

Магістр 2 року навчання  
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

## ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ДОХІДНОСТІ БАНКУ З УРАХУВАННЯМ ЙОГО ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ НА РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

*Анотация. Розглянуто напрями зміни політики ціноутворення банківських операцій/послуг, урахувуючи необхідний рівень науково-технічної новизни, виробничої застосовності та комерційної реалізованості. Охарактеризовано ринкові закони, що в умовах становлення визначаються відповідно до оптимального співвідношення між попитом та пропозицією.*

*Аннотация. В статье рассмотрены направления изменения политики ценообразования банковских операций/услуг с учетом необходимого уровня научно-технической новизны, производственной применимости и коммерческой реализуемости. Охарактеризованы рыночные законы, которые в условиях становления определяются в соответствии с оптимальным соотношением спроса и предложения.*

*Annotation. Changes in the policy in the of pricing bank transactions/services are considered, taking into account the necessary level of scientific and technical novelty, production applicability, and commercial realization. Market laws, that in the conditions of becoming, are determined in accordance with an optimum supply-demand situation are characterized.*

*Ключові слова: прибутковість, ризики, ціна, ціноутворення, цінова політика, тариф.*

Ефективне керування прибутковістю й ризиками банківського бізнесу можливе лише за умови вибору оптимальних рішень з їхньої збалансованості. Підвищення прибутковості банківських операцій дозволяє збільшувати вартість банку за рахунок капіталізації прибутку, а керування ризиками забезпечує зниження грошового потоку банку, підвищуючи його фінансову стабільність. Збільшення маржі прибутку в умовах падіння прибутковості ринків – завдання, тісно пов'язане з керуванням ризиками й прийняттям оптимальних рішень за критерієм "прибутковість/ризик". Зниження вартості залучених ресурсів призведе до втрати конкурентних позицій банку, утримання за всяку ціну високих ставок кредитування викличе погіршення якості активів, скорочення витрат може призвести до втрати кваліфікованого персоналу й зашкодити іміджу банку.

Гнучкість цін і тарифів для клієнтів різних категорій під різні гарантії, послуги у сполученні з високою рейтинговою оцінкою надійності дозволяють комерційним банкам перемагати в конкурентній боротьбі на ринку депозитів, позичкових капіталів, інших послуг.

У зв'язку із цим виникає нагальна потреба розгляду напрямів ціноутворення вартості банківських операцій у цей час.

Дослідженню управління дохідністю банку присвячено багато наукових праць як вітчизняних, так і зарубіжних науковців-економістів. Серед досліджень вітчизняних економістів слід виділити роботи таких вчених, як: Заруцька О. Г., Крочок С. К., С. Осташ, О. Пернарівський, Щибиволок З. І. та ін.

Метою роботи є дослідження особливостей ціноутворення банківських операцій як економічного процесу, спрямованого на формування, установлення й зміну цін.

Оскільки банківська операція є товаром, вона має властивості товару, такі, як індивідуальність, якість, цінність, доступність. Разом з тим банківська операція – це унікальний товар через те, що має особливі властивості – невідчутність, невіддільність, мінливість, недовговічність, відсутність власності.

Нові банківські продукти та послуги – це результати діяльності банку, спрямовані на одержання додаткових доходів за допомогою інновацій і сприяння клієнтові в одержанні прибутку. Банківські операції й послуги, як і будь-який інший товар, мають вартість і ціну. Реалізація операції (послуги) і покриття тим самим витрат є основою фінансово-господарської діяльності банківських установ (незважаючи на те, що в деяких випадках банківські послуги можуть надаватися на безоплатній основі) [1].

Одночасно банк може одержати дохід, наприклад, за рахунок зміни курсу іноземної валюти й переоцінки валютних коштів, за рахунок штрафів, отриманих у результаті господарської суперечки, при відновленні сум, раніше списаних на витрати, та ін. Проте банківські операції й послуги – це той товар, без реалізації якого діяльність банку втрачає усякий зміст. Іншим, не менш важливим поняттям є ціноутворення банківських операцій (послуг).

Поняття ціноутворення банківських операцій стало активно використовуватися у вітчизняній практиці з початку ринкових перетворень, коли ціна даного товару почала відігравати значну роль. У цей час стосовно ціноутворення банківських операцій не існує єдиного прийнятого визначення як певного стандарту.

Ціноутворення банківських операцій слід розглядати як кінцевий результат економічної діяльності комерційного банку з визначення, установлення й зміни цін на банківські операції.

Неодмінними властивостями ціноутворення банківських операцій є науково-технічна новизна, виробнича застосовність і комерційна реалізованість. Відсутність кожної будь-якої із трьох властивостей негативно позначається на ціноутворенні банківських операцій. Для банківського ціноутворення як процесу характерні етапи, серед яких [2]:

вибір стратегії;  
вироблення реалізації стратегії;  
визначення умов й організації процесу;  
реалізація прийнятих планів;  
контроль, аналіз, нагромадження досвіду й оцінка ефективності ціноутворення.

