

НАЦІОНАЛЬНИЙ БАНК УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УКРАЇНСЬКА АКАДЕМІЯ БАНКІВСЬКОЇ СПРАВИ
НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ»

на правах рукопису

КОТЛЯРЕВСЬКИЙ ОЛЕГ ВІКТОРОВИЧ

УДК [338.5:336.71](477)(043.5)

**СИСТЕМА МЕТОДІВ ЦІНОУТВОРЕННЯ
НА БАНКІВСЬКІ ПОСЛУГИ В УКРАЇНІ**

Спеціальність 08.00.08 – Гроші, фінанси і кредит

Дисертація на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

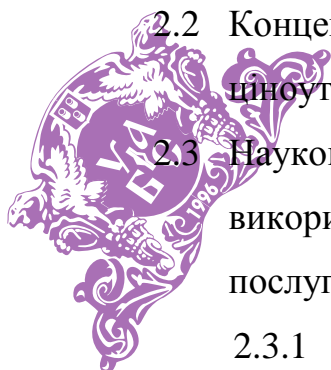


Науковий керівник:
Васильєва Тетяна Анатоліївна,
доктор економічних наук, професор

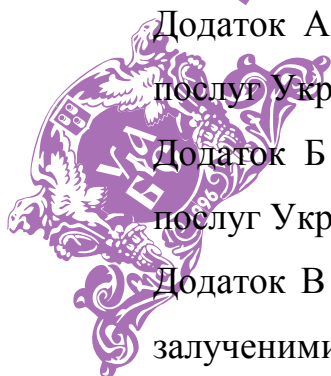
Суми – 2012

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. УЗАГАЛЬНЕННЯ ТА РОЗВИТОК НАУКОВИХ ЗАСАД ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МЕТОДІВ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА БАНКІВСЬКІ ПОСЛУГИ В УКРАЇНІ.....	11
1.1 Аналіз теоретичних положень застосування системного підходу до ціноутворення.....	11
1.2 Узагальнення теоретичних засад формування системи факторів встановлення цін на послуги банків.....	30
1.3 Обґрунтування специфічних факторів впливу на формування цін на ринку банківських послуг України.....	41
1.4 Розробка системи методів ціноутворення на банківські послуги в Україні.....	57
Висновки до розділу 1.....	74
РОЗДІЛ 2. РОЗВИТОК СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ ПРИ ЗАСТОСУВАННІ МЕТОДІВ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА БАНКІВСЬКІ ПОСЛУГИ В УКРАЇНІ.....	77
2.1 Розвиток системи ціноутворення на банківські послуги в Україні.....	77
2.2 Концептуальні засади формування комбінованого методу ціноутворення на банківські послуги в Україні.....	88
2.3 Науково-методичні засади та практичні механізми використання витратного методу в ціноутворенні на банківські послуги в Україні.....	101
2.3.1 Розвиток методичних засад калькуляції витрат при ціноутворенні на банківські послуги з використанням функціонально-вартісного аналізу.....	101



2.3.2 Науково-методичні підходи до врахування фактору часу при застосуванні витратного методу ціноутворення на комісійні банківські послуги	111
Висновки до розділу 2.....	130
РОЗДІЛ 3. НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ТА ПРАКТИЧНІ МЕХАНІЗМИ ВИЗНАЧЕННЯ ЦІНОВИХ ОРІЄНТИРІВ ПРИ ЦІНОУТВОРЕННІ НА БАНКІВСЬКІ ПОСЛУГИ В УКРАЇНІ	134
3.1 Розвиток методичного інструментарію та практичних підходів до врахування ризику волатильності цін при встановленні цінкових орієнтирів на процентні банківські послуги в Україні.....	134
3.2 Удосконалення методичних підходів до прогнозування цінової динаміки на ринках – цінкових орієнтирах (на прикладі міжбанківського кредитного ринку та ринку облігацій).....	154
3.3 Розвиток методичного інструментарію встановлення цінкових орієнтирів на торговельні банківські операції в Україні.....	182
Висновки до розділу 3.....	191
ВИСНОВКИ.....	194
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	197
ДОДАТКИ.....	221
Додаток А – Динаміка відсоткових ставок на ринку банківських послуг України (сегмент з обслуговування юридичних осіб)	221
Додаток Б – Динаміка відсоткових ставок на ринку банківських послуг України (сегмент з обслуговування фізичних осіб)	222
Додаток В – Процентні ставки за депозитами в іноземній валюті, залученими на рахунки інших фінансових корпорацій.....	223
Додаток Г – Довідки про впровадження результатів дисертаційного дослідження.....	224



ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Посилення конкуренції на ринку банківських послуг України та динамічні зміни у кон'юктурі окремих його сегментів обумовлюють необхідність розширення спектра послуг, що надаються вітчизняними банками. При цьому вони використовують різноманітні методи ціноутворення, серед яких домінують ринкові методи (орієнтовані на ціни безпосередніх конкурентів та середньоринкові ціни), тоді як витратні методи значно менше застосовуються банками України, а ціннісні методи (орієнтовані на корисність послуги для споживача) не набули поширення навіть за кордоном. В той же час, зважаючи на те, що останніми роками більшість банків України демонструють від'ємні фінансові результати діяльності (наприклад, в цілому по банківській системі сума збитків у 2009 р. склала 38,45 млрд. грн., в 2010 р. – 13,03 млрд. грн., в 2011 р. – 7,7 млрд. грн.), застосовувані ними методи ціноутворення на банківські послуги не повною мірою враховують специфічні ризики банківського бізнесу, а орієнтовані переважно на підтримання ліквідності банків, що часто призводить до невідповідності їх фінансових результатів реальному рівню витрат. Це обумовлює перетворення ціноутворення на банківські послуги у надзвичайно важливий чинник забезпечення ефективного і стабільного функціонування банків.

Фундаментальні основи дослідження проблем ціноутворення в банках закладені в наукових працях таких зарубіжних науковців, як: Г. Г. Ахалая, Ю. М. Гойденко, Дж. Дейлі, Р. Дж. Долан, Р. Каплан, І. В. Ліпсіц, О. О. Овсяннікова, П. Роуз, Г. Саймон, Дж. Сінкі, Т. Ханнаган, Т. Ханнан, Т. Хеллманта ін. Серед вітчизняних дослідників різні аспекти формування цін на банківські послуги досліджували Т. А. Васильєва, О. Д. Вовчак, А. О. Єпіфанов, О. П. Заруцька, О. І. Кіреєв, В. С. Котковський,

М. М. Кошевий, С. В. Леонов, А. А. Мещеряков, І. В. Сало, В. О. Ткачук, М. М. Шаповалова та ін.

Високо оцінюючи внесок вітчизняних і зарубіжних вчених у розвиток теоретичної бази ціноутворення на банківські послуги, слід зазначити, що в більшості робіт дана проблема досліджується фрагментарно. Зокрема, потребують подальшого дослідження питання, пов'язані з використанням системного підходу при ціноутворенні на банківські послуги, диференціацією методів встановлення цін залежно від специфіки банківських послуг, врахуванням сучасних тенденцій розвитку ринку банківських послуг України при формуванні банками цінових пропозицій. Все це обумовило вибір теми дисертаційного дослідження, мети та завдань, а також підтверджує його актуальність та практичну значимість.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Робота виконана в межах науково-дослідних тем ДВНЗ «Українська академія банківської справи Національного банку України». Зокрема, до звіту за темою «Сучасні технології фінансово-банківської діяльності в Україні» (номер держреєстрації 0103U006965) увійшли пропозиції дисертанта щодо розвитку методів ціноутворення на процентні, комісійні та торговельні банківські послуги в Україні; за темою «Реформування фінансової системи України в умовах євроінтеграційних процесів» (номер держреєстрації 0109U006782) – пропозиції щодо прогнозування цінової динаміки на міжбанківському кредитному ринку та ринку облігацій; за темою «Розвиток механізму функціонування банківської системи України під впливом іноземного капіталу» (номер держреєстрації 0107U0123112) – пропозиції щодо реформування системи ціноутворення на банківські послуги в Україні з урахуванням закордонного досвіду.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є розвиток науково-методичних засад та розробка практичних рекомендацій щодо формування та використання системи методів ціноутворення на банківські послуги в Україні.

Реалізація поставленої мети зумовила необхідність вирішення наступних завдань:

–узагальнити теоретичні засади застосування системного підходу до ціноутворення;

–визначити основні фактори та порівняти існуючі методи ціноутворення на банківські послуги;

–узагальнити тенденції ціноутворення на ринку банківських послуг України, обґрунтувати недоліки існуючої системи ціноутворення на банківські послуги та розробити пропозиції щодо їх усунення;

–розробити систему методів ціноутворення на банківські послуги в Україні залежно від основних чинників ціноутворення та видів банківських послуг;

–запропонувати комбінований метод ціноутворення на банківські послуги та обґрунтувати специфіку його використання для процентних банківських послуг і торговельних операцій;

–поглибити засади формування калькуляції витрат при ціноутворенні на комісійні банківські послуги із використанням функціонально-вартісного аналізу;

–розвинути науково-методичну базу та здійснити практичні розрахунки щодо врахування фактора часу при застосуванні витратного методу ціноутворення на банківські послуги;

–розвинути методичний інструментарій врахування ризику волатильності цін при встановленні цінових орієнтирів на процентні банківські послуги;

–поглибити науково-методичну базу прогнозування цінової динаміки на ринках – цінових орієнтирах.

Об'єктом дослідження є економічні відносини, які виникають у процесі встановлення цін на банківські послуги.

Предметом дослідження є науково-методичне забезпечення та практичний інструментарій ціноутворення на послуги банків України.

Методи дослідження. Теоретичну та методологічну основу дисертаційного дослідження складають фундаментальні положення

економічної теорії, теорії фінансового посередництва, грошей, кредиту та банківської справи, сучасні концепції банківського менеджменту, а також наукові праці вітчизняних та закордонних вчених, присвячені проблемам ціноутворення.

У процесі вирішення завдань дослідження використовувалися наступні методи наукового пізнання: загальнонаукові (аналіз, синтез, логічне узагальнення) – при обґрунтуванні категоріально-понятійного апарату дослідження ціноутворення на банківські послуги; порівняльний та статистичний аналіз – при дослідженні тенденцій та динаміки цін на банківські послуги в Україні; системно-структурний аналіз – при обґрунтуванні елементного складу та взаємозв'язків в системі ціноутворення на банківські послуги; економіко-математичне моделювання – при розробці та практичному застосуванні комбінованого методу ціноутворення на банківські послуги; кореляційний та регресійний аналіз – при прогнозуванні цінової динаміки на міжбанківському кредитному ринку та ринку облігацій.

Інформаційною та фактологічною базою дисертаційного дослідження є законодавчі акти, що регулюють діяльність банків в Україні; звітно-аналітична інформація Національного банку України, Асоціації українських банків та Незалежної асоціації банків України, Державної служби статистики України; Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг України, вітчизняних та міжнародних рейтингових агенцій.

Наукова новизна результатів дослідження полягає у поглибленні існуючих та обґрунтуванні ряду нових науково-методичних підходів до формування та використання системи методів ціноутворення на банківські послуги в Україні.

Найбільш вагомими науковими результатами дисертаційного дослідження є такі:

вперше:

– розроблено комбінований метод ціноутворення на банківські послуги, який передбачає: 1) розрахунок граничної ціни на банківські послуги як суми ціни

на ринку – ціновому орієнтирі (елемент ринкового підходу) та внутрішніх витрат банку, пов'язаних із наданням відповідної банківської послуги, скоригованих з урахуванням фактора часу (елемент витратного підходу); 2) встановлення діапазону ціноутворення в межах «ціна банків-конкурентів – гранична ціна» з урахуванням ризику коливання цін на ринку – ціновому. Обґрунтовано специфіку використання комбінованого методу при ціноутворенні на процентні банківські послуги та торговельні операції банку;

удосконалено:

– систему методів ціноутворення на банківські послуги, яка дозволяє обрати метод залежно від виду банківських послуг (депозитні, кредитні, комісійні банківські послуги та торговельні операції) та основних факторів ціноутворення на банківські послуги в Україні (рівень забезпечення банку ліквідними активами, місце банку на ринку банківських послуг, рівень довіри до банку з боку клієнтів та наявність у банку ексклюзивних можливостей щодо залучення/розміщення ресурсів);

– наукові засади реформування системи ціноутворення на банківські послуги в Україні шляхом: 1) виокремлення трьох підсистем ціноутворення, які об'єднують банківські послуги з різною формою вираження ціни, сформовані під впливом різних факторів ціноутворення та для яких слід застосовувати різні методи ціноутворення на банківські послуги; 2) коригування спектра внутрішньобанківських витрат, що включаються у ціну банківських послуг; 3) розробки механізму унеможливлення перекладання витрат з ціни одних банківських послуг на ціну інших;

– підхід до формування калькуляції внутрішніх витрат банку, пов'язаних із наданням банківських послуг, на засадах функціонально-вартісного аналізу, який відрізняється від існуючих: 1) розподілом внутрішніх витрат бізнес-напрямків банку, закладених у бюджетний кошторис на відповідний період, за групами клієнтів та видами банківських послуг; 2) перехресним перерозподілом внутрішніх витрат центрів інфраструктури банку між його бізнес-напрямками;

– методичний підхід до прогнозування цінової динаміки на ринках – цінових орієнтирах (міжбанківському кредитному ринку та ринку облігацій), який, на відміну від методів аналізу часових рядів, передбачає формалізацію залежностей ціни від факторів її формування, що робить його придатним для застосування в умовах нестабільності ринкової кон'юнктури;

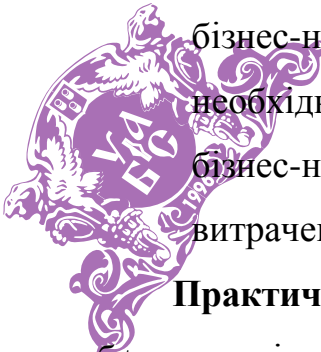
набули подальшого розвитку:

– методичний інструментарій встановлення цінового орієнтира на процентні банківські послуги як відсоткової ставки на відповідному ринку – ціновому орієнтирі (як ковзної середньої за попередній період, протягом якого амплітуда коливань відсоткової ставки-орієнтира залишається в межах допустимого діапазону), скоригованої на надбавку за ризик волатильності цін на ринку – ціновому орієнтирі;

– науково-методичні засади врахування фактора часу при застосуванні витратного методу ціноутворення на банківські послуги шляхом обґрунтування підходу до розрахунку:

- середньої вартості одиниці часу праці фахівців, безпосередньо задіяних в розробці та наданні банківських послуг, що, на відміну від існуючих підходів, дозволяє враховувати сумарні внутрішні витрати на групу однорідних банківських послуг, скориговані на рівень продуктивного використання робочого часу;
- коефіцієнта продуктивного використання робочого часу в кожному бізнес-напрямку банку, визначеного на основі нормативних витрат часу, необхідних для надання банківських послуг в межах відповідного бізнес-напрямку банку, а також обсягів наданих банківських послуг та витраченого робочого часу в попередньому періоді.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що обґрунтовані теоретичні положення зведено до рівня методичних рекомендацій, які можуть бути використані банками України при виборі методів ціноутворення на банківські послуги, використанні прогнозів цінової динаміки на різних ринках в процесі ціноутворення на банківські послуги, визначенні собівартості



банківських послуг, розробці стратегій управління конкурентоспроможністю банківських послуг тощо.

Висновки та рекомендації дисертанта щодо використання комбінованого методу ціноутворення на проценті послуги та торговельні операції впроваджено в діяльність відділення АТ «ОТП Банк» м. Суми (довідка від 12.09.2012№ 001-07/1738); щодо використання прогнозів цінової динаміки на міжбанківському кредитному ринку та ринку облігацій – в діяльність Центрального Сумського відділення ПАТ «ВТБ Банк»(довідка від 25.09.2012№ 005-05/2017); щодо формування калькуляції внутрішніх витрат банку, пов'язаних із наданням банківських послуг, – в діяльність філії Сумського обласного управління АТ «Ощадбанк» (довідка від 20.09.2012№ 01-14/2752); щодо застосування перехресного методу при перерозподілі внутрішніх витрат банку – в діяльність Сумської філії ПАТ КБ «Приватбанк» (довідка від 17.09.2012№ 001-10/158); щодо врахування фактора часу при ціноутворенні на комісійні банківські послуги – в діяльність відділення «Сумське» ПАТ «Альфа-Банк» (довідка від 20.09.2012№ 002-13/1741).

Одержані дисертантом наукові результати використовуються у навчальному процесі ДВНЗ «Українська академія банківської справи Національного банку України» при викладанні дисциплін: «Фінансовий менеджмент у банку», «Маркетинг у банку» (акт від 03.10.2012).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційне дослідження є завершеною науковою працею. Наукові положення, висновки, рекомендації та розробки, які виносяться на захист, одержані автором самостійно і відображені в опублікованих працях. Результати, опубліковані дисертантом у співавторстві, використані у дисертаційній роботі лише в межах його особистого внеску.

Апробація результатів дослідження. Основні положення дисертаційного дослідження доповідалися, обговорювалися і отримали схвальну оцінку на науково-практичних конференціях, серед яких: V Міжнародна науково-практична конференція «Освіта і наука без меж» (2009 р., м. Пшемисл, Польща); V Міжнародна науково-практична конференція «Перспективні питання світової

науки» (2009 р., м. Софія, Болгарія); ІХ Всеукраїнська науково-практична конференція «Інноваційний потенціал української науки ХХІ сторіччя» (2010р., м. Запоріжжя); Міжнародна науково-практична конференція «Економіка, фінанси та бізнес: проблеми та перспективи розвитку» (2010 р., м. Одеса); V Міжнародна науково-практична конференція «Міжнародна банківська конкуренція: теорія і практика» (2011 р., м. Суми); Всеукраїнська наукова інтернет-конференція «Сучасні тенденції розвитку банківських систем в умовах подолання наслідків світової фінансової кризи» (2011 р., м. Тернопіль); IV Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні тенденції розвитку світової економіки» (2011 р., м. Львів); XIV Всеукраїнська науково-практична конференція «Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України» (2011 р., м. Суми); Міжнародна науково-практична конференція «Аналіз та прогнозування трансформаційних процесів : проблеми та перспективи» (2012 р., м. Київ).

Публікації. Основні наукові положення, рекомендації та висновки дисертанта опубліковано у 18 наукових працях загальним обсягом 5,39 друк. арк., з яких особисто автору належить 4,18 друк. арк., у тому числі: розділи у 4 колективних монографіях; 6 статей у журналах і збірниках наукових праць, що є фаховими з економіки; 8 публікацій у збірниках тез доповідей конференцій.



РОЗДІЛ 1

УЗАГАЛЬНЕННЯ ТА РОЗВИТОК НАУКОВИХ ЗАСАД ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МЕТОДІВ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА БАНКІВСЬКІ ПОСЛУГИ В УКРАЇНІ

1.1 Аналіз теоретичних положень застосування системного підходу до ціноутворення

Перелік задач, поставлених перед дисертаційним дослідженням, зумовлює необхідність використання системного підходу у дослідженні процесів ціноутворення, що дасть змогу дослідити як систему ціноутворення в цілому, так і кожен її складову окремо. Поняття «система» з'явилося ще в Стародавній Греції і означало «сполучення», «організм», «організацію». Ідея використання системного підходу в науці виникла та розвинулась в німецькій класичній філософії. Такі філософи як Й. Ламберт [128], І. Кант [95], Й. Фіхте [95], Г. Гегель [90] вивчали структуру наукового знання. Предметом логіко-методологічного аналізу стали принципи та основи побудови теоретичних систем. Становлення сучасного системного підходу пов'язане з науковими працями О. О. Богданова [25, 26], який розглядав усі явища як безперервні процеси організації та дезорганізації. Ключову роль у розвитку методичних засад здійснення системних досліджень відіграла праця Л. фон Берталанфі «Загальна теорія систем» [21, 22], яка у 1940 – 1950-х роках заклала підґрунтя загальної теорії систем.

Розвиток теоретичної бази системного підходу у наукових дослідженнях відбувався в межах широкого переліку робіт як зарубіжних, так і вітчизняних науковців, кожен з яких на власний розсуд намагався виявити специфічні особливості та відобразити їх у авторському визначенні, що сформувало ряд підходів до визначення поняття «система» (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Наукові підходи до визначення поняття «система»

Автор	Визначення
Е. Б.Конділяк [94]	Система – це розміщення різноманітних частин якого-небудь мистецтва чи науки в відомому порядку, в якому вони всі обопільно підтримують один одного, і в якому останні частини пояснюють перші.
Р. Гіпсон [193]	Система – це інтегрована сукупність взаємодіючих елементів, що призначена для кооперативного виконання завчасно визначеної функції
С. И. Ожегов [157]	Система – це певний порядок в розміщенні і зв'язку дій; форма організації будь-чого; дещо ціле, що являє собою єдність закономірно розміщених частин, що знаходяться у взаємному зв'язку; сукупність організацій, однорідних за своїми завданнями, або установ організовано об'єднаних в одне ціле.
М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі [142]	Система – це єдність, що складається з взаємозалежних частин, кожна з яких привносить дещо конкретне до унікальних характеристик цілого.
Дистефано [193]	Система – це розміщення або зібрання багатьох речей, пов'язаних або співвіднесених між собою так, що всі вони утворюють певну єдність – цілісність.
П.К.Анохін [153]	Система це – такий комплекс вибірково-залучених компонентів, у яких взаємодія і взаємовідношення набуває характеру взаємодії компонентів на отримання сфокусованого корисного результату.
А Д. Холл [201, 202]	Система це – множина предметів разом із зв'язками між предметами та їх ознаками
А. Н. Аверьянов [10]	Система – це комплекс елементів що знаходяться у взаємодії.
Ф. Енгельс [193]	Система – це особливий вигляд речей, які являють собою тіла, що розчленуються на взаємопов'язані елементи.
Р. Акофф, Ф. Емери [11]	Система – це множина взаємопов'язаних елементів, кожен з яких пов'язаний прямо чи опосередковано з кожним іншим елементом, а дві буд-які множини цієї множини не можуть бути незалежними.
І. Бажин [15]	Система – це сукупність взаємопов'язаних елементів, об'єднаних єдністю цілей та спільними цілеспрямованими правилами взаємовідносин.
О. Ерохіна [64]	Система – це сукупність об'єктів і процесів, що називаються компонентами, які взаємозв'язані і взаємодіють між собою, та які утворюють єдине ціле, наділене якостями які не притаманні його складовим компонентам взятим поодиноці.

Узагальнюючи представлені в табл. 1.1 думки вище вказаних науковців, систему можна визначити як множину взаємопов'язаних, взаємозалежних але окремих елементів, які поєднані в єдине ціле. Відповідно до наведених вище визначень, основними ознаками системи є:

– цілісність (зміна будь-якої компоненти системи справляє вплив на решту елементів і призводить до її видозміни в цілому, і навпаки – будь-яка зміна системи відбивається на її компонентах);

– всебічність (при дослідженні системи слід враховувати як внутрішні, так і зовнішні зв'язки, що дозволяє більш повно і точно з'ясувати її справжню сутність);

– ієрархічність (сукупність елементів системи є складною, багаторівневою, ієрархічною, тобто кожен з них за своїм змістом теж є маленькою системою – підсистемою);

– динамічність (система разом із своїми складовими перебуває у постійному русі, зазнає постійних змін, що обумовлюють гнучкість її внутрішніх зв'язків);

– інтегративність (система наділена певними властивостями, не притаманними її елементам, а елементи властивостями, які не притаманні системі в цілому);

– цільова спрямованість (кожна система має свої цілі, мету та виконує певні функції, для яких вона призначена).

Будь-яка система має свій набір складових, які не існують окремо один від одного, але мають між собою певні зв'язки, які також називають внутрішніми. До таких складових відносять ціль, функції, послідовність процесу (алгоритм), організація.

Однією з ключових складових системи є ціль. В. І. Рикунів [170] визначає ціль як «кінцевий стан системи або її виходу, до якого вона тяжіє в силу своєї структурної організації». Інший дослідник В. С. Соловійов [183, 184] визначає ціль як бажаний стан виходів системи, а Х. Р. Холл [202] вважає, що ціль – це очікуваний результат діяльності системи. Таким чином, відповідно до вищенаведених визначень, під ціллю системи слід розуміти результат, на досягнення якого направлена діяльність системи, що при дослідженні процесів ціноутворення відповідає ціні продуктів та послуг.

Інша складова системи, функція – є необхідним її елементом, який обумовлює ефективність її діяльності. На думку Ерохіної Е. А. [64], функція визначає розвиток та структуру системи, та є комплексним поняттям:

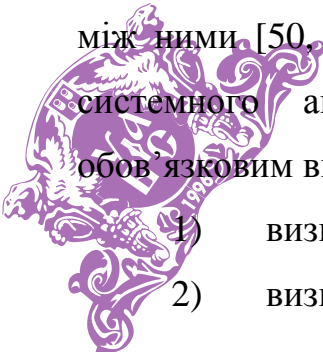
- функція як процес модифікації входів у виходи;
- функція як діяльність, спрямована на збереження системи та її структури;
- функція як засіб досягнення цілей;
- функція як зміст існування системи, її внутрішня необхідність.

Під час дослідження системи дуже важливим є визначення послідовності процесу, тобто алгоритму діяльності системи. Здебільшого в літературі переважає алгоритм, при якому, в першу чергу, досліджуються виходи системи. Це дає змогу сконцентруватись на потребах тих, хто отримує кінцевий продукт діяльності системи. Входи системи – це фактори зовнішнього середовища, які мають безпосередній вплив на систему.

Окрім того, система як один з елементів вищого ієрархічного утворення має і внутрішні зв'язки між різними її складовими. Поняття «зв'язок» є одним з основних в системних дослідженнях, адже саме його наявність робить з простої сукупності відокремлених елементів цілісну систему. Разом з тим, характер цих зв'язків визначає стан і структуру системи.

Основною ідеєю системного підходу в науці є комплексне вивчення об'єкта, тобто вивчення об'єкта в цілому, його окремих складових та зв'язків між ними [50, 186, 127]. Таким чином, у відповідності до зазначених основ системного аналізу, необхідно розглянути систему ціноутворення з обов'язковим виділенням наступних етапів дослідження:

- 1) визначення принципів функціонування системи ціноутворення;
- 2) визначення сутності та функцій системи ціноутворення як головного системоутворюючого фактору;
- 3) дослідження цілей ціноутворення;
- 4) визначення вхідних та вихідних елементів системи ціноутворення;



5) характеристика послідовності процесу в системі (дослідження алгоритму процесу ціноутворення);

б) дослідження структури системи ціноутворення та організації процесів встановлення ціни [66, 92, 125].

Отже, перш за все, слід дослідити систему принципів, яких дотримується суб'єкт господарювання в процесі встановлення цін та подальшого управління ними (табл. 1.2).

Таблиця 1.2 – Основні принципи системи ціноутворення (побудовано автором на основі [197])

Назва принципу	Характеристика
Цільова орієнтація системи	Спрямованість основних задач, які покликана вирішувати система ціноутворення, на досягнення основних цілей
Принцип першого керівника	Робота над створенням системи ціноутворення та її подальше функціонування здійснюється під наглядом першого керівника організації
Цілісність та повнота системи	Система ціноутворення повинна характеризуватися єдністю та розповсюджуватися на всі продукти та послуги
Багаторівневий контроль	Як рівень виконавців, так і рівень виконуючого керівництва мають бути підконтрольні
Наявність чіткої регламентації	Мають бути розроблені внутрішні документи, які регламентують порядок здійснення всіх виконуваних операцій, розподіл функцій між посадовими особами та загальний порядок встановлення ціни
Забезпечення високої якості рішень	Інформація, на основі якої приймаються управлінські рішення в сфері ціноутворення, має бути повною та достовірною
Оперативність	Обробка та видача інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень та їх виконання відповідними співробітниками, має бути своєчасною
Достатність та економічність системи	Система ціноутворення має бути економною та не спричиняючи надлишкових витрат, забезпечувати вирішення поставлених перед нею задач
Компетентність	Система ціноутворення передбачає наявність у відповідних співробітників необхідного рівня кваліфікації

З метою більш ясного розуміння сутності та функцій ціноутворення необхідно дослідити генезис розвитку даного поняття. Процеси ціноутворення займають центральне місце в дослідженнях різних наукових шкіл, а тому є широко представленими у роботах відомих економістів, оскільки вони по суті визначають вартість продукту (послуги) у процесі мінових відносин (табл. 1.3).

Таблиця 1.3 – Узагальнення підходів до визначення поняття «ціноутворення» в межах різних наукових шкіл

Представники	Сутність підходу
Класична школа політекономії	
У. Петті [164]	Існує два види ціноутворення: політичне, яке здійснюється під впливом попиту та пропозиції, та природне, основою для якого є кількість праці, витрачена на виробництво товару
А. Сміт [182]	В процесі ціноутворення повинні враховуватися витрати, пов'язані з виробництвом товару, а саме: земельна рента, виробничі витрати, заробітна плата, прибуток на капітал та доставку товару на ринок. Метою ціноутворення є встановлення так званих «нормальних» або «природних» цін
Д. Рікардо [169, с. 33]	Основою ціноутворення є кількість праці, необхідна для виробництва необхідного товару. Товари можуть порівнюватися через «відносні ціни», які відображають витрачені людино-години
П. Буагільбер [24]	Основою ціноутворення має бути обсяг робочого часу, витраченого на виробництво відповідного товару, проте в процесі встановлення ринкових цін вони можуть відхилятися від «істинних» під дією цілої сукупності чинників
К. Маркс [137]	Формування ціни здійснюється через додавання витрат, понесених на виробництво відповідного товару та доданої вартості, яка створюється робочою силою (так званою «неоплаченою працею»)
Теорія витрат виробництва	
Н. Сеніор [24]	Для ціноутворення базою є сума заробітних плат найманих працівників та прибутків капіталістів, проте остаточне ціноутворення формується під впливом ринкової кон'юнктури
Дж. Мілль [147]	Визначення мінової вартості речей або встановлення цін на них здійснюється пропорційно витратам виробництва, які представлені заробітною платою та прибутком
Ж.-Б. Сей [24], Ф. Бастіа [24]	Основою ціноутворення є земельна рента, заробітна плата та відсоток на капітал, які є платою за відповідний внесок кожного фактору виробництва, а саме: землі, праці та капіталу
Теорія «граничної цінності»	
Є. Бем-Баверк [207]	Визначення ціни відбувається на основі рідкості блага. Особливо яскраво це проявляється лише тоді, коли даного блага не вистачає для задоволення всього обсягу попиту
Ф. Візер [35]	Ціноутворення здійснюється на основі витрат виробництва, вартість яких визначається граничною корисністю споживчого блага
К. Менгер [7]	Ціноутворення має відображати цінність товарів, коли ми розуміємо, що без них неможливо задовольнити наші потреби
М. Портер [133, 166]	Базою для ціноутворення є цінність даного блага для покупців, оскільки ціна – це те, що покупці готові оплачувати
Л. Вальрас [24]	Ціноутворення повинно здійснюватися виходячи з рідкості благ. Усі блага, які є рідкісними, мають ціну

Теорія ринкового ціноутворення (неокласична школа)	
А. Маршал [138]	Ціноутворення є виключно ринковим процесом, а витрати виробництва та гранична корисність є лише складовими закону попиту та пропозиції, які можна порівняти з лезами ножиців
В. Паретто [24], Дж. Хикс [24]	Встановлення цін як на споживчі товари, так і на фактори виробництва відбувається в результаті встановлення рівноваги між попитом та пропозицією на ринку
М. Туган-Барановський [192]	Ціноутворення здійснюється на основі таких витрат, за яких виробляється така кількість товару, яка необхідна ринку (ціни встановлюються відповідно до виробничих витрат, які відповідають рівню сукупного попиту)
Є. Слуцький [65]	Процес ціноутворення цілком залежить від ринкової кон'юнктури та наявності і рівня ціни на товари-замінники

Історично перші дослідження процесу ціноутворення відбувалися в межах класичної школи політичної економії. В завершеному вигляді ці погляди були узагальнені в трудовій теорії вартості К. Маркса [137]. Першими дослідниками питання ціноутворення в межах даної школи були У. Петті [164] та А. Сміт [182], які розглядали процес встановлення ціни виключно з позиції виробництва та відповідних витрат, основними з яких є земельна рента, заробітна плата, відсоток на капітал. Подальші дослідження питання ціноутворення знайшли своє втілення в роботах Д. Рікардо [169], П. Буагільбера [24] та К. Маркса [137], які вже розглядали лише працю та заробітну плату як основу для ціноутворення, оскільки саме праця є першочерговою в створенні як кінцевих продуктів, так і факторів виробництва. Проте слід зазначити, що незважаючи на те, що класики вважали витрати основою для будь-якого ціноутворення, а ціни, що базувалися на витратах – істинними, все ж вони погоджувались, що певний вплив на ціноутворення має і попит на товар, що викривляє істину ціну товару, який виходить на ринок.

Одночасно з класиками дану проблему досліджували прихильники теорії витрат, які також наполягали на витратній природі ціноутворення і досліджували процес встановлення цін виключно з позиції виробництва. До представників даної наукової школи можна віднести Н. Сеніора [24], Дж. Міля [147], Ж. Б. Сея, Ф. Бастіа [24].

Відмінним від наведених підходів стала теорія маржиналістів або теорія «граничної корисності», в межах якої основою ціноутворення є корисність блага для споживача, його здатність задовольняти потреби. Прихильниками даної теорії були Є. Бем-Баверк [207], Ф. Візер [35], К. Менгер [7], М. Портер [166], Л. Вальрас [24]. Згідно даної теорії основою для встановлення ціни є рідкісність блага та його гранична цінність для споживача. Саме ці характеристики є причиною того, що покупці готові придбати даний товар.

Таким чином, якщо класики та прихильники теорії витрат досліджували виключно витратну основу ціноутворення, то маржиналісти – навпаки робити акцент саме на корисності блага як основи для встановлення його ціни. Спробу поєднати дані два підходи здійснив А. Маршал [138]. Згідно його підходу як витрати, так і цінність блага мають вплив при встановленні ціни на товар. Всі фактори, які мають вплив на ціну, проявляють даний вплив через попит та пропозицію на ринку. Ціна встановлюється шляхом врівноваження попиту та пропозиції, які, в свою чергу, відображають дію всіх чинників ціноутворення як зі сторони попиту, так і зі сторони пропозиції. Подальший розвиток даної теорії відбувався у роботах В. Паретто, Дж. Хикса [24], М. Туган-Барановського [192], Є. Слуцького [65], які більш детально досліджували питання ринкового ціноутворення та розвивали проблему впливу різних ринкових чинників на процеси ціноутворення.

Наступним етапом дослідження ціноутворення як системного явища є дослідження функцій даної системи. Під функцією в штучних системах слід розуміти діяльність, для здійснення якої дана система створена та яка відображає роль даної системи в оточуючому її середовищі [88, 152]. Розглядаючи систему ціноутворення, можна вважати, що реалізація її функцій повинна забезпечувати досягнення цілей системи та відображати її роль в діяльності суб'єкта господарювання. Основною діяльністю системи ціноутворення є формування цін на продукти та послуги, що реалізуються ним. Формування цін є комплексним завданням та передбачає підготовчу роботу з інформацією, оціночну роботу, процеси управління ціноутворенням. На основі

даних видів діяльності можна виділити ряд функцій системи ціноутворення, які узагальнені нами на рис.1.1.

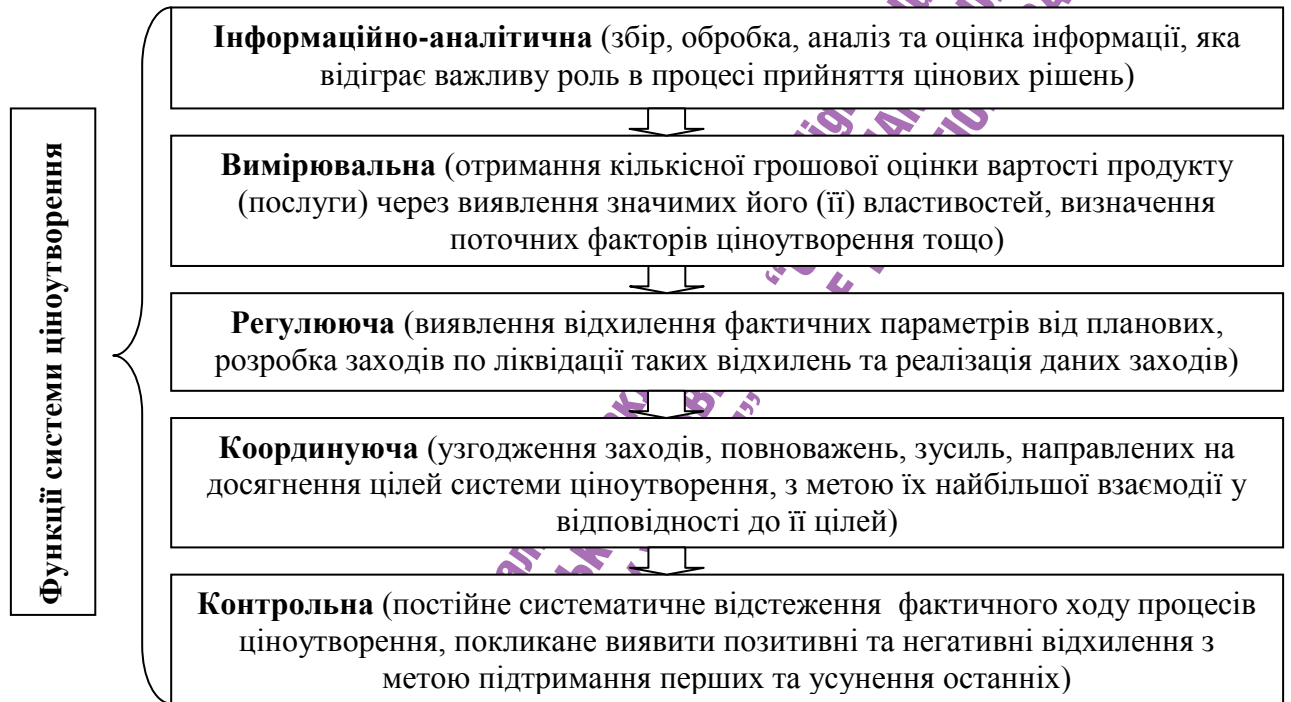


Рисунок 1.1 – Функції системи ціноутворення та їх взаємодія (складено автором на основі [200, 170])

З метою встановлення ціни на продукт або послугу суб'єкт господарювання спочатку збирає та обробляє всю внутрішню та зовнішню інформацію, необхідну для прийняття відповідних управлінських рішень. Інформаційно-аналітична функція в основному застосовується на попередньому етапі ціноутворення. Згодом, з урахуванням отриманої інформації, варто оцінити власний продукт (послугу) та визначити відповідну ціну, а отже вимірювальна функція відіграє значну роль в системі ціноутворення, оскільки на основі результатів виконання даної функції суб'єкт господарювання встановлює ціну на продукт (послугу). Далі з метою оперативного керування системою реалізується регулююча функція, покликана здійснювати постійний моніторинг роботи системи, виявляти будь-які відхилення, щоб негайно їх усунути. Оскільки процеси ціноутворення є

всеохоплюючими для будь-якого суб'єкта господарювання, то необхідним є координація різних суб'єктів процесу ціноутворення, для найбільш ефективної їх співпраці. Як і для будь-якого процесу управління, так для управління системою ціноутворення необхідним є наявність контрольної функції та відповідно здійснення контролю за процесами ціноутворення на будь-якому їх етапі.

Таким чином, ціноутворення як процес встановлення цін на продукти або послуги, виконує ряд важливих функцій, які покликані досягти поставлених цілей. Цілі системи ціноутворення встановлюються у відповідності до комерційних цілей та загальних перспективних цілей суб'єкта господарювання. В теорії ціноутворення найбільш загальними та розповсюдженими цілями є: 1) розширення активів; 2) покращення результатів діяльності; 3) поліпшення ринкових позицій.

Орієнтуючись на розширення активів бізнесу, управлінці намагаються утриматись від необґрунтованого підвищення цін. Такі цілі частіше за все встановлюють комерційні організації, які є на початковому етапі свого життєвого циклу і намагаються розширити свою діяльність.

Протилежною є ситуація орієнтації системи ціноутворення на максимізацію прибутку, за якої менеджери намагаються встановити максимально допустимі ціни на ринку. Дана ціль вимагає від суб'єкта господарювання впевненості в його ринкових позиціях, оскільки вона може привести до втрати клієнтів. Дана ціль здебільшого є характерною для лідерів ринку, які можуть собі дозволити диктувати свої умови іншим учасникам та мають значний вплив на сукупну пропозицію, або мають у своєму продуктовому портфелі ексклюзивні товари.

Встановлення цілі, орієнтованої на збільшення частки ринку, навпаки супроводжується встановленням цін нижче середньо ринкового рівня та частіше за все встановлюються учасниками ринку, які не займають значну його частку, проте бажають її розширити.

Входом для системи ціноутворення є відповідне інформаційне забезпечення даного процесу, тобто збір та обробка даних, які дають змогу визначити вплив усіх факторів та прийняти виважене рішення стосовно ціноутворення [123]. При цьому обробці й аналізу підлягає значний масив інформації, зокрема: відомості про ринок в цілому, про конкурентів і покупців, про витрати, прибуток і обсяги збуту підприємства, а також про систему державного регулювання цін тощо (рис. 1.2).

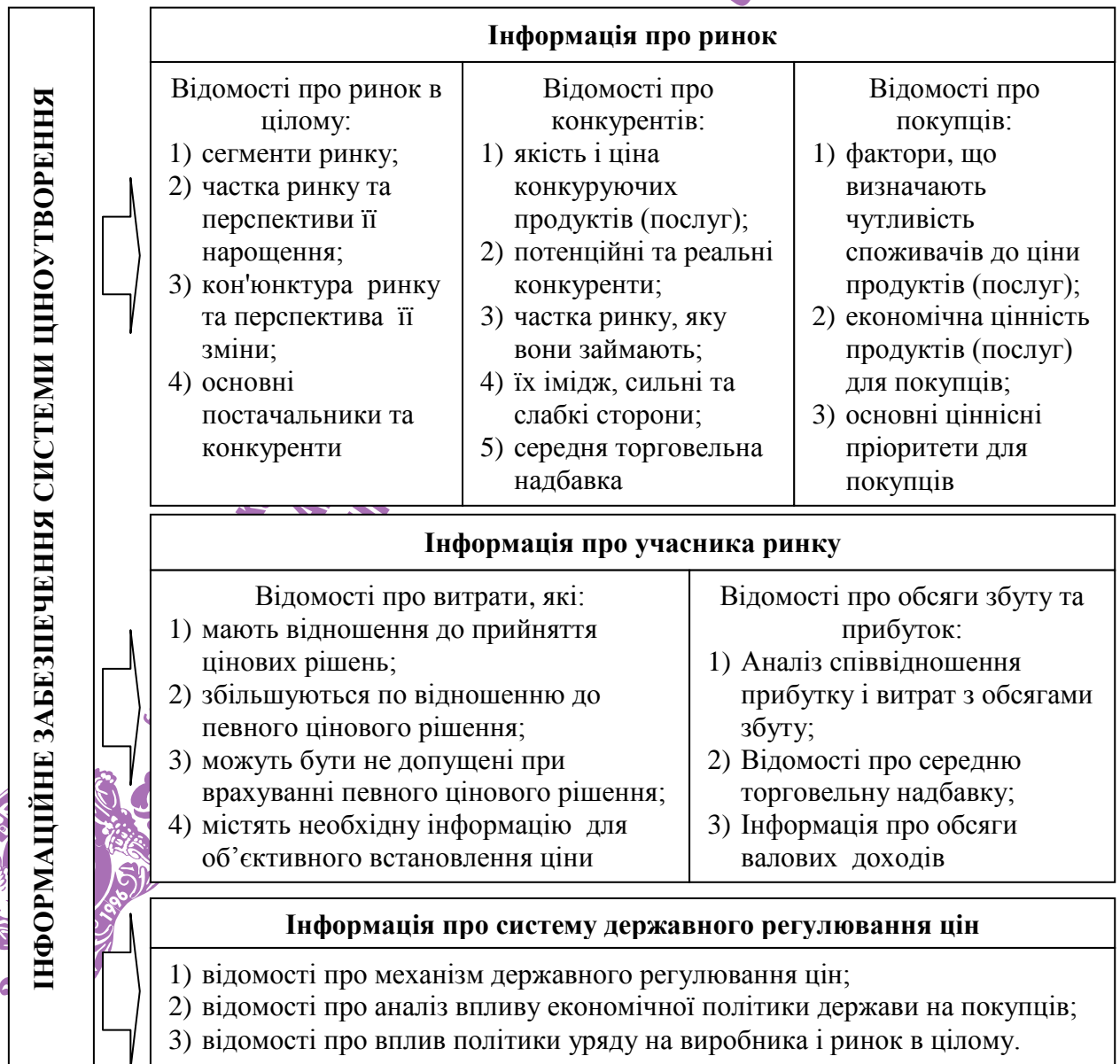


Рисунок 1.2 – Інформаційне забезпечення системи ціноутворення (розроблено автором на основі [131, 176, 65, 100])

Вказана інформація, що піддається аналізу в процесі підготовки та прийняття рішення щодо ціноутворення, дає змогу виявити його основні фактори, серед яких:

- фактор цінності (попиту), який є одним з найважливіших факторів та відповідає цінності або корисності товару для покупця;
- фактор витрат, який допомагає встановити мінімально допустиму ціну продуктів і послуг на основі їх собівартості, а також спрогнозувати її прийнятність для ринку;
- фактор конкуренції, який за допомогою ціни на продукти може сприяти як посиленню, так і послабленню конкурентної боротьби;
- фактор розподілу, який, в залежності від обраної схеми маркетингу і продажу продукту (послуги), може підвищувати ціну або її знижувати;
- фактор стимулювання збуту, який сприяє збільшенню ціни на продукти і послуги шляхом їх рекламування;
- фактор суспільної думки, який визначає відповідний ціновий діапазон;
- фактор обслуговування, який допомагає встановити не лише ціну продажу, але й визначити її вартісне відображення у передпродажному та післяпродажному супроводженні.

Окрім основних факторів ціноутворення, вказаних вище, важливе значення мають також й інші, серед яких: державне регулювання, загальна економічна ситуація, форс-мажорні обставини та ін., врахування яких поряд із основними дає змогу визначити оптимальний розмір цін на продукти і послуги та визначити, що саме і у якій мірі впливає на їх розміри та динаміку на ринку.

В якості виходів системи ціноутворення доцільно розглядати продукт діяльності системи, який призначений для внутрішнього використання організацією. Незважаючи на те, що рішення щодо ціноутворення відносяться до управлінських рішень, які приймаються вищим менеджментом, на виході система ціноутворення надає необхідну інформацію для всіх рівнів ієрархії управління (табл. 1.4).

Таблиця 1.4 – Виходи системи ціноутворення (складено автором на основі [131, 176, 65, 100])

Споживач інформації	Інформація, яка є на виході системи ціноутворення
Вищий менеджмент	Результати діяльності кожного структурного підрозділу та цілі, які перед ними стоять; співвідношення показників діяльності кожного підрозділу; дані про відхилення фактичних показників діяльності системи в цілому та кожної її складової в порівнянні з плановими; інформація про поточні проблеми, обґрунтування вибору напрямку того чи іншого підрозділу, та системи в цілому; тенденції та закономірності діяльності системи
Керівники середньої ланки	Інформація про поточний стан справ в сфері власних повноважень, аналіз виконання планів та бюджетів; аналіз можливих причин невиконання прогностичних показників та шляхи їх подолання; характеристика потенційних можливостей та альтернатив досягнення цілей
Рядові співробітники	Правила діяльності, рекомендації щодо вирішення проблемних питань; аналіз факторів, які викликали відмінність фактичних показників від планових; аналітичні огляди, метою яких є підтримання єдності цілей співробітників всіх структурних підрозділів

Формою отримання інформації вищим керівництвом та управлінцями середньої ланки частіше за все є звіти, на основі яких здійснюється аналіз минулих управлінських рішень та прийняття нових. Для рядових співробітників та інколи для керівників середньої ланки використовуються накази, розпорядження та огляди певних сфер діяльності організації.

Наступним етапом дослідження ціноутворення, розглядаючи даний процес як систему, є визначення певної послідовності дій, які можна назвати алгоритмом ціноутворення (рис. 1.3.).

Основною метою процесу ціноутворення є встановлення такого рівня цін, який максимально відповідатиме стратегічним цілям суб'єкта господарювання. В умовах, коли реалізується декілька видів продуктів або послуг, цінова політика для кожного з них може формуватися окремо. Формування системи інформаційного забезпечення передбачає своєчасне оновлення маркетингової інформації про ринок та зміни на ньому, цінність товару для споживача, його основні ціннісні пріоритети. Далі слід визначити та оцінити всі фактори, що впливають на ціноутворення, особливо ті, що є недооціненими та не врахованими повністю. Різні види цінової стратегії застосовуються в

залежності від стадії життєвого циклу продукту (послуги), а отже його визначення є невід'ємною частиною формування цінової політики.

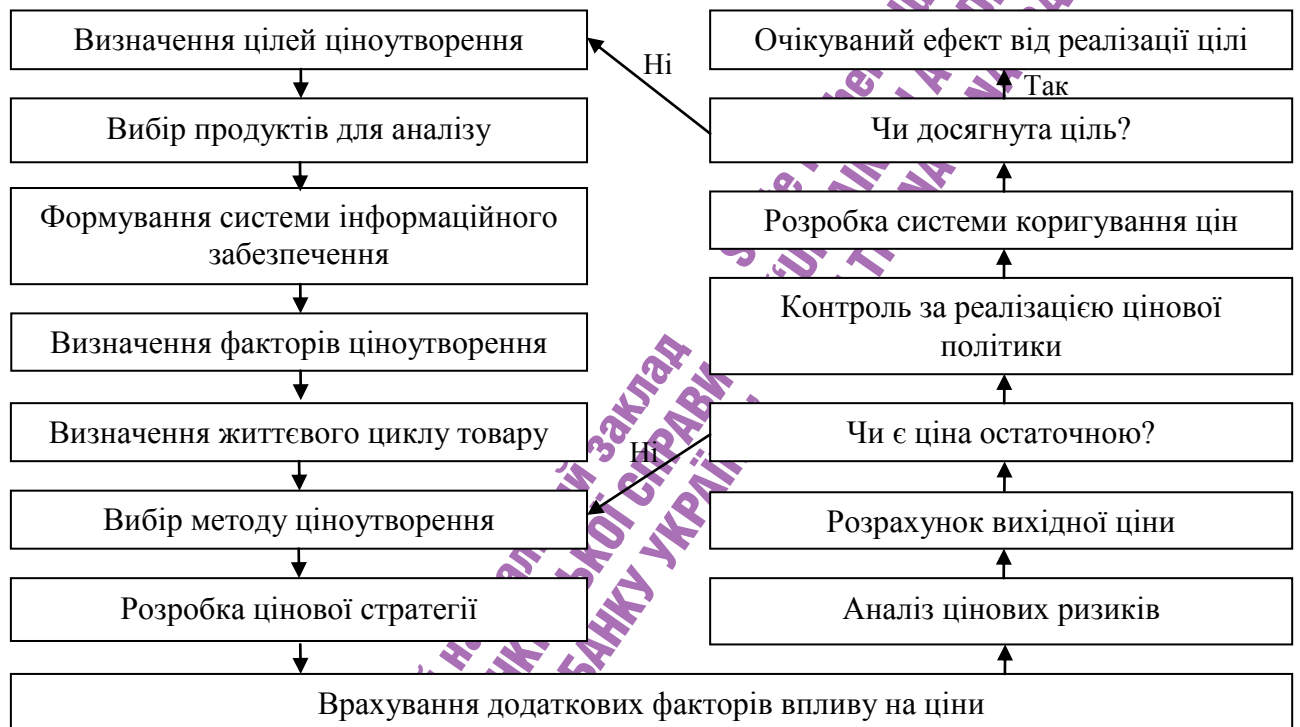


Рисунок 1.3. – Алгоритм процесу ціноутворення (розроблено автором на основі [198, 100, 131, 176, 72,73])

Після визначення життєвого циклу продукту (послуги), зважаючи на цілі суб'єкта господарювання та результати попередніх етапів, необхідно обрати метод ціноутворення. Після цього відбувається розробка цінової стратегії, що є узагальненою моделлю дій в сфері ціноутворення. Враховання додаткових факторів передбачає приділення уваги психології споживача, його менталітету, різним регіональним особливостям, значущості продукту (послуги) та ін. Також при формуванні цінової політики необхідно врахувати різного роду цінові ризики (наприклад, ризик коливання курсу валют, якщо суб'єкт господарювання здійснює зовнішньоекономічну діяльність, державне регулювання цін та ін.). Підсумковим етапом, який враховує результати всіх попередніх, є встановлення кінцевої ціни. Проте навіть після встановлення ціни повинен здійснюватись постійний контроль з метою своєчасного реагування на

певні зміни, появу ризиків, урахування нових факторів та ін. У випадку виявлення таких змін суб'єкт господарювання повинен мати систему коригування цін для оперативного втручання та приведення їх у відповідність новим зовнішнім і внутрішнім умовам. Для оцінки правильності обраної цінової політики слід час від часу оцінювати ступінь досягнення поставлених цілей. Крім того, це дасть змогу своєчасно змінити цілі.

Одним з найважливіших етапів зображеного алгоритму є вибір методу ціноутворення на конкретний вид продукту (послуги). Існує значна кількість методів ціноутворення, що дає можливість використовувати даний інструмент так, щоб максимально пристосуватись до існуючих на ринку умов з метою досягнення цілей, поставлених перед системою ціноутворення. В загалом не можна виділити один універсальний метод, а тому за різних умов доцільно використовувати різні методи, які б давали змогу найбільш повно досягати своїх цілей.

Наступним елементом системи ціноутворення є її організація процесів формування та встановлення цін на продукти (послуги). Дану систему складають структурні елементи та співробітники, які безпосередньо задіяні у формуванні цін (рис. 1.4).

Як свідчить рис. 1.4, частіше за все організаційним центром системи ціноутворення є відділ з маркетингу, який у вітчизняних умовах переважно є складовою відділу збуту. Розміщення центрів даної системи саме у складі відділу збуту має певні переваги, оскільки в такому разі вони є максимально близькими до джерел інформації, а саме до ринку та клієнтів, що є ключовою необхідністю для ефективної діяльності такої системи. Окрім того, це дає змогу збалансувати в даному відділі відповідальність за реалізацію цінової політики та повноваження при її формуванні.

Окрім відділу збуту, в процесах ціноутворення активно задіяний відділ прогнозування та бюджетування, який не тільки має на меті надання прогнозної інформації стосовно цін, але й аналізує відхилення фактичних показників від

планових в межах системи ціноутворення, надає прогностичні показники діяльності при різних цінових рішеннях.

Також важливу роль в процесі прийняття цінових рішень відіграє бухгалтерська служба, яка концентрує всю інформацію про фактичні ціни та фактичну собівартість продукту (послуги).

Контроль за дотриманням державних вимог в сфері ціноутворення та правове супроводження реалізації цінової політики суб'єкта господарювання здійснюється його юридичним підрозділом.

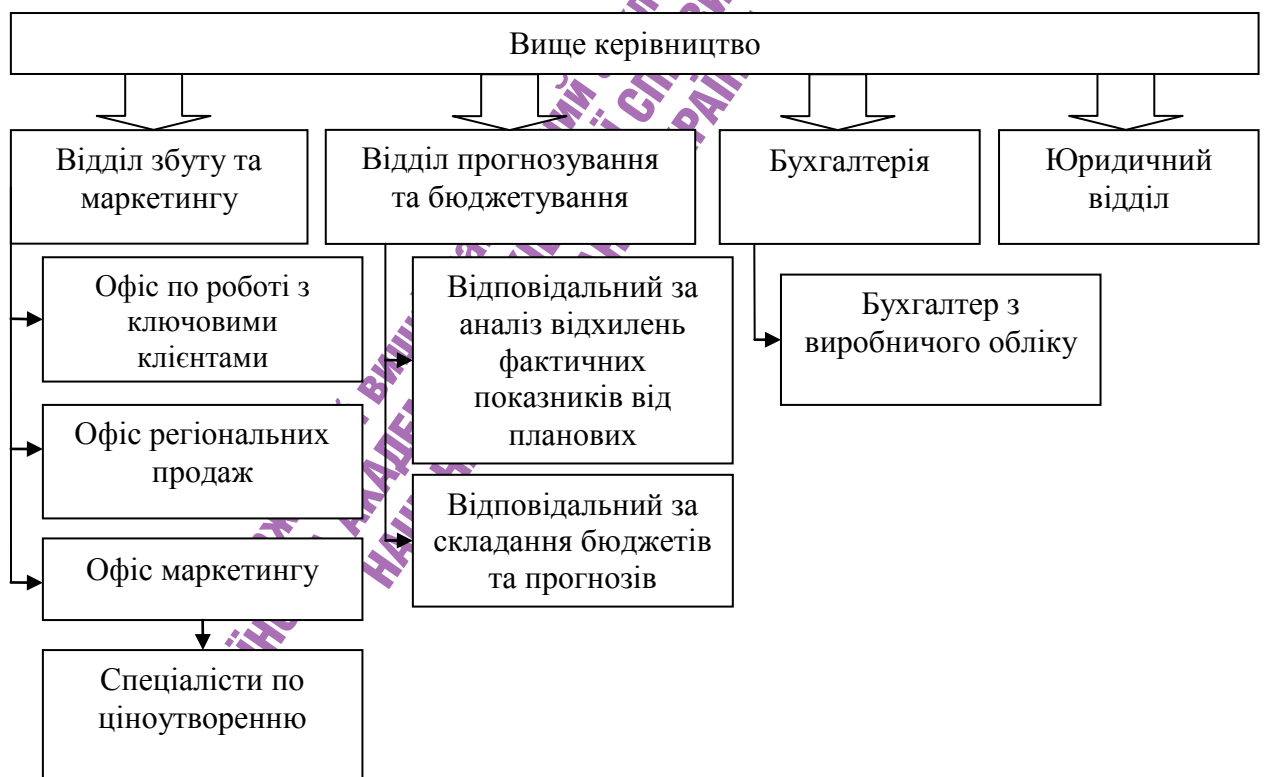


Рисунок 1.4 – Структурні підрозділи, задіяні у організації ціноутворення (складено автором на основі [131, 176, 65, 100, 204])

Отже, проаналізувавши всі складові системи ціноутворення можна зробити висновок, що дана система є складною із значною кількістю внутрішніх елементів, які взаємопов'язані між собою. Графічно дане поєднання представлено на рис. 1.5.

Процеси ціноутворення на будь-які продукти або послуги відносяться до ключових в усіх сферах та ланках народного господарства, оскільки саме вони

зкладають основу для результатів діяльності суб'єкта господарювання та визначають перспективи його подальшого розвитку. Із постійним зростанням конкуренції теоретиками та практиками економічної науки все більше уваги приділяється питанням формування системи ціноутворення, яка б підтримувала нормальне функціонування бізнесу.



Рисунок 1.5 – Ціноутворення з позицій системного підходу (складено автором на основі [131, 176, 65, 204, 21, 22])

Таким чином, дослідивши засади системного підходу у науковому пізнанні та використавши його у дослідженні процесів ціноутворення, можна зробити висновок, що система ціноутворення – це взаємопов'язана сукупність принципів, функцій, цілей та методів спрямованих на організацію процесів визначення кінцевої ціни продукту або послуги на основі відповідного інформаційного забезпечення.

Окремо слід підкреслити, що оскільки останні десятиліття банківський бізнес відіграє все більш важливу роль у економічному житті України, то питання ціноутворення на банківські послуги набуває все більшої актуальності, а ціни на банківські послуги стають індикаторами загальноекономічної динаміки. Саме проблемам дослідження системи ціноутворення на банківські послуги і будуть присвячено наступні підрозділи даної роботи.

1.2 Узагальнення теоретичних засад формування системи факторів встановлення цін на послуги банків

Банківська послуга як об'єкт ціноутворення має ряд специфічних ознак та факторів, які визначають процеси встановлення ціни. Перш ніж перейти до розгляду особливостей ціноутворення на послуги банку, слід зауважити, що в науковій літературі з проблем банківської справи часто точаться дискусії стосовно співвідношення понять «банківський продукт» та «банківська послуга». Загальну сукупність наукових поглядів на дану проблематику можна умовно розділити на дві групи:

1) підхід, згідно якого дані поняття не є тотожними. Прихильниками такого підходу є Ю.В. Головін [42], Ю.С. Масленченкова [140], В.А. Перехожев [163] та ін.;

2) підхід, згідно якого дані поняття є тотожними. Прихильниками такого підходу є Е.А. Уткін [198], В.Д. Маркова [136], А.С. Гур'янов [49], Ю.И. Коробов [96], А. А. Мещеряков [144, 145, 146] та ін.

Окремо варто виділити дослідження А. А. Мещерякова, який вважає, що вирішальним у даному питанні є така економічна категорія, як «споживча вартість». З цієї точки зору і банківський продукт, і банківська послуга є тотожними, оскільки вони мають однакову здатність задовольняти потреби клієнтів. Зважаючи на те, що об'єктом нашого дослідження є система ціноутворення на банківські послуги, функціональне навантаження яких передбачає задоволення ними різноманітних потреб клієнтів, то можна дійти висновку, що в межах даного дослідження категорії «банківський продукт» і «банківська послуга» доцільно розглядати як тотожні.

Банківська послуга, як будь-яка інша послуга, має ряд особливостей, які проявляються в ході мінових відносин. До таких зазвичай відносять:

– невідчутність послуги, тобто її нематеріальній характер (оцінити вигоду від послуги споживач може лише після отримання послуги, тому придбання послуг обумовлене значною невизначеністю, що обумовлює специфічність процесу ціноутворення на такі блага);

– невіддільність послуги, тобто послуга не може бути відокремленою від її джерела (процес реалізації послуги завжди супроводжується взаємодією виробника послуги та покупця, у результаті якої якість кінцевого продукту залежить як від виробника, так і від покупця);

– мінливість послуги (якість послуги може значно варіюватися в залежності від того хто, коли, де і як надає дану послугу. Така непостійність послуги має безпосередній вплив на процеси ціноутворення, оскільки одна і та ж сама послуга за різних умов може мати абсолютно різну ціну);

– незбереженість або недовговічність послуги (послуга не може зберігатися для наступного її продажу або використання, тому процеси виробництва, реалізації та споживання послуги, на відміну від матеріального продукту, відбуваються одночасно, що визначає певні особливості маркетингу послуг взагалі та процесів ціноутворення зокрема) [100, 141, 52].

Очевидно, що специфіка послуги як об'єкта мінових відносин в порівнянні з матеріальним продуктом обумовлює відповідну специфіку процесів її ціноутворення, необхідність застосування особливих підходів до визначення ціни, врахування цілого ряду факторів, відмінних від тих, які враховуються при ціноутворенні на матеріальний продукт.

Також слід зазначити, що банківські послуги значно виділяються з ряду інших послуг. Оскільки банківська діяльність вирізняється на фоні інших видів господарської діяльності підвищеним ризиком, то можна з впевненістю зазначити, що важливою специфічною ознакою банківського ціноутворення є врахування значного переліку ризиків, притаманних банківським послугам.

Будь-яка господарська діяльність пов'язана з певними ризиками, коло яких є дуже значним і потребує детального розгляду. Так, наприклад, у системі загальноекономічних ризиків, виділяють макроекономічні, комерційні, фінансові, операційно-технічні та загальноекономічні ризики (рис. 1.6).

