

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СУТНОСТІ РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ ТА ПОСЛУГ

***Анотація.** У статті досліджено теоретичні основи понять “банківський продукт” і “банківська послуга”. Проведено всебічне наукове обґрунтування сутності ринку банківських продуктів та послуг, визначено його особливості.*

Ключові слова: Банківський продукт, банківська послуга, ринок банківських продуктів та послуг, банківська система

Ugnivenko R.

THEORETICAL ASPECTS OF THE ESSENCE OF BANK PRODUCT AND SERVICES MARKET

***Summary.** This article studies the theoretical basics of such notions as the “bank product” and “bank services”. The profound scientific reasoning of the essence of bank product and services market is carried out; its special features are defined.*

Keywords: Bank product, bank services, bank product and services market, bank system

1. Вступ

Важливою та невід’ємною складовою сучасної ринкової економіки є ринок банківських продуктів та послуг, оскільки процес економічного зростання країни залежить від динамічного розвитку та модернізації цього ринку. Необхідність дослідження суті ринку банківських продуктів і послуг полягає в пошуку науково-практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності діяльності окремого банку та банківської системи в цілому.

Варто зазначити, що сучасні банки виступають в ролі основних посередників у перерозподілі капіталів, грошових коштів та є головною складовою процесу економічного зростання економіки країни. Умови зростаючої конкуренції в банківському секторі диктують необхідність в розробці нових та гнучких фінансових стратегій, розвитку нових сегментів ринку банківських продуктів та послуг, пошук нових послуг та методів обслуговування, забезпечення зростання попиту на вже існуючі та нові банківські послуги, а також створення нових банківських продуктів та успішне їх впровадження на ринок.

Визначенням сутності банківських продуктів та послуг, проблематикою розвитку та функціонування ринку банківських продуктів та послуг сьогодні займаються багато вчених та економістів, проте ці питання не є повністю вивченими сучасними науковцями, адже цей ринок в кожній країні світу має свої особливості існування. В науковому середовищі популярність здобули праці таких зарубіжних та вітчизняних економістів серед яких: Армстронг Г., Брегада О. А., Брю С. Л., Головач А. В., Дзюблюк О. В., Діденко І.С., Котлер Ф., Лаврушина О. І., Люзняк М. Е., Лютий І. О., Макконнелл К. Р., Мороз А. М., Нікітін А.В., Павленко Р. В., Перехо-

жев В. А., Романенко Л. Ф., Ткачук В. О., Ходаківська В.П. та інші.

2. Аналіз понять “банківський продукт” та “банківська послуга”

В різноманітних економічних джерелах інформації існують різні тлумачення банківського продукту, під яким розуміється банківська послуга або операція, яку провела банківська установа, проте існують й інші погляди на банківські продукти та послуги.

Так, Павленко Р. В. стверджує, що банківський продукт, як основа банківської послуги, може відіграти роль ключового аспекту для соціально-економічного розвитку регіону (в якому він запроваджується), основу при визначенні допустимого рівня ризику та фундаментальне для побудови взаємовигідних відносин з цільовою аудиторією. Потрібно врахувати, що запровадження нових банківських продуктів, адаптованих під специфіку економіки різних регіонів країни дозволить створити більш сприятливі умови для співпраці банківської установи з його клієнтами [12].

В. М. Кочетков та А. В. Нікітін пропонують наступне визначення банківського продукту – це здійснення комерційним банком певних дій в інтересах клієнтів [8, с.66]. Проте варто зазначити, що цей термін має досить широке значення, адже він має відношення як і до банківської операції, так і до банківської послуги.

Л. Ф. Романенко зазначає, що банківський продукт – це однорідні послуги, надані клієнтам на ринку банківських послуг і об’єднані за певними ознаками [14].

В. В. Кисельов під банківським продуктом розуміє будь-яку банківську послугу або операцію, яку здійснив банк [8, с.66].

На думку М. Е. Люзьяк, Н. О. Стефанчук банківський продукт – це невід’ємна складова діяльності банків, основним завданням якої є задоволення потреб потенційних та реальних клієнтів, а також надання можливості банкам забезпечити максимальні доходи через реалізацію таких продуктів на ринку [8, с. 67].

