

Виокремимо досить цікавий погляд на сутність соціальної сфери, запропонований М. С. Касимовою. Вона вказує, що “соціальна сфера” – це сукупність галузей народного господарства, тією чи іншою мірою задіяних у процесі діяльності, які дають можливість задовольнити потреби громадян, працівники яких одержують відповідні доходи із коштів, які виділяє суспільство на ці потреби. Очевидним є те, що в даному визначенні соціальну сферу розкрито тільки як соціальну інфраструктуру, без зв’язків і відношень у ній соціальних суб’єктів.

З приводу розмежування даних понять у науковому світі і поза його межами вже сьогодні існують активні дискусії, які можна звести до двох основних позицій: пряме або опосередковане ототожнення соціальної сфери з соціальною інфраструктурою та виокремлення соціальної інфраструктури як елемента соціальної сфери.

Зазначимо, що більшість дослідників все ж таки трактують соціальну сферу як поняття більш багатоаспектне та різнопланове, ніж соціальна інфраструктура, а соціальну інфраструктуру вважають ваговою складовою соціальної сфери.

На нашу думку, даний підхід є продуктивним, оскільки саме соціальна сфера охоплює весь простір життєдіяльності людського суспільства. А функціями інших категорій є виробництво матеріальних благ, духовних і моральних цінностей, політичних ідей, норм поведінки, гармонізація інтересів населення тощо.

Отже, соціальна сфера – це сфера, що сприяє підвищенню якості життєдіяльності як суспільства, так і кожного окремого громадянина, створює належні умови для його існування та розвитку. А соціальна інфраструктура є її елементом, невід’ємною складовою, тому ототожнення понять “соціальна сфера” та “соціальна інфраструктура” є неприпустимим.

*Л. Д. Павленко,
ДВНЗ “Українська академія банківської справи НБУ”*

ЦІНОУТВОРЕННЯ НА КРЕДИТНІ ПРОДУКТИ БАНКУ

Стратегічна мета діяльності будь-якого банку полягає у збільшенні обсягів наданих послуг і розширенні клієнтської бази шляхом удосконалення асортименту послуг, покращення якості обслуговування клієнтів та проведення гнучкої цінової політики. Для досягнення даної мети

банком розробляється стратегічний план, який передбачає визначення стратегічних цілей діяльності та шляхів досягнення.

Варто зазначити, що для виконання поставлених завдань банки використовують як цінові, так і нецінові інструменти управління, параметри яких враховують галузевий рівень.

Ключовим орієнтиром при встановленні цін на власну продукцію є ринкові цінові параметри банківських продуктів. Тому ціни на кредитні продукти встановлюються за допомогою ринкових методів ціноутворення, зокрема з орієнтацією на конкурентів.

Таким чином, цінова стратегія банку встановлення цін на кредитні продукти повинна враховувати середньогалузевий рівень цін, цінові параметри на аналогічні продукти банків-конкурентів, індивідуальні особливості клієнтів та пріоритетні напрямки діяльності банку.

Ціноутворення на кредитні продукти відбувається під впливом як зовнішніх, так і внутрішніх факторів, які наведено на рисунку 1. При цьому зовнішні фактори ціноутворення можна поділити на фактори прямого та опосередкованого впливу.

Зовнішнім фактором прямого впливу, який є основним при встановленні цін на кредитні продукти, є рівень конкуренції та кон'юнктура ринку банківських продуктів.

Зовнішніми факторами опосередкованого впливу на ціноутворення кредитних продуктів є фактори, що впливають на загальний стан і ринки банківських продуктів, що в подальшому мають вплив на цінову політику банку, а отже, і на ціноутворення кредитів. Такими факторами є рівень державного регулювання ціни, зміна валютного курсу, темпи інфляції.