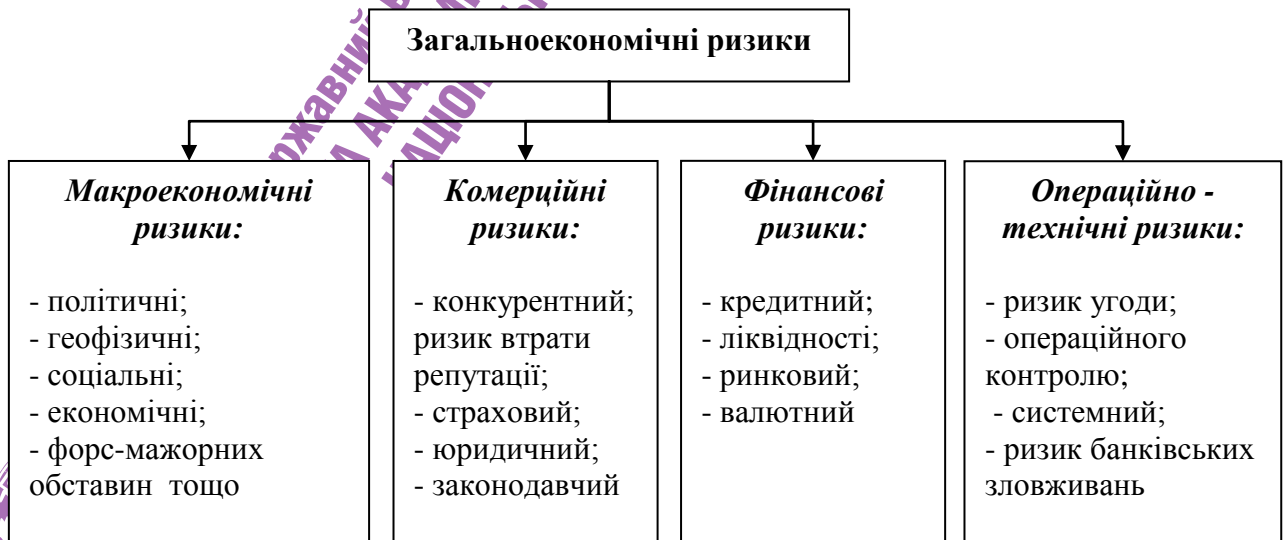


Рисунок 1.6 – Класифікація фінансових ризиків в системі загальноекономічних ризиків

В роботі, [16] усю сукупність найбільш важливих ризиків поділяють на п'ять категорій, серед яких:

- операційний ризик;

- ризик ліквідності;
- кредитний ризик;
- процентний ризик;
- та ризик, пов'язаний з капіталом (ризик неплатоспроможності).

Також часто всі ризики розподіляють по групах в залежності від того, в якій з сфер господарської діяльності вони виникають. Так, наприклад, говорячи про банківську діяльність, можна зазначити, що їй притаманні такі ризики як: кредитний, процентний, галузевий, страховий, валютний, ризик невиконання контрагентом своїх зобов'язань та ін.

Значна сукупність специфічних ризиків, які супроводжують банківську діяльність та безпосередньо пов'язані із конкретними банківськими послугами, мають враховуватися при встановленні їхньої ціни, а відомості про такі ризики формують інформаційне забезпечення відповідної системи ціноутворення.

Так, кредитний ризик, тобто ризик несплати по позиції, може як збільшувати ціну банківської послуги, так і зменшувати її в залежності від того, наскільки надійним є фінансове становище позичальника. Прикладом цього є знижка кредитної ставки для постійних чи сумлінних позичальників та підвищена ціна на кредити для сумнівних чи випадкових позичальників. При цьому різниця в ціні на банківські кредити між першими і другими має обумовлюватись вартістю додаткових резервів, утворюваних банком на випадок неповернення позичених коштів.

Часто, страхуючи свій кредитний ризик та з метою зменшення ціни на кредитні ресурси, банк практикує надання кредитів під заставу чи гарантію. Звісно гарантія чи застава не обіцяють банку беззаперечної поверненості кредиту, однак з точки зору ціноутворення їх наявність знижує вартість кредиту для боржника (позичальника), зменшуючи ризик отримання збитків банківською установою.

Окрім кредитного ризику, на цінову політику банку впливають також ризик ліквідності, процентний ризик, валютний ризик тощо.

Ризик ліквідності, тобто ризик неплатоспроможності банку, виникає як в наслідок завищеної ціни на банківські послуги, так і в наслідок безпідставного падіння їх вартості. Саме тому для банків дуже важливо встановити оптимальну ціну на банківські послуги, а також передбачити умови зменшення та збільшення їх ціни, за умови, відповідно, недотримання та дотримання клієнтом банку такої поведінки, яка є максимально вигідною при підтримці ліквідного становища банку. Особливо важливим це стає з огляду на те, що ризик ліквідності є, як правило, прогнозованим ризиком і виникає у разі помилки прогнозу чи його раптової зміни. Останнє, до речі, мало місце під час фінансової кризи у вітчизняній банківській системі наприкінці 2008 р., яка загострилась через швидке і масове зняття депозитів.

Процентний ризик також справляє чималий вплив на ціноутворення на банківські послуги. Пояснюється це тим, що цей вид ризику пов'язаний з невизначеністю майбутнього напрямку руху та рівня процентних ставок. Він зачіпає як кредиторів, так і позичальників, і з точки зору ціноутворення являє собою ризик того, що середня вартість залучених коштів банку, пов'язаних з наданням кредитів, може на протязі дії кредиту перевищити середню процентну ставку за кредитами.

Крім того, М. Кошевий [119, 120] виділяє наступні специфічні ознаки банківського ціноутворення:

– ціноутворення на окремі послуги банків дуже часто здійснюється під впливом грошово-кредитної політики центрального банку, яка за допомогою таких інструментів як нормативи обов'язкових резервів, облікова ставка, інтервенції на валютному ринку та інших визначає процентну політику банків;

– на відміну від інших видів діяльності банківський бізнес оперує значною кількістю послуг, для більшості з яких існують окремі підходи до ціноутворення, відмінні від тих, які використовуються в промисловості, сільському господарстві, транспорті та ін.;

– ціна банківської послуги має специфічний склад елементів, що є наслідком використання специфічних видів ресурсів при здійсненні операцій.

Як зазначалося вище, специфіка банківського бізнесу поряд з іншими видами підприємницької діяльності визначає наявність специфічних факторів ціноутворення на банківські послуги поряд із загальними чинниками (рис. 1.7).



Рисунок 1.7 – Фактори ціноутворення на банківські послуги (складено автором на основі [165]).

Серед вказаних факторів, основними специфічними чинниками, які мають визначальний вплив на ціну банківських послуг, можна вважати наступні:

- стан грошового ринку в країні;
- рівень попиту і пропозиції, які склались на кредитному ринку;
- розмір кредитної ставки банків-конкурентів;
- розмір грошової маси та рівень інфляції;
- рівень облікової ставки (ставки рефінансування) центрального банку;
- норма обов'язкових відрахувань у резервний фонд.

Стан грошового ринку є вихідним фактором, який впливає на ціноутворення на банківські послуги, оскільки за стабільного грошового ринку ціни на банківські ресурси є нижчими, а за мінливого – вищими. Дана закономірність проявляється внаслідок ризик-менеджменту банку. Намагаючись вберегти себе від ризиків, пов'язаних з такими коливаннями, банк завищує ціну по кредитним ресурсам. Отже, можна зробити висновок, що ціна кредитних ресурсів за умов нормальних ринкових відносин є пропорційною до надійності грошового ринку.

Іншим важливим фактором, який впливає на ціноутворення на банківські послуги, є кон'юнктура кредитного ринку. Окрім ціни на банківські послуги, даний чинник також має вплив на репутацію банку та його клієнтську базу. Такий вплив проявляється в разі якщо банк встановлює ціни на власні послуги, які значно відрізняються від цін банків-конкурентів. Це може призвести до зниження довіри клієнтів, тому у процесі ціноутворення на банківські послуги банками, як правило, встановлюються схожі ціни, основні відмінності яких можуть обумовлюватись лише окремими маркетинговими позиціями чи стратегіями банків.

Крім того, слід наголосити на тісному зв'язку ціни грошей з їхньою масою (грошовий агрегат M2) та інфляцією. Згідно неокласичної теорії між обсягом грошової маси та процентними ставками на ринку існує обернений взаємозв'язок. Дана закономірність визначена А. Маршалом [M7] в його законі попиту та пропозиції. Рівень інфляції також має безпосередній вплив на ціну грошей. Він проявляється у тому, що банки завищують ціну на власні послуги за умови високих інфляційних очікувань, таким чином страхуючи себе від інфляційного ризику

Іншим важливим фактором банківського ціноутворення є рівень облікової ставки та ставки рефінансування центрального банку. Згідно теоретичних досліджень в даному питанні ставка рефінансування (або облікова ставка) має визначальний вплив на ціну банківських процентних послуг, тому що її розмір використовується банками як базова частка ціни кредиту, до якої у

подальшому додається маржа. Серед вітчизняних вчених на цьому наголошують О. І. Кіреєв, М. М. Шаповалова [199], В. В. Коваленко [91]. З появою теорії монетаризму даний фактор розглядався як головний інструмент управління економічними процесами у державі, і в першу чергу – як інструмент регулювання рівня банківського відсотку та грошової маси. На сьогоднішній день в багатьох розвинутих країнах облікова ставка центрального банку є одним з головних інструментів управління грошовою масою, процентними ставками та економічними процесами в країні. Також вважається, що зміна облікової ставки має психологічний вплив на споживачів банківських послуг, вказуючи на очікування росту або зниження відсоткових ставок.

Н. В. Шаркаді [203] виділяє такий фактор банківського ціноутворення як норма відрахувань у фонд обов'язкових резервів. Для того, щоб гарантувати повне та своєчасне виконання обов'язку банку перед його вкладником центральний банк зобов'язує його здійснювати відрахування до спеціально створеного фонду. Отже, чим більша норма обов'язкових резервів, тим меншу частку залучених коштів банк зможе використати для своїх активних операцій. Зазвичай дана частка встановлюється диференційовано для кожної валюти та терміну вкладу. Впливаючи на собівартість залучених ресурсів, норма відрахувань до обов'язкових резервів змушує банківський менеджмент коригувати ставки по депозитним операціям. У формалізованому вигляді даний вплив можна виразити за допомогою формули (1.1):

$$P = \frac{C}{100\% - N} \times 100\%, \quad (1.1)$$

де P – реальна вартість залучених ресурсів, %;

C – ринкова вартість залучених ресурсів, %;

N – норма обов'язкових резервів, %.

Крім вказаних макроекономічних факторів ціноутворення на банківські послуги в теоретичних працях також розглядається рівень конкуренції як один

з визначальних факторів. Дану проблематику в контексті банківського сектору України досліджували Л. В. Жердецька [68], Л. Д. Павленко [161], С. М. Козьменко та Ф. І. Шпиг. Так, Л. В. Жердецька [68] та Л. Д. Павленко [161] в своїх працях досліджували рівень конкуренції в банківському секторі України за допомогою індексів Херфіндаля – Хіршмана, Холла – Тідемана, Розенблюта, концентрації та загального індексу галузевої концентрації. Розрахувавши дані показники для банківської системи України за період з 2005 по 2010 роки дослідники отримали дані, що в узагальненому вигляді наведені в табл. 1.5.

Таблиця 1.5 – Показники концентрації банківської системи України за період з 01.01.2005 по 01.01.2010 рр. [161]

Звітна дата	Показники концентрації			
	Індекс концентрації	Індекс Херфіндаля-Хіршмана	Індекс Холла-Тідемана	Загальний індекс галузевої концентрації
01.01.2005 р.	53,11	0,0394	0,0225	0,185
01.01.2006 р.	55,82	0,0389	0,0236	0,178
01.01.2007 р.	54,52	0,0373	0,0238	0,171
01.01.2008 р.	52,12	0,0346	0,024	0,161
01.01.2009 р.	55,02	0,0354	0,025	0,155
01.01.2010 р.	56,03	0,0357	0,0119	0,149

Окрім того, Л. Д. Павленко проаналізувала дані показники в розрізі груп банків, які працюють в Україні, що дає змогу зробити висновки про загальну конкурентну ситуацію в банківському секторі України (табл. 1.6). За результатами цього аналізу Л. Д. Павленко було зроблено висновок, що в останні роки концентрація банківського ринку зростала, проте на основі наведених показників можна зробити висновок, що в цілому ринок банківських послуг України є не концентрованим. На основі проведених розрахунків дослідником висунуто припущення про існування монополістичної конкуренції в банківській системі України. На основі цього автор робить висновок про

слабку контрольованість цін на різні банківські послуги, які дуже залежать від кон'юнктури ринку.

Таблиця 1.6 – Показники концентрації банківської системи України за групами банків з 01.01.2009 р. по 01.01.2010 р. [161]

Групи банків	Індекс концентрації	Індекс Херфіндаля-Хіршмана	Індекс Холла-Тідемана	Загальний індекс галузевої концентрації
I група	0,694	0,036	0,119	0,149
II група	0,158	0,001	0,135	0,016
III група	0,065	0,0003	0,197	0,005
IV група	0,082	0,0002	0,069	0,002
Загальний індекс	1	0,0375	0,026	0,153

Інший дослідник даного напрямку Л. В. Жердецька [68] також притримується думки, що ринок банківських послуг України є неконцентрованим, проте в той же час на основі розрахунків індексу концентрації вона робить припущення про його олігополістичний характер. Вона наводить, що в окремих сегментах ринку банківських послуг 10 найбільших банків мають сумарну частку понад 50% . На основі проведених досліджень проблем конкуренції банківського сектору України Л. В. Жердецька вважає, що найбільшим банкам України слід здійснювати ціноутворення, намагаючись максимізувати власний прибуток, якщо вони вже завоювали бажаний обсяг ринку, а всім іншим необхідно обирати мінімально прийнятні ціни з огляду на ціни конкурентів та потенційні можливості розширити власну частку ринку. Ті ж банки, які не відносяться до групи лідерів ринку, мусять слідувати ціновій політиці лідерів.

Інші дослідження впливу конкуренції на ціноутворення на банківські послуги свідчать про поступове зниження ефективності цінових чинників банківської конкуренції та про зростання ролі нецінових чинників, що в свою чергу, означає, що даний фактор ціноутворення поступово втрачатиме свою значимість у процесах встановлення кінцевої ціни на банківські послуги.

Врахування зазначених специфічних чинників ціноутворення на банківські послуги переважно відбувається через використання тих чи інших методів ціноутворення.

Спроба систематизації усього обсягу факторів ціноутворення на банківські послуги була здійснена у роботі Н. Г. Маслак та О. А. Криклій [139], які усю сукупність факторів розподілили на дві групи, кожна із яких містить три підгрупи:

1) Неконтрольовані (зовнішні):

- 1.1) ринкове середовище;
- 1.2) споживач;
- 1.3) держава;

2) Контрольовані (внутрішні):

- 2.1) цілі та завдання діяльності банку на ринку банківських послуг;
- 2.2) результати діяльності банку;
- 2.3) характеристики конкретного виду банківських послуг.

Даний перелік за обсягом відрізняється від інших виділенням групи чинників ціноутворення, пов'язаних із споживачем банківських послуг, і на сьогодні можна помітити поступове зростання впливу факторів даної групи. Основними чинниками даної групи є освіта клієнта, його обізнаність про економічну ситуацію в країні та банківській системі, наявність у нього потреб у банківських послугах та його майновий стан, рівень доходів та витрат, накопичений досвід роботи як в цілому із банківськими установами, так і з конкретним банком.

Проаналізувавши особливості банківської послуги як об'єкта ціноутворення та дослідивши основні підходи вітчизняних вчених до визначення факторів встановлення цін на послуги українських банків, усі такі чинники пропонується розподілити на 3 групи:

– фактори макrorівня (інструменти грошово-кредитної політики НБУ, обсяг грошової маси та рівень інфляції, курс іноземних валют по відношенню до української гривні, політичні, соціальні та ін. фактори);

– фактори мезорівня (кон'юнктура на фінансових ринках, конкурентна позиція банку на ринку банківських послуг, клієнтська база банку, рівень його відносин зі споживачами послуг та ін.);

– фактори мікрорівня (цілі системи ціноутворення, особливості окремої банківської послуги, входження до ПФГ, структура власності та ін.).

Таким чином, в сучасному банку питання ціноутворення на банківські послуги займає ключове місце в системі банківського маркетингу, особливо з позиції того, що дані процеси є основою формування результатів діяльності банку. Питання механізму отримання прибутку банком в більшій мірі вирішується шляхом формування адекватної системи ціноутворення на банківські послуги. Ціна на банківські послуги формується під впливом цілого ряду факторів. Вирішення даної проблеми вимагає визначення впливу всіх чинників ціноутворення на банківські послуги в Україні.

1.3 Обґрунтування специфічних факторів впливу на формування цін на ринку банківських послуг України

Дослідженням чинників ціноутворення на банківські послуги в Україні займалися такі вітчизняні вчені як: О. В. Дзюблюк [56, 58], О. П. Захарова [82], А. С. Гальчинський, О. І. Кіреєв та М. М. Шаповалова [199], М. М. Кошевий [119, 120] та ін.. Так, О. В. Дзюблюк [58] досліджував вплив облікової ставки НБУ на вартість кредитів та депозитів. В американській економіці даний інструмент є одним з головних, що використовується для управління процентними ставками та взагалі економічними процесами. Знижуючи облікову ставку, Федеральна резервна система стимулює банки брати в неї позики. Таким чином, банки, реагуючи на такі умови, знижують ціни на власні процентні послуги. Крім того, на думку П. Роуза [8, 172], зміна облікової ставки має психологічний ефект на учасників кредитного ринку, орієнтуючи їх на

відповідну зміну всіх відсоткових ставок. На сьогодні облікова ставка Федеральної резервної системи США становить верхню межу ціни міжбанківського кредитування. На думку О. В. Дзюблюка [58], в Україні відповідні регуляторні механізми не набули належного розвитку, а тому хоча рівень облікової ставки сприймається банками України при ціноутворенні на кредитні та депозитні послуги, проте все ж даний показник носить переважно інформаційний характер.

Динаміка облікової ставки НБУ та процентних ставок банків по кредитним та депозитним послугам зображена на рис. 1.8.



Рисунок 1.8 – Динаміка облікової ставки НБУ та відсоткових ставок банків України за період з 2008 – 2012 рр.[159]

В цілому спостерігаючи динаміку облікової ставки НБУ та процентних ставок банків, можна зробити висновок, що інколи облікова ставка демонструє загальні тенденції на кредитному ринку і при її підвищенні ставки банків також

зростають. Проте також можна помітити, що вплив даного фактору не є визначальним і в певні проміжки часу це особливо помітно. Так, з травня 2008 р. по червень 2009 р. облікова ставка залишалася незмінною (на рівні 12%), проте вартість процентних послуг банків протягом вказаного періоду зазнала значних коливань. Причиною таких змін є розвиток кризових явищ у фінансовому секторі України, які відбувалися у 2008-2009 рр. Таким чином, можна зробити висновок, що облікова ставка НБУ не має визначального впливу на процеси ціноутворення у вітчизняних банках.

Слід відзначити, що дана проблематика окреслювалась у дослідженні групи авторів під назвою «Формування вартості кредитів у країнах з перехідною економікою та вплив на неї облікової ставки» під керівництвом О. І. Кіреєва та М. М. Шаповалової [199]. Дослідники також відмітили незначний вплив облікової ставки на рівень відсоткових ставок у банківському секторі. Причину такого явища О. І. Кіреєв [199] та інші визначають в зміні обсягів залишків коштів уряду на рахунках Національного банку України. Провівши дослідження протягом декількох років, дослідники помітили, що кожного разу після того як залишок коштів Уряду на рахунках НБУ зростав, спостерігалось зростання процентних ставок на міжбанківському ринку. Таким чином, було визначено, що банки, приймаючи цінові рішення щодо встановлення ставки відсотку, орієнтуються на поточні тенденції кредитного ринку, зумовлені попитом та пропозицією ліквідних коштів з боку банків. При цьому стан ринку короткострокового капіталу здебільшого визначається обсягом платежів Уряду [199].

Окрім облікової ставки, Національний банк України має й інші інструменти монетарної політики, які безпосередньо або опосередковано впливають на ціноутворення на банківські послуги взагалі та на процентну політику банків зокрема. Згідно неокласичної концепції існує обернений взаємозв'язок між обсягами грошової маси та процентними ставками на ринку банківських послуг. Дана закономірність сформульована А. Маршалом [M7] як закон попиту та пропозиції: чим вища пропозиція грошей, тим нижча їхня ціна, тобто процента ставка. Зазвичай даний фактор застосовується центральним

банком шляхом продажу та придбанням у банків цінних паперів, емітованих Національним банком України. Так, впливаючи на грошову масу, яка знаходиться в обігу, і таким чином здійснюючи монетарну політику в сфері управління інфляцією, НБУ створює умови для діяльності банків, змушуючи їх реагувати, в тому числі – і в частині їхньої цінової політики (рис. 1.9).

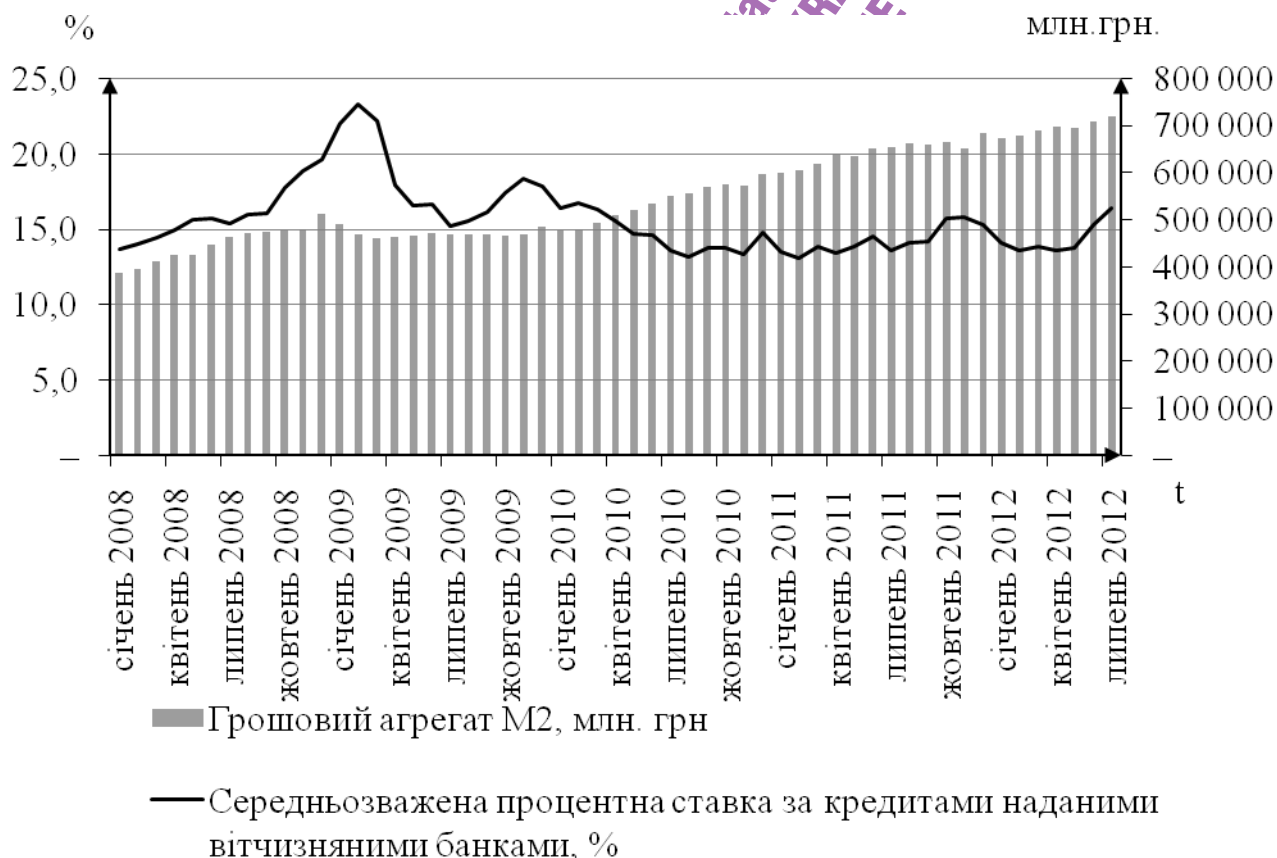


Рисунок 1.9 – Динаміка грошового агрегату M2 та процентних ставок по кредитам в Україні в 2008 – 2012 рр.[159].

Аналізуючи динаміку грошового агрегату M2 та середніх процентних ставок за кредитами, можна зробити висновок, що в цілому в Україні ціноутворення на кредити належним чином реагує на зміни грошової маси. Так, ми можемо помітити, що незначна зміна грошової маси на початку 2009 р. змусила банки відреагувати підвищенням власних цін на кредитні ресурси. І навпаки, поступове нарощення грошової маси з початку 2010 р. призвело до загального зниження рівня кредитних відсотків. В той же час слід відмітити, що

динаміка цін на кредитні ресурси не є чітко пов'язаною із зміною грошової маси, а отже можна зробити висновок, що вітчизняні банки змінюють власну цінову політику не стільки від фактичних змін обсягів грошової маси в країні, скільки від очікуваних змін в найближчому майбутньому.

Такий інструмент є досить дієвим особливо в короткостроковому періоді. Рівень інфляції має прямий вплив на відсоток по банківським кредитам, тобто за умови більш високих інфляційних очікувань банки намагаються встановити вищі відсоткові ставки по кредитам. Дана проблематика також досліджувалася О. В. Дзюблюком [56, 58]. Взагалі дослідження впливу грошової маси та інфляції на відсоткові ставки на кредитному ринку необхідно здійснювати одночасно, оскільки дані чинники є взаємопов'язаними. Досліджуючи дані взаємозв'язки протягом тривалого періоду, можна помітити, що динаміка показника інфляції в Україні та відсоткових ставок у вітчизняному банківському секторі в цілому мають однакове спрямування, проте взаємозв'язок між даними показниками не є константою. Це пояснюється тим, що, встановлюючи відсоткові ставки, банк орієнтуються не на поточний рівень інфляції, а на очікуваний, який, зважаючи на ризики, притаманні даній державі, більшість банків намагаються оцінити з певним запасом.

Окремо слід відмітити, що протягом останніх років рівень цін на відсоткові банківські послуги зазнавав значних коливань. З початком фінансової кризи у вітчизняній банківській системі активно розпочався відтік грошових коштів, які населення вилучало із власних депозитних рахунків. В таких умовах, коли відтік коштів необхідно було зупинити, дієвим важелем виявились цінові чинники. З того часу і по сьогоднішній день ціна на процентні банківські послуги активно використовується банками як інструмент управління власною ліквідністю. Динаміка цін на депозитні банківські послуги та загального обсягу ліквідних коштів, наявних у розпорядженні банків протягом останніх років, наведено на рис. 1.10.

Як свідчить рис. 1.10, загальна динаміка середньозваженої процентної ставки по депозитам у національній та іноземній валюті, залучених у звітному

періоді на рахунки резидентів в цілому, є оберненою до динаміки найбільш ліквідних активів банку – коштів на рахунках в НБУ, інших банках, та готівкових коштів. Дана тенденція відповідає зробленому вище висновку про те, що ціни на процентні банківські послуги все частіше використовуються як важіль регулювання ліквідності. В той же час варто відмітити, що, як свідчить рис. 1.10, дана залежність проявляється лише в оберненості загальних тенденцій даних показників і не можна стверджувати про наявність чітко визначеного зв'язку.

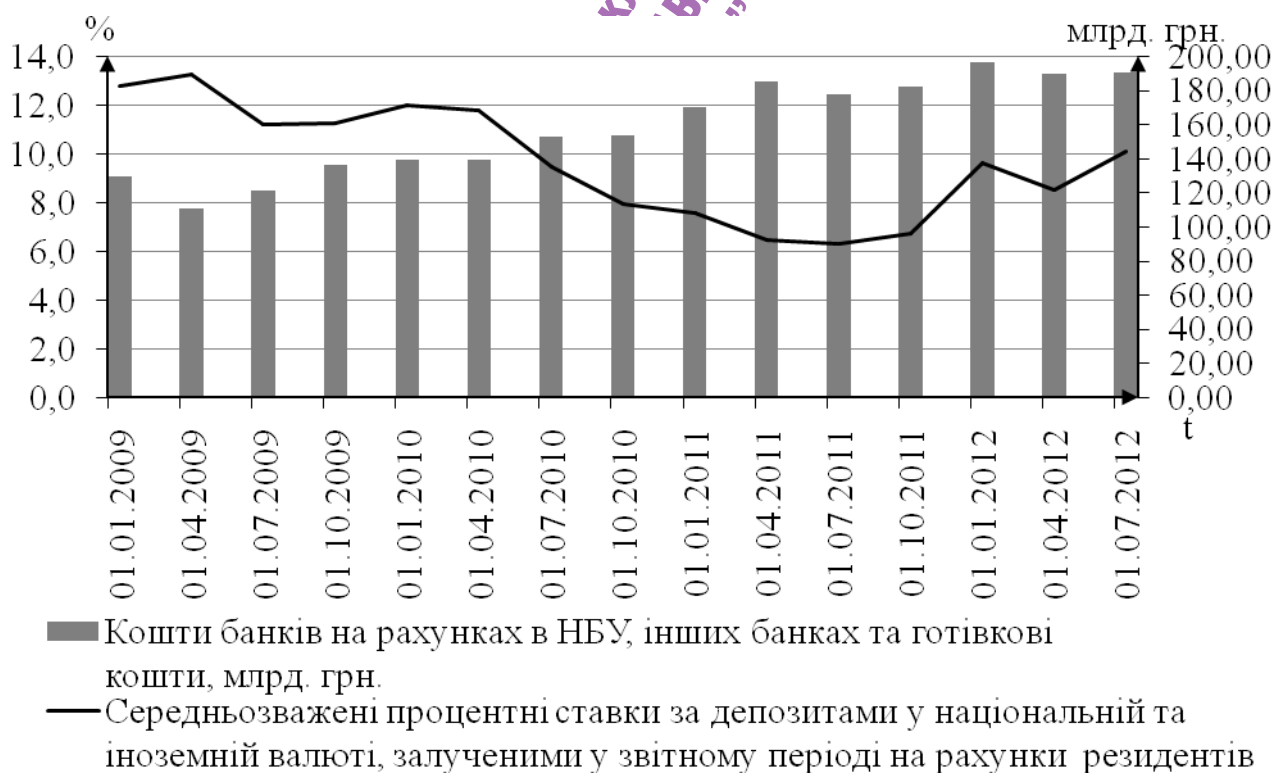


Рисунок 1.10 – Динаміка ліквідних коштів банків України та середньозваженої процентної ставки по депозитам у період з 2009-2012 рр. [159].

Як свідчить рис. 1.10, починаючи з другого кварталу 2009 р. й до кінця 2009 р. залишки на рахунках банків у НБУ, інших банків та готівкових коштів зростали, що призвело до зниження загального рівня депозитних ставок з 13,3% до 11,3%. Далі зростання даних банківських активів в цілому по банківській системі зупинилося, внаслідок чого посилюються очікування того, що клієнти

вітчизняних банків почнуть вилучати вклади, а банки знову постануть перед проблемами із ліквідністю. На фоні таких очікувань банки були змушені дещо підвищити відсоткові ставки по депозитам до середнього рівня 11,8-12,0% річних. Починаючи із третього кварталу 2010 р. і до другого кварталу 2011 р. обсяг вільних ресурсів у вітчизняних банках постійно зростав, в першу чергу за рахунок коштів юридичних та фізичних, які вони розміщували на строкових та безстрокових рахунках. Протягом березня – квітня 2011 р. залишки на банківських рахунках юридичних осіб зросли до 160 млрд. грн., що стало найвищим показником за роки незалежності [158]. В подальшому даний показник продовжив зростання. Як наслідок надлишку коштів у вітчизняній банківській системі за рік середньозважена процентна ставка по депозитам у національній та іноземній валюті знизилась до 6,3% річних. Кінець другого та третій квартал 2011 р. у сукупності продемонстрували негативну динаміку по залишкам ліквідних коштів вітчизняних банків. В серпні 2011 р. вкладники вітчизняних банків почали забирати більше грошових коштів, ніж приносили до банківських установ і загальний відтік коштів фізичних осіб у національній валюті перевищував 800 млн. грн., що сталося вперше за останні два роки. В цілому відтік коштів фізичних осіб в даний період склав 167 млн. грн., що означає, що більшість вкладників почала конвертувати власні заощадження у іноземну валюту [46]. В результаті вітчизняні банки відреагували підвищенням відсоткових ставок по банківським депозитам у національній валюті, що призвело до росту середньозваженої депозитної ставки у національній та іноземній валюті (рис. 1.11).

Як свідчить рис. 1.11, у третьому кварталі 2011 р. зниження обсягів приросту коштів фізичних осіб у банках у національній валюті змінилося відтоком коштів фізичних осіб, а в четвертому кварталі 2011 р. такий приріст був найменшим за останній півтора роки. Як наслідок зазначених тенденцій, банки змушені були підвищити відсоткові ставки закладами у національній валюті. Таким чином, можна зробити висновок, що не лише рівень ліквідності

вітчизняних банків впливає на рівень депозитних ставок у вітчизняній банківській системі, але й валютна структура залишків ліквідних коштів.

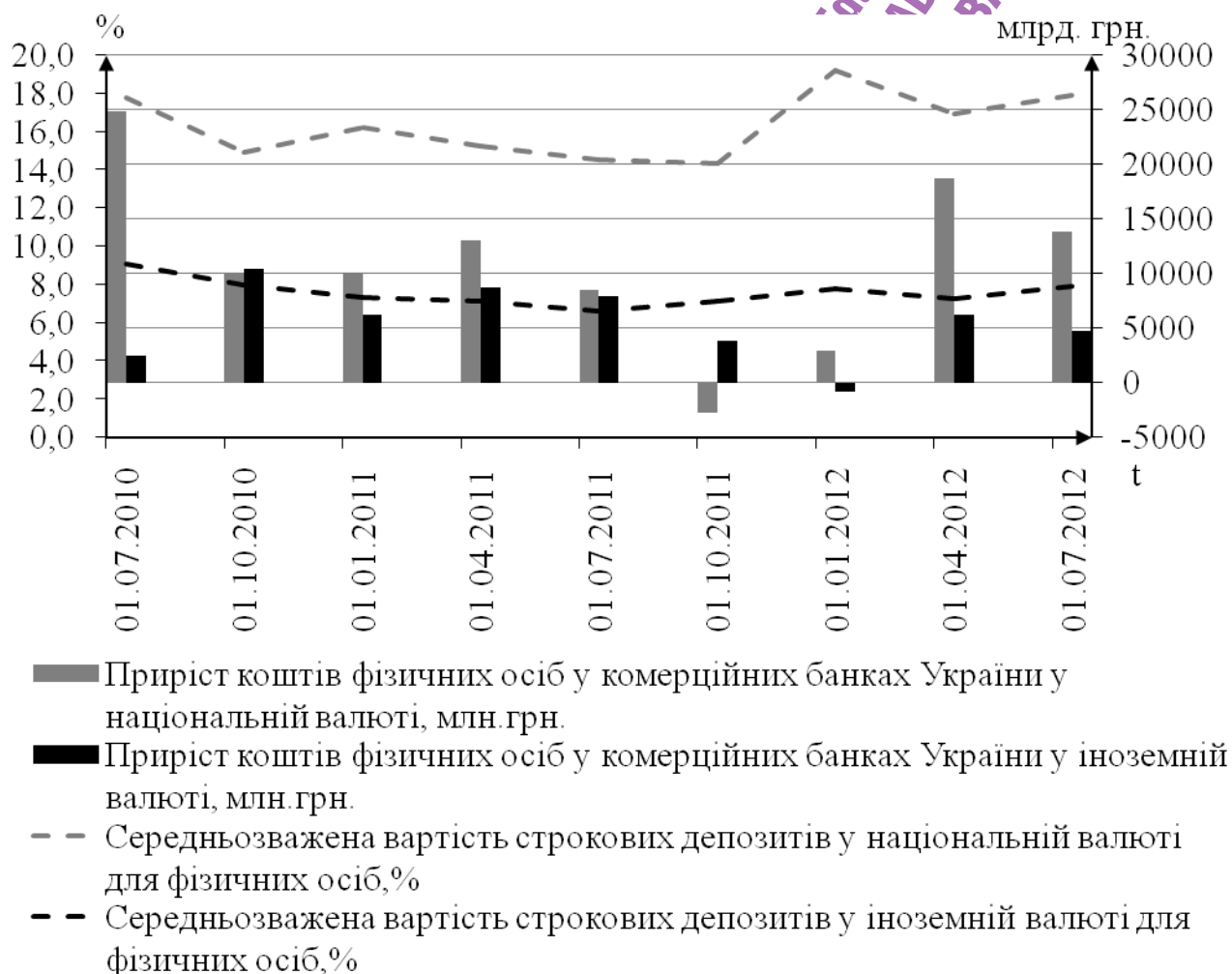


Рисунок 1.11 – Динаміка коштів фізичних осіб у банках та середньозваженої вартості строкових депозитів для фізичних осіб у період з 3 кварталу 2010 р. по 2 квартал 2012 р. включно [159]

Окремо варто відмітити, що саме в 3 кварталі 2011 р. рівень відсоткових ставок по гривневим вкладам знизився до мінімального рівня за останні роки і наблизився до відсоткових ставок по валютним депозитам, а оскільки девальваційні очікування населення щодо української гривні є високими, то, відповідно, в таких умовах клієнти банку тяжіють до переведення власних заощаджень у іноземну валюту [46]. Отже, можна зробити висновок, що на сьогоднішній день девальваційні очікування суб'єктів економіки є важливим

чинником ціноутворення на банківські послуги, а їх оцінка може здійснюватися на основі різниць між депозитними ставками у національній валюті та іноземній.

Варто підкреслити, що збільшення різниці між відсотковими ставками у національній та іноземній валюті з 7,2 до 11,4 процентних пункти посприяло значному приросту банківських депозитів фізичних осіб у національній валюті, який продовжувався протягом усього першого півріччя 2012 р., оскільки клієнти банків очікуючи зниження відсоткових ставок у майбутньому, намагалися розмістити їх на строкових банківських рахунках із високою доходністю.

Для підтвердження того, що на сьогоднішній день коливання цін на процентні банківські послуги багато в чому визначається проблемами ліквідності банків, особливо – проблемами гривневої ліквідності, доцільно порівняти динаміку середньозваженої вартості строкових депозитів у національній валюті для фізичних осіб та динаміку проведення операцій Національним банком України з регулювання ліквідності банків (рис.1.12).

Як свідчить рис. 1.12, обсяг операцій з мобілізації коштів банків шляхом розміщення депозитних сертифікатів у 4 кварталі 2011 р. знизився та залишався незначним до 2 кварталу 2012 р., а в 3 кварталі 2012 р. НБУ взагалі довелось проводити операції із підтримання ліквідності банків шляхом проведення тендеру та через постійно діючу лінію рефінансування (кредити овернайт). Отже в даний період банки відчували брак ліквідних коштів, в результаті чого одразу були підвищені відсоткові ставки по депозитам у національній валюті для фізичних осіб.

Окремо слід підкреслити, що, на відміну від депозитів для фізичних осіб, де відсоткові ставки для вкладів в національній та іноземній валюті значно різняться між собою, відсоткові ставки по депозитам для юридичних осіб в національній валюті довгий час були дуже близькими до ставок за депозитами у іноземній. У першому півріччі 2012 р. в середньому така різниця становила не більше 3 процентних пунктів. Поясненням цього є те, що згідно норм чинного

законодавства підприємства не можуть придбавати іноземну валюту для того, щоб тримати її на депозитних рахунках, а тільки для здійснення розрахунків по імпорнтним операціям, а тому на депозитних рахунках в іноземній валюті може знаходитись лише валютна виручка.



Рисунок 1.12 – Динаміка операцій НБУ з регулювання ліквідності банків та середньозваженої вартості строкових депозитів у національній валюті для фізичних осіб з 3 кварталу 2010р. по 3 квартал 2012р. включно [159]

Враховуючи такі адміністративні перешкоди до використання підприємствами банківських депозитів у іноземній валюті, банки можуть приділяти менше уваги цінам на відповідні банківські послуги. Крім того, більшість підприємств тримають грошові кошти в банках не на строкових депозитах, а на поточних, з метою мати можливість постійного доступу до

коштів. На таких рахунках зазвичай відсоткова ставка нижче, ніж по строкових депозитах, та більш наближена до вартості депозитів для юридичних осіб у іноземній валюті. Варто відмітити, що у другому півріччі 2012 р. така різниця зросла до 7-14 процентних пунктів, що свідчить про те, що банки у такий спосіб намагаються спонукати юридичні особи продавати власну валютну виручку.

На мікрорівні визначальну роль у ціноутворенні на банківські послуги відіграють поточні цілі банку які він вирішує за допомогою ціноутворення на банківські послуги. Для підтвердження цього було порівняно ціни на процентні послуги різних банків України. Для реалізації даної задачі було порівняно ціни на депозити строком на 3 місяці у національній та іноземній валюті 25 відомих українських банків (табл.1.7).

Як свідчить табл. 1.7, вітчизняні банки на одні і ті ж процентні банківські послуги можуть встановлювати кардинально різні ціни. Так, відсоткова ставка по депозитам для населення строком на 3 місяці у національній валюті може коливатися від 23% до 15%, а у іноземній валюті – від 10,75% до 0,75%. На нашу думку, це визначається широким переліком різноманітних чинників, які впливають на функціонування конкретного банку. В першу чергу, це цілі окремого банку на конкретному сегменті ринку банківських послуг. Суттєвий вплив на дані відсоткові ставки має забезпеченість банку у тому чи іншому виді фінансових ресурсів. Так, згідно табл. 1.9, ПАТ «Укрсоцбанк» має одну з найвищих відсоткових ставок за депозитами у національній валюті – 20%, проте одну з найнижчих за депозитами у іноземній валюті – 3,5%. Таким чином, можна припустити, що ПАТ «Укрсоцбанк» відчуває брак гривневої ліквідності, одночасно не сильно потребуючи ресурсів у іноземній валюті. В той же час ПАТ «Укргазбанк» знаходиться у зворотній ситуації: його відсоткові ставки за депозитами в іноземній валюті є одними із найвищих, а в національній – одними із найнижчих.

Таким чином, можна зробити висновок, що на мікрорівні питання про ціноутворення на банківські послуги вирішується, виходячи із обставин діяльності окремого банку, враховуючи його цілі та можливості.

Таблиця 1.7 – Відсоткові ставки українських банків на депозити для фізичних осіб строком на 3 місяці у національній та іноземній валюті у 3 кварталі 2012р. [46]

Банк	Депозит у національній валюті	Банк	Депозит у іноземній валюті
ПАТ «Банк Форум»	23%	ПАТ «Банк Форум»	10,5%
ПАТ «ВіЕйБі Банк»	23%	ПАТ «ВіЕйБі Банк»	10,5%
АТ Банк «Фінанси та Кредит»	21%	ПАТ «Банк Кредит Дніпро»	10,1%
ПАТ «Банк Кредит Дніпро»	21%	ПАТ «Дельта Банк»	9%
ПАТ «Дельта Банк»	20,5%	ПАТ «Кредитпромбанк»	8,5%
ПАТ «Укрсоцбанк»	20%	ПАТ КБ «ПриватБанк»	8,5%
ПАТ КБ «Правекс-Банк»	20%	АБ «Укргазбанк»	8%
ПАТ «Кредитпромбанк»	20%	ПАТ «КБ «Надра»	8%
ПАТ «Альфа Банк»	19,5%	ПАТ «Державний експортно-імпорتنний банк України»	6,6%
ПАТ «Державний експортно-імпорتنний банк України»	19,2%	ПАТ «Альфа Банк»	6,5%
ПАТ «ВТБ Банк»	19%	ПАТ «Промінвестбанк»	6,25%
ПАТ «Промінвестбанк»	18,5%	АТ Банк «Фінанси та Кредит»	6,25%
ПАТ «КБ «Надра»	18,5%	АТ «Ощадбанк»	6,25%
ПАТ «Ерсте Банк»	18%	ПАТ «Універсал Банк»	6%
ПАТ КБ «ПриватБанк»	18%	ПАТ «КБ «Хрещатик»	6%
ПАТ «КРЕДИ АГРИКОЛЬ БАНК»	18%	АТ «Брокбізнесбанк»	5,5%
ПАТ «КБ «Хрещатик»	17%	ПАТ «Ерсте Банк»	5,25%
АТ «Брокбізнесбанк»	17%	ПАТ КБ «Правекс-Банк»	5%
АТ «Райффайзен Банк Аваль»	16,75%	ПАТ «ВТБ Банк»	4,5%
ПАТ «ПЕРШИЙ УКРАЇНСЬКИЙ МІЖНАРОДНИЙ БАНК»	16,7%	ПАТ «КРЕДИ АГРИКОЛЬ БАНК»	4,5%
АТ «Укрсиббанк»	16,5%	ПАТ «ПЕРШИЙ УКРАЇНСЬКИЙ МІЖНАРОДНИЙ БАНК»	4,3%
ПАТ «Універсал Банк»	15,75%	АТ «ОТП Банк»	3,5%
АБ «Укргазбанк»	15,5%	ПАТ «Укрсоцбанк»	3,5%
АТ «ОТП Банк»	15%	АТ «Укрсиббанк»	1,5%
АТ «Ощадбанк»	15%	АТ «Райффайзен Банк Аваль»	0,75%

Окремо слід відзначити, що останнім часом зовнішні фактори змушують банки встановлювати ціни на послуги ігноруючи навіть власну прибутковість. Дана особливість пов'язана із складними зовнішніми умовами, які супроводжують банківську діяльність в Україні з початком фінансової кризи у 2008 р. Тенденції розвитку вітчизняної банківської системи свідчать про те, що починаючи з 2009 р. сукупний фінансовий результат банків в Україні був від'ємний: збитки склали у 2009 р. – 38 450 млн. грн., у 2010 р. – 13 027 млн. грн., у 2011 р. – 7 708 млн. грн. [13]. Такі від'ємні результати склалися, в першу чергу, внаслідок того, що ціни, встановлені вітчизняними банками на їх послуги, не покривали понесених банками витрат. Перш за все, це стосується процентних послуг банків (рис. 1.13).

Аналізуючи динаміку, зображену на рис. 1.13, навіть без розрахунків кореляції можна помітити в цілому сильну залежність між ціною залучення коштів банками та ціною їх розміщення у кредитах, які надаються підприємствам реального сектору економіки. Проте слід зазначити, що з розпалом фінансової кризи в Україні даний взаємозв'язок став значно слабшим. Це пов'язано з тим, що значна кількість українських банків з початком кризи змушена була вирішувати цілий ряд нагальних питань. Спочатку українські банки намагалися втримати відтік депозитів і зменшити таким чином ризик ліквідності, а отже банки були змушені йти на поступки клієнтам та підвищувати ставки по депозитам, поступаючись таким чином власною маржею. Згодом, намагаючись позбутися збитків, вітчизняні банки управляли цінами на власні послуги таким чином, щоб наростити власні прибутки.

Таким чином, сучасна практика ціноутворення на послуги вітчизняних банків не має на меті лише формування позитивного фінансового результату діяльності банку. Не маючи змоги швидко знизити рівень внутрішніх витрат банку, фінансовий менеджмент змушений встановлювати ті ціни, які можуть бути прийняті ринком, ігноруючи при цьому адміністративні та інші операційні витрати, а також відрахування у резерви (табл. 1.8).

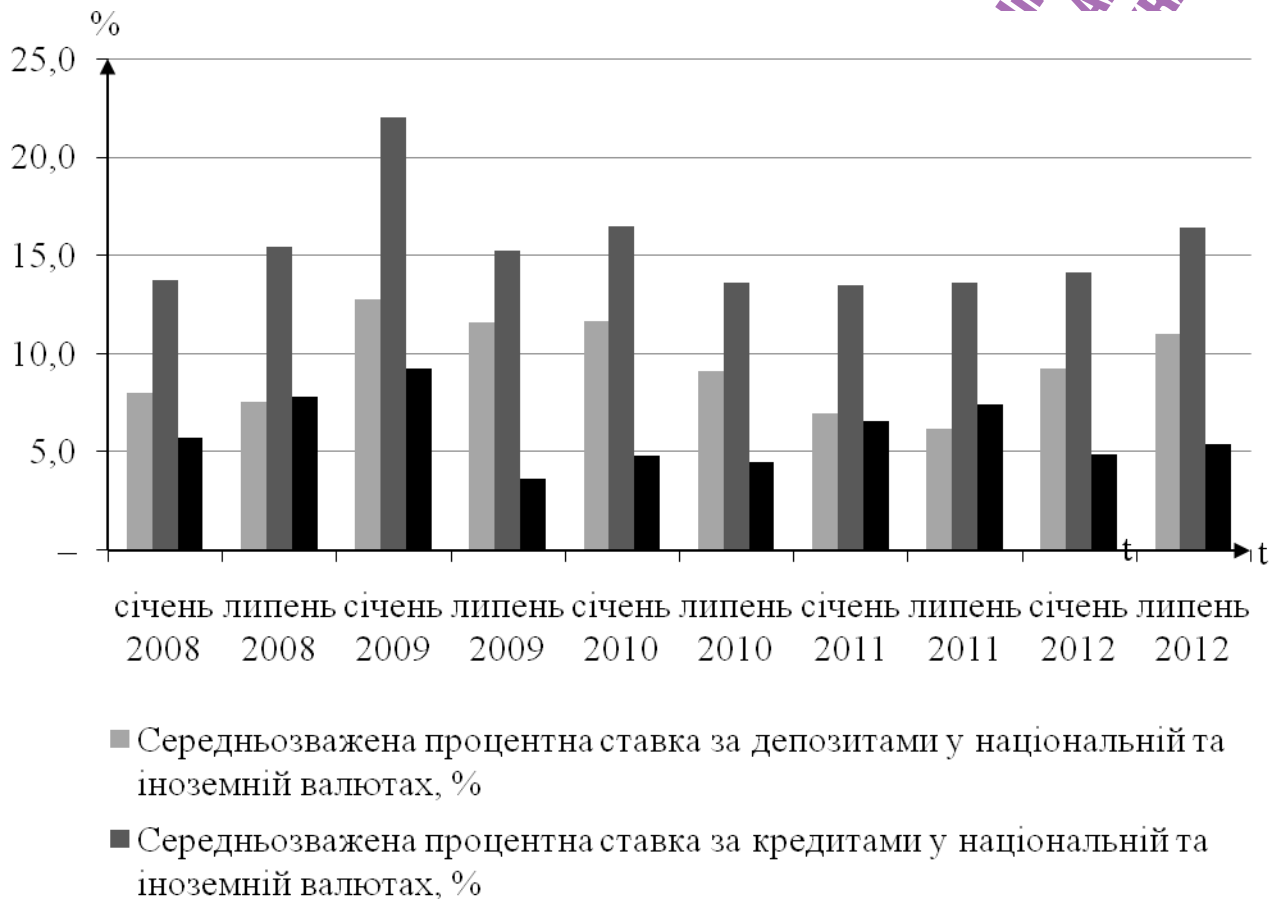


Рисунок 1.13 – Динаміка процентних ставок по депозитам, кредитам та маржі банків в Україні за 2008 – 2012 рр. [159]

Як свідчить табл. 1.8, ціни, встановлені на послуги вітчизняних банків, не дають змогу сформувати маржу, достатню для покриття непрямих витрат банку. Звісно, така ситуація є негативною, якщо такі витрати формуються за рахунок утримання надміру роздутого апарату банку. Проте такі витрати можуть формуватися також і за рахунок статей, спрямованих на розвиток банку. В такому разі збитковість є нормальним і нетривалим процесом. Варто відмітити, що незважаючи на 7,7 млрд. грн. збитку, які банківська система України отримала у 2011 р., дана цифра є бухгалтерською, а економічний результат є позитивним, оскільки він не враховує витрати на формування резервів.

Таблиця 1.8 – Структура доходів і витрат банків України за станом на 01.01.2012 [60]

Показники	Обсяг, млн. грн.	Частка, %
ДОХОДИ:	142 778	100,0
1) процентні доходи	113 352	79,4
2) комісійні доходи	18 473	12,9
3) результат від торговельних операцій	3 993	2,8
4) інші операційні доходи	5 726	4,0
5) інші доходи	622	0,5
6) повернення списаних активів	612	0,4
ВИТРАТИ:	150 486	100,0
1) процентні витрати	59 506	39,6
2) комісійні витрати	3 072	2,0
3) інші операційні витрати	15 861	10,5
4) загальні адміністративні витрати	34 327	22,8
5) відрахування в резерви	36 508	24,3
6) податок на прибуток	1 212	0,8

Окремо слід відмітити, що останніми роками на вітчизняному ринку банківських послуг окреслилась нова тенденція – зміщення акцентів у роботі з клієнтами в бік комісійних послуг (рис.1.14).

Як свідчить рис. 1.14, протягом останніх трьох років показник відношення чистого комісійного доходу до чистого процентного доходу банків першої групи постійно зростає, що стає особливо помітним у 2012 р. З однієї сторони, це може бути пов'язаним із зниженням рівня процентного доходу банків у зв'язку із зниженням активності кредитування, що є наслідком кризових явищ в економіці. Проте, як свідчить рис. 1.14, з 2010 р. постійно зростає також і обсяг чистого комісійного доходу, що підтверджує гіпотезу про зростання ролі комісійного доходу для забезпечення ефективної діяльності вітчизняних банків.

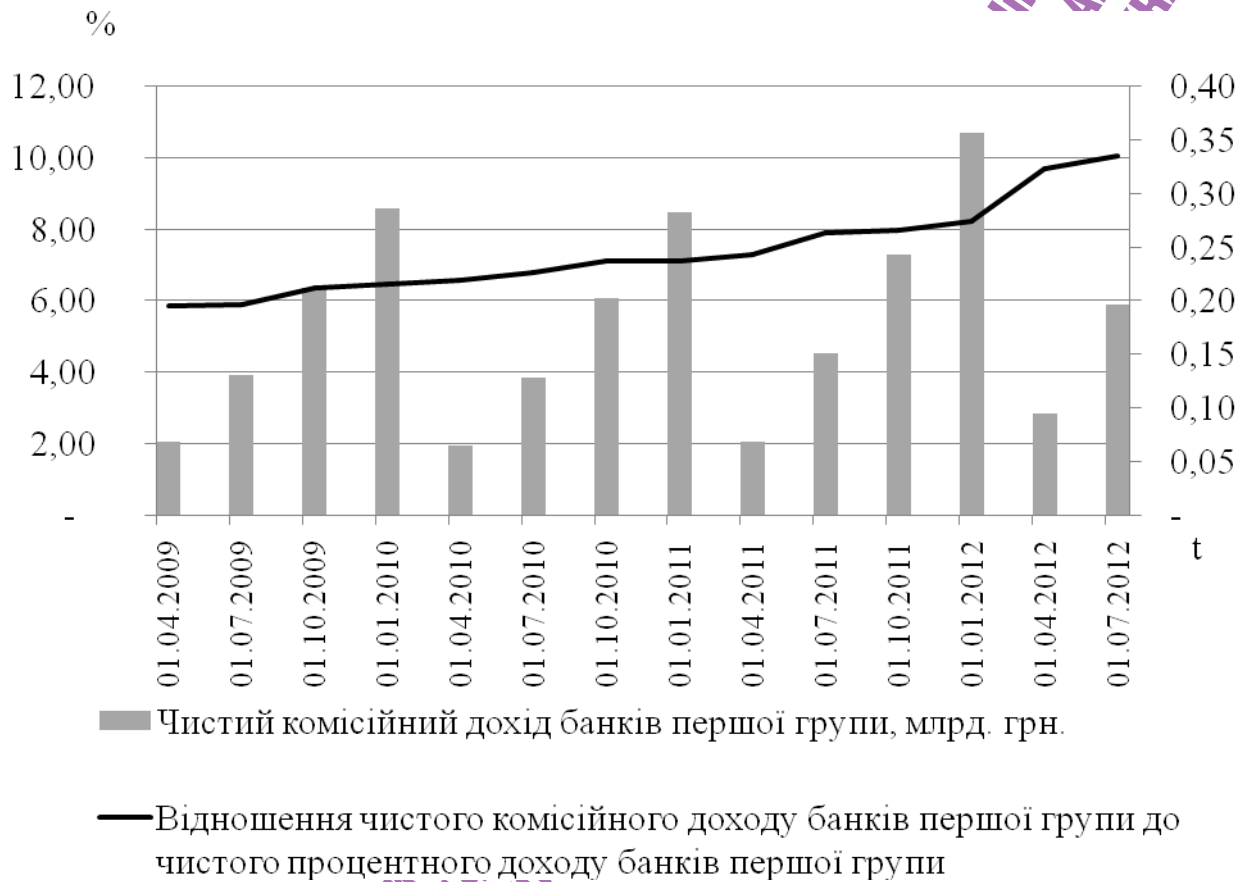


Рисунок 1.14 – Динаміка чистого комісійного доходу банків першої групи (за класифікацією НБУ) у 2009-2012 рр. [159]

Так, у першому кварталі 2012 р. у порівнянні із аналогічним періодом за попередній рік, обсяг чистого процентного доходу банків першої групи зріс на 33% або 789 млн. грн.. За результатами першого півріччя 2012 р. показники такого зростання становлять 27% та 1 369 млн. грн. відповідно. Дана тенденція мала місце у вітчизняній банківській системі і в 2011 р. Так, за даними НБУ [1], в 2011 р. комісійні доходи вітчизняних банків зросли на 20,29% або на 3,11 млрд. грн., при цьому процентні доходи зросли 0,02%. На думку експертів компанії «Простобанк консалтинг», основою такого зростання є підвищення цін на обслуговування в банках України [188]. Дана тенденція спостерігається у вітчизняних банках з 2009 р. і відповідає класичним стратегіям фінансового менеджменту в країнах Європи, притаманним протягом останніх десятиліть. Перехід до даних тенденцій відбувся у післякризовий період, коли процентний

дохід став нестійкою складовою сукупного доходу банків внаслідок його чутливості до кризових явищ в економіці. При цьому комісійний дохід є більш стійким, а тому його роль у формуванні фінансових результатів банку зростає. Дана тенденція намітилась одразу з початком фінансової кризи в Україні, проявившись у підвищенні тарифів вітчизняних банків на розрахунково-касове обслуговування для корпоративних клієнтів [45].

Таким чином, можна зробити висновок, що однією із загальних тенденцій для вітчизняного ринку банківських послуг протягом останніх років стало підвищення цін на комісійні послуги банків, що було зумовлено намаганнями банків підвищити стабільність сукупного банківського доходу. Для підтвердження даної тенденції необхідно вказати, що в одному із листів НБУ (№25-212/682-4113) регулятор вимагає від банків відзвітувати по цінам на банківські послуги по розрахунково-касовому обслуговуванню та прийнятим заходам щодо їх зниження, посилаючись на чисельні скарги клієнтів, незадоволених зростанням банківських тарифів [51].

Таким чином, проведений аналіз показав, що на сучасному етапі розвитку вітчизняного ринку банківських послуг, ціноутворення на послуги банків відбувається під впливом значної сукупності факторів, серед яких найважливішими є рівень ліквідності вітчизняних банків, рівень девальваційних очікувань суб'єктів економіки, дія прямих регуляторних інструментів НБУ, зокрема операції з регулювання ліквідності банків. Дані чинники мають найсуттєвіший вплив як на ціноутворення на банківські послуги в цілому по банківській системі, так і на послуги конкретного банку. Окремо слід виділити зміни у ціноутворенні на комісійні послуги банків, які відбуваються внаслідок підвищення уваги банківського менеджменту до даного виду послуг у період кризових явищ у вітчизняній економіці.

Таким чином, дослідження сучасного розвитку вітчизняного ринку банківських послуг свідчить про наявність цілого ряду тенденцій та особливостей, які впливають на ціноутворення на банківські послуги.

1.4 Розробка системи методів ціноутворення на банківські послуги в Україні

Наслідком значного обсягу особливостей та специфічних факторів, які мають визначальний вплив на встановлення цін на банківські послуги, є наявність широкого переліку відповідних методів ціноутворення. Як і для всіх інших суб'єктів господарювання так, і для банків на сьогодні виділяють три основні підходи в ціноутворенні: витратний, ціннісний, ринковий. Їх порівняння наведено в табл. 1.9.

І як і для інших господарюючих суб'єктів в банківському ціноутворенні ринковий метод є найпоширенішим і найпростішим з поміж усіх інших. Його застосування обмежене лише тим, що в погоні за ціновим лідером більшість банків знижує норму прибутку при вже сформованому рівні витрат.

Першою альтернативою ринковому методу є ціноутворення на основі витрат понесених банком при наданні тієї чи іншої послуги. Особливістю застосування даного підходу до встановлення ціни на банківські послуги є визначення витрат пов'язаних з її наданням, тобто її собівартості. Така складність пояснюється специфікою банківського бізнесу, у зв'язку з чим важко розділити витрати на такі, які безпосередньо відносяться до даної послуги, та на такі, які є загальними для всіх послуг. Часто дана проблема вирішується шляхом, коли собівартість послуг банку розраховується сукупно по всім банківським послугам, зважаючи на обсяг та види їх реалізації. Такий розрахунок собівартості послуги є досить неточним, що призводить до деформацій та перекручувань у ціноутворенні [130].

Після розрахунку витрат банку пов'язаних з наданням послуги, необхідно визначити загальну націнку на одну грошову одиницю, яка покривала б витрати банку.

Таблиця 1.9 – Порівняльна характеристика підходів до ціноутворення на банківські послуги (побудовано автором на основі [130, 131, 39, 41])

	Ринковий підхід	Затратний підхід	Ціннісний підхід
Сутність підходу	В ціноутворенні менеджмент орієнтується на ціни конкурентів та середньо ринкові ціни	Розрахунок ціни базується на витратах понесених банком при наданні тієї чи іншої послуги.	Основою для ціноутворення є очікуваний рівень корисності послуги для її отримувача.
Розрахунок ціни банківських послуг	$KЦ_n = Ц_n K$ де: $KЦ_n$ – кінцева ціна банківської послуги; $Ц_n K$ – ціна аналогічної послуги у конкурентів.	$KЦ_n = СВБ_n + ПБ$ де: $KЦ_n$ – кінцева ціна банківської послуги; $СВБ_n$ – собівартість банківської послуги; $ПБ$ – очікуваний прибуток від надання послуги.	$ЗЦ_n = ЦБ + ПЦВ - НЦВ$ $KЦ_n = ЗЦ_n - П_n$ де: $ЗЦ_n$ - загальна цінність банківської послуги; $ЦБ$ – ціна «байдужості»; $ПЦВ$ – цінність позитивних відмінностей; $НЦВ$ – цінність негативних відмінностей. $П_n$ - премія покупця; $KЦ_n$ – кінцева ціна послуги.
Переваги методу	Простота, дешевизна та швидкість застосування.	Простота розрахунку в разі наявності даних про собівартість послуг.	Можливість максимізації прибутку банку за рахунок встановлення максимально високих, але прийнятних для споживача цін.
Недоліки методу	Використання такого підходу при наявних витратах обмежене зниженням норми прибутку; ігнорування фактору еластичності.	Ігнорування ринкових чинників та фактору еластичності; складність розрахунку, що вимагає додаткових матеріальних та трудових та часових витрат.	Ігнорування внутрішніх чинників надання банківських послуг; складність розрахунку, що вимагає додаткових матеріальних та трудових та часових витрат.