Ткачук В.О. вважає, що банківський продукт виступає результатом діяльності комерційного банку на фінансовому ринку, що виражається у формі створених грошей та послуг, які надаються клієнтам за певну плату, а також певних дій, котрі спрямовані на підвищення ефективності і вдосконалення роботи банку [17, с.92].

Лаврушина О. І. зазначає, що банківський продукт – це конкретний спосіб, яким банк надає або готовий надавати ту чи іншу послугу яка необхідна його клієнтові, тобто впорядкований, внутрішньо погоджений і, як правило, документально оформлений комплекс взаємозалежних організаційних, фінансових, юридичних та інших дій, що становлять цілісний регламент взаємодії співробітників банку щодо кожного його клієнта, єдиного й завершеного технологію клієнтського обслуговування [7, с. 210].

Перехожев В. А. під банківським продуктом розуміє те, що клієнт насправді набуває у банку [13, с.30]. Тут варто зазначити, що таке пояснення банківського продукту є більш конкретним. Так, наприклад, кредитування як банківська послуга знаходить своє відображення у певних його продуктах, таких як: овердрафт, кредитна лінія, іпотечний кредит та інші.

О. В. Дзюблюк стверджував, що головним банківським продуктом комерційного банку є різноманітні послуги у вигляді надання довірчих, консалтингових, юридичних та трастових послуг, кредитів, розрахунково-касового обслуговування, управління майном та цінностями, надання поручительств і гарантій та багато інших [3, с.574].

У вітчизняній монографічній і учбово-методичній літературі є різні тлумачення відносно поняття "банківська послуга". Так, деякі сучасні вчені серед яких: Романенко Л. Ф., Брегеда О. А. та Телінгер М. Ю. стверджують, що надання банківських послуг здійснюється завдяки виконанню певних операцій. Так, наприклад, послуга надання клієнтові кредиту включає такі операції: вивчення фінансового стану позичальника, прогнозування його платоспроможності, оформлення кредитних зобов'язань [14].

На думку Є. Ф. Жукова банківська послуга – це банківські операції з обслуговування клієнтів [5, с.68]. Таке пояснення банківської послуги суттєво зменшує її роль та зводить її як до наслідку діяльності банку.

Ходаківська В. П. розглядаючи банківську послугу зазначає сукупність різноманітних форм мобілізації й використання фондів фінансових ресурсів для здійснення кредитних, інвестиційних, вкладних та інших операцій, для фінансового забезпечення процесу виробництва, виконання робіт і надання послуг, які здійснюються на платній основі та мають відмінні риси свого функціонування [19].

Закордонний економіст Телінгер М. Ю. розглядає банківську послугу як основну складову, яка здатна забезпечити постійно зростаючу частину ресурсів комерційних банків, що базується на отриманні винагороди від всієї різноманітності послуг, які банк може запропонувати своєму клієнтові, починаючи від приймання вкладів та надання кредитів, котрі є основою банківської діяльності, закінчуючи новоствореними послугами [16, с.234].

За визначенням Дзюблюка О. В., банківська послуга – це кінцевий результат діяльності банку, спрямований на оптимальне забезпечення потреб клієнтів й отримання прибутку банком. Фактично банківська послуга є формою вираження взаємин між клієнтом і банком, представленою комплексом банківських операцій. Іншими словами, власне послуги – це кінцевий результат, тоді як операції – це свого роду виробничий процес [3, с.574].

Брегеда О. А. зазначає, що банківська послуга виступає набором упорядкованих дій банку, які безпосередньо не є пов'язаними із формуванням та використанням ресурсів банку і не несуть ризику їх втрати [1, с.5].

Ткачук В. О. банківську послугу характеризує як форму задоволення потреб клієнта, а з погляду організації банківської діяльності як певний порядок взаємопов'язаних організаційних, інформаційних, фінансових та юридичних заходів, прив'язаних до місця та часу виконання і об'єднаних в єдину технологію [17, с.25-26]. За надання банківської послуги клієнтові банк отримує комісію (плату) за її проведення.

