

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

ПАВЛЕНКО ЛЮДМИЛА ДМИТРІВНА

УДК [336.717:339.137](043.3)

ЦІНОУТВОРЕННЯ НА БАНКІВСЬКІ ПРОДУКТИ З УРАХУВАННЯМ ЕКОНОМІЧНОЇ ЦІННОСТІ

Спеціальність 08.00.08 – Гроші, фінанси і кредит

Автореферат дисертації
на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Суми – 2015

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана у Державному вищому навчальному закладі «Українська академія банківської справи Національного банку України».

Науковий керівник – доктор економічних наук, професор, заслужений економіст України *Сало Іван Васильович*, ДВНЗ «Українська академія банківської справи Національного банку України», професор кафедри банківської справи.

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор *Вовк Вікторія Яківна*, Харківський національний університет внутрішніх справ, професор кафедри економіки та фінансів, заслужений економіст України; кандидат економічних наук *Радченко Олег Володимирович*, начальник філії Сумського обласного управління АТ «Ощадбанк».

Захист дисертації відбудеться 25 вересня 2015 р. о ___ год. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 55.081.01 у Державному вищому навчальному закладі «Українська академія банківської справи Національного банку України» за адресою: 40000, м. Суми, вул. Петропавлівська, 57, зала засідань вченої ради.

З дисертацією можна ознайомитися у бібліотеці Державного вищого навчального закладу «Українська академія банківської справи Національного банку України» за адресою: 40000, м. Суми, вул. Покровська, 9/1.

Автореферат розісланий 21 серпня 2015 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради
доктор економічних наук, доцент

Т. Г. Савченко

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. В умовах інтенсифікації деструктивних процесів в операційному середовищі функціонування банків України та зростання його невизначеності, волатильності та динамічності посилюється об'єктивна необхідність підвищення конкурентоспроможності банківських продуктів як передумови стійкого розвитку та зростання ринкової вартості банків. Це вимагає ґрунтовного вивчення та аналізу вимог клієнтів щодо цінових та нецінових параметрів банківських продуктів, урахування яких дозволить банкам запропонувати такий їх набір, який матиме значні переваги порівняно з альтернативними пропозиціями банків-конкурентів, а отже створюватиме економічну цінність банківських продуктів. Для формування конкурентних переваг банкам необхідно удосконалити систему та методи ціноутворення на банківські продукти на основі урахування їх економічної цінності.

Основи теорії ціноутворення сформовано в роботах класиків світової економічної думки, зокрема Т. Р. Мальтуса (T. R. Malthus), Д. Рікардо (D. Ricardo), А. Сміта (A. Smith), Ж. Б. Сея (Jean-Baptiste Say), К. Маркса (K. H. Marx) та інших, погляди яких стали підґрунтям для дослідження ринкового ціноутворення Е. Бем-Баверком (E. Bem-Bawerk), Л. Вальрасом (L. Walras), Дж. М. Кейнсом (J. M. Keynes), Дж. Маршалом (G. Marshall), Й. А. Шумпетером (J. A. Schumpeter).

Розвитку теорії ціноутворення в банках присвячено роботи вітчизняних вчених: Т. А. Васильєвої, О. В. Васюренка, О. Д. Вовчак, В. Я. Вовк, Л. В. Жердецької, С. М. Козьменка, В. С. Котковського, Л. В. Кузнецової, С. В. Леонова, М. І. Макаренка, А. А. Мещерякова, О. В. Радченка, Т. Г. Савченка, Л. О. Примостики, І. В. Сала, О. Й. Шевцової та інших; праці провідних зарубіжних науковців П. Роуза (P. Rose) та Д. Р. Хікса (J. R. Hicks), а також роботи інших дослідників Г. Г. Алахая, О. С. Березнева, Ю. М. Гойденка, В. Є. Єсіпова, А. В. Зубарева, Ю. С. Масленченкова, О. І. Лаврушина, О. О. Овсяннікової, В. А. Перехожева, В. І. Тарасова та ін. Необхідність урахування економічної цінності у процесах ціноутворення доведена в роботах Д. І. Долгова, В. Я. Єльмеєва, П. Р. П. Леіашвілі, Н. В. Ревуцької, В. І. Сиськова, О. Н. Герасіна, М. С. Шухова, В. О. Щербакова та інших.

При всій ґрунтовності досліджень вітчизняних та зарубіжних науковців слід наголосити на тому, що ціноутворенню на банківські продукти з урахуванням їх економічної цінності приділяється недостатньо уваги. Подальшого розвитку потребують питання, пов'язані з уточненням елементів економічної цінності банківських продуктів, поглибленням теоретичних основ ціноутворення на банківські продукти з урахуванням їх економічної цінності, зокрема, удосконаленням науково-методичних та практичних підходів до визначення рівня економічної цінності та розробки цінової стратегії з його врахуванням. Все це обумовлює актуальність дисертаційного дослідження, визначає його об'єкт, предмет, мету та завдання.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота узгоджується з пріоритетними напрямками наукових досліджень. Так, зокрема, в ДВНЗ «Українська академія банківської справи Національного банку України» до звіту за темою «Сучасні технології фінансово-банківської діяльності в Україні» (номер державної реєстрації 0102U006965) увійшли пропозиції автора щодо технології ринкового ціноутворення на банківські продукти з урахуванням економічної цінності; за темою «Розвиток механізму функціонування банківської системи України під впливом іноземного капіталу» (номер державної реєстрації 0107U0123112) – щодо врахування впливу іноземного капіталу при встановленні цін на продукти банків України. В Сумському національному аграрному університеті до звіту за темою «Економічні та соціально-економічні орієнтири збалансованого розвитку господарюючих суб'єктів» (номер державної реєстрації 0109U007266) увійшли пропозиції щодо врахування результатів оцінки кредитного ризику при ціноутворенні на кредитно-інвестиційні банківські продукти.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є розвиток теоретичних положень, розробка науково-методичних підходів та практичних рекомендацій щодо ціноутворення на банківські продукти з урахуванням їх економічної цінності.

Поставлена мета зумовила необхідність вирішення наступних завдань:

- узагальнити теоретичну базу ціноутворення на банківські продукти з урахуванням їх економічної цінності;
- визначити фактори, що впливають на встановлення ціни на банківські продукти;
- уточнити сутність поняття «економічна цінність банківського продукту» та конкретизувати елементи економічної цінності як фактора встановлення ціни на банківські продукти;
- дослідити рівень цін на банківські продукти в Україні та систематизувати фактори, що його визначають;
- дослідити науково-методичні підходи до ціноутворення на банківські продукти та розробити його системно-процесну модель із урахуванням економічної цінності;
- запропонувати матричний підхід до вибору цінової стратегії та методів ціноутворення на банківські продукти на основі урахування економічної цінності;
- розробити науково-методичний підхід до оцінювання рівня економічної цінності банківських продуктів та здійснити його апробацію при встановленні цін банками України.

Об'єктом дослідження є економічні відносини, що виникають у процесі ринкової взаємодії банків із клієнтами при встановленні цін на банківські продукти.

Предметом дослідження є теоретичні засади та методичне забезпечення ціноутворення на банківські продукти з урахуванням економічної цінності.

Методи дослідження. Методологічну основу дисертаційної роботи склали фундаментальні положення економічної теорії, теорії ціноутворення, грошей та кредиту, сучасні концепції банківського маркетингу, праці вітчизняних та зарубіжних науковців, присвячені проблемам ціноутворення на банківські продукти.

Відповідно до мети та завдань дослідження були використані загальнонаукові методи: наукової абстракції, систематизації, індукції та дедукції (при уточненні категоріального апарату; формуванні класифікаційних ознак банківських продуктів та факторів, що впливають на ціноутворення на банківські продукти); діалектичний (при визначенні закономірностей генезису теорій ціноутворення та економічної цінності), порівняння та логічного узагальнення (при визначенні переваг та недоліків методів ціноутворення на банківські продукти); спостереження, порівняльний, статистичний та графічний аналіз (при дослідженні рівня цін на банківські продукти в Україні); експертних оцінок (для визначення елементів економічної цінності при ціноутворенні на банківські продукти; кількісного та якісного аналізу економічної цінності банківських продуктів); матричний підхід (при виборі цінової стратегії та методів ціноутворення на банківські продукти на основі урахування економічної цінності; для порівняння ціни та елементів економічної цінності аналогічних банківських продуктів, що визначає позиції банку серед конкурентів); системно-структурний аналіз (при деталізації елементного складу системи ціноутворення в банку та вивчення його функціональних і структурних складових).

Інформаційно-фактологічну базу дослідження складають законодавчі та підзаконні нормативно-правові акти, що регламентують діяльність банків, офіційні дані Державної служби статистики України, Національного банку України, Асоціації українських банків, Незалежної асоціації банків України, Базельського комітету з питань банківського регулювання та нагляду, аналітичні матеріали провідних міжнародних та вітчизняних рейтингових агентств, публічна звітність банків, наукові публікації та монографічні дослідження вітчизняних та зарубіжних авторів, присвячені проблемам ціноутворення на банківські продукти тощо.

Наукова новизна результатів дослідження полягає у розвитку теоретичних положень, розробці науково-методичних підходів та практичних рекомендацій щодо ціноутворення на банківські продукти з урахуванням їх економічної цінності.

