

## Дослідження/



■ **Юлія Серпенінова**  
Yuliia Serpeninova

Кандидат економічних наук, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту ДНБЗ "Українська академія банківської справи Національного банку України"

Ph.D. (Economics), Associate Professor of the Accounting and Audit Department of the Ukrainian Academy of Banking of the National Bank of Ukraine

## Інформування громадськості як необхідний чинник підвищення ефективності системи гарантування вкладів

### Informing the public as a necessary factor for increasing effectiveness of the deposit guarantee system

*Ефективне функціонування системи гарантування вкладів неможливе без належного рівня поінформованості громадськості про основні аспекти її діяльності, гарантії та обмеження. Впевненість вкладників у безпеці депозитів позитивно впливає на їхні очікування та формування довіри до банківської системи загалом. Це зумовлює необхідність організації ефективного інформування громадськості та проведення ґрунтовних теоретичних досліджень цієї проблеми.*

*Deposit guarantee system effectiveness is impossible in the absence of public awareness about main principles of the system, its guidelines and limitations. Depositors' confidence in the safety of their deposits makes a positive impact on their expectations and confidence in the banking system. This requires the organization of the effective informing the public as well as conducting of the fundamental theoretical studies of the issue.*

*Ключові слова:* гарантування вкладів, інформування громадськості.  
*Key words:* guarantee of deposits, public awareness.

Система гарантування вкладів (надалі – СГВ) покликана забезпечити інтереси вкладників, які не мають достатніх навичок та знань для оцінки фінансової стабільності банків. Функціонування СГВ сприяє підвищенню стабільності банківської системи шляхом запобігання паніки та масового вилучення депозитів у випадку виникнення фінансових труднощів. Але її діяльність ефективна лише за належного інформування населення про основні параметри СГВ. Тож із метою зміцнення довіри населення до банківської системи особливої важливості набуває організований належним чином механізм інформування громадськості про систему гарантування вкладів.

#### ОБґРУНТУВАННЯ 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 в 1994 році Директива Європейського Союзу № 94/19/ЄС "Щодо схем гарантування депозитів". Цим нормативно-правовим актом передбачено, що кредитні установи у зрозумілій і доступній формі надають фактич-

ним і потенційним вкладникам інформацію, необхідну для ідентифікації схеми гарантування депозитів [11].

Також даному аспекту функціонування СГВ присвячено принцип 12 Основних принципів для ефективних систем гарантування депозитів – Інформування громадськості, згідно з яким ефективне функціонування СГВ передбачає постійне інформування населення про переваги та обмеження СГВ [6].

З метою забезпечення аналізу відповідності СГВ зазначеним вище принципам розроблено Методологію оцінки дотримання, в якій запропоновано шість основних та один додатковий критерій оцінки відповідності даному принципу [7].

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

Важливість і актуальність розвитку досліджень поінформованості громадськості щодо СГВ також підтверджується підвищенням наукового інтересу до цієї проблематики серед зарубіжних науковців [1, 3, 4]. Втім, вітчизняні вчені ще не приділяють цій проблематиці належної уваги.

Водночас необхідність інформування громадськості щодо ключових характеристик національної СГВ уже закріплено на законодавчому рівні. Згідно зі змінами, внесеними до Закону України “Про систему гарантування вкладів фізичних осіб” у 2014 році, до функцій Фонду гарантування вкладів фізичних осіб (надалі – Фонд) включено здійснення заходів щодо інформування громадськості про діяльність СГВ, захисту прав та інтересів вкладників, підвищення рівня фінансової грамотності населення [8]. Також цим законом визначено порядок оприлюднення фінансової звітності Фонду та порядок інформування банками вкладників щодо участі банку у Фонді. Крім того, Виконавчою дирекцією Фонду затверджено Положення “Про порядок інформування вкладників про систему гарантування вкладів фізичних осіб” від 23.07.2012 р. № 210, яким встановлено порядок надання інформації вкладникам про особливості функціонування національної СГВ.

