

УДК 336.71

Гордіца Т.М., к.е.н., доцент

ПВНЗ «Буковинський університет», м. Чернівці

## СТРУКТУРНІ ЕЛЕМЕНТИ СУЧАСНОЇ УНІВЕРСАЛЬНОЇ РОЗДРІБНОЇ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ ПІДХІД

У статті розглянуто авторський підхід щодо структурних елементів сучасної універсальної роздрібною банківської діяльності: «роздрібний банківський продукт», «роздрібна банківська послуга», «роздрібна банківська операція». Для практичного використання запропоновано використання категорії «продуктовий ряд для банківського обслуговування фізичних осіб» та подані її основні характеристики.

The article deals with the author's approach to the structural elements of modern universal retail banking, namely: «retail banking product», «retail banking service», «retail banking operation». For practical utilization it is proposed to use the category «product line for banking of individual customer» and its basic characteristics are presented.

**Постановка проблеми.** Проведений аналіз достатнього обсягу наукової літератури щодо процесів обслуговування фізичних осіб за допомогою технологій масового продажу, які передбачають використання елементів моделі як універсального банку, так і перехідної ланки – універсального банківського супермаркету, що має за мету – побудову в майбутньому сучасного фінансового супермаркету, як новітнього банківського механізму обслуговування фізичних осіб, ми прийшли до висновку, що таке обслуговування належить до так званого сектору або блоку банківської діяльності – як роздріб. Як продовження цього можна констатувати, що у практичній діяльності комерційних банків України для визначення певного кола операцій, продуктів та послуг, що надаються приватним клієнтам, зазвичай використовуються такі тотожні категорії, як «роздрібний банківський бізнес» та «роздрібна банківська діяльність». Проте як власне вони, так і їх структурні елементи «роздрібний банківський продукт», «роздрібна банківська операція», «роздрібна банківська послуга» в економічній літературі чітко не визначені, а в нормативних документах НБУ - зовсім відсутні. Крім цього,

відсутня певна функціональна уніфікація продуктового ряду, що використовується для банківського обслуговування фізичних осіб, хоча останні власне і належать до категорії роздрібних клієнтів [2; 5; 8; 10; 11].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематика визначення категорій «банківські послуги, операції та продукти» та суть їх відмінностей є предметом розгляду сучасних наукових досліджень, проте світова наука не прийшла до єдиного висновку щодо трактування вищеназваних дефініцій взагалі та в контексті використання їх у роздрібному банківському бізнесі, зокрема. Саме до останніх досліджень, що присвячені вивченню категорій «роздрібна банківська діяльність», «роздрібний банківський бізнес», «роздрібний банківський ринок» належать праці українських та російських вчених, таких як, Голуб В.Ф. [1], Закіров Ш.З. [5], Мещеряков Г.Ю. [8], Основін І.О. [11], Поваров О.В. [12] та ін. (див. табл. 1):

Таблиця 1.

**Наукові тлумачення економічних категорій «роздрібна банківська діяльність» та «роздрібний банківський бізнес»**

Автор	Визначення «роздрібна банківська діяльність»	Визначення «роздрібний банківський бізнес»
1	2	3
Голуб В.Ф.	«... акумуляція грошової маси банками й задоволення попиту населення на банківські продукти та послуги шляхом здійснення актів купівлі-продажу» [1, с.5].	-
Закіров Ш.З.	«... можна визначити як дії персоналу банку, в результаті яких відбувається рух грошових коштів в інтересах роздрібних клієнтів. Роздрібна діяльність знаходить свій вияв у здійсненні банком роздрібних операцій, в наданні роздрібних послуг та продажу роздрібних продуктів. Роздрібна діяльність може бути пов'язана з обслуговуванням не тільки фізичних, а й юридичних осіб, якщо її кінцевими споживачами є фізичні особи» [5, с. 10].	-