Російський економіст Перехожев В. А. стверджував, що банківська послуга – це діяльність банку, спрямована на задоволення потреб клієнтів у зростанні та отриманні додаткових ресурсів, проведенні розрахунків, зберіганні та інформаційному забезпеченні [13,с.30]. Проте, таке розуміння банківської послуги є досить абстрактним і неточним.

На думку Лаврушиної О. І. банківська послуга – це результат банківської операції, тобто підсумок або корисний ефект банківської операції (цілеспрямованої трудової діяльності співробітників банку), який полягає у задоволенні заявленої клієнтом потреби (в кредиті, в розрахунково-касовому обслуговуванні, в гарантіях, у покупці / продажу цінних паперів, іноземної валюти і т.д.) [7, с.212].

Діденко І.С. зазначав, що банківська послуга – це кінцевий результат діяльності банку, спрямований на оптимальне забезпечення потреб клієнтів й отримання прибутку. Фактично банківська послуга є формою вираження взаємин між клієнтом і банком, представленою комплексом банківських операцій [5].

Дзюблюк О. В. наводить суттєві ознаки банківської послуги:

- абстрактність та відсутність її матеріального вираження;
- набуття візуального відображення із допомогою договірних взаємовідносин;
- зв'язок із різноманітними формами та проявами грошових коштів (готівкових та безготівкових, гроші різних суб'єктів господарювання платіжно-

розрахункових документів та інше), наприклад управління їх переміщенням;

- зв'язок із переміщенням фінансової інформації;

- зв'язок із переміщенням грошових коштів з одного рахунку на інший, а також утворення грошових фондів;

- операція продажу-купівлі банківських послуг здійснюється протягом відповідного проміжку часу (кількох годин чи одного банківського дня) [3, с. 576].

Підсумувавши вищезазначені твердження потрібно зазначити, що банківська послуга – це технологічно-взаємозв'язаний комплекс банківських операцій, котрі проводяться банком за дорученням клієнта та направлені на задоволення всіх потреб клієнта в банківському обслуговуванні, а банківський продукт – це продукція у формі: депозитів та ощадних рахунків, поточних клієнтських рахунків, кредитів, наприклад іпотечне кредитування, автокредит, овердрафт, кредитна лінія тощо. Також до банківських продуктів належать карткові рахунки, адже сучасні платіжні карти стали для банку одним з інструментів дистанційного обслуговування клієнтської бази, бо з їх допомогою клієнт банку здатний виконати будь-яку операцію на своєму рахунку.

3. Дослідження сутності ринку банківських продуктів і послуг

Банки пропонуючи банківські продукти та послуги стають учасниками ринку банківських продуктів та послуг, в результаті чого створюється попит і пропозиція, а також формуються ціни на них, що робить банківські продукти та послуги невід'ємними елементами такого ринку.

Варто зазначити, що функціонування банківської системи держави суттєво залежить від того яким буде ринок банківських продуктів та послуг. Тому багато науковців по-різному розглядають поняття та сутність ринку, проте ця категорія потребує подальшого дослідження, оскільки немає однозначного тлумачення ринку банківських продуктів і послуг.

Шморгун Л. Г. зазначив, що ринок — це найбільш поширена категорія в економічній теорії, і часто сприймається як усім відоме, таке, що не потребує будь-яких пояснень. Але насправді є багато тлумачень ринку як у вітчизняній, так і в зарубіжній літературі, тому що в міру розвитку виробництва й обміну це поняття збагачувалося і змінювалося [21].

Слід зазначити, що багато економістів на сьогоднішній день стверджують, що ринок банківських продуктів і послуг – це будь-яка організована та впорядкована структура, котра здатна створити нормальну взаємодію продавців і покупців у ній. Так, Макконнелл К. Р., Брю С. Л. під поняттям «ринку» розуміють певний інститут або механізм, що зводить разом продавців (котрі формують пропозицію) окремих товарів і послуг та покупців (котрі формують попит) цієї продукції [8, с. 621]. Це – вузьке тлумачення по відношенню до категорії "ринку банківських продуктів і послуг".

В сучасному світі ринок банківських продуктів та послуг трактують як абстракцію, тобто тут мається на увазі згрупування споживачів за певними ознаками за їх географічним положенням, або потребами, що створюють попит на ньому [24, с.282].

