

Серпенінова Ю.С. Інформування громадськості як необхідний чинник підвищення ефективності системи гарантування вкладів / Ю.С. Серпенінова // Вісник НБУ. – 2015. - № 1. – С. 44-49.

УДК 336.717.3:004

ІНФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОСТІ ЯК НЕОБХІДНИЙ ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ ГАРАНТУВАННЯ ВКЛАДІВ

Серпенінова Юлія Сергіївна

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту

ДНВЗ «Українська академія банківської справи НБУ»

Ефективне функціонування системи гарантування вкладів не можливе за відсутності належного рівня поінформованості громадськості про основні параметри даної системи, її гарантії та обмеження. Впевненість вкладників у безпеці їх депозитів позитивно впливає на їх очікування та формування довіри до банківської системи загалом. Це обумовлює потребу організації ефективної кампанії з інформування громадськості та проведення ґрунтовних теоретичних досліджень в даному напрямку.

Ключові слова: гарантування вкладів, інформування громадськості.

Deposit guarantee system effectiveness is impossible in the absence of public awareness about the main principles of this system, its guaranties and limitations. The depositors confidence in the safety of their deposits make positive impact on their expectations and confidence in banking system. This requires the organization of effective public awareness programs and fundamental theoretical studies in this direction.

Keywords: Deposit insurance, Public awareness

Система гарантування вкладів (далі – СГВ) покликана забезпечити

інтереси вкладників, які не мають достатньо навичок та знань для оцінки фінансової стабільності банків. Функціонування СГВ сприяє підвищенню стабільності банківської системи шляхом запобігання паніки та масового вилучення депозитів при виникненні фінансових труднощів. Але виконання даних завдань не можливе при відсутності достатнього рівня поінформованості населення про основні параметри СГВ. З огляду на це особливої важливості набуває організований належним чином механізм інформування громадськості про СГВ з метою зміцнення довіри населення до банківської системи.

ОБГРУНТУВАННЯ ПОТРЕБИ ІНФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОСТІ

Теоретичне, практичне та загальнонаукове значення дослідження механізму інформування населення про СГВ підтверджено та визнано на глобальному міжнародному рівні. Так, одним із перших документів, що зобов'язує надавати вкладникам інформацію про діяльність СГВ, який було використано у вітчизняній практиці гарантування вкладів, стала прийнята у 1994 році Директива Європейського Союзу № 94/19/ЄС «Щодо схем гарантування депозитів».

Даним нормативно-правовим актом передбачено, що кредитні установи надають фактичним і потенційним вкладникам інформацію, необхідну для ідентифікації схеми гарантування депозитів. Таку інформацію подають у зрозумілій і доступній формі [11].

Також даному аспекту функціонування СГВ присвячено принцип 12 Основних принципів для ефективних систем гарантування депозитів – Інформування громадськості [6]. Відповідно до даного принципу ефективне функціонування СГВ передбачає постійне інформування населення про переваги та обмеження СГВ.

З метою забезпечення аналізу відповідності СГВ вищезазначеним принципам розроблено Методологію оцінки дотримання [7] згідно з якою запропоновано шість основних та один додатковий критерій оцінки відповідності даного принципу.

Ключовим документом, визнаним на міжнародному рівні, стало розроблене Міжнародною асоціацією страховиків депозитів (далі – МАСД) у травні 2009 року загальне керівництво «Інформування громадськості про системи страхування вкладів» [2], в якому наведено загальні рекомендації по формуванню завдань програми по інформуванню громадськості, підходи щодо організації ефективної кампанії з інформування населення, а також напрями використання стратегій в особливих ситуаціях.

Важливість і актуальність розвитку досліджень у напрямку поінформованості громадськості щодо СГВ також підтверджується підвищенням наукового інтересу до даної проблематики серед зарубіжних науковців [1, 3, 4]. Втім, у вітчизняному науковому просторі дана проблематика не знайшла належного відображення.