1	2	3
Мещеряков Г.Ю.	«... повинна включати поряд з наданням послуг фізичним особам, обслуговування юридичних осіб та приватних підприємців, ознаками якого є єдина технологія, стандартизація бізнес-процесів і метод поточних продажів» [8, с. 11].	«... як система відносин банку і клієнта, заснована на наданні стандартизованих банківських послуг, за допомогою методу поточних продажів приватним особам, підприємцям і підприємствам» [8, с. 12].
Оснів І.О.	-	«... являє собою функціонально відосблену систему відносин між банком і приватними клієнтами з приводу продажу банківських продуктів на основі використання уніфікованих процесів обробки банківської інформації, єдиної технології здійснення банківських операцій і інструментарно-методичного апарату теорії масового обслуговування» [11, с. 7].
Поваров О.В.	«... це комплекс роздрібних банківських продуктів універсального банку і система забезпечення їх продажу та функціонування» [12, с. 14].	-

Останнім науковим дослідженням щодо тлумачення категорії «роздрібні банківські послуги» присвячені праці таких економістів, як Гончарук О.С. [2], Комісарчик О.В [7]., Ніконоров В.В. [10], Сороківська З.К. [13], визначення яких наведено у табл. 2.

Таблиця 2.

### Наукові тлумачення економічної категорії «роздрібні банківські послуги»

Автор	Визначення «роздрібна банківська послуга (и)»
Гончарук О.С.	«... - це послуги, що пропонуються населенню для задоволення особистих, сімейних потреб, які не пов'язані з підприємництвом і засновані на стандартизованих банківських продуктах» [2, с.14].
Закіров Ш.З.	«... сукупність узгоджених дій, в результаті яких відбувається використання грошових ресурсів на цілі особистого споживання клієнтів» [5, с.11].
Ніконоров В.В	«... це послуги банків, запропоновані населенню для задоволення особистих, сімейних потреб, не пов'язаних з підприємницькою діяльністю, основа яких полягає у використанні стандартизованих банківських продуктів» [10, с.7].
Сороківська З.К.	«... як послуга, що наділена високим ступенем персоніфікації, реалізується банком на ринку з метою отримання прибутку і спрямована на оптимальне задоволення потреб клієнтів – фізичних осіб, які не займаються підприємницькою діяльністю» [13, с. 5].
Комісарчик О.В.	«... мають істотні особливості, які повинні враховуватися в практиці обслуговування роздрібних клієнтів» [7, с.437].

Проте, незважаючи на значну кількість наукових розробок в зазначеній галузі, найчастіше, як в наукових розробках, так і на практиці, механізм роздрібного обслуговування ототожнюється із механізмом масового обслуговування клієнтів, ігноруючи інші способи, а використання термінологій: «роздрібний банківський продукт», «роздрібна банківська послуга», «роздрібна банківська операція» зазвичай є взаємозамінними.

**Постановка завдання.** Таким чином, такі дефініції як «роздрібний банківський продукт», «роздрібна банківська операція», «роздрібна банківська послуга», а також «продуктовий ряд, що використовується для банківського обслуговування фізичних осіб» потребують всебічного дослідження в контексті їх формування через процеси універсалізації та стандартизації банківської діяльності, що й становить мету нашого дослідження.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Проведений авторський аналіз тлумачень як роздрібною банківської діяльності, так і її структурного елементу – роздрібною банківської послуги, що наведені у табл. 1-2, показав, що існує чотири основних наукових погляди щодо роздрібного обслуговування банківських клієнтів:

1. Обслуговування суто фізичних осіб, для задоволення споживчих потреб;
2. Обслуговування фізичних та юридичних осіб, лише за умови, що кінцевим споживачем є фізичні особи;
3. Обслуговування фізичних осіб та фізичних осіб – приватних підприємців, для задоволення споживчих потреб;
4. Обслуговування клієнтів, яке набуло характеру стандартизації та масового поширення.

Використовуючи основні характеристики елементів моделі в якості як універсального банку, так і перехідної ланки – універсального банківського супермаркету, що має за мету – побудову в майбутньому сучасного фінансового супермаркету, як новітнього банківського механізму обслуговування фізичних осіб, запропонуємо використовувати наступний підхід:

1. Роздрібна банківська діяльність повинна бути направлена на обслуговування клієнтів, як фізичних осіб, так і фізичних осіб – підприємців, з метою задоволення їх потреб, які не пов'язані із здійсненням підприємницької діяльності;
2. Роздрібні банківські продукти, послуги, операції за своїми функціональними характеристиками повинні бути стандартизовані в такий

спосіб, щоб відповідати сучасній моделі побудови універсального банківського супермаркету з метою задоволення заощаджувальних, споживчих потреб та потреб, що пов'язані із обігом грошових коштів фізичних осіб;

3. Способи обслуговування фізичних осіб мають бути чітко визначені й уніфіковані не тільки для масового споживання, але й для врахування певних індивідуальних та колективних потреб клієнтів.

