

БАЛАНЧУК

УДК 336.71

Денис Володимирович

denis.balanchuk@gmail.com

КОРПОРАТИВНИЙ СЕГМЕНТ ТА ЙОГО РОЛЬ В ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ

CORPORATE SEGMENT AND ITS ROLE IN BANKING ACTIVITY

аспірант, КНТЕУ

Досліджено сутність сучасних підходів, які використовують банки України, для виокремлення корпоративних клієнтів в окремий сегмент. Розглянуто існуючу практику банків щодо виокремлення корпоративного бізнес-сегменту та визначено роль корпоративного бізнес-сегменту в діяльності банків.

Исследовано сущность современных подходов, которые используют банки Украины, для выделения корпоративных клиентов в отдельный сегмент. Рассмотрено существующую практику банков относительно выделения корпоративного бизнес-сегмента и определена роль корпоративного бизнес-сегмента в деятельности банков.

The essence of modern approaches, which are used by the banks of Ukraine, is investigated to separate corporate clients into a separate segment. The existing practice of banks regarding the allocation of the corporate business segment is considered and the role of the corporate business segment in the activity of banks is determined.

Ключові слова: корпоративний бізнес банків, сегмент корпоративних клієнтів, частка доходів, активів та пасивів сегменту корпоративного бізнесу у сукупних доходах банків, роль корпоративного сегменту в діяльності банків

Ключевые слова: корпоративный бизнес банков, сегмент корпоративных клиентов, доля доходов, активов и пассивов сегмента корпоративного бизнеса в совокупных доходах банков, роль корпоративного сегмента в деятельности банков

Keywords: corporate business of banks, segment of corporate clients, share of incomes, assets and liabilities of the segment of corporate business in aggregate income of banks, the role of corporate segment in the activity of banks

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сучасні банки активно співпрацюють з корпоративними клієнтами, застосовуючи при цьому різні підходи. З метою досягнення банком успіху на цьому сегменті ринку, особливої уваги заслугоує аналіз існуючих підходів щодо виділення корпоративних клієнтів в окремий сегмент бізнесу.

З 1 січня 2009 р. на банки в Україні розповсюджується Міжнародний стандарт фінансової звітності 8 (МСФЗ 8) «Операційні сегменти», згідно якого вони повинні розкривати інформацію за кожним операційним сегментом [1]. З огляду зазначеного, особливої актуальності набуває проблема дослідження методичних підходів щодо тлумачення корпоративного сегменту банківського бізнесу та визначення його ролі в діяльності банків.

Аналіз останніх публікацій

Окремі аспекти взаємовідносин банку з корпоративними клієнтами розглядали такі вчені, як І. Лютий [2], О. Унінець [3], В. Федірко [4], Р. Черкас [5], Н. Шульга [6] та ін. Серед зарубіжних вчених доцільно виділити А. Краєву [7], Г. Бюшген [8], О. Лаврушина [9], В. Шулькову [10], Ю. Масленченкова та Ю. Троніна [11], С. Федосимову [12], Мельцер [13], А. Саркісянц [14], В. Шимкович [15],

С. Шкаровського [16]. Високо оцінюючи існуючі напрацювання, варто зауважити, що підходи виокремлення банками корпоративних клієнтів в окремий звітний сегмент залишаються малодослідженими.

МЕТА СТАТТІ полягає в аналізі сучасних підходів, які використовують банки України, для виокремлення корпоративних клієнтів в окремий сегмент.

Для досягнення цієї мети були поставлені наступні завдання:

- проаналізувати практику банків України щодо виокремлення корпоративного бізнес-сегменту;
- визначити роль корпоративного бізнес-сегменту в діяльності банків.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Згідно Методичних рекомендацій щодо порядку складання приміток до фінансової звітності банків, що затверджені Постановою Правління НБУ №965 від 29.12.2015 р., визначені наступні звітні сегменти [17]:

- послуги корпоративним клієнтам;
- послуги фізичним особам;
- інвестиційна банківська діяльність.

Доречно зауважити, що вищезазначений документ має рекомендаційний характер.