Для вирішення даної задачі І. В. Ліпсіц пропонує наступну формулу (1.2) [130]:

$$CCR = [(TC - NBC) / (TA - NWA)] 100, \quad (1.2)$$

де CCR – величини націнки, яка покриває сукупні банківські витрати;

TC – сукупні витрати банку (операційні і не операційні);

NBC – додаткові витрати, що не пов'язані з основною діяльністю банку, але є необхідними для його функціонування;

TA – сукупні активи за балансом банку за період що розглядається;

NWA – непрацюючі активи, тобто кошти кореспондентського рахунку, резервного фонду, і в касі.

Наступним кроком в рамках затратного підходу у ціноутворенні на банківські послуги, згідно підходу запропонованого І. В. Ліпсіцом є розрахунок покриваючої націнки не для банку в цілому, а для конкретної банківської послуги (1.3) [130]:

$$CCR_i = \left[\frac{DC_i + IC_i - NTR_i}{TA_i - NWA_i} \right] 100, \quad (1.3)$$

де CCR_i - покриваюча витрати націнка на одну грошову одиницю, що використовується для проведення банківських операцій типу i ;

DC_i – прямі витрати банку на здійснення операцій типу i ;

IC_i – не прямі витрати банку, що пов'язані із здійснення операцій типу i ;

TA_i – сукупні грошові активи, що використовуються для проведення грошових операцій типу i ;

NTR_i – неосновні (додаткові) доходи, отримання яких може бути пов'язано з наданням послуг типу i ;

NWA_i – непрацюючі активи, які припадають на певний вид операцій.

Варто зазначити, що даний підхід є трудомістким, а значна диверсифікація послуг сучасних банків часто унеможлиблює його використання на практиці. В свою чергу спроби спростити використання витратних методів на практиці часто зводиться до усереднення більшості складових собівартості банківських послуг, що в результаті приводить до викривлень у ціноутворенні.

Іншою альтернативою ринковому методу ціноутворення є ціннісний підхід, який останнім часом стає все більш актуальним. Згідно досліджень Ю. Н. Гойденко даний підхід реалізовується у 4 етапи [39, 41]:

- 1) визначення ціни банківської послуги – найприйнятнішої альтернативи послуги, для якої встановлюється ціна;
- 2) виявлення всіх характеристик, які є відмінними від альтернативної послуги;
- 3) оцінка вартості усіх відмінностей між банківською послугою, для якої встановлюється ціна, та послугою – альтернативою;
- 4) визначення цінності банківської послуги шляхом додавання до цінності послуги – альтернативи ціни позитивних відмінностей та їх зменшення на ціну негативних.

Визначивши загальну цінність послуги банк встановлює її кінцеву ціну таким чином, щоб вона була дещо нижча за цінність послуги. Це спонукатиме клієнтів до споживання послуг даного банку обираючи їх серед послуг-альтернатив банків конкурентів.

В цілому всі методи ціноутворення можна розділити на 4 групи: витратні, ринкові, ціннісні та параметричні (рис.1.15).

Група витратних методів передбачає визначення ціни послуги шляхом додавання до витрат, понесених при його виробництві, певної суми націнки.

При застосуванні ринкових методів витрати виробництва розглядаються лише як межа, при встановлені цін нижче якої реалізація продукції економічно не вигідна. Група ринкових методів має на меті визначення ціни через порівняння та аналіз цін конкурентів з врахуванням можливих відмінностей у послугі. Отже, суть ринкових методів зводиться до визначення ціни з врахуванням конкурентної ситуації на ринку та місця суб'єкта господарювання на ньому. До цієї групи відносяться такі методи: метод слідування за ринковими цінами, метод слідування за цінами фірми – лідера, визначення ціни на основі прийнятих в практиці даного ринку цін, метод визначення престижних цін.



Рисунок 1.15 – Методи ціноутворення (розроблено автором на основі [131, 176, 65, 204])

Група ціннісних методів при ціноутворенні орієнтується, перш за все, на рівень попиту, його еластичність та на ціннісне сприйняття споживачем послуги. Для даної групи методів витрати також лише сигналізують про економічну доцільність реалізації продукції. З точки зору економічної науки цінність визначається як економія або задоволення, що отримує споживач при придбанні послуги, тобто корисність, яку вони йому приносять. В маркетингу цінність — це бажаність блага, яка в грошовому вираженні перевищує його собівартість. В даному випадку в основі визначення лежить співвідношення корисності та ціни благ, доступних споживачу серед альтернативних варіантів. Дана група методів базується на величині економічного ефекту, який отримує споживач за час споживання послуги.

Остання група методів – параметричні. Аналіз виробничих витрат дає змогу встановити, що норми витрат матеріальних ресурсів як правило змінюються при зміні техніко-економічних параметрів, а отже можна перенести

цю залежність і на процеси ціноутворення. Існує цілий ряд методів ціноутворення в залежності від рівня споживчих властивостей з урахуванням нормативу витрат на одиницю параметру.

Досліджуючи специфіку ціноутворення на послуги банків, слід наголосити на різноманітності даних процесів. Сьогодні банки представляють собою універсальні фінансові інститути, які надають не тільки стандартні банківські послуги з розміщення коштів на депозитних рахунках, надання кредитних ресурсів та здійснення розрахунково-касового обслуговування. В сучасних умовах зростаючої конкуренції банки все більше тяжіють до збільшення спектру власних послуг, з метою втримання вже існуючих та залучення нових клієнтів, а отже діяльність банку супроводжується значним спектром відносин у сфері ціноутворення (рис. 1.16).



Рисунок 1.16 – Класифікація видів банківського ціноутворення за об'єктами ціноутворення (складено автором на основі 203, 119, 120)

В межах вказаних видів ціноутворення на послуги банків відповідно до зазначених вище підходів виділяють певну кількість методів ціноутворення на банківські послуги. До методів ціноутворення на банківські депозитні послуги відносяться: маржинальний аналіз; ціноутворення на депозити з метою захоплення ринку; схема умовного ціноутворення; підхід престижно-цільового ціноутворення; ціноутворення на депозити в контексті партнерства із клієнтом тощо. Кожен із вказаних способів обчислення цін на депозитні операції банку бере за основу власний критерій чи їх сукупність, але в будь-якому випадку націлений на отримання максимального прибутку у короткостроковий час чи в майбутній перспективі (табл. 1.10).

Таблиця 1.10 – Порівняльна характеристика методів ціноутворення на депозитні банківські послуги (складено автором на основі [130, 72, 75, 119, 120, 203])

Назва методу	Зміст та мета методу	Переваги методу	Недоліки методу
Маржинальний аналіз	Для ціноутворення визначають ставку маржинальних витрат, пов'язаних з переходом від одного рівня депозитних ставок до іншого, та порівнюють її з додатковими доходами, які одержить банк від кредитів, наданих за рахунок знову залучених депозитів. Мета – максимізація прибутку банку.	- визначення максимально вигідної ставки по депозитам. - визначення оптимальних обсягів розширення масштабів своїх операцій.	- даний метод дуже трудомістким; - не враховує ринкову кон'юнктуру та конкурентне оточення
Ціноутворення на депозити з метою захоплення ринку	Встановлення завищеної відсоткової ставки по депозитах, яке дасть змогу залучити нових клієнтів, доходи від яких по інших банківських послугах перекриють додаткові витрати по залученню коштів. Мета – залучення якомога більшої кількості споживачів банківських послуг	- швидкий у розрахунку та не є дуже трудомістким; - дає змогу нарощувати власну частку ринку банківських послуг	- не враховує витрат пов'язаних із додатковим залученням ресурсів; - компенсація високих витрат по депозиту іншими доходами від клієнта носить імовірнісний характер і не гарантує прибутковості такої методу.

Умовне ціноутворення на банківські послуги	Плата за ведення депозитного рахунку (а іноді й інші послуги, що надаються банком даному клієнту) ставиться в залежність від величини балансу по його депозитному рахунку. Мета – мати у розпорядженні якомога більший обсяг ресурсів.	- утримання значного обсягу депозитних ресурсів; - дослідження груп клієнтів банку, та визначення особливостей формування ними прибутку	- потребує додаткових облікових процедур для визначення ціни;
Престижно-цільове ціноутворення	Впровадження пільгових умов для цільових груп клієнтів, та встановлення дискримінаційних цін по відношенню до малоприбуткових клієнтів. Мета – залучення цільових груп клієнтів для підвищення прибутковості операцій банку.	- можливість залучення цільових груп клієнтів зі значними потребами в банківських послугах. - відсіювання клієнтів робота з якими є нерентабельною.	- ігнорування факторів собівартості надаваних послуг.
Ціноутворення на депозити в контексті партнерства із клієнтом	Встановлення більш прийнятних цін для клієнтів, які користуються певним набором послуг даного банку, а не однією послугою. Мета – утримання власної частки ринку банківських послуг та спонукання клієнтів обслуговуватися виключно в даному банку	- вбереження власних клієнтів від конкурентів; - розширення спектру власних послуг серед вже завойованих клієнтів	- ігнорування витратної складової ціноутворення; - частіше за все даний метод веде не до пошуку нових клієнтів, а лише до роботи з уже існуючими.

Перший з методів використовує маржинальний аналіз оснований на витратах пов'язаних з наданням банківських послуг та обсягах [130]. Специфіка маржинального аналізу полягає в тому, що з його допомогою можна визначити максимально вигідну ціну. Необхідно зазначити, що при формуванні цін на депозити за основу слід використовувати маржинальні витрати по залученню додаткових ресурсів, і аж ніяк не середні витрати, як це прийнято робити в багатьох банках. Причиною цього є те, що часті зміни відсоткових ставок роблять середні витрати досить ненадійною основою для ціноутворення [73].

За допомогою маржинального аналізу банк не тільки може обрати оптимальну для нього ставку по депозитах, але й визначити оптимальні масштаби залучення депозитних ресурсів і хоча формально дана методика

ціноутворення відноситься до витратної концепції, тому що опирається на аналіз маржинальних витрат, проте вона є значним кроком від чисто витратного до ціннісного підходу.

Таким чином, відкриття депозитного рахунку стає поштовхом до формування довгострокових відносин клієнта й банку, у ході яких банку звичайно вдається продати клієнтові й інші свої послуги (наприклад, ведення карткового рахунку, надання трастових послуг і т.д.). Розрив цих зв'язків для клієнта може призвести до додаткових турбот, і це спонукує його бути лояльним стосовно банку, де він відкрив депозитний рахунок. Динаміка цих рахунків звичайно виявляється менш чутливою до змін у ставках платежів за банківські послуги або ставках прибутковості по депозитах або, нарешті, до пропозицій інших депозитних схем конкуруючих банків [130].

Ідея управління ціноутворенням на банківські послуги з урахуванням тривалого характеру відносин клієнта з банком дала поштовх до виникнення ще одного методу ціноутворення, що часто іменується схемою умовного ціноутворення на банківські послуги. Суть цієї моделі полягає в тому, що плата, яку банк стягує із клієнта за надані йому послуги, ставиться в залежність від величини балансу по його депозитному рахунку. Таким чином, якщо баланс перевищує встановлений банком мінімум, то плата за ведення цього рахунку (а іноді й інші послуги, що надаються банком даному клієнту) знижується в порівнянні зі стандартною величиною або навіть не стягується. Таким чином, ціна, яку банк стягує із клієнта за свої послуги, виявляється залежною від величини балансу, що клієнт підтримує на своєму депозитному рахунку в банку. Окрім того, ціна банківських послуг може залежати ще й від таких факторів як: число операцій, здійснюваних по даному рахунку; середньомісячного залишку коштів по рахунку; строку зберігання депозиту (дні, тижні або місяці), тощо. При такій схемі ціноутворення клієнт вибирає той банк і ту схему розміщення депозиту, що обіцяє йому або мінімальну плату за послуги банку, або максимальний дохід. При цьому він ураховує число чеків, які він збирається по даному рахунку виписати за певний період часу, скільки

разів він збирається вносити або вилучати гроші з рахунку, а також те, який середній баланс він збирається по цьому рахунку підтримувати. Всі ці фактори у сукупності і обумовляють його прибуток чи реальну ціну сплачену ним за банківську послугу, а для банку із всієї сукупності клієнтів виявляють дві діаметрально протилежні групи (клієнтів з більшим залишком по рахунку й низкою активністю по рахунку та клієнтів з маленьким залишком по рахунку й значному обороту по рахунку), вивчення яких дасть змогу банку у подальшому розумно запланувати управління ціноутворенням на банківські послуги [203, 119, 120].

Ще більш клієнтоорієнтованим можна вважати метод ціноутворення на депозити, що одержав назву престижно-цільового ціноутворення. Його суть полягає в комбінованому використанні рекламних і цінових рішень, для того щоб залучити до числа клієнтів банку бажані для нього групи (наприклад лікарів, юристів, топ менеджерів тощо) і «позбутися» звичайних, малоприбуткових, що у підсумку сприятиме досягненню високої прибутковості [139]. Слід відзначити, що застосування схеми престижно-цільового ціноутворення не означає, що для престижних груп споживачів встановлюються завищені ставки обслуговування. Навпаки, ці платежі повинні бути вигідні для даного клієнта, оскільки саме даний тип фізичних і юридичних осіб звичайно дуже добре обізнаний про умови банківського обслуговування й проводить ретельне зіставлення умов обслуговування в конкуруючих банках. Таким чином, висока прибутковість у роботі з такими клієнтами досягається не за рахунок завищених тарифів на послуги банку, а за рахунок великого обороту по таких рахунках, і підтримання з їхніми власниками тривалих партнерських відносин [75, 119, 120].

Також до клієнтоорієнтованого підходу можна віднести метод ціноутворення на депозити в контексті партнерства із клієнтом. Обґрунтуванням даного підходу є теорія, що чим ширше коло своїх потреб клієнт реалізує через один банк, тим більше він залежний від нього й тим складніше йому цей банк змінити на інший. Отже, зацікавлюючи клієнта у

використанні якомога ширшого кола своїх послуг, банк може розраховувати на ріст лояльності клієнта й зниження його чутливості до більш низьких банківських тарифів на окремі послуги конкурентів. Зокрема підтвердженням вище сказаного можна вважати дослідження, проведені в США консалтинговою компанією McKinsey, які показали, що клієнти банків досить слабо реагують на зміни умов по депозитних операціях: чековим рахункам і депозитним сертифікатам. Клієнти ніби «прилипають» до банку внаслідок того, що для них більше значення, мають такі фактори, як зручність розташування філії, якість обслуговування й навіть особисті відносини з банківським персоналом, аніж фінансові умови обслуговування, що виставляються банком. Дослідження також показали, що підвищення ставок плати за обслуговування чекових рахунків помітила лише третина клієнтів, але й з них лише 13% задумались про можливість переходу на обслуговування в інший банк [130]. У підсумку, як показали розрахунки, підвищення плати по депозитних послугах, яке здатне принести банку ріст маси прибутку по роздрібних операціях на 5-7%, практично не позначається на величині й складі клієнтської бази. Таким чином, нескладно помітити, що в силу ряду вище вказаних факторів, клієнт готовий (свідомо або несвідомо) погоджуватись на менш вигідні умови щодо плати за банківські послуги, що дозволяють банку, в свою чергу вести і необхідну цінову політику та планувати її проведення на майбутнє [172].

Таким чином, існує цілий ряд методів ціноутворення на депозитні послуги банків, які дають різноманітний інструментарій банківському менеджменту для встановлення цін, які максимально будуть відповідати поставленим перед ними цілям та враховувати усю сукупність зовнішніх чинників ціноутворення.

Теоретичні дослідження ціноутворення на кредитні послуги банків виділяють окремий набір методів (табл. 1.11).

Витратний метод ціноутворення на кредити орієнтується на деяку комбінацію бажаного показника прибутковості капіталу й систему надбавок до базисної ставки. Це передбачає розрахунок для кожної позички індивідуальної

ціни, що враховує виявлені ризики й витрати. Прибуток при цьому входить у ціну як надбавка понад витрати й покриття ризику. Таким чином, розрахункова ціна виявляється сумою плати за ризик, витрат і прибутку [8].

При цьому, обчислення величини маржі прибутку, здійснюється по формулі (1.4):

$$PM_b = \frac{ROA_n * CA}{1-t} - (CA * C), \quad (1.4)$$

де C – банківські витрати по залученню ресурсів для кредитів;

PM_b – маржа прибутку;

CA – співвідношення власного капіталу банку до його активів;

ROA_n – нормативна величина прибутку банку на його капітал;

T – ставка податку

Таблиця 1.11 – Порівняльна характеристика методів ціноутворення на кредитні банківські послуги (складено автором на основі [130])

Метод	Зміст та мета методу	Переваги методу	Недоліки методу
Витратний метод	Розрахункова ціна кредитних коштів розраховується як сума плати за ризик, витрат по наданню кредиту і прибутку від їх надання. Мета – максимізація прибутку банку.	дозволяє розрахувати індивідуальну ціну для кожного окремого кредиту виходячи з його ризикованості і витратності для банку.	- у такому методі ціноутворення враховуються лише інтереси банку, а інтереси клієнтів залишаються поза увагою; - є трудомістким у використанні.
Метод вліваючої базової ставки («базова ставка плюс» та «кратна базова ставка»)	Величина базової ставки по кредиту погоджується з поточною прибутковістю по найбільш короткострокових ринкових цінних паперах. Мета – самострахування банку від загальноекономічних ризиків.	- є пріоритетним для використання в умовах високої економічної нестабільності й інфляції.	- даний метод ціноутворення, як правило передбачає зростання кредитної ставки, що негативно сприймається клієнтами банку.

Метод ціноутворення «нижче базової ставки»	Ціну кредитних коштів визначають мінімальна ставка по кредиту і націнка для покриття витрат, ризику і прибутку. Мета – залучення великих клієнтів та укладення з ними короткострокових кредитів.	- є вигідним для клієнтів які укладають з банком короткострокові кредитні угоди.	- не сприяє отриманню банком великих прибутків.
Метод цінового лідерства	Розмір кредитних ставок визначається виходячи, зі ставок провідного банку. Мета – недопущення банкрутства банків через надмірне зменшення ставки по кредиту.	- не потребує суттєвих трудових і майнових витрат; - зручний для використання у дрібних і середніх банках, які самотужки не в силах правильно розрахувати ідеальну ціну на кредитні кошти	даний метод дозволяє встановити ціну на кредитні ресурси лише на приблизному рівні, без врахування реальних витрат на їх надання та обчислення ризиків які супроводжують таке надання.
Метод ціноутворення з максимальною процентною ставкою (модель «кеп»)	Ціна кредитних коштів включає плаваючу ставку по кредиту + вартість страхування клієнта від підвищення плаваючої кредитної ставки понад ліміту обумовленого банком. Мета – страхування кредитів від зростання кредитної ставки.	- даний метод є вигідним для позичальника, тому що знімає з нього ризик подорожчання кредитних ресурсів понад гранично прийнятний рівень.	- вимагає від банку значних фінансових та трудових затрат по прогнозуванню можливих масштабів росту базової ставки в перспективі, або використання якихось способів страхування тих своїх процентних ризиків, які виникають при використанні даної моделі.

Для визначення витрат за позицією банк повинен знати свої витрати на залучення позикових коштів і накладні видатки, необхідні для організації кредитування. Витрати на залучення позикових коштів відображають маржинальні витрати на всі кредитні кошти, використовувані для видачі позички. Адміністративні або накладні видатки на надання кредитів розраховуються за допомогою функціонального аналізу витрат, або на базі співвідношення облікових витрат до середніх активів. Що стосується загальних витрат, то вони є сумою ціни грошей і накладних видатків банку. Як ми бачимо,

це класичний витратний метод ціноутворення, хоча в ньому й присутні такі елементах, як премії за ризики[130].


Окрім витратного методу банки часто використовують метод цінового лідерства. У рамках цієї моделі той чи інший банк визначає свої кредитні ставки у першу чергу, виходячи зі ставок провідного банку, а врахування власної внутрішньої вартості банківських ресурсів, так само як і співвідношення попиту та пропозиції на грошовому ринку, відіграють другорядну роль. Ідея полягає в тому, що ціни провідного (тобто одного з найбільших за обсягом операцій) конкурента сприймаються ринком як «довідкові» або «справедливі» і тому банку-послідовникові, особливо якщо це дрібний або середній банк, можна не боятися, що його цінові рішення виявляться невдалими або не будуть сприйняті ринком. Іншими словами, ціни на кредити провідних банків відграють так би мовити роль точки відліку цін на кредити банків-послідовників, які врешті решт можуть бути як нижчими так і вищими за них[8, 130]. Математично даний метод ціноутворення на кредити на базі базової ставки має вигляд (1.5):

$$LIR = PR + MU_i = PR + (DPR + TPR_i) \quad (1.5)$$

де LIR – ставка бажаної прибутковості по кредиту;

PR – базова ставка кредиту, що включає адміністративні витрати банку й бажану норму прибутковості по всіх операціях банку;

MU_i – надбавка до базової ставки при наданні кредиту i -му клієнтові;

 DPR – стандартна премія за ризик, що сплачується всім, за винятком першокласних позичальників;

TPR_i – премія за ризик, що сплачується i -м позичальником довгострокового кредиту й залежить від строку запозичення.

За умови нестабільних процесів в економіці варто згадати про ціноутворення з плаваючою базовою ставкою, у якій величина базової ставки на кредит погоджується з поточною прибутковістю по найбільш

короткострокових цінних паперах (наприклад, депозитним сертифікатам на строк 90 днів). У такій схемі першокласний позичальник одержує кредит по ставці, рівній поточній ставці прибутковості по подібного роду цінному паперу плюс мінімальна надбавка в 0,5 – 1 процентний пункт [130].

У рамках методу плаваючого ціноутворення можна виділити метод «плаваюча ставка плюс» і «кратна плаваюча ставка». Так, при використанні першого методу, банк рекламує свої кредитні послуги, повідомляючи, що першокласні позичальники можуть одержати в нього кредит у розмірі, припустимо, базова ставка плюс 3, то з позичальника буде запитана плата за кредит, що дорівнює поточній прибутковості по короткострокових цінних паперах плюс 3 відсоткових пункти. Іншою модифікацією методу плаваючої базової ставки є схема «кратної базової ставки», коли величина поточної базової ставки визначається множенням поточної ставки прибутковості по короткострокових цінних паперах на заздалегідь оголошений банком коефіцієнт. На перший погляд, ці дві моделі ідентичні, але насправді вони по-різному змінюють вартість кредиту при зміні ставки прибутковості по базових цінних паперах, і це може бути дуже значиме для позичальника.

Окрім методу «базова ставка плюс» при ціноутворенні на банківські послуги вітчизняними банками також використовується «метод із націнкою». Цей метод виник в США як відповідь на конкуренцію з боку іноземних банків, що пропонували американським фірмам кредити дешевше, ніж це готові були робити американські банки. Тоді багато банків США оголосили, що готові кредитувати великих клієнтів на строки від декількох днів до декількох тижнів по ставкам, рівним найнижчим ставкам прибутковості, що існує в цей момент на національному грошовому ринку (практично по ставці рефінансування Федеральної резервної системи) плюс $\frac{1}{4}$ або $\frac{1}{8}$ процентного пункту як надбавка, що забезпечує банку покриття його збитків, а також одержання премії за ризик і прибутку [130].

Ціноутворення за моделлю із націнкою як правило застосовується по відношенню до великих кредитів, метод «базова ставка плюс» застосовується

для ціноутворення на кредити для малих позичальників, орієнтованих на споживчі кредити, кредити під будівництво тощо, де основою ціноутворення є або класична базова ставка, обчислювальна щотижня на основі оголошеної статистики кредитування, або ставки LIBOR[8, 130].

Останній із наведених методів ціноутворення на кредитні послуги банків – метод «кеп», сутність якої полягає в тому, що банк пропонує клієнту, з яким він укладає довгостроковий договір на основі плаваючої ставки кредитування, за певну додаткову плату включити в договір опціон страхування від підвищення такої ставки понад заздалегідь обговорений ліміт. Так, наприклад, у договорі може бути зазначено, що позичальник одержує кредитні ресурси по плаваючій ставці «базова ставка плюс 3 процентних пункти, кап – 6 процентних пунктів до вихідної ставки кредитування». Якщо в момент укладання договору базова ставка становила 11% річних, то перші транші кредиту позичальник одержить по ставці 14% (базова ставка плюс 3 процентних пункти). Надалі, якщо базова ставка буде рости, ціна наступних траншів кредиту для позичальника буде також зростати. Але якою б не була зростаюча динаміка базової ставки, вартість кредиту не стане більше 20% (вихідні 14% плюс максимальна надбавка 6 пунктів).

На основі сучасних факторів ціноутворення на послуги вітчизняних банків та дослідивши теоретичні підходи до формування цін на ринку банківських послуг було сформувані систему методів ціноутворення на банківські послуги, у відповідності до основних ціноутворюючих факторів для кожного виду банківських послуг (табл. 1.12).

Таким чином, побудована система методів ціноутворення дає можливість адресно обрати відповідних метод залежно від виду банківських послуг та ключових чинників ціноутворення. Проте на наше думку існуючий перелік методів потребує подальшого розвитку з метою визначення методу здатного відповідати більшості зазначених драйверів, чому присвячені наступні розділи дисертаційного дослідження.

Таблиця 1.12 – Система методів ціноутворення послуги банків в Україні
(авторська розробка)

Фактори		Види банківських послуг			
		Депозитні	Кредитні	Торговельні	Комісійні
Забезпеченість банку ліквідними активами	дефіцит	ринковий (ціноутворення на депозити з метою захоплення ринку)	витратний (надбавка до ставки фондування), ринковий (плаваючої базової ставки)	ринковий (наслідування ринкових цін)	витратний (на основі прямих витрат), ринковий (умовне ціноутворення)
	достатній рівень	ринковий (ціноутворення на депозити в контексті партнерства із клієнтом)	витратний (на основі повних витрат)	ринковий (наслідування ринкових цін)	ринковий (наслідування ринкових цін)
	надлишок	витратний (маржинальний аналіз)	ринковий (ціноутворення «нижче базової ставки»)	витратний (на основі прямих витрат)	витратний (на основі повних витрат), ціннісний (оцінка максимально прийнятної ціни)
Місце банку на ринку банківських послуг	приналежність до групи маркет-мейкерів	витратний (маржинальний аналіз)	витратний (на основі повних витрат), ринковий (ціноутворення з максимальною процентною ставкою)	витратний (на основі повних витрат), ціннісний (аналіз піку збитків та прибутків)	витратний (на основі повних витрат), ринковий (престижно-цільове ціноутворення)
	приналежність до групи «слідування за ринком»	ринковий (престижно-цільове ціноутворення)	ринковий (наслідування ринкових цін)	ринковий (наслідування ринкових цін)	витратний (на основі повних витрат)
	приналежність до групи аутсайдерів	ринковий (ціноутворення з метою захоплення ринку)	ринковий (ціноутворення «нижче базової ставки»)	витратний (надбавка до ціни)	витратний (на основі прямих витрат)

Продовження табл. 1.12

Рівень довіри до банку з боку клієнтів	високий	витратний (маржинальний аналіз), ринковий (ціноутворення на депозити в контексті партнерства із клієнтом)	ринковий (метод плаваючої базової ставки), витратний (на основі максимальних витрат)	витратний (на основі повних витрат), ціннісний (аналіз піку збитків та прибутків)	витратний (на основі повних витрат), ціннісний (оцінка максимально прийнятної ціни)
	середній	ринковий (наслідування ринкових цін)	витратний (на основі повних витрат)	ринковий (наслідування ринкових цін)	витратний (на основі повних витрат)
	низький	ринковий (ціноутворення на депозити з метою захоплення ринку)	витратний (надбавка до ставки фондування)	витратний (на основі повних витрат)	ринковий (умовне ціноутворення)
Ексклюзивність можливостей залучення та розміщення ресурсів	доступ банку до ексклюзивних джерел залучення коштів	ринковий (ціноутворення на депозити в контексті партнерства із клієнтом)	витратний (на основі повних витрат)	витратний (на основі максимальних витрат)	ринковий (наслідування ринкових цін)
	доступ банку до ексклюзивних напрямків розміщення грошових коштів	ринковий (ціноутворення на депозити з метою захоплення ринку), витратний (маржинальний аналіз)	ринковий (ціноутворення з максимальною процентною ставкою)	ринковий (наслідування ринкових цін)	ринковий (умовне ціноутворення на банківські послуги)

Висновки до розділу 1

У першому розділі «Узагальнення та розвиток наукових засад формування системи методів ціноутворення на банківські послуги в Україні» узагальнено теоретичні засади застосування системного підходу до ціноутворення, узагальнено світовий досвід та обґрунтовано вітчизняну специфіку формування факторів ціноутворення на банківські послуги,

порівняно існуючі методи ціноутворення на банківські послуги, розроблено систему методів ціноутворення на банківські послуги залежно від факторів ціноутворення та виду банківських послуг.

За результатами даного розділу зроблено наступні висновки:

1. Дослідження теоретичних основ застосування системного підходу у науковому пізнанні, узагальнення думок науковців щодо трактування поняття «система» та її ознак, а також генезису розвитку наукової думки щодо змісту ціни і ціноутворення в межах різних теорій дозволило описати основні складові системи ціноутворення: принципи, функції, цілі, інформаційне та організаційне забезпечення, методи. Структурна декомпозиція складових системи ціноутворення дозволила визначити її вхідні та вихідні елементи, а також скласти алгоритм процесу ціноутворення.

2. В контексті наукової дискусії щодо основних розбіжностей у розумінні змісту понять «послуга» та «продукт» у банківській діяльності автор підтримує думку науковців, які вважають, що з позиції оцінювання споживчої вартості розмежування цих понять є недоцільним. В роботі описано такі особливості банківських послуг як об'єкта мінових відносин: невідчутність (нематеріальний характер), невіддільність від джерела надання банківських послуг, мінливість, незбережність.

3. Специфічні особливості банківських послуг, а також факторів формування ціни на них обумовлюють значні розбіжності у застосовуваних банками методах ціноутворення. Автором узагальнено переваги та недоліки, а також особливості використання більшості методів ціноутворення на банківські послуги, що набули поширення у міжнародній практиці. Систематизацію проведено за групами методів (ринкові, витратні, ціннісні) та видами послуг (депозитні та кредитні).

4. Цей аналіз склав наукове підґрунтя для удосконалення системи методів ціноутворення на банківські послуги в Україні, що дозволить адресно обрати відповідний метод залежно від виду банківських послуг та факторів ціноутворення. Розроблена система методів ціноутворення на банківські

послуги враховує основні сучасні тенденції цінової динаміки на послуги вітчизняних банків та створює засади для вибору методу ціноутворення відповідно до конкретних цілей банку та його місця на ринку банківських послуг України.

5. Ключові фактори ціноутворення на банківські послуги, представлені в визначені автором на основі узагальнення найбільш значущих тенденцій посткризового розвитку ринку банківських послуг України в контексті формування цінових пропозицій. В сегменті кредитних банківських послуг має місце низький рівень впливу облікової ставки НБУ та обсягу грошових коштів, що знаходяться у обігу, на ціну кредитів. В сегменті депозитних послуг одним із визначальних факторів ціноутворення є ліквідність банків, яка визначається залишками їх фінансових ресурсів на рахунках в НБУ, інших банках, готівці та результатами проведення операцій НБУ з регулювання ліквідності. Цінова динаміка на ринку комісійних банківських послуг свідчить про постійне зростання їх ринкової вартості, що є наслідком прагнення банків збільшити частку більш стабільного комісійного доходу в період посткризової стабілізації. Щодо видів валют, в яких банківські послуги пропонуються клієнтам, все більш визначальним фактором ціноутворення на процентні банківські послуги стають девальваційні очікування населення, які визначають цінову диференціацію між депозитними ставками у національній та іноземній валютах; цінові пропозиції конкурентів є вагомим фактором ціноутворення на банківські послуги, проте вони коригуються в залежності від цілей та специфіки діяльності банку, зокрема, потреб у додатковій ліквідності в національній чи іноземній валютах, доступу банку до окремих джерел залучення або напрямків розміщення грошових коштів та ін. Низьке значення середньої процентної маржі банків свідчить, що отримання прибутку на сьогодні не є пріоритетом при ціноутворенні на процентні банківські послуги.

Основні положення даного розділу дисертаційної роботи опубліковано автором в роботах [101, 102, 103, 105, 107, 108, 112, 113, 115, 117].

РОЗДІЛ 2

РОЗВИТОК СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ ПРИ ЗАСТОСУВАННІ МЕТОДІВ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА БАНКІВСЬКІ ПОСЛУГИ В УКРАЇНІ

2.1 Розвиток системи ціноутворення на банківські послуги в Україні

Світова фінансова криза загострила цілий ряд проблем у функціонуванні банківської системи України, значно підірвала довіру населення та організацій до банківських установ та в цілому до фінансово-кредитної системи. В Україні початок кризових явищ у банківській системі ознаменувався значними загостренням проблем ціноутворення на ринку процентних банківських послуг, в чому менеджмент більшості банків вбачав, з однієї сторони, серйозну загрозу діяльності та існуванню цих установ, а з іншої – чи не єдину можливість вистояти у важкі часи за умов, коли не варто розраховувати на підтримку іноземного капіталу. Саме тому з ми впевненістю можемо стверджувати, що сформована в Україні система банківського ціноутворення, відіграючи суттєву роль у процесі забезпечення фінансової стійкості вітчизняних банків, має суттєві системні недоліки.

В даному підрозділі дисертаційного дослідження ми ставимо перед собою завдання визначити системні вади існуючої системи ціноутворення на послуги банків в Україні та виходячи із визначених недоліків розробити засади її удосконалення. Сьогодні банки надають дуже широкий перелік банківських послуг, а така різноманітність асортименту має своїм наслідком певні особливості організації роботи установи, в тому числі і стосовно питань ціноутворення. Так, можна виділити чотири види цін на банківські послуги:

- 1) ціна у вигляді проценту від суми вартісного обсягу послуг, пов'язаних із наданням фінансових ресурсів у тимчасове користування;

- 2) фіксована ціна за здійснення обмінних операцій із банківськими активами;
- 3) комісійна винагорода у вигляді відсотка від обсягу банківських послуг, які не полягають у наданні фінансових ресурсів у тимчасове користування;
- 4) тариф як плата за здійснення банком послуг незалежно від їх вартісного обсягу.

Відповідно до даних видів цін усі банківські послуги можна розділити так як це представлено на рис. 2.1.



Рисунок 2.1 – Класифікація банківських послуг за видами цін, які встановлюються на них

Таким чином, можна зробити висновок, що система ціноутворення на банківські послуги є досить складною, оскільки охоплює диверсифікований перелік послуг, які надає сучасний банк. Виходячи з цього, особливості формування цін на банківські послуги слід досліджувати саме у розрізі зазначених видів.

Найбільш складним, а отже найбільш цікавим з точки зору ролі та місця у діяльності будь-якого банку, є такий вид цін на банківські послуги, як процент, оскільки на більшість банківських послуг ціна формується саме в такий спосіб, а процент має слугувати основою формування прибутку банку. Процент як ціна використовується для таких основних банківських послуг як кредити фізичних та юридичних осіб та залучення коштів від них на поточні та депозитні рахунки.

Оскільки до процентних послуг відносяться депозити та кредити, то відповідно, слід припустити, що така схема процентного ціноутворення має складатися із двох частин: ціноутворення на банківські депозити та банківські кредити. Одним з головних чинників ціноутворення на депозити є потреба банку у ліквідних коштах, іншими словами, важливу роль у встановленні банком відсоткової ставки за депозитами відіграє попит на вільні грошові ресурси. Підвищена потреба банку у грошових коштах змушує його підіймати відсоткову ставку залучення ресурсів (вище, ніж ціни основних конкурентів), щоб стимулювати населення та організації розміщувати кошти на депозитних рахунках. Протягом останніх років вплив даного чинника на ціну банківських послуг стає все більш визначальним. Так, зокрема у 2010 р. депозитні ставки почали зростати, оскільки масовий відтік депозитів населення з банків призвів до кризи ліквідності. Крім того в 4 кварталі 2011 р. у зв'язку із браком ліквідних коштів у банків вони почали суттєво підвищувати власні ставки по депозитах, що ще раз підтверджує значний вплив зазначеного чинника.

Іншим важливим чинником ціноутворення на банківські депозити є нематеріальна складова, а саме – репутація банку, рівень відносин із клієнтами, рівень довіри до банку з боку населення та бізнес-середовища. Банк, який має

репутацію «надійного», може суттєво знижувати відсоткові ставки за депозитами в порівнянні із конкурентами, не втративши значної частки власної ресурсної бази, оскільки він користується високою довірою з боку клієнтів. В Україні яскравим прикладом цього є державні банки, які можуть встановлювати депозитні ставки, що будуть суттєво нижчими за середньоринкові, проте їхня клієнтська база від цього не значно залежить. На противагу низьким ставкам державні банки мають таку перевагу, як повне забезпечення державою їхніх зобов'язань, що суттєво підвищує довіру до цих установ, і клієнт готовий пожертвувати прибутковістю власних заощаджень на користь їх високої надійності.

Між відсотковими ставками по кредитах та депозитах є певний зв'язок. В теорії прийнято вважати, що відсоткова ставка по депозитах – це вартість коштів, які банк надає у кредит, а отже вона не може бути вищою за вартість кредитів. Звісно на практиці таке співвідношення також витримується, проте не завжди ціна кредитних послуг визначається на основі вартості залучених депозитів. Як у випадку з депозитними послугами, до визначальних факторів ціноутворення на кредитні послуги банку відносяться ціни конкурентів та рівень відносин із клієнтом. Депозитна ставка дуже часто носить виключно інформативний характер при ціноутворенні на кредитні ресурси, оскільки часто банки орієнтуються на ринкову ціну кредитів, яка, звісно, є вища за депозитну.

Окрім рівня цін конкурентів, одну із вирішальних ролей також відіграє чинник рівня відносин із клієнтом. Сьогодні на вітчизняному ринку банківських процентних послуг процес кредитування є досить індивідуальним, а кінцева ціна кредитних ресурсів встановлюється виходячи із цілого ряду важливих чинників: 1) рівня відносин між банком і клієнтом, якому він надає власні послуги; 2) частки фінансових потреб клієнта, яку задовольняє банк, у загальному обсязі його фінансових потреб; 3) переліку банківських послуг, якими користується клієнт, та відповідно на яких банк має можливість отримати прибуток. Інколи банк погоджується поступитися рівнем прибутку та знизити ціну кредитних ресурсів для клієнта, очікуючи, що він зможе отримати

додатковий дохід, продаючи даному клієнту інші банківські послуги. Інколи в договорах кредитування встановлюється умова, згідно якої клієнт зобов'язується здійснювати певний обсяг операцій по поточних рахунках в даному банку протягом визначеного періоду, і в разі порушення ним такої умови банк залишає за собою право підняти відсоткову ставку за кредитом. Це є прямим відображенням того, що банк погодився знизити відсоток по кредиту для окремого клієнта, розраховуючи, що отримає від нього додатковий дохід у вигляді комісії за обслуговування поточного рахунку.

У свою чергу, витратна складова здебільшого не відіграє значної ролі у ціноутворенні на банківські кредити в частині урахування внутрішніх витрат. В цілому лише банки-маркетмейкери можуть враховувати супутні та інші витрати при прийнятті рішень по встановленню цін на власні послуги, тоді як решта банків лише слідує за їхніми цінами. На практиці ж навіть великі банки приділяють не достатньо уваги питанню включення витрат з надання кредитних послуг у їхню ціну. Зазвичай, співробітниками банку здійснюється усереднений розрахунок нормативних відсоткових пунктів, необхідних для покриття банківських витрат, який не враховує складності прийняття рішення та не включає усіх пов'язаних із цим витрат, особливо непрямих.

Окремо слід відзначити, що сьогодні з метою покращення власних конкурентних позицій на ринку банківських послуг банки встановлюють номінальну відсоткову ставку по кредитах нижчу за реальну, а значну частину цієї різниці закладають у ціни розрахункових послуг, які будуть здійснюватися із відповідного кредиту, або просто у комісійну винагороду за підтримання та обслуговування даної угоди.

Дуже схожим до процентних послуг за підходом до ціноутворення є друга група – послуг, ціна на які є фіксованою. Дві дані групи банківських послуг об'єднує те, що ціна в них встановлюється за певний актив: строкові фінансові ресурси, банківські метали, іноземну валюту. Ціна виражається за одиницю товару та встановлюється під дією схожих чинників, визначальним

серед яких є ринкова вартість таких послуг на ринку банківських послуг, тобто ціни основних конкурентів або банків, які є лідерами в даному сегменті ринку.

Іншим важливим чинником впливу на ринкову вартість зазначених послуг, як і при ціноутворенні на депозитні банківські послуги, є поточна потреба банку у ліквідних коштах. Іншими словами – підвищена необхідність у ліквідних ресурсах часто змушує банки якомога швидше продавати наявні у них активи, і тому, щоб швидко реалізувати їх, банківський менеджмент йде на зниження їхньої ціни. Витратна складова складається із двох частин: балансова вартість таких активів та внутрішні витрати банку на реалізацію відповідної торговельної діяльності. Якщо перша з них є досить простою у використанні в процесі ціноутворення, то друга є значно складнішою для здійснення відповідного розрахунку та майже не використовується фахівцями банківської установи для встановлення остаточних ринкових вартостей відповідних банківських активів.

Далі варто дослідити сучасні вітчизняні тенденції ціноутворення на послуги, ціною яких є комісійна винагорода, та послуги, ціною яких є тариф.

Під «комісійною винагородою» в даному випадку ми розуміємо ціну, яку клієнт сплачує банку за отриману від нього послугу, та яка визначається у відсотках від вартісного вираження наданої банківської послуги. Зазвичай комісійна винагорода встановлюється банком за надання послуг розрахунково-касового обслуговування, послуг зі страхування та ін.

Під «фіксованим тарифом» ми розуміємо фіксовану ціну, яку клієнт сплачує банку за отриману від нього послугу, та розмір якої не залежить від вартісного вираження наданої банківської послуги. Тариф також часто встановлюється за здійснення розрахунково-касового обслуговування, а також за емісію платіжних інструментів, обслуговування операцій з цінними паперами клієнтів банку та ін.

Ціноутворення на дані види послуг дуже тісно пов'язане із ціноутворенням на попередні дві групи банківських послуг, оскільки на сьогодні банки часто розглядають не окрему послугу для одного клієнта, а

увесь пакет послуг в розрізі кожного клієнта і таким чином визначають свій прибуток, який вони можуть отримати від задоволення усіх потреб цього клієнта у банківських послугах, тобто від комплексного його обслуговування в даному банку. Виходячи з цього доволі часто банки, поступаючись ціною на кредитні послуги, підвищують ціни на розрахунково-касове обслуговування, таким чином трансформуючи частину кредитної відсоткової ставки у комісійну винагороду банку за здійснення розрахунків клієнта. Саме тому можна зробити висновок, що вагомими чинниками формування ціни на банківські послуги у вигляді комісійної винагороди та фіксованого тарифу є обсяги та різноманіття послуг банку, якими користується конкретний клієнт, а також, як і у попередніх випадках – ціни конкурентів.

Дослідивши систему ціноутворення на послуги вітчизняних банків можна зробити висновок про наявність цілого ряду суттєвих недоліків, які створюють додаткові ризики у діяльності банківської установи. Перш за все, важливою проблемою сучасної системи ціноутворення на банківські послуги є переоцінена в ній роль суб'єктивного фактору, внаслідок чого зростає ймовірність прийняття помилкових рішень. Як вже зазначалося, при прийнятті рішень щодо формування ціни для клієнта дуже часто береться до уваги такий суб'єктивний показник, як рівень взаємовідносин між клієнтом та банком, який не може бути достовірно оціненим.

Як наслідок, дана система має таку ваду, як підвищений ризик зловживань із боку посадових осіб, відповідальних за прийняття рішення. Причиною цього є те, що в існуючій системі ціноутворення часто відсутні чіткі межі для встановлення цін на банківські послуги, а отже при прийнятті відповідних рішень існує можливість для зловживань.

Крім того, сформована в Україні система банківського ціноутворення повноцінно не враховує такого важливого для банківської діяльності фактору, як ринковий ризик. Сьогодні зазвичай більшість банків передбачають у договорах можливість перегляду цін (для процентних послуг) при різних можливих коливаннях у ринковій ціні кредитних ресурсів, тобто перекладають

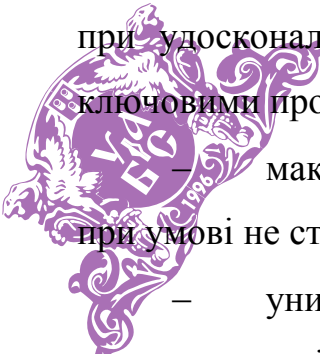
свій безпосередній ризик, пов'язаний із операціями з кредитними ресурсами, на клієнта. Такий підхід, на нашу думку, не є повністю обґрунтованим оскільки відбувається деформація підприємницьких відносин і перекладання ризиків на клієнта без відповідного переміщення доходів.

Наступним важливим недоліком, на нашу думку, є недостатнє і неповне врахування витратної складової у ціноутворенні на банківські послуги. Така система передбачає низький рівень контролю за витратами банку, їхньою обґрунтованістю, що, в свою чергу, безпосередньо веде до збільшення ризику отримання банком збитків. Іншими словами, низький контроль за витратами збільшує ризики зниження результатів діяльності банківської установи.

Іншою важливою вадою є низька оперативність системи ціноутворення більшості вітчизняних банків, тобто вона повільно і не чітко (а інколи й не в повній мірі) реагує на зміни у зовнішньому середовищі, оскільки присутня значна орієнтація на ціни інших банків та «нематеріальний чинник» - фактори, які не завжди вчасно реагують на коливання у зовнішньому оточенні. Ще більше дана вада посилюється, якщо взяти до уваги, що в цілому перелік чинників ціноутворення на банківські послуги, які враховують вітчизняні банки, є дуже обмеженим, що створює додаткові ризики для зниження ефективності діяльності установи.

Таким чином, наявність суттєвих вад існуючої системи ціноутворення у вітчизняних банках обумовлює необхідність її удосконалення. На нашу думку, при удосконаленні існуючої системи ціноутворення на банківські послуги ключовими проблемами, які мають бути вирішені, є наступні:

- максимальне зниження існуючих ризиків ціноутворення в банках при умові не створення додаткових ризиків для банківської установи;
- уникнення громіздкості при побудові системи ціноутворення, тобто розширення цієї системи має бути обмеженим, щоб визначення ринкової вартості банківських послуг не створювало перешкод в діяльності різних банківських служб, у тому числі і бюрократичних;

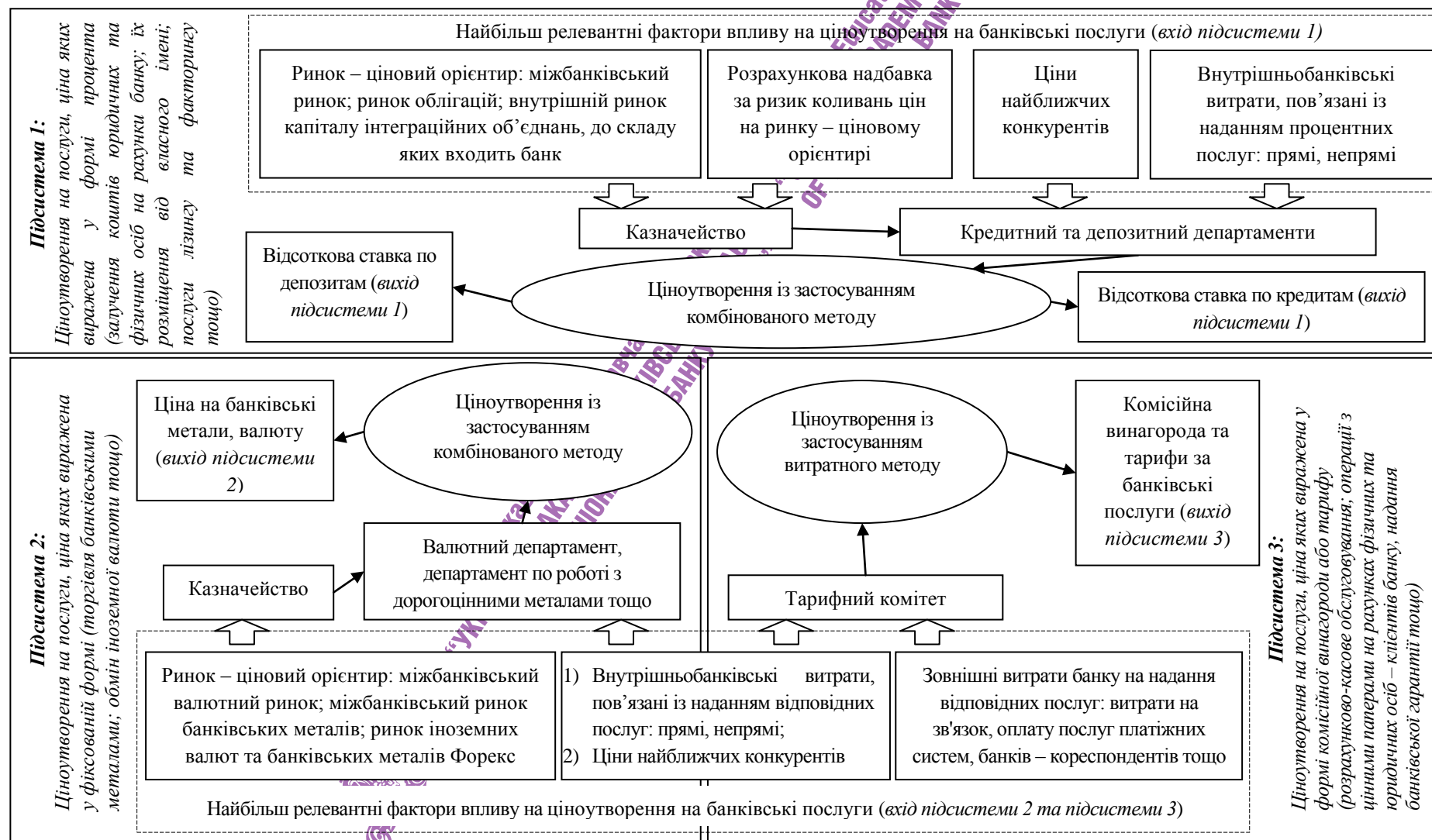


- забезпечення економності ціноутворення на банківські послуги, тобто витрати на впровадження та підтримання функціонування цієї системи не мають перевищувати позитивний ефект від використання даної системи;
- забезпечення максимізації результатів діяльності банківської установи, тобто у своїй основі система ціноутворення на банківські послуги має, перш за все, створювати умови для уникнення можливості отримати від'ємний результат діяльності банку та бути основою для ефективного управління банківськими витратами та доходами з метою отримання певного рівня прибутковості активів банку;
- забезпечення простоти у використанні та уникнення двозначностей у прийнятті рішень стосовно ціноутворення, тобто процес ціноутворення на банківські послуги має уникати надскладних розрахунків із залученням занадто широкого переліку чинників, а враховувати лише головні фактори, фільтруючи хибні сигнали зовнішнього середовища;
- передбачення можливості ціноутворення різних за обсягом активів та позицією на ринку банків, тобто ця система не має бути вузько спеціалізованою для окремої банківської установи чи окремих фахівців.

На нашу думку, сьогодні найбільш прийнятним може стати використання принципово іншого підходу до ціноутворення на банківські послуги, заснованого на поєднанні ринкового та витратного підходів, причому під ринковим підходом ми маємо на увазі орієнтацію не на ринок банківських послуг, а на ринок – ціновий орієнтир (рис. 2.2), яким може виступити:

- міжбанківський ринок;
- ринок облігацій;
- внутрішній ринок капіталу інтеграційних об'єднань (фінансових конгломератів та банківських груп): національний та іноземний;
- ринок Форекс.





Ціна на банківські метали, валюту (вихід підсистеми 2)

Ціноутворення із застосуванням комбінованого методу

Комісійна винагорода та тарифи за банківські послуги (вихід підсистеми 3)

Казначейство

Валютний департамент, департамент по роботі з дорогоцінними металами тощо

Тарифний комітет

Ринок – ціновий орієнтир: міжбанківський валютний ринок; міжбанківський ринок банківських металів; ринок іноземних валют та банківських металів Форекс

1) Внутрішньобанківські витрати, пов'язані із наданням відповідних послуг: прями, непрямі;
2) Ціни найближчих конкурентів

Зовнішні витрати банку на надання відповідних послуг: витрати на зв'язок, оплату послуг платіжних систем, банків – кореспондентів тощо

Підсистема 3:
Ціноутворення на послуги, ціна яких виражена у формі комісійної винагороди або тарифу (розрахунково-касове обслуговування; операції з цінними паперами на рахунках фізичних та юридичних осіб – клієнтів банку, надання банківської гарантії тощо)

Рисунок 2.2 – Концептуальні засади удосконалення системи ціноутворення на банківські послуги (авторська розробка)

Як свідчить рис. 2.2, запропонована система ціноутворення на банківські послуги включає відрізняється від існуючої виокремленням трьох підсистем ціноутворення, орієнтованих на банківські послуги з різною формою вираження ціни, що створює засади для врахування різного набору чинників при встановленні ціни на них.

Як зазначалось вище поєднання ринкових та витратних підходів вимагає суттєвого перегляду складу основних факторів встановлення ціни на банківські послуги. Крім того, функціонування банку в рамках запропонованої системи ціноутворення спрямоване на економію внутрішніх ресурсів банку. Оскільки ціна банківських послуг в такому випадку буде повністю враховувати пов'язані із нею витрати, то можна зробити висновок, що автоматично буде приділено більше уваги контролю за витратами, обґрунтуванню їх необхідності та доцільності. При прийнятті цінних рішень фахівцями банку будуть враховуватися усі пов'язані із цим ресурси, а тому пріоритетним напрямком розвитку банку буде пошук нових можливостей підвищення ефективності діяльності його співробітників, відділів, філій та внутрішніх систем, оскільки найбільш реальною можливістю знизити ціни у боротьбі із конкурентами стане зниження відповідних витрат, а отже підвищення ефективності діяльності банку. Підвищення уваги до витратної складової ціноутворення створює можливість до збільшення рівня обґрунтованості цін на банківські послуги за рахунок унеможливлення перекладання витрат ціни одних банківських послуг на ціну інших.

Варто підкреслити, що запропонована система ціноутворення на банківські послуги передбачає виокремлення ролі казначейства банку як структурного підрозділу, який безпосередньо володіє інформацією про ринки – цінні орієнтири та в такий спосіб може встановлювати обмеження для департаментів банку безпосередньо задіяних у реалізації банківських послуг. Свою чергу, кредитний, депозитний, валютний департаменти, виходячи із таких обмежень, мають встановлювати ціну на послуги включаючи в неї також витратну складову та конкурентну ситуацію на ринку банківських послуг.

Основною відмінністю запропонованої системи ціноутворення на банківські послуги є використання комбінованого методу, обґрунтуванню якого будуть присвячені наступні підрозділи дисертаційного дослідження.

2.2 Концептуальні засади формування комбінованого методу ціноутворення на банківські послуги в Україні

Основою запропонованої нами системи ціноутворення на банківські послуги є комбінований метод, який поєднує в собі елементи ринкового та витратного підходів та придатний для використання при ціноутворенні на проценті банківські послуги та торговельні операції банку із населенням та організаціями (рис. 2.3).

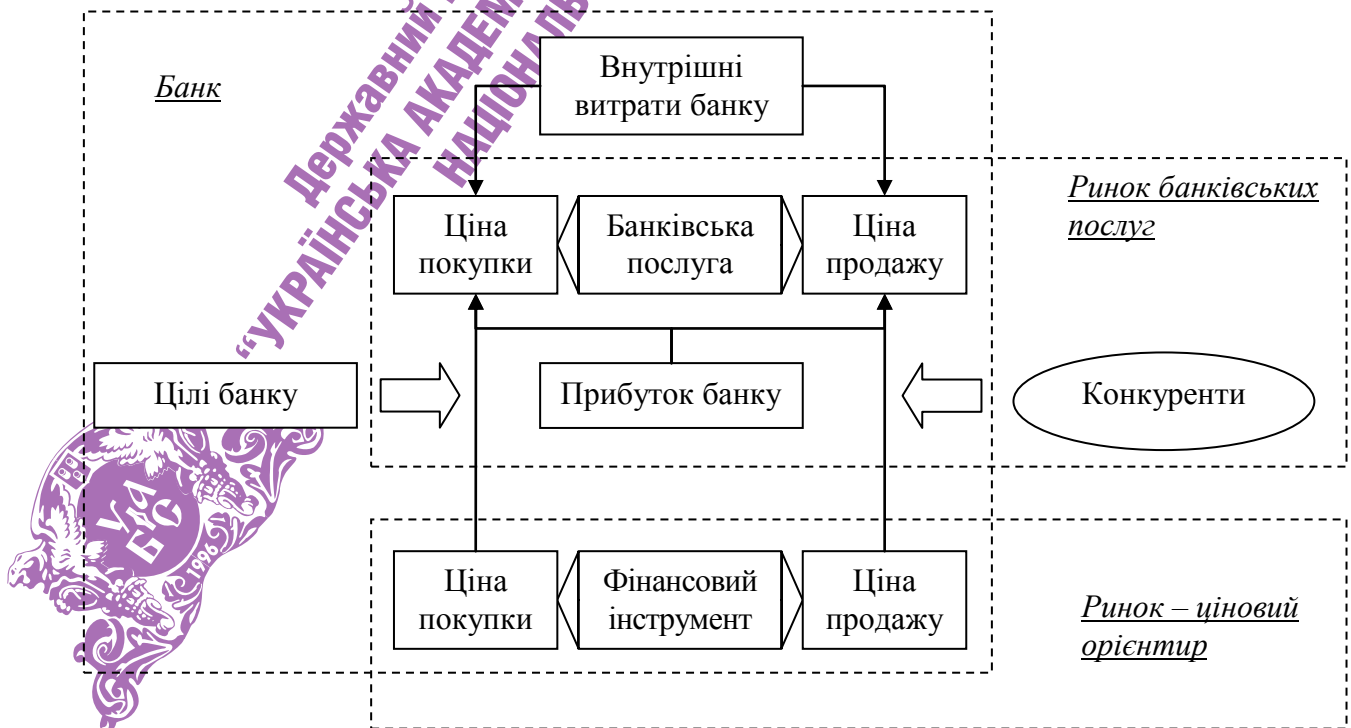


Рисунок 2.3 – Комбінований метод ціноутворення на банківські послуги в Україні

Як свідчить рис. 2.3 запропонований комбінований метод ціноутворення на послуги банків в Україні полягає в поєднанні ринкового та витратного підходів при встановленні ціни на банківські послуги на основі цін ринку – цінового орієнтира та внутрішніх витрат банку понесених ним при реалізації відповідної послуги.

Як свідчить рис. 2.3, використання комбінованого методу підходить для банківських послуг, яким притаманне встановлення подвійної ціни: ціни покупки та ціни продажу. До таких послуг можна віднести ті, ціною яких є процент, та ті, ціна яких є фіксованою. Спрощено алгоритм використання комбінованого методу ціноутворення на послуги вітчизняних банків можна відобразити у вигляді наступних кроків:

- 1) вибір ринку – цінового орієнтира, на якому реалізуються фінансові інструменти того ж типу, для якого встановлюється ціна;
- 2) визначення відповідної ціни на ринку – ціновому орієнтирі;
- 3) розрахунок норми внутрішніх витрат на банківську послугу, які необхідно включити у ціну згідно комбінованого методу;
- 4) визначення норми прибутку, який необхідно закласти у ціну банківських послуг, зважаючи на цілі банку в даному сегменті ринку банківських послуг та рівень цін основних конкурентів;
- 5) формування остаточної ціни або цінового діапазону на основі результатів етапів 2-4.

Як свідчить рис. 2.3, важливим чинником ціноутворення на банківські послуги при використанні комбінованого методу є ринок – ціновий орієнтир. Надамо пояснення щодо такої авторської пропозиції. Оскільки банк, в залежності його особливостей, має можливість доступу до ряду ринків, оперуючи на яких, він може отримати певний прибуток, то такий рівень ефективності діяльності можна прийняти як базовий і будь-яка інша діяльність банку не має її знижувати. Тобто, результативність діяльності банку на ринку банківських послуг має бути не меншою, ніж на ринку – ціновому орієнтирі, покриваючи при цьому усі додаткові витрати, необхідні для реалізації своїх

послуг. Це означає, що запропонований нами підхід враховує витрати, пов'язані з реалізацією кожного виду послуг.

Окремо слід зупинитись на понятті «ринку – цінового орієнтиру», яке є ключовим при використанні комбінованого методу та узагальнює цілий перелік ринків, на яких банк може залучити або розмістити фінансові ресурси. І якщо такі ринки як міжбанківський ринок, ринок облігацій та ринок Форекс є відомими та загальнодоступними, то внутрішні ринок капіталу фінансових конгломератів та банківських груп потребують додаткового пояснення. Дані ринки у науковій літературі широко відомі під загальною назвою «внутрішній ринок капіталу», під якою розуміють механізм переміщення фінансових ресурсів в рамках бізнес-групи від одного її учасника до іншого. Існування та активність внутрішніх ринків капіталу була доведена цілим рядом зарубіжних вчених: О. Ламонт, Х-Х. Шин та Р. Шульц, Дж. Х'юстон, С. Джеймс та Д. Маркус, С. М. Фаззари, Р. Дж. Хаббарт, Б. С. Петерсен, А. Готьє та М. Хамади. Крім того, дослідники даного питання приходять до висновку, що внутрішні ринки капіталу можуть бути ефективнішими за зовнішні, оскільки на даному ринку більша інформованість про фінансовий стан та інвестиційні перспективи кожного із учасників такого ринку та також значно нижча вірогідність зловживань з боку одного з учасників.

Окремо слід відмітити, що використання внутрішніх ринків капіталу як орієнтирів у ціноутворенні можливе в для багатьох вітчизняних банків, оскільки сьогодні велика кількість банків входять до різноманітних фінансово-промислових та фінансових груп і конгломератів, як національних так і іноземних, приклади яких наведені в табл. 2.1.

Окрім цін-орієнтирів, при використанні комбінованого методу банком мають також враховуватися внутрішні витрати банку, до яких відносяться заробітна плата фахівців банку безпосередньо задіяних у реалізації конкретного виду банківських послуг, амортизація обладнання та офісу, а також частина витрат банку на управління та обслуговування підрозділів безпосередньо задіяних в наданні банківських послуг.

Таблиця 2.1 – Приклади фінансово-промислових та фінансових груп та конгломератів, які функціонують в Україні

№ п/п	Група	Банківські установи
1	Група «System Capital Management»	ПАТ «Банк Ренессанс Капітал», ПАТ «ПЕРШИЙ УКРАЇНСЬКИЙ МІЖНАРОДНИЙ БАНК»
2	Група «Інтерпайп»	ПАТ «Банк Кредит Дніпро», ПАТ «Укрсоцбанк»
3	Група «Приват»	ПАТ КБ «ПриватБанк», ПАТ АБ «Приватінвест», ЗАО МКБ "Москомприватбанк", АО «ТаоБанк», AS «Paritate Banka»
4	Piraeus Bank Group	ПАТ «Піреус Банк МКБ»
5	Група «Финансы и кредит»	АТ Банк «Фінанси та Кредит»
6	Актив Финанс Групп	ПАТ «КБ «Актив-банк»
7	Група Континиум	ПАТ «Прайм-Банк»
8	VAB Group	ПАТ «ВіЕйБі Банк»
10	BNP Paribas Group	АТ «Укрсиббанк»
11	Raiffeisen Bank International AG	АТ «Райффайзен Банк Аваль»
12	UniCredit Group	ПАТ «Укрсоцбанк»
13	Intesa Sanpaolo Group	ПАТ КБ «Правекс-банк»
14	Commerzbank Group	ПАТ «Банк Форум»
15	Eurobank EFG Group	ПАТ «Універсал Банк»
16	Credit Agricole Group	ПАТ «КРЕДИ АГРИКОЛЬ БАНК»
17	Група Skandinaviska Enskilda Banken	«СЕБ Банк»
18	Група OTP Bank Plc	АТ «ОТП Банк»
19	Група «Русский Стандарт»	«Банк Русский Стандарт»

Таким чином, використання комбінованого методу ціноутворення на банківські послуги зорієнтоване на забезпечення мінімального рівня прибутковості визначеного цінами ринків – цінових орієнтирів. Як вже зазначалося, за певний еталон пропонується приймати функціонування банку на ринку – ціновому орієнтирі, оперуючи на якому банк може отримати певний прибуток, але при цьому не несе значних витрат і взагалі не потребує територіально розгалуженої філійної мережі та складної внутрішньої організаційної структури. Отже, якщо виходити з того, що банк при мінімальних поточних витратах може працювати із певним рівнем прибутковості, здійснюючи операції виключно на ринку – ціновому орієнтирі,

то можна стверджувати, що і реалізація банківських послуг для організацій та населення має приносити не меншу прибутковість.

