

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Центр заочної форми навчання
(повна назва факультету)

Кафедра банківської справи
(повна назва кафедри)

Допустити до захисту
Завідувач кафедри _____
(підпис)

_____ (прізвище та ініціали)
“ ____ ” _____ 20__ року

Дипломна робота

спеціаліста
(освітньо-кваліфікаційний рівень)

з теми «Вплив інформаційної економіки на продуктову політику банку»

Виконала: студентка 6 курсу,
групи С11
спеціальності 7.03050802
Банківська справа
(шифр і назва спеціальності)

Мельник Д.О.
(прізвище та ініціали)

Керівник Головіна Я.С.
(прізвище та ініціали)

Рецензент Христін А.І.
(прізвище та ініціали)

ОДЕСА - 2016 року

АНОТАЦІЯ

Предметом дослідження є економічні відносини, що виникли у процесі впровадження новітніх банківських продуктів у діяльність банків України.

Об'єктом дослідження виступає процеси функціонування банків в умовах розвитку інформаційних технологій

Мета дипломної роботи полягає в оцінці впливу інформаційної економіки на продуктову політику банку, аналіз впровадження віртуального спілкування, вдосконалення процесів розробки та впровадження нових банківських продуктів.

Завданнями роботи є: охарактеризувати теоретичні засади впливу інформаційної економіки на діяльність банків; дослідити чинники розвитку продуктової політики банку в умовах впровадження інформаційних технологій; визначити етапи розвитку технологій віртуального спілкування у світі та в Україні; проаналізувати впровадження процесів віртуального спілкування у продуктову політику банку; оцінити вплив новітніх технологій на фінансовий результат банків

За результатами дослідження сформульовані висновки про новизну даної роботи, про можливість її практичного застосування при впровадженні продуктів на основі віртуального спілкування у банківську діяльність.

Одержані результати можуть бути використані студентами економічних факультетів, науковцями, банками, підприємствами та організаціями всіх форм власності при аналізі впливу інформаційної економіки на продуктову політику банку.

Рік виконання дипломної роботи 2014- 2015.

Рік захисту роботи 2016.

Ключові слова віртуальне спілкування, інформаційна економіка, продуктова політика банку, технології віртуального спілкування, інноваційна діяльність, іноземний банк, чинники розвитку продуктової політики, сучасне суспільство, інтернет – банк, кредитна установа.

Дипломна робота містить 81 сторінок, 5 таблиць, 7 рисунків, список літератури з 67 найменувань, 0 додатків.

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ПРОДУКТОВОЇ ПОЛІТИКИ БАНКУ.....	7
1.1. Теоретичні засади впливу інформаційної економіки на діяльність банків.....	7
1.2. Чинники розвитку продуктової політики банку в умовах впровадження інформаційних технологій.....	12
Висновки до першого розділу.....	18
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВПРОВАДЖЕННЯ ВІРТУАЛЬНОГО СПІЛКУВАННЯ БАНКУ З КЛІЄНТОМ.....	21
2.1. Етапи розвитку технологій віртуального спілкування у світі та в Україні.....	21
2.2. Аналіз впровадження процесів віртуального спілкування у продуктову політику банку.....	33
2.3. Оцінка впливу новітніх технологій на фінансовий результат ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК».....	44
Висновки до другого розділу.....	51
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСІВ РОЗРОБКИ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ ПРОДУКТІВ БАНКУ.....	53
3.1. Сучасна інноваційна діяльність іноземних банків.....	53
3.2. Розробка методики впровадження цифрового банку.....	62
3.3. Ефективність використання нового банківського продукту.....	68
Висновки до третього розділу.....	72
ВИСНОВКИ.....	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	75
ДОДАТКИ.....	80

ВСТУП

Однією з основних тенденцій розвитку сучасного суспільства є формування за допомогою Інтернету глобального віртуального середовища та широке впровадження інформаційно-комунікаційних технологій в усі сфери діяльності. Має місце процес створення, швидкого поширення і освоєння принципово нового відкритого інформаційного простору з глобальними комунікаційними можливостями, специфічними економічними стосунками й господарськими зв'язками.

Стратегічні рішення успішного функціонування банку на ринку та його конкурентоспроможність сьогодні вже неможливі без впровадження Інтернет-технологій. Динамічний розвиток віртуального середовища, його багатофункціональність впливає на формування нових ефективних бізнес-стратегій, використання інноваційних технологій в створенні, розподілі і просуванні товарів та послуг в нових економічних умовах і як результат — підвищення економічної ефективності діяльності.