При дослідженні сегменту корпоративних клієнтів була обрана фокус-група, яка представлена банками трьох груп згідно зі класифікацією НБУ, що була затверджена рішенням Правління НБУ № 76-рш від 10 лютого 2017 р. [18], а саме:

1) державні банки, в статутному капіталі яких держава прямо чи опосередковано володіє часткою понад 75% статутного капіталу банку;

2) іноземні банки, контрольні пакети акцій яких належать іноземним інвесторам;

3) банки з приватним капіталом, серед кінцевих власників істотної участі яких є один чи кілька приватних інвесторів, що прямо та/або опосередковано володіють не менше ніж 50% статутного капіталу банку.

До обраної фокус-групи увійшли:

- державні банки (до цієї групи з шести діючих державних банків не включені ПАТ «Розрахунковий

центр» та АТ «Український банк реконструкції та розвитку», які не обслуговують корпоративних клієнтів);

- іноземні банки (всі діючі банки);
- приватні банки (включають 15 найбільших приватних банків);

Отже, фокус-група представлена 44 банками з 94 діючих, що функціонували в Україні станом на 1 січня 2017 р. [19]. Про репрезентативність вибірки свідчить той факт, що на досліджувані банки припадає 97% активів, 98% зобов'язань та 91% капіталу.

За даними фінансової звітності банків фокус-групи було встановлено, що термін «сегмент корпоративних клієнтів» має в них різне морфологічне звучання (табл. 1).

Таблиця 1

Різні морфологічні звучання терміну «сегмент корпоративних клієнтів» в банках фокус-групи

Назва сегменту	Банки, що виділяють даний сегмент
«Послуги корпоративним клієнтам»	Креді Агріколь, Альфа Банк, Таскомбанк, МІБ, Універсалбанк, Банк інвестицій та заощаджень, А-банк, Кліринговий дім, Полтава Банк, Місто Банк
«Корпоративний бізнес»	Укресімбанк, Ощадбанк, Укрсоцбанк, ВТБ Банк, ОТП Банк, БМ Банк, ПУМБ
«Операції з корпоративними клієнтами»	Діамант Банк
«Послуги юридичним особам»	Форвард Банк, Кредит Дніпро Банк
«Операції з юридичними особами»	ВіЕс Банк, Сбербанк Росії
«Юридичні особи»	Укргазбанк
«Корпоративна банківська діяльність»	ПриватБанк, Кредобанк, Банк Південний, Мега Банк
«Корпоративне банківське обслуговування»	Укрсіббанк
«Послуги великим та малим підприємствам»	Райффайзен Банк Аваль
«Кредитний бізнес»	Сіті Банк
«Комерційний банкінг»	Себ Корпоративний
Банк являє собою один звітний сегмент (корпоративний)	ІНГ Банк, Про Кредит Банк, Дойче Банк

Найбільша кількість банків (11 з 44 або 25%) виокремлюють у своїй звітності такий сегмент, як «послуги корпоративним клієнтам», що повністю відповідає методичним рекомендаціям НБУ щодо порядку складання приміток до фінансової звітності. До таких банків також можна віднести Діамант Банк, який виділяє сегмент «операції з корпоративними клієнтами». При чому характерним є те, що серед них зустрічаються банки з усіх досліджуваних трьох груп.

Варто звернути увагу на те, що великі державні банки (Укресімбанк, Ощадбанк) та окремі іноземні та приватні банки (Укрсоцбанк, ВТБ Банк, ОТП Банк, БМ Банк та ПУМБ), які в сукупності складають 16% від фокус-групи, називають сегмент «корпоративний бізнес».

Зустрічаються випадки, коли банки для характеристики цього сегменту вживають терміни:

- «послуги юридичним особам», «операції з юридичними особами» або просто «юридичні особи» (частка у досліджуваній сукупності складає 11%);

- «корпоративна банківська діяльність» або «корпоративне банківське обслуговування» (питома вага у фокус-групі становить 11%)