Отже, охарактеризовані вище чинники по суті відображають мінімальні межі ціноутворення. Проте не можна забувати і про зовнішнє середовище діяльності банківської установи, а тому верхньою межею при встановленні ціни на банківські послуги слід вважати ціну основних конкурентів. Звісно, що в залежності від рівня відносин із клієнтом та іміджу банку верхня межа може бути скоригована, проте діапазон таких коригувань, звісно, є доволі обмеженим. Відповідний діапазон ціноутворення зображено на рис. 2.4.

Підкреслимо, що використання комбінованого методу ціноутворення на банківські послуги має суттєві переваги. Так, використання комбінованого методу ціноутворення на банківські послуги дає можливість встановити ціну на них, враховуючи результативність альтернативних джерел залучення/напрямків вкладення фінансових інструментів, враховуючи при цьому внутрішні витрати банку понесені при веденні ним бізнесу на ринку банківських послуг. Таким чином, комбінований метод ціноутворення дає можливість банку реалізовувати власні послуги із прибутковістю не нижчою ніж та, що визначається цінами ринків-цінових орієнтирів.

Крім того, використання комбінованого методу ціноутворення на банківські послуги значно знижує вплив суб'єктивного фактору на відповідні ціни. Це проявляється у тому, що створюються певні жорсткі мінімальні межі, а максимальні обмежуються ринковими чинниками. За такої умови значно знижується ризик того, що фахівці банку можуть припуститися помилки або зловживати власним положенням у прийнятті рішень стосовно встановлення цін на банківські послуги. Звісно, повністю виключити суб'єктивний фактор неможливо, проте використання комбінованого методу суттєво обмежує вплив цього чинника.

Окремо варто підкреслити, що використання комбінованого методу ціноутворення на банківські послуги передбачає чіткий розподіл внутрішніх витрат банку та прибутку між банківськими послугами.

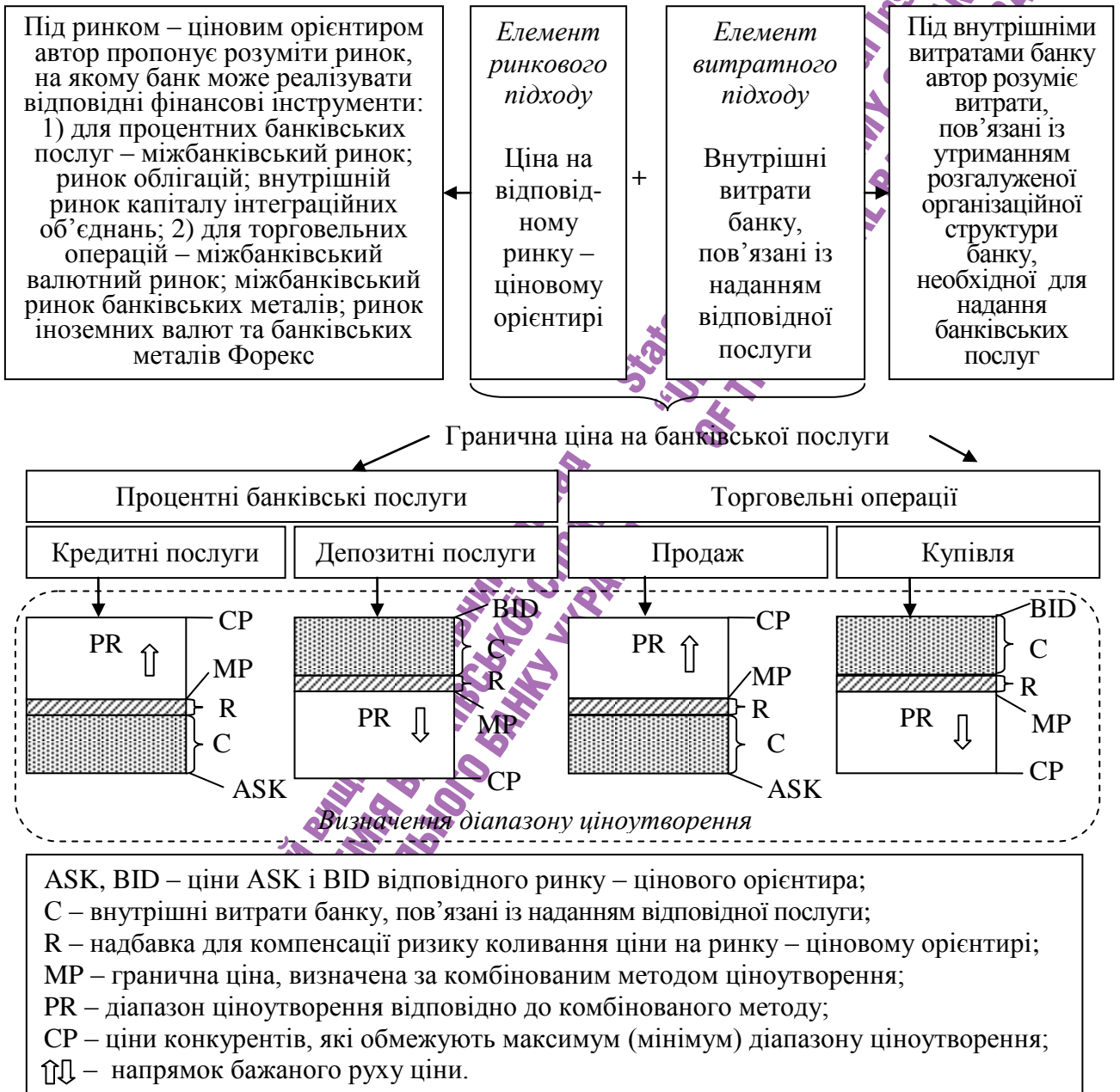


Рисунок 2.4 – Схема застосування комбінованого методу ціноутворення на банківські послуги

Це, у свою чергу, дає можливість створення бази для впровадження і розвитку системи заохочення фахівців банку в залежності від результатів їхньої діяльності в розрізі різних послуг банку.

Важливою особливістю запропонованого методу є зміна підходів до врахування фактору ризику. Як можна помітити із рис. 2.4, в ціні процентних банківських послуг має враховуватись надбавка за ризик коливань цін на ринку – ціновому орієнтирі, яка має розраховуватися на основі даних про коливання

відповідної ціни протягом останніх періодів. Окрім того, оскільки основою ціноутворення за комбінованим методом є ринок – ціновий орієнтир, то найбільшу частку з яких, на нашу думку, будуть займати міжбанківський ринок та ринок облігацій, які є дуже чутливими до всіх поточних та потенційних змін, то можна стверджувати, що формуючи ціни на основі показників цих ринків, банк буде враховувати усю інформацію стосовно можливих наявних ризиків зовнішнього середовища, яка існує на момент прийняття рішення. Причому в даному аспекті враховуватимуться не лише ризики для кредитних банківських послуг, а й для депозитних послуг та торговельних операцій. Звісно, це створює додаткові гарантії для банківської установи для захисту її від кризових явищ.

Крім того, зважаючи на те, що основою системи ціноутворення орієнтованої на використання комбінованого методу є показники ринку – цінового орієнтиру, можна зробити висновок, що така система вже сама по собі буде враховувати максимальний обсяг зовнішніх факторів ціноутворення на банківські послуги для населення та організацій, оскільки зазначені ринки (переважно міжбанківський ринок та ринок облігацій) є дуже чутливим до усіх зовнішніх чинників, як в середині країни, так і за її межами. Більше того, швидкість реагування на цих ринках на будь-які зміни у макросередовищі є високою, а отже побудова системи ціноутворення на банківські послуги на їх основі підвищить також і її оперативність у реакції на будь-які зовнішні коливання.

Наступною перевагою запропонованого автором методу ціноутворення на банківські послуги, на нашу думку, є його простота. Найбільшу проблему може скласти розрахунок витратної складової. Такі витрати можна розділити на дві категорії: внутрішні витрати, понесені в процесі реалізації банківських послуг та внутрішні витрати, які не пов'язані безпосередньо з продажем конкретної послуги, проте формують її загальний обсяг витрат банку, а тому мають бути враховані.

На практиці у вітчизняних банках коректне врахування внутрішніх витрат у вартості банківських послуг є актуальним завданням, вирішення якого

сьогодні не під силу інколи навіть великим системним банкам. Сьогодні такі витрати вітчизняних банків здебільшого практично не враховуються в процесі ціноутворення, а розрахунок собівартості банківської послуги здійснюються лише для інформативних цілей.

Одним із варіантів визначення норми внутрішньобанківських витрат, що припадають на кожну послугу, на нашу думку, може бути так званий «безперервний хронометраж», тобто дослідження черговості процедур пов'язаних із реалізацією послуги, та розрахунком частки заробітної плати кожного із осіб, задіяних у цьому процесі, матеріальних витрат, понесених в межах даної процедури, частки амортизації обладнання, яке було задіяне при прийнятті відповідного рішення, та інших витрат, які припадають на одну операцію. Звісно, така оцінка є трудомістким та витратним процесом, а тому його доцільно проводити не постійно, а періодично, та в подальшому в діяльність установи впровадити систему контролю за процесом прийняття рішень та надання банківських послуг, що дозволить проводити таку оцінку автоматично, без значних додаткових витрат. До того ж певні умовності все ж залишаться навіть при використанні такого підходу, оскільки проміжки часу між обробкою різних заявок операціоністом та середня тривалість розгляду однієї заявки профільним комітетом банку залежать від багатьох чинників, тому слід виважено підійти до врахування таких умовностей, оскільки вони безпосередньо впливають на результати розрахунку.

Витрати, які не можна безпосередньо віднести до конкретної послуги, необхідно також включати у його ціну, приймаючи за основу обсяги здійснюваних операцій у вартісних або кількісних вимірниках.

І останньою, але не менш важливою перевагою формування системи ціноутворення на послуги банків із використанням комбінованого методу є її прозорість та чесність. Як уже зазначалося вище, сьогодні банками доволі часто застосовується практика, за якої ціна однієї послуги перекладається на ринкову вартість іншої. Таким чином, від клієнта приховується реальна вартість тієї чи іншої послуги, що, на нашу думку, суттєво знижує прозорість у веденні бізнесу

та призводить до зменшення рівня довіри між клієнтом і банком. В запропонованій системі ціноутворення така можливість виключена, що підвищує прозорість відносин між банком та його клієнтами.

Незважаючи на значну кількість переваг використання комбінованого методу ціноутворення на послуги вітчизняних банків, він не позбавлений певних недоліків, головним з яких, на нашу думку, є можливість суттєвої волатильності кон'юнктури окремих ринків – цінових орієнтирів. Звісно, за таких умов, існує ймовірність того, що рівень цін на банківські послуги, сформовані на основі комбінованого методу, слід буде переглядати після кожної суттєвої зміни у кон'юнктурі відповідного ринку – цінового орієнтиру. Саме тому, особливу увагу варто приділити питанню врахування ризику коливання цін на ринку – ціновому орієнтирі, який притаманний як депозитним банківським послугам, так і кредитним.

При ціноутворенні на депозитні послуги банку для населення та організацій початковою точкою розрахунку є ціна BID на одному із зазначених ринків. Коливання саме ціни BID і створює ризик для банківських депозитних послуг, оскільки при значному коливанні даної ціни в бік її зниження може виникнути ситуація, коли встановлений відсоток по банківському депозиту буде не вигідним для установи у порівнянні із ціною BID на ринку – ціновому орієнтирі. Враховуючи той факт, що процес розрахунку ціни на банківські депозитні послуги здійснюється не кожного дня, а ринкові ставки на зазначених ринках коливаються постійно, то виникає необхідність створення умов для мінімізації ймовірних втрат, пов'язаних із даним ризиком. З цією метою варто брати за основу не ціну BID, яка є актуальною на дату прийняття рішення щодо ціноутворення, а ціну, яка є середньою протягом останніх періодів, та зважувати її на нормальний рівень коливань даної ставки (рис. 2.5).

Як свідчить рис. 2.5, після розрахунку середньої прогнозованої ціни BID варто на основі динаміки протягом останніх періодів визначити допустимий рівень коливання ціни BID, що і складатиме вищезгадану надбавку за ринковий ризик для депозитів. Даний діапазон обмежує можливе допустиме зниження

ціни BID, а отже вказує на рівень надбавки, яку встановлює банк для покриття зазначеного ризику. Як свідчить рис. 2.5, коли ціна BID на ринку – ціновому орієнтирі знижується від середньої прогнозованої на допустимий рівень коливань в точку А, то менеджменту депозитного відділу банку варто зробити прогноз щодо її подальшого коливання, та в залежності від результатів прогнозу прийняти відповідне рішення. Якщо прогноз свідчить про наступне зростання ставок на такому ринку, то доцільно залишити ціну банківських послуг на тому ж рівні. Якщо прогноз свідчить про продовження зниження рівня відсоткових ставок на ринку – ціновому орієнтирі, то депозитному департаменту доцільно переглянути встановлені ним ціни на депозитні послуги у відповідності із новими прогнозами. Якщо зниження ставок BID на ринку сягне точки Б, то поточні ціни на банківські послуги обов'язково мають бути переглянуті та скориговані у відповідності до нових ринкових умов.

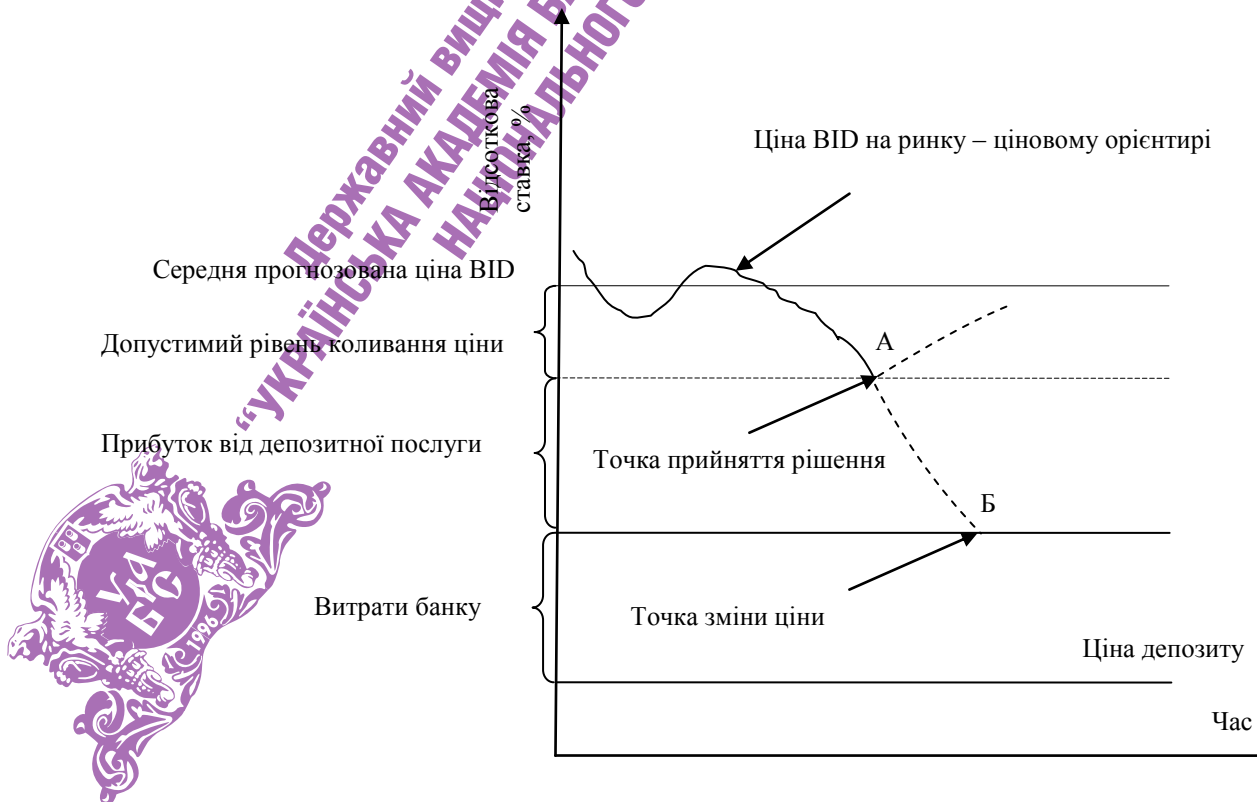


Рисунок 2.5 – Графічна інтерпретація врахування ризику коливання ціни BID в ціні на депозитні банківські послуги, ціноутворення на які відбувається на основі комбінованого методу

За схожим підходом ми пропонуємо враховувати такий ризик в ціні кредитних послуг банку. Як вже зазначалося, досліджуваний ризик полягає у підвищенні відсоткових ставок ASK на ринку – ціновому орієнтирі, що може призвести до ситуації, коли поточні ціни на банківські кредитні послуги стануть не вигідними згідно комбінованого методу. Тому, як і у випадку із депозитами, ми пропонуємо застосовувати аналогічний підхід до врахування такого ризику у ціні кредитних послуг (рис. 2.6).

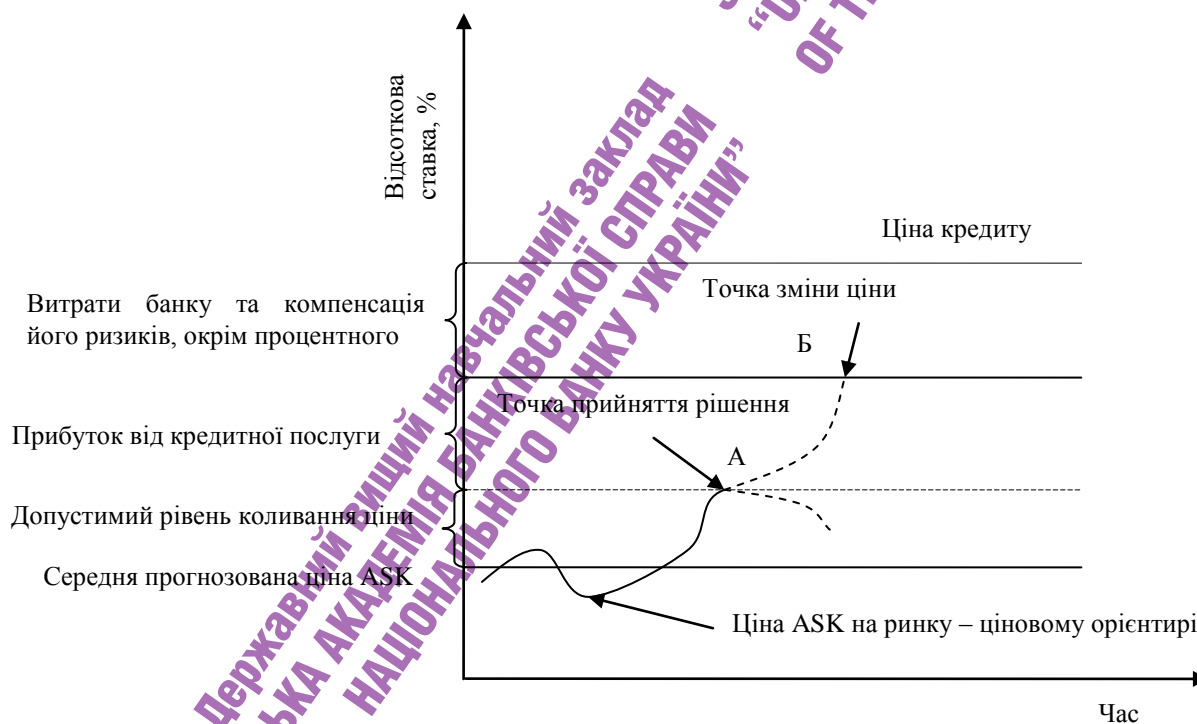


Рисунок 2.6 – Графічна інтерпретація процесу врахування ризику коливання ціни ASK в ціні на кредитні банківські послуги, ціноутворення на які відбувається на основі комбінованого методу

Отже, як свідчить рис. 2.6, аналогічно до депозитних банківських послуг, відправною точкою ціноутворення на кредитні послуги є середня прогнозована ціна ASK на ринку – ціновому орієнтирі. Саме відповідно до неї розраховується прогнозний діапазон допустимих відхилень, розмах якого буде покриватися надбавкою на компенсацію ризику коливання цін – орієнтирів. Далі при коливанні цих ставок, якщо ціна ASK підвищиться до допустимого максимуму

у точці А, то керівництву кредитного департаменту на основі проведеного аналізу та прогнозу подальшої динаміки ставок на відповідному ринку необхідно прийняти відповідне рішення стосовно поточних цін на власні кредитні послуги. Якщо прогноз свідчить про подальше зростання ставки ASK, то варто переглянути поточні ціни на кредитні банківські послуги. Якщо прогноз подальшої динаміки вказує на спадну динаміку, то можна залишити ціни на кредитні послуги на поточному рівні. Якщо внаслідок тривалого зростання ціна ASK досягне точки Б, то це є ознакою, що необхідно терміново підвищувати ціну кредитних послуг, а інакше вони стануть не вигідними для банку.

Таким чином, використання зазначеного підходу дозволить ефективно функціонувати системі ціноутворення на основі використання комбінованого методу та мінімізувати її можливі ризики, пов'язані із коливаннями відсоткових ставок на ринку – ціновому орієнтирі.

Окремо слід відмітити, що в процесі дослідження існуючих методів ціноутворення на процентні банківські послуги нами був детально досліджений метод ціноутворення, оснований на ставці LIBOR – так званий LIBOR-based loan rate, детально охарактеризований у роботі П. Роуза та С. Хадгінс «Банківський менеджмент та фінансові послуги» [8, с. 571]. Незважаючи на те, що за назвою даний метод є дуже схожим на комбінований, між ними є принципова різниця.

Метод ціноутворення, оснований на ставці LIBOR передбачає, що для визначення ціни кредитних послуг слід до ціни, за яку банк може придбати фінансові ресурси на Лондонській міжбанківській кредитній біржі, додати премію за кредитний ризик та надбавку для отримання прибутку. Отже принциповою відмінністю є те, що метод ціноутворення, оснований на ставці LIBOR, базується на ставці BID для ціноутворення на банківські кредити, а запропонований нами комбінований метод – на ставці ASK. Крім того, на відміну від ціноутворення на базі ставки LIBOR, комбінований метод передбачає значно більшу увагу до внутрішніх витрат банку, включаючи їх у

вартість банківських процентних послуг, а отже, він передбачає вищий рівень прибутковості та убезпечення від збиткової діяльності.

Вищенаведені методи по-різному враховують банківські ризики в ціні банківських послуг, і якщо метод ціноутворення на базі ставки LIBOR враховує надбавку за кредитний ризик, то при використанні комбінованого методу ми пропонуємо враховувати лише ризик зміни цін орієнтирів на відповідних ринках, оскільки врахування кредитного ризику сьогодні в українських банках відбувається шляхом отримання застави, поруки або гарантії необхідної якості. Виключенням є хіба що споживчий кредит, який надається за мінімального пакету необхідних документів.

Окремо варто відмітити, що метод ціноутворення на базі ставки LIBOR передбачає лише ціноутворення на банківські кредитні послуги для організацій, тоді як запропонований нами метод призначений і для ціноутворення на депозитні послуги, а також орієнтується на сегмент ринку по реалізації послуг фізичним особам.

Таким чином, запропонований автором комбінований метод ціноутворення на банківські послуги, передбачає поєднання ринкового та витратного підходів та може бути застосований при встановленні цін на відсоткові банківські послуги та торговельні операції. Використання даного методу дає можливість врахувати ринкові обмеження; врахувати значно більший (порівняно із методами, які використовуються сьогодні банками України) обсяг зовнішніх факторів ціноутворення на банківські послуги, що дає змогу зважити їх ціну на специфічні ринкові ризики; створити засади для реалізації банківських послуг із прибутковістю, не нижчою за ту, що визначається цінами ринків – цінних орієнтирів; створити основи для розвитку системи заохочення фахівців банку; обмежити вплив суб'єктивного фактору при ціноутворенні шляхом формалізації меж діапазону встановлення ціни на банківські послуги.

2.3 Науково-методичні засади та практичні механізми використання витратного методу в ціноутворенні на банківські послуги в Україні

2.3.1 Розвиток методичних засад калькуляції витрат при ціноутворенні на банківські послуги з використанням функціонально-вартісного аналізу

Для вирішення питання впровадження комбінованого методу ціноутворення на процентні банківські послуги на практиці необхідно вирішити задачу розробки методологічних рекомендацій щодо визначення необхідної планової надбавки на компенсацію внутрішніх банківських витрат у ціні банківської послуги. Більшість досліджень сфокусованих на підходах до визначення собівартості банківських послуг на своїй меті мають визначення внутрішньої вартості банківських послуг вже після їхньої реалізації для коректного розподілу витрат банку та банківської маржі між послугами. Проте для цілей ціноутворення на банківські послуги дані методи не підходять, оскільки вони не дають нам змоги встановити планову надбавку до ціни на банківські послуги для компенсації його внутрішніх витрат, а лише свідчить про історичну вартість банківських операцій.

Перш ніж перейти до визначення методики розрахунку надбавки для компенсації внутрішніх банківських витрат в межах реалізації комбінованого методу ціноутворення на банківські послуги необхідно ще раз підкреслити, що згідно даного підходу ціноутворення на банківські послуги має відбуватись на умовах включення усіх внутрішніх банківських витрат у ціну банківських послуг. Це означає, що всі прямі внутрішні банківські витрати та частина непрямих, пов'язаних із видачею банківських кредитів, мають збільшувати ціну кредитних ресурсів, а витрати, пов'язані із залученням банківських депозитів, – знижувати ціну, яку платить банк за дані ресурси, щоб вони не знижували прибутковість даного джерела у порівнянні із ринком – ціновим орієнтиром.

Для визначення надбавки до ціни банківських послуг для компенсації внутрішніх банківських витрат необхідно визначити їх основні складові. На практиці ціноутворення на послуги в сфері матеріального виробництва відбувається у 4 етапи, в той час як банк, як учасник ринку банківських послуг, в рамках комбінованого методу має формувати ціну на власні послуги у 3 етапи (рис. 2.7).

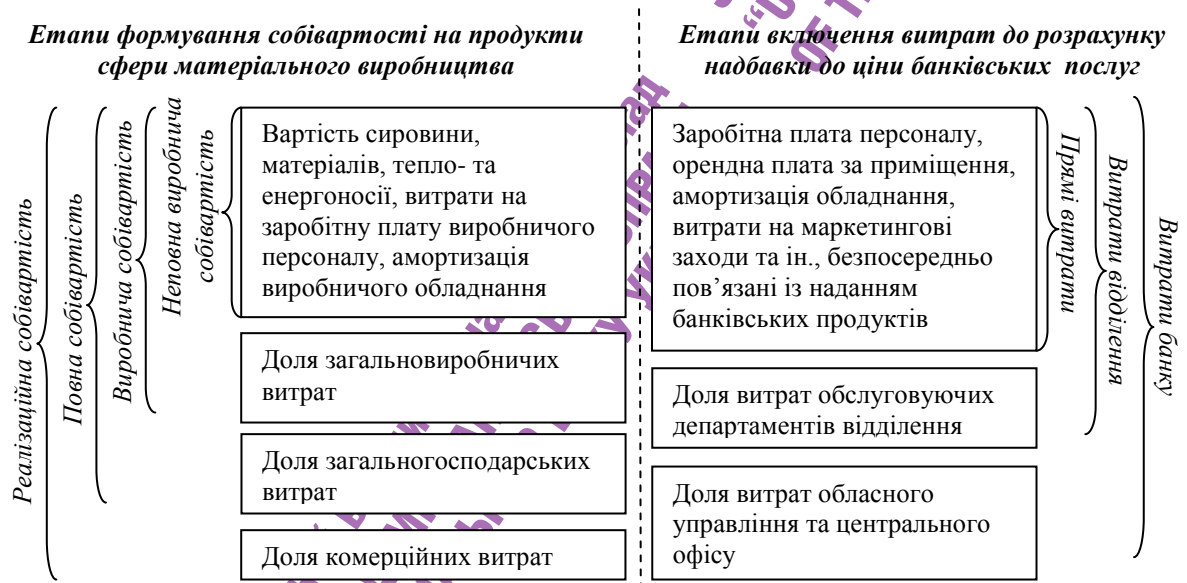


Рисунок 2.7 – Етапи формування витрат, які необхідно включити в надбавку для покриття внутрішніх банківських витрат при використанні комбінованого методу ціноутворення на банківські послуги (авторська розробка).

Як свідчить рис. 2.7, особливістю формування надбавки для покриття внутрішніх банківських витрат є нероздільність процесу створення та реалізації банківської послуги внаслідок його специфіки. В цілому ж, витрати, які слід враховувати при розрахунку надбавки до ціни на банківські послуги для урахування внутрішніх банківських витрат, можна розділити на 2 види: витрати, які можуть бути прямо віднесені на конкретну банківську послугу, та витрати, які безпосередньо не пов'язані із наданням банківських послуг клієнтам, проте вони є обов'язковими для ведення бізнесу, а тому мають включатись у ціну, оскільки запропонована система ціноутворення, побудована

із використанням комбінованого методу, має на меті включення всіх внутрішніх витрат банку у ціну банківських послуг. На нашу думку, для визначення розміру надбавки, яку необхідно враховувати при ціноутворенні на процентні послуги банку в рамках комбінованого методу, доцільно використати засади функціонально-вартісного аналізу.

Узагальнений алгоритм запропонованого підходу до визначення надбавки для компенсації внутрішніх банківських витрат в ціні банківської послуги містить 7 кроків:

- 1) формування внутрішніх витрат банку, закладених у бюджетний кошторис банку на відповідний період;
- 2) розподіл внутрішніх витрат банку за центрами витрат (бізнес-напрямами та центрами інфраструктури);
- 3) розподіл витрат за кожним центром інфраструктури між бізнес-напрямами, використовуючи перехресний метод;
- 4) розподіл сумарних внутрішніх витрат в межах кожного бізнес-напряму банку за відповідними видами банківських послуг;
- 5) визначення переліку дій та банківських операцій, пов'язаних із реалізацією конкретної банківської послуги та нормативної кількості «людино-хвилин», необхідних для надання кожного виду банківських послуг;
- 6) визначення фахівців відповідальних за їхнє виконання та вартості однієї хвилини праці фахівця, який безпосередньо займається реалізацією групи однорідних послуг в межах кожного бізнес – напрямку, скоригованої на рівень зайнятості відповідного фахівця;
- 7) визначення обсягу внутрішніх витрат банку, необхідних для реалізації банківської послуги.

Як зазначалось вище, більшість досліджень в сфері визначення собівартості банківських послуг лише вирішують задачу коректного віднесення витрат понесених банком на реалізовані ним послуги, тобто визначення собівартості банківських послуг лише після їхньої реалізації. Результати вирішення даної задачі використовуються в рамках управління прибутком

банку та пошуку шляхів економії внутрішніх ресурсів банку, проте такий підхід може бути неефективним для розрахунку необхідної надбавки при ціноутворенні на банківські послуги. На нашу думку, для цілей ціноутворення більш доцільно було б використання, в якості основи для розрахунку необхідної надбавки, внутрішніх витрат, закладених у бюджетний кошторис банку, а тому саме формування внутрішніх витрат банку є першим кроком у вищеописаному алгоритмі. Спрощено запропонований підхід до розрахунку внутрішніх витрат банку на надання банківських послуг має наступний узагальнений вигляд (рис. 2.8).



Рисунок 2.8 – Спрощений підхід до визначення надбавки для покриття внутрішніх банківських витрат при ціноутворенні на банківські послуги в межах запропонованого підходу (авторська розробка)

Як свідчить рис. 2.8, при використанні комбінованого методу ціноутворення на банківські послуги початковою точкою визначення внутрішньої вартості банківських операцій, яку необхідно включити у ціну

банківських послуг, є внутрішні витрати банку, закладені у його бюджетний кошторис, які дають змогу включити той рівень витрат, які будуть актуальними для періоду, на який визначаються ціни на банківські послуги. Згідно підходу представленого на рис. 2.8, усі внутрішні витрати мають бути закріплені за центрами витрат, якими можуть бути як відділи або департаменти банку, так і його окремі посадові особи. Варто відзначити, що для цілей повного врахування бюджетних витрат банку при ціноутворенні, усі центри витрат необхідно розділити на 2 групи: бізнес-напрямки та центри інфраструктури (рис. 2.9).

Як свідчить рис. 2.9, в переважній більшості вітчизняних банків сьогодні присутній розподіл основних банківських послуг за основними групами клієнтів, що є дуже зручним при визначенні надбавки для компенсації внутрішніх банківських витрат в рамках комбінованого методу ціноутворення на банківські послуги, оскільки встановлення єдиної надбавки для усіх депозитних або кредитних послуг некоректно відображало б пов'язані із ними внутрішні витрати банку, а розподіл цих послуг за основними групами клієнтів дає змогу сформувати достатньо однорідну сукупність банківських послуг, для яких можливо встановити однаковий рівень надбавки.

Отже, другим кроком у визначенні надбавки для покриття внутрішніх витрат банку ціною на банківські послуги є розподіл усієї сукупності бюджетних банківських витрат між його центрами інфраструктури та бізнес-напрямами. Складність даного процесу напряму залежить від складності організаційної структури відділення банку. Сьогоднішні тенденції у вітчизняній банківській системі свідчать про те, що банки переважно тяжіють до зниження незалежності територіальних відділень, скорочуючи відповідні управлінські надбудови на місцях, що у свою чергу веде до зменшення кількості центрів інфраструктури. Дана тенденція полегшує реалізацію запропонованого підходу до визначення внутрішніх банківських витрат, які необхідно врахувати при ціноутворенні на банківські послуги в рамках комбінованого методу, оскільки наступним кроком є перерозподіл бюджетних витрат центрів інфраструктури

серед бізнес-напрямків. Як свідчить рис. 2.8, в якості бази розподілу таких витрат можуть виступити:

- планові маржа або прибуток кожного бізнес – напрямку;
- заробітна плата або кількість персоналу бізнес – напрямків, які приймають безпосередню роль у наданні банківських послуг;
- час витрачений на роботу із бізнес – напрямками, які приймають безпосередню участь у наданні банківських послуг та ін.

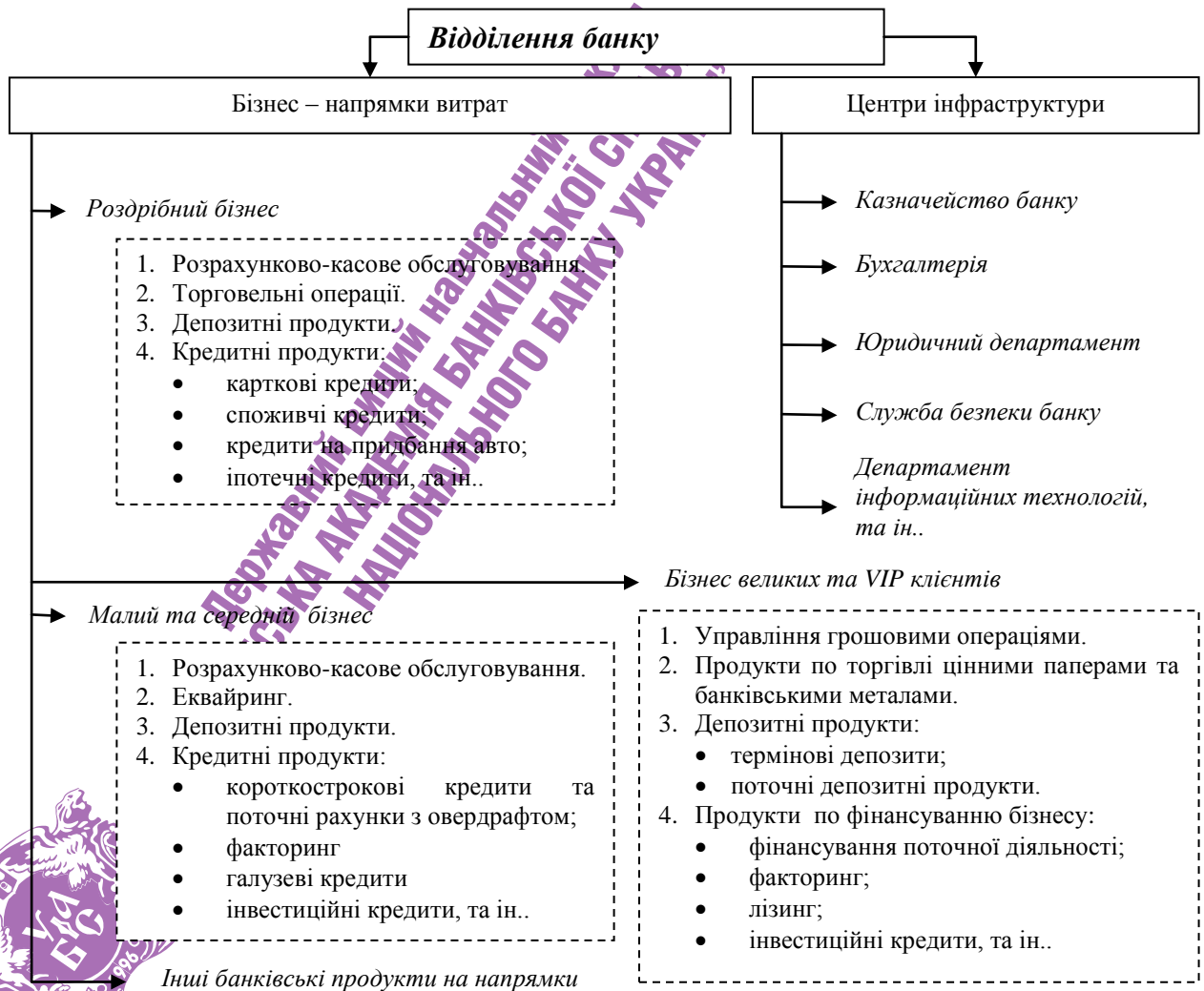


Рисунок 2.9 – Місце процентних послуг банку в узагальненій структурі відділення банку побудованій за центрами витрат

Зазначений перелік показників, які можуть прийматись у якості бази для розподілу бюджетних витрат центрів інфраструктури найчастіше

використовується практиками і теоретиками питання банківського контролінгу, проте треба відмітити, що на нашу думку такі показники як планові маржа і прибуток, які зароблені бізнес-напрямком, мають використовуватися лише у виключних випадках, оскільки їх широке використання буде викривляти справедливе значення прибутку напрацьованого кожним бізнес-напрямком та банківською послугою. Такими винятковими випадками може стати розподіл витрат, направлених на покращення загального іміджу банку.

Згідно запропонованого алгоритму визначення внутрішніх витрат банку пов'язаних із наданням банківської послуги, наступним кроком має бути розподіл сукупних витрат кожного бізнес-напрямку між послугами, які він реалізовує. Даний крок дає змогу контролювати прибутковість кожної банківської послуги, що надає значні переваги вищому банківському менеджменту у прийнятті рішень стосовно розвитку банківського бізнесу.

Варто відзначити, що реалізація кроків 2 – 4 запропонованого алгоритму в значній мірі відповідає засадам функціонально-вартісного аналізу, проте принциповою відмінністю запропонованого підходу від попередніх досліджень впровадження функціонально-вартісного аналізу при визначенні собівартості банківських послуг є те, що запропоновано здійснювати розподіл банківських витрат у 3 кроки, а не в два, як це пропонувалось раніше. Більшість теоретиків розвитку функціонально-вартісного аналізу у банку пропонують розподіл банківських витрат у 2 кроки:

- 1) розподіл витрат між центрами, які створюють та реалізують банківські послуги (в якості таких центрів обирались, такі які відповідають за реалізацію різних видів банківських послуг: кредит, депозит, розрахунково-касове обслуговування та ін.), та центрами, які обслуговують попередні;
- 2) розподіл витрат центрів інфраструктури між центрами, які створюють та реалізують банківські послуги.

На нашу думку, такий підхід, по-перше, не зовсім відповідає сучасній структурі відділень банку, яка переважно будується не за продуктовим принципом, а за основними групами клієнтів. По-друге, групування на центри,

які відповідають за реалізацію кредитних і депозитних послуг, не дає можливості у повній мірі проаналізувати ефективність і результативність таких центрів оскільки в середині таких груп банківських послуг як кредит та депозит зазвичай містяться неоднорідні послуги, які значно між собою відрізняються.

Запропонований нами підхід групує бізнес-напрямки не за продуктовою ознакою, а спочатку за клієнтською, а вже потім за продуктовою, що відповідає сучасним засадам організації діяльності переважної частини банківських відділень, які є тими ланками, що безпосередньо взаємодіють із клієнтами. Крім того, такий підхід дає можливість контролювати витрати в межах однорідних банківських послуг, що дає додаткові переваги для банківського менеджменту.

Згрупувавши бюджетні внутрішні витрати банку по групах однорідних банківських послуг, необхідно визначити перелік дій та банківських операцій, пов'язаних із реалізацією конкретної банківської послуги та нормативної кількості «людино-хвилин» необхідних для надання відповідної банківської послуги. Зазвичай, перелік та послідовність усіх дій та банківських операцій, які супроводжують реалізацію будь-якої банківської послуги чітко визначені у внутрішніх інструкціях банків, а тому не складно, користуючись такою інструкцією та здійснивши серію відповідних хронометражних замірів, визначити нормативну кількість людино-хвилин, необхідних для надання тієї чи іншої банківської послуги. Для демонстрації практичної реалізації задачі розрахунку нормативної кількості «людино-хвилин» для процентної послуги було здійснено відповідну калькуляцію для поширеної кредитної послуги ПАТ КБ «Приватбанк» для суб'єктів малого та середнього бізнесу – кредит на поповнення обігових коштів у вигляді поточного рахунку із овердрафтом в розмірі до 200 тис. грн.(табл. 2.2).

Наступним кроком є визначення вартості однієї хвилини праці фахівця, який безпосередньо займається реалізацією групи однорідних послуг в межах кожного бізнес – напрямку, скоригованої на рівень зайнятості відповідного фахівця.

Таблиця 2.2 – Розрахунок нормативної кількості «людино-хвилин» для надання кредиту на поповнення оборотних коштів суб'єктам малого та середнього бізнесу ПАТ КБ «Приватбанк» (авторська розробка)

Етап процесу кредитування	Етапи технології надання банківської послуги затверджені методичними рекомендаціями ПАТ КБ «Приватбанк»	Відповідальний виконавець	Тривалість, хв.
Підготовчі процедури для прийняття рішення	Зустріч із клієнтом та ознайомлення його із умовами овердрафтного кредитування	Фахівець напрямку «Бізнес МСБ» ТВ	60
	Збір пакета документів, їх сканування, формування службової записки на МСБ ГО «Про надання овердрафту МСБ до 200 тис. грн.. із візами Керівника відділення, Керівника направлення МСБ ГРУ, РУ, та замісника керівника департаменту по моніторингу продажів кредитних послуг МСБ ГО		45
	Затвердження поданого пакета документів		45
Прийняття рішення	Візування поданої службової записки, оцінка фінансового стану позичальника, формування кредитної угоди та внесення необхідних даних по кредитному проекту (в разі оцінки кредитоспроможності на рівні не нижче В)	Фахівець напрямку «Бізнес МСБ» ГО	60
	Розгляд кредитного проекту, прийняття рішення про суму кредитування та затвердження службової записки	Фахівець департаменту «Ризик менеджменту» ГО	45
Формалізація договірних відносин	Прийняття в роботу службової записки, формування кредитного договору та договору поруки та направлення їх фахівцю відділення для підписання із клієнтом	Фахівець напрямку «Бізнес МСБ» ГО	15
	Підписання із клієнтом всіх отриманих договорів, їх фотографування, завантаження скан-копій підписаних договорів у файлообмінник BACK-OFFICE для візування угоди ГО	Фахівець напрямку «Бізнес МСБ» ТВ	60
	Надсилання створених угод на візування у BACK-OFFICE, та після цього проставлення відмітки про виконання документа	Фахівець напрямку «Бізнес МСБ» ГО	5

Продовження табл. 2.2

Супроводження кредиту після його видачі	Моніторинг платіжної дисципліни – нагадування про строк і суму необхідного платежу за 2 дні до дати погашення (середня періодичність 12 разів на 1 угоду)	Фахівець напрямку «Бізнес МСБ» ТВ	60
	Моніторинг фінансового стану (середня періодичність 4 рази на 1 угоду)		120
	Екстрений моніторинг при простроченні кредиту (середня періодичність 4 рази на 1 угоду)		40
	Моніторинг забезпечення застави: узгодження строків проведення моніторингу, проведення фактичної перевірки забезпечення майна, скласти акт моніторингу та провести переоцінку забезпечення майна. Екстрений моніторинг при простроченні кредиту (середня періодичність 2 рази на 1 угоду)		120
Всього затрати «людино-хвилини», які супроводжують надання послуги			675

Для визначення вартості однієї хвилини праці фахівця (C_m) можна скористатися наступною формулою(2.1).

$$C_m = \frac{TC_b^d}{T * N} k^d, \quad (2.1)$$

де TC_b^d – сумарні бюджетні витрати на b-ту банківську послугу в межах d-того бізнес-напрямку;

T – кількість робочих хвилин у періоді, який відповідає взятим за основу бюджетним витратам банку;

N – кількість фахівців банку, які безпосередньо задіяні в реалізації групи однорідних послуг в межах одного бізнес – напрямку;

k^d – коефіцієнт продуктивного використання робочого часу в d-ому бізнес-напрямку.

Розрахувавши нормативну кількість «людино-хвилин» необхідних для надання відповідної банківської послуги та середню вартість однієї хвилини праці фахівця, який безпосередньо займається реалізацією групи однорідних

послуг в межах кожного бізнес-напрямку, скоригованої на рівень зайнятості відповідного фахівця, можна визначити бюджетні внутрішні витрати банку, необхідні для реалізації конкретного виду однорідних банківських послуг.

Таким чином, запропонований підхід до врахування внутрішніх банківських витрат при ціноутворенні на процентні банківські послуги згідно запропонованого підходу дає змогу контролювати ефективність:

- 1) внутрішніх витрат банку;
- 2) бізнес-напрямків банку;
- 3) однорідних груп банківських послуг;
- 4) використання робочого часу фахівців банку.

Таким чином, при формуванні витратної складової комбінованого методу ціноутворення на процентні банківські послуги доцільним є розрахунок відповідної надбавки на основі функціонально-вартісного аналізу, що дасть змогу включити в ціну таких послуг усі пов'язані із ними витрати.

2.3.2 Науково-методичні підходи до врахування фактору часу при застосуванні витратного методу ціноутворення на комісійні банківські послуги

Оскільки запропонована система ціноутворення на банківські послуги має на меті повне включення внутрішніх витрат банку у ціну банківських послуг, то відповідно ціноутворення на комісійні банківські послуги має відбуватися за витратним методом, для того, щоб весь обсяг внутрішніх витрат банку міг бути покритий обсягом сформованого доходу. Таким чином, ціноутворення на групи послуг, ціною яких є комісійна винагорода, та ціною яких є фіксований тариф, варто досліджувати разом, оскільки в обох випадках ціноутворення має відбуватися виключно на витратній основі. На сьогодні, як вже зазначалося вище, існує висока цінова диференціація між цінами, які пропонують банки по одних і тих же видах банківських послуг. Здебільшого це

пов'язано із тим, що різні банківські установи по-різному формують власну цінову політику стосовно даних видів послуг. Крім того, доволі часто вони намагаються приховати частину вартості банківських переказів та інших комісійних банківських послуг у ціні інших видів банківських послуг, якими користується клієнт, або навпаки – збільшити вартість комісійних банківських послуг, свідомо переносячи на неї вартість банківських кредитів. Найбільш типовою послугою, яка входить до обох вище зазначених груп, є забезпечення розрахунків та переказів від імені клієнта банку. Тому в якості прикладу для дослідження напрямків вдосконалення процесів ціноутворення доцільно обрати саме послуги банків по розрахунковому обслуговуванню організацій та громадян (рис. 2.10).

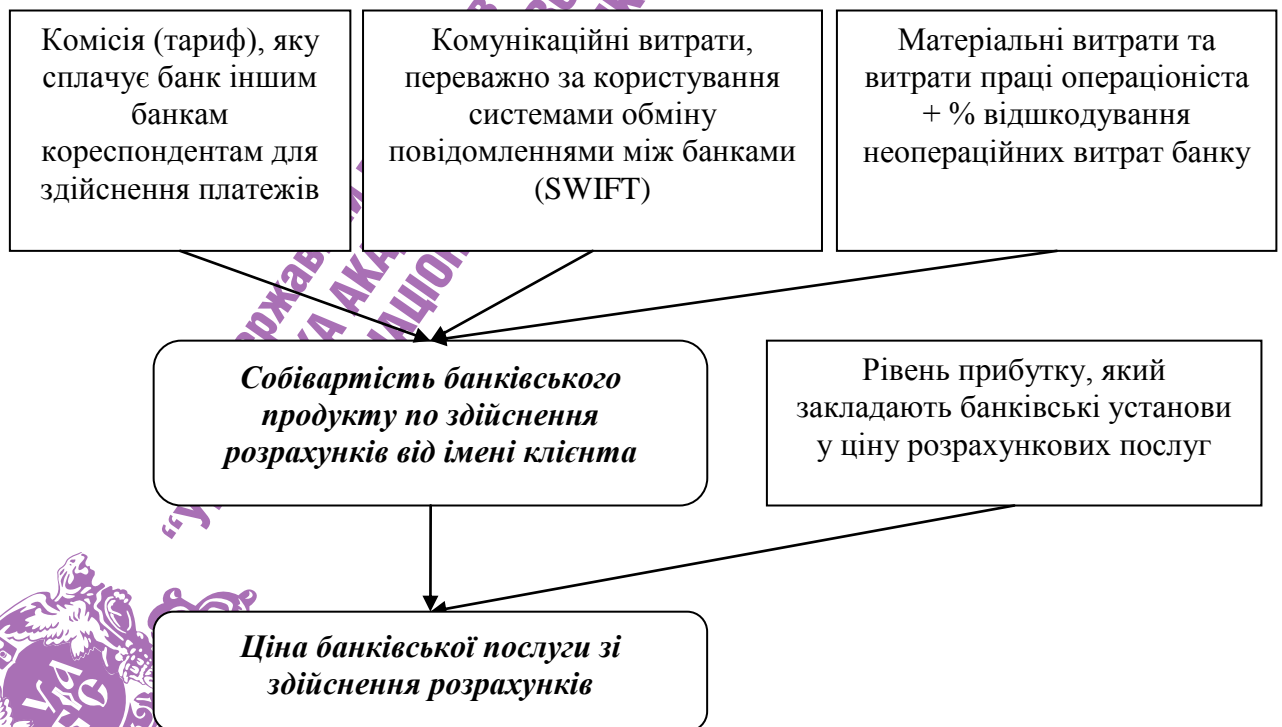


Рисунок 2.10 – Ціноутворення на послуги з розрахункового обслуговування в банках

Як свідчить рис. 2.10, запропонований підхід до використання витратного методу при ціноутворенні на банківські перекази передбачає, що

ціна таких послуг має повністю базуватися на їхній собівартості, тобто на основі відповідних витрат банку, які він несе при наданні тієї чи іншої послуги. Відповідно, чим складнішою є банківська послуга, тим більше банк використовує внутрішніх ресурсів для її реалізації, а отже і ціна її має бути вищою. Таким чином, розрахункові послуги банків можна розділити за складністю переказу та в розрізі кожного виду визначити загальні статті формування відповідних витрат, безпосередньо пов'язаних із їх здійсненням (рис. 2.11).

Отже, як свідчить рис. 2.11, в залежності від складності переказів змінюється кількість статей витрат банку, які, на нашу думку, прямо мають включатися до ціни послуги банківської установи зі здійснення конкретного виду банківського переказу. Крім того, ціна означених груп банківських послуг має обов'язково включати в себе також і внутрішні витрати, які не можна безпосередньо віднести до реалізації тієї чи іншої послуги, проте вони присутні у загальному обсязі банківських витрат, пов'язаних із організацією та обслуговуванням безпосередньо банківського бізнесу, та впливають на результат діяльності установи. Іншими словами, ціна банківської послуги, яка зазвичай визначається у комісійній винагороді або фіксованому тарифі, має покривати усі витрати банківської установи у пропорції, необхідній для забезпечення беззбитковості її діяльності.

Питома вага комісійної винагороди або фіксованого тарифу на окремі види банківських послуг у покритті внутрішніх витрат банку в цілому має визначатися часткою таких послуг у загальному обсязі послуг банку, його окремого відділення. Системні банки, які мають розгалужену систему філій та відділень, мають в їхньому складі такі, основним завданням яких є саме забезпечення реалізації означених вище послуг серед населення та організацій. В таких випадках усі внутрішні витрати таких структурних підрозділів, мають включатися до ціни відповідних послуг.

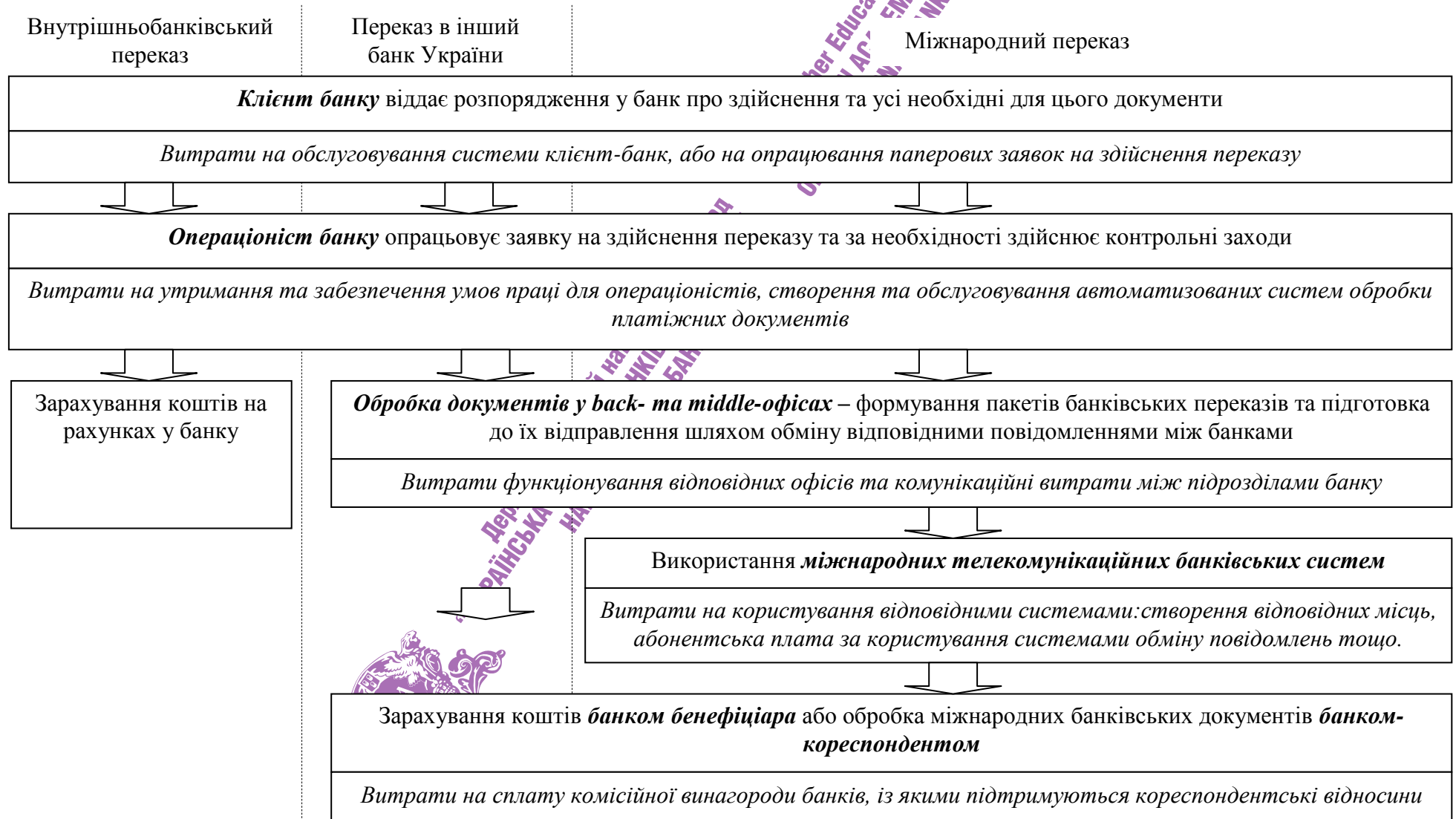


Рисунок 2.11 – Формування прямих банківських витрат при здійсненні банківських переказів

Крім того, використання витратного методу у системі ціноутворення на банківські послуги побудованої на використанні комбінованого методу передбачає що, ціна комісійних банківських послуг обов'язково має включати в себе певний рівень прибутку, оскільки банківська діяльність, як і будь-яка підприємницька діяльність, має на меті отримання прибутку, а отже включення лише витратної складової до досліджуваних видів цін не створюватиме ніяких стимулів до впровадження та здійснення діяльності по наданню банком різного роду комісійних послуг. Рівень прибутку, який необхідно закладати у ціну, має визначатися окремо в залежності від цілей банківського менеджменту та кон'юнктури на ринку банківських послуг.

Таким чином, першим етапом реалізації витратного методу у ціноутворенні на комісійні банківські послуги є формування основ визначення собівартості послуг даних груп. Оскільки у попередньому підрозділі було запропоновано практичні засади ціноутворення на банківські послуги на основі комбінованого методу, де для визначення надбавки для компенсації внутрішніх витрат банку використовувались засади функціонально вартісного аналізу, то підхід до практичної реалізації ціноутворення на банківські послуги, ціною яких є комісія та фіксований тариф, має відштовхуватися від тих же самих засад для того, щоб гармонійно включатися у загальну систему ціноутворення на банківські послуги.

Оскільки перелік послуг сучасного банку постійно зростає, в першу чергу, саме за рахунок послуг, ціною яких є комісія та фіксований тариф, то відповідно і зростає перелік витрат банку на реалізацію даних груп послуг. Відповідні витрати умовно можна розділити на 3 групи (табл. 2.3).

Як свідчить табл. 2.3, з метою визначення ціни банківських послуг, ціною яких є комісія або фіксований тариф, за допомогою витратного методу усю сукупність витрат банку можна розділити на 3 групи. При цьому варто відзначити, що в залежності від виду банківських послуг та особливостей діяльності конкретних банків можливі випадки, за яких банк не потребуватиме жодних зовнішніх прямих витрат для реалізації банківської послуги. Такими

банківськими послугами можуть бути: перерахунок коштів між рахунками в межах банку, зняття готівки із карткових рахунків за допомогою терміналів того ж банку, в якому і відкрито відповідний рахунок і т.д.

Таблиця 2.3 – Класифікація банківських витрат пов'язаних із банківськими послугами, ціною яких є комісія та фіксований тариф, за джерелом їх виникнення.

Група банківських витрат	Опис групи банківських витрат	Приклади банківських витрат
Зовнішні прямі витрати	Витрати банку пов'язані із користування ним в інтересах клієнта зовнішніми рішеннями передбаченими для банківської діяльності	Комісійні витрати банкам кореспондентам, витрати на встановлення, використання та обслуговування комунікаційних систем (SWIFT, Western Union)
Внутрішні прямі витрати	Внутрішні витрати банку безпосередньо пов'язані із реалізацією фахівцями банку послуг, ціною яких є комісія та фіксований тариф	Оплата праці фахівців банку та витрати на оренду приміщень, безпосередньо задіяних у реалізації банківської послуги, маркетингові заходи, пов'язані із просуванням послуги на ринок і т. д.
Внутрішні непрямі витрати	Частина витрат банку на управління та обслуговування бізнес-напрямків банку	Оплата праці обслуговуючого персоналу та управління відділенням банку, витрати на заходи з покращення загального іміджу банку, оплат послуг та матеріальних продуктів, які необхідні для нормального функціонування бізнесу, від зовнішніх постачальників банку

Оскільки, незважаючи на те, що в запропонованій системі ціноутворення на банківські послуги визначення ціни на послуги, ціною яких є комісія або фіксований тариф, здійснюється на основі витратного методу на відміну від інших груп банківських послуг, практичні рекомендації до впровадження даного методу мають гармонійно поєднуватися із засадами практичної реалізації запропонованого підходу до ціноутворення на інші банківські послуги, дотримуючись при цьому одного із важливіших принципів запропонованої системи ціноутворення на банківські послуги, а саме принципу повного включення внутрішніх витрат банку у ціну банківських послуг. Крім того, такий підхід дасть змогу зробити ціни на банківські послуги більш

прозорими та чесними, оскільки вони будуть коректніше відображати їх справедливу вартість, ніж за того підходу, який сьогодні використовується банками, коли вартість одних банківських послуг перекладається на інші. Таким чином, при визначенні ціни на банківські послуги, ціною яких є комісія або фіксований тариф, на основі витратного методу доцільно також використовувати засади функціонально вартісного аналізу. При цьому як і при визначенні надбавки для компенсації внутрішніх витрат банку при ціноутворенні на процентні банківські послуги, відправною точкою при розрахунку собівартості банківських послуг, ціною яких є комісія або фіксований тариф, мають бути бюджетні витрати банку. Відповідно до наведених вище положень, узагальнений підхід до ціноутворення на дану групу послуг має бути наступним (рис. 2.12).

Як свідчить рис. 2.12, шляхи врахування внутрішніх та зовнішніх витрат у ціні банківських послуг, ціною яких є комісія та/або фіксований тариф, є різними. Внутрішні витрати банку потребують окремих процедур розподілу та перерозподілу між бізнес-напрямами банку, центрами його внутрішньої інфраструктури та згодом однорідними групами послуг, в той час як зовнішні витрати можуть бути ідентифіковані для кожної конкретної банківської послуги.

Серед групи банківських послуг, ціною яких є комісія та/або фіксований тариф, найбільш розповсюдженими витратами, які супроводжують дані послуги є вартість використання мережі S.W.I.F.T. Витрати для розрахунку суми зовнішніх витрат для банківських послуг, у наданні яких використовується мережа S.W.I.F.T. наведено в табл. 2.4 (для розрахунку використовувалась конфігурація підключення SWIFTAlliance Access/Workstation; Automatic File Transfer; Band -1; Dual-I M-CPE; 2 Concurrent Operators).

Як свідчить табл. 2.4, для забезпечення та підтримання банком доступу до мережі обміну повідомленнями S.W.I.F.T. в обсязі 2-х робочих місць банку необхідно одноразово витратити 41 728 долл. США та щорічно 23 352 долл.