Найбільш вагомими науковими результатами проведеного дослідження, що визначають наукову новизну, є наступні положення:

вперше:

– запропоновано науково-методичний підхід до оцінювання рівня економічної цінності банківських продуктів при ціноутворенні на основі алгоритму, в якому передбачається поетапна реалізація процедур експертної оцінки та співставлення параметрів важливості елементів економічної цінності банківських продуктів для клієнта та ступеня їх реалізації банком, визначення відповідності запропонованих банком елементів економічної цінності очікуванням клієнтів

від придбання конкретного банківського продукту, розрахунку економічної цінності продуктів банків-конкурентів. Це дозволяє оцінити конкурентні позиції продуктів банку, що досліджується, порівняно з альтернативними пропозиціями на ринку, розробити цінову стратегію, визначити діапазон та встановити ціну на банківські продукти з урахуванням їх економічної цінності;

удосконалено:

– методичний підхід встановлення цільових орієнтирів цінових параметрів банківських продуктів, який, на відміну від існуючих, передбачає побудову матриці в координатах «рівень економічної цінності – ціна банківських продуктів», що дозволило обґрунтувати основні положення цінових стратегій банку: «з урахуванням економічної цінності», «нейтральні ціни», «без урахування економічної цінності»;

– методичний підхід до структуризації зовнішніх та внутрішніх загальних і специфічних ціноутворюючих факторів впливу на економічну цінність банківських продуктів на основі обґрунтування та урахування її взаємозв'язку з потребами клієнтів та цілями і можливостями банку, що дозволило сформулювати наукове підґрунтя для розробки стратегії та методів ціноутворення на банківські продукти з урахуванням їх економічної цінності;

набули подальшого розвитку:

– визначення поняття «ціна на банківський продукт», під яким пропонується розуміти грошовий вираз вартості комплексу процедур, впорядкованих та структурованих за відповідними типами та ознаками, що є результатом діяльності банку та його економічних відносин з клієнтами з метою задоволення їх потреб, визначається банком самостійно з урахуванням впливу системи ціноутворюючих факторів. Такий підхід, на відміну від існуючих, базується на інтегративному застосуванні постулатів теорій трудової вартості, витрат виробництва, граничної корисності та неокласичної теорії, що надасть можливість врахувати витратну та ціннісну складові ціни;

– трактування сутності економічної цінності банківського продукту як цілісної дуальної структурованої сукупності його унікальних параметрів, які забезпечать збалансованість очікуваних переваг для клієнта (порівняно з альтернативними на ринку), з внутрішньобанківськими витратами (пов'язаними з їх створенням, впровадженням та реалізацією). На відміну від існуючих визначень, економічна цінність розглядається як ендогенна величина, що дає банкам можливість коригувати ціни на банківські продукти за рахунок компенсації більш високим її рівнем;

– теоретичні положення ціноутворення на банківські продукти на основі розробки моделі, яка, на відміну від існуючих, базується на засадах поєднання процесного та системного підходів та передбачає комплексну оцінку фактичного та очікуваного рівня економічної цінності банківського продукту з урахуванням витрат, пов'язаних з їх створенням, впровадженням та реалізацією. Її запровадження забезпечує досягнення стратегічних цілей діяльності банків на ринку шляхом ініціації необхідних коригувань у ціновій стратегії та методах

ціноутворення залежно від зміни складу або інтенсивності впливу системи ціноутворюючих факторів та рівня економічної цінності банківського продукту.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що теоретичні положення, науково-методичні підходи та практичні рекомендації, розроблені в дисертації, можуть бути використані Національним банком України при розробці та вдосконаленні інструментарію регулювання ціноутворення на банківські продукти; Антимонопольним комітетом України – при розробці методичного забезпечення захисту економічної конкуренції при ціноутворенні на банківські продукти, саморегульованими організаціями банків – при узгодженні стандартів якості обслуговування та цінової конкуренції; банками України – при вдосконаленні ціноутворення на банківські продукти з урахуванням економічної цінності.

Розроблені методичні підходи та рекомендації щодо розробки концепції ціноутворення на банківські продукти з урахуванням їх економічної цінності використовуються ПАТ «КБ «ПРЕМІУМ» у м. Київ (довідка від 20.01.2015 № 006592); запровадження комплексної моделі оцінки та аналізу рівня очікуваної економічної цінності банківського продукту та її зміни залежно від сприйняття клієнтом – у діяльності ПАТ «КБ «СТАНДАРТ» у м. Київ (довідка від 04.02.2015 № 005098); впровадження системно-процесної моделі ціноутворення на банківські продукти з урахуванням економічної цінності – у діяльності ПАТ АБ «Столичний» у м. Суми (довідка від 19.02.2015 № 015167); щодо забезпечення збалансування витрат на етапах розробки, впровадження, реалізації та модифікації банківських продуктів з очікуваними ціннісними перевагами клієнтів – у діяльності Сумської філії ПАТ КБ «ПриватБанк» (довідка від 24.02.2015 № 354-24/025).

Одержані автором результати дослідження використовуються у навчальному процесі ДВНЗ «Українська академія банківської справи Національного банку України» в процесі викладання дисциплін: «Маркетинг в банку», «Ціноутворення в банку», «Фінансовий менеджмент у банку», «Фінансовий контролінг у банку» (акт від 05.02.2015).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є завершеною, самостійно виконаною науковою працею. Отримані автором наукові положення, виснесені на захист, висвітлено в опублікованих працях. Матеріали, опубліковані в співавторстві, в дисертаційній роботі використані лише в межах особистого внеску автора.

Апробація результатів дослідження. Матеріали дисертаційної роботи доповідалися на міжнародних науково-практичних конференціях, де отримали позитивні оцінки, зокрема: «Проблеми розвитку фінансової системи України в умовах глобалізації» (м. Сімферополь, 2009 р.), «Банківська система України в умовах глобалізації фінансових ринків» (м. Черкаси, 2010–2012 рр.), «Міжнародна банківська конкуренція: теорія і практика» (м. Суми, 2010 р., 2014 р.), «Проблеми та перспективи розвитку регіональної ринкової економіки» (м. Кременчук, 2011 р.), «Теорія і практика економічного аналізу: сучасний

стан, актуальні проблеми та перспективи» (м. Тернопіль, 2011 р.), «Фінансово-кредитний механізм активізації інвестиційного процесу» (м. Київ, 2011 р.), «Трансформаційні процеси в економіці держави та регіонів» (м. Запоріжжя, 2011–2012 рр.), «Актуальність інновацій у маркетингу» (м. Сімферополь, 2013 р.), «Сучасний стан та перспективи розвитку економіки України» (м. Львів, 2013 р.), «Фінансування інноваційного розвитку України: стан, проблеми та перспективи» (м. Київ, 2013 р.). Крім того, наукові здобутки автора оприлюднені на Всеукраїнській науково-практичній конференції «Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України» (м. Суми, 2010–2013 рр.).

Публікації. Основні наукові положення та висновки дисертаційної роботи висвітлені у 27 наукових працях загальним обсягом 10,22 друк. арк., з яких особисто автору належить 7,47 друк. арк., у тому числі розділи у 3 колективних монографіях, 12 статей у наукових фахових виданнях України з економіки, дві статті у зарубіжних виданнях (три статті опубліковані у виданнях, які включені до міжнародних наукометричних баз), 10 публікацій у збірниках матеріалів науково-практичних конференцій.

Структура і зміст роботи. Дисертація складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Повний обсяг дисертації складає 287 сторінок, у тому числі основного тексту 188 сторінок, 19 таблиць, 47 рисунків, 19 додатків та список літератури зі 199 найменувань.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У першому розділі «**Теоретичні основи та фактори ціноутворення на банківські продукти з урахуванням економічної цінності**» узагальнено підходи до визначення понять «банківський продукт», «ціна на банківський продукт»; визначено фактори, що впливають на встановлення ціни на банківські продукти; уточнено сутність поняття «економічна цінність банківського продукту» та конкретизовано її елементи; досліджено рівень цін на банківські продукти в Україні та здійснено аналіз факторів, що впливають на них.

Узагальнення грошового, лінгвістичного, правового та клієнтського підходів до визначення поняття «банківський продукт» дає підстави для висновку про відсутність єдиного його розуміння, що обумовило необхідність уточнення його сутності як об'єкта ціноутворення.

З точки зору визначення об'єкта ціноутворення, обґрунтовано доцільність: тлумачення поняття «банківський продукт» як комплексу процедур, впорядкованих та структурованих за відповідними типами та ознаками, для підготовки та реалізації яких банк несе витрати в матеріальній або грошовій формах, що задовольняють економічно однорідну потребу клієнта; структуризації банківських продуктів за функціональною ознакою з виділенням кредитно-інвестиційних, ощадно-капіталотворчих та платіжно-розрахункових банківських продуктів з їх поглибленою класифікацією за формою встановлення ціни, характеристиками клієнта та ступенем ризику.

Автором встановлено, що на сучасному етапі банк може впливати на рішення клієнта про придбання ним банківського продукту за допомогою двох змінних: ціни та економічної цінності.

На основі узагальнення наукових підходів під ціною на банківський продукт запропоновано розуміти грошовий вираз вартості комплексу процедур, впорядкованих та структурованих за відповідними типами та ознаками, що є результатом діяльності банку та його економічних відносин з клієнтами з метою задоволення їх потреб, визначається банком самостійно з урахуванням впливу системи ціноутворюючих факторів.

Автором визначено, що ціна на банківський продукт має максимальні та мінімальні межі залежно від обраного методу ціноутворення, що забезпечує реалізацію цінової стратегії, і раціональні обмеження, обумовлені впливом системи ціноутворюючих факторів.

У роботі ціноутворюючі фактори запропоновано структурувати на фактори зовнішнього та внутрішнього середовища. Внутрішні ціноутворюючі фактори запропоновано поділяти на специфічні (сукупність унікальних параметрів банківського продукту) та загальні (сукупність унікальних характеристик банку). Автор наголошує на тому, що інтенсивність та характер впливу внутрішніх ціноутворюючих факторів залежить від ефективності управління ними, що визначає можливість та ефективність адаптації банку до факторів зовнішнього середовища (загальноекономічні умови в країні, регуляторний вплив, вплив конкурентів та клієнтів).