Сучасні банки України активно входять у фазу розвитку альтернативних послуг, у тому числі з використанням новітніх технологічних рішень. Розвиток технологій та загострення конкуренції на ринку послуг випереджає обґрунтовану політику банку щодо входження на якісно новий рівень обслуговування масового клієнта. Невиважена позиція банку, недостатня оцінка можливих ризиків при впровадженні нових продуктів може стати підґрунтям для шахрайських дій, які призведуть до суттєвих необґрунтованих витрат суб'єктів взаємодії.

Науково-теоретичному обґрунтуванню напрямів, тенденцій та перспектив розвитку віртуального спілкування, пошуку ефективних шляхів впровадження різних його форм приділяється недостатньо уваги. Необхідно відзначити, що окремим питанням впливу інформаційної економіки на розвиток банківських продуктів і послуг присвячені наукові праці Миколаєва

Є., Приймака П., Сергєєвої О.С., Скіннера К, М., Страхарчук А, Михайлюка Г. та інших. Окремі аспекти банківської діяльності у напрямі інтернет-банкінгу викладені в працях І. Борисової, Горчакової, В. Костогриз, О. Овчарука, К. Трофімової та ін. Загальні аспекти впровадження та стану інформаційних технологій в банківську сферу вже розглянуто в наукових дослідженнях С. Мелесика, О. Скоробогач, Б. Адамика. Питання впровадження Інтернет-технологій у банківську систему України розглядались в працях таких учених як А. Кузьменко, І. Пасічник, К. Базадзе, С. Афанасьєва та ін.

Науковою новизною дипломної роботи є класифікація чинників розвитку продуктової політики банку в умовах впровадження інформаційних технологій, виділення етапів розвитку технологій віртуального спілкування у світі та в Україні, запропонована методика впровадження нового банківського бренду.

Метою дипломної роботи є оцінка впливу інформаційної економіки на продуктову політику банку, аналіз впровадження віртуального спілкування, вдосконалення процесів розробки та впровадження нових банківських продуктів у сфері віртуального спілкування.

Поставлена мета потребує вирішення наступних завдань:

- охарактеризувати теоретичні засади впливу інформаційної економіки на діяльність банків;
- дослідити чинники розвитку продуктової політики банку в умовах впровадження інформаційних технологій;
- визначити етапи розвитку технологій віртуального спілкування у світі та в Україні;
- проаналізувати впровадження процесів віртуального спілкування у продуктову політику банку;
- оцінити вплив новітніх технологій на фінансовий результат банків.

Об'єктом дослідження виступають процеси функціонування банків в умовах розвитку інформаційних технологій.

Предметом дослідження є економічні відносини, що виникли у процесі впровадження новітніх банківських продуктів у діяльність банків України.

Недостатній рівень впровадження українськими банками продуктів на базі інформаційних технологій веде до відставання банківської системи України від сучасних потреб суспільства.

Основою теоретичних і методологічних напрямів дослідження є фундаментальні положення з економічної теорії, фінансів і банківської справи, а також теоретичний здобуток вітчизняних та зарубіжних економістів, істориків і соціологів. Під час дослідження застосовано загальнонаукові та спеціальні методи наукового пізнання, зокрема: структурно-функціональний метод - для систематизації чинників розвитку продуктової політики банку та встановлення їх взаємозв'язку; системний підхід - при дослідженні засад впливу інформаційної економіки на діяльність банків; метод логічного та історичного аналізу - для виявлення загальних закономірностей процесів впровадження віртуального спілкування у продуктову політику банків.

ВИСНОВКИ

Вважаю, що вдалося ретельно оцінити вплив інформаційної економіки на продуктову політику банку, проаналізувати впровадження віртуального спілкування, запропонувати вдосконалення процесів розробки та впровадження нових банківських продуктів.

Також була досягнута мета виконати наступні завдання:

- охарактеризувати теоретичні засади впливу інформаційної економіки на діяльність банків;
- дослідити чинники розвитку продуктової політики банку в умовах впровадження інформаційних технологій;
- визначити етапи розвитку технологій віртуального спілкування у світі та в Україні;
- проаналізувати впровадження процесів віртуального спілкування у продуктову політику банку;
- оцінити вплив новітніх технологій на фінансовий результат банків.

На сьогоднішній день банки у всьому світі знаходяться у складному становищі, так як конкуренція за надання фінансових послуг населенню ще більше загострилась із-за появи нових небанківських сервісів, що поступово забирають собі відсоток від ринку фінансових послуг. Це й всім відомі технічні гіганти (Google, Apple), так і зовсім нові гравці як Zorra, BitCoin та інші.