США. З економічної точки зору, витрати на підключення до мережі S.W.I.F.T. доцільно розглядати як інвестиції у капітал банку, а тому для віднесення їх на вартість відповідних банківських послуг до одноразової суми витрат доцільно застосувати норму амортизації, яка відповідає подібним активам, а саме 20% в рік, що відповідає 5 рокам корисного використання активу.

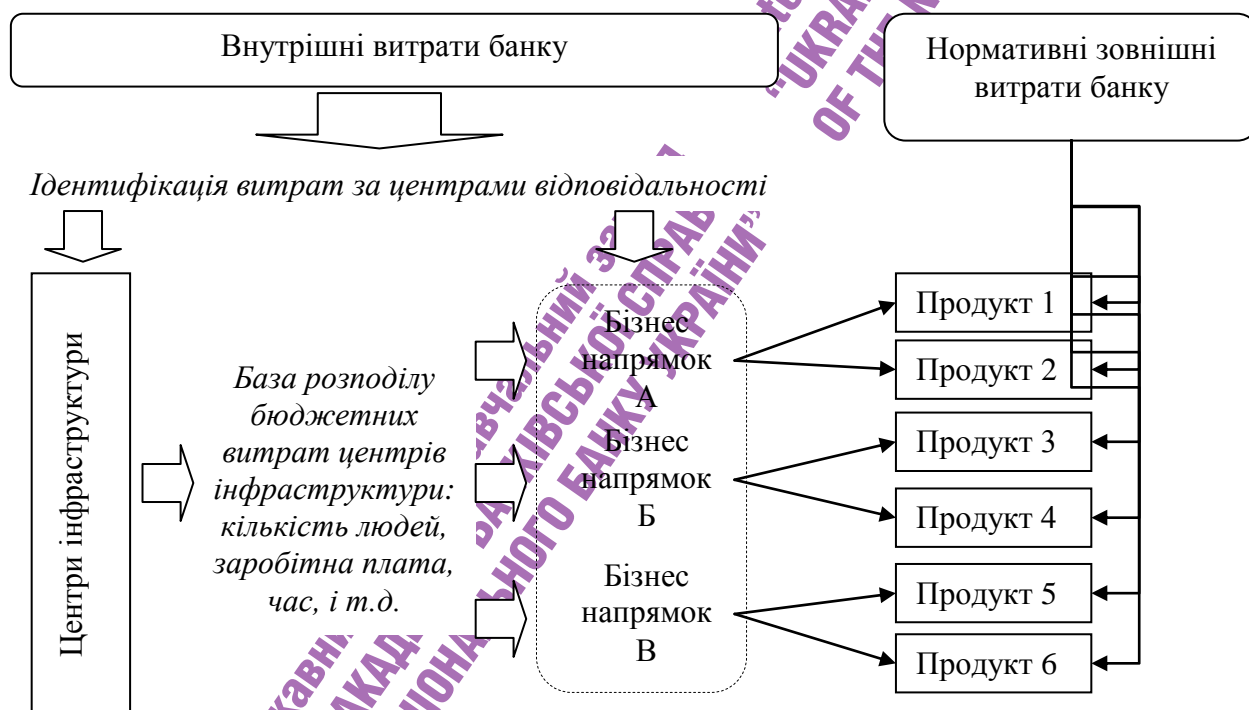


Рисунок 2.12 – Узагальнений практичний підхід до ціноутворення на банківські послуги, ціною яких є комісія або фіксований тариф

Крім того, варто відмітити, що окрім постійних витрат наведених в табл. 3.8, банк має також сплачувати 0,40 долл. США за кожне повідомлення, а тому суму зовнішніх витрат необхідних для відправлення одного повідомлення можна розрахувати за наступною формулою (2.2).

$$EC = \frac{FC * ar + YC}{N} MC, \quad (2.2)$$

де EC – зовнішні витрати на одне повідомлення у мережі S.W.I.F.T.;

FC – одноразові витрати на підключення банку до мережі S.W.I.F.T. відповідно обраної конфігурації;

ar – норма амортизації одноразових витрат на підключення банку до мережі S.W.I.F.T., як інвестицій у капітал банку;

$УС$ – щорічні витрати на підтримання банком доступу до мережі S.W.I.F.T. відповідно обраної конфігурації;

N – прогнозна кількість повідомлень, які будуть відправлятися через мережу S.W.I.F.T. у рік;

MC – вартість одного повідомлення у мережі S.W.I.F.T.

Таблиця 2.4 – Витрати для розрахунку бюджетної вартості повідомлень у мережі S.W.I.F.T., долл. США.

Стаття витрат	Одноразові витрати	Щорічні витрати
Реєстрація логічного терміналу (Logical Terminal)	650	-
Комплект карток необхідних для здійснення процедури входу в мережу SWIFT та обміну двосторонніми ключами з банками (Set ICC)	358	-
Підтримка адресації ідентифікаційного коду банку (SWIFT BIC Destination)	-	1625
Документація та інструкція, які оновлюються щорічно (SWIFT User Handbook)	-	500
Реєстрація двох офіцерів безпеки SWIFTNet, відповідальних за безпеку доступу до мережі SWIFT (Security Officers)	-	1300
Електронні сертифікати двох офіцерів безпеки та одного логічного терміналу користувача (PKI Certificates)	975	195
RMA сервіс (Global RMA yearly fee)	-	520
Ліцензія на сумісне підключення до мережі SWIFT (Shared Connection)	7875	1575
Послуги S.W.I.F.T. Service Bureau	28750	11657
Членський внесок в УкрСВІФТ	-	1300
Модуль автоматичної фільтрації повідомлень на збіг із записами міжнародних чорних списків FATF/GAFI, EU та списку Державної служби фінансового моніторингу України (AML Module)	3120	4680
Всього:	41728	23352

Таким чином, враховуючи, що визначена вище конфігурація підключення до мережі S.W.I.F.T. передбачає, що пропускна здатність системи – до 250 повідомлень на добу, та враховуючи, що в рік 250 робочих днів, то можна зробити висновок, що максимальна кількість повідомлень в рік для зазначеної конфігурації 62 500 повідомлень, а відповідно мінімальна сума зовнішніх витрат на 1 повідомлення становить 0,9 долл. США. Проте, враховуючи що операціоніст даної системи потребує часу на завантаження повідомлення в систему та його перевірку, а також перевірку та вивантаження вхідних повідомлень, то можна припустити, що реально така система зможе забезпечувати близько 100 повідомлень протягом робочого дня, а тому більш реальна вартість таких зовнішніх витрат становитиме 1,67 долл. США. Варто підкреслити, що якщо фахівці банку очікують, що дана система буде менш завантаженою, то відповідно вартість зовнішніх витрат на одне повідомлення буде зростати.

Таким чином, можна зробити висновок, що для ціноутворення всіх банківських послуг, при наданні яких використовується мережа S.W.I.F.T., у собівартість банківської послуги необхідно включити зовнішні витрати на одне повідомлення. В першу чергу це стосується банківських послуг з ведення розрахунків корпоративних клієнтів за імпортовані товари та послуги та здійснення переказів фізичних осіб за кордон через систему S.W.I.F.T.-платежі.

Більш складним є підхід до врахування внутрішніх витрат банку. Першим кроком у даній процедурі є закріплення всього обсягу внутрішніх витрат, закладених у бюджетний кошторис банку, за окремими бізнес напрямками та центрами інфраструктури. На даному етапі є можливість здійснювати попередній контроль витрат банку, визначити їх адекватність та необхідність. Наступним кроком є розподіл бюджетних витрат центрів інфраструктури між бізнес-напрямами, що дає змогу врахувати усі внутрішні витрати банку в ціні банківських послуг.

На нашу думку, окремо слід дослідити питання перерозподілу внутрішніх витрат центрів інфраструктури між бізнес-напрямами, оскільки серед

більшості досліджень використання функціонально – вартісного аналізу у банках даному аспекту присвячено недостатньо уваги. Для вирішення даного завдання було обрано метод перехресного розподілу, використання якого у запропонованому підході до ціноутворення на банківські послуги, ціною яких є комісія та/або фіксований тариф, схематично зображено на рис. 2.13.

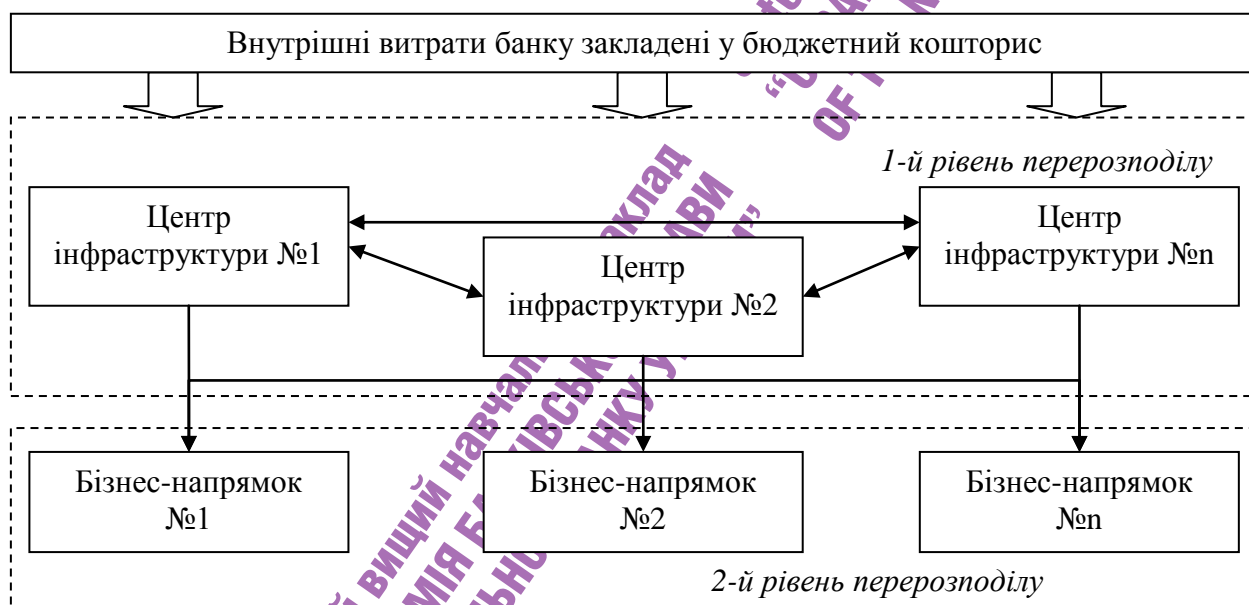


Рисунок 2.13 – Загальна схема перерозподілу внутрішніх витрат центрів інфраструктури між бізнес-напрямами перехресним методом

Як свідчить рис. 2.13, на відміну від прямого розподілу внутрішніх витрат центрів інфраструктури між бізнес-напрямами, розподіл перехресним методом відбувається у 2 кроки:

- 1) розподіл бюджетних витрат кожного центру інфраструктури між усіма іншими центрами інфраструктури та бізнес-напрямами;
- 2) розподіл витрат центрів інфраструктури розподілених на них у першому кроці між бізнес-напрямами.

Такий підхід дає змогу більш адекватно розподілити внутрішні витрати центрів інфраструктури між бізнес-напрямами банку, а в подальшому більш адекватно визначити вартість банківських послуг. Окремо слід відзначити, що базу для розподілу внутрішніх витрат центрів інфраструктури необхідно

обирати окремо для кожного такого центру, оскільки база розподілу має відображати особливості функціонування відповідного центру інфраструктури. Так, для розподілу внутрішніх витрат таких центрів інфраструктури як відділ кадрів та бухгалтерія можна використовувати кількість фахівців, а внутрішні витрати юридичної служби доцільно розподіляти за кількістю клієнтів та лише між тими бізнес-напрямами, в роботі яких частіше за зустрічається юридичний супровід.

Розподіливши усі внутрішні витрати банку між бізнес-напрямами, можна визначити ціну банківських послуг, ціною яких є комісія та/або фіксований тариф на основі нормативної кількості витрат людино-годин необхідних фахівцям банку для реалізації та можливого супроводження конкретної банківської послуги. Для прикладу розрахунку часових затрат для банківських послуг, ціною яких є комісія та/або фіксований тариф було обрано таку банківську послугу як банківська гарантія у національній валюті (табл. 2.5).

Таблиця 2.5 – Розрахунок нормативної кількості «людино-хвилин» для банківської гарантії в національній валюті ПАТ КБ «Приватбанк» (авторська розробка).

Етап процесу реалізації банківської послуги	Етапи технології надання банківської послуги, затвержені методичними рекомендаціями ПАТ КБ «Приватбанк»	Відповідальний виконавець	Тривалість, хв.
Підготовка прийняття рішення	Формування пакета документів від клієнта для надання банківської гарантії згідно кредитних процедур дійсних на поточний момент в банку	Відповідальний фахівець РП	120
	Здійснення підготовчих розрахунків та висновків необхідних для прийняття рішення про надання банківської гарантії	Відповідальний фахівець РП	120
Прийняття та оформлення рішення	Прийняття рішення про можливість надання гарантії	Засідання кредитного комітету РП	60
	Оформлення відповідного рішення протоколом у системі ПриватДок, контроль лімітів повноважень на підписання документів по гарантії	Відповідальний виконавець ДДВО	30

Продовження табл. 2.5

	Після затвердження Протоколу МКК ПриватБанку, закріплюється за гарантією номер в єдиному журналі системи ПриватБанку, здійснюється запис в журналі, номер сповіщається відповідальному фахівцеві РП	Відповідальний виконавець ДДВО	10
	Електронними засобами зв'язку відповідальний фахівець РП передає у ДДВО не підписаний проект договору, заява від клієнта, не підписаний проект договору застави, (або поруки, або депозитного договору, або договору цесії)	Відповідальний фахівець РП	10
Контроль документів	Після отримання повного пакету документів відбувається вивчення наданих документів на їх відповідність затверженому протоколу КК, затвердженим протоколам та ін..	Відповідальний виконавець ДДВО	480
	У разі отримання позитивного висновку по пакету документів відповідний фахівець РП забезпечує підписання пакета документів з обох сторін, копії підписаних документів викладаються на сервер зберігання додатків та створює заставну угоду в програмному комплексі	Відповідальний фахівець РП	30
Надання гарантії та блокування відповідного покриття	Візування гарантійної угоди в ПК Sketch після того як відповідна угода авторизована відповідальним фахівцем ГО	Фахівець Back Office цінних паперів та гарантійних зобов'язань ГО	10
	Блокування рахунку фінансового покриття	Фахівець Back Office цінних паперів та гарантійних зобов'язань ГО	5
	Підписання банківської гарантії у 3-х екземплярах в уповноважених осіб банку та надсилання гарантії банку бенефіціара	Відповідальний фахівець РП (ГО)	15
Всього витрати «людино-годин»			890

Як свідчить табл. 2.5, процес видачі банківської гарантії є трудомістким процесом із залученням значної кількості банківських фахівців із різних ланок структури банку. Визначивши нормативну кількість «людино-хвилин» необхідних для банківської послуги, ціною яких є комісія та/або фіксований тариф та вартість однієї хвилини роботи бізнес-напрямку можна визначити собівартість банківської послуги враховуючи, що лише певна частка загального

робочого часу бізнес напрямку витрачається фахівцями банку на роботу з надання банківських послуг, а інша частка – на так зване непродуктивне використання робочого часу.

Окремо слід відзначити, що для більшості банківських послуг ціною, яких є комісія та фіксований тариф, для визначення їх собівартості з метою ціноутворення на витратній основі буде достатньо вище проілюстрованих розрахунків зовнішніх банківських витрат та внутрішніх витрат банку на основі витрачених людино-хвилин. Сформований нормативний рівень витрат – це мінімальна ціна відповідної банківської послуги, яка дозволить його реалізувати на умовах самокупності, в результаті не приносячи банку ні прибутків, ні збитків. Визначення рівня прибутку, який необхідно закладати у ціну таких послуг є виключно внутрішньобанківським завданням, оскільки він має відповідати завданням керівництва банку, які воно вирішує в даному сегменті ринку банківських послуг та ціні конкурентів на даному ринку.

Таким чином, загальна формула визначення ціни на банківські послуги, ціною яких є комісія та/або фіксований тариф має наступний вигляд (формула (2.3)).

$$P_b^d = (EC_b^d + \frac{DC_b^d}{N_b^d * t} * T_b^d * k^d) * P_b^d, \quad (2.3)$$

де P_b^d – ціна b -того банківської послуги, ціною якого є комісія та/або фіксований тариф, в межах d -ого бізнес-напрямку;

EC_b^d – зовнішні витрати на b -у банківську послугу, ціною якого є комісія та/або фіксований тариф, в межах d -ого бізнес-напрямку

DC_b^d – сумарні бюджетні витрати на b -у банківську послугу в межах d -ого бізнес-напрямку;

N_b^d – кількість фахівців банку, які безпосередньо задіяні в реалізації групи b -тих послуг в межах d -ого бізнес – напрямку;

t – кількість робочих хвилин у періоді, який відповідає взятим за основу бюджетним витратам банку;

T_b^d – нормативна кількість людино-хвилин, необхідних для надання b -тої банківської послуги, ціною якого є комісія та/або фіксований тариф, в межах d -ого бізнес-напрямку;

k^d – коефіцієнт продуктивного використання робочого часу в d -ому бізнес-напрямку;

p_b^d – прибутковість b -ої банківської послуги, ціною якого є комісія та/або фіксований тариф, в межах d -ого бізнес-напрямку, визначена банківським менеджментом відповідно до завдань, які воно вирішує в даному сегменті ринку банківських послуг та ціні конкурентів на даному ринку.

Окремо слід звернути увагу на коефіцієнт продуктивного використання робочого часу k^d . Нормальним явищем у сучасній банківській справі є те, що переважна частина фахівців банку, відповідальних за реалізацію банківських послуг, не весь робочий час займається саме реалізацією послуг банку. Дуже часто це пов'язано лише з тим, що попит на такі послуги не може бути рівномірно розподіленим у часі, а тому періоди коли, всі фахівці банку із надання певної послуги є зайнятими виконанням саме цієї функції, змінюються періодами, коли лише певна частина фахівців приділяє цьому увагу, а інша частина перебуває у стані очікування. Причому слід відмітити, що не завжди такі фахівці, перебуваючи у стані очікування клієнта, не виконують ніяких посадових функцій, оскільки на практиці часто цей час витрачається на підготовку різноманітних звітів, які вони мають подавати згідно посадових інструкцій, вивчення нових змін у внутрішніх регламентних документах та ін. На нашу думку, така ситуація є цілком нормальною, проте для повного врахування внутрішніх витрат банку при розрахунку необхідної надбавки, варто зважати на той, факт що не весь робочий час фахівців банку витрачається на реалізацію ними банківських послуг, а тому цілком слушним буде

використання даного коефіцієнту при визначенні середньої вартості однієї хвилини праці фахівця, відповідального за реалізацію банківських послуг. Для визначення такого коефіцієнту можна використати в якості основи дані за попередній звітний період, розрахувавши його шляхом порівняння нормативного часу необхідного для реалізації усього обсягу банківських послуг, реалізованих у минулому звітному періоді та розрахункового повного обсягу робочих «людино-хвилин» протягом минулого звітного періоду, які відповідають кількості фахівців безпосередньо задіяних у реалізації банківських послуг відповідного бізнес-напрямку (формула (2.4)).

$$k^d = \frac{\sum_{b=1}^{n^d} T_b^d * m_{b(t-1)}^d}{N^d * t}, \quad (2.4)$$

де k^d – коефіцієнт продуктивного використання робочого часу в d -ому бізнес-напрямку;

T_b^d – нормативна кількість людино-хвилин, необхідних для надання b -ої банківської послуги, ціною якого є комісія та/або фіксований тариф, в межах d -ого бізнес-напрямку;

$m_{b(t-1)}^d$ – кількість b -тих банківських послуг, ціною якого є комісія та/або фіксований тариф, реалізованих бізнес напрямком у звітному періоді, що передує бюджетному, який використовується у ціноутворенні;

n^d – кількість послуг (номенклатура), які реалізуються d -им бізнес-напрячком;

N^d – кількість фахівців d -ого бізнес-напрямку, задіяних у реалізації банківських послуг, ціною якого є комісія та/або фіксований тариф.

t – кількість робочих хвилин у звітному періоді, що передує бюджетному, який використовується у ціноутворенні.

Окрему увагу слід приділити такій банківській послугі, як банківська гарантія, особливість якої полягає у тому, що в його ціну, окрім витрат банку та певного рівня прибутковості, може включатися також і надбавка за ризик

невиконання клієнтом зобов'язань. Даний ризик можливий за умови, що банківська гарантія не супроводжується фінансовим покриттям, тобто під неї не резервуються кошти клієнта на суму гарантії на окремому рахунку, а в якості забезпечення приймається його майно. Варто відзначити, що практика українських банків показує, що даний рівень надбавки по різному може визначатись та враховуватись у ціні банківської гарантії, та зазвичай покриття даного ризику включається у ціну як комісія за зобов'язання (табл. 2.6).

Таблиця 2.6 – Тарифи українських банків за надання банківських гарантій корпоративним клієнтам

Банк	Комісія за надання гарантії	Комісія за внесення змін по гарантії, грн.	Комісія за зобов'язання
ПАТ «КБ «Надра»	0,2%, мін. 505 грн. – макс. 2525 грн.	378,75	-
ПАТ АБ «Південний»	500 грн.	-	8% річних
АТ «Райффайзен Банк Аваль»	2-3% за квартал, мін. 400 грн.	-	-
ПАТ «КРЕДИ АГРИКОЛЬ БАНК»	5-7% річних	-	-
ПАТ «Банк Форум»	0,25 мін. 500 грн.	-	3-10% річних
АТ «Укрсиббанк»	0,5%, мін. 252 грн. – макс. 3535 грн.	0,5%, мін. 252 грн. – макс. 3535 грн.	3-5% річних
ПАТ «Державний експортно-імпортний банк України»	0,25-1%, мін. 600 грн.	1-2%, мін. долл. США	1-4% річних
ПАТ КБ «ПриватБанк»	0,2%, мін. 250 грн. – макс. 4000 грн.	0,2% (0,1%), мін. 250 (100) грн. – макс. 500(4000) грн.	2-6% річних
АТ «Ощадбанк»	3,5% річних	-	-

Як свідчить табл. 2.6, вітчизняні банки переважно включають у ціну банківських гарантій надбавки за прийняття на себе додаткових зобов'язань через ризик невиконання клієнтом своїх зобов'язань перед бенефіціаром. Винятком є лише банк Надра, ціни якого не включають такої надбавки, проте це може бути пов'язано із тим, що банк більш прискіпливо ставиться до вибору забезпечення. Окремо варто відмітити, що АТ «Райффайзен банк Аваль», АТ «Ощадбанк», ПАТ «КРЕДИ АГРИКОЛЬ БАНК» скоріше за все, на відміну від інших банків, включає дану надбавку в комісію за надання гарантії, а не в

комісію за зобов'язання. Переважна більшість вітчизняних банків зазвичай включає надбавку за ризик невиконання клієнтом своїх зобов'язань перед бенефіціаром у ціну банківської гарантії як комісія за зобов'язання.

Зазвичай рівень даної надбавки визначається індивідуально за кожною угодою в залежності від клієнта та типу угоди, під яку надається гарантія. Визначення рівня такої надбавки здійснюється на основі визначення класу ризику згідно внутрішнім положенням банку стосовно визначення платоспроможності клієнта. Таким чином, для деяких банківських послуг (банківських гарантій, документарних інкасо та документарних акредитивів, які не мають 100% фінансового забезпечення) до складу ціни, визначеної на основі витратного методу, також може включатися й надбавка за ризик неплатежу клієнтом по угоді, під яку видається гарантія.

Таким чином, підсумовуючи вище викладені засади реалізації витратного методу при ціноутворенні на банківські послуги, ціною яких є комісія та/або фіксований тариф, можна зробити висновок, що загальний алгоритм є наступним:

- 1) визначення нормативних прямих зовнішніх витрат, які супроводжують надання конкретної банківської послуги;
- 2) групування усього обсягу внутрішніх витрат, закладених у бюджетний кошторис банку, за бізнес-напрямами та центрами інфраструктури;
- 3) розподіл витрат центрів інфраструктури між бізнес-напрямами перехресним методом у 2 кроки:
 - а. розподіл бюджетних витрат кожного центру інфраструктури між бізнес-напрямами та іншими центрами інфраструктури, використовуючи в якості бази різні показники, які можуть максимально покривати обсяг робіт здійснених відповідною службою;
 - б. розподіл витрат кожного центру інфраструктури отриманих у першому кроці між бізнес-напрямами, в якості бази використовуючи ті ж показники, що на першому кроці;



4) розподіл сумарних внутрішніх витрат бізнес-напрямків за групами послуг, які ними реалізуються на ринку банківських послуг, та визначення суми витрат, яка відповідає групі банківських послуг, ціною яких є комісійні та/або фіксований тариф;

5) визначення нормативної кількості людино-хвилин, необхідних для надання кожної банківської послуги згідно внутрішньобанківських інструкцій;

6) визначення рівня продуктивного часу у загальному обсязі часу, відпрацьованому відповідним бізнес-центром протягом минулого звітного періоду;

7) визначення обсягу внутрішніх витрат банку, необхідних для реалізації конкретної банківської послуги на основі нормативного обсягу людино-хвилин, враховуючи рівень продуктивних витрат часу фахівцями банку (на основі результатів отриманих у пункті 4,5 та 6);

8) визначення керівництвом банку рівня прибутковості конкретної банківської послуги, виходячи із стратегічних планів на даному сегменті ринку банківських послуг;

9) для окремої вузької групи банківських послуг – визначення надбавки за ризик невиконання зобов'язань перед бенефіціаром;

10) розрахунок ціни банківської послуги (на основі результатів отриманих у пункті 1,7,8 та 9).

Таким чином, використання запропонованого алгоритму реалізації витратного методу ціноутворення на банківські послуги, ціною яких є комісія та/або фіксований тариф, дає змогу сформувати прозорі ціни, встановлені на основі реальних витрат, необхідних для їх надання, що в свою чергу забезпечує загальну орієнтацію системи ціноутворення на банківські послуги на безбитковість банківської діяльності та окремих послуг банку, прозорість та чесність у ціноутворенні, орієнтацію на підвищення ефективності витрат понесених банком для реалізації даних банківських послуг.

Висновки до розділу 2

У другому розділі «Розвиток системного підходу при застосуванні методів ціноутворення на банківські послуги в Україні» визначено основні недоліки існуючої системи ціноутворення на банківські послуги в Україні та запропоновано шляхи їх подолання; розроблено комбінований метод ціноутворення на банківські послуги; поглиблено науково-методичні засади та практичні механізми використання витратного методу ціноутворення на банківські послуги в Україні.

За результатами даного розділу зроблено наступні висновки:

1. Сформована сьогодні в Україні система ціноутворення на банківські послуги, відіграючи суттєву роль в процесі забезпечення фінансової стійкості вітчизняних банків, має суттєві недоліки: 1) занадто висока роль суб'єктивного фактору при прийнятті цінових рішень (наприклад, орієнтація на рівень взаємовідносин між клієнтом та банком, який складно достовірно оцінити); 2) відсутність чітко формалізованих меж встановлення цін на різні види банківських послуг, що обумовлює загрозу зловживань з боку посадових осіб банку; 3) перекладання на клієнта ринкового ризику (можливість перегляду цін на процентні банківські послуги при різних коливаннях ринкової кон'юнктури); 4) низький рівень обґрунтованості витрат банку при ціноутворенні та слабкий контроль за ними (зазвичай більшість банків слідує за цінами банків – маркетмейкерів, які при ціноутворенні враховують переважно супутні витрати, які розраховують усереднено як нормативну надбавку до ставки відсотка); 5) низький рівень оперативності реакції цін на екзогенні зміни внаслідок прив'язки до цін конкурентів та в залежності від репутації банку; 6) обмежений спектр факторів, які враховують вітчизняні банки при ціноутворенні на банківські послуги; 7) трансформація частини кредитної відсоткової ставки у ринкову вартість розрахункових послуг або комісійну винагороду за обслуговування кредитної угоди.

2. Автором розроблено пропозиції щодо подолання зазначених недоліків, що відрізняють систему ціноутворення на банківські послуги від існуючої наступним: виокремленням трьох підсистем ціноутворення, орієнтованих на банківські послуги з різною формою вираження ціни (процент, фіксована ціна, комісійна винагорода); суттєвим переглядом та диференціацією складу найбільш релевантних факторів впливу на ціну кожного виду банківських послуг (входів кожної із підсистем). Так, відповідно до існуючої в Україні практики факторами впливу на процентні банківські послуги є: потреба банку в ліквідних активах, ціни конкурентів, рівень відносин із клієнтом, імідж банку, внутрішньобанківські витрати; на інші види банківських послуг – короткостроковий прогноз динаміки цін на активи, ціна придбання активів, ціни конкурентів, витрати банку на надання відповідної послуги, характеристики асортиментного ряду банківських послуг для відповідних груп клієнтів; пропозицією щодо реформування існуючої системи руху інформаційних потоків в банку при прийнятті цінових рішень, зокрема переглядом ролі та місця окремих підрозділів банку в процесах ціноутворення, зокрема казначейства, кредитного, депозитного та валютного департаментів, департаменту по роботі із банківськими металами, тарифного комітету тощо; включенням в розрахункову ціну повного спектру внутрішньобанківських витрат для кожного виду банківських послуг, що створює додаткові стимули для керівництва банку щодо пошуку ефективних способів економії на витратах; збільшення рівня обґрунтованості цін на банківські послуги за рахунок унеможливлення перекладання витрат з ціни одних банківських послуг на ціну інших; застосуванням в підсистемах 1 та 2 комбінованого методу ціноутворення на банківські послуги.

3. Основою удосконаленої системи ціноутворення на банківські послуги є розроблений автором комбінований метод, який поєднує певні елементи ринкового та витратного підходів та рекомендується для застосування при ціноутворенні на процентні банківські послуги та торговельні операції

4. Перевагами комбінованого методу є: 1) врахування ринкових обмежень при ціноутворенні на банківські послуги; 2) врахування значно більшого (порівняно із методами, які використовуються сьогодні банками України) обсягу зовнішніх факторів ціноутворення на банківські послуги, що дає змогу зважити ціну банківських послуг на специфічні ринкові ризики; 3) створення засад для реалізації банківських послуг із прибутковістю, не нижчою за ту, що визначається цінами ринків – цінових орієнтирів; 4) створення основ для розвитку системи заохочення фахівців банку; 5) спрямованість на економію внутрішніх ресурсів банку, що обумовлює додаткові можливості для підвищення ефективності його діяльності; 6) обмеження впливу суб'єктивного фактору при ціноутворенні шляхом формалізації меж діапазону ціноутворення на банківські послуги.

5. Базуючись на засадах функціонально-вартісного аналізу, автором удосконалено алгоритм розрахунку внутрішніх витрат банку, пов'язаних із наданням банківських послуг: 1) групування усього обсягу внутрішніх витрат, закладених у бюджетний кошторис банку на відповідний період, за бізнес-напрямами та центрами інфраструктури; 2) розподіл витрат за кожним центром інфраструктури між бізнес-напрямами та іншими центрами інфраструктури, використовуючи перехресний метод; 3) розподіл сумарних внутрішніх витрат в межах кожного бізнес-напряму банку за відповідними видами банківських послуг; 4) визначення нормативної кількості людинохвилин, необхідних для надання кожного виду банківських послуг; 5) розрахунок питомої ваги продуктивного часу в загальних витратах робочого часу на надання кожного виду банківських послуг у відповідному бізнес-напряму банку; 6) визначення обсягу внутрішніх витрат банку, необхідних для реалізації банківських послуг.

6. Запропонований алгоритм розрахунку внутрішніх витрат банку, пов'язаних із наданням банківських послуг відрізняється від традиційного наступним: 1) розподілом бюджетних витрат бізнес-напрямків у 2 етапи: перший етап – за групами клієнтів; другий етап – за видами банківських послуг (це відповідає сучасним тенденціям формування організаційної структури

відділень банку та розподіляє кожен вид банківських послуг на однорідні групи за клієнтською ознакою); 2) перерозподілом внутрішніх витрат центрів інфраструктури між бізнес-напрямами банку з використанням перехресного методу. Застосування авторського підходу до формування внутрішніх витрат банку, пов'язаних із наданням відповідних банківських послуг, дозволяє контролювати ефективність: 1) внутрішніх витрат банку; 2) бізнес-напрямків банку; 3) однорідних груп банківських послуг; 4) використання робочого часу фахівців банку.

7. Практичну апробацію даного підходу здійснено на даних ПАТ КБ «Приватбанк». Так, наприклад, за розрахунками автора для надання кредиту на поповнення обігових коштів у вигляді поточного рахунку із овердрафтом в розмірі до 200 тис. грн. фахівцям банку необхідно 675 хвилин.

8. При ціноутворенні на комісійні банківські послуги автор рекомендує використовувати витратний метод, відповідно до якого ціна банківської послуги розраховується як сума внутрішніх витрат (визначених за представленим вище алгоритмом), зовнішніх витрат та націнки. На даних ПАТ КБ «Приватбанк» автором розраховано нормативні витрати часу, що необхідні для надання банківської гарантії в національній валюті, які склали 890 хвилин. Зовнішні витрати, на відміну від внутрішніх, автор пропонує розраховувати шляхом безпосереднього сумування витрат за кожною їх складовою. На прикладі банківських послуг, що передбачають використання повідомлень SWIFT (для розрахунку використовувалась конфігурація підключення SWIFT Alliance Access/Workstation; Automatic File Transfer; Band -1; Dual-I M-CPE; 2 Concurrent Operators) автором розраховано зовнішні витрати, які склали 1,67 дол. США.

Основні положення даного розділу дисертаційної роботи опубліковано автором в роботах [102, 103, 109, 110, 111, 116].

РОЗДІЛ 3

НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ТА ПРАКТИЧНІ МЕХАНІЗМИ ВИЗНАЧЕННЯ ЦІНОВИХ ОРІЄНТИРІВ ПРИ ЦІНОУТВОРЕННІ НА БАНКІВСЬКІ ПОСЛУГИ В УКРАЇНІ

3.1 Розвиток методичного інструментарію та практичних підходів до врахування ризику волатильності цін при встановленні цінкових орієнтирів на процентні банківські послуги в Україні

Використання ринків – цінкових орієнтирів при встановленні цін на процентні послуги банку передбачає функціонування системи ціноутворення на принципах «окупності» для кожного бізнес-центру банку відповідального за реалізацію банківських процентних послуг. Іншими словами, розглядати діяльність окремих структурних підрозділів банківської установи, які відповідають за залучення коштів на депозитні рахунки та надання їх у позику, варто як діяльність окремих суб'єктів господарювання. Оскільки кошти, залучені банком на депозити, використовуються банком у кредитуванні, то відповідно внутрішній процес передачі фінансових ресурсів між підрозділами можна умовно зобразити як їхній продаж депозитним департаментом кредитному опосередковано через казначейство банку (рис. 3.1).

Як свідчить рис. 3.1, центральне місце в організації запропонованого підходу має посідати казначейство банку як його центральний орган, який регулює грошові потоки, активи та пасиви, організовує роботу установи так, щоб отримувати від цього максимальну вигоду. Саме по собі ціноутворення на процентні послуги можна розглядати не тільки як маркетинговий процес визначення ринкової вартості послуг, які пропонує установа, але й як частина процесу управління маржею та прибутком банку.

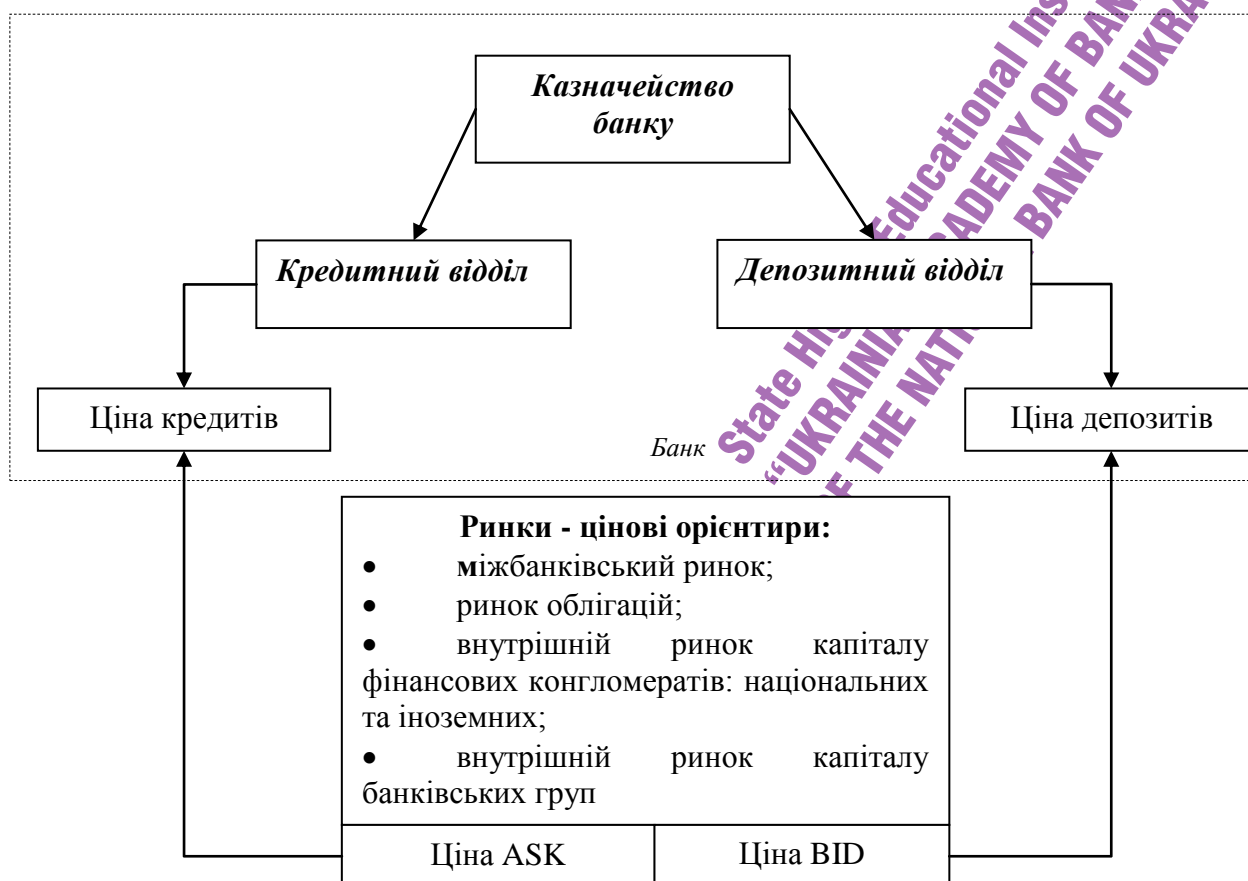


Рисунок 3.1 – Загальна схема відносин учасників процесу ціноутворення на процентні послуги банку при встановленні цінових орієнтирів

Банківська установа має можливість доступу до альтернативних ринків залучення та вкладення фінансових ресурсів, на яких зазвичай відбуваються великі обсяги операцій. Оперуючи на даних ринках, банк може напрацювати певну маржу. Зазвичай така маржа невелика, проте варто відмітити, що і додаткові витрати часто є незначними. Отже дане положення є вихідним при використанні цін-орієнтирів: банк в особі казначейства, оперуючи на ринку – ціновому орієнтирі, може заробляти у такий спосіб певний відсоток маржі (зазвичай невисокий при невисоких додаткових операційних витратах). Основуючись на цьому, можна сказати, що альтернативні джерела залучення та напрямки використання фінансових ресурсів мають приносити не меншу прибутковість. Іншими словами, діяльність підрозділів банку по залученню коштів на депозити та по видачі кредитів громадянам та організаціям має

створювати таку маржу, при якій усі додаткові витрати, понесені на таку діяльність, компенсувалися б нею, а рівень прибутку, що залишився, не був би меншим за той, який банк міг би напрацювати на ринку – ціновому орієнтирі.

Відповідно до вищенаведеного, можна зробити висновок, що відправною точкою при ціноутворенні на банківські депозити є ціна **ВІД** на відповідному ринку – ціновому орієнтирі. Працюючи на будь-якому із зазначених ринків – цінових орієнтирів, банк може отримати фінансові ресурси за певною ціною **ВІД**, а тому відсоткова ставка, яку може встановити депозитний відділ на депозитні послуги, має не перевищувати таку ціну, оскільки за інших умов дана діяльність буде знижувати загальну рентабельність банку.

Іншим чинником, який додатково має обмежувати депозитний відділ у встановленні депозитних ставок, є витрати, безпосередньо понесені при залученні даних ресурсів. Маються на увазі так звані прямі витрати, понесені депозитним департаментом та безпосередньо фронт-офісом при роботі з клієнтами по залученню коштів на депозитні рахунки. У цьому і проявляється принцип функціонування кожного департаменту на умовах «самоокупності». Депозитний департамент має не просто надавати послуги фізичним та юридичним особам за ціною, не менш вигідною для банку, ніж для учасників ринку – цінового орієнтиру, але й за ціною, яка б компенсувала додаткові витрати, понесені при їх залученні, оскільки працюючи виключно на ринку – ціновому орієнтирі банк в особі казначейства не несе витрат на розгалужену філіїну мережу та складну внутрішню структуру.

Останнім фактором, який, на нашу думку, вкрай важливо врахувати при ціноутворенні на банківські депозити, є ризик коливань цін на ринку – ціновому орієнтирі, особливість якого в даному випадку полягає в тому, що коливання таких ставок може призвести до ситуації, коли ресурси, залучені банком через надання депозитних послуг населенню та організаціям, стануть для нього дорожчими, ніж ресурси, які він може отримати, надаючи відповідні послуги на ринку – ціновому орієнтирі, що призведе до зниження результативності його діяльності.

Всі вище охарактеризовані драйвери формують верхню межу тієї ціни, яку депозитний департамент може запропонувати юридичним та фізичним особам за кошти, розміщені ними на депозитних рахунках банку. Проте варто відмітити, що існують і такі фактори, які обмежують діапазон ціноутворення на депозити знизу. Головним з таких обмежень в Україні є ціни основних конкурентів, з якими банк веде боротьбу в даному сегменті ринку. У цьому контексті буде недоцільним орієнтація на депозитні ставки тих учасників ринку, які мають суттєво слабшу позицію на ринку. Звісно, банк може за необхідності встановлювати ціну на депозитні послуги для населення та організацій нижчу за головних конкурентів, але різниця має бути невеликою та лише на незначний час, інакше за умов високої конкуренції банківський менеджмент несе ризики втрати поточної клієнтської бази та частки ринку. Підсумовуючи вище зазначене, відобразимо на рис. 3.2 межі, що формують діапазон ціноутворення на банківські депозитні послуги.

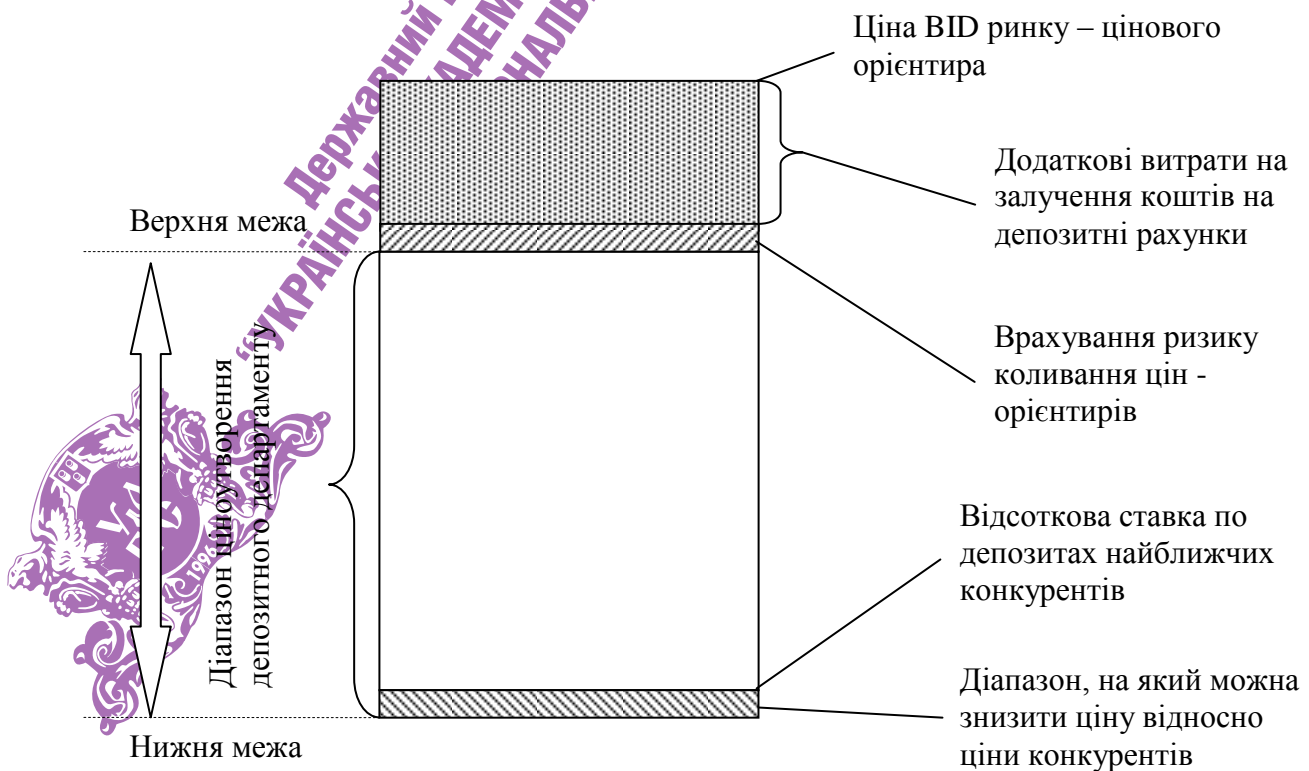


Рисунок 3.2 – Діапазон ціноутворення на банківські депозитні послуги при використанні ринків – цінових орієнтирів.

Отже, як свідчить рис. 3.1 та рис. 3.2, казначейству банку доцільно залучати кошти на депозитні рахунки тільки у випадку, якщо ціна такої послуги буде нижчою за ціну аналогічної послуги на ринку – ціновому орієнтирі, а отриманої в такий спосіб вигоди вистачатиме як мінімум на покриття додаткових витрат, пов'язаних із наданням таких послуг та забезпеченням того ж рівня прибутковості. Вказані обмеження можна також зобразити у вигляді системи нерівностей (3.1).

$$\begin{cases} i_d \leq BID + C_d + r_d \\ i_d \geq i_{cm} - \Delta_i \end{cases}, \quad (3.1)$$

де i_d - відсоткова ставка по депозитним послугам;

BID - ціна BID на ринку – ціновому орієнтирі;

C_d - додаткові витрати банку, пов'язані із залученням фінансових ресурсів на депозитні рахунки від юридичних та фізичних осіб;

r_d - розрахункова надбавка за ризик, який несе банк у зв'язку із можливими коливаннями цін – орієнтирів,

i_{cm} - рівень відсоткових ставок основних конкурентів на ринку банківських послуг для організацій та громадян;

Δ_i - діапазон, на який можна знизити ціну відносно ціни конкурентів за рахунок нематеріального чинника.

При використанні ринків – цінових орієнтирів у ціноутворенні на банківські послуги, вирішуючи питання розміщення вільних грошових ресурсів, казначейству банка доцільно направляти їх на видачу кредитів лише за умови, що це буде більш вигідно, ніж розмістити їх на ринку – ціновому орієнтирі. Тобто, в рамках процесу ціноутворення на банківські кредити казначейство може надати кредитному департаменту грошові кошти лише за ставкою, яка є не нижчою за дохідність альтернативних напрямків вкладання коштів.

Отже, при ціноутворенні на банківські кредити відправною точкою розрахунку має бути ціна ASK на ринку – ціновому орієнтирі. Проте на практиці відсоток по кредитах для населення та організацій має бути вищим (як мінімум – на додаткові витрати, пов'язані із реалізацією банком даних функцій). Оскільки для операцій на ринку – ціновому орієнтирі казначейство не потребує розгалуженої філійної мережі зі складною внутрішньою структурою, то ціна кредитних ресурсів банку має покривати усі додаткові витрати, пов'язані із реалізацією кредитних послуг населенню та організаціям. За інших умов, для банківської установи більш вигідним та менш ризиковим буде використання вільних ресурсів на ринку – ціновому орієнтирі.

Окремо варто відзначити, що при ціноутворенні на процентні банківські послуги не виключається ситуація, за якої орієнтиром для депозитних ставок буде ціна BID одного із наведених ринків – цінових орієнтирів, а для кредитних ставок ціна – ціна ASK іншого. Звісно в такому випадку має витримуватись співвідношення за якого ціновий орієнтир BID має бути обов'язково нижчим за ціновий орієнтир ASK і така різниця має бути не меншою за більшу із різниць цін BID і ASK на будь-якому ринку – ціновому орієнтирі.

Крім того, необхідно зважувати ціну кредитної послуги на пов'язані із нею ризики, які бере на себе банк. Сучасні тенденції розвитку вітчизняного ринку банківських послуг для населення та організацій вказують на те, що банківські ризики обмежено враховуються у ціні кредитних банківських послуг, і в більшості випадків вони або компенсуються необхідними заставами та гарантіями, або включаються у договір про надання банківського кредиту, де передбачається можливість банку підвищити ціну кредиту в залежності від певних змін у зовнішньому середовищі.

На нашу думку, особливої уваги при дослідженні впливу банківських ризиків на ціну банківського кредиту в межах використання комбінованого методу заслугоує ризик коливання цін на ринку – ціновому орієнтирі, для урахування якого в ціні банківських процентних послуг необхідно включити

надбавку, розраховану на базі статистичних даних щодо цінових коливань на відповідному ринку.

Наведені вище чинники характеризують лише обмеження щодо нижньої межі кредитної ставки. Зважаючи на те, що вітчизняний ринок банківських послуг відзначається досить високою конкуренцією, то максимальною межею ціни на кредитні послуги, яку може встановити банк без загрози для власної діяльності, є ціни найближчих конкурентів. Як і у випадку із депозитними послугами, банк може дещо відхиляти власні ціни від цін конкурентів у бік їх підвищення, проте незначно, аби не ризикувати клієнтською базою та власною часткою ринку. Таким чином, можна сформувати діапазон ціноутворення на банківські кредити (рис. 3.3).

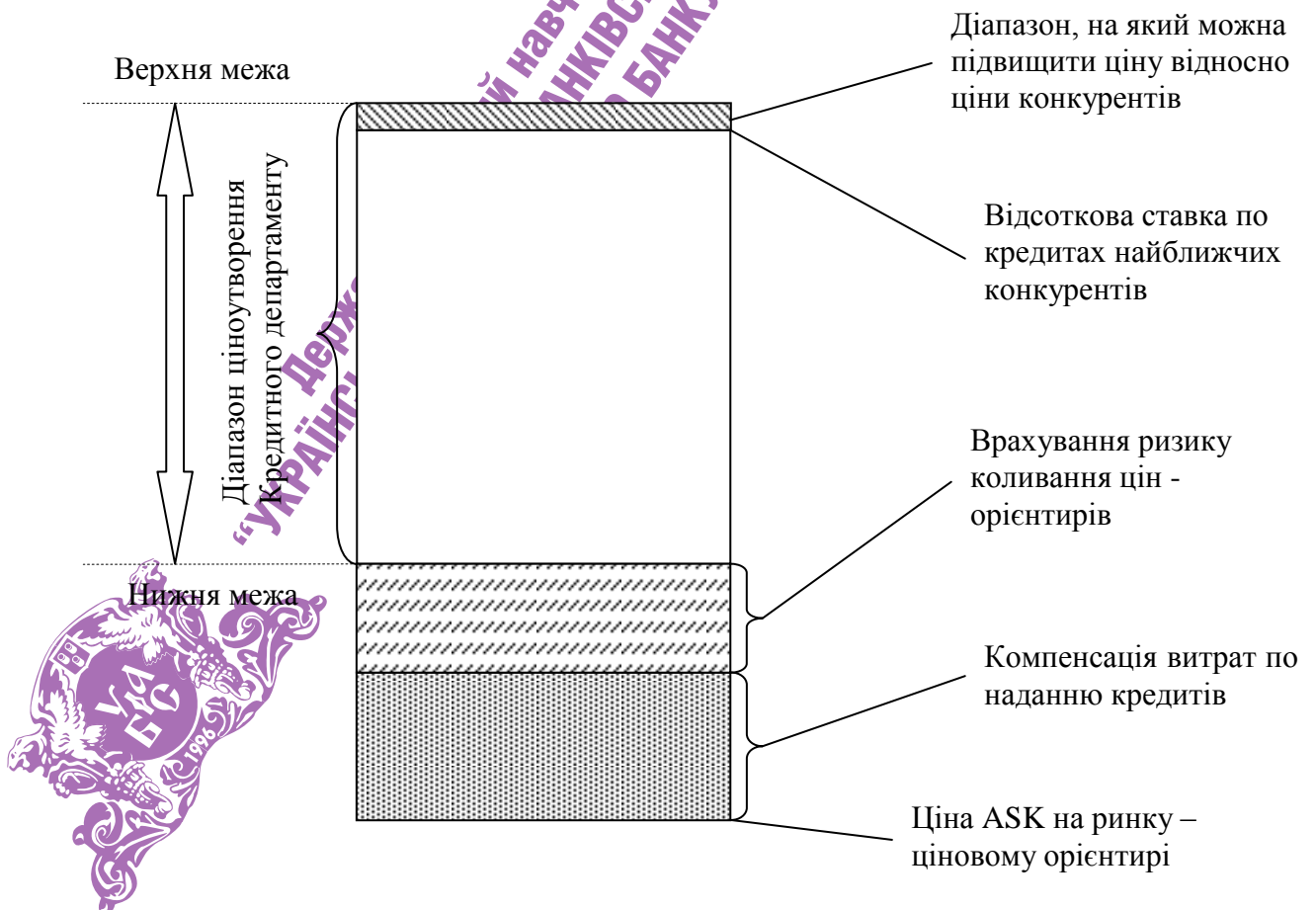


Рисунок 3.3 – Діапазон ціноутворення на банківські кредитні послуги при використанні ринків – цінових орієнтирів.

Отже, як свідчить рис. 3.3, казначейству банку доцільно розміщувати фінансові ресурси у кредитні послуги для населення та організації тільки у випадку, якщо ціна таких послуг буде вищою за ціну аналогічних послуг на ринку – ціновому орієнтирі, а отриманої в такий спосіб вигоди вистачатиме, як мінімум, на покриття додаткових витрат, пов'язаних із наданням такої послуги та забезпеченням того ж рівня прибутковості. Вказані обмеження можна також зобразити у вигляді системи нерівностей (3.2).

$$\begin{cases} i_c \geq ASK + C_c + r_c \\ i_c \leq i_{cm} - \Delta_i \end{cases}, \quad (3.2)$$

де i_c - відсоткова ставка по кредитних послугах;

ASK - ціна ASK на ринку – ціновому орієнтирі;

C_c - додаткові витрати банку, пов'язані із наданням фінансових ресурсів у позику юридичним та фізичним особам;

r_c - розрахункова надбавка за ризик, який несе банк у зв'язку із можливими коливаннями цін – орієнтирів,

i_{cm} - рівень відсоткових ставок основних конкурентів на ринку банківських послуг для організацій та громадян;

Δ_i - діапазон, на який можна знизити ціну відносно ціни конкурентів за рахунок нематеріального чинника.

Таким чином, запропонований підхід до ціноутворення на банківські депозити та кредити дає казначейству банку можливість у будь-якому випадку забезпечити:

– покриття усіх додаткових витрат банківської установи, пов'язаних із наданням процентних банківських послуг населенню та організаціям;

– прибутковість банківської діяльності, яка як мінімум буде не меншою за прибутковість діяльності установи на ринку – ціновому орієнтирі (рис 3.4).

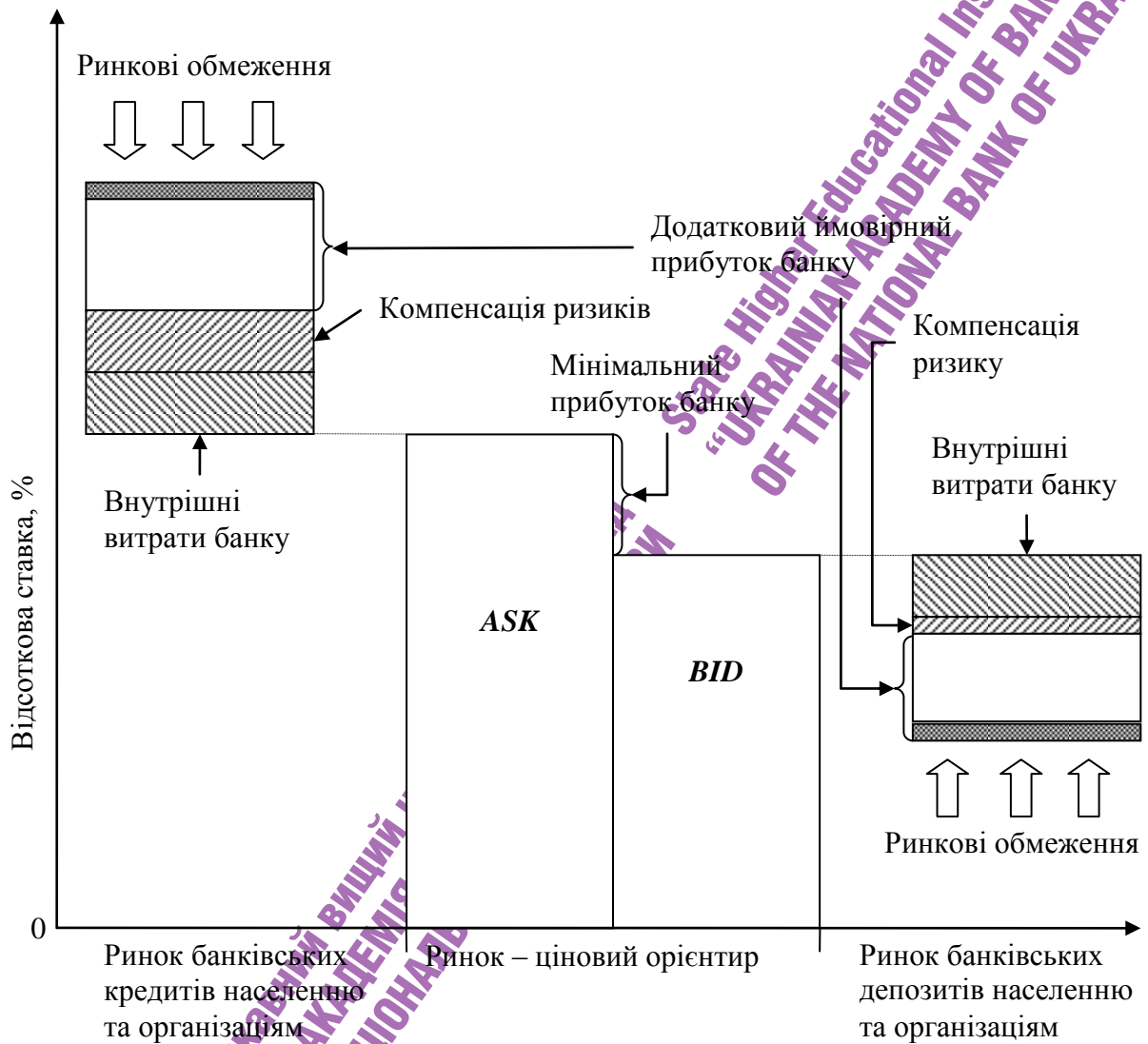


Рисунок 3.4 – Формування прибутку банку при використанні комбінованого методу ціноутворення на процентні послуги банку

Як свідчить рис. 3.4, окрім вже охарактеризованих особливостей використання ринків – цінових орієнтирів при ціноутворенні на процентні банківські послуги, відмінною ознакою від прийнятої в Україні практики є ще й те, що кожний із департаментів, які беруть участь у ціноутворенні, може формувати власну величину прибутку. Так, якщо на практиці прийнято, що формування прибутку відбувається лише при кредитуванні шляхом збільшення вартості залучених ресурсів на необхідний рівень маржі, то при використанні ринків – цінових орієнтирів як основи для встановлення цін, прибуток банку може формуватися як кредитним департаментом при здійсненні ним активних

банківських операцій, так і депозитни при залученні ним ресурсів від населення та організацій. Прибуток, сформований останнім, виникає як економія при залученні ресурсів на депозити від населення та організацій за ціною більш вигідною, ніж при отриманні ресурсів при обслуговуванні інтересів інших учасників ринку – цінового орієнтиру.

В цілому, використання ринків – цінових орієнтирів при ціноутворенні на процентні послуги банку має цілий ряд переваг:

- формує основи для прибутковості діяльності банківської установи при реалізації нею депозитних та кредитних послуг, визначену різницею цін на ринках – цінових орієнтирах;
- забезпечує контроль за витратами банку в цілому та окремими його підрозділами, оцінює ефективність витрат, які супроводжують процес залучення фінансових ресурсів на депозити від населення та організацій та процес спрямування даних ресурсів у кредитні послуги банку;
- дає можливість оцінити ефективність діяльності департаментів банку із залучення та використання ресурсів, виявити центри відповідальності, які формують прибутки та збитки для банку;
- підвищення ефективності управління кадрами банку та його організаційною структурою;
- створює базу для матеріального заохочення департаментів до підвищення результатів їхньої роботи, що дасть змогу підвищувати прибутковість банку в цілому та продуктивність роботи фахівців;
- базується на засадах переважання загальних інтересів банку над інтересами окремих його підрозділів;
- формує основи для вдосконалення політики управління банківськими послугами, дозволяє виявити проблемні питання окремо для кредитних та депозитних послуг.

Окремо слід зазначити, що має існувати певний проміжок часу між зміною цін на ринку – ціновому орієнтирі та відповідною зміною відсоткових

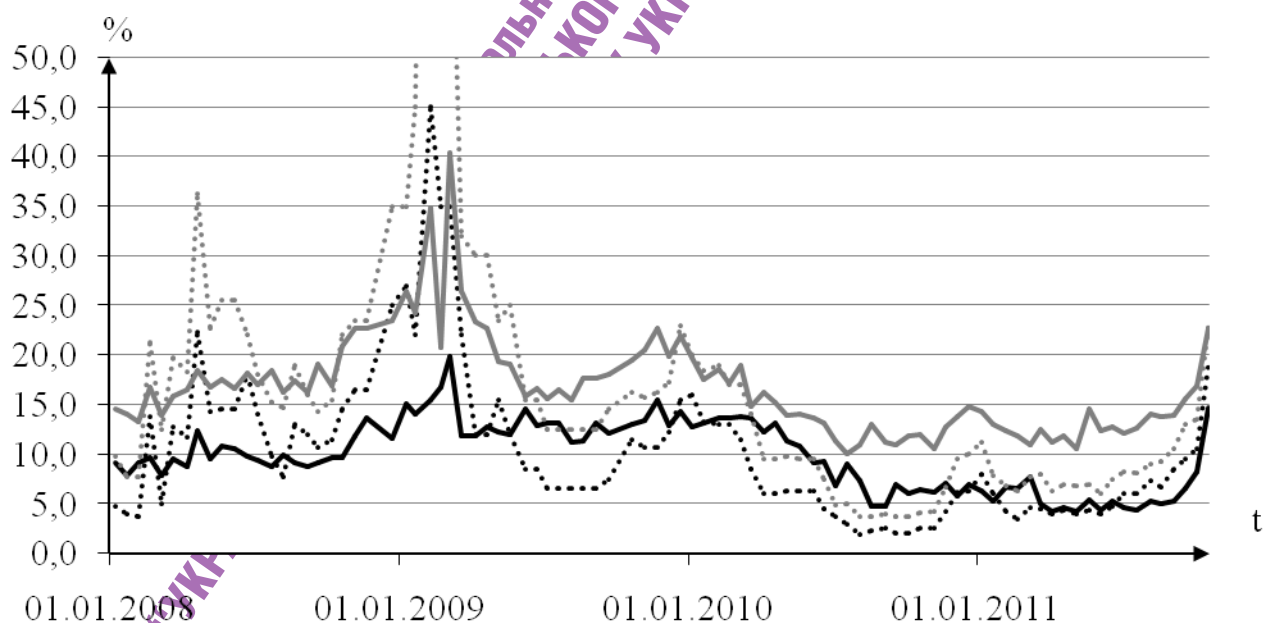
ставок на процентні банківські послуги. Так, за нашими розрахунками, при використанні міжбанківському кредитному ринку в якості ринку – цінового орієнтиру, лаг між зміною відсоткових ставок на ньому та зміною ставок ринку банківських послуг для населення та організацій становить один день. Іншими словами, зниження або підвищення відсоткових ставок на міжбанківському ринку має вплинути на формування ціни процентних банківських послуг на наступний операційний день. Після закінчення торгів на міжбанківському кредитному ринку, їх результати мають розглядатися менеджментом банку, як основа для ціноутворення на власні послуги на наступний операційний день.