### МЕТА І ЗАВДАННЯ ПРОГРАМИ З ІНФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОСТІ

Згідно з розробленим МАСД керівництвом [2] кінцевою метою програми з інформування громадськості є підвищення ефективності функціонування СГВ, яка досягається за рахунок формування прихильності, підвищення рівня поінформованості зацікавлених сторін та формування довіри громадськості до СГВ; посилення захисту споживачів.

Основними завданнями підрозді-

лів установ – учасниць СГВ, відповідальних за комунікації та поінформованість громадськості щодо функціонування СГВ, є [3, с. 390]:

- встановлення високого рівня поінформованості громадськості про функціонування СГВ;
- передача точних та зрозумілих повідомлень про вигоди й обмеження СГВ;
- навчання цільових аудиторій;
- зростання споживчої довіри в банківській системі;
- створення і зміцнення іміджу бренду страховика депозитів для підвищення фінансової стабільності;
- отримання зворотного зв'язку від громадськості;
- використання необхідних каналів комунікації для різних цільових аудиторій, переробки повідомлення для кожної з категорій залежно від їхніх 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 неозибаних споживачів у поінформованих, які розуміють специфіку депозитного ринку та можуть на нього впливати.

Досягнення поставлених завдань зумовлює необхідність розробки відповідного механізму інформування громадськості про основні параметри СГВ (див. схему 1).

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 гарантування вкладів, НБУ та банки, тому їх можна вважати основними суб'єктами механізму інформування громадськості щодо діяльності СГВ.

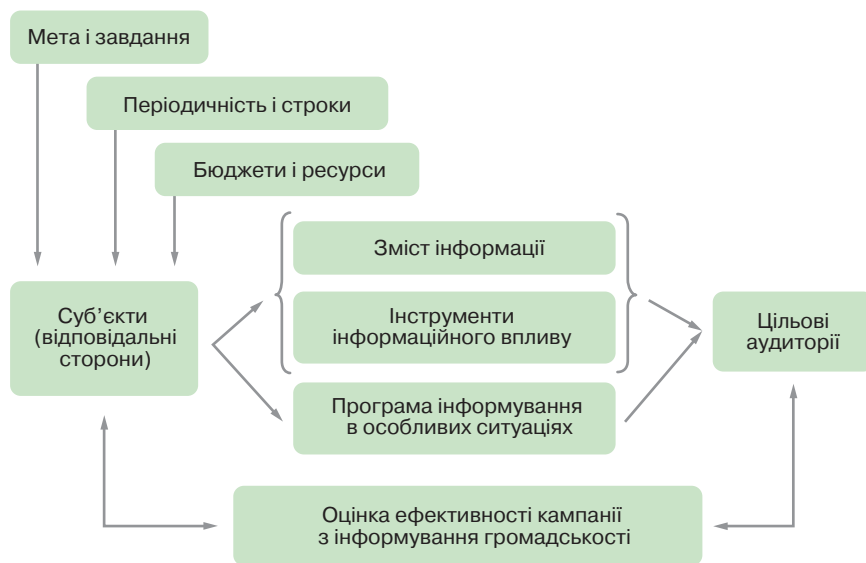
### ЦІЛЬОВІ АУДИТОРІЇ

При дослідженні механізму інформування громадськості щодо діяльності СГВ особливої уваги потребує аналіз основних цільових аудиторій. Так, згідно з тлумаченням принципу 12 Основних принципів для ефективних систем гарантування депозитів при розробці програми з інформування населення страховики вкладів повинні чітко визначити основні цільові аудиторії та їхні підгрупи (наприклад, населення загалом, вкладники, банки-учасники та інші) [6]. Після визначення цільових аудиторій для формування головних повідомлень та вибору інструментів комунікаційного впливу необхідно сформулювати ключові характеристики для кожної цільової аудиторії: різний підхід до оцінки ризиків, бар'єри, сприйняття та очікування тощо.

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

- населення загалом та вкладники;

Схема 1. Механізм інформування громадськості щодо діяльності системи гарантування вкладів



Джерело: розроблено автором на основі [2].