У дисертації доведено доцільність виділення економічної цінності як ціноутворюючого фактора, яку запропоновано розуміти як цілісну дуальну структуровану сукупність унікальних параметрів банківського продукту, які забезпечать збалансованість очікуваних переваг для клієнта (порівняно з альтернативними на ринку), з внутрішньобанківськими витратами (пов'язаними з їх створенням, впровадженням та реалізацією) (рис. 1).

Автором охарактеризовано основні тенденції в ціноутворенні на банківські продукти в Україні та систематизовано фактори, що впливають на встановлення цін на них.

До складу найбільш значущих внутрішніх ціноутворюючих факторів у банках України віднесено: розмір, ринкові позиції, склад клієнтури та параметри банківського продукту.

До основних зовнішніх ціноутворюючих факторів на кредитно-інвестиційні та ощадно-капіталотворчі банківські продукти в Україні віднесено наслідки політичної та економічної криз; вплив грошово-кредитного регулювання; рівень конкуренції на окремих сегментах ринку банківських послуг.

У роботі проведено розрахунки індексів концентрації ринку банківських продуктів: Херфіндаля-Хіршмана, Холла-Тідемана, галузевої концентрації, Лоренца та Джині. За результатами їх аналізу визначено, він має високий рівень концентрації, отже, конкуренція як фактор зовнішнього середовища суттєво впливає на ціноутворення на банківські продукти.

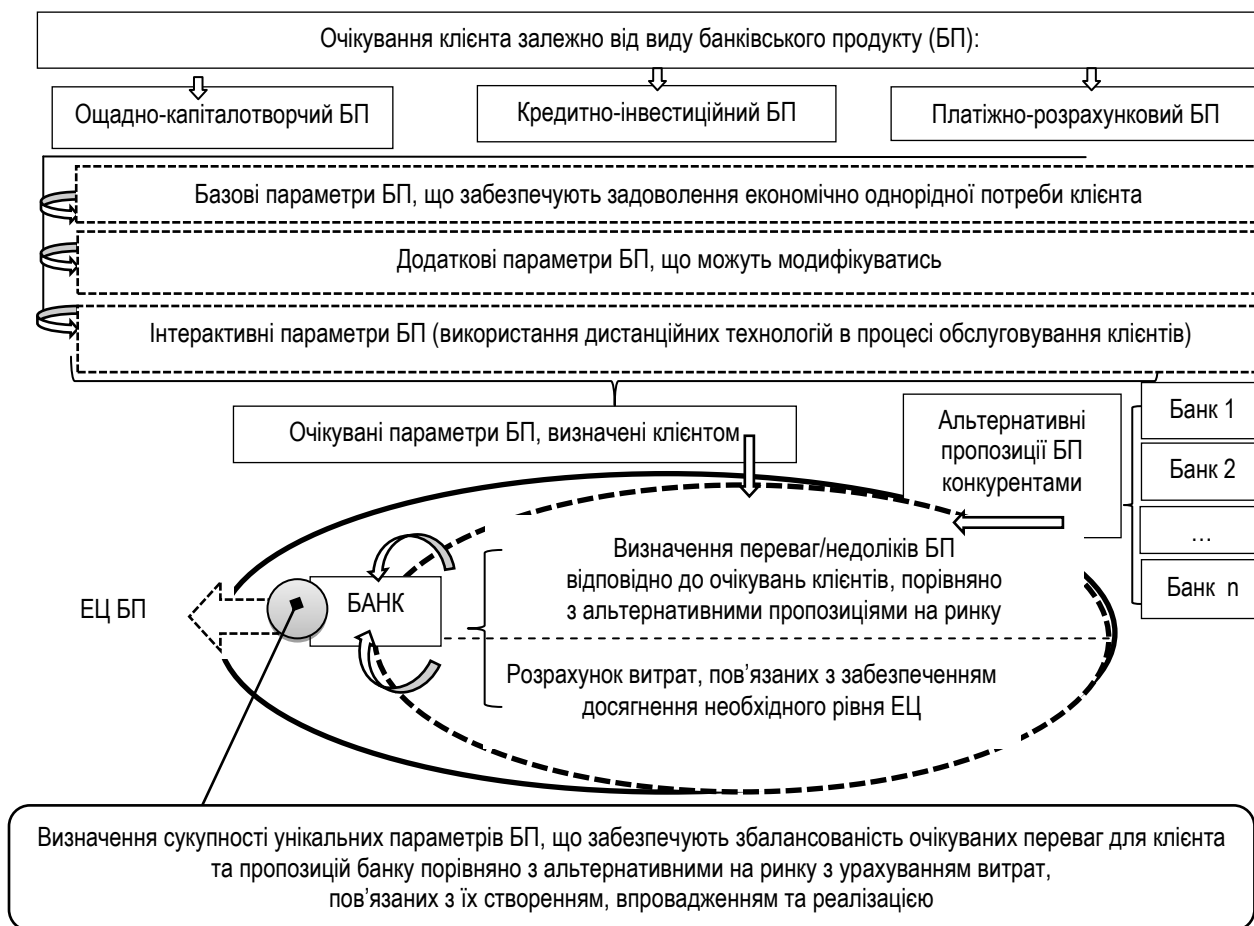


Рисунок 1 – Формування економічної цінності банківського продукту як синтез пропозицій банку та переваг, визначених клієнтом

Автором проаналізовано структуру зобов'язань та активів банків з точки зору їх впливу на процеси ціноутворення на банківські продукти та цінову динаміку ключових груп банківських продуктів (на основі середньозважених цін за строковими банківськими продуктами по банківській системі України). Встановлено, що з 2010 по 2014 р. ціна на ощадно-капіталотворчі банківські продукти у національній валюті була значно вищою порівняно з аналогічними пропозиціями в іноземній валюті (у середньому на 7,2 %). Ціна на ощадно-капіталотворчі банківські продукти свого максимуму досягла наприкінці 2014 року: в національній валюті, порівняно з попереднім періодом, збільшилась на 2,8 % до 14,8 %, у доларах США – до 7,5 %, в євро – до 6,1 %. Такий рівень ціни на ресурси прямо пропорційно впливає на ціну кредитно-інвестиційних банківських продуктів. У 2014 році ціни на кредитно-інвестиційні банківські продукти набули максимального значення протягом аналізованого періоду. Так, ціна на банківські продукти у національній валюті збільшилась на 4,5 % до 26,4 %, у доларах США ціни досягли 10,8 %, а в євро – 11,6 %.

Ключовими зовнішніми ціноутворюючими факторами для платіжно-розрахункових банківських продуктів виступають законодавчі та нормативні обмеження, а також вплив конкурентів.

Автором визначено, що в умовах непрогнозованої зміни зовнішнього та внутрішнього середовищ увага має бути зосереджена на врахуванні ціноутворюючих факторів, що спрямовуються на задоволення очікуваних потреб клієнтів, у тому числі шляхом запровадження ціноутворення на банківські продукти з урахуванням економічної цінності.

У другому розділі **«Науково-методичне забезпечення ціноутворення на банківські продукти з урахуванням економічної цінності»** розроблено системно-процесну модель ціноутворення на банківські продукти з урахуванням економічної цінності; запропоновано матричний підхід до вибору цінової стратегії на основі урахування економічної цінності; розвинуто методичне забезпечення встановлення/коригування ціни на банківські продукти з урахуванням економічної цінності.

Систематизація існуючих підходів до ціноутворення в банках дозволила автору визначити, що ціноутворення на банківські продукти з урахуванням економічної цінності – це сукупність пов'язаних між собою елементів, у результаті ефективної взаємодії яких шляхом реалізації інформаційно пов'язаних та послідовних етапів враховуються всі ціноутворюючі фактори, в тому числі ті, що формують елементи економічної цінності, відбувається формування оптимальної цінової стратегії, встановлення, та, за потреби, коригування ціни на банківські продукти.

У роботі розроблено системно-процесну модель ціноутворення на банківські продукти (рис. 2), яку запропоновано розглядати як сукупність пов'язаних між собою суб'єктно-об'єктної, структурно-функціональної та інформаційної підсистем, у результаті ефективної взаємодії яких шляхом реалізації інформаційно пов'язаних та послідовних етапів забезпечується досягнення стратегічних цілей діяльності банку на ринку без загрози втрати конкурентних переваг на основі ініціації необхідних коригувань у ціновій стратегії та методах ціноутворення залежно від зміни складу або інтенсивності впливу системи ціноутворюючих факторів та рівня фактичної та очікуваної економічної цінності банківських продуктів, забезпечення збалансованості з внутрішньобанківськими витратами.

Автором визначено, що основою ціноутворення на банківські продукти з урахуванням економічної цінності є сформована банком цінова стратегія, залежно від якої обирається метод ціноутворення та встановлюється / коригується ціна (рис. 3.).

Цінова стратегія банку «з урахуванням економічної цінності» передбачає встановлення ціни на банківський продукт вище середньоринкового рівня, оскільки банківський продукт, що реалізується, або не має аналогів на банківському ринку, або має вищий рівень економічної цінності порівняно з альтернативними пропозиціями на ринку.

Цінова стратегія банку «без урахування економічної цінності» передбачає: встановлення ціни на банківський продукт нижче за основну пропозицію на ринку порівняно з рівнем їх економічної цінності.