Потреба інформування громадськості щодо ключових характеристик національної СГВ закріплена на законодавчому рівні. Згідно зі змінами, що були внесені до Закону України «Про систему гарантування вкладів фізичних осіб» у 2014 році до складу функцій Фонду гарантування вкладів фізичних осіб (далі – Фонд) включено здійснення заходів щодо інформування громадськості про функціонування СГВ, захисту прав та охоронюваних законом інтересів вкладників, підвищення рівня фінансової грамотності населення [8]. Також даним Законом визначено порядок оприлюднення фінансової звітності Фонду та порядок інформування банками вкладників щодо участі банку у Фонді.

Крім того, Виконавчою дирекцією Фонду затверджене Положення про порядок інформування вкладників про систему гарантування вкладів фізичних осіб від 23.07.2012 № 210, яким встановлено порядок надання інформації вкладникам про особливості функціонування національної СГВ.

МЕТА І ЗАВДАННЯ ПРОГРАМИ ПО ІНФОРМУВАННЮ ГРОМАДСЬКОСТІ

Згідно з розробленим МАСД керівництвом [2] кінцевою метою програми по інформуванню громадськості є підвищення ефективності функціонування

СГВ. Поставлена мета досягається шляхом підвищення ефективності СГВ за рахунок формування прихильності, підвищення рівня поінформованості зацікавлених сторін та формування довіри громадськості до СГВ; посилення захисту споживачів.

Основними завданнями підрозділів установ – учасників СГВ, що є відповідальними за комунікації та поінформованість громадськості щодо функціонування СГВ є наступні [3, с. 390]:

- встановлення цільового рівня поінформованості громадськості про функціонування СГВ;
- передача точних та зрозумілих повідомлень про вигоди та обмеження СГВ;
- навчання цільових аудиторій;
- зростання споживчої довіри в банківській системі;
- створення і зміцнення іміджу бренду страховика депозитів для збільшення фінансової стабільності;
- отримання зворотного зв'язку від громадськості;
- використання необхідних каналів комунікації для різних цільових аудиторій, переробки повідомлення для кожної з категорій, залежно від їх знань та інтересів;
- детальне планування інформаційних кампаній, проведених страховиком депозитів;
- забезпечення стратегічних партнерств з іншими членами системи фінансової безпеки для проведення узгодженої кампанії з інформування громадськості;
- трансформація необізнаних споживачів на поінформованих споживачів, які розуміють специфіку депозитного ринку та можуть на нього впливати.

Досягнення поставлених завдань обумовлює потребу розробки відповідного механізму інформування громадськості про основні параметри СГВ (рис. 1).



Рисунок 1 – Механізм інформування громадськості щодо діяльності СГВ
Джерело: розроблено автором на основі [2]

СГВ є складовою частиною загальної системи фінансової безпеки країни, тому на глобальному рівні всі інститути-учасники даної системи несуть відповідальність за її інформаційну складову. Головними учасниками безпосередньо СГВ є Фонд, НБУ та банки, тому їх можна вважати основними суб'єктами механізму інформування громадськості щодо діяльності СГВ.

ЦІЛЬОВІ АУДИТОРІЇ

При дослідженні механізму інформування громадськості щодо діяльності СГВ особливої уваги потребує аналіз основних цільових аудиторій. Так, згідно з тлумаченням принципу 12 при розробці програми по інформуванню населення страховики вкладів повинні чітко визначити основні цільові аудиторії та їх підгрупи (наприклад, населення загалом, вкладники, банки-учасники та ін.) [6]. Після визначення цільових аудиторій для формування головних повідомлень та вибору інструментів комунікаційного впливу

необхідно сформувати ключові характеристики для кожної цільової аудиторії: різний підхід до оцінки ризиків, бар'єри, сприйняття та очікування тощо.

Згідно з розробленим МАСД керівництвом виокремлюють наступні цільові аудиторії для інформування громадськості про діяльність СГВ [2]:

- населення загалом та вкладники;
- інституційні власники депозитів;
- інститути-учасники;
- засоби масової інформації;
- законодавці та інші державні органи.

На нашу думку, даний перелік доцільно доповнити наступними цільовими аудиторіями: професійні асоціації та організації; вищі навчальні заклади.