Сутнісними ознаками ринку банківських продуктів та послуг є:

- доступність для будь-якого споживача (фізичної чи юридичної особи) всіх банківських послуг, представлених на ринку;

- необмежена кількість конкуруючих між собою банківських установ, абсолютно вільний вхід на ринок та вихід з нього;

- повна поінформованість учасників банківського ринку щодо пропозиції, попиту, цін на ньому;

- свобода реалізації банківських продуктів та послуг, їхнього вибору клієнтом банку та прийняття рішень щодо форми їх оплати;

- врахування всіх бажань клієнта та надання саме тих послуг які б задовольнили всі його потреби в банківському обслуговуванні.

Ринок банківських продуктів і послуг є однією із важливих і невід'ємних складових сучасної ринкової економіки. Тому сьогодні зростає інтерес до різних аспектів діяльності банків. Банки поступово перетворилися у основних посередників у перерозподілі капіталів, у забезпеченні безперервності процесу економічного відтворення. Умови зростаючої конкуренції і комерціалізації діяльності диктують необхідність реорганізації банківських структур, розробки гнучких ринкових стратегій, проведення сегментації ринку банківських послуг, розвитку нових його сегментів, послуг та методів обслуговування [18, с.28].

На думку різних науковців Ткачук В. О., Трохименко В. І. та Дзюблюк О. В. функціонування ринку банківських послуг має наступні особливості:

- 1) регулювання і регламентація відносин на ринку нормами міжнародного права і внутрішнім законодавством;

- 2) тісне поєднання державного і ринкового регулювання з метою підтримки його стабільності;

- 3) прозорість інформації про стан ринку та його учасників;

- 4) необмежена кількість учасників ринку;

- 5) широкий асортимент і диверсифікація банківських продуктів;

- 6) функціонування ринку лише у грошовій формі та існування прямої залежності його еволюції від розвитку ринків, які він обслуговує [17, с.26; 18, с. 28].

Деякі науковці по-різному трактують ринок банківських продуктів і послуг, так одні називають його банківським ринком, інші – ринок банківських послуг, а ще інша категорія вчених називає його ринком банківських продуктів і послуг.

Так, на думку Нікітіна А.В. банківський ринок – це сукупність існуючих і потенційних клієнтів банку [11, с.34]. Такої ж думки притримується і економіст Лютий І. О., проте це тлумачення має досить вузьке значення, оскільки повністю не розкриває зміст банківського ринку, адже він містить в

собі не тільки сукупність клієнтів, а й багато іншого.

Проте іншої думки притримується науковець Андреев А. С., який банківський ринок розглядає як сукупність пропонованих банком послуг та групу покупців і продавців, що функціонують на ринку банківських послуг [16, с.28].

Економісти Котлер Ф. та Армстронг Г. взагалі не говорять про ринок банківських продуктів і послуг як про економічну категорію, а порівнюють її з ринком банківських послуг, яка містить в собі дві складові: ринок грошей та ринок капіталу. Котлер Ф. лише зазначає, що ринок – це сфера потенційного обміну [6, с.267].

На думку Шевцової М. Ю., Солодовник Ю. О. сутність ринку банківських послуг полягає в організації законодавчо обумовленої системи взаємовідносин між суб'єктами, які складаються в процесі купівлі продажу послуг специфічного характеру, спрямуванні фінансових ресурсів від власників до позичальників [20, с. 150].

Також науковець Головач А. В. розглядає ринок банківських послуг як сукупність економічних відносин, що забезпечують реалізацію попиту на різні послуги з боку клієнтів, їх пропозицію банківськими установами та формування ціни [2, с. 87].

Виходячи з цих тлумачень «ринку банківських продуктів і послуг», можна стверджувати, що ці визначення дозволяють більш ширше зрозуміти його суть та характеризує його як особливий сектор, котрий дозволяє розвивати економіку держави яким виступає ринок банківських продуктів і послуг, що забезпечує реалізацію обмінно-розподільчих відносин у сфері купівлі-продажу грошових ресурсів потрібних для проведення фінансової діяльності та створенні ціни, попиту і пропозиції на послуги та продукцію банку. З іншої сторони ринок банківських продуктів і послуг можна розглянути як сукупність комерційних банків, які конкуруючи між собою здатні запропонувати клієнтові все більше різноманіття послуг.