Доречно зауважити, що окремі банки використовують специфічний підхід при виокремленні сегменту корпоративних клієнтів, коли не всі юридичні особи нього відносяться до цього сегменту. Зокрема, Райффайзен Банк Аваль виділяє сегмент «послуги великим та малим підприємствам», до якого не увійшли всі юридичні особи, а саме – мікропідприємства. Останні разом із фізичними особами формують окремий сегмент бізнесу банку. Укргазбанк (починаючи з 2016 р.) та ОТП Банк виділяють, крім корпоративного, окремий сегмент – малий та середній бізнес (МСБ), до якого також входять юридичні особи. БМ Банк до сегменту корпоративного бізнесу включає лише тих юридичних осіб, обсяг виручки яких за останній звітний рік перевищує 50 млн. грн (всі інші юридичні особи відносяться до сегменту роздрібного бізнесу). Укрсоцбанк також відносить до сегменту роздрібного

бізнесу юридичних осіб, виручка яких складає менше 50 тис. грн. на рік. Таким чином, ряд банків не включає до сегменту корпоративного бізнесу всіх своїх юридичних осіб-клієнтів.

Сіті Банк та Банк Себ Корпоративний співпрацюють виключно з суб'єктами господарювання, а також фінансовими установами (тобто не надають послуги фізичним особам), а тому для корпоративних клієнтів виділяють сегменти «кредитний бізнес» та «комерційний банкінг» відповідно.

Серед досліджуваних банків зустрічаються такі, які у звітності не виокремлюють різні сегменти та зазначають лише, що:

– «банк надає повний спектр послуг великому та середньому бізнесу та являє собою один звітний сегмент» (ІНГ Банк);

– «діяльність банку здійснюється в одному секторі – банк надає повний спектр послуг малому і середньому бізнесу» (Про Кредит Банк);

– «банк являє собою один звітний сегмент, управління яким здійснюється централізовано» (Дойче Банк ДБУ).

Дані банки не співпрацюють в Україні з фізичними особами, але пропонують свої послуги для корпоративних клієнтів (торгове фінансування, управління грошовими операціями, операції на фінансовому ринку).

Серед банків фокус-групи були виявлені ті, які у примітці до фінансової звітності з тих чи інших причин не виділяють сегмент корпоративних клієнтів. До банків, що не виділяють сегмент корпоративних клієнтів, відносяться 10 банків з 44 тобто 23%. Окремі з цих банків зазначають, що «група розробляє системи звітності за управлінськими сегментами, а відповідно, Правління не здійснює оцінки фінансових показників та не приймає рішень на основі інформації за сегментами» (Промінвестбанк); «банк не розкриває інформацію, оскільки його цінні папери відкрито не продаються і не купуються» (Піреус Банк); «банк не застосовує МСФЗ 8 «Операційні сегменти (БТА Банк»).

Біля 10% банків фокус-групи наголошують, що їх діяльність представлена одним сегментом, в межах якого обслуговуються усі категорії клієнтів, здійснюється централізоване управління бізнесом та

дотримання єдиної кредитної політики і маркетингової стратегії. До таких банків відносяться Ідея Банк, Правекс Банк, Кредит Європа Банк та КредитВест Банк.

Нарешті, єдиний банк, який виокремлює звітні сегменти, однак при цьому корпоративних клієнтів не виділяє в окремий сегмент, це Аркада Банк. Даний банк входить до фінансово-промислової групи, що займається будівництвом нерухомості. Внаслідок специфіки своєї діяльності банк Аркада зазначає у своїй звітності два сегменти: «довірче управління ФФБ та ФБУ» та «кредитні та депозитні операції». Можна зробити припущення, що в межах останнього сегменту відбувається обслуговування як юридичних, так і фізичних осіб.

Застосування банками різних морфологічних звучань для ідентифікації корпоративного сегменту банків: «послуги корпоративним клієнтам», «корпоративний бізнес», «сегмент корпоративних клієнтів», «корпоративне банківське обслуговування» та інших не впливають на сутнісне розуміння цього сегменту банківського бізнесу. На нашу думку, назва корпоративний бізнес (або сегмент корпоративного бізнесу) є найбільш прийнятною, оскільки широко використовується в міжнародній банківській практиці як аналоги – Corporate Banking (або Business Banking) [20].