Тому перед банками зараз стоїть наступна задача – виявити чинники впливу інформаційних технологій на банківську діяльність, правильно їх класифікувати та сформулювати на їх основі нову продуктову політику.

Банкам необхідно враховувати повсюдне появу нових каналів передачі інформації та розвиток інтернет-інфраструктури, проникнення телекомунікації в усі сфери життя суспільства. На даний момент часу банки та населення не повною мірою використовують ті можливості, які існують.

Якщо спрямувати зусилля рекламних компаній банків на підвищення фінансової грамотності населення, то поступово інноваційні банківські послуги повинні зайняти гідне місце на ринку банківських послуг. Важливо також усвідомлювати, що інноваційні технології - лише один із способів залучення, утримання і підвищення лояльності певних клієнтських сегментів у банку, а не технології, якими можна замінити "людський фактор" при обслуговуванні клієнтів.

Таким чином, використання технологій віртуального спілкування у банківському бізнесі - це основний конкурентний фактор в швидкоплинних умовах глобального інформаційного суспільства.

Підводячи підсумок, потрібно сказати, що запропонований новий банк «Facebank» має достатньо великий потенціал, зважаючи на тенденції, що на даний момент відбуваються в Україні й світі. Такий формат банку у майбутньому буде вважатися стандартним. Також даний банк може зацікавити нових клієнтів нестандартними продуктами, що й було продемонстровано на прикладі додатку «Мрія», який може стати достатньо ефективною формою колективних накопичень населення та швидким способом для банку накопичити достатню ресурсну базу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аль-Акіді Беньян Ф. Ібрагім. Розвиток банківської маркетингової інформаційної системи в умовах нових інформаційних технологій / Аль Акіді Беньян Ф. Ібрагім // Вісник соціально-економічних досліджень : Збірник наукових праць . – 05/2011 . – N3(43) . – С. 9-13.
2. Аналитический отчет об условиях IT сервисов и услуг для частных клиентов в 50 крупнейших розничных банках Украины [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.prostobank.ua/>
3. Балакина Р.Т. Влияние инноваций на развитие банковского бизнеса // Вестник Омского университета. Серия: экономика. - 2011. - № 1. - 24-33 с.
4. Деменков М. С. Интернет-технології в обслуговуванні клієнтів банку / М. С. Деменков // Банківська справа. – 2009. – N 1. – С. 58–65.
5. Доходи та витрати банків України за 2014 рік [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=9792357&cat_id=13771482
6. Ежемесячный дайджест «Обзор банковского сектора Украины» за май 2013 г. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kreditprombank.com/upload/content/510/May_2013.pdf
7. Єсіна О.Г. Интернет-банкінг в Україні: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку / Єсіна О.Г. // Вісник соціально -економічних досліджень. — 2013. — № 1 (48). — С. 209 – 2013.
8. За рік українська аудиторія Facebook зросла на 25% [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://watcher.com.ua/2015/03/30/za-rik-ukrayinska-audytoriya-facebook-zrosla-na-25/>
9. Засадна Х. О. Про захист послуг Інтернет-банкінгу / Х. О. Засадна // Вісник університету банківської справи національного банку України. – 2008. – № 3. – С. 225–229

10. Звіт про прибутки і збитки за 2013 рік ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://static.privatbank.ua/files/finance/2013_year.pdf
11. Звіт про сукупний дохід за 2012 рік ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://old.privatbank.ua/files/2_13_22yearau.pdf
12. Идеальный Internet banking – какой он? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.prostobankir.com.ua/magazin_obzorov/platnye_obzory/idealnyy_internet_banking_kakoy_on_opyt_rossii
13. Информационные технологии в банковской системе [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://fnpr.org.ru/econart/informacionnye-tehnologii-v-bankovskoy/>
14. Интернет-банкінг в Україні / О. М. Міщанин // [Молодіжний економічний дайджест](#). - 2014. - № 1(1). - С. 71-75. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/med_2014_1\(1\)_16.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/med_2014_1(1)_16.pdf)
15. Какие банковские услуги востребованы у пользователей уанета — исследование [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ain.ua/2014/11/17/550710>
16. Какорін М. О. Інформаційні технології як фактор інновацій у глобальній фінансовій системі [Електронний ресурс] / М. О. Какорін. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/frvu/2008_05.pdf
17. Кожен четвертий українець потрапляє в інтернет через мобільний телефон [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://watcher.com.ua/2015/03/13/kozhen-chetvertyu-ukrayinets-potraplyaye-v-internet-cherez-mobilnyy-telefon/>
18. Королюк Б.М. Интернет-банкінг як важливий напрям розвитку ринку фінансових послуг [Електронний ресурс] / Королюк Б.М. — Режим доступу: <http://libfor.com>

19. Михайлюк Г.О. Розвиток Інтернет-банкінгу як нетрадиційної банківської операції. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.rusnauka.com/1_KAND_2010/Pravo/9_57264.doc.htm

20. Муравьева А.И. Банковские инновации: факторный и структурный анализ информационных технологий//Банковские услуги (рус.). — 2004. — № 9. — С.2-37.

