

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

Кафедра банківської справи

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

“ ” (підпис)
2019 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістра

за спеціальністю 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

за магістерською програмою професійного спрямування

«Управління діяльністю банків на фінансовому ринку»

на тему:

**«ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ ЦІНОУТВОРЕННЯ СУЧАСНОГО
БАНКУ»**

Виконавець:

Студентка ЦЗФН групи 63Ф13М

Бабчинська Ірина Олександрівна

Науковий керівник:

Д.е.н., доц.

Жердецька Лілія Вікторівна

ОДЕСА – 2019

АНОТАЦІЯ
Бабчинська І. О.,
«Формування стратегій ціноутворення сучасного банку»,
 кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності
 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» за магістерською програмою
«Управління діяльністю банків на фінансовому ринку»,
 Одеський національний економічний університет
 м. Одеса, 2019 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – процеси формування цінових стратегій в банківській діяльності.

У першому розділі роботи розроблено науково-методичні засади формування конкурентних стратегій банку, визначено специфіку банківського ціноутворення та обґрунтовано теоретичні засади стратегії та тактики банківського ціноутворення.

У другому розділі охарактеризовано тенденції ціноутворення в банківській системі України, здійснено моделювання та оцінку конкуренції на банківському ринку; розроблено методичні підходи до оцінки стратегій ціноутворення банків України.

У третьому розділі здійснено декомпозиційний аналіз фінансового результату та обґрунтовано стратегії таргетного ціноутворення.

Ключові слова: банк, банківська система, ціна, стратегія банку, цінова стратегія, конкуренція, декомпозиційний аналіз, таргетне ціноутворення.

ANNOTATION
Babchinska Iryna,
"Formation of pricing strategies of the modern bank",
 qualification work for a master's degree in a specialty
 072 "Finance, Banking and Insurance" under the Master's program
"Management of Financial Markets of Banks",
 Odessa National Economic University
 Odessa, 2019

The Master's qualification work consists of three sections. The object of study - the processes of pricing strategies formation in banking.

In the first section of the paper, the scientific and methodological principles of forming competitive strategies of the bank are elaborated, the specifics of banking pricing are determined, and theoretical principles of banking pricing strategy and tactics are substantiated.

The second section describes pricing trends in the banking system of Ukraine, performed modeling and evaluation of competition in the banking market; methodological approaches to the evaluation of Ukrainian banks' pricing strategies have been developed.

In the third section the decomposition analysis of the financial result is carried out and the target pricing strategies are substantiated.

Keywords: bank, banking system, price, bank strategy, pricing strategy, competition, decomposition analysis, target pricing.

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ ЦІНОУТВОРЕННЯ БАНКУ	7
1.1. Науково-методичні засади формування конкурентних стратегій банку	7
1.2. Специфіка банківського ціноутворення	19
1.2. Теоретичні засади стратегії та тактики банківського ціноутворення	23
Висновки до першого розділу	40
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ТА ЦІНОВИХ СТРАТЕГІЙ НА БАНКІВСЬКОМУ РИНКУ УКРАЇНИ	42
2.1. Тенденції ціноутворення в банківській системі України.....	42
2.2. Моделювання та оцінка конкуренції на банківському ринку	48
2.3 Методичні підходи до оцінки стратегій ціноутворення банків України.....	60
Висновки до другого розділу	67
РОЗДІЛ 3. ОБГРУНТУВАННЯ ЦІНОВИХ СТРАТЕГІЙ БАНКІВ НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ МАТРИЧНОГО ПІДХОДУ.....	69
3.1. Декомпозиція фінансового результату як передумова формування ефективної цінової стратегії.....	69
3.2. Обґрунтування стратегії таргетного ціноутворення.....	77
Висновки до третього розділу	84
ВИСНОВКИ	86
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	90

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У банківській сфері відбуваються суттєві зміни, які обумовлені глобалізацією фінансових ринків, розвитком інформаційних технологій, посиленням конкуренції у банківському секторі економіки, передусім чергу з боку банків з іноземним капіталом, необхідністю лібералізації внутрішнього фінансового ринку. Впровадження рекомендацій Базельського комітету з банківського нагляду вимагає комплексного й системного підходу до управління всіма видами ризиків (збір необхідних даних, оцінка ризиків, моніторинг змін, адекватні управлінські рішення відповідно до змін). Постійно зростаючі вимоги клієнтів і посилення конкуренції на ринку банківських послуг примушують вітчизняні банківські установи зайнятись пошуком джерел збільшення фінансового результату за умови збереження припустимого рівня ризику. У таких умовах головним чинником ефективного та успішного розвитку банку стають наявність та ефективне використання нематеріальних переваг, що потребує удосконалення інструментів та технологій управління банками. Особливе місце серед вищевказаних питань займає ціноутворення, яке включає розрахунок вартості фінансових ресурсів та потребує визначення системи взаємодії окремих бізнес-напрямків банківської діяльності. Формування ефективних стратегій ціноутворення у вітчизняних банках дозволить підвищити якість організації процесів управління активами і пасивами банку, планування прибутку, визначати економічну ефективність діяльності банку, як у цілому, так і його окремих підрозділів.