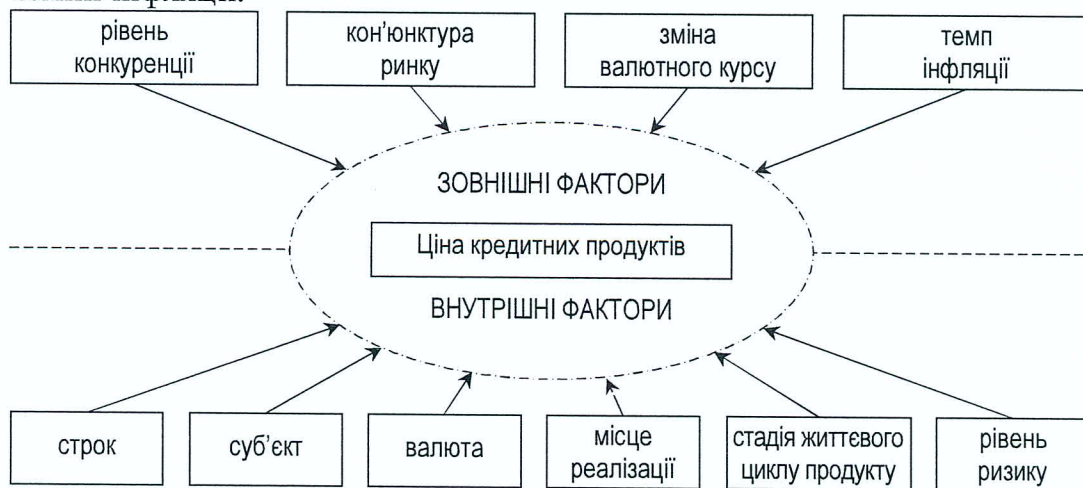


Рис. 1. Фактори, що впливають на ціноутворення кредитних продуктів

До факторів внутрішнього впливу на ціноутворення кредитних продуктів пропонуємо відносити такі: строк кредиту; валюту, в якій надається продукт; місце реалізації продукту банку; категорію суб'єктів, яким реалізуються банківські продукти; стадію життєвого циклу банківського продукту; рівень ризику банківського продукту.

Після визначення та систематизації факторів ціноутворення на кредитні продукти банку необхідно провести розрахунок складових ціноутворення, а саме реальну та індикативну ціни ресурсів банку для визначення базової процентної ставки на кредитні продукти.

Якщо реальна вартість ресурсів банку є меншою за ринкову (індикативну), базою для встановлення ставки на кредит буде ринкова вартість ресурсів, що принесе додаткові вигоди банку. Якщо ж виникне обернена ситуація (реальна вартість ресурсів банку буде більшою за ринкову), базою для ціноутворення кредитних продуктів є реальна ціна його ресурсів.

Для визначення критеріїв, які будуть використовуватися при коригуванні базових ставок, пропонуємо враховувати внутрішні фактори ціноутворення на банківські кредитні продукти.

Розраховані значення процентних ставок на окремі кредитні продукти мають передаватися на затвердження КУАП, який прийматиме рішення щодо прийняття чи відхилення даних ставок. Це дозволить обґрунтовано визначати межі процентних ставок, періодичність їх перегляду з урахуванням реальних економічних умов як для банку, так і для клієнтів.

*О. М. Пахненко, О. Г. Кузьменко, аспіранти
ДВНЗ "Українська академія банківської справи НБУ"*

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ ДО УПРАВЛІННЯ СТРАХОВИМИ РИЗИКАМИ

Центральне місце в системі ризик-менеджменту страхової компанії займає управління страховими ризиками. Останні являють собою певні події, на випадок яких здійснюється страхування, та характеризуються такими ознаками, як ймовірність і випадковість настання.

Особливістю страхових ризиків як об'єкта управління є їх діалектичний характер, пов'язаний із тим, що страхова компанія, з одного боку, намагається наростити обсяги свого страхового портфеля з метою збільшення надходжень страхових платежів. З іншого боку, для збереження необхідного рівня платоспроможності та фінансової стійкості страховик повинен уникати акумуляції у страховому портфелі масових і