

*В.А. Муштай, канд. екон. наук, доц.,
О.В. Шумкова, канд. екон. наук, доц.,
Сумський національний аграрний університет*

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ ІЗ ВДОСКОНАЛЕННЯ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВ НЕВИРОБНИЧОЇ СФЕРИ ІЗ СПОЖИВАЧАМИ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

У статті показано, що порівняно з іншими товарами та послугами, визначення і зіставлення якості різних банківських послуг вимагають від споживача досить високої економічної культури. Необхідність і залежність банківської діяльності від довіри клієнтів, а також існуючі особливості банківської конкуренції накладають суттєвий відбиток на інструментарій банківського маркетингу.

Ключові слова: банківська послуга, клієнт банку, відсоткова ставка, кредит, банківська конкуренція, клієнт-банк, інтернет-банкінг.

Постановка проблеми. Специфіка банківського маркетингу пов'язана з особливостями банківських послуг. Договірний характер банківських послуг зумовлює необхідність роз'яснення клієнтові їх змісту. Порівняно з іншими товарами та послугами визначення і зіставлення якості різних банківських послуг вимагають від споживача досить високої економічної культури. Необхідність і залежність банківської діяльності від довіри клієнтів, а також існуючі особливості банківської конкуренції накладають суттєвий відбиток на інструментарій банківського маркетингу. У зв'язку з цим головними факторами, що зумовлюють необхідність застосування маркетингової діяльності в банках, є такі: посилення конкуренції в банківській системі як в сфері залучення засобів, так і в сфері надання кредитних послуг, обмеження цінової конкуренції на ринку банківських продуктів, що пов'язані з державним регулюванням; розвиток інформаційних технологій і засобів комунікацій на базі сучасної техніки; диверсифікація банківської індустрії, інтернаціоналізація економічних процесів, що супроводжується проникненням банків на зарубіжні ринки та їх конкуренцією з місцевими банками, глобалізація банківської конкуренції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі питання щодо визначення перспективних напрямків із вдосконалення роботи банківських установ висвітлені в роботах М. Зайнуліна, Н. Меджибовської, М. Мрочко, А.І. Остапець, А.В. Остапець, Г. Фетисова та інших.

Зокрема, в роботах Г. Фетисова розглядаються проблеми формування та зміцнення стійкості банківської системи, визначається роль банківського нагляду в забезпеченні стійкості банківської системи України.

Мета дослідження – встановлення рівня конкурентних позицій та розробка стратегій щодо поліпшення банківської діяльності для розширення споживчого ринку та збільшення прибутковості банківської установи.

Виклад основного матеріалу. Для залучення вкладників в умовах конкуренції комерційних банків філією ВАТ КБ “Надра” Сумського РУ “Слобожанщина” використовується відповідна відсоткова політика, яка спрямована на залучення (протягом тривалого часу) коштів підприємств різних форм власності. Використання відсоткової політики в маркетингу, зокрема, встановлення і регулювання відсоткових ставок, здійснюється з одночасним регулюванням відсоткових ставок за користування підприємствами й організаціями кредитом. Завдання маркетингу в цих умовах полягає у вивченні попиту на кредит, що неможливо без аналізу фінансового становища кожного підприємства, клієнта, визначення сфер найбільш активного вкладання позичкових коштів, удосконалення якості кредитного обслуговування клієнтури.

Динаміка клієнтів банку за розрахунками наведена в табл. 1.

Таблиця 1

Розподіл послуг за видами клієнтів

Послуга	2005 р.		2006 р.		2006 до 2005 р., %	
	Загальна кількість		Загальна кількість		Загальна кількість	
	фізичні особи	юридичні особи	фізичні особи	юридичні особи	фізичні особи	юридичні особи
Кредити, в тому числі: кредитні лінії	231	76	419	104	196,71	136,84
Депозити	478	34	513	52	107,32	106,76
Всього	634	110	932	156	147,00	141,82

Виходячи з даних таблиці 1 можемо констатувати, що загалом грошові потоки, спрямовані на обслуговування клієнтів, значно зросли. Позитивним є як збільшення обсягу виданих кредитів, так і депозитних вкладів клієнтів банку. Так, обсяг виданих кредитів фізичним особам зріс на 96,71 %, а юридичним – на 36,84 % у 2006 році в порівнянні з 2005 роком відповідно. Спостерігається незначне зростання депозитних вкладів як від фізичних, так і від юридичних осіб – на 7,32 і 6,76 % відповідно. Ситуацію, яка склалася, можна аргументувати нестабільною політичною ситуацією в країні на той час. Люди, звичайно, не наважувалися віддавати свої гроші в чужі руки, навіть і під відсотки.