В рамках окремих цільових аудиторій доцільно виокремити підгрупи залежно від різних класифікаційних ознак (рис. 2)



Рисунок 2 – Цільові аудиторії для інформування громадськості про основні параметри СГВ

Джерело: розроблено автором на основі [1, 2, 3, 4]

Найбільш масштабною за розмірами є цільова аудиторія, що включає в себе населення загалом та вкладників зокрема. Її чисельний розмір обумовлює потребу деталізації на підгрупи, що дасть змогу оцінити особливості і потреби кожної підгрупи. В основу розподілу пропонуємо покласти дві найбільш поширені класифікаційні ознаки: за віковою ознакою та за сферою діяльності.

Наступною цільовою аудиторією запропонованою МАСД є інституційні власники депозитів. Зазвичай їх не включають до цільових аудиторій з інформування громадськості, але їх можливість впливати на ліквідність

фінансового ринку та ринкову дисципліну обумовлює потребу їх включення в окрему цільову аудиторію.

Інституційні власники депозитів повинні оцінювати діяльність фінансових інститутів, які вони обирають для розміщення своїх коштів. Вони можуть впливати на політику фінансових інститутів шляхом розміщення депозитів в найменш ризикових інститутах, або диверсифікувати свої портфелі [2]. Таким чином, інституційні власники депозитів повинні бути обов'язково включені в окрему цільову аудиторію з інформування громадськості щодо СГВ.

Окремої уваги у складі цільових аудиторій потребує аналіз інститутів-учасників СГВ, адже вони є головним джерелом розповсюдження інформації серед інших цільових аудиторій. Суб'єктами СГВ законодавчо визначені: Фонд, Кабінет Міністрів України, Національний банк України, банки та вкладники [8]. Тому до складу даної цільової аудиторії пропонуємо включити НБУ та банки (Кабінет Міністрів України та вкладники включені в інші цільові аудиторії).

Інститути-учасники можуть бути найбільш ефективними партнерами Фонду для підвищення поінформованості двох важливих цільових груп: працівники фронт-офісів та вище керівництво банку. Працівники фронт-офісів щоденно спілкуються з вкладниками, тому від їх компетентності та обізнаності безпосередньо залежить рівень довіри вкладників до банківської системи. Вище керівництво співпрацює з корпоративними клієнтами, що дає змогу поширювати інформацію серед інституційних вкладників [2].

Особливу групу у складі цільових аудиторій складають засоби масової інформації, які одночасно є найбільш поширеними каналами розповсюдження інформації та окремими цільовими групами. Чітко організована постійна співпраця з різними засобами масової інформації є запорукою належного рівня поінформованості населення та інших цільових груп.

Також до складу цільових аудиторій по інформуванню громадськості про функціонування СГВ керівництвом МАСД запропоновано включити

законодавців та інші державні органи [2]. Законодавчі та інші органи державної влади повинні бути добре поінформовані про особливості функціонування різних СГВ, адже врахування міжнародного досвіду та характеристик вітчизняної СГВ дасть змогу підвищити ефективність її функціонування, захистити інтереси вкладників та держави загалом.

Окрім запропонованих МАСД цільових аудиторій ми пропонуємо також додати такі групи, як професійні асоціації та організації та вищі навчальні заклади.

Професійні асоціації та організації, які є авторитетними та визнаними (наприклад, Асоціація українських банків, Рада незалежних бухгалтерів та аудиторів, Спілка аудиторів України та ін.) можуть здійснювати вагомий вплив на думку їх учасників. Тому проведення спільних інформаційних заходів з даними організаціями може стати важливим напрямом розповсюдження інформації про СГВ.

Останню цільову аудиторію, яка повинна бути врахована при формуванні механізму розповсюдження інформації про СГВ, на нашу думку, повинні скласти навчальні заклади різних освітніх рівнів і спеціальностей. Дана цільова аудиторія може бути розподілена на декілька цільових груп залежно від рівня акредитації (технікуми, коледжі, інститути та ін.) та спеціалізації (навчальні заклади економічних спеціальностей та ін.). Розповсюдження інформації про СГВ серед студентів може стати фундаментом для підвищення рівня фінансової грамотності та підвищення довіри населення до банківської системи у довгостроковій перспективі.