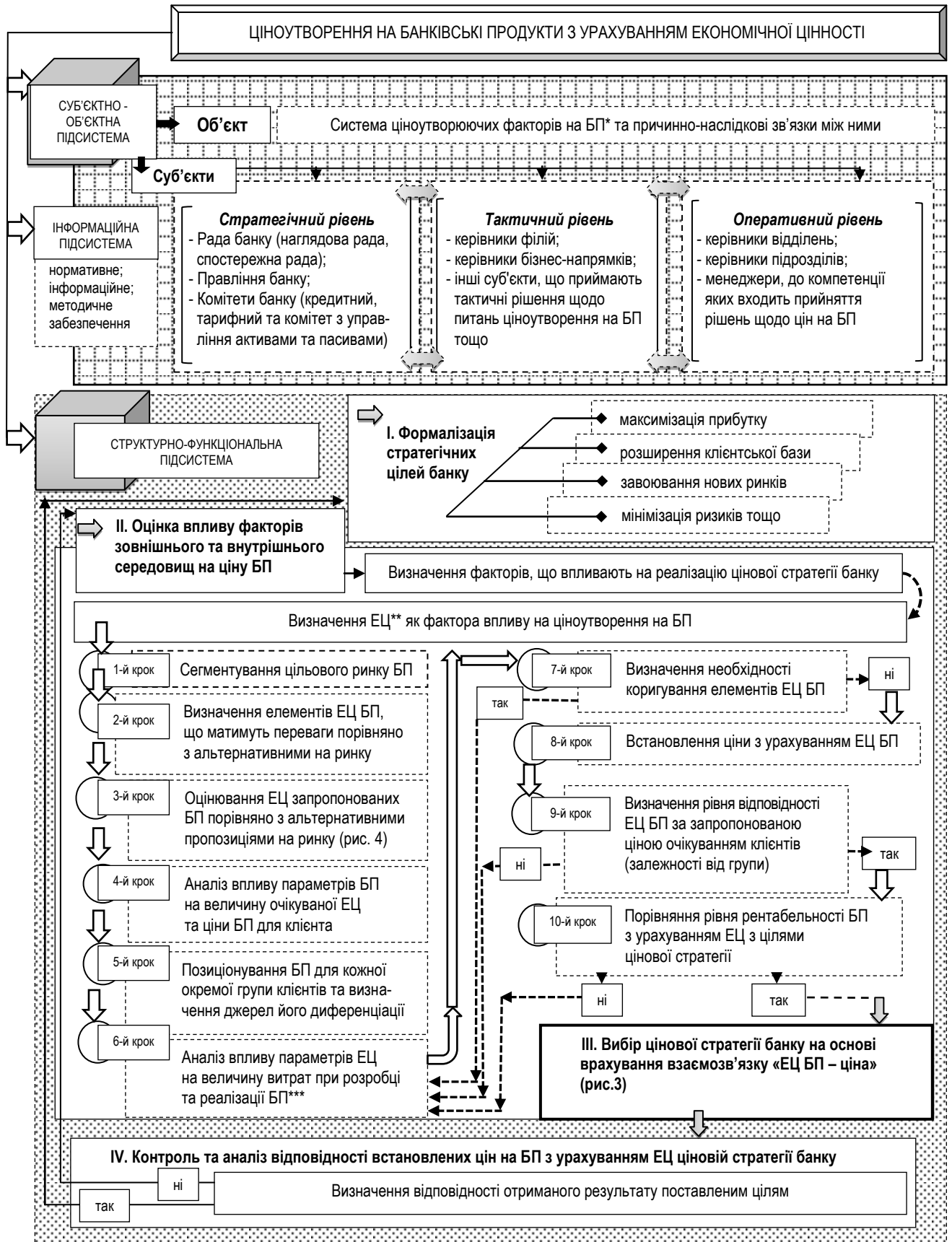


Рисунок 2 – Системно-процесна модель ціноутворення на банківські продукти з урахуванням економічної цінності:

*банківський продукт (БП); **економічна цінність (ЕЦ); ***Оцінка банку параметрів економічної цінності з позиції зменшення собівартості банківських продуктів

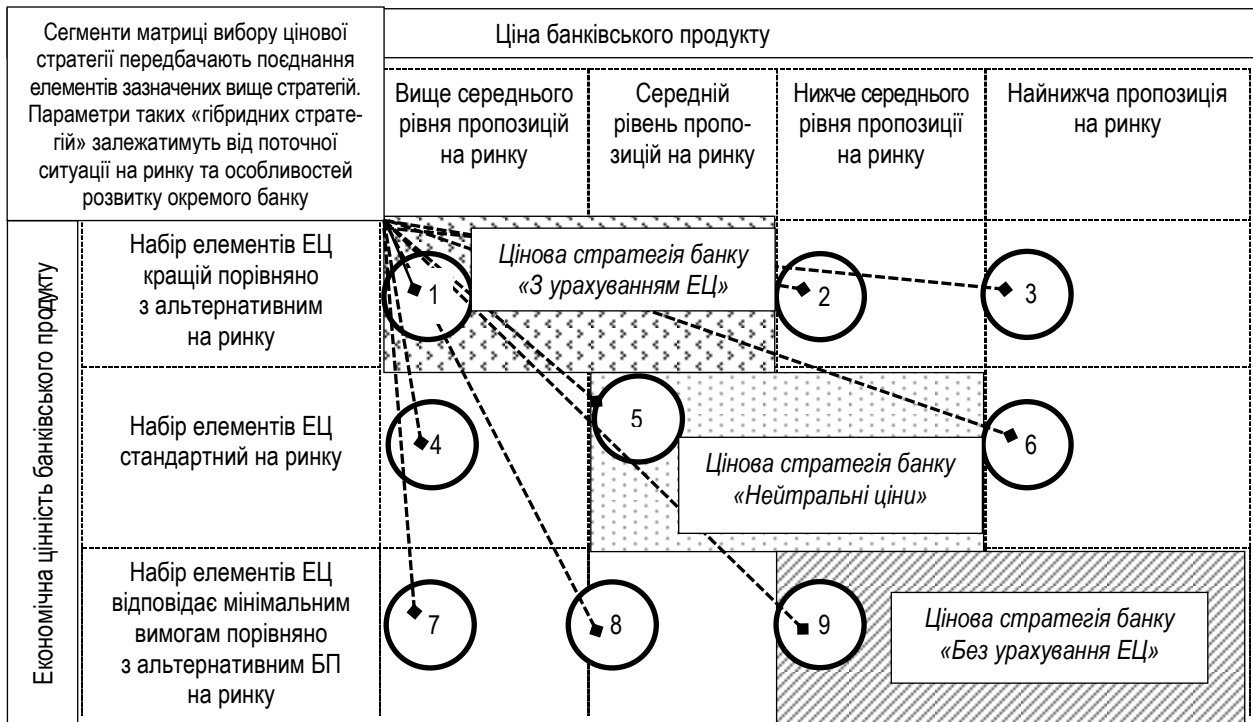


Рисунок 3 – Матриця вибору цінової стратегії банку на основі врахування взаємозв'язку «економічна цінність банківського продукту – ціна»

Її реалізація є ефективною за наступних умов: достатня кількість потенційних клієнтів, які готові придбати банківський продукт у разі зниження ціни на нього, але без зниження рівня економічної цінності; низька собівартість банківського продукту; банки-конкуренти вважають за недоцільне відповідати аналогічним зниженням цін на власні банківські продукти з однаковим набором елементів економічної цінності.

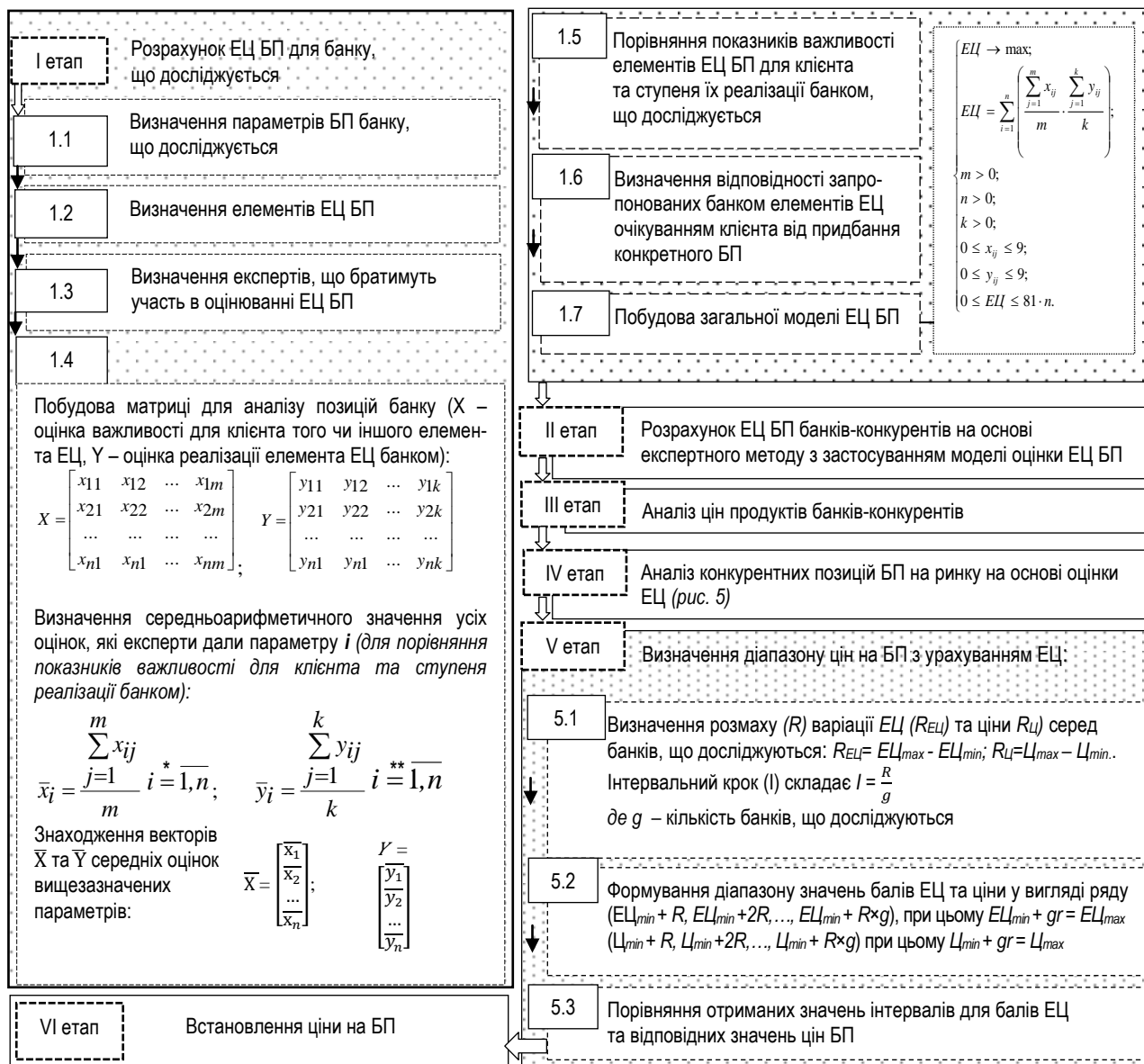
Цінова стратегія «нейтральні ціни» обирається банком, якщо запропонований набір елементів економічної цінності банківського продукту стандартний порівняно з альтернативними на ринку, відповідно, ціна пропозиції на ринку має бути на рівні середньої ціни ринку, або нижче середньоринкової. Це дозволить банку, не коригуючи елементи економічної цінності банківського продукту, забезпечити необхідні обсяги його реалізації.