Ще однією особливістю маркетингової політики, особливо в останні роки, є так званий “перехресний продаж”, який спрямований на те, щоб перетворити випадкового клієнта в постійного, спонукати кожного клієнта придбати якомога більшу кількість послуг.

Важливим напрямком товарної політики філії ВАТ КБ “Надра” Сумського РУ “Слобожанщина” є саме розробка банківських продуктів. Необхідно розрізняти три ситуації: вдосконалення існуючого продукту

(послуги); розробку та впровадження нового для банку, але відомого на ринку продукту; розробку нового для ринку продукту.

У найпростішому випадку “новизна” може полягати в зміні назви існуючого продукту. Практика показує, що вдосконалення вже запропонованого продукту, як правило, є найкращим способом модернізації продуктового ряду банку. При цьому вдається уникнути ризику неприйняття продукту ринком, а також видатків, пов’язаних із розробкою продукту, з надто дорогим упровадженням його на ринку. Звичайно, вдосконалення дає змогу підвищити доходи банку без втрати своєї частки на ринку. Розробка нового продукту – найбільш трудомісткий варіант, проте це обіцяє вирішальну конкурентну перевагу. Якщо продукт відповідає сформованим потребам клієнтів, то можливе одержання наддоходу (“знімання вершків”). Новий продукт може й не принести банкові доходів, але сприятиме нарощуванню технологічного потенціалу як складової частини “сили банку”.

Стосовно комунікаційної політики банку слід зазначити, що найважливішими її інструментами є такі: особистий продаж, реклама, стимулювання збуту, робота з громадськістю (Public Relations).

Найважливішою стадією особистого продажу є презентація пропонованого продукту. Від характеру, способу і результату представлення банківського продукту (послуги) багато в чому залежить його імідж, відношення до нього клієнта, його остаточне рішення щодо даного продукту.

У діяльності філії ВАТ КБ “Надра” Сумського РУ “Слобожанщина” банку використовуються і неособисті комунікації, основним засобом яких є реклама. Основні функції банківської реклами:

- завоювати довіру клієнта до банку;
- поінформувати його про асортимент послуг;
- переконати в перевагах рекламованих послуг;
- спонукати клієнта придбати саме дану послугу й у даному банку.

Форми реклами дуже різноманітні. Особливе значення має класифікація форм реклами з урахуванням особливостей рекламованих об’єктів. Залежно від цього розрізняють рекламу банківського продукту (проводиться з метою ознайомлення клієнтів із новими послугами) та банку (спрямована не на збут конкретної послуги, а на звернення уваги споживачів на банк).

У процесі ринкової взаємодії контрагенти ринку – виробники, посередники, споживачі – вступають у різні відносини, результатом яких можуть бути не тільки дії, пов’язані з матеріальними відносинами, але і комплекс операцій, що супроводжують ці взаємозв’язки, опосередковані різного роду послугами.

Для виявлення перспективних напрямків вдосконалення діючої системи “клієнт-банк” насамперед необхідно встановити недоліки системи, тобто проблеми, що виникають у клієнтів банку при роботі з системою.

Основним джерелом інформації в даному випадку можуть стати насамперед скарги тих, хто безпосередньо працює з системою, – клієнтів банку. Потрібно віддати належне роботі менеджерів ВАТ КБ “Надра” (Сумське

регіональне управління “Слобожанщина”). Адже вони намагаються віднайти недоліки в роботі системи на стадії зауважень, не доводячи ситуації до скандальних. На основі отриманої інформації про труднощі, з якими зіштовхуються працівники підприємств або звичайні фізичні особи, що обслуговуються у ВАТ КБ “Надра” (Сумське регіональне управління “Слобожанщина”), та додаткові параметри, які клієнти хотіли б бачити в системі, формується своєрідна “книга відгуків та пропозицій”, що при першій же можливості передається до Північного міжрегіонального управління, що знаходиться в місті Харкові, або ж до Головного банку в м. Київ для оброблення програмістами відділу автоматизації, що приймають рішення про можливість внесення тих чи інших змін та вдосконалень шляхом коригування комп’ютерної програми.