В якості прикладу було досліджено поточну ситуацію на ринку банківських послуг та міжбанківському кредитному ринку, як одному із можливих ринків – цінових орієнтирів, аби визначити, хоча б наближено, чи відповідає реальне співвідношення описаних вище відсоткових ставок засадам використання ринків – цінових орієнтирів при ціноутворенні на процентні банківські послуги (рис. 3.5).

Як свідчить рис. 3.5, співвідношення, необхідне при функціонуванні комбінованого методу ціноутворення, не витримувалось майже протягом всього проаналізованого періоду. На нашу думку, така різниця пояснюється, перш за все тим, що банки здебільшого розглядали міжбанківський кредитний ринок лише як інструмент підтримання власної ліквідності, а не як альтернативу ринку банківських послуг, де можна також напрацьовувати прибуток.

Хоча все ж варто підкреслити, що як свідчить рис. 3.5 з другої половини 2011 р. ситуація дещо змінилася – необхідне співвідношення вже витримувалося: відсоток по кредитах на ринку банківських послуг перевищив ціну ASK на міжбанківському кредитному ринку, а відсоток по депозитах був нижчий за ціну BID. Такі зміни можна розглядати як поступову зміну тенденцій у ціноутворенні у вітчизняній банківській системі. Причиною цього, на нашу думку, може бути пошук шляхів оптимізації роботи банківської установи, який є особливо необхідним у часи фінансової кризи. Лише наприкінці

проаналізованого періоду помітна певна невідповідність, яка пояснюється застосуванням державою нового інструменту запозичення – облігацій внутрішньої державної позики із прив'язкою до курсу долара США. Даний інструмент миттєво здобув попит на ринку державних запозичень серед банківських установ. Це призвело до того, що певний час банки відчували брак ліквідних коштів, а отже і їх ціна на міжбанківському ринку різко зросла без відповідного зростання відсоткових ставок на ринку банківських послуг для населення та організацій. Проте вже сьогодні помітно, що дана тенденція вирівнюється і загальне співвідношення цін на ринку банківських послуг та на міжбанківському ринку повертається до необхідного.



— Середньозважена відсоткова ставка по короткостроковим депозитам для населення та підприємств на дату n , %

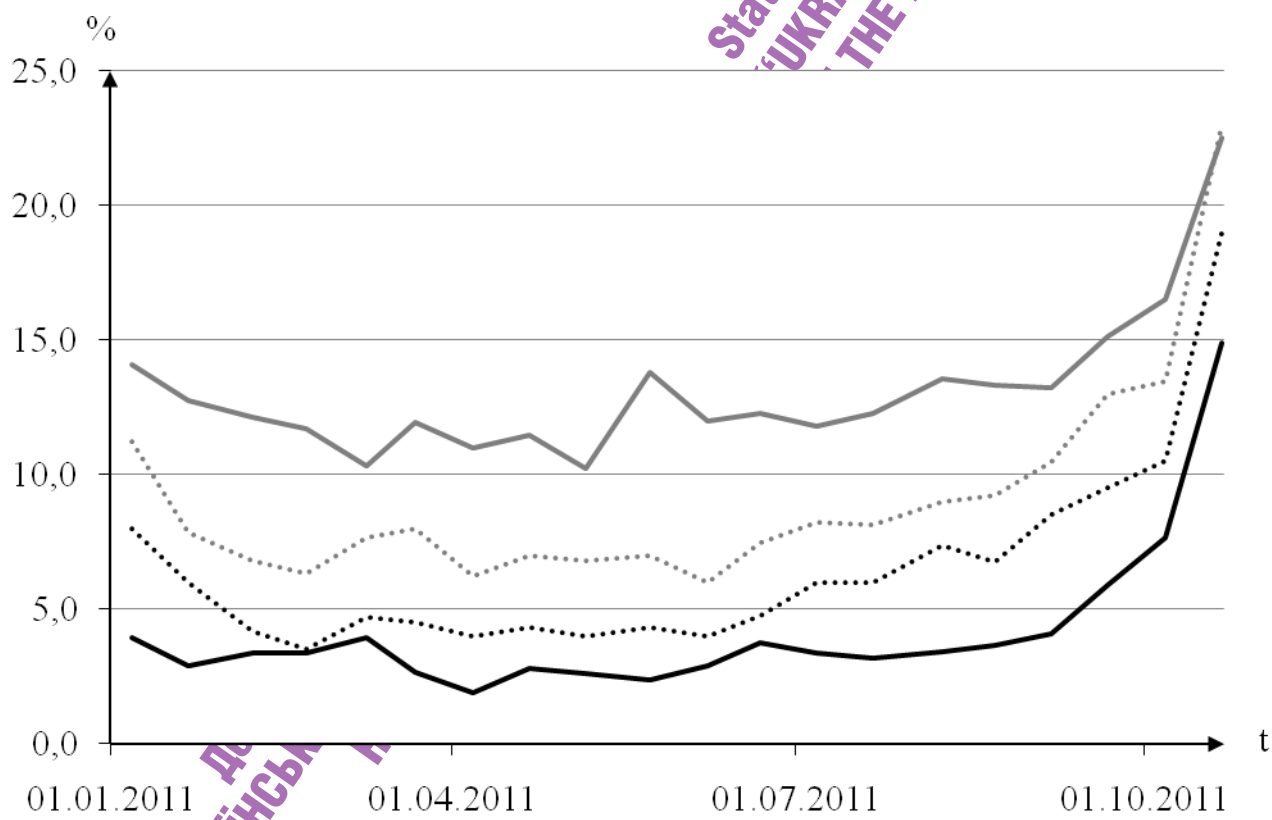
..... Ставка ВІД на міжбанківському кредитному ринку на дату $n-1$, %

- - - Ставка АСК на міжбанківському кредитному ринку на дату $n-1$, %

— Середньозважена відсоткова ставка по короткостроковим кредитам для населення та підприємств на дату n , %

Рисунок 3.5 – Динаміка відсоткових ставок на міжбанківському кредитному ринку та ринку процентних банківських послуг за період з 2008 р. по 2011 р.

Також варто відзначити, що на ринку банківських послуг формування таких тенденцій відбувається нерівномірно: сектор ринку з надання процентних послуг організаціям є більш близьким до засад використання ринків – цінових орієнтирів, ніж сектор з надання процентних банківських послуг населенню (рис. 3.6).

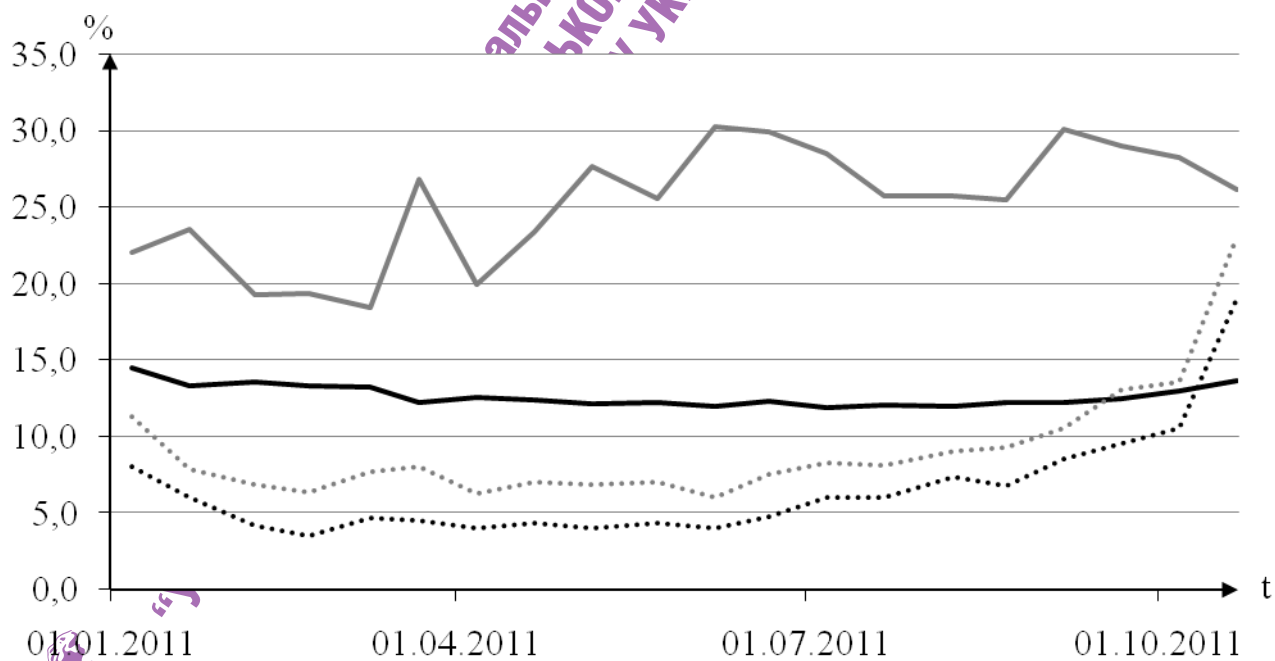


- Середньозважена відсоткова ставка по короткостроковим депозитам для підприємств на дату n, %
- Ставка ВІД на міжбанківському кредитному ринку на дату n-1, %
- Ставка АСК на міжбанківському кредитному ринку на дату n-1, %
- Середньозважена відсоткова ставка по короткостроковим кредитам для підприємств на дату n, %

Рисунок 3.6 – Динаміка відсоткових ставок на міжбанківському кредитному ринку та ринку відсоткових банківських послуг для організацій у 2011 р.

Як свідчить рис. 3.6, майже протягом всього 2011 р. на ринку процентних банківських послуг саме для суб'єктів господарювання дотримувалось співвідношення цін, яке відповідає засадам використання ринків – цінових орієнтирів при ціноутворенні на процентні банківські послуги. На нашу думку, дотримуючись такого співвідношення банки в першу чергу підвищують ефективність кредитно-депозитних послуг у роботі із організаціями.

Якщо ж розглянути динаміку ціни депозитів та кредитів для населення за аналогічний період, то одразу можна помітити, що на відміну від сектору по обслуговуванню суб'єктів господарювання в даному секторі необхідне співвідношення не дотримується (рис. 3.7).



- Середньозважена відсоткова ставка по короткостроковим депозитам для населення на дату n , %
- Ставка ВІД на міжбанківському кредитному ринку на дату $n-1$, %
- Ставка АСК на міжбанківському кредитному ринку на дату $n-1$, %
- Середньозважена відсоткова ставка по короткостроковим кредитам для населення на дату n , %

Рисунок 3.7 – Динаміка відсоткових ставок на міжбанківському кредитному ринку та ринку відсоткових банківських послуг для населення у 2011 р.

Як свідчить рис. 3.7, майже протягом всього 2011 р. і ціна ASK, і ціна BID на міжбанківському кредитному ринку були набагато нижчими ніж депозитна ціна, а отже і кредитні відсоткові ставки на ринку банківських процентних послуг для населення. І лише наприкінці року зростання відсоткових ставок на міжбанківському ринку призвело до дотримання досліджуваного співвідношення, що також може бути пов'язане із появою специфічного цінного паперу, який виступив для банків привабливою альтернативою вкладання коштів.

В цілому ж, на нашу думку, причина такої різниці між корпоративним та роздрібним сегментом ринку полягає в тому, що процеси ціноутворення на банківські послуги для суб'єктів господарювання відбувається більш виважено та індивідуально – у кожний конкретний момент часу окремо для кожного такого клієнта. Отже, таке ціноутворення є більш гнучким та дає можливість врахувати усі найновіші чинники ціноутворення, які наявні на дату формування цінової пропозиції. В той же час ціноутворення на послуги для роздрібною сегменту, здійснюється шаблонно, із застосуванням стандартних пропозицій банку для усіх клієнтів протягом тривалого часу. Такий підхід є менш гнучким, а отже, має менше шансів відповідати тенденціям міжбанківського кредитного ринку, який постійно знаходиться у динаміці.

Практична реалізація запропонованого підходу до використання ринків – цінових орієнтирів при ціноутворенні на процентні банківські послуги має полягати у формуванні нового алгоритму розрахунку цін на банківські послуги та створенні основ для оперативного реагування системою на зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі вітчизняного банку. У даному контексті логічним є переведення акценту на розрахунок мінімально (максимально) допустимих цін, тобто при ціноутворенні на процентні банківські послуги розрахунок мінімально допустимих значень для кредитної ставки та максимально допустимих для депозитної.

Першим кроком у ціноутворенні на процентні банківські послуги має бути вибір цін відповідного ринку орієнтира, яких, як було зазначено вище,

може бути декілька: міжбанківський ринок, ринок облігацій, внутрішній ринок капіталу фінансових конгломератів: національних та іноземних, внутрішній ринок капіталу банківських груп, ринок Форекс.

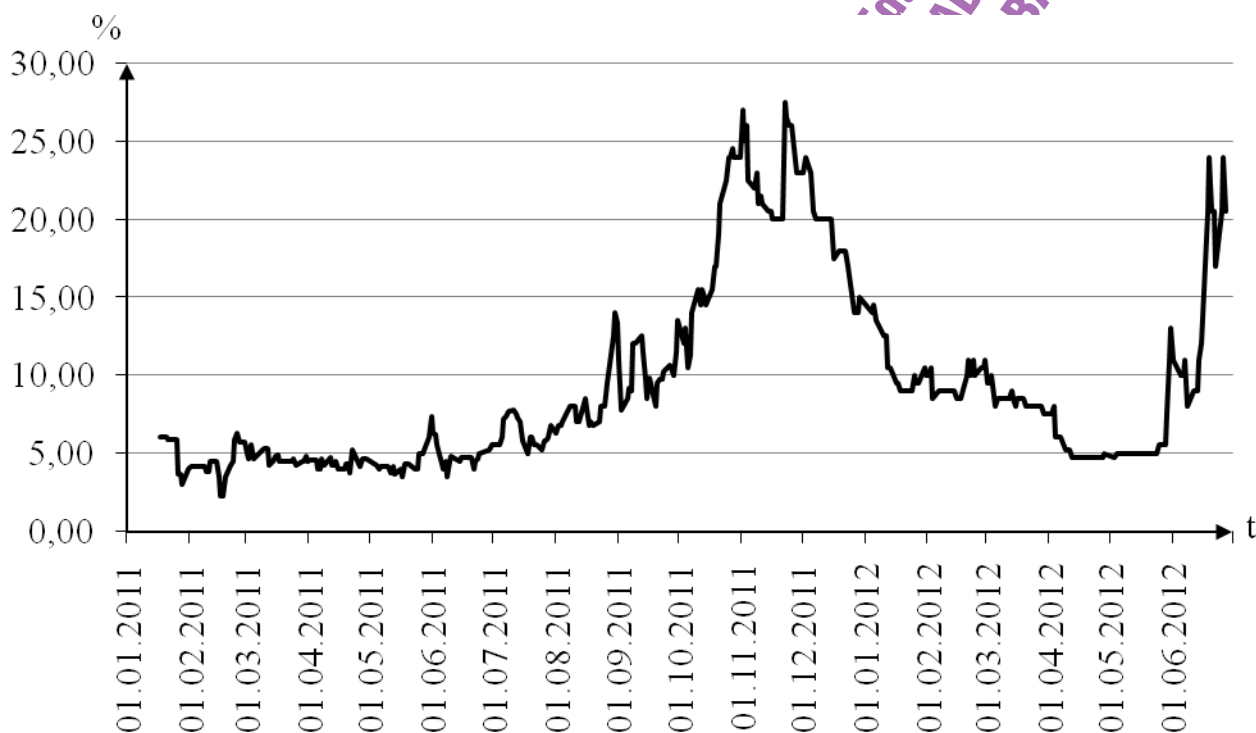
При виборі відповідного ринку або ринків у якості орієнтирів у ціноутворенні на проценті банківські послуги необхідно зважати на 4 умови:

- 1) наявність реальної можливості доступу банком до даного ринку;
- 2) узгодження термінів банківських послуг, для яких здійснюється розрахунок цін, та термінів фінансових інструментів на ринках – цінових орієнтирах;
- 3) за наявності декількох можливих ринків – орієнтирів, необхідно обирати, той на якому ціна – орієнтир, буде більш вигідною для банку;
- 4) у разі, якщо ціновим орієнтиром для депозитних послуг банку обрано ціни одного ринку, а для кредитних послуг – іншого, то обов'язково має дотримуватись співвідношення за якого ціни-орієнтири для депозитних послуг мають бути меншими за ціни-орієнтири для кредитних.

Визначившись із ринками – ціновими орієнтирами для ціноутворення на процентні банківські послуги, необхідно визначити відповідну ставку-орієнтир. Оскільки існує можливість орієнтуватися на 4 типи можливих ринків, то доцільно розглянути дану проблему в рамках одного з них, найбільш важкого, з точки зору вирішення даної задачі – міжбанківського кредитного ринку, оскільки вірогідно, що серед наведеного ряду ринків саме даний ринок є найбільш волатильним, а тому найбільш складним для вибору орієнтира у ціноутворенні. Для наглядної демонстрації запропонованого підходу до визначення ставки-цінового орієнтиру було обрано середню відсоткову ставку ВІД на міжбанківському кредитному ринку України за 2011 р. та перше півріччя 2012 р. (рис. 3.8).

Як можна помітити із рис. 3.8, за проаналізований період динаміка відсоткових ставок на міжбанківському ринку є нестабільною, а сама ціна попиту на короткострокові ресурси є значно волатильною навіть у короткостроковий період, що створює певні труднощі при виборі відсоткової

ставки ВІД на міжбанківському кредитному ринку України у якості цінного орієнтира для максимальних цін на депозитні послуги банку



— Середня відсоткова ставка ВІД на міжбанківському ринку для ресурсів строком 1 міс.

Рисунок 3.8 — Динаміка середньої відсоткової ставки ВІД на міжбанківському кредитному ринку України у період з 01.01.2011 по 30.06.2012. (побудовано автором на основі [159])

Для того, щоб уникнути щоденної зміни відсоткових ставок на банківські послуги при ціноутворенні на процентні банківські послуги, для яких в якості орієнтира мають використовуватися відсоткові ставки міжбанківського ринку необхідно відповідну ставку-ціновий орієнтир та надбавку за ризик коливання даної ставки на ринку – цінному орієнтирі розглядати разом. Окремо варто відзначити, що на нашу думку, з точки зору частоти зміни цін на банківські послуги прийнятними для банку можуть бути, ціни, частота зміни яких не частіша ніж 1 раз на 5 робочих днів. Таким чином, ставка – цінний орієнтир,

яка враховує надбавку за ризик може бути розрахована як сума розрахованого допустимого коливання відсоткової ставки – цінового орієнтира та її ковзної середньої за останні 5 робочих днів, якщо протягом цього періоду коливання даної ставки не перевищували допустимого рівня (формула (3.3)).

$$i_b + r = MA_i + \Delta_i, \quad (3.3)$$

де i_b – відсоткова ставка – орієнтир для ціноутворення на банківські послуги в рамках запропонованого підходу;

r – надбавка для врахування ризику коливання ціни орієнтира в рамках запропонованого підходу;

MA_i – ковзна середня відсоткової ставки на ринку – ціновому орієнтирі за 5 останніх робочих днів;

Δ_i – розрахунковий допустимий рівень коливання відсоткової ставки – цінового орієнтира.

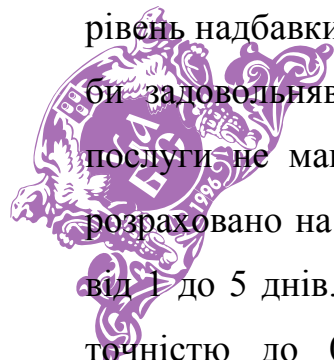
Отже, перший крок у розрахунку ставки – цінового орієнтира, яка враховує надбавку за ризик передбачений запропонованим підходом до ціноутворення на банківські послуги, полягає у визначенні середньої ковзної для відповідної ставки протягом останніх 5 робочих днів. В якості прикладу, було розраховано ковзну середню для середньої відсоткової ставки ВІД на міжбанківському ринку для ресурсів строком на 1 міс. (рис. 3.9).

Як свідчить рис. 3.9, зазвичай ковзна середня для середньої відсоткової ставки ВІД на міжбанківському ринку для ресурсів строком на 1 міс. дуже близька до самої ставки, що підтверджується і розрахунками, оскільки в середньому відхилення дослідженої ставки ВІД від її ковзної середньої становить 0,76 процентних пунктів. Проте дане значення лише вказує на поточний рівень необхідної ставки. Для того, щоб її можна було використовувати як ставку – ціновий орієнтир, яка враховує надбавку за ризик її волатильності, необхідно також визначити допустимі межі коливання відсоткової ставки – орієнтира.



Рисунок 3.9 – Ковзна середня для середньої відсоткової ставки VID на міжбанківському ринку для ресурсів строком на 1 міс. у період з 01/01/2011 по 30/06/2012

Для вирішення даного завдання було досліджено динаміку середньої відсоткової ставки VID на міжбанківському ринку для ресурсів строком на 1 міс. за 2011 р. та перше півріччя 2012 р. Для того, щоб визначити необхідний рівень надбавки за ризик волатильності цін на ринку – ціновому орієнтирі, який би задовольняв умову, згідно якої за нормальних умов ціни на банківські послуги не мають змінюватися частіше ніж 1 раз за 5 робочих днів, було розраховано на щоденній основі коливання відсоткової ставки з інтервалами n від 1 до 5 днів. Отримавши необхідні значення коливань, їх було округлено з точністю до 0,5 процентного пункту та визначено частоту f кожного округленого значення коливань відсоткової ставки на ринку – ціновому орієнтирі протягом 2011р. та першого півріччя 2012 р. (рис.3.10).



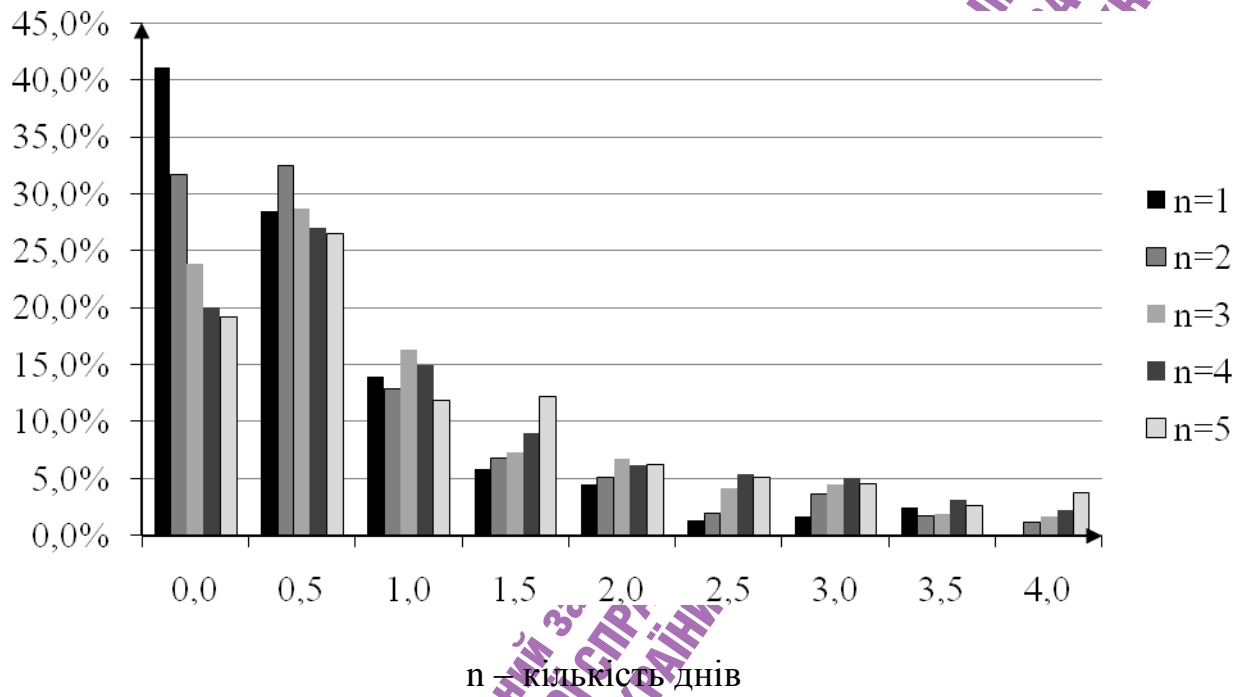


Рисунок 3.10 – Частота різних значень коливань середньої відсоткової ставки ВІД на вітчизняному міжбанківському ринку для ресурсів строком на 1 міс. у період з 01/01/2011 по 30/06/2012

Як свідчить рис. 3.10, за нормальних умов переважно значення коливань середньої відсоткової ставки ВІД на вітчизняному міжбанківському ринку для ресурсів строком на 1 міс. протягом 5 робочих днів не перевищують 3 процентних пункти. Для більш точного визначення допустимих меж коливань відсоткової ставки на ринку – ціновому орієнтирі, було визначено ймовірність коливань досліджуваної відсоткової ставки за періоди від 1 до 5 робочих днів (табл. 3.1).

Як свідчить табл. 3.1, із ймовірністю понад 80% радіус коливань середньої відсоткової ставки ВІД на вітчизняному міжбанківському ринку для ресурсів строком 1 міс. протягом 5 робочих днів не перевищує 2,5 процентних пункти, що на нашу думку є прийнятним показником. Отже, для розрахунку ставки – цінового орієнтира, яка враховує надбавку за ризик її волатильності доцільно до середньої ковзної ставки міжбанківського ринку додати 2,5 процентних пункти для врахування її коливань.

Таблиця 3.1 – Ймовірність коливань середньої відсоткової ставки ВІД на вітчизняному міжбанківському ринку для ресурсів строком на 1 міс

Амплітуда коливань відсоткової ставки ВІД на вітчизняному міжбанківському ринку для ресурсів строком 1 міс.	Період n				
	$n=1$	$n=2$	$n=3$	$n=4$	$n=5$
$0 \leq i \leq 0,5$	69,6%	64,1%	52,5%	47,0%	45,8%
$0 \leq i \leq 1,0$	83,5%	77,0%	68,8%	62,0%	57,6%
$0 \leq i \leq 1,5$	89,4%	83,8%	76,1%	71,0%	69,8%
$0 \leq i \leq 2,0$	93,9%	88,8%	82,9%	77,2%	76,0%
$0 \leq i \leq 2,5$	95,3%	90,8%	87,1%	82,5%	81,1%
$0 \leq i \leq 3,0$	96,9%	94,4%	91,6%	87,6%	85,6%

Окремо слід підкреслити, що дане значення розрахованої надбавки не може бути універсальним, і в даній роботі відповідний розрахунок було проведено для наочності запропонованих рекомендацій стосовно визначення кінцевого значення ставки цінового орієнтиру, враховуючи її волатильність. У свою чергу значення даної розрахункової надбавки може розраховуватись для різних ринків – цінових орієнтирів, з урахуванням, конкретних вимог менеджменту банку, а тому може значно колитись та відрізнятись від розрахованого нами значення. Крім того, дана надбавка має періодично перераховуватись, оскільки в періоді економічної стабільності волатильність різних ринків – цінових орієнтирів може значно знижуватись, а тому може бути доцільним зниження рівня надбавки необхідної для врахування ризику волатильності ставки-цінового орієнтира у ціні на банківську послугу.

3.2. Удосконалення методичних підходів до прогнозування цінової динаміки на ринках – цінових орієнтирах (на прикладі міжбанківського кредитного ринку та ринку облігацій)

Запропонований підхід до визначення ціни на ринках – цінових орієнтирах та розрахунку допустимого діапазону коливань є досить простим і

дієвим, особливо у періоди економічної стабільності, коли кон'юнктура на кредитному ринку залишається стабільною. Проте у випадку, коли ціна на ринках – цінових орієнтирах досягає верхньої (або нижньої) допустимої межі цінових коливань, менеджменту банку необхідно прийняти рішення про зміну ціни або утримання її на попередньому рівні. Відповідне рішення має прийматися на підставі прогнозів майбутніх цінових коливань на ринках – цінових орієнтирах. Для вирішення даного завдання було досліджено ряд статистичних методів, які зазвичай використовуються при прогнозуванні макроекономічних показників. Так, було досліджено цілий ряд моделей прогнозування макроекономічних рядів в рамках аналізу часових рядів, в результаті чого було сформовано висновок про недоцільність обрання моделей даного класу для прогнозування цінової динаміки на ринках – цінових орієнтирах після виходу їх ціни за допустимі межі її коливань, оскільки даний клас моделей формує прогнози на основі попередніх значень змінної, а тому якщо змінна у попередніх періодах була відносно стабільною, а в останньому – зазнала значних коливань, то моделі аналізу часових рядів в будь-якому випадку будуть прогнозувати подальшу стабільність змінної, залишаючи її на попередньому рівні, оскільки даний клас моделей розраховує прогнозні значення, виходячи із тенденції ряду попередніх значень, а значні коливання в останньому періоді будуть розглядатися як випадковість. Зважаючи на це, для вирішення поставленої задачі необхідним є підхід, який би враховував фактори, які зумовлюють значні коливання ціни на ринках – цінових орієнтирах.

Перш, ніж перейти до визначення такого методу, необхідно визначити сукупність факторів, які впливають на динаміку цін на кредитному ринку. Зважаючи на той факт, що в рамках запропонованого підходу є 4 можливих ринки цінових орієнтирів, набір факторів впливу, має бути окремим для кожного із них, і якщо чинники формування відсоткових ставок на міжбанківському кредитному ринку та чинники загальних коливань доходності на ринку облігацій є переважно загальними в межах країни, то фактори ціноутворення на внутрішніх ринках капіталу фінансових конгломератів та

внутрішніх ринках капіталу банківських груп часто можуть формуватися лише на даних внутрішніх ринках, а тому відповідний набір чинників може значно варіюватися залежно від періоду та конкретного внутрішнього ринку.

Для формування методики прогнозування відсоткових ставок на міжбанківському кредитному ринку необхідно визначити фактори, які на сьогоднішній день мають вирішальний вплив на цінову кон'юнктуру на міжбанківському кредитному ринку. Основний перелік факторів формування даного виду ставок, який накопичено у теоретичних роботах з даної теми, наведено у першому розділі дисертаційного дослідження і вони багато в чому співпадають із переліком факторів формування ціни на банківські послуги, проте дослідивши думки практиків вітчизняної банківської справи з приводу коливань відсоткових ставок на міжбанківському кредитному ринку протягом 2011 р. та першої половини 2012 р. було зроблено висновок, що чинниками останніх коливань кон'юнктури на даному ринку є: залишок коштів на кореспондентських та транзитних рахунках банків, курс української гривні до долара США на міжбанківському валютному ринку України та обсяги реалізації урядом на Національним банком України облігацій внутрішньої державної позики.

Зважаючи на даний перелік визначальних чинників цінових коливань на міжбанківському кредитному ринку та на ціль, для досягнення якої необхідно сформулювати підхід, а саме прогнозування майбутньої поведінки цін на міжбанківському кредитному ринку, було обрано наступний перелік показників для прогнозування відсоткової ставки на міжбанківському кредитному ринку у період t (Y_1):

– залишок коштів на кореспондентських та транзитних рахунках банків у період $t-1$ (X_1);

– середньозважений курс на міжбанківському валютному ринку України у період $t-1$ (X_2);

- обсяг облігацій внутрішньої державної позики, який знаходиться у власності банків у період $t-1(X_4)$;
- середньозважена відсоткова ставка на міжбанківському кредитному ринку у період $t-1(X_3)$;

Останній показник було додано до переліку факторів, які необхідно включити до моделі, виходячи із того, що саме він демонструє динаміку розвитку цього ринку та вказує середньозважену вартість ресурсів на ринку з урахуванням відповідних ресурсів Національного банку України. Включання в залежність середньозваженої відсоткової ставки на міжбанківському кредитному ринку дає можливість прогнозувати відсоткові ставки на міжбанківському ринку орієнтуючись на її останні значення, при цьому включаючи в регресійну залежність основні фактори, які можуть змінити її рівень. Крім того, як можна помітити із наведеного вище списку показників, для вирішення необхідного завдання прогнозування відсоткових ставок у регресійну залежність будуть включатися значення незалежних змінних за попередній період, оскільки формування пропозицій відсоткових ставок на міжбанківський ринок відбувається за умов, коли у розпорядженні відповідних фахівців є лише дані за попередній робочий день, так як дані за поточний день будуть сформовані ввечері або наступного робочого дня. В якості відсоткової ставки міжбанківського кредитного ринку було обрано середню відсоткову ставку ВІД на міжбанківському кредитному ринку України за операціями в національній валюті строком на 1 місяць.

Розроблена методика прогнозування відсоткових ставок на міжбанківському кредитному ринку складається з наступних кроків:

- 1) згладжування даних, необхідних для побудови моделі;
- 2) побудова моделі лінійної регресійної залежності на основі згладжених даних;
- 3) прогнозування майбутньої динаміки незалежних змінних на основі одного з методів згладжування часових рядів;
- 4) формування прогнозних значень результативної ознаки.

Отже, першим кроком у вирішенні поставленої задачі є згладжування історичних даних результативної та незалежної змінних, яке є необхідним для того щоб мінімізувати вплив на регресійну залежність побічних шумів та випадковостей, які можуть знизити її якість. Проте для вирішення питання згладжування вхідних даних, перш за все, необхідно вирішити питання вибору методу згладжування, оскільки на сьогоднішній день в статистиці даний напрям представлений сукупністю методів, кожен із яких за різних умов може надавати більш точні значення. Для вибору найбільш оптимального методу згладжування часових рядів, було проведене згладжування необхідних нам даних декількома методами:

- згладжування за методом Хольта;
- згладжування за методом Фур'є;
- експоненційне згладжування;
- згладжування методом звичайної середньої ковзної;
- згладжування методом Спенсера.

Першим було досліджено метод згладжування Хольта, який враховує тренд часового ряду (формула (3.4)).

$$\hat{Y}_{t+d} = a_t + db_t \quad (3.4)$$

де \hat{Y}_{t+d} – це прогнозне значення ряду на d періодів;

a_t – прогноз очищений від тренду, що відповідає експоненційному згладжуванню;

b_t – параметр лінійного тренду.

В результаті проведених розрахунків було отримано часові ряди згладжених даних, статистичні показники якості проведеного згладжування, серед яких представлені сума квадратів похибок (SSE), середньоквадратична похибка (MSE), корінь середньоквадратичної похибки (RMSE), коефіцієнт

детермінації (R^2) та відповідно параметри моделей, за якими розраховувались згладжені дані для кожної незалежної та результативної змінної (рис. 3.11).

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	Smoothing: Holt-Winters													
2	Method: Linear (Holt)													
3	S1: Y(2)													
4	Alpha: Optimized / Beta: Optimized													
5	Optimize (Convergence = 0,00001 / Iterations = 500)													
6	Confidence intervals (%): 95													
7														
8	Goodness of fit statistics (Y1):		Goodness of fit statistics (X1):		Goodness of fit statistics (X2):		Goodness of fit statistics (X3):		Goodness of fit statistics (X4):					
9														
10	Statistic	Value	Statistic	Value	Statistic	Value	Statistic	Value	Statistic	Value				
11	SSE	503,689	SSE	1228,107	SSE	149,779	SSE	1232,276	SSE	230,931				
12	MSE	1,419	MSE	3,459	MSE	0,422	MSE	3,471	MSE	0,651				
13	RMSE	1,191	RMSE	1,860	RMSE	0,650	RMSE	1,863	RMSE	0,807				
14	R2	0,961	R2	0,723	R2	0,960	R2	0,875	R2	0,982				
15														
16	Model parameters (Y1):		Model parameters (X1):		Model parameters (X2):		Model parameters (X3):		Model parameters (X4):					
17														
18	Statistic	Parameter	Statistic	Parameter	Statistic	Parameter	Statistic	Parameter	Statistic	Parameter				
19	alpha	1,003	alpha	0,840	alpha	0,704	alpha	1,223	alpha	0,924				
20	Beta	0,028	Beta	0,036	Beta	0,101	Beta	0,021	Beta	0,023				
21	S1	6,000	S1	24,288	S1	795,357	S1	2,700	S1	53,781				
22	T1	0,000	T1	1,252	T1	0,905	T1	-1,100	T1	0,167				

Рисунок 3.11 – Результати згладжування результативної та незалежних змінних за методом Хольта

Як свідчить рис. 3.11, в цілому згладжування за методом Хольта дає досить надійні та близькі до фактичних результати, оскільки для результативної та трьох незалежних змінних коефіцієнт детермінації є досить високим. Найгірше за даним методом відбулося згладжування незалежної змінної X_1 – залишок коштів на кореспондентських та транзитних рахунках банків, але даний фактор на нашу думку є одним із найсуттєвіших, а тому недоцільно використовувати даний метод для згладжування факторів флуктуації відсоткових ставок на міжбанківському кредитному ринку.

Наступним методом є згладжування за допомогою перетворення Фур'є. Даний метод перетворює функцію в сукупність частотних складових та розкладає її на осциляторні функції. Результати згладжування за даним методом наведені на рис. 3.12.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	Smoothing: Fourier													
2	Proportion (p): 0,5													
3	Confidence intervals (%): 95													
4														
5	Goodness of fit statistics (Y1):		Goodness of fit statistics (X1):		Goodness of fit statistics (X2):		Goodness of fit statistics (X3):		Goodness of fit statistics (X4):					
6														
7	Statistic	Value	Statistic	Value	Statistic	Value	Statistic	Value	Statistic	Value				
8	SSE	6253,806	SSE	5043,104	SSE	3659,203	SSE	7799,783	SSE	7010,831				
9	MSE	17,469	MSE	14,087	MSE	10,221	MSE	21,787	MSE	19,583				
10	RMSE	4,180	RMSE	3,753	RMSE	3,197	RMSE	4,668	RMSE	4,425				
11	R2	0,520	R2		R2	0,032	R2	0,212	R2	0,455				
12														

Рисунок 3.12 – Результати згладжування результативної та незалежних змінних за методом перетворення Фур'є

Як свідчить рис. 3.12, згладжування за методом перетворення Фур'є дає вкрай ненадійні результати, демонструючи дуже низький коефіцієнт детермінації та неприйнятно високі суми квадратів похибок та середньоквадратичні похибки за досліджуваними часовими рядами, а тому обирати даний метод для згладжування результативної та незалежних змінних недоцільно.

Наступний метод для згладжування часових рядів, який необхідно дослідити є експоненційне згладжування. Даний метод згладжування є одним із найбільш популярних при аналізі часових рядів, оскільки, зазвичай, його результати є дуже наближеними до фактичних значень. Переваги даного методу пояснюються тим, що в розрахунок включаються усі попередні значення ряду, а не лише ті, які попали у обмежений період, а також суть даного методу проявляється у тому, що ваги для кожного попереднього значення ряду експоненційно зменшуються від останніх до перших (формула (3.5)).

$$\hat{Y}_t = \alpha * X_t + (1 - \alpha) * \hat{Y}_{t-1} \quad (3.5)$$

де \hat{Y}_t, \hat{Y}_{t-1} – експоненційно згладжені значення часового ряду у періоди t і $t-1$

Відповідно;

X_t – фактичне значення часового ряду у період t ;

α – коефіцієнт експоненційного згладжування;

В результаті проведеного дослідження було отримано згладжені часові ряди для результативної та кожної незалежної ознак, отримано параметри моделей експоненційного згладжування та показники їх якості (рис. 3.13).

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	
1	Smoothing: Exponential														
2	Method: Simple														
3	S1: Y(1)														
4	Alpha: Optimized														
5	Optimize (Convergence = 0,00001 / Iterations = 500)														
6	Confidence intervals (%): 95														
7															
8	Goodness of fit statistics (Y1):			Goodness of fit statistics (X1):			Goodness of fit statistics (X2):			Goodness of fit statistics (X3):			Goodness of fit statistics (X4):		
9															
10	Statistic	Value		Statistic	Value		Statistic	Value		Statistic	Value		Statistic	Value	
11	SSE	497,318		SSE	1151,585		SSE	132,316		SSE	1191,628		SSE	232,537	
12	MSE	1,393		MSE	3,226		MSE	0,371		MSE	3,338		MSE	0,651	
13	RMSE	1,180		RMSE	1,796		RMSE	0,609		RMSE	1,827		RMSE	0,807	
14	R2	0,962		R2	0,742		R2	0,965		R2	0,880		R2	0,982	
15															
16	Model parameters (Y1):			Model parameters (X1):			Model parameters (X2):			Model parameters (X3):			Model parameters (X4):		
17															
18	Statistic	Parameter		Statistic	Parameter		Statistic	Parameter		Statistic	Parameter		Statistic	Parameter	
19	alpha	1,021		alpha	0,794		alpha	0,643		alpha	1,216		alpha	0,955	
20	S1	6,000		S1	23,036		S1	794,452		S1	3,800		S1	53,615	

Рисунок 3.13 – Результати згладжування результативної та незалежних змінних за методом експоненційного згладжування

Як свідчить рис. 3.13, в більшості випадків результати експоненційного згладжування є досить надійними та близькими до фактичних із загального ряду виділяється тільки незалежна змінна X_I – залишок коштів на кореспондентських та транзитних рахунках банків, по якому в результаті розрахунків було отримано високе значення середньоквадратичної похибки.

Наступним методом є згладжування за допомогою звичайної середньої ковзної із рівними вагами. Даний метод є найпростішим у розрахунках, оскільки для визначення згладженого значення розраховується середнє арифметичне за q останніми значеннями ряду. Основним питанням цього методу є визначення необхідної глибини розрахунку, тобто коефіцієнта q . Для цілей згладжування часових рядів даних відсоткових ставок на

міжбанківському кредитному ринку та значень факторів, які впливають на коливання ставки коефіцієнт q дорівнювало 5, оскільки як зазначалося раніше, необхідно щоб в середньому запропонований підхід давав змогу змінювати ціни на банківські послуги не частіше ніж 1 раз на 5 днів. Отже, в результаті проведених розрахунків згладжування результативної та незалежних змінних за методом простої ковзної середньої були отримані наступні показники якості такого методу згладжування (рис. 3.14).

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	
1	Smoothing: Moving average														
2	Method: Equal weights (q = 5)														
3	Confidence intervals (%): 95														
4															
5	Goodness of fit statistics (Y1):			Goodness of fit statistics (X1):			Goodness of fit statistics (X2):			Goodness of fit statistics (X3):			Goodness of fit statistics (X4):		
6															
7	Statistic	Value	Statistic	Value	Statistic	Value	Statistic	Value	Statistic	Value	Statistic	Value	Statistic	Value	
8	SSE	485,384	SSE	1012,035	SSE	96,632	SSE	1438,105	SSE	200,461	SSE	200,461	SSE	200,461	
9	MSE	1,352	MSE	2,819	MSE	0,269	MSE	4,006	MSE	0,558	MSE	0,558	MSE	0,558	
10	RMSE	1,163	RMSE	1,679	RMSE	0,519	RMSE	2,001	RMSE	0,747	RMSE	0,747	RMSE	0,747	
11	R2	0,963	R2	0,775	R2	0,974	R2	0,855	R2	0,984	R2	0,984	R2	0,984	
12															

Рисунок 3.14 – Результати згладжування результативної та незалежних змінних за методом звичайної середньої ковзної із рівними вагами

Як свідчать результати згладжування результативної та незалежних змінних за методом звичайної середньої ковзної із рівними вагами, представлені на рис. 3.14, даний метод також дає досить надійні та близькі до фактичних результати, які цілком можуть бути використані для побудови моделі лінійної регресії.

Останнім методом згладжування є метод Спенсера, який по суті є методом ковзної середньої із фіксованими вагами для 15 попередніх значень ряду (формула (3.6)).

$$x_t = \frac{1}{320} (-3x_{t-7} - 6x_{t-6} - 5x_{t-5} + 3x_{t-4} + 21x_{t-3} + 46x_{t-2} + 67x_{t-1} + 74x_t - 3x_{t+7} - 6x_{t+6} - 5x_{t+5} + 3x_{t+4} + 21x_{t+3} + 46x_{t+2} + 67x_{t+1}), \quad (3.6)$$

Дослідивши часові ряди результативної та незалежних змінних, були отриманні наступні показники якості для згладжених часових рядів. Перевагою даного методу є те, що при згладжуванні він враховує не тільки минулі значення часового ряду, а й наступні. Проте недоліком згладжування за методом Спенсера є не значний горизонт прогнозування (рис. 3.15).

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N		
1	Smoothing: Moving average															
2	Method: Spencer's 15-point															
3	Confidence intervals (%): 95															
4																
5	Goodness of fit statistics (Y1):			Goodness of fit statistics (X1):			Goodness of fit statistics (X2):			Goodness of fit statistics (X3):			Goodness of fit statistics (X4):			
6																
7	Statistic		Value		Statistic		Value		Statistic		Value		Statistic		Value	
8	SSE		198,711		SSE		436,852		SSE		48,438		SSE		616,670	
9	MSE		0,554		MSE		1,217		MSE		0,135		MSE		1,718	
10	RMSE		0,744		RMSE		1,103		RMSE		0,367		RMSE		1,311	
11	R2		0,985		R2		0,903		R2		0,987		R2		0,938	
12																

Рисунок 3.15 – Результати згладжування результативної та незалежних змінних за методом Спенсера

Як свідчить рис. 3.15, даний метод згладжування будує ряд згладжених даних дуже близький до фактичного і навіть коефіцієнт детермінації по згладжуванню показника X_t , залишок коштів на кореспондентських та транзитних рахунках банків, є досить високим, що свідчить про те, що дані згладжені за методом Спенсера можуть бути використані для побудови моделі лінійної регресії.

Отже, було проведено згладжування часових рядів даних динаміки середньої відсоткової ставки ВІД на міжбанківському кредитному ринку для ресурсів у національній валюті строком на 1 міс. та факторів, які впливають на її коливання. Для визначення оптимального методу необхідно результати кожного згладжування порівняти між собою (табл. 3.2).

Як свідчить табл. 3.2, серед досліджених методів згладжування часових рядів даних відсоткової ставки на міжбанківському ринку та факторів, які впливають на її коливання, найбільш прийнятним є метод Спенсера, який показав найменші значення похибок та найбільший коефіцієнт детермінації для

всіх змінних одночасно, а отже для побудови моделі лінійної регресії доцільно використовувати саме дані згладжені за цим методом.

Таблиця 3.2 – Порівняння результатів згладжування результативної та незалежних змінних за різними методами

Метод згладжування	Показники оцінки якості	Y_1	X_1	X_2	X_3	X_4
Метод Хольта	SSE	503,689	1228,107	149,779	1232,276	230,931
	MSE	1,419	3,459	0,422	3,471	0,651
	R2	0,961	0,723	0,960	0,875	0,982
Метод Фур'є	SSE	6253,806	5043,104	3659,203	7799,783	7010,831
	MSE	17,469	14,087	10,221	21,787	19,583
	R2	0,520	-	0,032	0,212	0,455
Експоненційне згладжування	SSE	497,318	1151,585	132,316	1191,628	232,537
	MSE	1,393	3,226	0,371	3,338	0,651
	R2	0,962	0,742	0,965	0,880	0,982
Звичайна середня ковзна	SSE	485,384	1012,035	96,632	1438,105	200,461
	MSE	1,352	2,819	0,269	4,006	0,558
	R2	0,963	0,775	0,974	0,855	0,984
Метод Спенсера	SSE	198,711	436,852	48,438	616,670	80,690
	MSE	0,554	1,217	0,135	1,718	0,225
	R2	0,985	0,903	0,987	0,938	0,994

Досліджуючи динаміку результативної та незалежних змінних, можна помітити, що протягом 2011 р. та першого півріччя 2012 р. одні й ті ж фактори мають різний вплив на середню відсоткову ставку ВІД на міжбанківському кредитному ринку України за операціями в національній валюті строком на 1 місяць (рис 3.16).

Як свідчить рис. 3.16, починаючи з кінця першого кварталу 2011 р. і майже до кінця року сума залишків коштів на кореспондентських та транзитних рахунках банків демонструвала поступову спадну динаміку, в результаті чого середня відсоткова ставка ВІД на міжбанківському кредитному ринку України за операціями в національній валюті поступово зростала, що свідчить про обернену залежність між цими показниками. З початком 2012, сума залишків коштів на кореспондентських та транзитних рахунках банків почала різко зменшуватися, при цьому середня відсоткова ставка ВІД на міжбанківському

кредитному ринку України, яка до того знижувалась через певний проміжок часу припинила своє зниження та зупинилась на рівні 8-9%, а з поступовим відновленням суми залишків коштів на кореспондентських та транзитних рахунках банків – знизилась до рівня 5%.

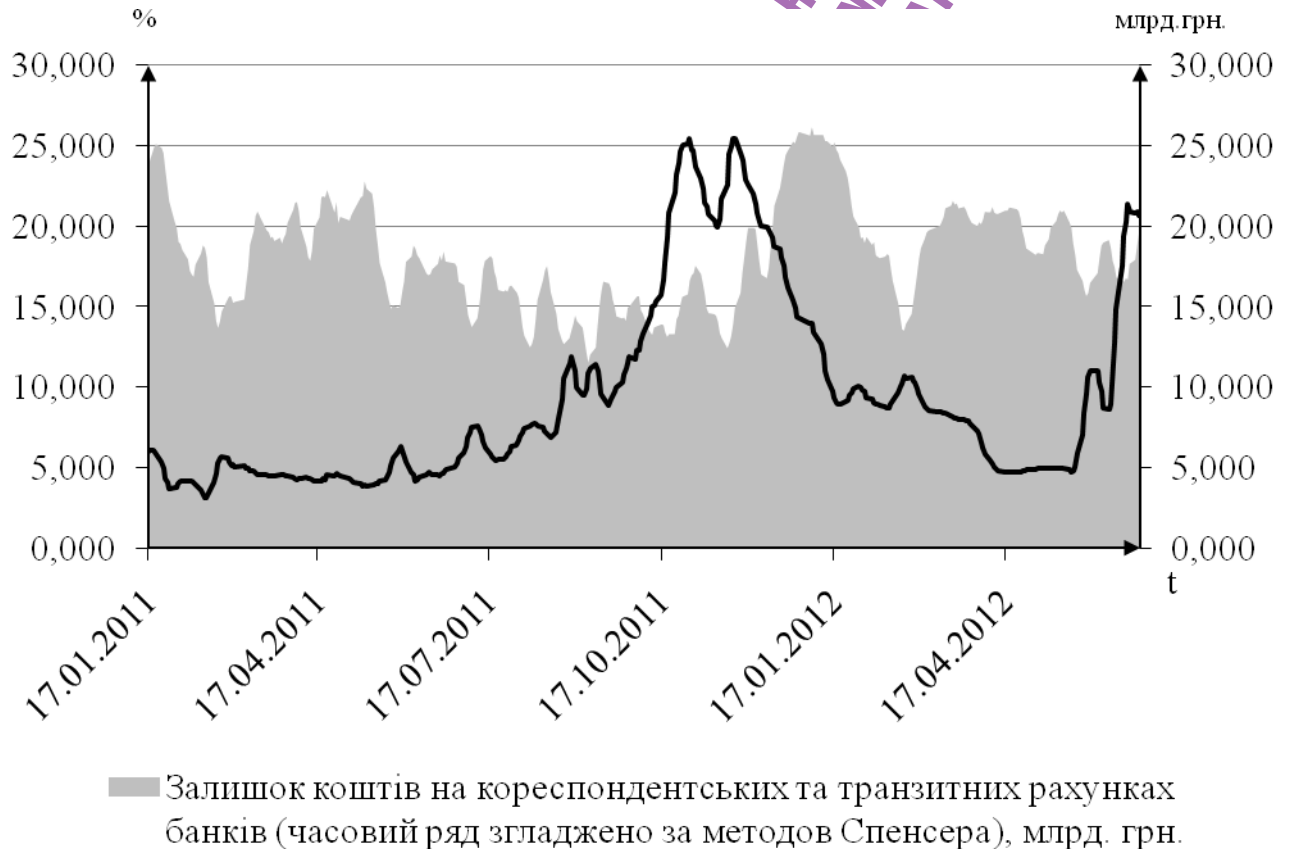


Рисунок 3.16 – Динаміка згладжених часових рядів залишків коштів на кореспондентських та транзитних рахунках банків та середньої відсоткової ставки ВІД на міжбанківському кредитному ринку України за операціями в національній валюті строком на 1 місяць у період з 01/01/2011 по 30/06/2012.

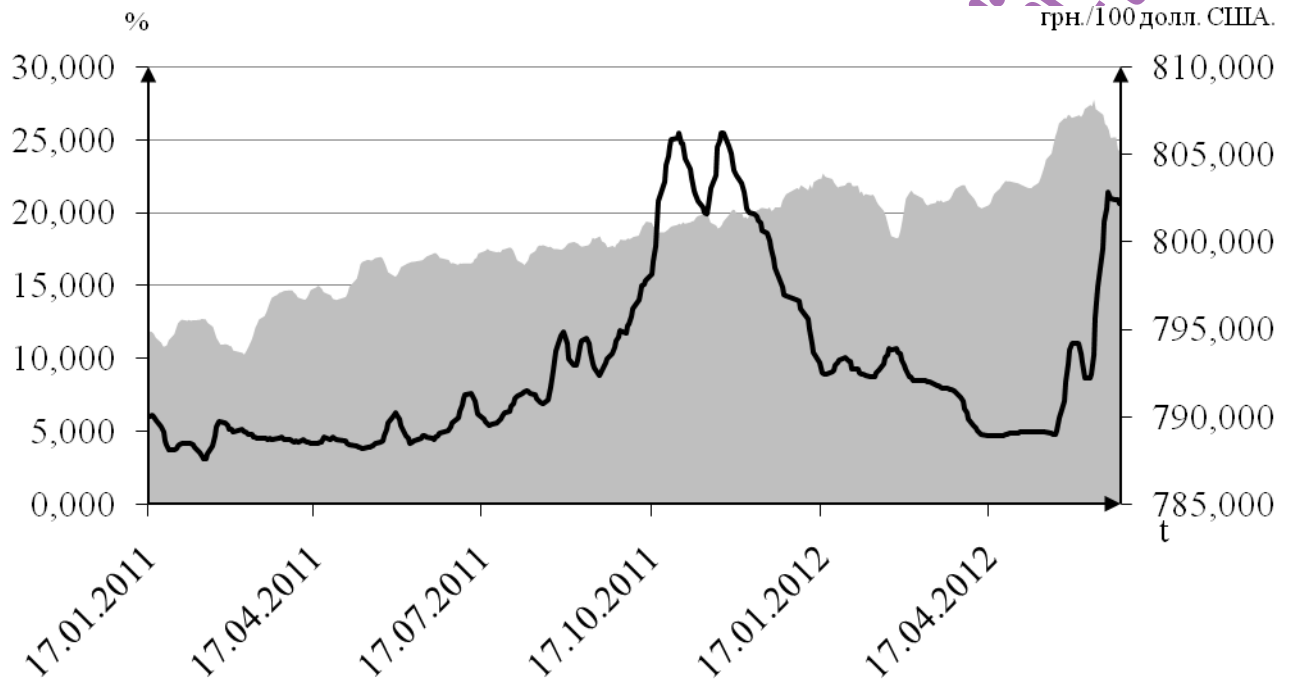
(побудовано автором на основі [84, 159])

Проте, наприкінці другого кварталу 2012 року досліджувана відсоткова ставка стрімко зростає, при цьому залишків коштів на кореспондентських та

транзитних рахунках банків не продемонстрували відповідної динаміки, а отже можна зробити висновок, що в даний проміжок часу вирішальну роль у коливаннях відсоткових ставок на міжбанківському кредитному ринку відіграв інший фактор. На нашу думку, таким фактором міг бути середньозважений курс на міжбанківському валютному ринку (рис. 3.17).

Рис. 3.17 підтверджує вище висунуту гіпотезу про те що, зростання середньої відсоткової ставки ВІД на міжбанківському кредитному ринку України за операціями в національній валюті наприкінці другого кварталу 2012 р. вірогідніше за все пов'язано із зростанням середньозваженого курсу на міжбанківському валютному ринку України, що вказує на прямий зв'язок між ними. Хоча у попередні періоди, коли середньозважений курс на міжбанківському валютному ринку України зростав поступово відсоткова ставка не демонструвала відповідної динаміки.

Таким чином, можна зробити висновок, що у різні часові проміжки головними драйверами коливань цін на міжбанківському кредитному ринку можуть виступати різноманітні фактори. Даний факт необхідно врахувати при побудові моделі лінійної регресії, а тому для цілей визначення залежності між результативною і незалежними змінними з метою побудови прогнозу на її основі доцільно будувати регресійну залежність на базі даних не всього досліджуваного періоду, а на основі певної обмеженої кількості попередніх значень. Зважаючи на те, що в якості результативної змінної в побудованій моделі буде середня відсоткова ставка ВІД на міжбанківському кредитному ринку України за операціями в національній валюті строком на 1 місяць, то доцільно будувати лінійну регресійну залежність виходячи із відповідної кількості робочих днів. Іншими словами, оскільки зазвичай місяць – це 4 календарних тижні, що відповідають 20 робочим дням, то на нашу думку, для визначення лінійної регресійної залежності, з подальшою метою побудови на її основі прогнозу щодо динаміки відсоткових ставок на міжбанківському кредитному ринку, доцільно брати за основу для розрахунку дані за останні 20 робочих днів.



- Середньозважений курс на міжбанківському валютному ринку України (часовий ряд згладжено за методів Спенсера), грн./100 долл. США
- Середня відсоткова ставка ВІД на міжбанківському кредитному ринку України за операціями в національній валюті строком на 1 місяць (часовий ряд згладжено за методів Спенсера), %

Рисунок 3.17 – Динаміка згладжених часових рядів середньозваженого курсу на міжбанківському валютному ринку України та середньої відсоткової ставки ВІД на міжбанківському кредитному ринку України за операціями в національній валюті строком на 1 місяць у період з 01/01/2011 по 30/06/2012.

(побудовано автором на основі [84, 159])

Як можна було помітити з рис. 3.17, протягом 2011 р. та першого півріччя 2012 р. різке підвищення середньої відсоткової ставки ВІД на міжбанківському кредитному ринку України за операціями в національній валюті строком на 1 місяць відбувалося 2 рази: в жовтні 2011р. та травні 2012р., а тому для перевірки дієвості запропонованого підходу до прогнозування відсоткової ставки на міжбанківському ринку було побудовано відповідні дві регресійні моделі, які відображають причинно-наслідкові зв'язки зазначених коливань.

Так у період з 29.09.2011 по 26.10.2011 середня відсоткова ставка ВІД на міжбанківському кредитному ринку України за операціями в національній валюті строком на 1 місяць зросла з 11,5% до 24,0% (табл. 3.3).

Таблиця 3.3 – Вихідні дані для побудови моделі лінійної регресії для визначення впливу основних факторів на середню відсоткову ставку ВІД на міжбанківському кредитному ринку України за операціями в національній валюті строком на 1 місяць у період з 29.09.2011 по 26.10.2011

Дата	Середня відсоткова ставка ВІД	Складові рівняння лінійної регресії згладжені за методом Спенсера				
		Y1	X1	X2	X3	X4
28.09.2011	-	-	14,116	799,830	9,116	60,481
29.09.2011	11,500	11,507	14,934	799,898	9,534	59,445
30.09.2011	13,500	11,877	15,026	800,081	10,397	58,670
03.10.2011	12,000	11,719	15,495	800,055	10,448	57,375
04.10.2011	13,000	12,273	15,635	800,158	10,997	56,445
05.10.2011	10,500	12,324	15,631	800,116	11,367	55,512
06.10.2011	11,333	12,854	14,766	800,171	12,242	55,308
07.10.2011	14,000	13,367	14,565	800,237	12,848	55,137
10.10.2011	15,500	14,030	13,599	800,317	13,728	55,346
11.10.2011	14,500	14,435	13,386	800,576	14,065	55,677
12.10.2011	15,500	14,979	13,245	800,845	14,069	55,822
13.10.2011	15,000	15,109	13,700	800,964	13,724	56,014
14.10.2011	14,500	15,308	13,754	801,116	13,648	56,214
17.10.2011	15,500	15,737	13,899	801,058	14,187	56,264
18.10.2011	17,000	16,640	13,849	800,843	15,434	56,392
19.10.2011	17,000	17,742	13,371	800,800	17,341	56,538
20.10.2011	19,000	19,323	13,114	800,511	19,456	56,824
21.10.2011	21,000	20,779	13,289	800,514	21,035	56,956
24.10.2011	22,500	22,062	13,300	800,502	22,166	56,973
25.10.2011	24,000	23,196	14,227	800,588	22,432	56,773
26.10.2011	24,000	23,887	-	-	-	-

Як свідчить табл. 3.3, при визначенні регресійної залежності значення результативної ознаки будуть братися у період t , а незалежних $t-1$, так як наша регресійну залежність передбачає, що для визначення відсоткової ставки на міжбанківському ринку у поточний період необхідно орієнтуватися на динаміку основних її драйверів у попередньому періоді. Побудова та аналіз

моделі лінійної регресійної залежності здійснювалися із використанням засобів MS Excel та надбудови XLSTAT (рис. 3.18).