Розглянемо детальніше. Роздрібну банківську діяльність не можливо розглядати без дослідження природи категорій роздрібної банківської послуги, операції та продукту. Зауважимо, що відповідно до Закону України «Про банки та банківську діяльність» до основних видів банківської діяльності відносять: кредитування, залучення коштів на вкладні рахунки та розрахунково-касове обслуговування [6]. За категоріальною суттю:

1. Кредитні послуги – «...це певні відносини між банком і клієнтом з приводу надання останньому грошових сум на підставі принципів терміновості, платності і зворотності» [4];

2. Депозити – «...це кошти в готівковій або у безготівковій формі, у валюті України або в іноземній валюті, які розміщені клієнтами на їх іменних рахунках у банку на договірних засадах на визначений строк зберігання або без зазначення такого строку і підлягають виплаті вкладнику відповідно до законодавства України та умов договору» [6];

3. Розрахунково-касові операції «...полягають у забезпеченні руху грошових коштів на рахунках клієнтів банків згідно з їхніми дорученнями» [9, с.53].

Отже, за класичним підходом щодо характеру банківської діяльності, два перших основних види можна представити як продукти, то останній вид, «власне, є послугами, і за них банки стягують плату з клієнтів у вигляді комісійної винагороди, а не процента» [9, с.53]. Два перших продукти – кредити та депозити за своєю суттю є певними фінансовими відносинами між банком та клієнтом, які закріплені на договірній основі (кредитна угода, депозитна угода, угода про обслуговування поточного та/або карткового

рахунку), що є умовою для сплати та/або отримання процентів. Стосовно розрахунково-касових операцій (послуг), то вони можуть бути надані як на умовах укладеного договору, що може бути супроводжено знов ж таки сплатою банком певних процентів клієнту, для прикладу, за не знижувальний залишок, так і проведення певних розрахунків та платежів, а також валюто-обмінних операцій без відкриття рахунку суто через касу банку або за допомогою платіжних терміналів із отриманням банком визначеної комісійної винагороди. Крім цього, традиційною класифікацією продуктів, послуг та операцій, які надаються фізичним особам виступає ще й поділ їх на основні або базові та додаткові або комісійно-посередницькі. Такий поділ також пов'язаний із певними особливостями останнього десятиліття, що полягають у запровадженні банками партнерських програм, заснованих на застосуванні механізму кобрендінгу через сумісні ІТ-платформи та ІТ-стратегії зниження ризиків. В цьому ракурсі на перше місце висувуються стратегії крос-продажу, створення комбінованих продуктів, розробки моделей комісійного та перехресного продажу, що говорить про сучасні тенденції розвитку співпраці банків із фінансовими і не фінансовими організаціями на рівні брендів. Таким чином, банківський продукт можна класифікувати за певною ієрархією: основний банківський продукт та розширений банківський продукт. Щодо розмежування банківської послуги та продукту у роздрібному банківському бізнесі, доречними є висновки Хасанової Л.Т. про те, що банківський продукт поєднує основні, супутні та додаткові послуги, а саме [14, с. 10-11]:

1. Основні (ядро банківського продукту) - «задовольняють існуючі потреби клієнта, тобто відправні потреби», які за споживчими характеристиками має ця послуга задовольнити;

2. Супутні послуги, «що формують разом з основними послугами поточний продукт, супроводжують процес надання основних послуг і задовольняють приховані потреби», тобто дають певне краще задоволення таким споживанням;

3. Додаткові послуги, що «формуєть з основними і супутніми послугами розширений продукт, спрямовані на утримання і повторне залучення клієнта, що виражається в індивідуальному підході реалізації банківської послуги клієнту, що несе психологічний, творчий аспекти і створює комфорт у фінансово-кредитних відносинах клієнта з банком». Останнє притаманне використанню програм лояльності у банківській діяльності.