Такий двосторонній обмін думками та технологічними засобами між банком та клієнтом дозволив накопичити певні дані про потреби клієнтів, що не можуть бути задоволені лише шляхом внесення змін до системи “клієнт-банк” на програмному рівні.

Отже, серед основних проблем, що виникають у клієнтів в процесі використання системи “клієнт-банк”, є такі:

- необхідність присутності обох осіб, що повинні підписати платіжний документ (найпоширеніша ситуація: особи – директор та головний бухгалтер), в одному місці – разом з комп’ютером, на який встановлено програмне забезпечення. Керівництво компанії, що має право підпису, для оперативного відправлення платежу повинно не покидати свого робочого місця, а в наш час високої ділової активності – це практично неможливо;
- відсутність власності на програмне забезпечення, що встановлюється клієнту. Програмне забезпечення не передається клієнту, а лише встановлюється на його комп’ютер із передачею електронного підпису клієнта. Це є елементом залежності від працівника банку;
- відсутність мобільності використання системи. Програмне забезпечення встановлюється на один-два комп’ютери клієнта. Це створює обмеження з використання системи через ноутбуки, комп’ютери, що знаходяться в іншому офісі компанії. Особливо це створює проблеми для великих підприємств, керівництво яких часто виїжджає у відрядження, в тому числі за межі країни. Такий від’їзд паралізує роботу фірми з банком. Найчастіше в таких випадках використовують передачу дискети з електронним підписом іншій особі компанії, але такий вихід дуже небезпечний, адже фактично веде до ризику легітимного підписання документів з шахрайською метою;
- можливість конфлікту програмного забезпечення системи “клієнт-банк” з іншими системами програмного забезпечення. Система “клієнт-банк” розробляється найчастіше під стандартне програмне забезпечення комп’ютера, не враховуючи особливості набору програм кожного клієнта, що може ускладнити роботу кожної з програм або взагалі вивести їх із робочого стану.

Як бачимо, перелік даних труднощів не можна вирішити шляхом вдосконалення діючої системи “клієнт-банк”, адже вони полягають у функціональних особливостях системи як такої.

Вирішення даних питань полягає, на нашу думку, у впровадженні системи віддаленого доступу інтернет-банкінг. Аналоги системи вже певний час займають провідне місце у світовій практиці високорозвинених країн Заходу. Основною ідеєю проекту є проведення електронного документообігу через Всесвітню мережу Інтернет.

Вивчивши моделі, що працюють на міжнародному банківському та національному ринках, нами було сконцентровано в запропонованій системі найкращі елементи кожної із систем, що й пропонуються на розгляд.

Вважаємо, що ВАТ КБ “Надра” доречно запропонувати своїм клієнтам систему інтернет-банкінг, що забезпечить повноцінний банківський сервіс у режимі реального часу, захищений доступ із будь-якої точки планети до довідкової і фінансової інформації про рахунки в банку, можливість працювати з платіжними документами, відправляти їх через Інтернет у банк, одержувати виписки з банку по рахунках за визначений період часу і ряд інших банківських послуг.

В основу системи інтернет-банкінг пропонуємо покласти технологію “thin client”, що не потребує встановлення спеціалізованого програмного забезпечення на комп’ютер клієнта банку і формування на ньому яких-небудь даних, що забезпечує мобільність системи. На сьогоднішній день в Україні “thin client” не використовувався жодним банком і є перевагою лише закордонних банків та користується задоволеними відгуками клієнтів. Використовуючи інтернет-банкінг, клієнт одержує доступ до своїх рахунків із будь-якого комп’ютера, залученого до мережі Інтернет. Таким чином, при роботі із системою клієнт не прив’язаний до якогось одного комп’ютера і має можливість безупинно одержувати необхідну фінансову інформацію і проводити усі операції, передбачені в меню системи інтернет-банкінг, зокрема здійснювати платежі, знаходячись в офісі, удома, у відрядженні або на відпочинку. При цьому не має значення, в якій філії або відділенні ВАТ КБ “Надра” (Сумське регіональне управління “Слобожанщина”) відкриті рахунки клієнта. Клієнти системи інтернет-банкінг мають доступ до банківських фінансових ресурсів і одержують актуальну інформацію в будь-який час дня, у будь-який день тижня.