Питанням побудови фінансової стратегії банку, визначення принципів взаємодії таких підрозділів, оцінки внеску структурних одиниць банку у загальний фінансовий результат присвячені праці таких зарубіжних науковців та практиків як Роуз. Пітер С., Сінкі Дж., Кенжалієв А. Дж., російських – Косована К.С., Зубарева В.О., Селезньової В.Ю., Масленченкова Ю.С., Смірнова А.В., та вітчизняних – Шульги Н. П., Криклій О. А., Жидко К.,

Васильченка З.М., Волошка І. В. У той же час аналітичне вивчення робіт перерахованих вище авторів дає підстави стверджувати, що багато науково-методологічних аспектів означеного питання залишаються недостатньо розробленими. Необхідність подальших досліджень у цій сфері, а також її наукова та практична значимість визначили вибір теми і методів дослідження, його мету і завдання.

Метою дослідження є поглиблення теоретичних та практичних знань з питань формування стратегій ціноутворення сучасного банку.

Основними *завданнями* дипломної роботи є:

- розробити науково-методичні засади формування конкурентних стратегій банку
- визначити специфіку банківського ціноутворення
- обґрунтувати теоретичні засади стратегії та тактики банківського ціноутворення
- охарактеризувати тенденції ціноутворення в банківській системі України
- здійснити моделювання та оцінку конкуренції на банківському ринку
- розробити методичні підходи до оцінки стратегій ціноутворення банків України
- провести декомпозицію фінансового результату як передумова формування ефективної цінової стратегії
- обґрунтувати стратегії таргетного ціноутворення.

Об'єктом дослідження є процеси формування цінових стратегій в банківській діяльності.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні та практичні засади цінових стратегій сучасного банку.

Методи дослідження. Теоретичною та методологічною основою роботи є об'єктивні і фундаментальні положення сучасної економічної теорії. У процесі дослідження використовувалися як загальнонаукові, так і спеціальні

методи пізнання: аналізу та синтезу – для деталізації предмета дослідження та вивчення його функціональних і структурних складових; логічного узагальнення – для класифікації теорій вартості та цін на банківські продукти та послуги, характеристики визначальних особливостей етапів розвитку процесів ціноутворення в банківській системі України; графічний та побудови аналітичних таблиць – для наочного зображення результатів дослідження; наукового абстрагування – при визначенні найбільш важливих чинників, які впливають на фінансовий результат банку. Методи економіко-математичного моделювання застосовувались для оцінки рівня конкуренції в банківській системі України як одного з визначальних чинників при обранні підходу до трансфертного ціноутворення.

Інформаційною базою дослідження стали Закони України, Постанови Правління НБУ, нормативні акти Уряду України, звітні дані Національного банку України та окремих банківських установ, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів з розглянутої тематики.

ВИСНОВКИ

Вагомою складовою маркетингові стратегії банку є цінова, яку можна визначити як обґрунтований вибір з декількох варіантів певних банківських послуг і цін на них, що узагальнює модель дій щодо встановлення та змін цін, а також набір правил для прийняття цінових рішень, які забезпечують реалізацію цінової політики.

Специфіка банківського ціноутворення безпосередньо пов'язана з особливостями банківського продукту як такого. З точки зору економічного змісту ціни вважаємо за доцільне класифікувати банківські продукти та послуги залежно від того, що можна назвати їх ціною – процент (відсоткову ставку) як вираження вартості (цінності) позичкового капіталу чи плату за надання послуги (як процес виконання окремих операцій для задоволення клієнтських потреб). За цим критерієм можна виділити відсоткові та комісійні банківські продукти. Разом з тим, розвиток банківського бізнесу, посилення конкуренції на вітчизняному ринку фінансових послуг обумовили впровадження новітніх банківських технологій, розширення переліку продуктів та послуг, що можуть бути запропоновані клієнтам. Тому більшість продуктів сучасного банку не може бути однозначно віднесена до одного з вище названих видів, а являє собою комплексний продукт чи послугу, які можна назвати відсотково-комісійні.