ЗМІСТ ІНФОРМАЦІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ

Оскільки основною метою діяльності СГВ вкладів є захист інтересів вкладників та підвищення довіри населення до банківської системи, то зміст інформаційних повідомлень повинен сприяти досягненню даної мети. Крім того, для досягнення максимального ефекту від інформаційної компанії

інформація що розповсюджується повинна відповідати певним вимогам: зрозумілість, доступність, однозначне тлумачення, послідовність, логічність та лаконічність. Недоцільно розповсюджувати інформацію, що містить негативні повідомлення та може спричинити паніку серед вкладників.

Програма інформування населення про діяльність СГВ повинна містити наступну інформацію [7]:

- які фінансові інструменти потрапляють під захист СГВ;
- які фінансові інститути пропонують застраховані депозитні продукти і яким чином їх можна ідентифікувати;
- ліміти страхового відшкодування і потенційна можливість понести втрати за депозитами, що перевищують за розміром дані ліміти;
- процес виплати страхового відшкодування – яким чином, де і як вкладники можуть заявити свої вимоги і отримати відшкодування при настанні страхового випадку.

При організації інформаційних заходів для різних цільових аудиторій необхідно враховувати ряд факторів: демографічні фактори, рівень освіти та грамотності аудиторії, чисельність слухачів та ін. Врахування даних факторів дає змогу обрати оптимальну кількість та направленість інструментів інформаційного впливу. Особливості застосування Фондом основних інструментів інформаційного впливу наведені в табл. 1

Таблиця 1 – Особливості застосування Фондом основних інструментів інформаційного впливу (протягом 2013 р.)

№	Інструменти інформаційного впливу	Особливості застосування Фондом інструментів інформаційного впливу
1	Засоби масової інформації	Протягом 2013 року Фонд опублікував у офіційних засобах масової інформації, (зокрема, газетах «Голос України» та «Урядовий кур'єр») – 52 оголошення. Кількість публікацій у 2013 році в регіональних друкованих виданнях – більше 25 загальним тиражем у понад 500 000 примірників, виходів в ефір на радіо – близько 30 та на регіональному телебаченні – близько 70, в Інтернет-виданнях –

		більше 60 публікацій. У 2013 році Фонд активно співпрацював з інформаційними агентствами «Укрінформ», «Українські новини», «ЛІГАБізнесІнформ», телеканалами «1+1», «Інтер», «БТБ», «ТВі», «ЕРА», «Тоніс», «Рада», «Київ», «Перший національний».
2	Друковані матеріали	Фондом розроблені інформаційні брошури, що містять загальну інформацію про СГВ: умови гарантування, здійснення Фондом тимчасової адміністрації та ліквідації неплатоспроможних банків, відповіді на найбільш поширені питання про систему гарантування вкладів фізичних осіб та поради вкладникам у випадку визнання банку неплатоспроможним.
3	Сайти	Функціонує офіційний сайт Фонду, де розміщується та постійно оновлюється інформація про СГВ
4	Лекції та семінари	У 2013 році Фондом було організовано та проведено низку публічних дискусій за участю експертів, серії регіональних прес-клубів у та ін.
5	Знаки та логотипи	Фондом використовується власний логотип
6	Безкоштовні телефонні лінії	Важливою складовою інформування громадськості є надання відповідей на питання вкладників по телефону «Гарячої лінії». Упродовж 2013 року отримано понад 20 тис. телефонних звернень
7	Письмові звернення	Протягом 2013 року на адресу Фонду надійшло 5738 письмових звернень вкладників (опрацьовано та надано відповіді на 4335 звернень громадян).