Застосування даної матриці є доцільним у разі, коли роль ціни як інструмента досягнення стратегічних цілей діяльності на ринку значно зменшується порівняно з іншими інструментами забезпечення конкурентних переваг.

У третьому розділі «**Розвиток методичного інструментарію оцінювання рівня економічної цінності при ціноутворенні на банківські продукти в Україні**» розроблено науково-методичні підходи до оцінювання економічної цінності банківських продуктів та конкурентних позицій банківських продуктів; проведено їх апробацію на основі продуктів банків України.

Узагальнення методичної бази оцінювання економічної цінності банківських продуктів дозволило автору визначити недостатній рівень розробленості даної проблематики, зокрема невирішеним є питання її інтегрального оцінювання

з урахуванням важливості елементів економічної цінності банківського продукту для клієнта та ступеня їх реалізації банком, що досліджується. З метою вирішення даної проблеми автором розроблено алгоритм оцінювання економічної цінності банківських продуктів при ціноутворенні (рис. 4).



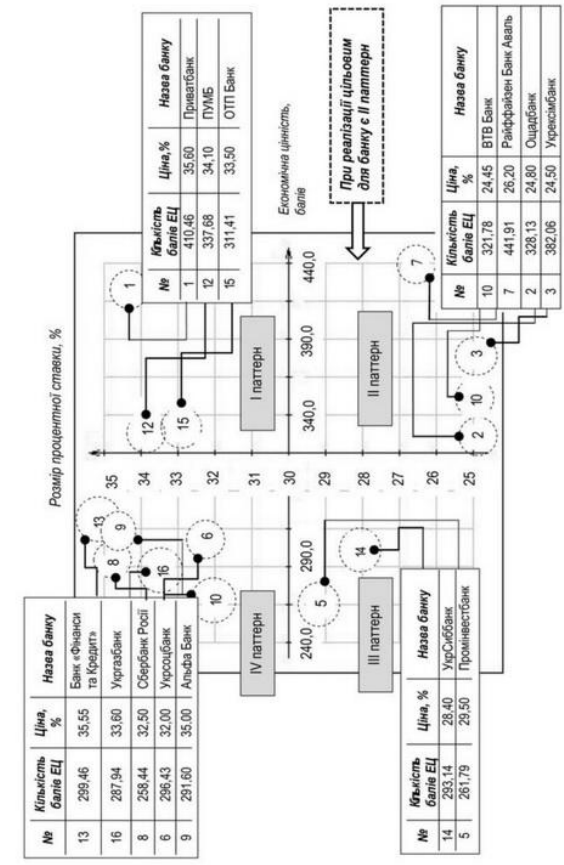
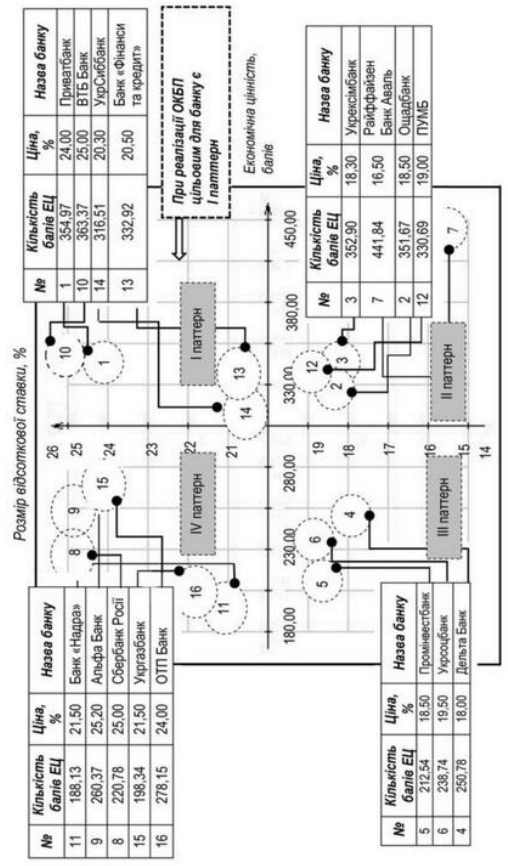
* x_{ij} – кількість балів, дана j -м експертом i -му параметру, $i = \overline{1, n}$, $j = \overline{1, m}$;
 n – кількість оцінюваних елементів ЕЦ БП;
 m – кількість експертів, які брали участь в опитуванні

** y_{ij} – кількість балів, дана j -м експертом i -му параметру, $i = \overline{1, n}$, $j = \overline{1, k}$;
 k – кількість експертів, які брали участь в опитуванні

Рисунок 4 – Алгоритм оцінювання економічної цінності банківських продуктів при ціноутворенні

Конкурентні позиції банківських продуктів на ринку автор пропонує визначати на основі діаграми розсіювання (рис. 5), що узагальнює результати порівняння балів економічної цінності банківських продуктів щодо фактичного рівня їх цін. За результатами розрахунків автором сформовано наступні паттерни банків для ощадно-капіталотворчих банківських продуктів (рис. 5 а).

Вибірка банків для дослідження: ПАТ КБ «Приватбанк», ПАТ «Ощадбанк», ПАТ «Надра», ПАТ КБ «Надра», ПАТ «Укресімбанк», ПАТ «Укресімбанк», ПАТ «Промінвестбанк», ПАТ «Укрсоцбанк», ПАТ «Райффайзен Банк Аваль», ПАТ «ВТБ Банк», ПАТ «Альфа Банк», ПАТ «УкрСиббанк», ПАТ «УкрСиббанк», ПАТ «УкрСиббанк», ПАТ «Перший Український Міжнародний Банк» (ПУМБ), ПАТ «Сбербанк Росії», ПАТ Банк «Фінанси та Кредит», ПАТ «ОТП Банк» та ПАТ «Укргазбанк»



а) оцідно-капіталотворчі БП* (з базовими параметрами: тип клієнта – фізична особа, валюта – гривня, строк – 3 місяці) станом на 01.01.2015.

* Банки які потрапили в:

I паттерн – досить високий рівень ЕЦ БП та вигідна для клієнта процентна ставка (чим вище та правіше знаходиться позиція БП, тим кращою є пропозиція з точки зору клієнта);

II паттерн – досить низький рівень ціни при високому рівні ЕЦ;

III паттерн – мінімальний для клієнта дохід, а також низький рівень ЕЦ;

IV паттерн – досить високий рівень ціни, що дає можливість клієнту отримувати високий дохід, але при цьому рівень ЕЦ є низьким. Врахувавши вимоги клієнтів щодо БП, дані банки мають можливість стати одними з найкращих у досліджуваній групі

б) кредитно-інвестиційні БП** (з базовими параметрами: тип клієнта – фізична особа, мета – придбання авто, строк – 5 років, загальна сума – 250 тис. грн.) станом на 01.01.2015.

** Банки які потрапили в:

I паттерн – дуже високий рівень процентних ставок при високому рівні ЕЦ;

II паттерн – порівняно низька процентна ставка та високий рівень ЕЦ (чим нижче та правіше знаходиться точка, тим кращою є позиція БП з точки зору клієнта);

III паттерн – низький рівень процентної ставки з достатньо низьким рівнем ЕЦ;

IV паттерн – високий рівень процентних ставок при низькому рівні ЕЦ. Для посилення конкурентних переваг банкам необхідно підвищити рівень ЕЦ (шляхом покращення умов надання кредиту) та/або відкоригувати рівень процентних ставок

Рисунок 5 – Результати аналізу конкурентних позицій банківських продуктів з урахуванням економічної цінності

Паттерни на діаграмі розсіювання визначають, чи є необхідність коригувати економічну цінність або ціну банківського продукту для досягнення стратегічних цілей банку. Автором визначено, що для ощадно-капіталотворчих банківських продуктів найкращим є перебування в I паттерні, що характеризується високим рівнем економічної цінності та оптимальною ціною (ПАТ «ПриватБанк», ПАТ «ВТБ Банк», ПАТ «Фінанси та кредит» та ПАТ «УкрСиббанк»). Банківські продукти, які знаходяться в III паттерні (ПАТ «Укрсоцбанк», ПАТ «Дельта Банк» та ПАТ «Промінвестбанк»), забезпечують мінімальний дохід для клієнта та характеризуються низьким рівнем економічної цінності. Для досягнення вищезазначеними банками стратегічних цілей на ринку необхідно відкоригувати обрані методи ціноутворення на банківські продукти та/або сформуванати комплекс заходів для підвищення рівня їх економічної цінності.