Зіставляючи різні підходи до ціноутворення банківських операцій, можна запропонувати таке визначення: ціноутворення банківських операцій/послуг – це економічний процес, спрямований на формування, визначення та зміну цін, в основу якого покладена сукупність принципів, методів і форм керування процесами та персоналом, зайнятим цією діяльністю. Для сучасних комерційних банків, які звикли до високих процентних доходів кредитного ринку, стало великою проблемою утримувати на належному рівні рентабельність позичкових операцій. Втрати від зниження загальних процентних доходів змушують банки шукати інші джерела одержання прибутку. У багатьох випадках до висновку про необхідність диверсифікованості портфельної стратегії банки приходять після тривалих спроб стабілізувати зменшення прибутків методом оперативного керування ресурсами. Цей підхід не завжди виявляється ефективним. Нерідко потрібні більш радикальні заходи, такі, як зміна бізнес-портфеля.

Причинами диверсифікованості, як правило, є загальне насичення ринку, зниження попиту на окремі банківські послуги. Звичайними симптомами цього є зменшення норми покриття витрат і низький рівень віддачі від інвестицій. Щоб залишатися рентабельним у довгостроковій перспективі, банку необхідно постійно залучати нові ресурси, користуючись різними джерелами, розробляти нові послуги, проникати на нові ринки.

Грамотна й досить активна політика комерційних банків на ринку позичкових капіталів забезпечує формування стабільної процентної маржі. Українська практика така, що переважне зростання процентних доходів над непроцентними, так само як і формування більшої частини банківського прибутку за рахунок позичкових й аналогічних їм операцій, є одним із принципів діяльності. Разом із тим захоплення позичковими операціями, крім високих ризиків, що їх супроводжують, приховує в собі ще одну небезпеку – штучне гальмування процесів, що розвивають операції, які покликані формувати непроцентні доходи. Як правило, непроцентні доходи створюються в галузі роздрібних послуг банку, наприклад, при наданні нетрадиційних банківських послуг фізичним і юридичним особам. Розвиток цього напрямку з достатньою підставою можна розглядати як можливість в іншому стратегічному напрямку вести бізнес та досягти своїх цілей.

Щоб не порушувати сформовані параметри ефективної діяльності банку, зниження процентних доходів необхідно компенсувати зростанням непроцентних доходів, отже, необхідно задіяти механізм, що регулює цей процес або змінити акценти в цій процентній політиці банку [3].

Найцікавішим є пошук нових напрямів у процентній політиці комерційного банку. Пропозиція зводиться до такого: змінити рольові функції відсотка за кредит і комісії банку. У цей час прийнята така позиція: "відсоток + комісія" (наприклад, 19 % за кредит і 1 % комісії банку). Зміна цінової політики у зворотному напрямку, а саме 19 % комісії банку й 1 % за кредит буде найбільш ефективною.

Практика показує, що сучасний стан конкурентних відносин у сфері банківських послуг характеризується перевагою нецінових методів боротьби. Обмеження в ціноутворенні позбавляють можливості маневрувати процентними ставками по кредитних і депозитних операціях. Прикладом є низькі процентні ставки, оголошені комерційними банками по внесках в іноземній валюті, що призвело до того, що більша частина коштів домогосподарств перебуває не на рахунках у банках, а на руках у населення. У свою чергу, і підвищення депозитних ставок з метою вилучення вільних коштів населення для банків – небажана акція, оскільки вона неефективна з погляду подальшого використання дорогих інвалютних ресурсів. Результатом незбалансованості інтересів банків і домогосподарств на ринку депозитів, як правило, є розширення ринку спекулятивних операцій з іноземною валютою.

Нерідко альтернативою цінової конкуренції виступають інші стратегії ціноутворення: лідерство в цінах, призначення цін, угоди, договір.

При ціновому методі банк веде боротьбу на виснаження ресурсів, не одержуючи при цьому явної переваги перед конкурентами.

Процес надання послуг можна розглядати з позиції маркетингової гри, коли кожен учасник акту купівлі-продажу послуги, переслідуючи власні інтереси – розмір виграшу, прибутку, економію за часом та ін., прагне обмежити потреби один одного [5].

В умовах української економіки вплив факторів попиту та пропозиції в банківському ціноутворенні не можна назвати визначальним, проте ці фактори певною мірою впливають на порядок встановлення цін на банківські послуги. Методи цінової та нецінової конкуренції активно використовують у процесах ціноутворення, що відбуваються на ринку банківських послуг, однак цінова конкуренція як метод поступово втрачає свій вплив, поступаючись місцем неціновим методам.

*Наук. керівн. Яременко О. Р.*

**Література:** 1. Заруцька О. Тенденції ціноутворення банківського процентного продукту / О. Заруцька, В. Коваленко // Вісник Національного банку України. – 2011. – № 8. – С. 36–38. 2. Кручок С. Кредитна ставка як індикатор кредитних ризиків / С. Кручок // Банківська справа. – 2009. – № 1. – С. 6–10. 3. Остап С. Управління банківськими послугами / С. Остап // Вісник Національного банку України. – 2010. – № 10. – С. 47–50. 4. Пернарівський О. Аналіз, оцінка та способи зниження банківських ризиків / О. Пернарівський // Вісник Національного банку України. – 2010. – № 4. – С. 44–57.