Джерело: складено автором на основі [9]

Окрім наведених вище виділяють також інші інструменти інформаційного впливу:

- проведення дослідження поінформованості населення про СГВ;
- публікації статей у фахових виданнях;
- презентації на конференціях;
- організація ділових ігор (поширюється безкоштовно, наприклад, через Інтернет), що імітують поведінку споживачів банківських послуг (досвід Малайзії);
- виставка рекламних матеріалів діяльності Фонду (наприклад, такі, що проводяться щорічно МАСД) [3];
- використання реєстрів продуктів [2] (у зв'язку з існуванням великої кількості фінансових продуктів схожих на депозити, деякі страховики депозитів вимагають від учасників СГВ надавати реєстри продуктів,

щоб допомогти вкладникам розрізнити застраховані послуги від не застрахованих);

- розміщення публічної інформації на інформаційних дошках у приміщенні Фонду;
- надання інформації під час особистого прийому громадян [10].

БЮДЖЕТ ТА ПЕРІОДИЧНІСТЬ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КАМПАНІЇ

Застосування широкого спектру існуючих інструментів інформаційного впливу обмежується бюджетом програм по інформуванню громадськості, який також визначає періодичність та строки діяльності по інформуванню громадськості, що безпосередньо визначає бажаний рівень поінформованості цільових аудиторій та присутності в інформаційному полі.

Щодо періодичності, то всі рекомендаційні матеріали МАСД [2, 6, 7] свідчать про потребу розповсюдження інформації на постійній основі. Як мінімум бюджет повинен покривати витрати на розповсюдження річного звіту та навчальних матеріалів, обслуговування Інтернет сайту та безкоштовної телефонної лінії [2].

ПРОГРАМА ІНФОРМУВАННЯ НАСЕЛЕННЯ В ОСОБЛИВИХ СИТУАЦІЯХ

Однією із складових частин ефективної кампанії по інформуванню громадськості є обов'язкова наявність програми (стратегії) інформування населення в надзвичайних ситуаціях. Страхувальник депозитів повинен завчасно розробити програму інформування населення в надзвичайних ситуаціях, таких як банкрутство окремого банку, декількох банків та виникнення системної кризи [6]. МАСД надає рекомендації щодо розробки стратегії інформування населення при виникненні наступних ситуацій [2]: перехід до обмеженого страхового покриття; фінансові складнощі окремих банків; банкрутство інститутів-учасників; питання транскордонного характеру.

Перехід до обмеженого покриття та питання транскордонного характеру є неактуальними для вітчизняної СГВ, адже із самого початку функціонування

СГВ в Україні використовувалось обмежене покриття, а транскордонні зв'язки національною СГВ не передбачені. Втім, окрім існуючих випадків особливих ситуацій пропонуємо окремо розглянути порядок інформування населення у випадку недоступності вкладів в окремому регіоні, що може бути пов'язано зі стихійним лихом, військовими подіями або обумовлено іншими ситуаціями недоступності вкладів локального територіального характеру. В разі настання такого випадку необхідно поширювати інформацію про посилення безпеки роботи банків у проблемних регіонах, а також можливість отримати вклади в інших відділеннях банків.

Окрім зазначених вище інструментів інформаційного впливу, при виникненні особливих ситуацій можуть бути використані додаткові способи розповсюдження інформації: відрядження працівників Фонду до проблемного банку для роз'яснення ситуації вкладникам; відкриття додаткових телефонних ліній для відповідей на запитання; адресна розсилка листів вкладникам; випуск актуалізованих брошур тощо.

МОНІТОРИНГ І ОЦІНКА РІВНЯ ПОІНФОРМОВАНOSTI

Ефективною практикою для страхувальника є проведення регулярної незалежної оцінки рівня поінформованості [6]. Виділяють три способи (етапи) проведення оцінки ефективності інформаційної кампанії [5, с. 72]: оцінка обсягу виконаної роботи; оцінка рівня розуміння (усвідомлення) інформаційних повідомлень; оцінка змін у переконаннях та поведінці відповідної цільової аудиторії.

Найбільш розповсюдженим і простим способом оцінки ефективності інформування громадськості є використання показників обсягу виконаної роботи. Так, Фондом проводиться аналіз динаміки телефонних та письмових звернень, а також моніторинг інформації про Фонд у ЗМІ.

У 2013 році Фонд продовжував інформаційно-аналітичну діяльність на основі моніторингу інформації у ЗМІ, в тому числі проводився аналіз

зовнішньої інформації про банки-учасники Фонду та банківську систему в цілому (рис.3) [9].