Науковець Дзюблюк О. В. висвітлив поняття «ринку банківських продуктів і послуг», як особливе соціально-економічне середовище, систему економічних відносин, що забезпечують реалізацію попиту на різного роду послуги з боку клієнтів банку, пропозицію цих послуг банківськими установами та формування ціни на них [4, с.28].

Вчений Лютий І. О. стверджував, що ринок банківських продуктів і послуг – це сукупність існуючих і потенційних клієнтів банку. Розмір ринку загалом складає його масштаб [9].

Отже, на ринку банківських продуктів та послуг відбувається формування попиту, пропозиції та ціни на банківські продукти та послуги, а також створення нових продуктів та послуг банками, де основним стримуючим чинником є конкуренція.

4. Висновки

На сьогоднішній день ринок банківських продуктів і послуг є потужним елементом у розвитку фінансового сектора економіки країни. Із зростанням ефективності діяльності кожного окремого

банку та ринку в цілому створюється можливість до розширення сфери банківських продуктів і послуг і в свою чергу призводить до збільшення клієнтської бази та просуванні на ринок нових банківських та інвестиційних продуктів та поряд з ними страхових послуг, які надаються клієнтам за умов співпраці банків з страховими компаніями. Проте за умов збільшення кількості клієнтів зростає і навантаження на функціонування банків, що вимагає від них створення та підтримки все вищих стандартів обслуговування, правильно скоригованого управління, нарощення капіталу банку для зростання його ліквідності та налагодження системи гарантування вкладів, що забезпечить довіру населення.

Динамічний розвиток ринку банківських продуктів і послуг також залежить від вдосконалення регуляторної та корпоративної політики країни, системи управління ринку та контролю за нею. Не менш важливим створення універсальних банківських продуктів та послуг, які б відповідали бажанням та ментальності споживачів. Адже ми добре знаємо, що банківська установа акумулює вільні грошові ресурси, які пропонує підприємствам, установам, за рахунок яких забезпечується функціонування поточного господарського обороту, відтворення основного капіталу, створення додаткових виробничих потужностей та цілих промислових об'єктів, що відповідно впливає на зростання економіки держави в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Брегеда О. А. Ринок банківських послуг в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку : автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. екон. наук : спец. 08.04.01 "Фінанси, грошовий обіг і кредит" / О. А. Брегеда. – К., 2002. – 16 с.
2. Головач А. В. Банківська статистика: навчально-методичний посібник / А. В. Головач, В. Б. Захожай, Н. А. Головач. – К. : КНЕУ. – 2003. – 161 с.
3. Дзюблюк О. В. Банківські операції: підручник / [за ред. д.е.н., проф. О. В. Дзюблюка]. – Тернопіль: Вид-во ТНЕУ «Економічна думка», 2009. – 696 с.
4. Дзюблюк О. В. Ринок банківських послуг : теоретичні аспекти організації і стратегія розвитку в Україні / О. В. Дзюблюк // Банківська справа. – 2006. – № 5-6. – С. 23-35.
5. Діденко І. С. Еволюція поглядів на тлумачення поняття "Банківська послуга" та її сучасне визначення [Електронний ресурс] / І. С. Діденко // Інноваційна економіка. – 2012. – С. 208-214. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/inek/2012_11/253.pdf.
6. Котлер Ф. Основи маркетингу: проф. видання / Котлер Ф., Армстронг Г.; [пер. с англ. О. Л. Пелявский, А. В. Назаренко]. – [12 вид.]. Вид-во: Вільямс. – 2010. – 1072 с.
7. Лаврушина О. І. Банківська справа: підручник / [за ред. О. І. Лаврушин, І. Д. Мамонова]. – [4-е вид., стер.]. – М.: КНОРУС, 2006. – 768 с.