21. Ніколаєв Є. Б. Теорія інформаційної економіки: зміст і основні суперечності : дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.01 „Економічна теорія та історія економічної думки” / Ніколаєв Євген Борисович; Київський нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана. — К., 2011. — 176 с.

22. Николай Палиенко: как развивался малый e-Commerce Украины в 2014 году [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ain.ua/2014/12/01/552709>

23. Ожеван М. А. Інформаційні технології як фактор суспільних перетворень в Україні: [зб. аналіт. доп.] / М. А. Ожеван, С. Л. Гнатюк, Т. О. Ісакова; за заг. ред. Д. В. Дубова. — К.: НІСД, 2011. — 96 с.

24. Основні показники діяльності банків України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=36807&cat_id=36798

25. Офіційний сайт Roomian Research. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.roomian.org>

26. Прес-реліз Київського міжнародного інституту соціології. Динаміка використання Інтернет в Україні [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.kiis.com.ua>

27. Презентація Дмитра Яблонівського, керівника відділу фінансових досліджень GfK Ukraine, з Восьмої банківської конференції «Управління ризиками роздрібного кредитування», 27-28 травня, Київ, Україна [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.slideshare.net/gfkukraine/loans-incomes-pressru>

28. Приймак П. В. Розвиток інформаційних технологій в банківській системі України / Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип.22.12 – С. 342-348.

29. Семенюк Л.П. Розробка нових банківських продуктів як пріоритетний напрямок розвитку банківських інновацій//Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. – Суми: Мрія-1 ЛТД; УАБС. – Т. 8. – 2003.

30. сітка 36. Операційні сегменти [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://old.privatbank.ua/files/2_13_22yearau.pdf

31. Сергеева О. С. Вплив інформаційних технологій на управління грошовими потоками банків / О. С. Сергеева // Економічний часопис ХХІ. – 2013. - № 3-4 (2). – С. 39-42.

32. Середня ставка за гривневим депозитом на 12 місяців на 21 квітня становить 21,16%, - НБУ [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.rbcua.com/ukr/news/crednyaya-stavka-grivnevomu-depozitu-mesyatsev-1429624351.html>

33. Середня ставка по кредиту в гривні на 20 квітня становить 25,1%, - НБУ [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.rbcua.com/ukr/news/crednyaya-stavka-kreditu-grivne-aprelya-sostavlyayet-1429707983.html>

34. Скиннер К. Цифровой банк: как создать цифровой банк или статья им / Крис Скиннер; Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 202 с.

35. СМС-банкинг: функционал и тарифы в конце 2014 года [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.prostobank.ua/internet_banking/stati/sms_banking_funktsional_i_tarifu_v_kontse_2014_goda_video

36. Собственных систем Интернет-банкинга нет у трети банков из числа 50 крупнейших [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.prostobank.ua/internet_banking/novosti/sobstvennyh_sistem_internet_bankinga_net_u_treti_bankov_iz_chisla_50_krupneyshih

37. Стахарчук А.Я. Інформаційні системи та технології в банках : навч. посібник / Стахарчук А.Я., Стахарчук В.П. — К. : Знання, 2010. — 515 с.
38. Украинские геймеры и Интернет — портрет в цифрах и деньгах [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://gameway.com.ua/analytics/23003-ukrainskie-geymeryi-i-internet-portret-v-tsifrah-i-dengah.html>
39. Чисельність населення на 1 січня 2013 року та середня чисельність за 2012 рік [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/ds/kn/kn_u/kn0113_u.html
40. Чуб О.О. Развитие интернет-банкингу в глобальной среде / Чуб О.О. // Вісник Української академії банківської справи. — 2009. — № 1(26). — С. 62–67.
41. Шлаин Б. М. Продажи через Интернет: сегментация и технология – залог успеха [Электронный ресурс] / Б. М. Шлаин // Организация продаж банковских продуктов. – 2009. – № 1. – Режим доступа: http://www.reglament.net/bank/bankproduct/2009_1_article.htm#subscribe
42. Facebook став 6-м за відвідуваністю сайтом в Україні [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://watcher.com.ua/2015/04/01/facebook-stav-6-m-za-vidviduvanistyuu-saytom-v-ukrayini/>
43. Ukrainian internet-audience-1 q-2015 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.slideshare.net/WatcherUA/ukrainian-internetaudience1-q2015?ref=http://watcher.com.ua/2015/03/13/kozhen-chetvertyy-ukrayinets-potraplyaye-v-internet-cherez-mobilnyy-telefon/>
44. Scherer F.M. Inter-Industry Technology Flows in the United States // Research Policy. 1982. № 11. P. 227-245
45. Walker D. Economies of Scale in Electronic Funds Transfer Systems // Journal of Banking and Finance. 1978. № 2. P. 65-78.