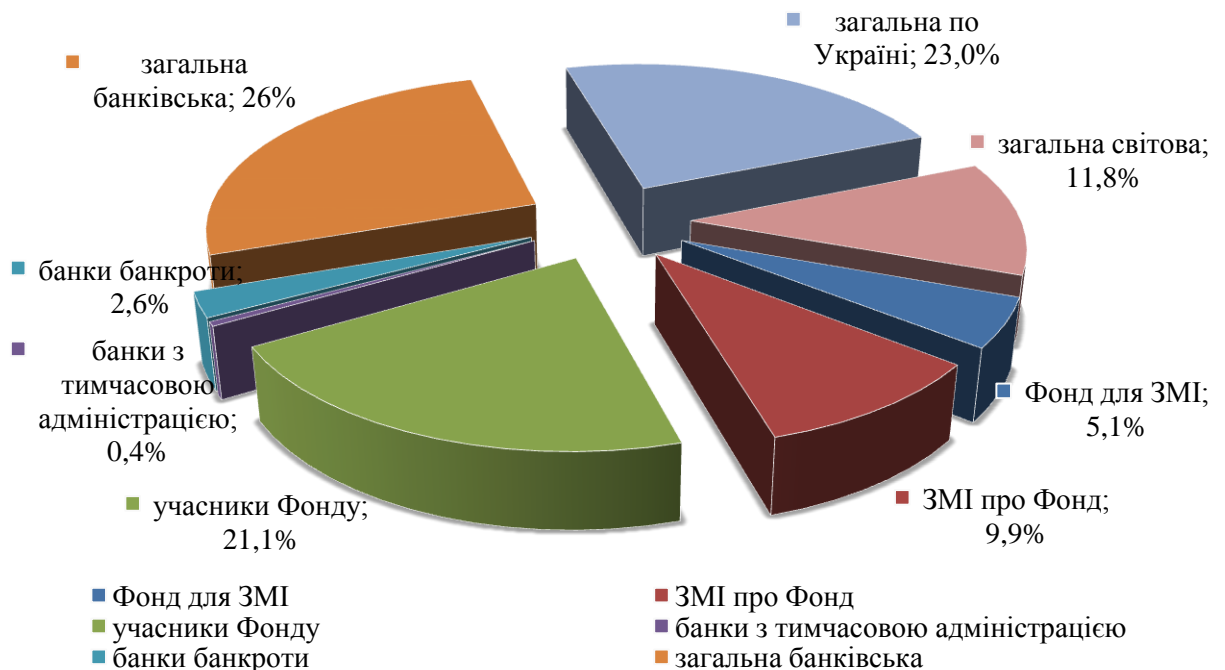


Рисунок 3. Структура проаналізованої Фондом інформації за 2013 рік
Джерело: [9]

Наступна група показників розуміння (усвідомлення) інформаційних повідомлень передбачає оцінку того, на скільки інформація донесена до цільової аудиторії та змінила рівень знань громадськості про СГВ. Найбільш практичним способом є проведення соціологічних опитувань до і після проведення інформаційних кампаній з подальшим порівнянням різниці рівня поінформованості громадськості.

Найбільш складно оцінити рівень впливу (зміни у поведінці), адже вплив програми по інформуванні населення на поведінку вкладників дуже складно визначити у короткостроковому періоді та під час фінансової стабільності.

Для страховиків депозитів є досить поширеною практикою використання послуг сторонніх організацій для проведення оцінки ефективності

інформаційної діяльності (Наприклад, Канада, Угорщина, Мексика, Тайвань, США) [2].

ВИСНОВКИ

Сучасний розвиток суспільства характеризується постійним підвищенням значення інформації, її розповсюдженням та аналізом напрямів її використання. Особливу роль відіграє інформація у фінансовому секторі, де від її направленості, своєчасності та якості залежить динаміка формування фінансових ресурсів, стабільність та стійкість фінансових установ. Крім того, впровадження та використання сучасних інформаційних підходів та механізмів у сфері гарантування вкладів дозволяє досягти синергетичний ефект, коли переваги отримують всі учасники: банки отримують стабільні фінансові ресурси, вкладники – додаткові джерела доходів від розміщення своїх заощаджень, держава – динамічний розвиток фінансового сектору.