Враховуючи специфіку діяльності сучасного вітчизняного банку, стратегію цінової політики банку пропонуємо визначати як мету та засоби її досягнення, а також як сукупність конкретних засобів, прийомів та методів, спрямованих на досягнення поставлених цілей.

Аналізуючи тенденції банківського ціноутворення, необхідно зазначити наступне: в 2017 році спостерігається зменшення ставок залучення й розміщення зі збереженням високого процентного спреду, та в цілому зменшення ставок не можна вважати сталою тенденцією.

Порівнюючи результати реалізації цінових стратегій банками України

станом на 01.01.2014 р. та 01.07.2019 р., необхідно відмітити наступне:

- дохідність кредитної діяльності знизилася, що повзано передусім із кредитним ризиком та зниженням рівня надходжень за позичками;
- дохідність від надання банківських послуг підвищилася та збільшилася кількість банків стратегію яких можна визначити як найбільш диверсифіковану (банки пристосовуються до сучасних умов підвищеного кредитного ризику та диверсифікують джерела отримання доходів).

Банкам важливо правильно вибрати і проводити цінову політику, гнучко змінюючи ціни в рамках обраної стратегії залежно від стану фінансового ринку, інтенсивності конкуренції в тому чи іншому її сегменті, рівня інфляції, попиту і пропозиції клієнтів.

Підсумовуючи тенденції ціноутворення банківської системи, варто зауважити наступне:

- активна кредитна політика та невірна оцінка ризиків привели до зменшення ставок як за активними, так і за пасивними операціями в період 2007-2008 рр., рівень спреду залишається порівняно високим, оскільки рівень ризиків в Україні вище, ніж у світі;
- відносна стабілізація та зменшення ставок у 2012 році відповідає світовим тенденціям поліпшення окремих економічних показників із подальшим розгортанням кризових явищ (суверенні дефолти низки держав);
- так звана «друга хвиля» кризових явищ та зовнішні політичні шоки призвели до зростання ризиків й банківських ставок протягом періоду 2012-2015рр.

Порівнюючи результати реалізації цінових стратегій банками України станом на 01.01.2014 р. та 01.07.2019 р., необхідно відмітити наступне:

- дохідність кредитної діяльності знизилася, що повзано передусім із кредитним ризиком та зниженням рівня надходжень за позичками;
- дохідність від надання банківських послуг підвищилася та збільшилася кількість банків стратегію яких можна визначити як найбільш диверсифіковану (банки пристосовуються до сучасних умов підвищеного

кредитного ризику та диверсифікують джерела отримання доходів).

Банкам важливо правильно вибрати і проводити цінову політику, гнучко змінюючи ціни в рамках обраної стратегії залежно від стану фінансового ринку, інтенсивності конкуренції в тому чи іншому її сегменті, рівня інфляції, попиту і пропозиції клієнтів.

Управління витратами банку в розрізі підрозділів (у тому числі філій), центрів відповідальності (фінансового обліку) і бізнесів-напрямків банку здійснюється шляхом складання та перевірки виконання бюджетів підрозділів. У результаті такої перевірки можна зробити висновки про результати роботи підрозділів та оцінити ефективність продуктів, що надаються такими підрозділами, що створює передумови виконання наступного завдання - підвищення прибутковості банківських продуктів та, як наслідок, і доходів банку в цілому. Впровадження ефективного фінансового управління дає змогу раціоналізувати систему мотивації персоналу банку, а відтак і підвищити ефективність управління витратами. Заробітна платня працівників того чи іншого підрозділу встановлюється шляхом додавання до стабільної частини окладу надбавок, розмір яких залежить від ступеню виконання бюджетних завдань. Таке управління фінансовими результатами діяльності банку сприятиме збільшенню чистого прибутку, що створюватиме передумови збільшення власного капіталу банку. Досягненню поставлених завдань сприятиме вирішення у подальших дослідженнях таких питань як обґрунтування механізму трансфертного ціноутворення та перерозподілу ризиків між центрами відповідальності банку.