Для кредитно-інвестиційних банківських продуктів (рис. 5б) цільовим є перебування у II паттерні (ПАТ «Райффайзен Банк Аваль», ПАТ «ВТБ Банк», АТ «Ощадбанк», ПАТ «Укрексімбанк»), оскільки для нього характерні високий рівень економічної цінності та оптимальна ціна. Кредитно-інвестиційні банківські продукти, які знаходяться в IV паттерні (ПАТ «Фінанси та Кредит», ПАТ «Альфа Банк», ПАТ «Укргазбанк» та ПАТ «Сбербанк Росії»), мають високу ціну та низький рівень економічної цінності, що не відповідає очікуванням клієнтів. Для досягнення стратегічних цілей цим банкам необхідно підвищити рівень економічної цінності (шляхом зміни умов надання кредитно-інвестиційних банківських продуктів) та переглянути методи ціноутворення на них.

Апробація розробленого автором підходу до оцінювання економічної цінності на банківські продукти була здійснена для ПАТ КБ «Приватбанк», для порівняння обрані альтернативні продукти банків I групи згідно з класифікацією НБУ (рис. 6).

Відповідно до результатів розрахунків ПАТ КБ «Приватбанк» забезпечує досить високий рівень економічної цінності, а також вигідну для клієнта ціну за ощадно-капіталотворчим банківським продуктом, порівняно з альтернативними пропозиціями конкурентів. Значення економічної цінності ощадно-капіталотворчого банківського продукту ПАТ КБ «ПриватБанк» становить 354,97 балів та потрапляє в інтервал від 340,32 до 357,23. Відповідно, до розрахунку ціна на ощадно-капіталотворчий банківський продукт ПАТ КБ «ПриватБанк» з визначеним рівнем економічної цінності має бути встановлена у межах від 19,40 до 19,98 %. Якщо ПАТ КБ «ПриватБанк» для досягнення стратегічних цілей залишає ціну на рівні 24 %, йому необхідно підвищити економічну цінність банківського продукту, що пропонується клієнтам. Кредитно-інвестиційний банківський продукт, що пропонує ПАТ КБ «ПриватБанк», забезпечує високий рівень економічної цінності (410,46 балів), але ціна є найвищою по групі – 35,60 %. За даними кредитно-інвестиційний банківський продукт ПАТ КБ «ПриватБанк» потрапив в інтервал від 399,54 до 413,65, відповідно, ціна має бути встановлена у межах від 33,05 до 33,91 %.

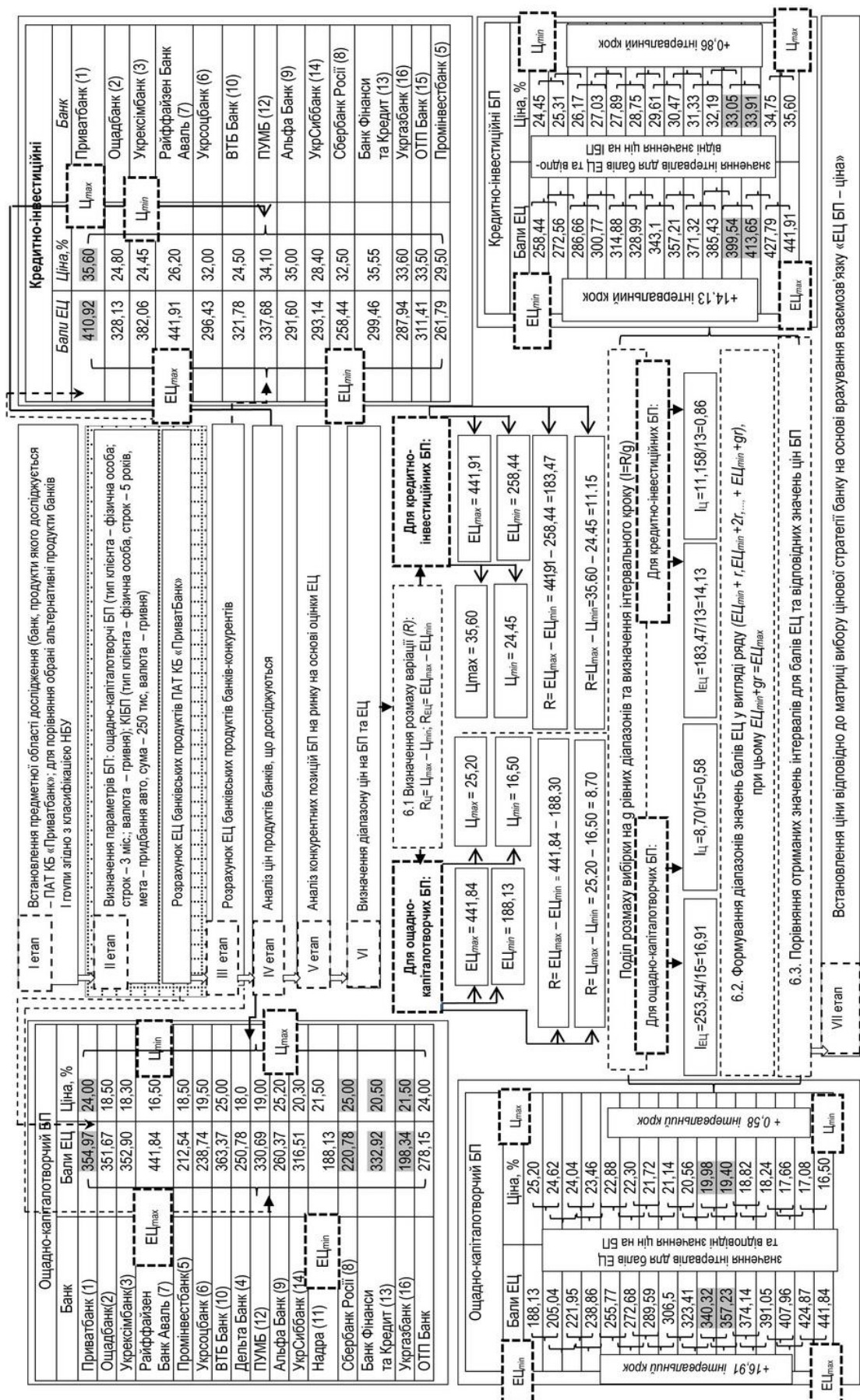


Рисунок 6 – Результати розрахунку економічної цінності банківських продуктів (на прикладі банків України)

Результати визначення рівня економічної цінності для банківських продуктів за запропонованим підходом дозволяють формалізувати взаємозв'язок елементів економічної цінності банківського продукту для клієнта та ступеня їх реалізації банком, що досліджується; провести аналіз конкурентних позицій банківського продукту на ринку; встановити ціну на банківський продукт з урахуванням економічної цінності; обґрунтувати перелік факторів (елементи економічної цінності чи ціна банківського продукту), на яких банку слід сконцентрувати управлінські впливи для забезпечення реалізації цінової стратегії та досягнення на цій основі стратегічних цілей діяльності на ринку.

ВИСНОВКИ

У дисертації запропоновано теоретичне узагальнення та запропоновано нове вирішення наукового завдання, яке полягає у розробці науково-методичних підходів та практичних рекомендацій щодо ціноутворення на банківські продукти з урахуванням економічної цінності. За результатами дисертаційного дослідження зроблено наступні висновки:

1. Під ціною на банківський продукт слід розуміти грошовий вираз вартості комплексу процедур, впорядкованих та структурованих за відповідними типами та ознаками, що є результатом діяльності банку та його економічних відносин з клієнтами з метою задоволення їх потреб, визначається банком самостійно з урахуванням впливу впливом системи ціноутворюючих факторів.

2. Автором систематизовано ціноутворюючі фактори з поділом на зовнішні та внутрішні (загальні та специфічні) та обґрунтовано доцільність виділення економічної цінності як фактора, що дозволяє збалансувати зовнішні (переваги, що визначає клієнт) та внутрішні фактори (переваги банківського продукту, що пропонує банк порівняно з альтернативними на ринку з урахуванням витрат, пов'язаних з їх створенням, впровадженням та реалізацією).

До складу найбільш значущих ціноутворюючих факторів внутрішнього середовища на банківські продукти в Україні віднесено: розмір, ринкові позиції, склад клієнтури та параметри банківського продукту. До основних ціноутворюючих факторів зовнішнього середовища на кредитно-інвестиційні та ощадно-капіталотворчі банківські продукти віднесено: наслідки політичної та економічної криз; вплив грошово-кредитного регулювання; рівень конкуренції на окремих сегментах ринку банківських послуг. Для платіжно-розрахункових банківських продуктів ключовими зовнішніми ціноутворюючими факторами виступають законодавчі та нормативні обмеження, а також вплив конкурентів.