Інтернет-банкінг є системою простою та зручною: робота має вестися зі звичним інтерфейсом інтернет-браузера; буде відсутня проблема цілості локальних даних клієнта при виході з ладу або заміні комп’ютера, переустановленні операційної системи та ін.

Інтернет-банкінг дозволить клієнту переглядати інформацію про поточний стан рахунків, зокрема карткових, поточним оборотом, одержувати виписки з рахунків, приймати, виконувати і відмінити платежі, перераховувати засоби з поточного рахунку на картковий, вносити пластикову карту в STOP-лист, спрямовувати заявки на пошук сум надходжень по системі Western Union і одержувати інформацію про

надходження сум, одержувати за заявою інформацію про надходження коштів на рахунок, довідкові дані і копії документів.

Система передбачає можливість спілкування з менеджером-операціоністом банку в режимі реального часу і ведення оперативного обміну повідомленнями з банком і іншими користувачами системи інтернет-банкінг, переглядати курси валют НБУ.

У системі передбачається архів, із якого клієнт зможе використати будь-які дані на вказану ним дату. Система має містити функцію пошуку документів за заданими клієнтом реквізитами. Як додаткову можливість інтернет-банкінг дозволить заповнювати форму для оцінки кредитоспроможності клієнта (на загальнодоступному веб-сайті ВАТ КБ “Надра” (Сумське регіональне управління “Слобожанщина”), а також одержати інформацію про діючі умови депозитів і кредитування.

Максимально високу безпеку проведення фінансових операцій у системі інтернет-банкінг забезпечить сертифікація Службою безпеки України системи захисту електронного документообігу. Забезпечення безпеки без втрати мобільності системи буде досягатися шляхом застосування декількох технологій: для шифрування обміну даними використовуватиметься протокол SSL-3, що на сьогоднішній день є стандартом де-факто у фінансових інтернет-додатках; для гарантованого підключення клієнта цілеспрямовано до web-сервера ВАТ КБ “Надра” (Сумське регіональне управління “Слобожанщина”) буде застосована технологія привселюдних сертифікатів X. 509; ідентифікація при вході в систему провадиться по імені і паролю клієнта, отриманим ним у банку при реєстрації; в системі працюватиме механізм електронного підпису, що вилучає можливість передачі іншими особами документів від імені клієнта, а також підробки і зміни вже підписаного документа, що дозволяє однозначно довести авторство документів.

Впровадження системи у всіх відділеннях дозволить охопити майже всю територію України. Таким чином, великі корпоративні клієнти банку одержать можливість здійснювати контроль фінансового стану дочірніх підприємств і філій. При цьому контроль може здійснюватися як у вигляді перегляду стану рахунків, так і використання іншого підпису, що може накладатися безпосередньо з центрального офісу підприємства.

Впровадження такої системи для банку, безперечно, буде великим кроком уперед – показником використання у своїй діяльності високих технологій заради задоволення потреб його клієнтів. Це означає прихильність з боку клієнтів до банківської структури, бо використання складних технологічних новинок є ознакою високого професіоналізму як працівників сектора комп’ютерних технологій, що можуть забезпечувати компанії захист та функціональність системи одночасно; професіоналізм менеджерського складу, що вміє прислухатись до потреб клієнтів; та професіоналізм керівництва банку, що не стоїть на місці, а прагне до розширення банківських послуг, якомога ширшого задоволення потреб клієнтів.

Впровадження даної системи дозволяє уникнути всіх названих нами проблем, що виникають у стандартній системі “клієнт-банк”. Перелік операцій, які можна виконувати за допомогою системи інтернет-банкінг, у світовій практиці вражає.