Отже, висновки зазначеного автора повністю повторюють модель Кано Н. щодо якісних характеристик товару, що дає нам право охарактеризувати продукт, як сукупність якісних послуг. Крім цього, з теоретичної та методологічної точки зору щодо нематеріальності послуг можна зазначити, що вони можуть бути поділені за цільовим призначенням на кінцеві (тобто ті, що володіють абсолютною цінністю для клієнта) та інфраструктурні послуги [3, с. 13], що є тільки умовою для ефективного споживання перших. З іншого боку, нематеріальні послуги в певній мірі є ресурсномісткі (понесені на їх виробництво витрати), тобто набувають ознак певної матеріальності, та ті, які не мають такої ознаки. В будь – якому випадку можна стверджувати, що надання банківських послуг завдяки управлінському обліку може призвести до розрахунку витрат, які можна конкретно визначити, і таким чином надати їм ознаку матеріальності. Крім цього, для споживача, отримання таких послуг в результаті призводить до отримання конкретно визначеної матеріальної вигоди, як в грошовому так і в іншому матеріальному вигляді. Таким чином, послуги, які належать до роздрібного банківського обслуговування, в основу якого покладено обслуговування фізичних осіб, можна класифікувати на послуги із матеріальною складовою та послуги із не матеріальною складовою, враховуючи грошове підґрунтя – обіг, збереження та примноження. На підтвердження цього наведемо результати досліджень Поварова О.В., який проводячи аналіз характеристик, що притаманні і послугі і продукту, прийшов до висновку, що для визначення суті роздрібного банківського обслуговування, як окремого виду, більш доцільно використовувати поняття «роздрібний банківський продукт». Відповідно до його висновків, основні характеристики роздрібного

банківського обслуговування, в основу якого покладено обслуговування фізичних осіб з метою задоволення особистих потреб, характеризується за шістьма критеріями класифікації, п'ять з яких відносяться до поділу продуктів і лише один - до послуг. Тоді роздрібні послуги можна назвати «роздрібними тільки побічно - як послуги, втілені в роздрібних банківських продуктах» [12, с. 13]. Проведений авторський аналіз інших літературних наукових джерел [2; 5; 7; 10; 13] показав, що все ж таки існує певне спільне тлумачення авторів щодо визначення категорій «роздрібний продукт», «роздрібна послуга», «роздрібна операція», а саме:

1. Для послуг: вони надаються тільки населенню (тобто фізичним особам) та/або для задоволення особистого попиту (як фізичним особам, так і фізичним особам – підприємцям);

2. Для операцій: вони підлягають документальному оформленню та/або супроводжуються певними діями працівників банку;

3. Для продуктів: вони містять сукупність роздрібних банківських послуг та/або комплекс дій, як завершальний регламент взаємодії відповідних служб щодо надання послуг, а також вони можуть бути застосовані у вигляді уніфікованого, стандартизованого банківського продукту із застосування інформаційних технологій, кінцевим споживачем якого є фізичні особи. Отже, спираючись на попереднє дослідження, наведемо власні визначення в ракурсі поділу категорій «роздрібна банківська послуга», «роздрібний банківський продукт», «роздрібна банківська операція» (табл. 3.):

Таблиця 3

### Категорії, що визначають банківський роздріб

<b>Роздрібний продукт</b>	<b>Роздрібна послуга</b>	<b>Роздрібна операція</b>
Визначена уніфікована та стандартизована сукупність, яка містить платіжні кошти, фінансові інструменти, роздрібні послуги та роздрібні операції, що здійснюються комерційними банками за визначену плату і за дорученням або в інтересах клієнтів – фізичних осіб.	Визначена діяльність з просування банківського роздрібногo продукту, що пов'язана зі створенням оптимальних умов для залучення тимчасово вільних ресурсів та ефективному їх розміщенню з метою задоволення особистих потреб клієнта – фізичної особи при проведенні банківських роздрібних операцій та одержанням банківського прибутку.	Визначена діяльність із супроводження банківського роздрібногo продукту, фактом вчинення якої є запис у бухгалтерських документах, а результатом - одержанням банківського прибутку.