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

На нашу думку, цей перелік доцільно доповнити такими цільовими аудиторіями: професійні асоціації та організації; вищі навчальні заклади, а в рамках окремих цільових аудиторій варто виокремити підгрупи залежно від різних класифікаційних ознак (див. схему 2).

Наймасштабнішою є цільова аудиторія, що включає населення загалом та вкладників зокрема. Тому її розмір зумовлює потребу поділу на підгрупи, що дасть змогу оцінити особливості й потреби кожної з них. В основу розподілу пропонуємо покласти дві найпоширеніші 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 їхня можливість впливати на ліквідність фінансового ринку та ринкову дисципліну зумовлює потребу вклю-

чення їх до окремої цільової аудиторії.

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 у найменш ризикових із них або диверсифікувати свої портфелі [2]. Таким чином, інституційні власники депозитів повинні бути обов'язково включені до окремої цільової аудиторії з інформування громадськості щодо СГВ.

Окремої уваги в складі цільових аудиторій потребує аналіз інститутів – учасників СГВ, адже вони є головним джерелом поширення інформації серед інших цільових аудиторій. Суб'єктами СГВ законодавчо визначено: Фонд гарантування вкладів фізичних осіб, Кабінет Міністрів України, Національний банк України, банки та вкладників [8]. Тому до складу цієї цільової аудиторії пропонуємо включити НБУ та банки (Кабінет Міністрів України і вкладники включені до інших цільових аудиторій).

Інститути-учасники можуть бути найефективнішими партнерами Фонду для підвищення поінформованості двох важливих цільових груп: праців-

ників фронт-офісів та вищого керівництва банку. Працівники фронт-офісів щоденно спілкуються з вкладниками, тому від їхньої компетентності й обізнаності безпосередньо залежить рівень довіри громадян до банківської системи. Вище керівництво банку співпрацює з корпоративними клієнтами, що дає змогу поширювати інформацію серед інституційних вкладників [2].

Особливу групу в складі цільових аудиторій становлять засоби масової інформації, які одночасно є найпоширенішими каналами розповсюдження інформації та окремими цільовими групами. Чітко організована постійна співпраця з різними ЗМІ є запорукою належного рівня поінформованості населення та інших цільових груп.

Також до складу цільових аудиторій з інформування громадськості про функціонування СГВ керівництвом МАСД запропоновано включити законодавців та інші державні органи [2]. Вони повинні бути добре поінформовані про особливості функціонування різних СГВ, адже це підвищить ефективність її діяльності та захистить інтереси вкладників і держави загалом.

Крім запропонованих МАСД цільових аудиторій, ми вважаємо за доцільне додати такі групи: професійні асоціації та організації; вищі навчальні заклади. Професійні асоціації та організації, які є авторитетними та визаними (наприклад, Асоціація українських банків, Рада незалежних бухгалтерів та аудиторів, Спілка аудиторів України та інші), можуть здійснювати вагомий вплив на думку їхніх учасників. Тому проведення спільних інформаційних заходів із цими організаціями може стати важливим напрямом поширення інформації про СГВ.

Ще одну цільову аудиторію, яку варто врахувати при формуванні механізму поширення інформації про СГВ, на нашу думку, мають скласти навчальні заклади різних освітніх рівнів і спеціальностей. Цю аудиторію можна розділити на кілька цільових груп залежно від рівня акредитації (технікуми, коледжі, інститути та інші) і спеціалізації (економічних, технічних та інших спеціальностей). Поширення інформації про СГВ серед студентів може стати фундаментом для підвищення рівня фінансової грамотності і довіри населення до банківської системи в довгостроковій перспективі.

Схема 2. Цільові аудиторії для інформування громадськості про основні параметри системи гарантування вкладів



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



## ЗМІСТ ІНФОРМАЦІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ

Оскільки основною метою діяльності СГВ є захист інтересів вкладників та підвищення довіри населення до банківської системи, то зміст інформаційних повідомлень повинен сприяти досягненню цієї мети. Крім того, для отримання максимального ефекту від інформаційної кампанії інформація, що поширюється, повинна відповідати певним вимогам, таким як: зрозумілість, доступність, однозначне тлумачення, послідовність, логічність та лаконічність. Недоцільно розповсюджувати інформацію, котра містить негативні повідомлення та може спричинити паніку серед вкладників.