На сучасному етапі розвитку українські банки поступово відновлюють прибуткову діяльність, а кількість збиткових банків скорочується. Ураховуючи, що основною причиною збиткової роботи банків, є неякісні кредити, робота з проблемною заборгованістю та здійснення якісного кредитування є запорукою відновлення прибуткової роботи таких банків. Найбільш прибуткові банки мають високий мультиплікатор капіталу та значний рівень непроцентних доходів, отримання яких не наражається на

кредитний ризик. На цій основі залежно від частки на кредитному ринку та частки прибутку в ціні обґрунтовано рекомендації стосовно стратегій цільового ціноутворення з урахуванням показника зваженої на ризик рентабельності власного капіталу. Запропоновані методологічні підходи можуть бути деталізовані банками України з метою формування цінкових стратегій за окремими бізнесами, клієнтами та продуктами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

-
- 1 Никонова И. А.. Стратегия и стоимость коммерческого банка / И.А. Никонова, Р. Н. Шамгунов . – М.: «Альпина Бизнес Букс», 2004. – 304 с.
 - 2 И. В. Липсиц, Е.А. Вигдорчик. Маркетинговые стратегии для российских компаний: учеб. Пособие / И. В. Липсиц, Е.А. Вигдорчик; Гос. Ун-т. – Высшая школа экономики. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2006 – 183 с.;
 - 3 Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. Пер. с французского.-СПб. : Наука, 1996.- XV+589 с. – 313-320с.
 - 4 Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий. Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегий менеджмента. - Питер: Теория и практика менеджмента. – 2001. – 336 с.;
 - 5 Томпсон-мл., Артур А., Стрикленд А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа, 12-е издание: Пер с англ.. – Издательский дом „Вильямс”, 2006. – 928 с.- с. 164-165
 - 6 Грант Р. Современный маркетинговый анализ. 5-е изд. / Пер. с англ. под ред. В. Н. Фунтова. – СПб: Питер, 2008. – 580 с. – С. 36, 318;
 - 7 Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: Учебник. — М.: ЗАО "Бизнес-школа "Интел-Синтез", 2000. — 640 с.;
 - 8 Уолкер-мл. О. Маркетинговая стратегия. Курс МВА / [О. Уолкер-мл. и др.]. [Пер. с англ. И. Ключева]. – М.: Вершина, 2006. – 496 с. – С. 35-37
 - 9 Ткачук В.О. “Маркетинг у банку”: Навчальний посібник. - Тернопіль: “Синтез-Поліграф”, 2006.- 225 с.
 - 10 И. В. Липсиц, Е.А. Вигдорчик. Маркетинговые стратегии для российских компаний: учеб. Пособие / И. В. Липсиц, Е.А. Вигдорчик; Гос. Ун-т. – Высшая школа экономики. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2006 – 183 с.

-
- 11 Филиальная сеть: развитие и управление / [Домокош Т. В., Киреев В.Г., Кулинич А. И. и др]; под. ред. Т. И. Сорокиной. – Спб.: Питер, 2007. – 352 с.: ил. – (Серия «Практика менеджмента»)
- 12 Кузнєцова Л.В., Жердецька Л. В. Ціноутворення в банківській справі: Підручник. – Одеса: Видавництво „Атлант”, 2008. – 320 с.
- 13 Примак Т. О. Маркетингові комунікаційні стратегії: комплексний підхід до їх класифікації // Формування ринкової економіки: зб.наук.праць – Спец.вип. Маркетинг: теорія і практика. – К.: КНЕУ, 2009. – 653, [3] с. ; С. 548-559
- 14 Гойденко Ю., Рожков Ю. Теоретические основы ценообразования в банковской деятельности. //Финансовый бизнес, 2002 г. - №2 (март, апрель) – с. 52-54.
- 15 Кузнєцова Л.В., Жердецька Л. В.Ціноутворення в банківській справі: Підручник. – Одеса: Видавництво „Атлант”, 2008. – 320 с.
- 16 Современный словарь иностранных слов.-М., 2001
- 17 Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш. Экономика и управление.-М., 2005
- 18 [http://en.wikipedia.org/wiki/Mechanism_\(sociology\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Mechanism_(sociology))
- 19 Біла І. П. Організаційно-економічний механізм управління гнучкістю виробничих систем // Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. – Донецьк, 2006. – 16 с.
- 20 Беяева И.Ю., Панина О.В. Цены и ценообразование: Учебное пособие. Электронное издание. – Финансовая академия при Правительстве РФ // <http://www.fa.ru/pubs/books/pricebook/main/price>
- 21 Цены и ценообразование: Учебник / И.К. Салимжанов, О.В. Португалова, В.Е. Новиков и др.; Под. Ред. И.К. Салимжанова. – ТК Велби, Изд-во Проспект, 2003. – 360 с
- 22 Дейли Дж. Эффективное ценообразование – основа конкурентного преимущества.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. – 304 с.
- 23 Дойль Питер и др. Маркетинг, ориентированный на стоимость. М.: Дело лтд.,2001 г. – 850 с.