Відповідно до зазначеного вище МСФЗ 8 «Операційні сегменти» банки представляють щорічно за кожним своїм операційним сегментом інформацію про доходи, витрати та результати діяльності, а також активи та зобов'язання. На основі цієї інформації визначимо роль корпоративного бізнесу в діяльності тих банків фокус-групи, які працюють за сегментом корпоративного бізнесу. Зокрема, в активах балансу банків фокус-групи станом на 30 вересня 2016 р. частка корпоративного бізнесу коливається в межах від 8% до 100%, а в пасивах – від 3% до 100% (табл. 2).

Середнє значення частки корпоративного сегменту в активах та пасивах банків фокус-групи склало 54% та 34% відповідно.

Питома вага доходів від корпоративного сегменту банків фокус-групи представлена в табл. 3.

Таблиця 2

Частка сегменту корпоративного бізнесу в активах та пасивах банків фокус-групи станом на 30 вересня 2016 р.

Частка корпоративного бізнесу	Кількість банків з фокус-групи	
	в активах	в пасивах
Від 0% до 20%	4	10
Від 21% до 40%	12	10
Від 41% до 60%	7	7
Від 61% до 80%	4	4
Більше 80%	7	3
Всього	34	34

Частка доходів сегменту корпоративних клієнтів у сукупних доходах банків фокус-групи станом на 30 вересня 2016 р.

№ п/п	Назва банку	Дохід від сегменту корпоративних клієнтів, тис. грн	Всього доходи банку, тис. грн.	Частка доходу від сегменту корпоративних клієнтів, %
1	Приватбанк	19 866 000	34 213 000	58,1
2	Укрексімбанк	6 456 768	17 297 252	37,3
3	Ощадбанк	9 367 021	20 318 852	46,1
4	Укргазбанк	2 275 101	5 617 608	40,5
5	Райффайзен Банк Аваль	3 327 301	7 693 332	43,2
6	ВТБ Банк	965 124	1 315 246	73,4
7	Кредобанк	553 166	1 207 234	45,8
8	ВіЕс Банк	66 358	116 702	56,9
9	УкрСиббанк	2 158 031	4 338 850	49,7
10	Креді Агріколь Банк	2 013 343	2 727 598	73,8
11	Альфа-Банк	2 482 463	4 813 186	51,6
12	ІНГ Банк Україна	875 120	1 132 850	77,2
13	ОТП Банк	1 718 099	3 926 005	43,8
14	Сітібанк	422 650	1 877 704	22,5
15	Прокредит Банк	1 124 870	1 177 143	95,6
16	Сбербанк	1 416 509	1 757 320	80,6
17	БМ Банк	55 847	94 539	59,1
18	Банк Форвард	6 805	508 557	1,3
19	Дойче Банк ДБУ	107 617	245 032	43,9
20	СЕБ Корпоративний Банк	22 790	37 606	60,6
21	ПУМБ	2 526 808	4 775 815	52,9
22	Південний	1 772 991	1 965 237	90,2
23	Мегабанк	677 510	838 635	80,8
24	Банк Кредит Дніпро	413 556	946 804	43,7
25	Діамантбанк	169 699	714 825	23,7
26	Таскомбанк	632 311	736 798	85,8
27	МІБ	230 661	468 728	49,2
28	Універсал Банк	144 509	646 289	22,4
29	Банк інвестицій та заощаджень	435 933	456 199	95,6
30	А-Банк	109 177	915 604	11,9
31	Кліринговий Дім	193 865	265 516	73,0
32	Полтава-банк	118 355	205 157	57,7
33	Місто Банк	152 417	214 405	71,1
	Всього	62 858 775	123 565 628	50,9

При визначенні суми питомої ваги доходів корпоративного сегменту в сукупних доходах банків були виключені міжсегментні доходи або збитки, якізначають деякі банки в якості методу розрахунку прибутковості операційних сегментів. Зокрема, міжсегментні доходи виділяють у звітності такі банки, як Укрексімбанк, Ощадбанк, Райффайзен Банк Аваль та ін. З 34-ох банків, що працюють в сегменті корпоративного бізнесу, до вибірки не увійшов Укрсоцбанк, який замість процентних доходів та витрат сегментів відображує лише чисту процентну маржу.