Доречним є висновок Гончарука О.О., який полягає в тому, що «... розвиток сучасного роздрібного банківського сервісу відбувається в якості горизонтальної і вертикальної універсалізації. У першому випадку - в роздрібному бізнесі банки надають традиційні для них депозитно-кредитні та розрахунково-платіжні послуги роздрібним клієнтам. У другому випадку - роздрібній клієнтурі надаються нетрадиційні для банку фінансові послуги: страхування, пенсійні накопичення, роздрібний інвестиційний банкінг і т. ін.» [2, с. 29]. Крім цього, на практиці, партнерські програми розробляються банками сумісно не тільки із фінансовими організаціями, а також із будівельними компаніями, автосалонами тощо, а сучасні способи обслуговування клієнтів – фізичних осіб характеризуються не суто масовим споживанням, а таким, який можна згрупувати у чотири основні групи: 1. Масовий - «mass banking»; 2. Сімейний – «famili banking»; 3. Індивідуальний - «privat banking»; 4. Унікальний – «VIP banking». Отже, використовуючи принцип стандартизації та уніфікації за умов застосування основних характеристик елементів моделі як універсального банку, так і перехідної ланки - універсального банківського супермаркету, що має на меті в майбутньому побудову сучасного фінансового супермаркету, та враховуючи вищенаведене, запропонуємо використовувати в банківській термінології наступне визначення - «продуктовий ряд для банківського обслуговування фізичних осіб», що містить в собі загальні риси фінансово-банківського та не фінансового спрямування, як роздрібного продукту, так роздрібної послуги й роздрібної операції, й характеризує універсальну роздрібну банківську діяльність. Для доведення цього, запропонуємо характеристики цього продуктового ряду, що наведені у табл. 4.

Враховуючи поділ способів обслуговування клієнтів – фізичних осіб в роздрібному банківському бізнесі, даний продуктовий ряд може бути уніфікований відповідно до потреб споживачів в контексті як «mass banking», так й «famili banking», «privat banking» та «VIP banking».

**Характеристика продуктового ряду  
для банківського обслуговування фізичних осіб**

№ з/п	Продуктовий ряд	Характеристика
1	2	3
1	Вклади до запитання та строкові	Відкриття поточних та депозитних рахунків із наданням можливості безготівкового поповнення чи перерахування й використання пластикових карток.
2	Кредит	Відкриття кредитних рахунків (овердрафт, споживчий, кредитна лінія тощо).
3	Грошові перекази та платежі	Перекази з рахунку на рахунок в межах однієї платіжної системи, перекази з рахунку на рахунки інших платіжних систем, оплата комунальних послуг, за навчання, зв'язок, Інтернет та інше, а також платежі до запитання (безконтактні).
4	Валюто-обмінні операції	Готівкові та безготівкові, а також конверсійні.
5	Страхові послуги	Оплата полісів страхування
6	Інвестиційні послуги	Купівлі-погашення паїв інвестиційних фондів, поповнення пенсійних накопичувальних рахунків тощо.
7	Спільні ко-брендінгові продукти (фінансові та не фінансові)	Для прикладу: спільний картковий продукт, що поєднує в собі характеристики стандартних послуг емітента та спеціальні послуги комерційної організації-партнера, в тому числі із використанням програм лояльності

**Висновки.** В дослідженні запропоновано наступні тлумачення категорій структурних елементів універсальної роздрібною банківської діяльності:

1. Роздрібний банківський продукт – це визначена уніфікована та стандартизована сукупність, яка містить платіжні кошти, фінансові інструменти, роздрібні послуги та роздрібні операції, що здійснюються комерційними банками за визначену плату і за дорученням або в інтересах клієнтів – фізичних осіб;

2. Роздрібна банківська послуга – це визначена діяльність з просування банківського роздрібною продукту, що пов'язана зі створенням оптимальних умов для залучення тимчасово вільних ресурсів та ефективному їх розміщенню з метою задоволення особистих потреб клієнта – фізичної особи при проведенні банківських роздрібних операцій та одержанням банківського прибутку;

3. Роздрібна банківська операція – це визначена діяльність із супроводження банківського роздрібною продукту, фактом вчинення якої є запис у бухгалтерських документах, а результатом – одержанням банківського прибутку.