Отже, проведений аналіз літературних джерел та світового досвіду дозволяє сформувати наступні фактори, що підвищують ефективність програми по інформуванню громадськості щодо функціонування СГВ:

- достатній рівень фінансування інформаційних кампаній;
- чітка постановка мети і завдань програми по інформуванню громадськості;
- планування інформаційної програми з використанням сценарного підходу (у звичайних умовах та в особливих ситуаціях);
- формування цільових аудиторій та цільових груп;
- вибір найбільш прийнятних інструментів інформаційного впливу;
- організація співпраці в інформаційному полі між всіма учасниками системи фінансової безпеки країни;
- постійне проведення моніторингу та оцінки ефективності інформаційної програми.

Література

1. *Bartiloro L. Is your money safe? What Italians know about deposit*

insurance / Laura Bartiloro // Questioni di Economia e Finanza. Occasional papers. Number 104 – October 2011. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/econo/quest_ecofin_2/QF_104/QEF_104.pdf. Назва з екрану.

2. *Public Awareness of Deposit Insurance Systems. Guidance Paper. 6 May 2009. Prepared by the Research and Guidance Committee International Association of Deposit Insurers. [Електронний ресурс] – Режим доступу : [iadi.org/docs/Public Awareness...6_May_2009.pdf](http://www.iadi.org/docs/Public_Awareness...6_May_2009.pdf). Назва з екрану.*

3. *Sandulescu N. E. Public Information - Requirement of Deposit Guarantee Schemes / Nadia Elena Sandulescu // Review of International Comparative Management. - Volume 13, Issue 3, July 2012. – p. 387-393.*

4. *Straeter N., Cornelissen M., Pfingsten A., “Deposit insurance: an empirical study of private investors’ knowledge and perception”, Deutsche Gesellschaft für Finanzwirtschaft (2008). [Електронний ресурс] – Режим доступу : [dgf2008.de/content/paper/DGF.pdf](http://www.dgf2008.de/content/paper/DGF.pdf). Назва з екрану.*

5. *Організація та проведення соціальної рекламної інформаційної кампанії : Метод. посібник / Авторський колектив: Т.А. Марочко, Є.В. Ромат, А.Л.Стрелковська, Т.В. Хімченко - К.: Фенікс, 2007. – 107 с.*

6. *Основопологающие принципы для эффективных систем гарантирования депозитов [Электронный ресурс] : Базельский комитет по банковскому надзору. Международная ассоциация страховщиков депозитов. Июнь 2009 г. – Режим доступа : http://www.iadi.org/docs/Russian_IADI_BCBS_Core_Principles.pdf. - Название с экрана.*

7. *Основопологающие принципы для эффективных систем гарантирования депозитов. Методология оценки [Электронный ресурс] : Базельский комитет по банковскому надзору. Международная ассоциация страховщиков депозитов. Декабрь 2010 г. – Режим доступа : http://www.asv.org.ru/documents_&_analytik/analytik/international/214876/ -*

Название с экрана.

8. *Про систему гарантування вкладів фізичних осіб [Електронний ресурс] : Закон України від 23.02.2012 р. № 4452-VI. – Режим доступу : <http://www.fg.org.ua/legislation/>. – Назва з екрану.*

9. *Річний звіт Фонду за 2013 рік [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Фонду гарантування вкладів фізичних осіб. – Режим доступу : <http://www.fg.gov.ua/about/report/> – Назва з екрану.*

10. *Фонд гарантування вкладів фізичних осіб [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Фонду гарантування вкладів фізичних осіб. – Режим доступу : fg.gov.ua. – Назва з екрану.*

11. *Щодо схем гарантування депозитів [Електронний ресурс] Директива 94/19/ЄС Європейського Парламенту і Ради від 30 травня 1994 року – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/994_275. Назва з екрану.*