Як видно з таблиці, сегмент корпоративних клієнтів займає суттєву частку доходів у всіх банків, а у 18 банків частка доходу від сегменту корпоративних клієнтів займає понад 50% від усіх доходів банку. Крім цього, з доходів трьох банків, які згідно їх звітності працюють лише в одному звітному сегменті, були відокремлені доходи від роботи з

депозитними сертифікатами Національного банку України. Таким чином, частка доходу в цих банках від сегменту корпоративних клієнтів склала не 100%, а менше (у ПАТ «Дойче Банк ДБУ» - лише близько 44%).

Таким чином, можна дійти висновку, що сегмент корпоративного бізнесу є для більшості банків в Україні не тільки одним із суттєвих джерел доходів, але й, фактично, у деяких з них виключним.

Варто відмітити, що такий стан справ відповідає міжнародній практиці, оскільки в розвинутих країнах корпоративні клієнти, навіть незважаючи на масштабність інших сегментів, традиційно становлять першочергову групу клієнтів для більшості банків, про що свідчать, зокрема, дослідження в Німеччині [21].

У розвинутих країнах корпоративний сегмент приносить банкам суттєву частку їх доходів. Наприклад, у Німеччині згідно розрахунків компанії

Bain & Company у 2012 р. корпоративний бізнес (за виключенням підприємств з річним оборотом менше 1 млн. євро) приніс банкам прибутки в загальному розмірі близько 25,3 млрд. євро [22]. При цьому, більше третини від загального доходу генерувала група клієнтів малого та середнього бізнесу. Транснаціональні корпорації, на яких протягом тривалого часу концентрувалося багато банків, принесли доходи у розмірі 4,5 млрд. євро, що складає тільки 18%. Великі та середні підприємства дали банкам дохід у розмірі 4,1 млрд. євро (16%) та 7,3 млрд. євро (29 %) відповідно.

Середній дохід від одного клієнта з числа транснаціональних корпорацій (загальна кількість «глобальних гравців» в Німеччині – 450 ТНК з річним оборотом понад 1 млрд. євро) склав понад 10 млн. євро. Середній дохід банків від одного клієнта в підсегменті великих корпоративних клієнтів (1900 великих компаній з річним оборотом від 250 млн. євро до 1 млрд. євро) склав 2,2 млн. євро. В підсегменті середніх корпоративних клієнтів (19 тис. компаній з річним оборотом від 25 млн. євро до 250 млн. євро) дохід від одного клієнта склав 380 тис. євро., а в підсегменті малого та середнього бізнесу (335 тис. компаній з оборотом від 1 млн. євро до 25 млн. євро) – близько 30 тис. євро з одного клієнта.

Іншим підходом, що може демонструвати високу привабливість корпоративного бізнесу банків, є аналіз в часовому розрізі. Компанія Bain & Company впровадила та використовує індекс доходів корпоративного бізнесу банків – «1 Index – 1000 Rohdaten» (індекс ведеться починаючи з 2007 р. на основі опублікованих банками та придбаних самою компанією численних вихідних даних провідних німецьких банків в сегменті корпоративного бізнесу). Згідно розрахунків компанії Bain & Company значення даного індексу виросло з базових 100 пунктів у 2007 р. до 153 пунктів у 2012 р. [22]. Тобто, за весь зазначений період доходи банків в Німеччині від роботи з корпоративними клієнтами зросли більше ніж на 50 відсотків. Іншими словами, середнє зростання доходів банків від корпоративного сегменту склало вісім відсотків на рік. При цьому, особливо вартим уваги є те, що зазначений період характеризується як найбільш нестабільний у новітній фінансовій історії Європи.

Провідні банки світу давно усвідомили наскільки привабливою є робота з корпоративними клієнтами. Рентабельність корпоративного бізнесу об'єктивно вище рентабельності роздрібного бізнесу. Адже, середньостатистичний корпоративний клієнт на кілька порядків більше середнього роздрібного клієнта.

Станом на 1 січня 2017 р. в Україні зареєстровано понад 1,1 млн. юридичних осіб (без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя) [23]. Ця цифра також опосередковано свідчить, що корпоративний бізнес в Україні може для банків генерувати високий потенційний дохід.