8. Люзняк М. Е. Якість банківського продукту: економічний зміст та практика формування / М. Е. Люзняк, Н. О. Стефанчук // Електронне наукове видання - міжнародний науково-практичний журнал "Фінансовий простір". – Вип. № 3 (3). – 2011р. – С. 65-71.
9. Лютий І. О. Банківський маркетинг [Електронний ресурс]: підручник / І. О. Лютий, О. О. Солодка – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 776 с. Режим доступу: http://pidruchniki.ws/15840720/bankivska_sprava/bankivskiy_marketing_-_lyutyiy_io.
10. Банківські операції : підручник / [А. М. Мороз, М. І. Савлук, М. Ф. Пуховкіна та ін.; за ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Мороза]. – [2-ге вид., випр. і доп.] – К.: КНЕУ, 2002. – 476 с.
11. Нікітін А. В. Маркетинг у банку: навч. посібник / А. В. Нікітін. – К.: КНЕУ, 2006. – 432 с.
12. Павленко Р. В. Сучасні банківські продукти як чинники соціально-економічного розвитку України [Електронний ресурс]. – 2011. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/znpen/2011_7/15SBP.pdf.
13. Перехожев В. А. Сучасні підходи до розуміння категорій «Банківський продукт», «Банківська послуга» та «Банківські операції» / В. А. Перехожев // Фінанси і кредит. – 2002. – №21. – С.23-32.
14. Романенко Л. Ф. Банківський маркетинг : [підручник] / Л. Ф. Романенко. – К. : ЦНЛ, 2004. – 344с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://pidruchniki.ws/15840720/bankivska_sprava/bankivskiy_marketing_-_romanenko_lf.
15. Сич Є. М. Ринок фінансових послуг [Електронний ресурс]: навч. посібник / Є. М. Сич, В. П. Личук, Н. І. Гавриленко – К. : «Центр учбової літератури», 2012. – 428 с. Режим доступу: http://pidruchniki.ws/1781040943187/finansirinok_finansovih_poslug_-_sich_yem.
16. Телінгер М. Ю. Сутність та особливості визначення поняття "банківська послуга" / М. Ю. Телінгер // Прометей. – 2011. – № 1(34). – С. 233–235.
17. Ткачук В. О. Маркетинг у банку: навч. посібник / В. О. Ткачук. – Тернопіль: Синтез-Поліграф, 2006. – 225 с.
18. Трохименко В. І. Сутність та структура сучасного ринку банківських послуг / В. І. Трохименко // Економіка. Проблеми економічного становлення. – 2010. – № 2. – С. 76-81.
19. Ходаківська В. П. Ринок фінансових послуг: теорія і практика [Електронний ресурс] : навч. посібник / В. П. Ходаківська, О. І. Костюкевич, О. А. Лятамбор. – [2-ге вид., переробл. та допов.]. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 392 с. Режим доступу: <http://chitalka.net.ua/zmist/90.html>.
20. Шевцова М. Ю. Ринок банківських послуг: динаміка розвитку та сегментації / М. Ю. Шевцова, Ю. О. Солодовник // Вісник Дніпровського університету. – 2011. – № 5(2). – С. 149-155.
21. Шморгун Л. Г. Менеджмент організацій [Електронний ресурс] : [навч. посібник] / Л. Г. Шморгун. – К. : Знання, 2010. – 452 с. Режим доступу: http://pidruchniki.ws/15840720/menedzhment/menedzhment_organizatsiy_-_shmorgun_lg.
22. Bikker, Jacob A. Competition and efficiency in a unified European banking market/ Jacob A. Bikker. Published by Edward Edgar Publishing Limited/ – 2004. – p.287. – Режим доступу: http://www.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=6iR9vbxKj60C&oi=fnd&pg=PR7&dq=nature+of+the+banking+market&ots=cLqPc1FEj9&sig=sWkm0sVTdR5x8MQXk13Ilxarwpw&redir_esc=y#v=onepage&q=nature%20of%20the%20banking%20market&f=false.
23. Juan Fernandez de Guevara, Joaquin Maudos, Banking competition and economic growth: cross-country evidence, The European Journal of Finance, 2011, 17, 8, 739
24. Макконнелл К. Р. «Економікс: принципи, проблеми і політика» : підручник / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю. – [14-е вид.] – М.: ИНФРА-М, 2003. – 972 с.
25. Molyneux P., Forbes W. P Molyneux, W Forbes - Applied Economics. – Taylor & Francis. – Applied Economics, Taylor & Francis. – 1995. – p.155-159.