24 Хорнгрен Ч., Фостер Дж., Датар Ш. Управленческий учет, 10-е изд / Пер. С англ.. – Спб.: Питер, 2007. – 1008 с.

²⁵ М. В. Колисник. Точка невозврата или Как управлять ценами продуктов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.strategy.com.ua/Articles/Content?Id=566>

26. Гладких Д. Цінова структура банківських послуг та кредитних ресурсів в Україні / Д. Гладких // Вісник НБУ. – 1999. – № 3., С. 50 - 51.

27. Jarerah T. Proposal form to use target system cost for upgrading pricing decisions / T. Jarerah // *Administrative Journal* . – 2009 – 31(116), 81-106.

28. Bayou M.E.. Three Routes for Target Costing. *Managerial Finance*. Ph.D. Thesis, School of Management, University of Michigan-Dearborn. – 1998. – 256 p.

29. Farouq Al Azzam (2013). Extent of the Target Cost Application in Commercial Banks in Aqaba Special Economic Zone. *Asian Journal of Finance & Accounting*. Vol 5, No 1 (2013)

30. Suleiman El-Dalahmeh Extent of Implementing Target Costing and Value Engineering Approach to Reducing Costs: A Survey in Jordanian Shareholding Companies for Food Industries/ Suleiman El-Dalahmeh // *Asian Journal of Finance & Accounting*.- 2018 – . Vol 10, No 1

31. Matarneh, G. F. EL-Dalabeeh, A.-R. Kh (2016) The Role of Target Costing in Reducing Costs and Developing Products in the Jordanian Public Shareholding Industrial Companies / Matarneh, G. F. EL-Dalabeeh, A.-R. Kh // *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*. – 2016. – Vol. 6, No. 4, pp. 301–312

32. McKinsey Corporate Banking Price to Win. Create value through smarter pricing in a competitive interest rate environment. – 2016.

33. Wruuck P. Pricing in retail banking. Scope for boosting customer satisfaction & profitability. / Wruuck P. // *DB Research*. – 2013. Retrieved from: https://www.dbresearch.com/PROD/RPS_EN-PROD/PROD0000000000451927/Pricing_in_retail_banking%3A_Scope_for_boosting_cust.pdf

-
34. Price optimization in retail consumer lending (2017). Retrieved from: <http://www.experian.com/assets/decision-analytics/white-papers/regionalization-of-price-optimization-white-paper.pdf>
35. Utku O. (2019) Commercial banking re-engineered. How digital and analytics can shape B2B banking? Retrieved from: https://www.salesflex.com/documents/2019_Jan_SalesFlex_Whitepaper-Commercial_Banking_Reengineered.pdf
36. Дані наглядової статистики НБУ // <https://bank.gov.ua/statistic/supervision-statist>
37. Зверяков М.І. Теоретична парадигма сталого розвитку та українські реалії / М.І Зверяков // Економіка України, № 10, 2018. – С. 10-31.
38. Зверяков М. І. Управління фінансовою стійкістю банків: навчальний посібник [Текст] / М. І. Зверяков, В. В. Коваленко, О. С. Сергеева. - Одеса: Атлант, 2014. - 484 с.
39. Синки Дж. Финансовый менеджмент в коммерческом банке и индустрии финансовых услуг / Джозеф Синки-мл.; [пер с англ. А. Левинзон] – [6-е изд.]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 1018 с.
40. . Попенко С., Дурицкий И. Реструктуризация в коммерческом банке / Сергей Попенко, Игорь Дурицкий //Финансовый Директор. – 2003. – №3 (13) – С.15-27.
41. . Управление банком: организационные структуры, персонал и внутренние коммуникации / [Голубович А. Д., Ситнин А. В., Хенкин Б. Л., Самоукина Н. В.]. – [2-е изд.]. – М.: АО «МЕНАТЕП-ИНФОРМ», 1995. – 208 с.
42. Филиальная сеть: развитие и управление / [Домокош Т. В., Киреев В.Г., Кулинич А. И. и др]; под. ред. Т. И. Сорокиной. – Спб.: Питер, 2007. – 352 с.: ил. – (Серия «Практика менеджмента»).
43. Хорнгрен Ч. Управленческий учёт / Хорнгрен Ч, Фостер Дж., Датар Ш.; пер. с англ. О. А. Пинус, М. М. Каверин и др. [10-е изд.]. – Спб.: Питер, 2007. – 1008 с.: ил. – (Серия «Бизнес-класс»).
44. Шульга Н.П. Методичні основи формування центрів прибутку і

витрат в комерційних банках України / Наталія Шульга // Банківська система України: теорія і практика становлення: В 2 т. Т.2: Збірник наукових праць: Наукове видання.- Суми: Мрія-1 ЛТД; Ініціатива, 1999.- 322 с.