3. Ціноутворення на банківські продукти з урахуванням економічної цінності запропоновано розуміти як сукупність пов'язаних між собою елементів, в результаті ефективної взаємодії яких шляхом реалізації інформаційно-пов'язаних та послідовних етапів враховуються всі ціноутворюючі фактори, в тому числі ті, що формують елементи економічної цінності, відбувається формування оптимальної цінової стратегії, встановлення та, за потреби, коригування ціни на банківські продукти.

4. Розроблена системно-процесна модель ціноутворення на банківські продукти з урахуванням економічної цінності забезпечує збалансованість очікуваних переваг для клієнта, порівняно з альтернативними на ринку, з внутрішньобанківськими витратами, пов'язаними зі створенням, впровадженням та реалізацією банківських продуктів через взаємодію всіх її підсистем (суб'єктно-об'єктна, структурно-функціональна та інформаційна), і включає формалізацію стратегічних цілей банку; оцінку впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовищ на ціну банківських продуктів, у тому числі визначення економічної цінності як фактора впливу на ціноутворення на банківські продукти; вибір цінової стратегії банку на основі взаємозв'язку «економічна цінність банківського продукту – ціна»; контроль та аналіз відповідності встановлених цін на банківські продукти з урахуванням економічної цінності цінової стратегії банку.

5. Ціноутворення на банківські продукти з урахуванням економічної цінності передбачає вибір альтернативних цінових стратегій («з урахуванням економічної цінності», «нейтральних цін», «без урахування економічної цінності») на основі використання матричного підходу. Його запровадження дозволяє визначити оптимальний метод встановлення ціни на банківські продукти, що забезпечує досягнення стратегічних цілей діяльності банку на ринку, виходячи із взаємозв'язку між рівнем економічної цінності та ціною банківського продукту.

6. Розроблений науково-методичний підхід до якісного та кількісного оцінювання економічної цінності банківського продукту дозволяє розширити можливості банку у процесі прийняття рішення про вибір методу ціноутворення для реалізації цінової стратегії та досягнення стратегічних цілей діяльності на ринку за рахунок формалізації взаємозв'язку елементів економічної цінності банківського продукту для клієнта та ступеня їх реалізації банком; аналізу конкурентних позицій банківського продукту на ринку; обґрунтування переліку факторів (елементи економічної цінності чи ціна банківського продукту), на яких банку слід сконцентрувати управлінські впливи.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ

Монографії

1. Павленко Л. Д. Ціноутворення на процентні банківські продукти як основа економічного розвитку та ефективного функціонування банків : монографія / Л. Д. Павленко, О. А. Криклій // Теоретико-методичні засади прискорення процесів соціально-економічного розвитку регіону – Кременчук : ПП Щербатих, 2013. – С. 329–338 (0,64 друк. арк.). *Особистий внесок: досліджено механізм коригування базових процентних ставок за ощадно-капіталотворчими та кредитно-інвестиційними банківськими продуктами (0,38 друк. арк.).*
2. Павленко Л. Д. Прогнозування ризику кредитного портфеля банку за допомогою вінтажного аналізу : колективна монографія / Н. Г. Маслак, О. А. Криклій, Л. Д. Павленко // Детермінанти соціально-економічного

розвитку підприємств. – Харків : ДісаПлюс, 2013. Вип. 2. – С. 143–158 (1,2 друк. арк.). *Особистий внесок: розробка методичного забезпечення оцінки рівня кредитного ризику та обґрунтування доцільності врахування отриманих результатів при ціноутворенні на кредитно-інвестиційні банківські продукти (0,6 друк. арк.).*

3. Павленко Л. Д. Методичне забезпечення оцінки собівартості банківських продуктів : колективна монографія / Л. Д. Павленко, О. А. Криклій // Сучасний бухгалтерський облік аналіз і аудит. – Дніпропетровськ : Греда, 2013. – Т. 2. – С. 151–161 (0,76 друк. арк.). *Особистий внесок: розроблено класифікатор банківських продуктів, досліджено елементи системи оцінки собівартості при ціноутворенні на них (0,58 друк. арк.).*

Статті у наукових фахових виданнях України

4. Павленко Л. Д. Вплив конкуренції на ціноутворення в банку / Л. Д. Павленко // Економічний аналіз. – 2010. – Вип. 7. – С. 162–165 (0,54 друк. арк.).
5. Павленко Л. Д. Вартість, цінність, корисність у ціноутворенні банківських продуктів / Л. Д. Павленко // Економічний простір. 2010. – № 44/1. – С. 141–145 (0,47 друк. арк.).
6. Павленко Л. Д. Трансфертне ціноутворення як інструмент забезпечення внутрішньобанківської рівноваги / Т. Г. Савченко, Л. Д. Павленко // Економічний простір. – 2010. – № 393. – С. 134–147 (0,56 друк. арк.). *Особистий внесок: обґрунтовано доцільність запровадження трансфертного ціноутворення в банку при встановленні ціни на кредитно-інвестиційні банківські продукти (0,37 друк. арк.).*
7. Павленко Л. Д. Фактори ціноутворення банківських продуктів / Л. Д. Павленко // Інноваційна економіка. – 2011. – № 4 (23). – С. 255–259 (0,45 друк. арк.).
8. Павленко Л. Д. Елементи системи ціноутворення на банківські продукти та їх характеристика / Л. Д. Павленко // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2011. – № 3(12). – С. 189–192 (0,43 друк. арк.).
9. Павленко Л. Д. Оцінка собівартості продукту в системі банківського ціноутворення / Л. Д. Павленко, О. А. Криклій, Н. Г. Маслак // Вісник соціально-економічних досліджень – № 3(46). – 2012. – С. 177–180 (0,74 друк. арк.). *Особистий внесок: досліджено методи оцінки собівартості в системі ціноутворення на банківські продукти (0,38 друк. арк.).*
10. Павленко Л. Д. Науково-методологічний підхід до встановлення цін на банківські продукти на основі ринкового методу / Л. Д. Павленко // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 1(127). – С. 228–234 (0,38 друк. арк.).
11. Павленко Л. Д. Удосконалення ціноутворення на депозитні банківські продукти / Л. Д. Павленко // Часопис економічних реформ. – 2012. – № 2(6). – С. 50–55 (0,46 друк. арк.).
12. Павленко Л. Д. Ціноутворення на банківські продукти на основі використання витратного методу / Л. Д. Павленко, О. А. Криклій // Вісник Університету

- банківської справи Національного банку України. – № 1(13). – 2012. – С. 160–265 (0,46 друк. арк.). *Особистий внесок: досліджено сутність, переваги та недоліки витратних методів ціноутворення на банківські продукти з точки зору їх застосування для визначення економічної цінності (0,29 друк. арк.).*
13. Павленко Л. Д. Удосконалення ціноутворення на кредитно-інвестиційні банківські продукти для банків «маркет-юзерів» / Л. Д. Павленко // Вісник Університету банківської справи НБУ (м. Київ). – № 3(15). – 2012. – С. 106–109 (0,48 друк. арк.).
14. Pavlenko L. Cost-effectiveness analysis of Ukrainian banks using the DEA method / Krikley H., Pavlenko L., Podvigin S. // The advanced science Journal. – № 12. – 2013. – P. 49–55 (0,61 друк. арк.). *Особистий внесок: визначено доцільність використання методу DEA при визначенні ефективності внутрішньобанківських витрат, пов'язаних зі створенням, впровадженням та реалізацією банківських продуктів для прийняття рішень щодо підвищення рівня їх економічної цінності (0,24 друк. арк.).*
15. Павленко Л. Технологія розробки і реалізації банківського продукту як складова механізму ціноутворення на банківські продукти / Л. Павленко, І. Белова // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – № 3 (21). – 2014. – С. 91–97 (0,53 друк. арк.). *Особистий внесок: обґрунтовано доцільність врахування витрат банку на розробку/модифікацію та реалізацію банківських продуктів при встановленні ціни на них.*

Статті у зарубіжних виданнях

16. Krukmal O. Principles And Rules Of Financial Planning In Banks In The Crisis / Krukmal O., Krikley O., Pavlenko L. // International scientific and practical congress «Science Engineering And Economic Paradigm Of Modern Society». – 2014. – Vol 1. – P. 224–229 (0,42 друк. арк.). *Особистий внесок: обґрунтовано роль та значення цінової політики та стратегії в процесі планування фінансових показників діяльності банків у кризових умовах (0,2 друк. арк.).*
17. Salo I. Evaluation of risk-based profits of banking products / I. Salo, L. Pavlenko, O. Lysianskay // Nauka I studia. – № 8(53). – 2012. – P. 78–83 (0,32 друк. арк.). *Особистий внесок: досліджено методологію інтегрованої системи оцінки ефективності банківських продуктів в системі управління ризиками (0,16 друк. арк.).*

Публікації у збірниках матеріалів конференцій

18. Павленко Л. Д. Урахування інфляції при розробці цінової політики банку / Л. Д. Павленко // Банківська система України в умовах глобалізації фінансових ринків : збірник тез доповідей і виступів V Міжнародної науково-практичної конференції (14–15 жовтня 2010 р.) : у 2 т. – Черкаси : ЧІБС УБС НБУ, 2010. – Т. 2. – С. 165–166 (0,07 друк. арк.).
19. Павленко Л. Д. Система ціноутворення на банківські кредитні продукти / Л. Д. Павленко // Проблеми та перспективи розвитку регіональної ринкової