На відміну від класичних трактувань категорій структурних елементів роздрібною банківської діяльності, запропоновано використовувати в банківській термінології визначення – «продуктовий ряд для банківського

обслуговування фізичних осіб», що містить в собі загальні риси фінансово-банківського та не фінансового спрямування, як роздрібного продукту, так роздрібною послуги й роздрібною операції, та розроблений відповідно до наступних способів обслуговування клієнтів: «mass banking», «family banking», «private banking» та «VIP banking». Такий підхід надасть змогу всебічно охарактеризувати сучасну роздрібну банківську діяльність, як універсальну.

### Література

1. Голуб В. Ф. Управління каналами збуту банківських продуктів на роздрібному ринку: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд екон. наук: спец. 08.00.08 «Гроші, фінанси і кредит» / Голуб В. Ф. – Ірпінь, 2008. – 20 с.
2. Гончарук А.С. Институциональные аспекты развития сегмента розничных банковских услуг: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук: спец. 08.00.10 «Финансы, денежное обращение и кредит» / А.С. Гончарук. – Владикавказ, 2012. - 30 с.
3. Горн А.П. Развитие рынка интеллектуально - креативных услуг (теория и методология): автореф. дис. на соиск. учен. степ. докт. экон. наук: спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами сферы услуг» / А.П. Горн. – Самара, 2009. – 51 с.
4. Евсева Н.В. Банковский маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Н.В. Евсева. – Иваново: Научная мысль, 2011. – 152 с. – Режим доступа к пособию: <http://www.science.my1.ru/load/bankovskij...evseva...evseva.../58-1-0-412>.
5. Закиров Ш.З. Развитие рынка банковских розничных услуг: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук: спец. 08.00.10 «Финансы, денежное обращение и кредит»/ Ш.З. Закиров. – Самара, 2008. – 25 с.
6. Закон України «Про банки і банківську діяльність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/go/2121-14>.
7. Комісарчик О.В. Банківські послуги та їх специфіка в роздрібному банківництві/ О. В. Комісарчик // Формування ринкової економіки: зб. наук. пр. КНЕУ. - 2010. - № 23. – С.430-438.

8. Мещеряков Г.Ю. Почтово-банковские услуги как перспективное направление развития розничного бизнеса в Российской Федерации: автореф. дис. на соиск. учен. степ. докт. экон. наук: спец. 08.00.10 «Финансы, денежное обращение и кредит» / Г.Ю. Мещеряков. - Санкт-Петербург, 2010. – 39 с.
9. Мороз А.М. Банківські операції: Підручник / А. М. Мороз, М. І. Савлук, М. Ф. Пуховкіна та ін.; за ред. д-ра экон. наук, проф. А. М. Мороза. - К.: КНЕУ, 2000. - 384 с.
10. Никоноров В, В. Развитие розничных услуг коммерческих банков как основа повышения их конкурентоспособности: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук: спец. 08.00.10 «Финансы, денежное обращение и кредит»/ В.В. Никоноров. – Волгоград, 2008. – 29 с.
11. Основин И.А. Укрепление конкурентных позиций банка на розничном рынке банковских продуктов: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук: спец. 08.00.10 «Финансы, денежное обращение и кредит» / И.А.Основин. – Ростов – на – Дону, 2008. – 31с.
12. Поваров А.В. Розничный блок банка: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук: спец. 08.00.10 «Финансы, денежное обращение и кредит»/ А.В. Поваров. - Екатеринбург, 2012. - 22 с.
13. Сороківська З.К. Ринок роздрібних банківських послуг: особливості формування та перспективи розвитку в Україні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд экон. наук: спец. 08.04.01 «Фінанси, грошовий обіг і кредит/ З.К. Сороківська. – Тернопіль, 2006. – 21 с.
14. Хасанова Л.Т. Формирование конкурентоспособности банковских услуг с использованием технологии бенчмаркинга: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук: спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг»/ Л.Т. Хасанова. – Пенза, 2011. – 26 с.