Програма інформування населення про діяльність СГВ має містити такі дані [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 збитки за депозитами, що перевищують за розміром ці ліміти;
- процес виплати страхового відшкодування: яким чином, де і як вкладники можуть заявити свої вимоги й отримати відшкодування при настанні страхового випадку.

У процесі організації інформаційних заходів для різних цільових аудиторій необхідно брати до уваги низку факторів: демографічні, рівень освіти і грамотності аудиторії, чисельність слухачів тощо, врахування яких дає змогу обрати оптимальну кількість та спрямованість інструментів інформаційного впливу. Особливості застосування Фондом основних інструментів такого впливу наведено в таблиці.

Крім зазначених вище, виділяють також інші інструменти інформаційного впливу:

- проведення дослідження поінформованості населення про СГВ;
- публікації статей у фахових виданнях;
- презентації на конференціях;
- організація ділових ігор (поширюються безкоштовно, наприклад, через Інтернет), котрі імітують поведінку споживачів банківських послуг (досвід Малайзії);

– виставка рекламних матеріалів про діяльність Фонду (наприклад, заходи, 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 незастрахованих);

– розміщення публічної інформації на інформаційних дошках у приміщенні Фонду;

– надання інформації під час особистого прийому громадян [10].

## БЮДЖЕТ І ПЕРІОДИЧНІСТЬ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КАМПАНІЇ

Застосування широкого спектра існуючих інструментів інформаційного впливу обмежується бюджетом програм з інформування громадськості, який також визначає періодичність і строки діяльності щодо інформування громадськості, яке 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 поширення інформації на постійній основі. Як мінімум бюджет повинен покривати витрати на розповсюдження річного

звіту і навчальних матеріалів, обслуговування інтернет-сайта і безкоштовної телефонної лінії [2].

## ПРОГРАМА ІНФОРМУВАННЯ НАСЕЛЕННЯ В ОСОБЛИВИХ СИТУАЦІЯХ

Однією зі складових ефективної кампанії з інформування громадськості є обов'язкова наявність програми (стратегії) інформування населення у надзвичайних ситуаціях, яку страховальник депозитів повинен завчасно розробити на випадок банкрутства окремого банку, кількох банків та виникнення системної кризи [6]. МАСД надає такі рекомендації щодо розробки стратегії інформування населення у випадку виникнення певних ситуацій: перехід до обмеженого страхового покриття, фінансові труднощі окремих банків, банкрутство інститутів-учасників, питання транскордонного характеру [2].

Перехід до обмеженого покриття та питання транскордонного характеру не актуальні для вітчизняної СГВ, адже з самого початку її функціонування в Україні використовувалося обмежене покриття, а транскордонні зв'язки національною СГВ не передбачені. Втім, окрім існуючих випадків особливих ситуацій, пропонуємо розглянути порядок інформування населення у випадку недоступності вкладів в окремому регіоні, що може бути пов'язано зі стихійним лихом, вій-

Таблиця. Особливості застосування Фондом гарантування вкладів фізичних осіб основних інструментів інформаційного впливу (протягом 2013 року)