Пропонуємо визначити такий перелік операцій, за допомогою яких в системі інтернет-банкінг, клієнт ВАТ КБ “Надра” (Сумське регіональне управління “Слобожанщина”) зможе виконувати:

- контроль рахунків та проведення платежів, накладання підпису на підготовлені платіжні документи клієнтом, незалежно від його місцезнаходження філії, в якій відкрито рахунки;
- зручну роботу для клієнта, незалежно від кількості рахунків та їх приналежності;
- перегляд поточного стану рахунків клієнтів у реальному масштабі часу;
- контроль проходження платіжних документів за рахунками клієнта в поточний операційний день в реальному масштабі часу;
- перегляд стану рахунків та проведених документів за архівну дату;
- формування виписки по групі рахунків на поточний момент часу;
- формування виписки за вибраним рахунком на поточний момент часу;
- формування виписки по групі рахунків за архівну дату;
- перегляд та друк платіжних документів;
- пошук документів по будь-якому реквізиту;
- проведення оперативного обміну повідомленнями з банком і між клієнтами – учасниками системи;
- перегляд курсів валют Національного банку України;
- перегляд стану карткових рахунків;
- перегляд стану платіжних карт;
- постановку платіжної карти до стоп-листа;
- подачу запитів та перегляд результатів пошуку переказів за системою Western Union;
- оформити заявку на кредит;
- скласти платіжні доручення на основі порожнього бланка;
- набір платіжних доручень на основі шаблону;
- набір платіжних доручень на основі вже проведеного документа;
- складання шаблонів платіжних доручень;
- редагування шаблонів платіжних доручень;
- накладання на платіжний документ роздільних підписів першої та другої осіб;
- контроль проходження етапів обробки документа як стороною клієнта, так і всередині банку;
- перегляд платіжних документів відправлених кореспонденту;
- перегляд платіжних документів, що не пройшли контроль операціоніста;
- подачу заяви на отримання і доставку електронних копій конфіденційних документів в будь-якому форматі.

Крім того, в рамках системи може бути організована підсистема надання та перегляду документів звітності для керівництва банку та акціонерів, що дозволить оперативно впливати на ситуацію в банку та мати великий ступінь контролю за банківськими операціями.

Ще одним позитивним моментом від впровадження системи інтернет-банкінгу є зручність для роботи іноземних компаній. Справа в тому, що в більшості компаній, які було створено іноземцями, власники хочуть мати абсолютний контроль над платежами, що приходять з фірми. Раніше такий контроль дозволяли здійснювати банки з іноземним капіталом на кшталт “Сіті Банк (Україна)”, “РайффайзенБанк (Україна)”, “ОТР Банк (Україна)” тощо. Вони могли надавати таку послугу через розвиненість своєї мережі у світі. Так, з банком підписується договір, що платежі можуть бути відправлені лише після їх підтвердження головним офісом компанії, що знаходиться за кордоном. При надходженні платежу, наприклад, “Сіті Банк (Україна)” робить запит до “Сіті Банку” країни, де знаходиться головний офіс компанії, ті, в свою чергу, переправляють запит до офісу компанії і отримують підтвердження або відхилення платежу, після чого дана інформація передається в “Сіті Банк (Україна)”. Такий документообіг займає до п’яти годин. Враховуючи те, що іноземні банки приймають платежі поточним операційним днем максимум до 16:00, іноді виникають проблеми з платежами.

Рішення на основі інтернет-банкінгу зацікавило іноземців, оскільки при підписанні договору один електронний підпис отримує керівник компанії – іноземець, а отже, отримує повний контроль над станом рахунку та платежами за ним. Українська сторона (наприклад головний бухгалтер) готує платіжний документ і підписує власним електронним підписом, після чого з’єднується з керівником за кордоном і просить його підтвердити платіж. Той в свою чергу заходить на Інтернет-сайт ВАТ КБ “Надра” (Сумське регіональне управління “Слобожанщина”) і бачить введений платіж, після чого підписує власним електронним підписом. Лише після цього платіж переправляється контрагенту.

Не секрет, що саме іноземні компанії мають великі обороти коштів та залишки на рахунках. Є надія, що впровадження системи інтернет-банкінг зможе привернути ці компанії до українського банку, відібравши клієнтів в іноземних банків (особливо враховуючи різницю в платні за послуги).

