

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

Кафедра банківської справи
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 6.030508 «Фінанси та кредит»
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою Банківська права
(назва освітньої програми)

на тему: **«ЦІНОУТВОРЕННЯ НА БАНКІВСЬКІ ПРОДУКТИ ТА
ПОСЛУГИ»**
(назва теми)

Виконавець:

Студентка

ФФБС _____

Михальова А.О.

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., ст. викл. Зверяков О.М.

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

ОДЕСА – 2019

АВТОРЕФЕРАТ

випускної роботи **Михальової Анастасії Олегівни**

(прізвище, ім'я, по батькові)

«Ціноутворення на банківські продукти та послуги»

(назва випускної роботи)

Спеціальність 6.030508 «Фінанси та кредит»

Актуальність. Ефективність функціонування комерційних банків прямо пов'язана із політикою в області ціноутворення, яку вони проводять. За допомогою чіткого обліку власних витрат на надання різних видів банківських послуг і формування обґрунтованих цін на них, комерційні банки одержують можливість адекватно реагувати на мінливу кон'юнктуру ринку. У сучасних умовах процес керування цінами на банківські послуги набуває першорядного значення для поточної оперативної діяльності комерційного банку, а найчастіше й для стратегії його подальшого функціонування.

Розвиток процесів у сфері ціноутворення банківських послуг проходить послідовно – від обліку інфляційних процесів до використання інструментарію витратного й комерційного ціноутворення, заснованих на обліку цінності послуги й витрат банку на її здійснення.

Незважаючи на практичний досвід, придбаний українськими банками за час проведення реформ, фундамент системи ринкового конкурентного ціноутворення закладається занадто повільно, з оглядкою на методи, що діяли в умовах централізованої економіки.

Теоретичні й практичні аспекти діяльності комерційних банків у реаліях розвитку вітчизняної економіки, аналіз можливостей використання адаптованих досягнень західного досвіду й інноваційних методів ведення банківської справи, у тому числі в області розробки інструментарно-методичних засобів цінової політики, є гостро актуальними.

Оскільки в сучасних умовах як закордонні, так і вітчизняні банки прагнуть рівності сум комісійних доходів та комісійних витрат, то стає зрозумілим, що основним джерелом прибутку банківської системи мають бути процентні доходи. А тому є дуже цікавою тема ціноутворення саме на процентні продукти банків. Адже від них в основному залежить основний з погляду власників показник будь якого комерційного банку – його прибутковість.

Основи класичних підходів до ціноутворення були закладені Марксом К., Маршалом А., Рикардо Д., Смітом А. Механізм сучасного ринкового ціноутворення був досліджений у працях Бінштока Ф., Дороховой М., Єсипова В., Попова Б. та багатьох інших. Проблеми банківського ціноутворення розглянуті в працях Гойденко Ю.В., Липсица І., Роуза П., Соломіна С.К. та ін. Питання рентабельності й прибутковості банківських продуктів і клієнтських груп вивчалися Гавриловою Н, Зайцевою Н., Вільховою Р., Перехожевим В., Помориной М., Проскуріним А., Романовим В. Крім того, автором використані праці вітчизняних і закордонних учених, що займаються загальними проблемами банківської справи. Серед них Бикова Н., Дериг Х.-У., Жуков А., Колесников В., Коробів Ю., Лаврушин О., Масленченков Ю., Рубін Ю., Солдаткин В., Усоскин В., Уткін Є., Черняев З, Шевцова О.

При всій цінності проведених досліджень, ряд теоретичних і методологічних аспектів проблеми банківського ціноутворення залишаються недостатньо розробленими. Вироблення цілісної концепції формування цін у банківській сфері не завершена.

Актуальність проблеми й недостатній ступінь дослідження методологічних основ і особливостей банківського ціноутворення обумовили вибір теми дослідження. Крім того, вибір теми дослідження обумовлений інтересом до причин збитковості більшості вітчизняних банків протягом останнього року. Також є цікавою цінова політика банків у кризовий для банківського сектору період та їх реакція на зміни в сучасній економіці.

Невирішеною є проблема, що пов'язана із неможливістю більшості вітчизняних банків управляти доходністю свого кредитного портфелю в залежності від динаміки ринку капіталів, а також проблема визначення необхідного рівня цін на процентні продукти, що здатні забезпечити беззбиткову діяльність банку.

Мета дипломної роботи полягає в тому, щоб на основі розкриття сучасних банківських підходів до ціноутворення, виявити напрями вдосконалення й розробити пропозиції по підвищенню ефективності організації системи ціноутворення в банківській сфері.

