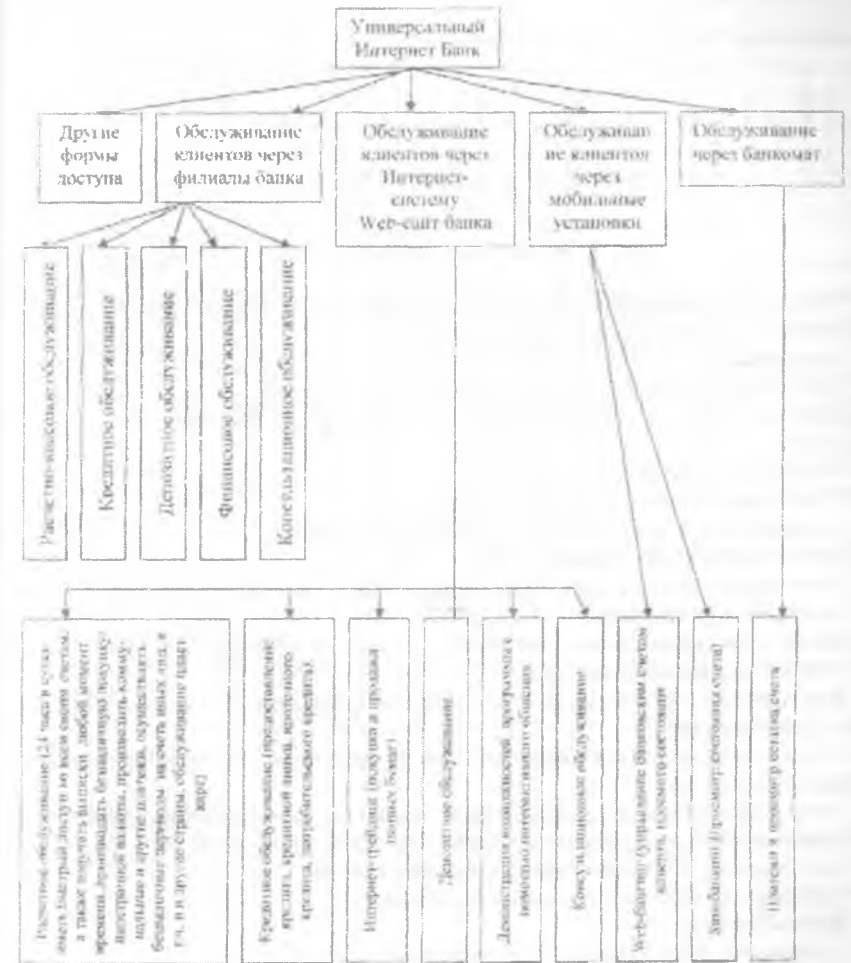


Рис. 2. Современная модель универсального банка

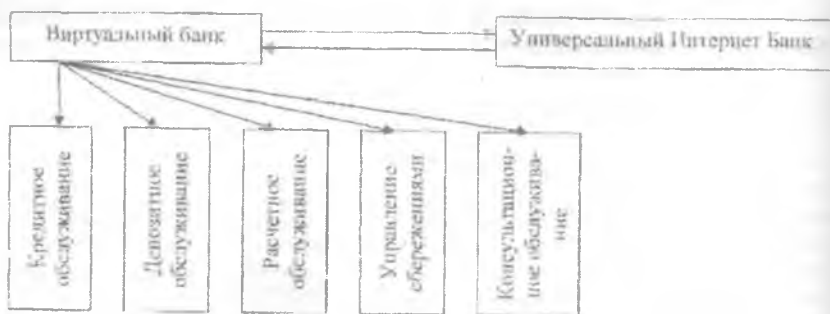


Рис. 3. Модель виртуального банка

Рассмотрим выборочно несколько крупных украинских банков, предоставляющих услуги через Интернет-систему.

#### Укрсиббанк.

Для обслуживания частых клиентов банком используется система «Домашний банк», благодаря которой клиенту доступны следующие возможности:

- покупать и продавать валюту;
- оплачивать коммунальные услуги;
- осуществлять внутри и межбанковские переводы;
- оплачивать счета провайдеров;
- оплачивать счета операторов пейджинговой связи;
- открывать депозиты;
- иметь доступ к истории платежей, получать выписки по счетам;
- пополнять карточные счета.

Для работы с организациями предлагается система «Электронный клиент», позволяющая:

- подготавливать и передавать в банк по электронной линии связи платежные документы;
- подготавливать и передавать в банк заявки на покупку/продажу валюты;
- формировать и передавать в банк запросы на получение выписки;
- отслеживать текущее состояние своих счетов;
- размещать рекламу и давать объявления.

#### Місто-банк:

- готовить и передавать платежные поручения клиента;
- передавать клиенту информацию о состоянии счета;
- оплачивать коммунальные услуги;
- проводить практически любые платежи.

#### Приват-банк:

- оформление платежных документов и проведение банковских операций через Интернет;
- покупка и продажа валюты и ценных бумаг через Интернет в режиме реального времени;

- автоматизированный сбор и анализ данных о финансовом состоянии предприятий;

- ведение архивов платежных документов;
- проведение биржевых сделок;

- интеграция с торговыми Интернет-площадками, биржами, аукционами.

Несмотря на то, что украинские банки стали предлагать своим клиентам услуги через Интернет-системы, правда перечень их еще далек от тех, которые предоставляют иностранные банки, клиенты все еще относятся к Интернету настороженно, в силу ряда причин:

- обеспечение достаточной безопасности операций;
- правовые пробелы;
- неграмотность населения.

**IV. Выводы.** Учитывая вышесказанное, а также проведя исследования в области тенденций развития банковского дела в развитых странах можно сформулировать несколько важных положений, которые должны быть учтены при формировании современной украинской банковской модели развития:

- банковская модель должна быть адекватна соответствующей степени развития экономики, подчинена ее стратегическим целям и направлена на удовлетворение потребностей, обусловленных воспроизводственным процессом;
- необходимо обеспечить рациональное движение банковского капитала, устранив дисбаланс в его размещении с целью выравнивания уровня экономического развития регионов Украины;
- необходим перевод большинства банковских услуг на интерактивный формат представления;
- необходимо активно оказание банковских услуг через Интернет;
- разработка новых форм кредитования, основанных на «скоринг-моделях», использующих для передачи информации через Интернет-системы;
- должны быть устранены законодательные проблемы в области Интернет-систем.

#### Литература

1. Грачева М.В. *Банковская система в развитых странах: некоторые проблемы цифровых технологий.* - М.: Ось, 1989. - 2003. - 89 с.
2. Дериг Ханс-Ульрих. *Универсальный банк - банк будущего. Финансовая стратегия на рубеже века: Пер. с нем.* - М.: Международные отношения, 1999. - 155 с.
3. Захарченко В.И. *Функционирование механизма маркетинга в банковской сфере // Рыночная экономика.* - 2006. - Т.9. - Вып. 13. - С. 52-66.
4. Калистратов Н.В., Кузнецов В.А., Пухов А.В. *Банковский розничный бизнес.* - М.: БДЦ-пресс, 2006. - 330 с.
5. Козьменко С.М. Шпиг Ф. І., Волошко І.В. *Стратегічний менеджмент банку: Навчальний посібник.* - Суми: ВТД "Університетська книга", 2003. - 734 с.
6. Maude D., Sahay A., Sands P., *Banking on the device // The McKinsey Quarterly*, 2000, - № 3.