Висновки та перспективи подальших досліджень. Щодо економічної обґрунтованості проекту, то ми вважаємо, що його не можна розглядати як відокремлений проект із власною самокупністю, скоріш за все, варто було б розглядати його як іміджевий, як перспективу до розширення клієнтської бази, що вже, безумовно, призведе до отримання додаткових (можливо дуже великих – за умови привернення уваги іноземних компаній) доходів від інших банківських операцій. Одночасно ефект також буде від зменшення кількості клієнтів, що мають відвідувати банк, а отже, зменшення навантаження на операціоністів. Відпаде необхідність виїзду до клієнта для встановлення системи – так було зі стандартною системою “клієнт-банк”.

Щодо витрат, то до них можна віднести витрати на розробку та впровадження системи. На нашу думку, такі роботи ВАТ КБ “Надра” (Сумське регіональне управління “Слобожанщина”) в змозі виконати власними силами за рахунок висококласних спеціалістів та розвинутих мереж зв’язку. Ці витрати є одноразовими і не дуже значними в структурі витрат комерційного банку. Витрати на обслуговування системи спеціалістами будуть компенсовані за рахунок зменшення обсягу робіт і вивільнення часу у працівників, що займаються обслуговуванням системи “клієнт-банк”. Додаткових витрат по каналах зв’язку банк не понесе, оскільки банком для поширення у мережі Інтернет свого сайту використовується високопотужний виділений канал, що завантажений далеко не на половину, а навіть менше.

Тим більше інформація, що передається по системі Інтернет-банкінг, носить в основному текстовий характер, а отже, і невеликий обсяг, що не надто навантажить систему.

Зате перспективи збільшення пасивів банку носять значний характер, що призведе до значного збільшення доходів вже за рахунок підвищення розміщення коштів у активні операції, не кажучи про дохід від додаткових операцій, що будуть використовуватись новими клієнтами.

Поряд із мобільністю, високою функціональністю, доступністю і безпекою, інтернет-банкінг є перспективним банківським продуктом. У системі передбачене необмежене розширення переліку банківських послуг і удосконалення сервісу для корпоративних клієнтів і приватних осіб, наданих через мережу Інтернет.

Список літератури

1. Банківські операції [Текст] : підручник / під ред. Мороза А. М. – К. : КНЕУ, 2000. – 384 с.
2. Брегеда О. Місце банківських послуг в інтернет-просторі України [Текст] / О. Брегеда // Вісник НБУ. – 2006. – № 6. – С. 23-25.
3. Васюренко О. В. Банківські операції [Текст] : навч. посібн. / О. В. Васюренко. – К. : Знання, КОО, 2000. – 243 с.
4. Зайнулин М. Перспективы внедрения Интернет-банкинга [Текст] / М. Зайнулин // Банковские технологии. – 2005. – № 7-8. – С. 54-60.
5. Кривенс Д. Стратегический маркетинг [Текст] / Д. Кривенс. – 6-е изд. – Москва – Санкт-Петербург. – К. : Вильямс, 2003. – 744 с.
6. Лук’янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій [Текст] : навч.-метод. посібник для сам. вивч. дисц. / Т. І. Лук’янець. – К. : КНЕУ, 2002. – 272 с.
7. Меджибовська Н. Банківські послуги та Інтернет [Текст] / Н. Меджибовська // Банківська справа. – 2001. – № 5. – С. 41-43.
8. Мрочко М. Розвиток банківських послуг у всесвітній мережі Інтернет [Текст] / М. Мрочко, Т. Павлів // Фінанси України. – 2001. – № 9. – С. 131-135.
9. Остапець А. І. Банківська система України: стан і проблеми розвитку [Текст] / А. І. Остапець, А. В. Остапець // Фінанси України. – 2000. – № 18. – С. 114-117.
10. Фетисов Г. Г. Организационные аспекты формирования устойчивой банковской системы [Текст] / Г. Г. Фетисов, Ю. Н. Юденков // Деньги и кредит. – 2002. – № 8. – С. 32-38.

Summary

Contractual feature of banking services causes necessity to explain a client its matter. Compared with another goods and services, definition and comparison of different banking services quality demand from a client sufficiently high economic culture.

Отримано 27.06.2008

Муштай, В.А. Перспективні напрямки з вдосконалення роботи підприємств невиробничої сфери із споживачами банківських послуг [Текст] / В.А. Муштай, О.В. Шумкова // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: збірник наукових праць. – Суми: УАБС НБУ, 2008. – Вип.23. - С. 104-115.