46. Barclays: A Story of Money and Banking. L.: Barclays Bank, 1982.
32 p.
47. Batiz-Lazo B., Wonlimpiyarat J., Wood D. Barclaycard // Exploring Corporate Strategy: Text and Cases / G. Johnson, K. Scholes (eds). Harlow, Essex: Pearson, 2001. P. 864-879.
48. . Bauer J. Shift a Gear // The Banker. 1995. Nov. P. 94-95.
49. Ballarin E. Estrategias Competitivas para la Banca. 2nd edn. Barcelona: Ariel, 1985. 277 p.
50. Channon D.F. The Strategic Impact of IT on the Retail Financial Services Industry // 30th Hawaii International Conference on System Sciences. Vol. 3: Information System Track-Organizational Systems and Technology, 1997. P. 406-417.
51. Fincham R., Fleck J., Procter R. at al. Expertise and Innovation: Information Technology Strategies in the Financial Services Sector. Oxford: University Press, 1994. 288 p.
52. Patricio L., Fisk R.P., Falcao e Cunha J. Improving Satisfaction with Bank Service Offerings: Measuring the Contribution of each Delivery Channel // Managing Service Quality. 2003. Vol. 13, Is. 6. P. 471-482.
53. Channon D.F. Cases in Bank Strategic Management and Marketing. N.Y.: John Wiley & Sons, 1986. 406 p.
54. Hughes J. Developing a Retail Strategy // Retailing of Financial Services / P.J. McGoldrick, S.J. Greenland (eds). L.: McGraw-Hill, 1994. P. 9-40.
55. Clemons E.K. MAC - Philadelphia National Bank's Strategic Venture in Shared ATM Networks // Journal of Management Information Systems. 1990.
№ 7
56. Kalakota R., Frei F.X. Frontiers of Online Financial Services // Banking and Finance on the Internet / M.J. Cronin (eds). N.Y.: Van Nostrand Reinhold Press, 1997. P.19-74.
57. Litan R.E., Rivlin A.M. The Economic Payoff from the Internet Revolution. Washington: Brookings Institution Press, 2001. 292 p.

58. Holmsen C.A., Palter R.N., Simon P.R., Weberg P.K. Retail Banking: Managing Competition Among your own Channels // McKinsey Quarterly. 1998. № 1. P. 82-93.
59. Gardener E., Molyneux P. Changes in Western European Banking. L.: Unwin Hyman, 1990. 300 p.
60. *Morris T.* Innovations in Banking: Business Strategies and Employee Relations. L.: Croom Helm, 1986. 137 p.
61. Лютий І. О. Банківський маркетинг: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / І. О. Лютий, О. О. Солодка – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 776 с.
62. Нікітін А. В., Бортніков Г. П., Федорченко А. В. Маркетинг у банку: Навч. посіб. / за ред.. А.В. Нікітіна. – К.:КНЕУ, 2006. – 432 с.
63. Романенко Л.Ф. Банківський маркетинг: [підручник]. – Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – 344 с.
64. Ткачук В.О. Маркетинг у банку : [навч. посібник] / В. О. Ткачук. - Тернопіль: Синтез-Поліграф, 2006. - 225 с.
65. Индекс инфляции (Украина) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://index.minfin.com.ua/index/infl/>
66. Первый рейтинг мобильных приложений российских банков [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.forbes.ru/investitsii/banki/84363-mobilnyi-banking-reiting-prilozhenii-dlya-iphone-i-android>
67. ЦБ РФ: Официальный курс евро с 19 июля 2012г. - 39,8020 руб./евро [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://quote.rbc.ru/news/cur/2012/07/18/33716751.html>