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	
1	Confidence interval (%): 95										
2	Tolerance: 0,0001										
3	Model selection: Best model / Adjusted R2										
4	Min variables: 2 / Max variables: 4										
5											
6	Correlation matrix:							Goodness of fit statistics:			
7											
8	Variables	X1	X2	X3	X4	Y1			Observations	20,000	
9	X1	1,000	-0,646	-0,641	0,161	-0,640			Sum of weights	20,000	
10	X2	-0,646	1,000	0,482	-0,489	0,513			DF	15,000	
11	X3	-0,641	0,482	1,000	-0,252	0,991			R2	0,994	
12	X4	0,161	-0,489	-0,252	1,000	-0,191			Adjusted R2	0,992	
13	Y1	-0,640	0,513	0,991	-0,191	1,000			MSE	0,126	
14											
15	Model parameters:										
16											
17	Source	Value	Standard error	t	Pr > t	Lower bound (95%)	Upper bound (95%)			Cp	5,000
18	Intercept	-1069,388	258,645	-4,135	0,001	-1620,677	-518,098			AIC	-37,182
19	X1	0,309	0,151	2,043	0,059	-0,013	0,632			SBC	-32,203
20	X2	1,310	0,319	4,105	0,001	0,630	1,990			PC	0,011
21	X3	0,967	0,026	36,508	< 0,0001	0,911	1,024				
22	X4	0,323	0,070	4,633	0,000	0,175	0,472				

Рисунок 3.18 – Результати регресійного аналізу факторів коливання міжбанківських відсоткових ставок у період з 29.09.2011 по 26.10.2011

Як свідчать дані, представлені на рис. 3.18, три з чотирьох факторів проявили помірний або сильний зв'язок із результативною ознакою. Звісно, найсильніший зв'язок з середньою відсотковою ставкою ВІД на міжбанківському кредитному ринку України за операціями в національній валюті строком на 1 місяць у період t проявив такий фактор як середньозважена відсоткова ставка на міжбанківському кредитному ринку у період $t-1$, що є цілком очікуваним, оскільки як зазначалося вище, необхідно, щоб відправною точкою прогнозу відсоткової ставки на міжбанківському ринку були попередні значення середньозваженої відсоткової ставки. Проте варто відмітити, що і залишок коштів на кореспондентських та транзитних рахунках банків у попередньому періоді і середньозважений курс на міжбанківському валютному ринку України у попередньому періоді проявили помірний зв'язок. В результаті

проведеного аналізу було отримано наступне рівняння лінійної регресії (формула (3.7)).

$$Y_{1(t)} = -1069.388 + 0.309X_{1(t-1)} + 1.310X_{2(t-1)} + 0.967X_{3(t-1)} + 0.323X_{4(t-1)}, \quad (3.7)$$

де $Y_{1(t)}$ – середня відсоткова ставка ВІД на міжбанківському кредитному ринку України за операціями в національній валюті строком на 1 місяць у період t ;

$X_{1(t-1)}$ – залишок коштів на кореспондентських та транзитних рахунках банків у період $t-1$;

$X_{2(t-1)}$ – середньозважений курс на міжбанківському валютному ринку України у період $t-1$;

$X_{3(t-1)}$ – середньозважена відсоткова ставка на міжбанківському кредитному ринку у період $t-1$;

$X_{4(t-1)}$ – обсяг облігацій внутрішньої державної позики, який знаходиться у власності банків у період $t-1$.

Для того щоб оцінити статистичну значущість отриманого рівняння регресійної залежності необхідно дослідити показники регресійної статистики. Як свідчить рис. 3.18, коефіцієнт множинної кореляції становить 0,994, що свідчить про дуже сильний зв'язок усього набору факторів із результативною ознакою. Крім того, важливим показником з точки зору побудови прогнозу відсоткових ставок на міжбанківському ринку на основі отриманої регресійної залежності є значення середньоквадратичної похибки (MSE), яке дорівнює 0,126, що є незначним, а отже дана регресійна залежність є досить стійкою в межах аналізованого періоду.

Нескоригований коефіцієнт множинної детермінації становить 0,994 та оцінює долю варіації результативної ознаки внаслідок дії незалежних змінних у загальній варіації результату. В даній регресійній залежності ця доля становить 99,4% і вказує на дуже високий ступінь обумовленості варіації середньої

відсоткової ставки ВІД на міжбанківському кредитному ринку варіацією виділених нами факторів.

Скоригований коефіцієнт множинної детермінації визначає щільність зв'язку з врахуванням ступенів свободи загальної та залишкової дисперсій. Він дає таку оцінку щільності зв'язку, яка не залежить від кількості факторів і тому може порівнюватись з різними моделями з різною кількістю факторів. В отриманому рівнянні регресійної залежності скоригований коефіцієнт множинної детермінації вказує на дуже високу (більше 99%) детермінованість результату зазначеними драйверами.

Крім того, значення F-критерію Фішера, який дає оцінку надійності рівняння регресії в цілому і показника щільності для вказаної моделі, для отриманої регресійної залежності становить 584,441. Дане значення значно перевищує табличне (4,619), а отже отримана закономірність є не випадковою, а сформувалась під впливом суттєвих факторів, тобто підтверджуються статистична значущість усього рівняння і показника щільності зв'язку – коефіцієнта детермінації.

Окремо слід відмітити, що хоча кореляційна матриця зображена на рис. 3.18 й свідчить про те, що не всі незалежні змінні мають тісний зв'язок із результативною змінною, проте вищезазначені засоби побудови регресійної моделі також дають можливість проаналізувати випадки, при яких одна чи декілька незалежних змінних виключається із моделі лінійної регресії, результати відповідних розрахунків дають можливість зробити висновок про те, що саме включення усіх обраних незалежних змінних, дає можливість отримати найбільш наближені до фактичних результати лінійної регресії (рис. 3.19).

Як свідчить рис. 3.19, засобами XLSTAT можливо дослідити зв'язок між сукупністю незалежних змінних та результативною змінною на предмет того, який саме набір факторів дає можливість побудувати найбільш точну регресійну залежність. За результатами такого аналізу можна зробити висновок, що включення усіх обраних факторів у регресійну залежність дає найвищий

скоригований коефіцієнт детермінації та найменше середньоквадратичне відхилення. Так, наприклад, виключення із моделі такої незалежної змінної як середньозважений курс на міжбанківському валютному ринку України у попередній період підвищує середньоквадратичну похибку на 0,025, а включення у залежність лише середньозваженої відсоткової ставки на міжбанківському кредитному ринку у попередньому періоді та обсягу облігацій внутрішньої державної позики, який знаходиться у власності банків у попередньому періоді підвищує середньоквадратичну похибку до 0,237.

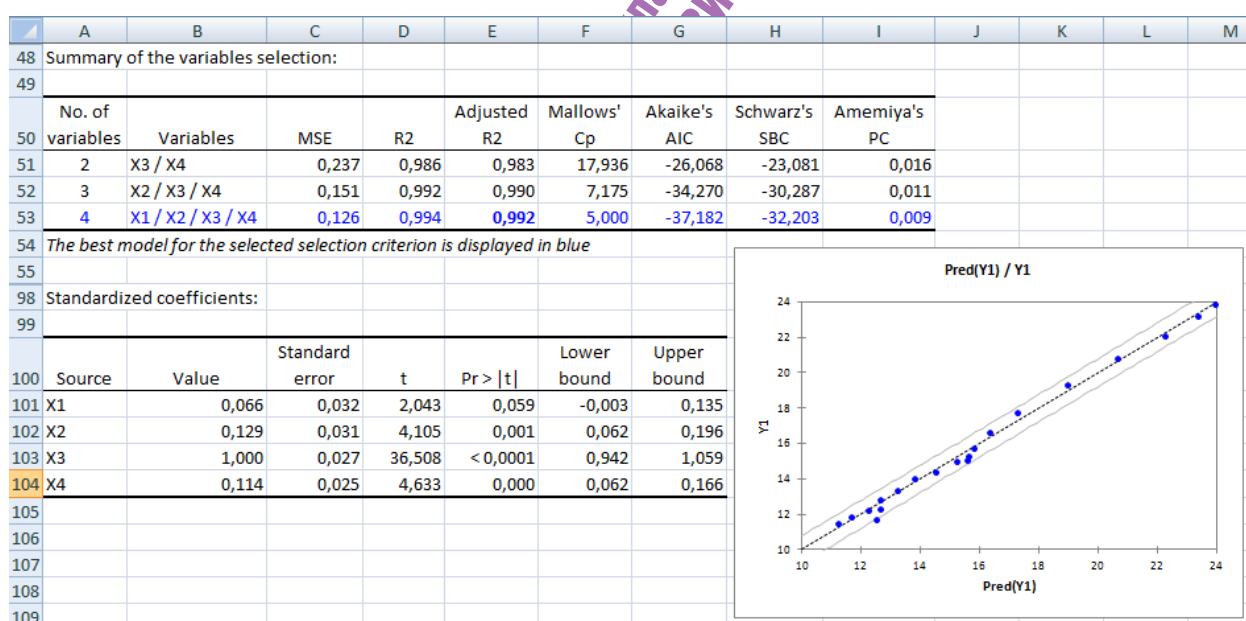


Рисунок 3.19 – Додаткові показники регресійного аналізу факторів коливання міжбанківських відсоткових ставок у період з 29.09.2011 по 26.10.2011

Крім того, рис. 3.19 дає змогу оцінити стандартизовані коефіцієнти отриманого рівняння лінійної регресії. Оскільки стандартизовані коефіцієнти лінійної регресії можна порівнювати між собою, то можна зробити висновок, що найслабший вплив на середню відсоткову ставку ВІД на міжбанківському кредитному ринку України за операціями в національній валюті строком на 1 місяць у період з 29.09.2011 по 26.10.2011 мав такий фактор як залишок коштів на кореспондентських та транзитних рахунках банків у попередньому періоді, а найсильніший – середньозважена відсоткова ставка на міжбанківському

кредитному ринку у попередньому періоді, що повністю відповідає завданню, для вирішення якого будувалась дана залежність, а саме прогнозування відсоткової ставки на міжбанківському кредитному ринку виходячи із попередньої кон'юктури даного ринку, коригуючи дані значення на зміни в основних чинниках, які зумовлюють коливання даної відсоткової ставки.

На завершення варто відмітити, що як свідчить графік, представлений на рис. 3.19, усі отриманні значення були дуже близькими до фактичних, що додатково підтверджує твердження про надійність моделі, а отже можливість формування на її основі прогнозних значень близьких до реальних.

Таким чином, визначивши регресійну залежність, на основі якої можна побудувати прогноз відсоткової ставки на найближчі періоди, наступним кроком є формування прогнозу незалежних змінних та визначення на їх основі прогнозних значень результативної. Як показали результати згладжування, деякі із методів згладжування дають можливість досить точно прогнозувати значення незалежних змінних, а тому в якості інструменту прогнозу можна використати один із уже використаних методів згладжування даних. Як свідчать дані, представлені в табл. 3.2, усі методи, окрім метода Фур'є, показали результати дуже наближені до фактичних, а найкращі результати згладжування продемонстрував метод Спенсера, проте, на нашу думку, даний метод не зовсім коректно може розрахувати прогнозні дані, оскільки в своєму розрахунку він орієнтується не тільки на минулі значення ряду, але й на майбутні, а тому для формування прогнозних значень незалежних змінних доцільно обрати наступний метод із найкращими показниками – середню ковзну із періодом 5. Прогнозні значення незалежних змінних та розрахований на їх основі прогноз середньої відсоткової ставки ВІД за операціями в національній валюті строком на 1 місяць представлено в табл. 3.4.

Як свідчить табл. 3.4, в цілому прогнозні значення відсоткової ставки ВІД дають змогу зробити висновок, що дана ціна на ринку в прогнозованому періоді буде балансувати в районі 24 %, а отже відсоткова ставка – орієнтир для ціноутворення на банківські послуги, яка враховує ризики волатильності на

ринку – ціновому орієнтирі буде становити 21,5%. Як свідчать дані наведені в табл. 3.5, даний рівень ціни цілком відповідає реальним коливанням на міжбанківському ринку, а тому може бути прийнятий як орієнтир для ціноутворення на банківські послуги. Таким чином, запропонована методика до прогнозування відсоткових ставок на міжбанківському ринку є дієвою та може бути використана в межах запропонованого підходу використання ринків – цінових орієнтирів у ціноутворенні на банківські послуги.

Таблиця 3.4 – Прогноз середньої відсоткової ставки ВІД на міжбанківському кредитному ринку України за операціями в національній валюті строком на 1 місяць на період з 27.10.2011 по 02.11.2011

Дата	Прогнозні значення незалежних змінних				Прогнозна відсоткова ставка ВІД	Фактична відсоткова ставка ВІД
	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄		
26.10.2011	14,82	800,58	23,10	56,93	-	-
27.10.2011	13,63	800,55	22,31	56,97	24,80	24,50
28.10.2011	13,61	800,56	22,51	56,99	23,64	24,00
31.10.2011	13,64	800,56	22,73	56,99	23,85	24,00
01.11.2011	13,82	800,57	22,84	56,99	24,07	27,00
02.11.2011	13,91	800,57	22,86	56,98	24,24	25,00

Для виключення фактору випадковості при перевірці дієвості запропонованої методики прогнозування відсоткових ставок на міжбанківському ринку було використано дану методику також для періоду з 27.04.12 по 29.05.12. Вихідні дані для побудови моделі лінійної регресії наведено в табл. 3.5.

Як свідчать дані, наведені в табл. 3.5, протягом досліджуваного періоду середня відсоткова ставка ВІД на міжбанківському кредитному ринку України за операціями в національній валюті строком на 1 місяць трималася на одному рівні близько 5%, а наприкінці місяця зросла більш ніж як удвічі, а тому необхідно побудувати прогноз майбутньої динаміки цільової відсоткової ставки (рис. 3.20).

Таблиця 3.5 – Вихідні дані для побудови моделі лінійної регресії для визначення впливу основних факторів на середню відсоткову ставку ВІД на міжбанківському кредитному ринку України за операціями в національній валюті строком на 1 місяць у період з 28.04.12 по 31.05.12

Дата	Середня відсоткова ставка ВІД	Складові рівняння лінійної регресії згладжені за методом Спенсера				
		Y ₁	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄
28.04.2012	-	-	18,623	803,423	4,938	67,816
03.05.2012	4,750	4,875	18,215	803,301	4,842	67,870
04.05.2012	5,000	4,955	18,337	803,242	4,428	67,965
07.05.2012	5,000	4,966	18,258	803,094	3,961	68,023
08.05.2012	5,000	4,993	18,813	803,047	3,558	68,138
10.05.2012	5,000	5,006	19,186	803,027	3,397	68,260
11.05.2012	5,000	5,008	19,892	803,128	3,368	68,494
14.05.2012	5,000	5,006	20,325	803,335	3,449	68,652
15.05.2012	5,000	5,003	20,741	803,602	3,548	68,833
16.05.2012	5,000	4,994	20,976	803,912	3,599	68,989
17.05.2012	5,000	4,983	20,854	804,234	3,654	69,079
18.05.2012	5,000	4,950	20,972	804,663	3,665	69,209
21.05.2012	5,000	4,869	20,250	805,011	3,685	69,299
22.05.2012	5,000	4,767	19,912	805,499	3,815	69,430
23.05.2012	5,000	4,788	18,920	805,979	4,225	69,492
24.05.2012	5,000	5,081	18,254	806,282	5,223	69,462
25.05.2012	5,500	5,944	17,308	806,724	7,159	69,369
28.05.2012	5,500	7,065	16,611	807,028	9,206	69,289
29.05.2012	7,500	8,413	16,028	806,995	11,259	69,392
30.05.2012	11,000	9,623	15,648	807,225	12,842	69,962
31.05.2012	13,000	10,635	-	-	-	-

Результати регресійного аналізу представлено на рис. 3.20, свідчать про те, що коефіцієнти при незалежних змінних для рівняння лінійної регресії побудованого для періоду з 29.04.12 по 31.05.12 відрізняються від тих, що були побудовані для періоду з 29.09.2011 по 26.10.2011, а це підтверджує гіпотезу про те, що в різні часові проміжки визначальне значення на зміну відсоткових ставок на міжбанківському ринку відіграють різні фактори.

Окремо слід відмітити, що суттєво змінилися коефіцієнти кореляції незалежних змінних до результативної, усі вони, крім середньозваженої

відсоткової ставки на міжбанківському кредитному ринку у попередньому періоді, суттєво зросли, що також свідчить про те, що для аналізованого періоду зріс вплив факторів, включених у залежність для врахування можливих різких коливань відсоткових ставок на міжбанківському ринку в результаті зміни значень їх основних драйверів.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	Confidence interval (%): 95									
2	Tolerance: 0,0001									
3	Model selection: Best model / Adjusted R2									
4	Min variables: 2 / Max variables: 4									
5										
6	Correlation matrix:								Goodness of fit statistics:	
7										
8	Variables	X1	X2	X3	X4	Y1			Observations	20,000
9	X1	1,000	-0,592	-0,866	-0,175	-0,826			Sum of weights	20,000
10	X2	-0,592	1,000	0,764	0,863	0,770			DF	15,000
11	X3	-0,866	0,764	1,000	0,496	0,986			R2	0,985
12	X4	-0,175	0,863	0,496	1,000	0,552			Adjusted R2	0,981
13	Y1	-0,826	0,770	0,986	0,552	1,000			MSE	0,056
14									RMSE	0,237
15	Model parameters:								MAPE	3,061
16									DW	0,725
17	Source	Value	Standard error	t	Pr > t	Lower bound (95%)	Upper bound (95%)	Cp		5,000
18	Intercept	287,610	103,286	2,785	0,014	67,460	507,760	AIC	-53,279	
19	X1	-0,201	0,117	-1,714	0,107	-0,451	0,049	SBC	-48,301	
20	X2	-0,441	0,152	-2,902	0,011	-0,765	-0,117	PC	0,025	
21	X3	0,583	0,056	10,324	< 0,0001	0,463	0,703			
22	X4	1,072	0,326	3,289	0,005	0,377	1,768			

Рисунок 3.20 – Результати регресійного аналізу факторів коливання міжбанківських відсоткових ставок у період з 29.04.12 по 31.05.12

В результаті проведеного аналізу було отримано наступне рівняння лінійної регресії.

$$Y_{1(t)} = 287.610 - 0.201X_{1(t-1)} - 0.441X_{2(t-1)} + 0.583X_{3(t-1)} + 1.072X_{4(t-1)}, \quad (3.7)$$

Як свідчать показники регресійної статистики, представлені на рис. 3.20, дана залежність є не випадковою, і саме цей набір незалежних змінних на 98%

визначає значення результативної змінної. А F-критерій Фішера, який становить 250,915, свідчить про надійність отриманого рівняння регресійної залежності та відповідного показника щільності.

Отримавши рівняння лінійної регресії для прогнозування середньої відсоткової ставки ВІД на міжбанківському кредитному ринку України за операціями в національній валюті строком на 1 місяць, необхідно методом ковзної середньої сформулювати прогнозні значення незалежних змінних та за його допомогою отримати прогнозні значення результативної ставки на найближчі 5 днів. Результати відповідних розрахунків представлені в табл. 3.6.

Таблиця 3.6 – Прогноз середньої відсоткової ставки ВІД на міжбанківському кредитному ринку України за операціями в національній валюті строком на 1 місяць на період з 31.05.2012 по 08.06.2012

Дата	Прогнозні значення незалежних змінних				Прогнозна відсоткова ставка ВІД\	Фактична відсоткова ставка ВІД
	X1	X2	X3	X4		
31.05.2012	15,85	807,16	13,97	70,31	-	-
01.06.2012	16,01	807,19	12,91	69,07	11,98	11,00
05.06.2012	16,01	807,19	12,94	69,12	9,99	10,00
06.06.2012	15,93	807,16	13,52	69,12	10,06	10,00
07.06.2012	15,78	807,23	14,22	69,09	10,43	11,00
08.06.2012	15,74	807,25	14,56	69,02	10,80	8,00

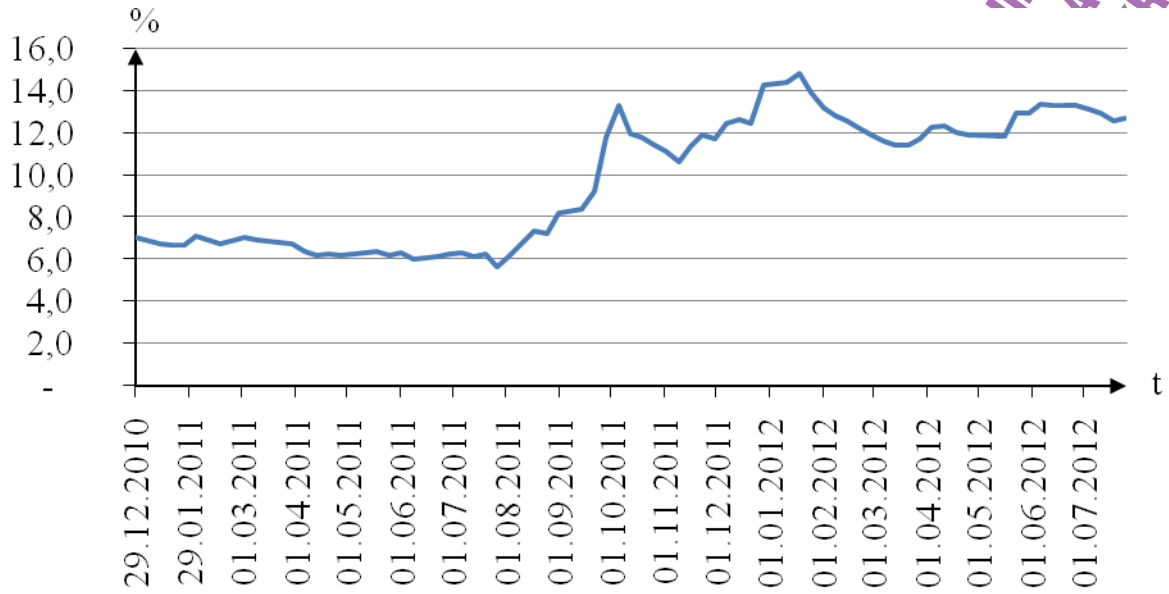
Як свідчить табл. 3.6, в цілому отримані прогнозні значення відсоткової ставки на міжбанківському ринку дають змогу зробити висновок, що в найближчих періодах відсоткова ставка буде становити близько 10,5% – а отже відсоткова ставка – орієнтир для ціноутворення на банківські послуги в рамках запропонованого підходу, яка враховує ризики волатильності на ринку – ціновому орієнтирі буде становити 8 %. Як свідчать дані, наведені в табл. 3.7, даний рівень ціни цілком відповідає реальним коливанням на міжбанківському ринку, а тому може бути прийнятий як орієнтир для ціноутворення на банківські послуги.

Таким чином, запропонований підхід для прогнозу відсоткових ставок на міжбанківському ринку є дієвим. З метою його перевірки даний прогноз був двічі випробуваний на фактичних даних, а відповідні результати випробування довели, що він може бути використаний при прогнозуванні цінової динаміки на ринку – ціновому орієнтирі.

На нашу думку, запропонований підхід до прогнозування відсоткових ставок на ринках орієнтирах необхідно випробувати не лише на можливих ставках – цінових орієнтирах міжбанківського кредитного ринку, але й на ринку облігацій, оскільки саме два даних ринки є загальнодоступними ринками – ціновими орієнтирами. Для побудови необхідної методики прогнозування, в якості цінового орієнтира було обрано середньозваженої ставку доходності offer для єврооблігацій вітчизняних банків, які знаходяться в обігу на ринку облігацій, так як дана ставка може бути обрана як орієнтир для відсоткових ставок по довгострокових депозитах у валюті.

Для визначення середньозваженої ставки доходності-offer для єврооблігацій вітчизняних банків було проаналізовано тижневі звіти інвестиційної компанії «UFC-capital»[160] у період з 29.12.2010 р. по 25.07.2012 р. – усього 73 звіти та на їх основі було розраховано відповідний показник. У розрахунку брали участь значення доходності offer для єврооблігацій таких вітчизняних банків як «Ощадбанк», «Приватбанк», «Укресімбанк», «ПУМБ» та «Укрсіббанк». На основі даних розрахунків було отримано наступну динаміку середньозваженої ставки доходності offer для єврооблігацій вітчизняних банків (рис. 3.21).

Як свідчить рис. 3.21, середньозважена доходність-offer для єврооблігацій українських банків на вітчизняному ринку облігацій демонструвала горизонтальний тренд у першому півріччі 2011 р., а вже у другому півріччі дана динаміка мала переважно зростаючий характер, внаслідок чого дана ставка зросла від приблизно 6,5% до майже 15%, після чого знизилась до рівня 12 – 13 % у першому півріччі 2012р.



— Середньозважена ставка доходності offer для єврооблігацій українських банків на вітчизняному ринку облігацій

Рисунок 3.21 – Динаміка середньозваженої ставки доходності-offer для єврооблігацій українських банків на вітчизняному ринку облігацій (побудовано автором на основі [160])

Для використання запропонованого підходу у прогнозуванні ставок доходності-offer для єврооблігацій українських банків на вітчизняному ринку облігацій у період t (Y), на основі думок практиків вітчизняного фондового ринків було визначено основні драйвери коливання кон'юнктури даного сегменту фінансового ринку та обрано відповідні показники, які б дали змогу врахувати вплив даних чинників на результативну ознаку:

— середньозважений курс на міжбанківському валютному ринку України у період $t-1$ (X_1);

— обсяг облігацій внутрішньої державної позики, який знаходиться у власності банків, підприємств та інших учасників, окрім Національного банку України у період $t-1$ (X_2);

— середньозважена ставка по середньострокових ОВДП за тижневими торгами на вторинному ринку (біржовому та позабіржовому) у період $t-1$ (X_3).

Окрім зазначених факторів, було вирішено додати до зазначеного переліку незалежних змінних також середню ціну пропозиції золота на Українській біржі дорогоцінних металів у період $t-1(X_4)$, оскільки даний актив може виступати у ролі напрямку вкладення фінансових ресурсів альтернативного фондовому ринку.

Відповідно до запропонованого методу прогнозування відсоткової ставки на ринках – цінових орієнтирах отриману сукупність значень результативної та незалежних змінних було згладжено за методом Спенсера. Результати даного згладжування наведені на рис. 3.22.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	Smoothing: Moving average													
2	Method: Spencer's 15-point													
3	Prediction: 5													
4	Confidence intervals (%): 95													
5														
6	Goodness of fit statistics (Y):		Goodness of fit statistics (X1):		Goodness of fit statistics (X2):		Goodness of fit statistics (X3):		Goodness of fit statistics (X4):					
7														
8	Statistic	Value	Statistic	Value	Statistic	Value	Statistic	Value	Statistic	Value				
9	SSE	8,906	SSE	36,863	SSE	89,688	SSE	66,163	SSE	0,003				
10	MSE	0,122	MSE	0,505	MSE	1,229	MSE	0,906	MSE	0,000				
11	RMSE	0,349	RMSE	0,711	RMSE	1,108	RMSE	0,952	RMSE	0,006				
12	R2	0,986	R2	0,961	R2	0,985	R2	0,709	R2	0,964				

Рисунок 3.22 – Результати згладжування результативної та незалежних змінних за методом Спенсера

Як свідчить рис. 3.22, в цілому результати згладжування є прийнятними та в переважній більшості випадків згладжені дані були близькими до фактичних. Винятком є лише середньозважена ставка по середньостроковим ОВДП за тижневими торгами на вторинному ринку, згладжені дані якої дещо відрізняються від її фактичних даних.

Слідуючи запропонованій методиці прогнозування відсоткових ставок на ринку – ціновому орієнтирі, наступним кроком є побудова лінійної регресійної залежності та її оцінка з точки зору відповідності результатів даної моделі фактичним значенням результативної змінної (рис. 3.23).

Як свідчать дані, представлені на рис. 3.23, три з чотирьох факторів проявили помірний або сильний зв'язок із результативною ознакою.

Найсильніший вплив на середньозважену ставку доходності-offer для єврооблігацій українських банків на вітчизняному ринку облігацій протягом проаналізованого періоду справляли середньозважений курс на міжбанківському валютному ринку України у попередньому періоді та середньозважена ставка по середньострокових ОВДП за тижневими торгами на вторинному ринку.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	Confidence interval (%): 95									
2	Tolerance: 0,0001									
3	Model selection: Best model / Adjusted R2									
4	Min variables: 2 / Max variables: 4									
5										
6	Correlation matrix:							Goodness of fit statistics:		
7										
8	Variables	MA(X1)	MA(X2)	MA(X3)	MA(X4)	MA(Y)			Observations	72,000
9	MA(X1)	1,000	0,696	0,598	0,556	0,822			Sum of weights	72,000
10	MA(X2)	0,696	1,000	-0,062	0,067	0,233			DF	67,000
11	MA(X3)	0,598	-0,062	1,000	0,562	0,876			R2	0,924
12	MA(X4)	0,556	0,067	0,562	1,000	0,637			Adjusted R2	0,920
13	MA(Y)	0,822	0,233	0,876	0,637	1,000			MSE	0,710
14										
15	Model parameters:									
16										
17	Source	Value	Standard error	t	Pr > t	Lower bound (95%)	Upper bound (95%)	Cp		5,000
18	Intercept	-583,430	80,873	-7,214	< 0,0001	-744,853	-422,006	AIC		-19,886
19	MA(X1)	0,744	0,107	6,970	< 0,0001	0,531	0,957	SBC		-8,503
20	MA(X2)	-0,119	0,032	-3,688	0,000	-0,183	-0,054	PC		0,087
21	MA(X3)	0,704	0,159	4,441	< 0,0001	0,388	1,021			
22	MA(X4)	-1,507	4,461	-0,338	0,736	-10,411	7,396			

Рисунок 3.23 – Результати регресійного аналізу факторів коливання середньозваженої ставки доходності-offer для єврооблігацій українських банків на вітчизняному ринку облігацій у період з 29.12.2010 по 25.07.2012

Така залежність є зрозумілою, оскільки зростання курсу долара США на міжбанківському ринку спонукає учасників вітчизняного фондового ринку вкладати наявні ресурси у національній валюті у валютні інструменти для того, щоб уникнути знецінення наявних грошових коштів. А зростання середньозваженої ставки доходності по середньострокових ОВДП відповідно веде до підвищення доходності облігацій вітчизняних банків, інакше вони

втраять свою привабливість на потенційних інвесторів у порівнянні із державними цінними паперами. В результаті проведеного аналізу було отримано наступне рівняння лінійної регресії (формула (3.8)),

$$Y_{(t)} = -583.43 + 0.744X_{1(t-1)} - 0.119X_{2(t-1)} + 0.704X_{3(t-1)} - 1.507X_{4(t-1)}, \quad (3.8)$$

Оцінивши показники регресійної статистики, можна зробити висновок про тісний зв'язок усього набору незалежних змінних із результативною, підтвердженням чому є коефіцієнт множинної кореляції, який становить 0,924. Крім того, значення середньоквадратичної похибки на рівні 0,71, на нашу думку, є цілком прийнятним з точки зору використання даної залежності для довгострокового прогнозу відсоткових ставок. У свою чергу скоригований коефіцієнт множинної детермінації вказує на дуже високу (92%) детермінованість середньозваженої ставки доходності-offer для єврооблігацій українських банків на вітчизняному ринку облігацій зазначеними факторами. Для оцінки надійності і показника щільності для отриманої регресійної залежності було порівняно отримане значення F-критерію Фішера (204,85) із табличним (4,42). Значне перевищення отриманого значення над стандартним свідчить про те, що отримана закономірність була сформована під впливом суттєвих факторів, тобто підтверджуються статистична значущість усього рівняння і показника щільності зв'язку – коефіцієнта детермінації. Таким чином, можна зробити висновок, що сформовану регресійну залежність можна використовувати для прогнозу динаміки середньозваженої ставки доходності-offer для єврооблігацій українських банків на вітчизняному ринку облігацій.

Таким чином, запропонований алгоритм прогнозування ставок на ринках – цінних орієнтирах дає можливість спрогнозувати динаміку подальшої кон'юнктури на даних ринках з метою використання прогнозних даних при ціноутворенні на проценті послуги банку.

3.3 Розвиток методичного інструментарію встановлення цінних орієнтирів на торговельні банківські операції в Україні

Розширюючи викладені в попередньому підрозділі дисертаційної роботи засади використання ринків – цінних орієнтирів у ціноутворенні на банківські процентні послуги, пропонуємо застосувати їх у ціноутворенні на торговельні банківські операції, або, іншими словами на групу банківських послуг, ціна на які є фіксованою. До даної групи, в першу чергу, варто віднести ціни на банківські метали, які реалізує банківська установа юридичним та фізичним особам, та курси купівлі-продажу валюти для фізичних осіб.

Використання ринків – цінних орієнтирів у ціноутворенні на торговельні банківські операції передбачає, що ціна на валюту в операціях із населенням має встановлюватися, виходячи із тих самих принципів, що і ціни на процентні банківські послуги, в першу чергу – окупності. Іншими словами, діяльність банку по торгівлі валютою має забезпечувати йому мінімальний прибуток та покривати додаткові витрати, пов'язані із такою діяльністю. Окремо варто відмітити, що досліджувати варто лише встановлення цін на валюту при торгівлі із фізичними особами, оскільки здійснюючи конверсійні операції з валютою для юридичних осіб, банк не встановлює для останніх свою ціну. Отримуючи замовлення від організацій на придбання чи купівлю валюти, банк виконує виключно посередницьку функцію, виконуючи відповідні заявки на міжбанківському валютному ринку, при цьому для себе встановлюючи лише певний відсоток комісійних для компенсації власних витрат, пов'язаних із здійснення таких операцій. Зазвичай, це телекомунікаційні витрати, канцелярські та частина витрат по заробітній платі відповідних фахівців.

Отже, при ціноутворенні на торговельні операції із валютою з населенням, варто за початкову точку розрахунку взяти міжбанківський валютний ринок як інструмент, яким банк може скористатися у будь-який момент та отримати певний прибуток на різниці між ціною покупки та ціною

продажу валюти. При цьому, як для міжбанківського кредитного ринку так і для міжбанківського валютного ринку транзакційні витрати не є високими (рис. 3.24).



Рисунок 3.24 – Загальна схема учасників ціноутворення на валюту в обмінних пунктах для фізичних осіб при використанні ринків – цінових орієнтирів

Як видно із рис. 3.24, вирішальна роль надається саме казначейству, яке має контролювати діяльність валютного департаменту. Проте, як і у випадку із процентними банківськими послугами, реалізація даних операцій для фізичних осіб, на відміну від операцій на міжбанківському ринку або ринку Форекс, потребує певних додаткових витрат, для здійснення відповідної діяльності. Отже, різниця між ціною покупки та ціною придбання банком валюти має бути більшою за аналогічну різницю, яку він міг би отримати на міжбанківському ринку або ринку Форекс, як мінімум на різницю, яка б при перерахунку її на середньоденний оборот валюти по банку, внаслідок здійснення валюто-обмінних операцій фізичним особам, могла б компенсувати усі зазначені витрати. До останніх в першу чергу варто віднести витрати на функціонування валютної каси у кожному відділенні банку, частину витрат на інкасацію та

зберігання банком валюти у готівці. Особливою проблемою є розподіл таких витрат між ціною покупки та ціною продажу валюти. Іншими словами, на особливу увагу заслуговує визначення того, яка частина вказаних витрат має закладатися у ціну покупки валюти, а яка – у ціну продажу. На нашу думку, найбільш адекватним буде розподіл таких витрат на основі статистичної інформації стосовно частки кожного з двох видів операцій із валютою у загальному обсязі валютних операцій банку із фізичними особами (рис. 3.25).



Рисунок 3.25 – Засади використання ринкових орієнтирів при ціноутворенні для валюто обмінних операцій із фізичними особами в межах

Отже, як свідчить рис 3.25, орієнтуючись на міжбанківський валютний ринок або ринок Форекс, банк встановлює курси для обмінних операцій із

населенням. При цьому ціна продажу валюти для населення має бути нижчою за курс продажу на ринку – ціновому орієнтирі як мінімум на частку, яка компенсує відповідну частину додаткових витрат, пов'язаних із здійсненням валютообмінних операцій у валютних касах. Відповідно ціна покупки валюти від населення має перевищувати курс покупки на ринку – ціновому орієнтирі з певним запасом, який би компенсував частину вже зазначених витрат та можливо сформував певний додатковий прибуток банку. Варто відзначити, що в обох випадках існують ринкові обмеження, пов'язані із тим, що ціни конкурентів можуть бути більш привабливими для населення, що у свою чергу може суттєво обмежувати прибутковість такої діяльності.

Окремо слід підкреслити, що під ціною BID та ціною ASK на ринку – ціновому орієнтирі, які мають виступати основою для ціноутворення при обмінних операціях із населенням, ми розуміємо ціни закриття попереднього операційного дня. Тобто, запропонований автором підхід передбачає, що на дату n для встановлення ціни обміну валют у валютних касах будуть братись за основу ціни закриття торгів на міжбанківському валютному ринку або ринку Форекс у попередній операційний день $n-1$, оскільки саме такі ціни є індикаторами розвитку валютного ринку для менеджменту банківської установи, які враховують найбільший обсяг інформації щодо зовнішніх чинників, які впливають на фінансовий стан банку.

Вважаємо за необхідне звернути увагу на сучасне співвідношення цін на міжбанківському валютному ринку, як можливого ринку – цінового орієнтиру, та ринку валюто-обмінних операцій для населення (рис. 3.26).

Як свідчить рис. 3.26, банки далеко не завжди дотримуються співвідношення між цінами на валюту на ринку банківських послуг та на міжбанківському ринку, передбаченого використанням останнього як цінового орієнтира для першого. Дуже часто це пов'язано із тим, що банки розглядають міжбанківський валютний ринок не як інструмент напрацювання прибутку, а як засіб вирішення власних проблем з ліквідністю.



Рисунок 3.26 – Динаміка курсу долара США до української гривні на міжбанківському валютному ринку та ринку валюто-обмінних операцій із населенням у 2011 р.

Так, приблизно з кінця першого кварталу 2011 р. переважно спостерігалась ситуація, яка в цілому відповідає використанню ринків – цінових орієнтирів для ціноутворення на валюту, яку банк реалізовує фізичним особам, або була дуже близькою до неї, за винятком декількох окремих проміжків часу, тобто спостерігалась ситуація, за якої курс купівлі іноземної валюти нижчий за ціну BID на міжбанківському ринку, а курс продажу – вищий за ціну ASK. Проте у четвертому кварталі ціни на міжбанківському ринку почали відриватись від курсів у валютних касах банків, що в основному, було обумовлено окремими діями Національного банку України та розміщенням ОВДП із прив'язкою до їхнього курсу до курсу гривні по відношенню до долара США. Як наслідок, вітчизняні банки почали відчувати брак гривневої

ліквідності і, щоб вирівняти для себе ситуацію, вони почали все активніше виходити на міжбанківський ринок із пропозиціями щодо реалізації валюти.

В цілому, на нашу думку, наведене співвідношення цін на міжбанківському валютному ринку та ринку валютообмінних операцій для населення свідчить, що на вітчизняному ринку банківських послуг існують передумови до впровадження використання ринків – цінних орієнтирів при ціноутворенні на валюту, яку банк реалізовує фізичним особам.

Окрім валютообмінних операцій також доцільно застосовувати засади використання ринків цінних орієнтирів при ціноутворенні на банківські метали. Оскільки існує міжбанківський ринок дорогоцінних металів та ринок дорогоцінних металів Форекс, то можна припустити, що доцільно застосувати підхід до ціноутворення на торговельні операції із банківськими металами із фізичними та юридичними особами, подібний до того, який було запропоновано для процентних банківських послуг та валютообмінних операцій для населення (рис. 3.27).

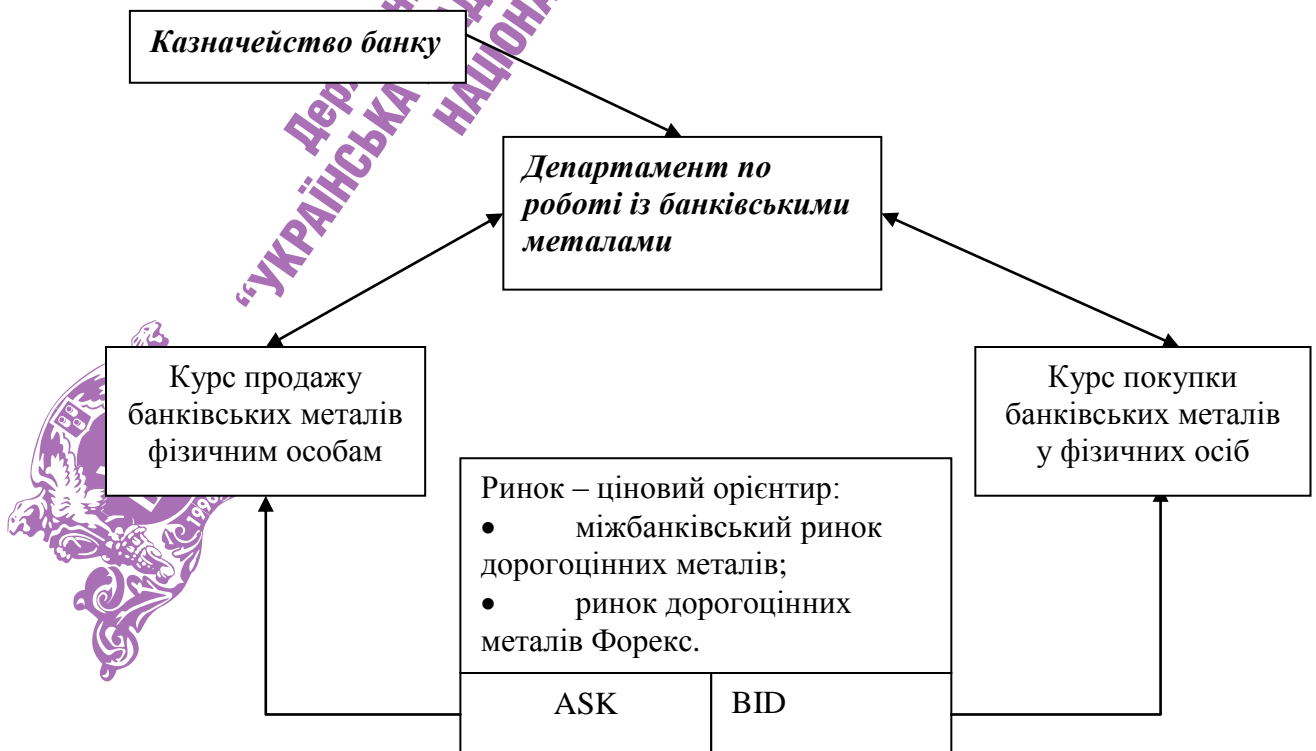


Рисунок 3.27 - Загальна схема учасників ціноутворення на торговельні операції банків із банківськими металами при використанні ринків – цінних орієнтирів

Відповідно до рис. 3.27, департамент по роботі із банківськими металами, перебуваючи під контролем казначейства банку, має встановлювати ціни, орієнтуючись на ринки – цінові орієнтири. Іншими словами, продаючи або купляючи дорогоцінні метали, банк встановлює ціну, яка буде для нього не менш вигідною, ніж якщо б він реалізував або придбав такі активи на відповідному ринку – ціновому орієнтирі. Отже, при встановленні ціни на банківські метали для фізичних та юридичних осіб, департамент по роботі із банківськими металами орієнтується на ціну ASK на відповідному ринку – ціновому орієнтирі, а при визначенні ціни придбання таких активів – на ціну BID.

Проте здійснення такої діяльності призводить до виникнення ряду додаткових витрат у порівнянні із торгівлею банківськими металами на міжбанківському ринку або ринку Форекс, які мають компенсуватися ціною відповідних послуг. І якщо при ціноутворенні на процентні послуги банку внутрішні витрати на залучення та розміщення фінансових ресурсів можна чітко розділити оскільки при реалізації таких послуг працюють різні відділи банку, то відповідні внутрішні витрати, пов'язані із торгівлею банківськими металами із фізичними та юридичними особами, формуються одними і тими ж структурними одиницями, а тому, перш за все, варто визначити принцип, за яким слід розподіляти зазначені додаткові витрати між ціною продажу та ціною покупки банківських металів. В даному випадку, на нашу думку, найбільш вдалим може бути підхід для валютообмінних операцій, запропонований нами вище. Тобто пропорція, за якої такі витрати мають розподілятися для їх включення в ціну покупки та ціну продажу банківських металів, має відповідати частці кожного з таких видів операцій у загальному обсязі торговельних операцій банку із банківськими металами із населенням та підприємствами (рис. 3.28).

Як свідчить рис. 3.28, при використанні ринків – цінових орієнтирів у ціноутворенні на банківські метали банк забезпечує собі, як мінімум, той рівень націнки, який він міг би мати на такому ринку, покриваючи разом з тим

додаткові витрати, пов'язані із відповідним обслуговуванням інтересів населення та підприємств. Крім того, в разі, якщо ситуація на ринку дозволяє, банк може дещо покращити ціни на відповідні послуги, таким чином формуючи додатковий прибуток.

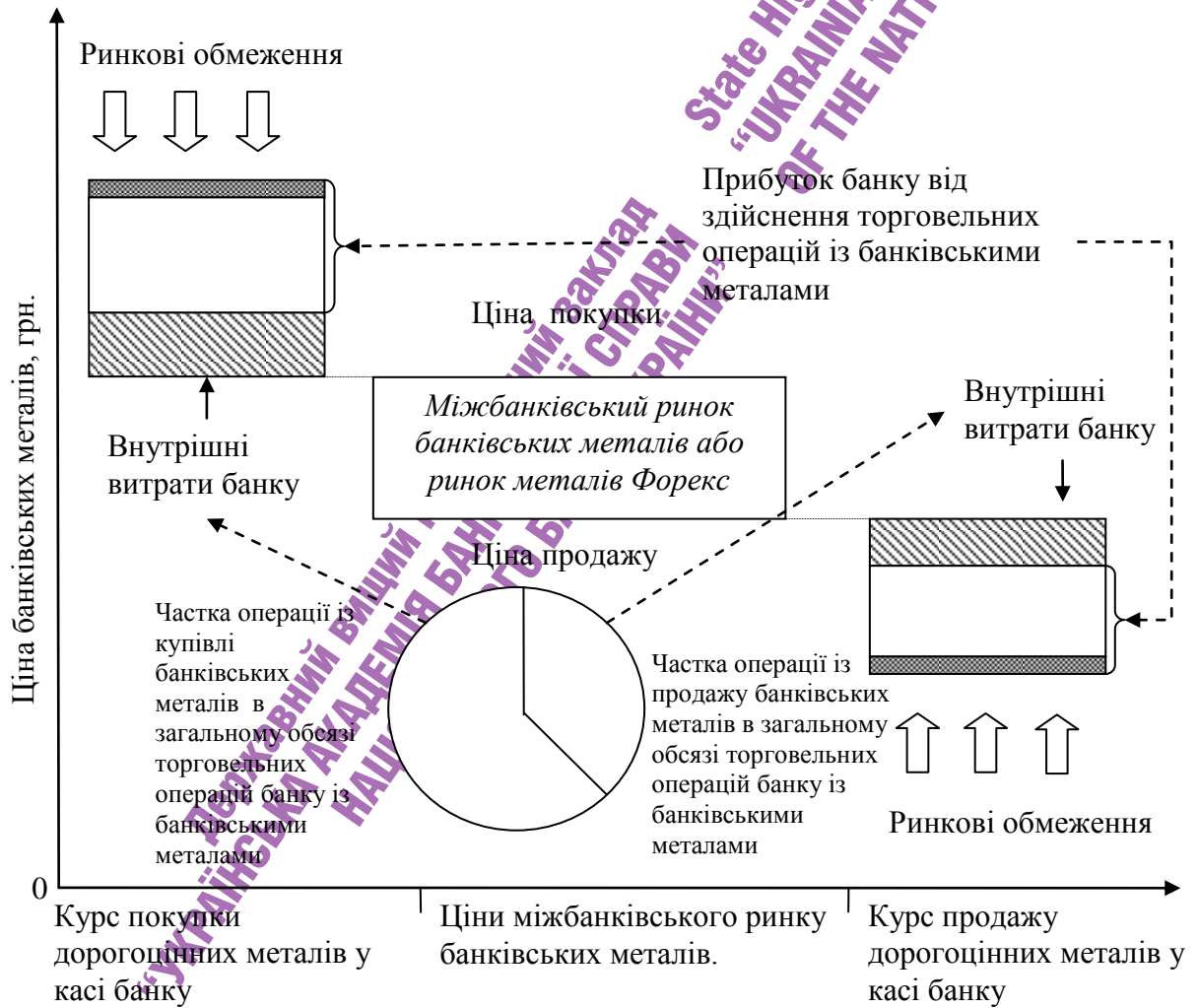


Рисунок 3.28 - Схема визначення цін на торговельні операції банків із банківськими металами із населенням та підприємствами

Варто відзначити, що реалізація даної методу для операцій із торгівлею банківськими металами має певні складнощі, пов'язані із тим, що попит на дані банківські послуги у підприємств та громадян є набагато нижчим за попит на вище проаналізовані процентні послуги та валюто-обмінні операції, а

відповідний міжбанківський ринок є значно менш розвинутим та менш активним.

Окремо слід підкреслити, що використання ринків – цінових орієнтирів при ціноутворенні на торговельні операції із валютою та банківськими металами дає можливість врахувати відповідні ринкові ризики, принаймні у оглядній перспективі, оскільки очікування гравців ринку стосовно загальних коливань на зазначенні активи миттєво впливають на ринкову кон'юнктуру на міжбанківському ринку або ринку Форекс. Іншими словами, прогнози банківських установ стосовно динаміки цін на валюту та банківські метали завжди знаходять своє відображення у змінах їхніх цін, із якими вони виходять на один із зазначених ринків – цінових орієнтирів, що, у свою чергу, впливає на загальну їх кон'юнктуру, коригуючи ціни ASK та BID. А отже, беручи за основу у торговельній діяльності із населенням та підприємствами ціни ринків – цінових орієнтирів, банк автоматично враховує поточні очікування ринку стосовно майбутніх коливань ринкових вартостей на зазначені активи.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі «Науково-методичні засади та практичні механізми визначення цінових орієнтирів при ціноутворенні на банківські послуги в Україні» розвинуто методичний інструментарій врахування ризику волатильності цін при ціноутворенні на процентні банківські послуги в Україні, прогнозування цінової динаміки на ринку – ціновому орієнтирі, встановлення цінових орієнтирів на торговельні операції.

За результатами даного розділу зроблено наступні висновки:

1. Зважаючи на те, що основою формування прибутку та портфеля послуг в банках є процентні банківські послуги, то особливу увагу в роботі приділено врахуванню впливу ризиків на депозитні та кредитні банківські послуги,

зокрема – ризиків цінових коливань на відповідному ринку – ціновому орієнтирі. Автором обґрунтовано наступні умови для використання певного ринку в якості ринку – цінового орієнтиру: 1) наявність реальної можливості доступу банку до даного ринку; 2) узгодженість термінів реалізації банківських послуг на відповідних сегментах ринку банківських послуг та термінів обігу відповідних їм фінансових інструментів на ринку – ціновому орієнтирі; 3) при наявності альтернатив вибір ринку – цінового орієнтиру здійснюється за критерієм максимізації вигоди для банку; 4) при виборі різних ринків – цінових орієнтирів для кредитних та депозитних банківських послуг ціна-орієнтир для депозитів має бути меншою за відповідну ціну для кредитів.

2. Дослідження динаміки середніх відсоткових ставок по кредитах та депозитах за 2008-2011 рр. на ринку банківських послуг та міжбанківському ринку дозволяє стверджувати, що сьогодні в якості ринків – цінових орієнтирів для процентних банківських послуг міжбанківський кредитний ринок може використовуватися при ціноутворенні на послуги для юридичних осіб (для них протягом 2011 р. середня ставка по гривневим депозитам була нижчою за ціну VID на міжбанківському ринку, а по кредитах – вищою за ціну ASK на ньому). Для фізичних осіб відсоткові ставки на ринку банківських послуг за період дослідження значно перевищували відповідні ціни на міжбанківському ринку, що свідчить про наявність диспропорцій у механізмі ціноутворення на них.

3. Для того, щоб уникнути щоденної зміни ціни на проценті банківські послуги, відповідну відсоткову ставку-орієнтир запропоновано коригувати (для кредитів – збільшувати, для депозитів – зменшувати) на надбавку за ризик її коливання на ринку – ціновому орієнтирі. Доведено, що сьогодні з урахуванням волатильності цін на міжбанківському кредитному ринку та поточних тенденцій розвитку ринку банківських послуг України прийнятними для банків в якості орієнтиру можуть бути ціни, які змінюються не частіше, ніж 1 раз на 5 робочих днів. Саме тому автор пропонує розраховувати ціну-орієнтир на відповідному ринку – ціновому орієнтирі як ковзну середню відповідної відсоткової ставки за останні 5 робочих днів. Для врахування ризику

волатильності цін на ньому в роботі розраховано допустимий діапазон її коливань на прикладі середньої відсоткової ставки ВІД на міжбанківському кредитному ринку для ресурсів строком на 1 міс. за період 2011 – І півр. 2012 р.

4. Використовуючи логіку закону Парето, автор стверджує, що у 80% випадків протягом 5 робочих днів ціна на досліджуваному ринку – ціновому орієнтирі змінювалась в діапазоні від 0 до 2,5 п. п. Саме тому в подальших розрахунках розмір надбавки за ризик волатильності цін на ринку – ціновому орієнтирі запропоновано встановлювати на рівні 2,5 п. п.

5. Використання запропонованого вище підходу до ціноутворення на проценті банківські послуги не викликає труднощів при відносно стабільній кон'юктурі відповідного ринку – ціновому орієнтирі. Проте коли амплітуда коливань відсоткової ставки-орієнтиру перевищує розрахований допустимий діапазон, то стандартні методи, що базуються на аналізі часових рядів, не можуть бути застосовані для прогнозування цінової динаміки на ринках – цінових орієнтирах. В таких випадках автор пропонує орієнтуватися не на тенденції розвитку відповідного ринку у попередньому періоді, які враховуються при розрахунку ковзної середньої, а приймати рішення на основі формалізованих залежностей ціни-орієнтиру та факторів її формування. Ця логіка покладена в основу розробки алгоритму прогнозування цін-орієнтирів на ринках – цінових орієнтирах. Для розрахунку прийнято дані за жовтень – листопад 2011 р. та травень – червень 2012 р., оскільки протягом цих періодів мала місце різка та непрогнозована зміна цієї ставки. Цей підхід апробовано також і при прогнозуванні ціни-орієнтиру для довгострокових депозитів у валюті (на даних ринку облігацій).

6. Для торговельних операцій банку в якості цінового орієнтира запропоновано використовувати ціни ВІД і АСК міжбанківського валютного ринку, міжбанківського ринку банківських металів, ринку Форекс. Автором обґрунтовано механізм ціноутворення на торговельні операції та визначено специфіку врахування ризику цінової волатильності на відповідних ринках – цінових орієнтирах.

Основні положення даного розділу дисертаційної роботи опубліковано автором в роботах [104, 106, 109, 111, 114, 118].

У дисертації представлено теоретичне узагальнення та запропоновано нове вирішення науково-прикладної задачі, яка полягає в удосконаленні науково-методичних засад та розробці практичних рекомендацій щодо розвитку методів ціноутворення на банківські послуги в Україні. За результатами дисертаційного дослідження зроблено наступні висновки:

1. В Україні метод ціноутворення на банківські послуги має обиратись залежно від виду банківських послуг (депозитні, кредитні, комісійні банківські послуги та торговельні операції) та домінуючих факторів встановлення цін на них (рівень забезпечення банку ліквідними активами, місце банку на ринку банківських послуг, рівень довіри до банку з боку клієнтів та наявність у банку ексклюзивних можливостей щодо залучення та розміщення ресурсів). Це формує систему методів ціноутворення на банківські послуги відповідно до цілей банку та його місця на ринку.

2. Існуюча система ціноутворення на банківські послуги в Україні має ряд недоліків, серед яких основними є занадто висока роль суб'єктивного фактору, відсутність чітко формалізованих меж ціноутворення на банківські послуги, низький рівень обґрунтованості витрат банку при ціноутворенні та слабкий контроль за ними, обмежений спектр факторів впливу на ціну, низький рівень оперативності реакції цін на екзогенні зміни, трансформація частини кредитної відсоткової ставки у ринкову вартість розрахункових послуг або комісійну винагороду за обслуговування кредитної угоди тощо.

3. Розроблена автором система ціноутворення на банківські послуги дозволяє подолати недоліки існуючої системи, оскільки передбачає виокремлення трьох підсистем ціноутворення за формою ціни, яка встановлюється на банківські послуги, суттєвий перегляд складу основних факторів ціноутворення на банківські послуги, реформування існуючої системи руху інформаційних потоків в банку при прийнятті цінових рішень, включення

повного обсягу внутрішніх витрат банку у ціни на банківські послуги, збільшення рівня обґрунтованості цін на банківські послуги за рахунок унеможливлення перекладання витрат з ціни одних банківських послуг на ціну інших та застосування комбінованого ціноутворення на банківські послуги.

4. Комбінований метод ціноутворення, який поєднує у собі елементи ринкового та витратного методів, дозволяє врахувати ринкові обмеження та максимальний обсяг зовнішніх факторів при ціноутворенні на банківські послуги, створює засади для формування прибутковості реалізації банківської послуги не нижче рівня, визначеного цінами ринків – цінових орієнтирів, спрямований на економію внутрішніх ресурсів банку та обмежує вплив суб'єктивного фактору при ціноутворенні на банківські послуги.

5. Калькуляція внутрішніх витрат банку, пов'язаних із наданням відповідної банківської послуги, має здійснюватись на засадах функціонально-вартісного аналізу із розподілом внутрішніх витрат бізнес-напрямків банку у 2 етапи та перерозподілом внутрішніх витрат центрів інфраструктури з допомогою перехресного методу.

6. Основою прозорого використання витратного методу ціноутворення на банківські послуги є врахування фактору часу при розрахунку собівартості банківської послуги із застосуванням коефіцієнту продуктивного використання робочого часу. Його слід визначати на основі нормативних та фактичних витрат часу, необхідних для надання банківської послуги в межах відповідного бізнес-напрямку банку, а також обсягів наданих банківських послуг та витраченого робочого часу в попередньому періоді. Середню вартість однієї хвилини праці фахівця слід розраховувати на основі внутрішніх витрат на надання банківської послуги окремого бізнес-напрямку банку, загального фонду робочого часу фахівців та частки продуктивного часу у загальному обсязі робочого часу.

7. Як ціновий орієнтир на процентні банківські послуги слід обирати відсоткову ставку на відповідному ринку – ціновому орієнтирі, розраховану як середню ковзну за попередні 5 робочих днів, скориговану (для кредитів –

збільшену, для депозитів – зменшену) на надбавку за ризик волатильності цін на ринку – ціновому орієнтирі, яка сьогодні для міжбанківського кредитного ринку складає 2,5 процентних пункти.

8. В умовах нестабільності ринкової кон'юнктури прогнозування цінової динаміки на ринках – цінових орієнтирах (міжбанківському кредитному ринку та ринку облігацій) не може базуватися на методах аналізу часових рядів, а має враховувати формалізовані залежності цін від факторів її формування, що робить його придатним для застосування в умовах нестабільності ринкової кон'юнктури.

State Higher Educational Institution
“UKRAINIAN ACADEMY OF BANKING
OF THE NATIONAL BANK OF UKRAINE”
Державний вищий навчальний заклад
“УКРАЇНЬКА АКАДЕМІЯ БАНКІВСЬКОЇ СПРАВИ
НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ”



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Calomiris, Ch. W. Relationship Banking and the Pricing of Financial Services [Electronic resource]. – Mode of Access: http://www1.gsb.columbia.edu/mygsb/faculty/research/pubfiles/4433/relationship_banking.pdf - Title from the screen.
2. Flannery M. Retail Bank Deposits as Quasi-Fixed Factors of Production // American Economic Review, 1984. V.72. № 3. P. 527-536.
3. Hannagan T. Risk-adjusted pricing for deposits [Electronic resource]. – Mode of Access: <http://www.decisionanalyticsblog.experian.com/blog/risk-based-pricing-2/risk-adjusted-pricing-for-deposits>. - Title from the screen.
4. Hannan, T. Multimarket Bank Pricing: An Empirical Investigation of Deposit Interest Rates // T. Hannan, R. Prager [Electronic resource]. – Mode of Access: <http://www.federalreserve.gov/pubs/feds/2004/200438/200438pap.pdf>. - Title from the screen.
5. Kaplan, R. Effective price-matching: a comment / R. Kaplan // International Journal of Industrial Organization. – № 18. – 2000. – P. 1291-1294.
6. Kozmenko S., Vasilyeva T., Leonov S. Peculiarities of price formation in the banking business of Ukraine // Serhiy Kozmenko, Tetiana Vasil'eva, Serhiy Leonov / In the monograph: 30 Jahre FACHHOCHSCHULE DER DEUTSCHEN BUNDESBANK: Under the editorship of Dr. h.c. Rudolf Bohmler (Hrsg.). – Frankfurt am Maine. – Diese Sonderveroffentlichung erscheint im Selbstverlag der Deutschen Bundesbank. – 2010. – P. 193-215
7. Menger C. Principles of Economics. // Carl Menger: Trans. J.Dingwall and B. F. Hoselitz. — Glencoe. IL : Free Press, 1950.
8. Rose, Peter S., Hudgins, Sylvia Conway. Bank Management & Financial Services : Seventh Edition / P. S. Rose, S. C. Hudgins // McGraw-Hill College. – 2006. – 733 p.

9. Vasil'eva T. Leonov S. Ostapenko L. World financial crisis and Ukraine // World financial crisis: causes, consequences, ways of overcoming – Sumy. – Business Perspectives. – 2009. – 427 p.

10. Аверьянов А. Н. Категория "система" в диалектическом материализме / А. Н. Аверьянов ; Акад. обществ. наук при ЦК КПСС. - М. : Мысль, 1974. - 70 с.

11. Акофф Р. О целеустремленных системах / Р. Акофф, Ф. Эмери ; пер. с англ. Г. Б. Рубальского ; под ред. И. А. Ушакова. - М. : Советское радио, 1974. - 271 с.

12. Алексеев І. В. Банківський маркетинг : навчальний посібник / Алексеев І. В., Захарчук О. В., Рим Н. Н., Львівський банківський коледж. – 2-ге вид., доп. – Львів : Львівський банківський коледж НБУ, 1998. – 96 с.

13. Аналітичний огляд банківської системи України за 2011 р. [Електронний ресурс] / Національне рейтингове агентство «Рюрик».- Режим доступа : http://rurik.com.ua/documents/research/bank_system_IV_kv_2011.pdf - Название с экрана.

14. Ахалая Г. Г. Ценообразование на банковские услуги и эффективность функционирования коммерческих банков : дис. канд. экон. наук : спец. 08.00.09 - «Ценообразование» / Г. Г. Ахалая. – СПб., 2000. – 197 с.

15. Бажин И. И. Экономическая кибернетика : компакт-учебник / И. И. Бажин. - Х. : Консум, 2004. - 292 с.

16. Банки и банковские операции: Учебник для вузов / [Е. Ф. Жуков, А. М. Максимова, О. М. Маркова и др.] ; под ред. Проф. Е. Ф. Жукова. - М: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 471 с.

17. Банківські ризики: оцінити, управляти, контролювати [Електронний ресурс] / Управление рисками в России. – Режим доступа : <http://www.risk-manage.ru/research/bank/>.- Название с экрана.

18. Банковское дело : учеб. для вузов / под ред. О. И. Лаврушина; Федер. гос. образоват. бюджет. учреждение высш. проф. образования

"Финансовый университет при правительстве Российской Федерации". - 9-е изд., стер. - М. : КноРус, 2011. - 768 с. - Библиогр. : с. 765-766.

19. Барановська І. В. Особливості ціноутворення та їх взаємозв'язок з бюджетним навантаженням / І. В. Барановська // Вісник Української академії банківської справи. - 2006. - № 2. - С. 28 – 37.

20. Барлтруп, Организация работы в банках: в 2-х томах / Барлтруп, Д. МакНотон ; [пер. с англ.] – М. : Финансы и статистика, 2002. – Т.2. - 256 с.

21. Берталанти Л. фон. Общая теория систем – критический обзор / Л. фон. Берталанти // Исследования по общей теории систем: Сборник переводов / Общ. ред. и вст. ст. В. Н. Садовского и Э. Г. Юдина. – М. : Прогресс. - 1969. - С. 23–82.

22. Берталанти, Л. фон. Общая теория систем – обзор проблем и результатов / Л. фон. Берталанти // Системные исследования : Ежегодник. – М. : Наука. - 1969. - С. 30 – 54.

23. Белова І. В. Кількісна модель для аналізу процентних ставок за депозитами банків України / І. В. Белова, Д. С. Парашук // Економічний простір : збірник наукових праць / ДВНЗ "Придніпровська державна академія будівництва та архітектури". – 2012. - № 57. – С. 212-217.