Для реалізації цієї мети, згідно з логікою дослідження, необхідне вирішення наступних завдань:

- визначити теоретичні засади та специфіка ціноутворення в банківській діяльності;
- охарактеризувати нормативно-правове регулювання ціноутворення в банках;
- означити тенденції ціноутворення в банківській системі України;
- провести аналіз беззбитковості кредитної діяльності банків;
- оцінити стратегії ціноутворення банків України;
- обґрунтувати чинники ціноутворення за країнами світу;
- розробити методичні засади організації нелінійного ціноутворення у банківській справі.

Об'єктом дослідження виступає діяльність провідних банківських установ України в сфері ціноутворення.

Предметом дослідження є економічно-методичні засоби, схеми, технології, алгоритми ціноутворення в банках.

Інформаційна база дослідження. Інформаційною базою дослідження стали наукові публікації та монографічні видання вітчизняних і закордонних учених, нормативно-законодавчі акти України та інших країн, матеріали наукових конференцій і досліджень, звіти та аналітичні матеріали

відповідних державних органів, агентств, дані звітності банківських установ, офіційних статистичних збірників.

Теоретико-методологічну базу дипломної роботи становлять теоретичні розробки вітчизняних та зарубіжних вчених у галузі економіки, фінансів і банківської справи.

Інструментарно-методичним апаратом дослідження є діалектичний, історико-логічний і аналітичний методи. При виконанні роботи автором також використовувалися методи системно-функціонального й порівняльного аналізу, графічної інтерпретації, економіко-статистичних угруповань.

У першому розділі встановлено особливості ціноутворення в банківській сфері, які обумовлені специфічними рисами банківського продукту:

- банківський продукт є абстрактним, не має матеріальної субстанції;
- продаж банківського продукту та надання послуг пов'язані з використанням грошей в різноманітних формах та якостях;
- абстрактні банківські продукти набувають зримі межі через договірні відносини;
- купівля-продаж більшості банківських продуктів та послуг характерна поширеність у часі;
- як правило, ціни в банках встановлюються не в абсолютних величинах, а в відсотках;
- використовуються різноманітні підходи до визначення ціни;
- умовність в кількісному визначенні ціни, та ін.

Державне регулювання цін обов'язково має залишатися на продукцію, роботи й послуги суб'єктів природних монополій і суб'єктів господарювання, які порушують вимоги законодавства про захист економічної конкуренції, встановлюючи такі ціни чи інші умови придбання

або реалізації товару, які неможливо було б установити за умови існування значної конкуренції на ринку, або застосовуючи різні ціни чи різні інші умови до рівнозначних угод із суб'єктами господарювання, продавцями чи покупцями без об'єктивно виправданих на те причин. Необхідністю сьогодні є також спрощення процедури декларування зміни оптово-відпускних цін, яка нині, по суті, є дозволом, а не процедурою інформування.

У другому розділі охарактеризовані тенденції ціноутворення банківської системи:

- активна кредитна політика та невірна оцінка ризиків привели до зменшення ставок як за активними, так і за пасивними операціями в період 2007-2008 рр., які збереглися частково й в 2009-2019 рр.; рівень спреду залишається порівняно високим, оскільки рівень ризиків в Україні вище, ніж у світі;

- відносна стабілізація та зменшення ставок у 2013 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 2014-2017рр.;

- в 2018 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 01.10.2019 р., необхідно відмітити наступне:

- дохідність кредитної діяльності знизилася, що пов'язано 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.

У *третьому розділі* дослідження встановлено, що на ціну кредитних ресурсів найбільший вплив чинять рівень інфляції та депозитна ставка; ставка за позичками та ризик-премія за кредитний ризик залежить від якості кредитного портфеля – в середньому максимальний рівень ризику, що не спричинятиме зниження дохідності, складає 10%.

У дослідженні доведено, що збільшити дохідність від надання банківських послуг дозволяє використання нелінійного (диференційованого) ціноутворення.

Вирішення проблеми збільшення доходу за банківськими послугами полягає у встановленні двох або декількох цін і для спонукання клієнтів, що сприймають високу цінність платити більше, зберігши низьку ціну для інших клієнтів. З практичної точки зору банк може обґрунтувати диференціювання ціни на дану послугу пропонуючи клієнтам різні види карт – від простих дебетних карт до карт преміального класу. При цьому прямі витрати банку по випуску і обслуговуванню різних видів карт практично рівні.

Ключові слова: банк, ціна, банківський продукт, цінова стратегія, точка беззбитковості.