№ п/п	Інструменти інформаційного впливу	Особливості застосування Фондом інструментів інформаційного впливу
1	Засоби масової інформації	Протягом 2013 року Фонд опублікував в офіційних засобах масової інформації (зокрема газетах "Голос України" та "Урядовий кур'єр") 52 оголошення, у регіональних друкованих виданнях – більше 25 загальним тиражем понад 500 000 примірників. Виходів в ефір на радіо – близько 30, на регіональному телебаченні – близько 70, в інтернет-виданнях – більше 60 публікацій. У 2013 році Фонд активно співпрацював з інформаційними агентствами "Укрінформ", "Українські новини", "ЛІГАБізнес-інформ", телеканалами "1+1", "Інтер", "БТБ", "ТБі", "ЕРА", "Тоніс", "Рада", "Київ", "Перший національний"
2	Друковані матеріали	Фондом розроблено інформаційні брошури, котрі містять загальну інформацію про СГВ: умови гарантування, здійснення Фондом тимчасової адміністрації та ліквідації неплатоспроможних банків, відповіді на найпоширеніші запитання про систему гарантування вкладів фізичних осіб та поради вкладникам у випадку визнання банку неплатоспроможним
3	Сайти	Функціонує офіційний сайт Фонду, на якому розміщується та постійно оновлюється інформація про СГВ
4	Лекції та семінари	У 2013 році Фондом організовано та проведено низку публічних дискусій за участі експертів, серії регіональних прес-клубів тощо
5	Знаки та логотипи	Фондом використовується власний логотип
6	Безкоштовні телефонні лінії	Важливою складовою інформування громадськості є надання відповідей на запитання вкладників по телефону "гарячої лінії". Упродовж 2013 року отримано понад 20 тисяч телефонних звернень
7	Письмові звернення	Протягом 2013 року на адресу Фонду надійшло 5 738 письмових звернень вкладників (опрацьовано та дано відповіді на 4 335 звернень громадян).

Джерело: складено автором на основі [9].

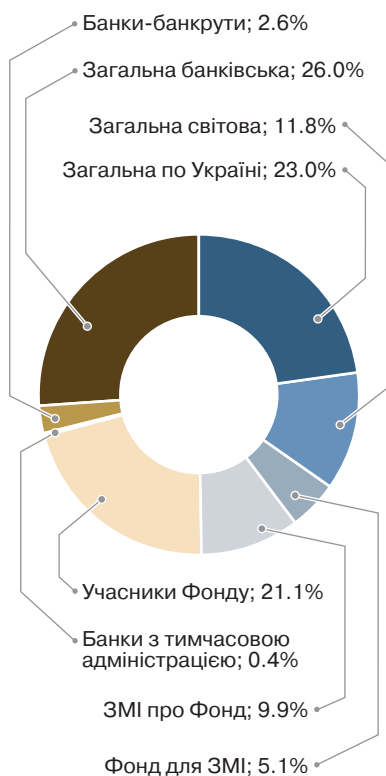
ськовими подіями або зумовлено іншими ситуаціями локального територіального характеру. В разі настання такого випадку необхідно поширювати інформацію про посилення безпеки роботи банків у проблемних регіонах, а також можливість отримати вклади в інших відділеннях банків.

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

### МОНІТОРИНГ ТА ОЦІНКА РІВНЯ ПОІНФОРМОВАНOSTI

Ефективною практикою для страховальника є проведення регулярної незалежної оцінки рівня поінформованості [6]. Виділяють три способи (етапи) проведення оцінки ефективності інформаційної кампанії: оцінка обсягу виконаної роботи; оцінка рівня розуміння (усвідомлення) інформаційних повідомлень; оцінка змін

Графік. Структура проаналізованої Фондом гарантування вкладів фізичних осіб інформації за 2013 рік



Джерело: [9].

у переконаннях та поведінці відповідної цільової аудиторії [5, с. 72].

Найпоширенішим і найпростішим способом оцінки ефективності інформування громадськості є використання показників обсягу виконаної роботи. Так, Фонд аналізує динаміку телефонних та письмових звернень, а також проводить моніторинг інформації про Фонд у ЗМІ. У 2013 році Фонд продовжував інформаційно-аналітичну діяльність на основі моніторингу інформації у ЗМІ, в тому числі проводив аналіз зовнішньої інформації про банки – учасники Фонду та банківську систему в цілому (див. графік) [9].

Наступна група показників розуміння (усвідомлення) інформаційних повідомлень передбачає оцінку того, наскільки інформація донесена до цільової аудиторії та розширила рівень знань громадськості про СГВ. Найпрактичнішим способом є соціологічні опитування до і після проведення інформаційних кампаній із подальшим порівнянням різниці рівня поінформованості громадськості.