- економіки : збірник тез доповідей VI Міжнародної науково-практичної конференції аспірантів, молодих учених і науковців (12–14 травня 2011 р.) : у 2 т. / КІ ДУЕП ім. Нобеля. – Кременчук. – С. 237–238 (0,09 друк. арк.).
20. Павленко Л. Д. Методи ціноутворення на банківські продукти / Л. Д. Павленко // Банківська система України в умовах глобалізації фінансових ринків : збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (20–21 жовтня 2011 р.). – Черкаси : ЧІБС УБС НБУ. – 2011. – С. 122–123 (0,06 друк. арк.).
21. Павленко Л. Д. Науково-методичний підхід до встановлення цін на банківські продукти / Л. Д. Павленко // Фінансово-кредитний механізм активізації інвестиційного процесу : збірник тез II Міжнародної науково-практичної конференції (3 листопада 2011 р.). – К. : КНЕУ, 2011. – С. 390–392 (0,07 друк. арк.).
22. Павленко Л. Д. Аналіз та оцінка як складові механізму ціноутворення банківських продуктів / Л. Д. Павленко // Теорія і практика економічного аналізу: сучасний стан, актуальні проблеми та перспективи : збірник тез V Міжнародної науково-практичної конференції (29 вересня – 1 жовтня 2011 р.). – Тернопіль : ТНЕУ, 2011. – С. 256–258 (0,07 друк. арк.).
23. Павленко Л. Д. Споживча цінність як ціновий фактор конкурентоспроможності банківського продукту / Л. Д. Павленко // Трансформаційні процеси в економіці держави та регіонів : збірник тез VI Міжнародної науково-практичної конференції (20–21 жовтня 2011 року). – Запоріжжя : Видавництво ЗНУ, 2011. – Том II. – С. 107–108 (0,06 друк. арк.).
24. Павленко Л. Д. Удосконалення методичних підходів щодо ціноутворення на процентні банківські продукти з урахуванням економічної цінності / Л. Д. Павленко, О. А. Криклій // Актуальність інновацій у маркетингу : збірник тез Міжнародної науково-практичної конференції (19–20 липня 2013 р.). – Сімферополь : Economics, 2013. – С. 68–70. (0,05 друк. арк.). *Особистий внесок: досліджено методичні підходи до ціноутворення на процентні банківські продукти (0,03 друк. арк.).*
25. Павленко Л. Д. Удосконалення методики собівартості банківських продуктів як складової системи управлінського обліку банку / Л. Д. Павленко, Н. Г. Євченко // Сучасний стан та перспективи розвитку економіки України : збірник тез учасників XXVIII Міжнародної науково-практичної конференції (2–3 серпня 2013 р.) / Громадська організація “Львівська економічна фундація”. – Львів : ЛЄФ, 2013. – С. 108–110 (0,06 друк. арк.). *Особистий внесок: визначено переваги та недоліки методів визначення собівартості банківських продуктів (0,03 друк. арк.).*
26. Yevchenko N. Y. Tax regulation of transfer pricing in banks of Ukraine / N. Y. Yevchenko, L. D. Pavlenko // Фінансування інноваційного розвитку України: стан, проблеми та перспективи : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. – К. : КНЕУ, 2013. – С. 147–148. (0,05 друк. арк.). *Особистий внесок: досліджено вплив правових факторів на ціноутворення в банках (0,03 друк. арк.).*

27. Павленко Л. Д. Орієнтація на клієнта та створення економічної цінності банківського продукту як фактору росту конкурентоспроможності банку в умовах постіндустріальної економіки / Л. Д. Павленко // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : збірник тез доповідей XIV Всеукраїнської науково-практичної конференції (30–31 жовтня 2014 р.) / Державний вищий навчальний заклад “Українська академія банківської справи Національного банку України”. – Суми : ДВНЗ “УАБС НБУ”, 2014. – С. 133–134 (0,05 друк. арк.).

АНОТАЦІЯ

Павленко Л. Д. Ціноутворення на банківські продукти з урахуванням економічної цінності. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.08 – Гроші, фінанси і кредит. – Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України», Суми, 2015.

Дисертація присвячена розробці науково-методичних підходів і практичних рекомендацій щодо ціноутворення на банківські продукти з урахуванням економічної цінності.

На основі узагальнення результатів наукових досліджень уточнено понятійно-категоріальний апарат дослідження, зокрема зміст понять «ціна на банківський продукт», «економічна цінність банківського продукту», «ціноутворення на банківський продукт з урахуванням економічної цінності». Здійснено аналіз банківської системи України та визначено фактори, що впливають на встановлення цін на банківські продукти, за результатами систематизовано фактори зовнішнього та внутрішнього середовищ, вплив яких слід урахувувати банками при встановленні ціни на банківські продукти з урахуванням їх економічної цінності.

У дисертаційній роботі розглянуто концептуальні засади і методичні основи ціноутворення на банківські продукти, на основі чого автором розроблено системно-процесну модель ціноутворення на банківські продукти з урахуванням економічної цінності; визначено взаємозв'язок між ціною та економічною цінністю при формуванні цінової стратегії та вибору на цій основі методу ціноутворення на банківські продукти.

Сформовано науково-методичний підхід до оцінювання рівня економічної цінності банківських продуктів та прийняття рішень щодо встановлення цін на них за його результатами.

Ключові слова: банк, ціна, банківський продукт, ціна на банківський продукт, економічна цінність банківського продукту, елементи економічної цінності, ціноутворення на банківські продукти з урахуванням економічної цінності.

АННОТАЦИЯ

Павленко Л. Д. Ценообразование на банковские продукты с учетом экономической ценности. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.08 – Деньги, финансы и кредит. – Государственное высшее учебное заведение «Украинская академия банковского дела Национального банка Украины», Сумы, 2015.

Диссертация посвящена развитию научно-методологических подходов и разработке практических рекомендаций по усовершенствованию ценообразования на банковские продукты с учетом экономической ценности.

В диссертационной работе определены преимущества и недостатки существующих подходов к категории «цена» и «банковский продукт». На основе обобщения установлено, что цена на банковский продукт – это денежное выражение стоимости набора процедур, сгруппированных по соответствующим типам и признакам, являющихся результатом деятельности банка и его экономических отношений с клиентами с целью удовлетворения их потребностей, для подготовки и реализации которых банк несет расходы в материальной или денежной форме, формирующееся под влиянием системы ценообразующих факторов.

На основе изучения ценообразующих факторов обосновано необходимость выделения экономической ценности банковских продуктов как фактора, который синтезирует предложения банка с преимуществами, выделенными клиентом. Экономическую ценность банковского продукта предложено трактовать как целостную дуальную структурированную совокупность уникальных параметров банковского продукта, обеспечивающих сбалансированность ожидаемых преимуществ для клиента (по сравнению с альтернативными на рынке), с внутрибанковскими затратами (связанными с их созданием, внедрением и реализацией).

В результате систематизации теоретических и методических основ ценообразования разработана системно-процессная модель ценообразования на банковские продукты с учетом их экономической ценности, включающая субъектно-объектную, информационную и структурно-функциональную подсистемы.

Автором обоснована целесообразность учета связи между ценой банковского продукта и уровнем его экономической ценности при выборе ценовой стратегии с использованием матричного подхода. Доказано, что использование данного подхода позволяет корректировать процесс установления цен на банковские продукты в зависимости от целей деятельности банка на рынке и уровня экономической ценности на банковские продукты.

Автором разработан методический подход к ценообразованию на банковские продукты с учетом уровня их экономической ценности, предусматривающий: выделение элементов экономической ценности для конкретного банковского продукта, оценку экономической ценности конкретного банковского продукта в разрезе выделенных элементов; определение соответствия уровня эконо-

номической ценности и диапазона цен, которые могут быть установлены на конкретный банковский продукт; принятие решения об установлении цены на банковский продукт и/или корректировку уровня его экономической ценности. В результате апробации в ПАТ КБ «ПриватБанк» доказана целесообразность его использования.

Ключевые слова: банк, банковский продукт, цена на банковский продукт, экономическая ценность банковского продукта, элементы экономической ценности банковского продукта, ценообразование на банковские продукты с учетом экономической ценности.

SUMMARY

Pavlenko L. D. Pricing for banking products based on their economic value. – Manuscript.

The dissertation for reception of scientific degree of candidate of economic science on the specialty 08.00.08 – Money, finance and credit. – State Higher Educational Institution “Ukrainian Academy of Banking of the National Bank of Ukraine”, Sumy, 2015.

The thesis is devoted to the development of scientific and methodological approaches and practical recommendations for pricing banking products based on their economic value. Based on the generalization of research results, it was clarified such concepts and categories of the study as: “the price of banking product”, “pricing for banking products based on their economic value”; and formulated the author's definition of economic value of banking product. The thesis analyzes the banking system of Ukraine and the factors that affect the pricing of banking products. As a result, the author systematizes factors of external and internal banks environment, which effects should be considered when setting prices for banking products based on their economic value. In the thesis, it was defined elements of economic value for “saving and capital creating”, “credit and investment” and “payment and settlement” banking products as factors influencing the pricing. The author examines the conceptual framework and methodological foundations of pricing for banking products and defines the relationship between price and economic value and its application to pricing strategies. It was proved the expediency of using the developed theoretical and practical recommendations to improve pricing for banking products based on economic value.

Keywords: bank, price, banking product, the price of banking product, the economic value of a bank product, the elements of economic value, pricing on banking products based on their economic value.

Відповідальний за випуск

доктор економічних наук, професор
Сало Іван Васильович

Підписано до друку 20.08.2015.
Формат 60x90/16. Обл.-вид. арк. 0,9.
Гарнітура Times. Тираж 100 пр.

Державний вищий навчальний заклад
“Українська академія банківської справи
Національного банку України”.
Адреса: вул. Петропавлівська, 57, м. Суми, 40000, Україна.
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
видавців, виготівників і розповсюджувачів
видавничої продукції: серія ДК № 4694 від 19.03.2014