24. Блауг М. Економічна теорія в ретроспективі / М. Блауг ; пер. з англ. І. Дзюб. – К. : Вид-во Соломії Павличко "Основи", 2001. – 670 с.

25. Богданов А. А. Тектология. (Всеобщая организационная наука) : в 2-х кн. / А. А. Богданов. - М. : Экономика, 1989. Кн. 2. - 351 с.

26. Богданов А.А. Тектология. (Всеобщая организационная наука) : в 2-х кн. / А.А. Богданов. - М. : Экономика, 1989. Кн. 1. - 304 с. (Экон. наследие).

27. Брегеда О. Послуги як продукт банківської діяльності / О. Брегеда // Банківська справа. – 2003. – № 6. – С. 73–79.

28. Брігхем Е. Ф. Основи фінансового менеджменту / Е. Ф. Брігхем ; [пер. с англ.] – К. : ВАЗАКО Молодь, 1997. – 1000 с.

29. Бусыгин В. П. Микроэкономика. Третий уровень / Бусыгин В. П., Желободько Е. В., Цеплаков А. А. – СПб. : Питер, 2003. – 702 с.

30. Бутинець Ф. Аналіз діяльності комерційного банку : навч. посіб. / Ф. Ф. Бутинець, А. А. Герасимович. - Мін-во освіти і науки України. – Житомир : Рута, 2001. – 384 с.

31. Валенцева Н. Оценка себестоимости банковских продуктов / Н. Валенцева // Вестник Финансовой академии при Правительстве Российской Федерации. – 2004. – № 8. – С. 12–19.

32. Васильєва, Т. А. Підходи до формування маркетингової стратегії банку [Текст] / Т. А.Васильєва // Бізнесінформ. – 2012. – №3 (410). – С. 218-220

33. Васюренко О. В. Банківський менеджмент: Нач.посібник. / О. В. Васюренко. – К. : Видавничий центр "Академія", 2001. – 320 с.

34. Васюренко О. Ціна кредитних ресурсів як ключова складова системи управління кредитним ризиком / О. Васюренко, В. Подчесова // Банківська справа. – 2008. – № 1. – С. 28–34.

35. Визер, Ф. Австрийская школа в политической экономии // Менгер К., Бём-Баверк Е., Визер Ф. ; пер. с нем. / Предисл., коммент., сост. В. С. Автономова. - М. : Экономика, 1992.–620 с

36. Вовчак, О. Д. Маркетинг в банку: Навч. посібник / Вовчак О. Д., Самура Ю. О., Завійська О. І. – Л. : ЛКА, 2009 – 380 с.

37. Вовчак, О.Д. Сучасний погляд на банківські операції / О. Д. Вовчак // Вісник НБУ. – № 2 (168). – 2010. – С. 40 – 42.

38. Вовчак. О.Д. Банківське мікрокредитування малого підприємництва в Україні: монографія / О. Д. Вовчак, П. М. Сенищ, О.І. Антонюк. – К., Університет банківської справи НБУ, 2012. – 210 с.

39. Гойденко Ю. Теоретические основы ценообразования в коммерческих банках / Ю. Гойденко, Ю. Рожков // Финансовый бизнес. – 2002. – № 2. – С. 52 – 54.

40. Гойденко Ю.Н. Стратегия ценообразования в коммерческих банках / Ю. Н. Гойденко // Банковские услуги. - 2002. - № 8. - С. 14-18.

41. Гойденко, Ю. Н. Методические основы формирования системы ценообразования банковских услуг : дис. канд. экон. наук : спец. 08.00.10 / Гойденко Юрий Николаевич. – Хабаровск, 2001. – 254 с.

42. Головин Ю. В. Банки и банковские услуги в России: вопросы теории и практики // Ю. В. Головин. – Москва : Финансы и статистика, 2002. – 456 с.

43. Голуб В. Методичні аспекти ціноутворення на кредитні послуги банку / В. Голуб // Вісник НБУ. – 2002. – Листопад. – С. 48–50.

44. Гриньков Д. М. Кассовый разрыв [Электронный ресурс] / Д. М. Гриньков // Бизнес. - № 15 (950) : - 11.04.2011. – Режим доступа : http://www.business.ua/articles/bank_market/Kassovyuy_razryv-13941/. –

Название с экрана.

45. Гриньков Д. М. Тарифные сети [Электронный ресурс] / Д. М. Гриньков // Бизнес. - № 1 - 2 (988-989). – 2012. – Режим доступа : http://www.business.ua/articles/trends/Tarifnyye_seti-24447/. – Название с экрана

46. Гриньков, Д. М. Сочная ставка [Электронный ресурс] / Д. М. Гриньков // Бизнес №40(975). – 03.10.12.- Режим доступа : http://www.business.ua/articles/bank_market/Sochnaya_stavka-20587/ - Название с экрана

47. Грушко В. І. Управління фінансовими ризиками / Грушко В. І., Пилипченко О. І., Пікус Р. В. – Київ : Інститут економіки та права «Крок», 2000. – 168 с.

48. Грюнинг Хенни ван. Управление кредитными рисками / Х. ван Грюнинг, С. Брайович-Братанович // Банковский менеджмент. – 2008. – № 1. – С. 34-44.

49. Гурьянов С. Коммуникативный процесс в банках / С. Гурьянов // Банковский менеджмент. – 2007. – № 5. – С. 14–25.

50. Д'яконова І. І. Теоретико-методологічні основи функціонування банківської системи України : монографія / І. І. Д'яконова. – Суми : Університетська книга, 2007. – 400 с.

51. Давление на тариф [Электронный ресурс] / Просто банк консалтинг. – Режим доступа : http://www.prostobank.com/ru/publikatsii/kommentarii/davlenie_na_tarif. - Название с экрана

52. Данилова Л. Значение и основные особенности маркетинга услуг / Л. Данилова // Маркетинг и реклама. - 2008. - N 1. - С. 31-35.

53. Дейли, Дж. Эффективное ценообразование – основа конкурентного преимущества. : Пер. с англ. // Дж. Дейли, Г. Саймон. – М. : Экзамен, 2005. – 416 с.

54. Дзюблюк О. Перспективи удосконалення механізму управління процентним ризиком діяльності комерційних банків / О. Дзюблюк // Наукові записки Тернопільського державного педагогічного університету імені В. Гнатюка. Сер. Економіка. – 2005. – № 19. – С. 122 - 126.

55. Дзюблюк О. Проблеми організації банківського кредитування в умовах кризових явищ в економіці / О. Дзюблюк // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – Тернопіль, 2010. – Вип. 2. – С. 7 - 13.

56. Дзюблюк О. Ринок банківських послуг: теоретичні аспекти організації і стратегія розвитку в Україні / О. Дзюблюк // Банківська справа. – 2006. – № 5 - 6. – С. 23 - 36.

57. Дзюблюк, О. Оптимізація формування ресурсної бази комерційних банків / О. Дзюблюк // Банківська справа. – 2008. – № 5. – С. 38 - 47.

58. Дзюблюк, О. Перспективи оптимізації процентної політики комерційних банків в Україні / О. Дзюблюк // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – Тернопіль, 2005. – Вип. 4. – С. 7 - 18.

59. Долан Р. Дж. Эффективное ценообразование : [пер. с англ.] / Р. Дж. Долан, Г. Саймон. - Москва: Экзамен, 2005. – 416 с.

60. Доходи та витрати банків України за 2011 рік [Електронний ресурс] / Національний банк України.- Режим доступа : http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=84911&cat_id=87875. - Название с экрана.

61. Едророва В. Н. Создание и продвижение кредитного продукта / В. Н. Едророва, Д. В. Бахтин // Финансы и кредит. – 2004. – № 20. – С. 2–5.

62. Економічна енциклопедія : у 3 т. / гол. ред. Б. Д. Гаврилишин. - К. : Видавничий центр "Академія", 2000. - 863с.

63. Елисеева И. И. Жизнь и научное творчество Е. Е. Слуцкого / И. И. Елисеева // Экономическая школа. - Том 5. – Вып. 5. - 1999 г.

64. Ерохина Е. А. Теория экономического развития: системно-самоорганизационный подход / Е. А. Ерохина. – Томск : Изд-во Томского унта, 1999. - 160 с.

65. Ерухимович И. Л. Ценообразование: учебно-методическое пособие/ И. Л. Ерухимович, МАУП. - 2-е изд., стереот. - К. : МАУП, 1999. - 108 с.

66. Жариков О. Н. Системный подход к управлению : учеб. пособие для вузов / Жариков О. Н., Королевская В. И., Хохлов С. Н. ; под. ред. В. А. Персианова. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 319 с.

67. Жердецька, Л. В. Ціноутворення в банківській справі: Підручник. // Л. В. Кузнєцова, Л. В. Жердецька - Одеса: Видавництво „Атлант”, 2008. - 320 с.

68. Жердецька Л. В. Вплив ринкової концентрації на процеси ціноутворення у банківському секторі України / Л. Жердецька // Економічний простір: зб. наук. праць. – № 20/1. – Дніпропетровськ : ПДАБА, 2008. – С. 122-130.

69. Жердецька Л. В. Необхідність та сутність індивідуального підходу до банківського ціноутворення / Л. Жердецька // Вісник Львівської державної фінансової академії. Збірник наукових статей. Економічні науки – Львів: ЛДФА, 2005. Вип. 9. – С. 305-313.

70. Жердецька Л. В. Проблеми впровадження трансфертного ціноутворення в багатofilійному банку / Л. Жердецька // Вісник соціально-економічних досліджень. Вип. 19 / Одес. держ. екон. ун-т – Одеса: ОДЕУ, 2005. – С. 91-96.

71. Загальні принципи ціноутворення [Електронний ресурс] / Бібліотека економіста. – Режим доступу : <http://www.library.if.ua/book/61/4373.html>. – Назва з екрану.

72. Заруба Ю. Визначення собівартості банківських послуг / Ю. Заруба // Фінанси України. – 2002. – № 8. – С. 96–101.

73. Заруба Ю. О. Обчислення собівартості банківських операцій / Ю. О. Заруба // Банківська справа. – 1998. – № 3. – С. 31–36.

74. Заруба Ю. О. Фінансовий механізм підвищення конкурентоспроможності банку : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.04.01 «Фінанси, грошовий обіг і кредит» / Заруба Юрій Олександрович. – К., 2003. – 16 с.

75. Заруба Ю. Складові цінової політики банку / Ю. Заруба // Вісник Національного банку України. – 2002. – № 3. – С. 34–38.

76. Заруцька О. П. Деякі аспекти формування грошової маси / О. П. Заруцька // Проблеми трансформації економіки України. Збірник наукових праць. Випуск 2. – Дніпропетровськ : Видавництво Дніпропетровського університету. – 2000. – С. 29 - 34.

77. Заруцька О. П. Деякі тенденції ринку депозитів / О. П. Заруцька // Вісник Національного банку України. – 2001. – № 10. – С. 7-10

78. Заруцька О. П. Особливості управління процентними банківськими операціями / О. П. Заруцька // Вісник Національного банку України. – 2003. – № 2. – С. 16-19.

79. Заруцька О. П. Про деякі проблеми розвитку ресурсного ринку / О. П. Заруцька // Вісник Національного банку України. – 2002. – № 4. – С. 44-46.



80. Заруцька О. П. Тенденції ціноутворення банківського процентного продукту / О. П. Заруцька, В. В. Коваленко // Вісник Національного банку України. – 2002. – № 8. – С. 36-38.

81. Заруцька О. П. Щодо співвідношення середньозважених ставок ринку кредитних ресурсів / О. П. Заруцька // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. Збірник наукових праць. Том 8. – Суми : ВВП “Мрія-1” ЛТД, УАБС, 2003. – С. 69-70.

82. Захарова О. П. Формування факторів впливу та стан відсоткових ставок за банківськими кредитами / О. П. Захарова // Науковий вісник Волинського держ. ун-ту ім. Лесі Українки. – Луцьк : ВДУ ім. Лесі Українки. – 2003. – № 7. – С. 80-85.

83. Зеленьак Л. В. Чинники, що визначають розмір банківського відсотку / Л. Зеленьак // Вісник соціально-економічних досліджень. Вип. 18 / Одес. держ. екон. ун-т. – Одеса : ОДЕУ, 2004. – С. 119-124.

84. Інтернет портал Finance.UA [Електронний ресурс] / Економічні матеріали. – Режим доступу: <http://finance.ua>. – Назва з екрану.

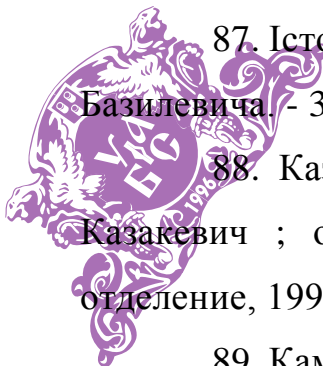
85. Історія економічних учень : підручник у 2 ч. / [Базилевич В. Д., Леоненко П. М., Гражевська Н. І., Гайдай Т. В.] за ред. В. Д. Базилевича. - 2-ге вид., випр. - К. : Знання, 2005. - 567 с.

86. Історія економічних учень: Підручник: У 2-х ч. Ч.1. / За ред. В.Д. Базилевича. - 3-е вид., випр. і доп. - К.: Знання, 2006. - 582 с.

87. Історія економічних учень: Підручник: У 2-х ч. Ч.2. / За ред. В.Д. Базилевича. - 3-е вид., випр. і доп. - К.: Знання, 2006. - 575 с.

88. Казакевич Д. М. Экономические методы в управлении / Д. М. Казакевич ; отв. ред. А. Г. Аганбегян. – Новосибирск : Наука, Сиб. отделение, 1992. – 385 с.

89. Камінський А.Б., Кияк А.Т. Ідентифікація, аналіз та управління операційб. ними ризиками в українських банках (дослідження Агентства фінансових ініціатив) / А.Б. Камінський, А.Т. Кияк // “Управление рисками в



России” [Электронный ресурс] // Веб-сторінка «Агенство фінансових ініціатив». – Режим доступу: <http://www.afі.com.ua>. – Назва з екрану.

90. Кірюхін Д. І. Вступ до філософії релігії Гегеля. Філософія як спекулятивна теологія. – К.: ПАРАПАН, 2009. – 204 с.

91. Коваленко В. В. Цінова політика в системі фінансового управління банком / В. В. Коваленко // Актуальні проблеми економіки. - 2004. - N 7. - С. 24-33.

92. Колесников С. Н. Инструментарий бизнеса: современные методологии управления предприятием / С. Н. Колесников. – М. : Издательско-консультационная компания «Статус-Кво 97», 2001. – 336 с.

93. Колесников С.Н. Стратегии бизнеса: управление ресурсами и запасами // С. Н. Колесников. – М.: Статус-Кво 97, 2000. – 189 с.

94. Кондильяк Э. Б. Трактат о системах, в которых вскрываются их недостатки и достоинства / Э. Б. Кондильяк. - М. : Соцэкгиз, 1938. – 195 с.

95. Коплстон Ф. От Фихте до Ницше [Электронный ресурс] / Пер. с англ., вступ. ст. и примеч. д. ф. н. В. В. Васильева. — М.: Республика, 2004. – Режим доступа : http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos /koplst/index.php - Название с экрана.

96. Коробов Ю. И. Сущность банка и ее эволюция в современных условиях / Ю. И. Коробов // Банковские услуги. – 2005. – № 7. – С. 14–18.

97. Котковський В. С. Актуальні питання підвищення ефективності банківського фінансового менеджменту / В. С. Котковський // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: Збірник наукових праць. – Випуск 21. – Суми : ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ», 2007. – Випуск 21. – С. 225 - 229.

98. Котковський В.С. Аналіз ціноутворення на кредитні продукти на прикладі ПАТ «Альфа-Банк» / В.С. Котковський, І.В. Дячун // Вісник Криворізького національного університету. - Вип. 31, 2012. - С. 289 - 291.

99. Котковський В.С. Сучасний стан банківських інновацій в Україні / В.С. Котковський // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи

України: Збірник наукових праць. – Випуск 24. – Суми: ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ», 2009. – С. 103 - 108.

100. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер ; пер. с англ ; 2-е европ. изд. – М. – СПб. – К. : Вильямс, 1998. – 1056 с.

101. Котляревський О. В. Регіональні аспекти функціонування банківської системи України / С. В. Леонов, О. В. Котляревський, О. М. Діденко // Соціально-економічна мотивація інноваційного розвитку регіону : монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, професора О. В. Прокопенко. – Суми : Сумський державний університет. – 2012. – С. 318 - 325.

102. Котляревський О. В. Аналіз макроекономічних чинників ціноутворення на банківські кредити в Україні / О. В. Котляревський, В. В. Оніщенко // Науковий вісник Донбаської державної машинобудівної академії. – 2010. – № 1(6Е). – С. 318 - 322.

103. Котляревський О. В. Аналіз чинників формування ціни кредитів в Україні / О. В. Котляревський // Економіка, фінанси та бізнес : проблеми та перспективи розвитку : Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, Україна, 17 - 18 грудня 2010 р.). – Одеса: ГО «Центр економічних досліджень та розвитку», 2010. – С. 71 – 74.

104. Котляревський О. В. Вдосконалення методичного підходу до формування системи ціноутворення на іноземну валюту та банківські метали / О. В. Котляревський // Інвестиції : практика та досвід. – 2012. – № 8. – С. 72 - 75.

105. Котляревський О. В. Вибір оптимального методу трансфертного ціноутворення в комерційному банку України / О. В. Котляревський, В. В. Оніщенко // Збірник доповідей учасників дев'ятої всеукраїнської науково-практичної конференції «Інноваційний потенціал Української науки - XXI сторіччя» (27 - 31 грудня 2010 р.). – Видавництво ПГА. – Запоріжжя, 2010. – С. 103 – 106.

106. Котляревський О. В. Вплив банківських ризиків на ціноутворення / О. В. Котляревський, О. В. Радченко // Управління ризиками

банків : монографія у 2 томах. Т. 1 : Управління ризиками базових банківських операцій / [А. О. Єпіфанов, Т. А. Васильєва, С. М. Козьменко та ін.] / за ред. д-ра екон. наук, проф. А. О. Єпіфанова і д-ра екон. наук, проф. Т. А. Васильєвої. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2012. – С. 64- 71.

107. Котляревський О. В. Вплив конкурентного середовища в банківській системі України на ціноутворення в банках / О. В. Котляревський // Науковий вісник: фінанси, банки, інвестиції. – 2011. – № 3. – С. 67 – 70.

108. Котляревський О. В. Вплив ризиків на ціноутворення в комерційних банках України / О. В. Котляревський // Вісник Житомирського державного технологічного університету / Економічні науки. – Житомир : ЖДТУ, 2011. – № 2 (56). – Ч. 2. – С. 52 - 54.

109. Котляревський О. В. Елементи системи управління маркетинговими ризиками банку та їх функціональна характеристика / О. В. Котляревський, С. В. Дубовик // Управління ризиками банків : монографія у 2 томах. Т. 2 : Управління ринковими ризиками та ризиками системних характеристик / [А. О. Єпіфанов, Т. А. Васильєва, С. М. Козьменко та ін.] / за ред. д-ра екон. наук, проф. А. О. Єпіфанова і д-ра екон. наук, проф. Т. А. Васильєвої. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2012. – С. 229 – 240.

110. Котляревський О. В. Ендогенні характеристики вартості банківських кредитів / О. В. Котляревський // Міжнародна банківська конкуренція : теорія і практика : збірник тез доповідей VI Міжнародної науково-практичної конференції (26 – 27 травня 2011 р.) : у 2 т. / Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України». – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2011. – Т. 2. – С. 61 - 62.

111. Котляревський О. В. Концептуальні засади реформування системи ціноутворення на продукти банків України / Т. А. Васильєва, О. В. Котляревський // Фінансово-кредитна діяльність : проблеми теорії та практики. – 2012. – Випуск 1 (12). – Частина I. – С. 26 - 31.

112. Котляревський О. В. Макроекономічні фактори впливу на ціну банківських кредитних ресурсів / О. В. Котляревський // Сучасні тенденції розвитку світової економіки : Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції для студентів, аспірантів та молодих вчених, м. Львів, 3 - 4 червня 2011 р. – Львів : Львівська економічна фундація, 2011. – С. 17 – 18.

113. Котляревський О. В. Методи формування цін на послуги комерційних банків / О. В. Котляревський // Materialy V Miedzynarodowej naukowii-praktycznej konferencji «Wykształcenie i nauka bez granic – 2009», 07 - 15 grudnia 2009 roku. – Volume 1. Ekonomiczne nauki.: Przemysl. Nauka i studia. – 2009. – С. 40 – 42.

114. Котляревський О. В. Можливості застосування даних фондового ринку при оцінці вартості банківського бізнесу в Україні / О. В. Котляревський // Вартість банківського бізнесу : монографія / [А. О. Єпіфанов, С. В. Леонов, Й. Хабер та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук А. О. Єпіфанова та д-ра екон. наук С. В. Леонова. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ». – 2011. – С. 215 - 222.

115. Котляревський О. В. Обґрунтування найбільш ефективного методу трансфертного ціноутворення для українських банків / О. В. Котляревський // Збірник тез доповідей Всеукраїнської наукової інтернет-конференції «Сучасні тенденції розвитку банківських систем в умовах подолання наслідків світової фінансової кризи» (Тернопіль, 31 травня 2011). – Вектор. – Тернопіль, 2011. – С. 92 – 95.

116. Котляревський О. В. Проблеми системи ціноутворення на процентні продукти вітчизняних банків / О. В. Котляревський // Аналіз та прогнозування трансформаційних процесів в економіці сучасного світу : проблеми та перспективи. X – Міжнародна науково-практична конференція, (м. Київ, 6-7 квітня 2012р.). – К, 2 - х частинах: Аналітичний центр «Нова економіка», 2012. Ч. II. – С. 58 - 59.

117. Котляревський О. В. Систематизація концептуальних підходів до розуміння сутності ціноутворення / О. В. Котляревський // Матеріали за 5-а міжнародна научна практична конференція «Будешето проблемите на световната наука», 17-25 декември 2009. – Том 12. – Икономики. – София. «Бял ГРАД-БГ» ООД. – С. 37 – 40.

118. Котляревський О. В. Удосконалення методичного підходу до формування системи ціноутворення на процентні банківські продукти / О. В. Котляревський // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет ; редкол. : С. І. Шкарабан (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2012. – Вип. 10. – Частина 3. – С. 69 – 72.

119. Кошевий М. М. Концепція системи ціноутворення банківської продукції / М. М. Кошевий // Економіст. - 2007. - N 2. - С.72-75.

120. Кошевий М. М. Цінова стратегія банку / М. М. Кошевий // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: зб. наук. праць / Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України». – Суми, 2006. - Т. 16. - С. 151 – 159.

121. Кредитний ризик комерційного банку : навч. посіб. / [В. В. Вітлінський, О. В. Пернарівський, Я. С. Наконечний, Г. І. Великоіваненко] ; за ред. В. В. Вітлінського. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2000. – 251 с.

122. Криклій О. А. Управління прибутком банку : монографія [Електронний ресурс] / О. А. Криклій, Н. Г. Маслак. – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2008. – 136 с. – Режим доступу : http://lib.uabs.edu.ua/library/Books_academy/794_2008.pdf. - Назва з екрану.

123. Кудлай В. Г. Актуальні проблеми ціноутворення на підприємствах в сучасних умовах / В. Г. Кудлай // Український соціум. – 2006. - № 6. – С. 73 – 80.

124. Кузнецова Л. В. Ціноутворення в банківській справі : підручник / Л. В. Кузнецова, Л. В. Жердецька. – Одеса : Атлант, 2008. – 320 с.

125. Курочкин А. Принципы организационного проектирования предприятий / А. Курочкин // Проблемы теории и практики управления. - 1998. - № 1. - С. 90-96.

126. Курсіо Доменіко. Визначення ціни банківських кредитів та Базель II : багатоперіодна методологія з поправкою на ризик за нових нормативних обмежень / Доменіко Курсіо, Ігор Гіанфранцеско // Банки та банківські системи країн світу. - 2009. - Т. 2. - № 4. - С. 64-73.

127. Кустовська О. В. Методологія системного підходу та наукових досліджень : Курс лекцій / О. В. Кустовська. – Тернопіль: Економічна думка, 2005. – 124 с.

128. Ламберт И. Г. Феноменология, или учение о видимости (пер. К. А. Волковой) / И. Г. Ламберт // Историко-философский ежегодник. - М. : Наука, 2006. С. 105-113.

129. Леонов С. В. Проблеми та перспективи використання інвестиційно-го потенціалу банківської системи в забезпеченні соціально-економічного роз-витку міста / С. В. Леонов // Системний підхід до інвестиційного забезпечення соціально-економічного розвитку міста / Монографія / за заг. редакцією д-ра екон. наук А. О. Єпіфанова та д-ра екон. наук Т. А. Васильєвої ; [А. О. Єпіфанов, Т. А. Васильєва, О. Ф. Балацький та ін.] – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2009. – 270 с.

130. Липсиц И. В. Ценообразование и маркетинг в коммерческом банке / И. В. Липсиц. – Москва : Экономистъ, 2004. – 124 с.

131. Липсиц, И. В. Коммерческое ценообразование [Текст] : учебник / И. В. Липсиц ; Министерство общего и профессионального образования (М.), Высшая школа экономики (государственный университет) (М.). - М. : БЕК, 1997. - 353 с.

132. Литвинов О. О. Вплив економічної конвергенції на цінову стабільність в Україні / О. О. Литвинов // Вісник Української академії банківської справи Національного банку України. - 2011. - №2 (31). - С. 24 - 31.

133. Майкл Портер. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Майкл Портер ; пер. с англ. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. — 715 с.

134. Макаренко М. І. Система трансфертного ціноутворення в комерційних банках : монографія / М. І. Макаренко, Т. Г. Савченко. - Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2008. - 238 с.

135. Максимова А. В. Ціноутворення на банківський продукт, відсотковий фактор / А. В. Максимова // Фондовий ринок. – 2001. – № 26 (228). – С. 8–11.

136. Маркова В. Д. Маркетинг услуг / В. Д. Маркова. – М. : Финансы и статистика, 1996. – 301 с.

137. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т. 1, кн. 1 : Процесс производства капитала / К. Маркс; ред. Фридрих Энгельс. - М. : Изд-во полит. литературы, 1983. - 905 с.

138. Маршалл А. Принципы экономической науки / А. Маршалл. – М. : Прогресс, 1993. – 415с.

139. Маслак Н. Г. Ціноутворення на банківські продукти : монографія [Електронний ресурс] / Н. Г. Маслак, О. А. Криклій. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2010. – 121 с. – Режим доступу : http://lib.uabs.edu.ua/library/Books_academy/977_2010.pdf. - Назва з екрану.

140. Масленченков Ю. С. Экономика банка. Разработка по управлению финансовой деятельностью банка / Ю. С. Масленченков, А. П. Дубанков. – М. : БДЦ-пресс, 2002. – 168 с.

141. Менеджмент для магистров : учебное пособие / под. ред. А. А. Епифанова, С. Н. Козьменко. – Сумы : Университетская книга, 2003. – 762 с.

142. Мескон М. Х. Основы менеджмента Мескон/ М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. - М. : «Дело», 1992. – 694 с.

143. Методичні рекомендації щодо організації процесу формування управлінської звітності в банках України : постанова правління НБУ від 06.09.2007 № 324. [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/v0324500-07> – Назва з екрану.

144. Мещеряков А. А. Методологічні засади організації ефективної внутрішньої економіки комерційного банку : автореф. дис. на здобуття наукового ступеня д-ра екон. наук : спец. 08.04.01 “Фінанси, грошовий обіг і кредит” / Мещеряков Андрій Адольфович. – Суми, 2006. – 31 с.

145. Мещеряков А. А. Організація діяльності комерційного банку: навчальний посібник / А. А. Мещеряков. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 607 с.

146. Мещеряков А. Визначення процентної собівартості продуктів банку на основі внутрібанківського перерозподілу доходів та видатків / А. Мещеряков // Банківська справа. - 2006. - N 2. - С. 51-57.

147. Милль Дж. С. Основы политической экономии / Дж. С. Милль // Рынок. – К. : Видавництво Україна. - 1995. – С. 74 – 96.

148. Мирецкий А. П. О сущности банковских услуг и банковских продуктов / А. П. Мирецкий // Вестник СГСЭУ. – 2002. – № 4. – С. 64–69.

149. Михайленко Д. Г. Моделирование стоимости банковских ресурсов / Д. Г. Михайленко // Проблемы і перспективи розвитку банківської системи України. - Т. 15. - С. 218 - 223.

150. Михайлюк О. Н. Мониторинг эффективности кредитования юридических лиц / О. Н. Михайлюк // Финансы и кредит. – 2007. – № 32. – С. 30 - 39.

151. Мищенко А. В. Методология управления кредитным риском и оптимальное формирование кредитного портфеля / А. В. Мищенко, А. С. Чижова // Финансовый менеджмент. – 2008. – № 1. – С. 91 - 105.

152. Москвин В. А. Разработка качественного бизнес-плана реализации инвестиционного проэктат / В. А. Москвин // Деньги и кредит. – 1998. - № 3. – С. 59-64.

153. Мухин В. И. Исследование систем управления : учебник для вузов / В. И. Мухин. - М. : Издательство «Экзамен», 2003. – 384 с.

154. Нікітін А. В. Маркетинг у банку : навчально-методичний посібник / А. В. Нікітін ; КНЕУ. – К. : КНЕУ, 2001. – 170 с.

155. Облік і аналіз доходів і витрат комерційного банку: автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.04 “Бухгалтерський облік, аналіз та аудит” / Снігурська Людмила Петрівна. – К., 2004. – 20 с.

156. Овсянникова О. А. Совершенствование системы ценообразования в банковской сфере: дис. канд. экон. наук : спец. 08.00.10 - «Финансы, денежное обращение и кредит» / О. А. Овсянникова. – Ростов-на-Дону, 2005. – 223 с.

157. Ожегов С. И. Словарь русского языка / С. И Ожегов. - М. : «Русский язык». - 1991. - 717 с.

158. Остаточное явление [Электронный ресурс] / Бизнес. – 23.05.12.- Режим доступа : http://www.business.ua/articles/bank_market/Ostatochnoe_yavlenie-15672/ - Название с экрана

159. Офіційний веб-сайт Національного банку України [Електронний ресурс] / Економічні матеріали. – Режим доступу: <http://bank.gov.ua>. – Назва з екрану.

160. Офіційний веб-сайт ТОВ «Український фондовий центр» [Електронний ресурс].- Режим доступа : <http://www.ufc-capital.com>. – Назва з екрану.

161. Павленко Л. Д. Вплив конкуренції на ціноутворення в банку / Л. Д. Павленко // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет. - Тернопіль, 2010 - № 7. - С. 162-165.

162. Панов М. В. Подходы к ценообразованию на ресурсы коммерческого банка в рамках бюджетного управления / М. В. Панов // Деньги и кредит. - 2007. - N 8. - С. 35 - 38.

163. Перехожев В. А. Современные подходы к пониманию категорий “банковский продукт”, “банковская услуга” и “банковская операция” / В. А. Перехожев // Финансы и кредит. - 2002. - № 21. - С. 23 - 33.

164. Петти У. Экономические и статистические работы / У. Петти ; пер. с англ. - М. : Соцэкгиз, 1940. - 324 с.

165. Плеханов Ю. О некоторых факторах ценообразования на рынке банковских услуг / Ю. Плеханов // Банковское дело. - 2007. - N 6. - С. 83 - 88.

166. Портер М. Конкуренция [Электронный ресурс] / М. Портер; пер. с англ. - М. : Вильямс, 2000. – Режим доступа : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0583-03> – Назва з екрану.

167. Правила бухгалтерського обліку доходів і витрат банків України : правила, затвержені постановою Правління Національного банку України від 18.06.2003 № 255 [Электронный ресурс] // Законодавча база. – Режим доступа : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0583-03> – Назва з екрану.

168. Про банки і банківську діяльність [Електронний ресурс] / Закон України від 07.12.2000 № 2121-III [зі змін. та доп.] – Режим доступа : <http://zakon.rada.gov.ua/go/2121-14>. – Назва з екрану.

169. Рикардо Д. Сочинения. Том 1. Начала политической экономии и налогового обложения / Д. Рикардо / под ред. М. Н. Смит. ; пер. с англ. - М. : Госполитиздат, 1955. - 358 с.

170. Рикунев В. И. Основы управления : Монография / В. И. Рикунев. - М. : «Изограф», 2001. – 112 с.

171. Романенко Л. Ф. Банківський маркетинг : монографія / Л. Ф. Романенко. – К. : Ін Юре, 2001. – 484 с.

172. Роуз Питер С. Банковский менеджмент / С. Роуз Питер ; пер. с англ. со 2-го изд. – М. : Дело, 1997. – 768 с.

173. Рош Дж. Стоимость компании: От желаемого к действительному / Джулиан Рош: пер. с англ. Е. М. Недбальская; науч. ред. П. В. Лебедев.– Минск: Гревцов Паблицер, 2008.– 352 с.

174. Русева Е. П. Методические аспекты трансфертного ценообразования в банке на основе базовой ставки / Е. П. Русева, Л. Жердецкая // Научный информационный журнал «Бизнес-информ». – Харьковский национальный экономический университет МОН Украины. – №12 (2). – 2007. – С. 184 – 187.

175. Савченко, Т. Г. Трансфертне ціноутворення у комерційних банках [Текст] : дис. канд. економ. наук : спец. 08. 00. 08 - гроші, фінанси і кредит / Т. Г. Савченко; Державний вищий навчальний заклад "Українська академія банківської справи Національного банку України". - Суми, 2007. – 246 с.

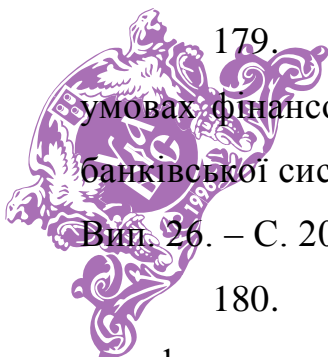
176. Салимжанов И. К. Ценообразование : учебник / И. К. Салимжанов. - 2-е изд., стер. - М. : КНОРУС, 2010. - 302 с.

177. Сало І. В. Фінансовий менеджмент банку : навч. посіб. / І. В. Сало, О. А. Криклій. – Суми : Університетська книга, 2007. – 314 с.

178. Севрук В. Т. Банковский маркетинг / В. Т. Севрук . - М. : "Дело ЛТД", 1994. - 128 с.

179. Седих О. Є. Удосконалення управління продуктами банку в умовах фінансової кризи / О. Є. Седих // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : зб. наук. праць / ДВНЗ «УАБС НБУ». – 2009. – Вип. 26. – С. 206 – 213.

180. Сидоренко О. М. Управління дохідністю кредитного портфеля та методи ціноутворення за кредитами / О. М. Сидоренко // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : зб. наук. праць / Державний вищий навчальний заклад «Українська академія



банківської справи Національного банку України». – Суми, 2003. – Т. 8. – С. 349 - 352.

181. Синки Дж. Управление финансами в коммерческих банках / Дж. Синки ; пер. с англ. - М. : Catallaхu, 1994. - 820 с.

182. Сміт А. Добробут націй : дослідження про природу та причини добробуту націй / А. Сміт ; пер. с англ. – К. : Port –Royal, 2001. – 590 с.

183. Соловьев В. С. Теория стратегического управления социальными организованными системами : Монография / В. С. Соловьев. - Новосибирск. : СибАГС, 2000. – 500 с.

184. Соловьев В. С. Организационное проектирование систем управления : учебное пособие / В. С. Соловьев. – Новосибирск : Сибирское соглашение, 2002. – 352 с.

185. Становлення неокласичної традиції. Кембріджська школа [Електронний ресурс] / Наукова бібліотека “Буковина”. – Режим доступу : http://buklib.net/component/option,com_jbook/task,view/Itemid,36/catid,131/id,3878 – Назва з екрану.

186. Стеченко Д. М. Методологія наукових досліджень : Підручник. - 2-ге вид. перероб. і доп. / Д. М. Стеченко, О. С. Чмир. - К. : Знання, 2007. – 317 с.

187. Стеченко Д. М., Чмир О. С. Методологія наукових досліджень: Підручник. – 2-ге вид. перероб. і доп. – К.: Знання, 2007. – 317с.

188. Стоимость обслуживания в банках Украины повысилась [Электронный ресурс] // Бизнес. - 19.07.2012. – Режим доступа : http://www.business.ua/articles/money/Stoimost_obslyzhvaniya_v_bankah_Ukrainy_povyсилas-34139/. - Название с экрана.

189. Стоит ли сейчас нести деньги в банки? [Электронный ресурс] / Статті. «Finance.ua». – 20.09.12. – Режим доступа : <http://news.finance.ua/ru/~ / 2/20/all/2012/09/20/287907> – Название с экрана.

190. Ткачук, В. О. Маркетинг у банку [Текст] : навч. посіб. / В. О. Ткачук. – Тернопіль : Синтез- Поліграф, 2006. – 228 с.
191. Товар і його властивості [Електронний ресурс] / Бібліотека економіста. – Режим доступу : <http://www.library.if.ua/book/61/4323.html>. – Назва з екрану.
192. Туган-Барановський М. І. Політична економія. Курс популярний / М. І. Туган-Барановський. – К. : Наукова думка, 1994. – 262 с.
193. Уемов А. И. Системный подход и общая теория систем / А. И. Уемов. - М. : «Мысль», 1978. – 272 с.
194. Управління залученням банківських ресурсів з депозитних джерел [текст] : монографія [Ярошенко С.П., Сало І.В., Крухмаль О.В., Кобичева О.С.]. – Суми : Університетська книга, 2011. – 105 с.
195. Управління ризиками банків : монографія у 2 томах. Т. 1 : Управління ризиками базових банківських операцій / [А. О. Єпіфанов, Т. А. Васильєва, С. М. Козьменко та ін.] / за ред. д-ра екон. наук, проф. А. О. Єпіфанова і д-ра екон. наук, проф. Т. А. Васильєвої. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2012. – 283 с.
196. Уроженко В. В. Применение метода TD ABC для оценки себестоимости банковского продукта / В. В. Уроженко // Управление в кредитной организации. – 2005. – № 3. – С. 56 – 59.
197. Усоскин В. М. Современный коммерческий банк. Управление и операции / В. М. Усоскин. – М. : Вазар-Ферро, 1994. – 320 с.
198. Уткин Э. А. Цены. Ценообразование. Ценовая политика / Э. А. Уткин. – М. : Экмос, 1997. – 224 с.
199. Формування вартості кредитів у країнах з перехідною економікою та вплив на неї облікової ставки: Інформаційно-аналітичні матеріали / За редакцією к. е. н. О. І. Кірсєва і к. е. н. М. М. Шаповалової. - Київ : Центр наукових досліджень НБУ, 2004. – 86 с.



200. Фролов А. А. Инновации ценообразования как метод повышения эффективности инвестиций : дисс. ... канд. эконом. наук : 08.00.05 / Фролов Алексей Александрови - Череповец, 2003. - 184 с.

201. Холл А. Д. Опыт методологии для системотехники / А. Д. Холл ; под ред. Г. Н. Поварова. - М. : «Советское радио», 1976. - 448 с.

202. Холл Х. Р. Организации: структуры, процессы, результаты. Серия "Теория и практика менеджмента" / Х. Р. Холл Санкт-Петербург : Питер, 2001, 512 с.

203. Холт Р. Н. Основы финансового менеджмента / Роберт Н. Холт ; пер. с англ. - М. : Дело, 1993. - 321 с.

204. Цацулин А. Н. Ценообразование в системе маркетинга / А. Н. Цацулин. - М. : Филинь, 1997. - 296 с.

205. Шагібов А. Г. Вплив іноземного капіталу на розвиток банківської системи України [Електронний ресурс] / А. Г. Шагібов // Економічні науки. Серія «Економічна теорія та економічна історія». Збірник наукових праць. ЛНТУ. - Луцьк, 2009. - Випуск 6 (23), Ч.2. - Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/en_etei/2009_6_2/38.pdf. - Назва з екрану.

206. Шаркаді Н. В. Цінова політика як інструмент реалізації ринкової стратегії банку / Н. В. Шаркаді // Актуальні проблеми економіки. - 2004. - N 2. - С.112 - 120.

207. Шевченко А. Маржиналізм: історія, теорія, практика / Шевченко А., Жученко В., Ніколаєнко С. // Економіка України. - 1999. - № 8. - С. 55 - 61.

208. Шкварчук Л. О. Ціни і ціноутворення : навчальний посібник / Л. О. Шкварчук. - 2-е вид., випр. - К. : Кондор, 2004. - 214 с.

209. Шмакова И. Оценка и анализ себестоимости банковских продукто / И. Шмакова // Вестник Финансовой академии при Правительстве Российской Федерации. - 2006. - № 10. - С. 45 - 53.



210. Шульга Н. П. Трансфертне ціноутворення як інструмент бюджетування комерційного банку / Н. П. Шульга // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. – Т. 5. – Суми : Мрія ЛТД. - 2002. – С. 4.

211. Шухов Н. С. Ценность и стоимость (опыт системного анализа) Вып. I. Часть II: Теории ценности и стоимости в отечественной экономической науке / Н. С. Шухов. - М. : Изд-во стандартов. 1994. – 364 с.

212. Шухов Н. С. Ценность и стоимость (опыт системного анализа). Вып. I. Часть I: Проблема ценности и стоимости в зарубежной литературе / Н. С. Шухов. - М. : Изд-во стандартов. 1994. - 295 с.

State Higher Educational Institution
“UKRAINIAN ACADEMY OF BANKING
OF THE NATIONAL BANK OF UKRAINE”

Державний вищий навчальний заклад
“УКРАЇНЬКА АКАДЕМІЯ БАНКІВСЬКОЇ СПРАВИ
НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ”



Додаток А

Динаміка відсоткових ставок на ринку банківських послуг України (сегмент з обслуговування юридичних осіб)

Таблиця А.1 – Середньозважені процентні ставки за депозитами, залученими від юридичних осіб у період з 2011 - I кварт. 2012 рр.

	на вимогу				до 1 року				від 1 року до 2 років			
	UAH	USD	EUR	RUR	UAH	USD	EUR	RUR	UAH	USD	EUR	RUR
січень 2011	6.5	1.7	3.2	5.8	3.1	3.6	2.0	6.1	9.9	2.4	3.9	4.8
лютий 2011	5.0	0.8	1.9	0.8	3.5	4.2	2.7	7.9	10.8	3.3	4.7	5.8
березень 2011	4.4	2.1	1.4	0.6	2.9	3.4	1.8	7.1	10.9	3.0	5.3	6.0
квітень 2011	4.7	3.2	2.3	2.1	2.6	3.1	1.2	7.1	10.3	2.9	6.9	6.2
травень 2011	4.7	2.8	2.6	1.9	3.0	3.4	2.2	6.6	10.9	3.7	5.2	9.8
червень 2011	4.8	2.4	1.5	0.9	3.5	3.5	2.1	7.6	10.1	1.8	5.0	7.0
липень 2011	5.0	2.8	1.2	3.0	3.4	3.5	2.3	6.3	9.9	4.2	5.9	1.0
серпень 2011	5.2	2.8	1.6	1.7	4.5	3.3	2.2	6.4	9.5	6.2	4.4	1.0
вересень 2011	5.4	3.7	1.6	0.8	6.0	3.5	3.3	5.5	10.1	3.1	4.4	1.0
жовтень 2011	5.5	3.1	1.2	5.2	11.4	4.6	3.3	6.2	10.4	5.9	5.6	–
листопад 2011	7.0	2.6	1.7	4.0	11.8	4.2	1.6	6.6	10.7	2.0	5.4	6.0
грудень 2011	7.9	1.6	1.7	6.2	9.2	4.7	2.9	5.5	12.8	5.9	4.1	2.5
січень 2012	9.6	0.9	3.2	4.3	6.4	4.7	2.5	6.1	12.5	5.9	4.5	4.0
лютий 2012	10.0	3.0	3.1	3.1	7.2	5.2	3.1	5.6	11.3	7.0	5.8	2.5
березень 2012	8.5	1.4	3.4	2.6	6.0	2.7	2.5	4.3	9.2	2.1	6.3	2.5

Таблиця А.2 – Середньозважені процентні ставки за кредитами, наданими юридичним особам у період з 2011 - I кварт. 2012 рр.

Період	овердрафт				до 1 року				від 1 року до 5 років			
	UAH	USD	EUR	RUR	UAH	USD	EUR	RUR	UAH	USD	EUR	RUR
січень 2011	18.0	7.2	5.3	11.4	12.0	11.1	7.4	10.3	15.1	11.1	10.1	13.1
лютий 2011	17.8	10.2	6.8	19.2	11.4	9.5	8.8	9.4	14.9	11.3	11.0	9.8
березень 2011	17.6	7.7	5.5	11.5	11.8	10.2	8.0	13.0	14.7	10.9	11.1	11.2
квітень 2011	17.0	7.9	5.1	11.6	11.7	10.0	8.1	13.3	14.5	10.9	11.2	12.8
травень 2011	17.0	6.5	5.8	16.0	12.3	9.2	9.0	12.2	14.2	10.9	9.4	12.0
червень 2011	16.9	4.1	6.0	17.5	13.2	9.6	9.4	10.8	14.9	10.8	10.3	11.8
липень 2011	17.0	4.0	4.5	14.7	12.6	9.1	8.5	10.4	16.1	10.5	10.5	10.8
серпень 2011	16.2	5.4	4.8	11.8	14.0	8.6	7.4	11.3	14.8	10.5	10.0	11.0
вересень 2011	16.5	6.2	6.4	12.3	14.9	7.5	8.9	12.3	14.9	9.5	9.1	10.3
жовтень 2011	16.7	4.2	5.2	13.6	18.9	7.8	7.8	12.9	15.8	10.1	9.3	12.8
листопад 2011	17.1	6.9	4.1	17.1	19.6	7.6	7.1	13.5	15.2	10.4	9.4	10.7
грудень 2011	17.2	6.9	6.4	11.1	17.1	7.9	9.2	13.0	17.3	9.6	8.9	11.5
січень 2012	17.2	8.1	5.9	10.5	14.8	8.2	7.9	13.3	15.6	11.1	8.8	11.1
лютий 2012	17.8	7.6	4.2	11.3	14.2	7.7	7.4	11.6	16.9	10.0	9.0	10.4
березень 2012	17.1	8.7	3.9	13.4	14.5	7.1	6.8	11.7	16.1	10.2	9.3	7.1

Додаток Б

Динаміка відсоткових ставок на ринку банківських послуг України (сегмент з обслуговування фізичних осіб)

Таблиця Б.1 – Середньозважені процентні ставки за депозитами, залученими від фізичних осіб у період з 2011 - I кварт. 2012 рр.

Період	на вимогу				до 1 року				від 1 року до 2 років ²			
	UAH	USD	EUR	RUR	UAH	USD	EUR	RUR	UAH	USD	EUR	RUR
січень 2011	5.3	4.1	2.6	0.6	13.5	7.2	5.8	6.0	16.4	8.6	7.3	6.2
лютий 2011	5.3	4.7	2.8	0.7	12.9	7.2	5.2	5.4	16.3	8.8	7.1	6.5
березень 2011	5.6	4.0	2.5	0.8	12.3	6.8	5.4	5.4	15.7	8.2	6.8	5.7
квітень 2011	5.7	3.9	2.5	0.8	11.9	6.5	5.2	5.1	15.2	8.1	6.9	5.3
травень 2011	5.3	3.5	2.6	0.8	12.1	6.4	5.2	5.1	15.4	8.1	7.0	5.6
червень 2011	5.5	3.9	2.5	1.2	11.7	6.3	5.2	5.2	15.1	8.1	6.8	6.0
липень 2011	6.5	3.6	2.2	1.1	11.8	6.1	4.7	5.3	15.5	7.7	6.2	6.2
серпень 2011	4.9	3.5	2.3	1.1	11.5	5.8	4.9	5.1	14.8	8.0	6.5	6.4
вересень 2011	5.0	3.5	2.3	1.0	12.3	6.1	5.0	5.0	15.0	8.0	6.5	7.9
жовтень 2011	5.3	3.4	2.0	1.5	13.6	6.6	5.2	4.9	15.5	8.2	6.8	6.1
листопад 2011	5.2	3.8	2.3	1.0	16.0	6.8	5.6	5.0	16.9	8.2	6.9	6.2
грудень 2011	5.3	3.6	2.8	1.0	18.6	7.1	5.8	5.2	17.8	8.3	6.8	7.0
січень 2012	5.8	3.7	2.4	1.1	18.1	7.1	5.9	5.8	17.0	8.1	7.2	7.6
лютий 2012	8.0	4.8	2.8	0.9	16.9	7.0	5.9	6.4	17.3	9.0	6.9	8.1
березень 2012	6.7	3.8	3.1	1.0	16.5	6.8	5.8	6.4	17.5	8.0	7.0	8.0

Таблиця Б.2 – Середньозважені процентні ставки за кредитами, наданими фізичним особам у період з 2011 - I кварт. 2012 рр.

Період	овердрафт				до 1 року				від 1 року до 5 років			
	UAH	USD	EUR	RUR	UAH	USD	EUR	RUR	UAH	USD	EUR	RUR
січень 2011	31.3	19.7	20.3	–	19.0	11.8	12.6	–	22.9	12.3	11.0	15.5
лютий 2011	32.3	19.2	21.0	–	19.0	10.8	21.1	–	23.9	12.8	7.8	–
березень 2011	33.7	20.4	19.9	–	22.0	11.3	15.0	–	25.0	10.3	13.1	16.2
квітень 2011	33.3	19.3	20.3	–	22.4	16.6	14.3	–	24.4	15.1	10.0	14.5
травень 2011	33.7	19.5	20.0	–	22.8	11.3	19.0	–	25.3	13.6	9.3	16.0
червень 2011	33.9	19.6	20.4	–	25.4	12.3	23.1	11.0	26.4	13.1	2.0	16.0
липень 2011	32.4	20.4	21.5	–	23.4	15.6	13.3	–	24.3	14.4	11.8	16.0
серпень 2011	31.3	19.6	23.9	–	24.7	15.3	14.5	–	25.3	12.6	9.1	15.9
вересень 2011	29.7	23.3	18.5	–	21.3	13.1	8.1	–	27.1	15.9	9.3	16.9
жовтень 2011	30.2	20.3	23.2	32.0	20.7	12.3	8.9	–	27.3	14.8	11.7	–
листопад 2011	29.8	20.2	20.3	–	22.9	10.4	10.7	–	24.8	12.1	9.8	–
грудень 2011	31.8	33.7	36.1	–	22.4	11.0	7.2	–	26.3	12.8	12.2	–
січень 2012	31.4	19.0	28.0	–	22.6	11.3	12.7	–	28.9	12.8	10.1	–
лютий 2012	29.1	23.8	24.4	32.0	23.8	10.7	7.6	–	31.5	14.4	13.1	–
березень 2012	30.0	19.6	24.0	–	24.0	12.0	10.4	–	30.7	13.9	11.4	–

Додаток В

Процентні ставки за депозитами в іноземній валюті, залученими на рахунки інших фінансових корпорацій

Період	на вимогу			до 1 року			від 1 року до 2 років			більше 2 років		
	UAH	USD	EUR	UAH	USD	EUR	UAH	USD	EUR	UAH	USD	EUR
січень 2011	7.6	2.6	1.0	12.4	4.2	4.7	15.2	7.4	7.3	16.0	–	5.3
лютий 2011	7.7	1.0	0.4	11.1	5.4	3.6	15.1	7.5	5.0	14.5	8.0	–
березень 2011	5.4	1.8	0.5	9.6	3.8	2.5	10.9	4.7	5.0	16.5	7.2	2.5
квітень 2011	5.6	2.1	0.1	2.4	5.1	4.3	14.4	7.5	6.4	12.3	8.0	–
травень 2011	6.8	2.6	0.2	4.2	4.4	2.7	14.3	5.7	6.5	12.1	8.4	–
червень 2011	5.7	2.2	1.0	6.1	3.8	3.2	9.5	9.6	4.0	11.9	8.0	2.6
липень 2011	4.5	1.3	0.1	5.8	5.0	3.9	15.4	7.3	7.0	12.7	7.7	2.5
серпень 2011	5.8	1.4	0.1	6.7	2.8	2.3	8.3	5.4	3.8	14.6	8.4	6.1
вересень 2011	6.9	2.0	1.3	8.4	2.1	2.4	10.0	7.8	4.3	15.4	9.0	3.8
жовтень 2011	6.6	3.2	1.4	13.7	2.7	4.3	16.2	5.6	5.2	14.2	8.1	3.6
листопад 2011	8.5	1.0	0.3	18.0	4.5	4.0	17.0	5.9	6.2	20.3	7.8	7.0
грудень 2011	9.2	1.1	0.1	14.2	3.9	5.4	12.6	7.7	4.4	18.5	8.0	2.7
січень 2012	9.5	2.2	0.0	15.7	2.3	5.0	13.7	7.5	8.8	11.4	8.5	7.0
лютий 2012	8.6	2.3	0.0	14.2	3.0	3.0	13.8	8.0	6.7	14.6	8.0	4.4
березень 2012	7.7	0.2	0.4	11.2	2.2	4.5	11.5	7.5	5.1	16.0	7.9	7.0



Додаток Г
Довідки про впровадження



Відділення АТ "ОТП Банк" в м. Суми

12.09.2012 № 001-07/1738

Голові спеціалізованої вченої ради Д55.081.01
ДВНЗ «Українська академія банківської справи
Національного банку України»
д.е.н., проф. Єпіфанову А.О.

ДОВІДКА
про впровадження результатів дисертаційного дослідження
Котляревського Олега Вікторовича
аспіранта кафедри банківської справи
ДВНЗ «Українська академія банківської справи
Національного банку України»
на тему «Система методів ціноутворення на банківські
послуги в Україні»

Фахівцями відділення АТ «ОТП Банк» м. Суми було розглянуто результати наукового дослідження Котляревського Олега Вікторовича на тему «Система методів ціноутворення на банківські послуги в Україні», підготовленого для захисту дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.08 – гроші, фінанси і кредит.

У процесі аналізу було встановлено, що дослідження Котляревського О. В. містить цілий ряд науково обґрунтованих результатів. Зокрема, фахівцями відділення АТ «ОТП Банк» м. Суми в поточній діяльності враховуються пропозиції дисертанта щодо встановлення цін на банківські послуги. Наведені в дисертаційній роботі рекомендації щодо використання комбінованого методу ціноутворення на процентні послуги та торговельні операції банку дозволять керівництву відділення АТ «ОТП Банк» м. Суми більш обґрунтовано підійти до процесу встановлення цін на послуги банку.

Керуючий



К. М. Д'яконов

м. Суми, 40000, Червона площа, 5
тел. +30 542 67 1560
факс: +30 542 77 0652
Ліцензія НБУ № 191 від 08.07.2009
Всі види банківських послуг: www.otpbank.com.ua



Голові спеціалізованої вченої ради Д55.081.01
ДВНЗ «Українська академія банківської справи
Національного банку України»
д.е.н., проф. Єпіфанову А.О.

25.09.2012 № 005-05/2012

**ДОВІДКА
ПРО ВПРОВАДЖЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ
КОТЛЯРЕВСЬКОГО ОЛЕГА ВІКТОРОВИЧА**

Фахівцями Центрального Сумського відділення ПАТ «ВТБ Банк» проведено оцінку доцільності впровадження в практику діяльності банку наукових результатів, отриманих аспірантом кафедри банківської справи Державного вищого навчального закладу «Українська академія банківської справи Національного банку України» О. В. Котляревським при підготовці наукового дослідження на тему «Система методів ціноутворення на банківські послуги в Україні», підготовленого для захисту дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.08 – гроші, фінанси і кредит. Критичний аналіз положень даного дисертаційного дослідження дозволив зробити висновок про його високий потенціал для практичної апробації. В поточній діяльності Центрального Сумського відділення ПАТ «ВТБ Банк» враховуються розроблені О. В. Котляревським методичні засади прогнозування цінової динаміки на міжбанківському кредитному ринку та ринку облігацій, що дозволило врахувати очікувані зміни кон'юнктури на даних ринках при ціноутворенні на кредитні та депозитні послуги банку.

**Директор
Центрального Сумського відділення
ПАТ «ВТБ Банк»**



Я. О. Гусєв

102154



ПАТ «ВТБ Банк»
Центральне
Сумське відділення

Вул. Воскресенська, б. 13 а
Суми, 40000, Україна
Телефон:
+380 (54) 267-57-81
+380 (54) 267-57-91

Факс:
+380 (54) 267-57-95

<http://www.vtb.ua>



ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
ДЕРЖАВНИЙ ОЩАДНИЙ БАНК УКРАЇНИ

ФІЛІЯ - СУМСЬКЕ ОБЛАСНЕ УПРАВЛІННЯ

20.09.2012 № 01-14/2752

Голові спеціалізованої вченої ради Д55.081.01
ДВНЗ «Українська академія банківської справи
Національного банку України»
д.е.н., проф. Єпіфанову А.О.

**ДОВІДКА ПРО ВПРОВАДЖЕННЯ
РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ**

Здійснена спеціалістами Філії-Сумського обласного управління АТ «Ощадбанк» оцінка доцільності практичного впровадження наукових результатів, отриманих аспірантом Державного вищого навчального закладу «Українська академія банківської справи Національного банку України» Котляревським Олегом Вікторовичем, при підготовці дисертаційної роботи на тему «Система методів ціноутворення на банківські послуги в Україні», поданої в спеціалізовану вчену раду Д55.081.01 на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.08 – гроші, фінанси і кредит, свідчить, що положення цього дисертаційного дослідження мають високий потенціал для практичної апробації.

Так, зокрема, при розробці конкретних практичних заходів щодо встановлення цін на послуги Філії-Сумського обласного управління АТ «Ощадбанк» враховуються запропоновані Котляревським О. В. рекомендації щодо формування калькуляції внутрішніх витрат банку, пов'язаних із наданням відповідної банківської послуги. Це дозволить підвищити обґрунтованість та прозорість цін на послуги банку.

Начальник управління
Філії-Сумського обласного управління
АТ «Ощадбанк»



О. В. Радченко



ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО КОМЕРЦІЙНИЙ БАНК "ПРИВАТБАНК"
вул. Набережна Перемоги, 50, м. Дніпропетровськ, 49094, Україна
Телефон: 0 800 500 003 Факс: +38 0 56 789 66 14
www.privatbank.ua E-mail: hotline@privatbank.ua

Від 17.09.2012 № 001-10/158
На № _____ від _____

ДОВІДКА

*про впровадження результатів наукового дослідження,
виконаного аспірантом кафедри банківської справи ДВНЗ «УАБС НБУ»
Котляревським Олегом Вікторовичем
на тему «Система методів ціноутворення на банківські послуги в Україні»
поданого в спеціалізовану вчену раду Д55.081.01
на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук
за спеціальністю 08.00.08 – гроші, фінанси і кредит*

Критичний аналіз наукових результатів, отриманих аспірантом Котляревським О. В. при підготовці дисертаційного дослідження «Система методів ціноутворення на банківські послуги в Україні», дозволяє дійти висновку, що вони представляють практичний інтерес для комерційних банків України.

В поточній діяльності Сумської філії ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» враховуються результати практичних розрахунків, здійснених на базі даних Сумської філії ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК», щодо розподілу витрат бізнес-центрів банку у 2 етапи та перерозподілу внутрішніх витрат центрів інфраструктури із використанням перехресного методу.

Директор Сумської філії
ПАТ КБ «ПриватБанк»



І.Б.Чернявський

Контактна інформація:
40011, Сумська обл., м.Суми, вул. Горького, 26,
Сумська філія





20.09.2012 №002-13/1741

Голові спеціалізованої вченої ради Д55.081.01
ДВНЗ «Українська академія банківської справи
Національного банку України»
д.е.н., проф. Єпіфанову А.О.

ДОВІДКА
*про впровадження результатів дисертаційного дослідження
Котляревського Олега Вікторовича
на тему «Система методів ціноутворення на банківські послуги в Україні»,
представленого на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук
за спеціальністю 08.00.08 – гроші, фінанси і кредит*

Критичний розгляд результатів дисертаційного дослідження, проведеного Котляревським О. В., дозволив дійти висновку, що вони є науково-обґрунтованими та можуть використовуватися у практичній діяльності комерційних банків України.

Так, зокрема, у роботу відділення «Сумське» ПАТ «Альфа-Банк» впроваджено пропозиції дисертанта щодо врахування фактору часу при ціноутворенні на комісійні банківські послуги шляхом визначення середньої вартості однієї хвилини праці фахівців банку, задіяних в реалізації даного виду банківських послуг, та коефіцієнта продуктивного використання робочого часу в кожному бізнес-напрямку банку, в процесі контролю за часовими параметрами обслуговування клієнтів банку.

Таким чином, результати, отримані під час написання дисертаційної роботи Котляревським О. В., враховуються в поточній діяльності відділення «Сумське» ПАТ «Альфа-Банк», зокрема при встановленні цін на послуги банку.

Директор



Т. М. Єрмакова



Державний вищий навчальний заклад
«Українська академія банківської справи
Національного банку України»



І.О. Школьник

АКТ

про впровадження результатів дисертаційного дослідження
Котляревського Олега Вікторовича «Система методів
ціноутворення на банківські послуги в Україні» у навчальний
процес факультету банківських технологій ДВНЗ «Українська
академія банківської справи Національного банку України»

від 03.10.2012 року

м. Суми

Акт складено комісією у складі :

Голова – декан факультету банківських технологій
к.е.н., доц. Гончарук Т.І.

Члени комісії: завідувач кафедри банківської справи
д.е.н., проф. Васильєва Т.А.,
заступник декана факультету банківських технологій
к.е.н., ст.викл. Олексіч Д.В.

Комісія провела роботу щодо визначення фактичного впровадження
результатів дисертаційного дослідження Котляревського Олега Вікторовича
«Система методів ціноутворення на банківські послуги в Україні» у
навчальний процес факультету банківських технологій ДВНЗ «Українська
академія банківської справи Національного банку України».

Комісія розглянула наступні матеріали:

1. Дисертаційну роботу Котляревського Олега Вікторовича «Система методів ціноутворення на банківські послуги в Україні».
2. Робочі навчальні програми дисциплін:



- 2.1. «Фінансовий менеджмент у банку» (викладається для студентів ОКР «Магістр» денної форми навчання за спеціальністю 8.03050802 «Банківська справа»).
- 2.2. «Маркетинг у банку» (викладається для студентів ОКР «Магістр» денної та заочної форми навчання за спеціальністю 8.03050802 «Банківська справа»).
3. Видані навчально-методичні матеріали для вивчення вищезазначених дисциплін.

У результаті проведеної роботи комісією встановлено:

1. Розроблені в дисертаційній роботі Котляревського Олега Вікторовича «Система методів ціноутворення на банківські послуги в Україні» методичні і науково-теоретичні положення впроваджені як розділи наступних дисциплін:
 - 1.1 «Фінансовий менеджмент у банку». Теми: «Управління зобов'язаннями банку», «Управління кредитним портфелем банку».
 - 1.2 «Маркетинг у банку». Теми: «Ціноутворення банківських продуктів», «Організація та контроль у банківському маркетингу».
2. Застосування в навчальному процесі факультету банківських технологій ДВНЗ «Українська академія банківської справи Національного банку України» матеріалів дисертаційного дослідження Котляревського Олега Вікторовича «Система методів ціноутворення на банківські послуги в Україні» надало можливість поглибити теоретико-методичні основи викладання перелічених дисциплін та підвищити якість підготовки фахівців за спеціальністю «Банківська справа».

Голова комісії

Т.І. Гончарук

Члени комісії:

Т.А. Васильєва

Д.В. Олексіч