Найскладніше оцінити рівень впливу (зміни у поведінці) програми з інформування населення на поведінку вкладників, особливо – у короткостроковому періоді та в період фінансової стабільності.

Страховики депозитів досить часто використовують сторонні організації для проведення оцінки ефективності інформаційної діяльності. Їх залучають у Канаді, Угорщині, Мексиці, на Тайвані та в США [2].

### ВИСНОВКИ

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

Отже, проведений аналіз літера-

турних джерел та світового досвіду дає змогу сформувати такі фактори, котрі підвищують ефективність програми з інформування громадськості щодо функціонування СГВ:

- достатній рівень фінансування інформаційних кампаній;
- чітка постановка мети і завдань програми з інформування 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 усіма учасниками системи фінансової безпеки країни;
- постійне проведення моніторингу та оцінки ефективності інформаційної програми.

#### Список використаних джерел

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](http://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/econo/quest_ecofin_2/QF_104/QEF_104.pdf). Назва з екрана.
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: [http://www.iaid.org/docs/Public\\_Awareness...6\\_May\\_2009.pdf](http://www.iaid.org/docs/Public_Awareness...6_May_2009.pdf). Назва з екрана.
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 екрана.
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. – (Ukrainian source).



6. *Основопологающие принципы для эффективных систем гарантирования депозитов / Базельский комитет по банковскому надзору. Международная ассоциация страховщиков депозитов. Июнь 2009 г.* — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://www.iadi.org/docs/Russian\\_IADI\\_BCBS\\_Core\\_Principles.pdf](http://www.iadi.org/docs/Russian_IADI_BCBS_Core_Principles.pdf). Назва з екрана.

7. *Основопологающие принципы для эффективных систем гарантирования депозитов. Методология оценки / Базельский комитет по банковскому надзору. Международная ассоциация*

*страховщиков депозитов. Декабрь 2010 г.* — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://www.asv.org.ru/documents\\_&\\_analytik/analytics/inter-national/214876/](http://www.asv.org.ru/documents_&_analytik/analytics/inter-national/214876/). — Назва з екрана.

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

9. *Річний звіт Фонду гарантування вкладів фізичних осіб за 2013 рік: Офіційний сайт Фонду гарантування вкла-*

*дів фізичних осіб.* — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.fg.gov.ua/about/report/>. — Назва з екрана.

10. *Офіційний сайт Фонду гарантування вкладів фізичних осіб.* — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [fg.gov.ua](http://www.fg.gov.ua). Назва з екрана.

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

## Банкноти України/

# Поповнення готівково-грошового обігу банкнотами номіналами 200 гривень та 1 гривня в грудні 2014 року

## Replenishment of money circulation with the 200 hryvnia and 1 hryvnia banknotes in December 2014

Готівково-грошовий обіг в Україні, починаючи з 1 грудня 2014 року, поповнено банкнотою номіналом 200 гривень, а з 22 грудня — банкнотою номіналом 1 гривня 2014 року випуску. Їхній дизайн не відрізняється від дизайну банкнот гривні відповідних номіналів зразка 2003-го та наступних років, окрім зазначеного на них року випуску — 2014 та підпису Голови Національного банку України Валерії Гонтаревої.

Поповнення готівково-грошового обігу банкнотами гривні 2014 року виготовлення здійснено в межах планового випуску на підставі постанови Правління Національного банку України від 22 жовтня 2014 року № 668 з метою забезпечення готівкового обігу, відповідно до статей 34 і 35 Закону України “Про Національний банк України” та у зв’язку з призначенням на посаду Голови Національного банку України Гонтаревої В. О.

### БАНКНОТА НОМІНАЛОМ 200 ГРИВЕНЬ

Лицьовий бік



Зворотний бік



### БАНКНОТА НОМІНАЛОМ 1 ГРИВНЯ

Лицьовий бік



Зворотний бік