45. Энциклопедия банковского дела и финансов. Чарльз Дж. Вулфел: [пер. с англ. Б. Манзеров, А. Другов, Б. Рубцов и др.]. – Самара: Корпорация «Фёдоров», 2000. – 1584 с.

46. Буруч Ю. Размышления о применении трансфертных цен // Аналитический банковский журнал / Юдит Буруч. – 07(158). – июль 2008. – С. 64-71.

47. Пашкус В. Ю., Пашкус Н. А. Теория трансфертного ценообразования в современной организации: понятия, модели, проблемы / Вадим Пашкус, Наталия Пашкус. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ippnou.ru/article.php?idarticle=000761>

48. Савченко Т. Г. Трансфертне ціноутворення у комерційних банках: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук: спец. 08.00.08 „Гроші, фінанси і кредит” / Т. Г. Савченко. – Суми, 2007. – 19 с.

49. E. Uskes. Funds Transfer Pricing in Banking: The Cashflow and Capital Congruent Market Opportunity in the Marktzinsmethode / Esther Uskes // Research Memorandum 1995-14. – April 1995. – 18 p Kafafian, Robert E. Introduction to funds transfer pricing / R. Kafafian // Journal of Bank Cost & Management Accounting. – 2008. – 02 Dec. – [Электронный ресурс]. Режим доступа:

50. http://findarticles.com/p/articles/mi_qa3682/is_200101/ai_n8946355

51. Kafafian, Robert E. Managing Spread Thought Funds Transfer Pricing / R. Kafafian // American Banking the Financial Services Daily. – 2006. – Tuesday, June.6 – 2 p.

52. . Ralph C. Kimball. Innovations in Performance Measurement in Banking / R. Kimball // New England Economic Review. – 1997. – May/June – P. 23-38

53. Steve Turner Funds Transfer Pricing: Cracking the Code on Deposit Valuation / S. Turner // Novantas White Paper Series, November 2008. – 4 p.

54. Жердецька Л. Механізм трансфертного ціноутворення в банку: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук: спец. 08.00.08 „Гроші, фінанси і кредит” / Л.В. Жердецька – Одеса, 2008. – 20 с.

55. Жердецька Л. Теоретико-методичні засади організації процесів фінансового управління в банку /Л.В.Жердецька // Науковий вісник. ОНЕУ. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – 2013. - № 27 (206). – С. 59-69.

56. Кулаков А. Е. Управление активами и пассивами банка: практ. пособие / А. Е. Кулаков. – М. Издательская группа БДЦ-пресс, 2004. – 256 с.

57. Шульга Н.П. Трансфертне ціноутворення як інструмент бюджетування комерційного банку / Наталія Шульга // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. Т. 5.- Суми: Мрія ЛТД, 2002.- 288 с.

58. Кенжалиев А. Дж. Семинар „Банковский менеджмент, ориентированный на доход” Ч1.: Метод рыночной процентной ставки и контроллинг рентабельности (на основе книг Х. Ширенбека) – 140 с.

59. Кенжалиев А.Дж. Контроллинг в банках [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.bankclub.ru/library.htm?id=18>

60. Березняк О., Лозняк М. Стан конкуренції між банківськими та небанківськими фінансовими установами на вітчизняному ринку фінансових послуг // Вісник УБС НБУ. – 2008. – № 1. – С. 9297.

61. Allen, F. and D. Gale (1998), Optimal financial crises, *Journal of Finance*, 53, 1245-1284 pp.

62. Allen, F. and D. Gale (2004), Competition and stability, *Journal of Money, Credit and Banking*, 36(3), 453-480 pp.

63. Bagehot, G. (1873), *London Street: A description of the money market*, H.S. King, London

64. Besanko, D. and A.V. Thakor (1993), Relationship banking, deposit insurance and bank portfolio, in

65. C. Mayer and X. Vives (eds), *Capital Markets and Financial Intermediation*, Cambridge, UK: Cambridge University Press, 292-318 pp.