Вищевикладене надає підставу стверджувати про значну роль корпоративного сегменту в діяльності банків.

ВИСНОВКИ

34 банки з 44, звітність яких була проаналізована, виділяють в окремий сегмент своїх корпоративних клієнтів. Даний сегмент в різних банках може мати різну назву, однак переважає назва «послуги корпоративним клієнтам», яка повністю відповідає рекомендаціям НБУ. На думку автора, назва корпоративний бізнес (або сегмент корпоративного бізнесу) є найбільш прийнятною, оскільки широко використовується в міжнародній банківській практиці.

Проведений аналіз засвідчив, що середнє значення частки корпоративного бізнесу в активах та пасивах банків фокус-групи станом на 30 вересня 2016 р. склало 49% та 39% відповідно. При цьому частка доходів сегменту корпоративних клієнтів у сукупних доходах банків фокус-групи займає суттєву частку доходів у всіх банків.

Таким чином, сегмент корпоративного бізнесу є для більшості універсальних банків в Україні одним із суттєвих джерел доходів, а у деяких з них виключним. Це відповідає міжнародній практиці, де, згідно представлених у статті даних, корпоративний сегмент приносить банкам суттєву частку їх доходів.

Список використаних джерел

1. Міжнародний стандарт фінансової звітності 8 (МСФЗ 8) «Операційні сегменти».
2. Лютий І.О. Банківський маркетинг: підручник / І.О. Лютий, О.О. Солодка. – К.:ЦУЛ, 2009. – 776 с.
3. Сегментування як засіб розширення клієнтської бази банків / О.М. Унінець // Науковий вісник Національного університету державної податкової служби України (економіка, право). - 2013. - № 3. - С. 142-148.
4. Федірко В.В. Визначення критеріїв сегментації клієнтів банку: проблеми та перспективи / В.В. Федірко // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2009. – № 7. – С. 32–37.
5. Черкес Р.Б. Сегментування ринку як умова підвищення якості обслуговування клієнтів банківських установ [Електронний ресурс] / Р.Б. Черкес.
6. Шульга Н.П. Методичні підходи до оцінки економічного статусу клієнтів банку / Н.П. Шульга // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. – 2009. – №26. – С. 25-29.
7. Краевая А. Прибыльность как категория для сегментации клиентов / А. Краевая // Банковская практика за рубежом. – 2007. – №12(108). – С. 40-43.
8. Bueschgen, Hans, Bankbetriebslehre. Bankgeschaefte und Bankmanagement, Wiesbaden 1998.
9. Банковское дело/ под ред. О.И. Лаврушина. М. 8-е изд.: - Кнорус, 2009. - 768 с.
10. Шулькова В. А. Деятельность коммерческого банка на рынке услуг для корпоративных клиентов: дисс. канд. экон. наук. - Саратов, 2003. - 277с.
11. Масленченков Ю.С., Тронин Ю.Н. Работа банка с корпоративными клиентами: Учеб. Пособие для вузов.- М.: Юнити-Дана, 2003. - 358 с.

12. Федосимова С. Комплексный анализ эффективности работы с клиентами / С. Федосимова, Д. Жаров // Банковское дело в Москве.
13. Мельцер М. Сегментация клиентов на основе их прибыльности [Электронный ресурс] / М. Мельцер // Статьи о мировом опыте управления. – <http://www.managementmagazine.ru/marketing/mar-segmenting-03.html>.
14. Саркисянц А. Анализ клиентской базы в коммерческом банке / А. Саркисянц // Бухгалтерия и банки. – 2007. – №11. – С. 23-31.
15. Шимкович В. Классификация клиентов как средство увеличения прибыли / В. Шимкович // Банк. практика за рубежом. – 2005. – № 10 (82). – С. 40–46.
16. Шкаровский С.И. Изучение клиентуры как этап маркетингового анализа банковского филиала / С.И. Шкаровский // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. – № 2. – С. 21–29.
17. Методичні рекомендації щодо порядку складання приміток до фінансової звітності банків України, що схвалені Постановою Правління НБУ №965 від 29.12.2015 р.
18. Розподіл банків на групи на 2017 рік згідно рішення Правління НБУ № 76-рш від 10 лютого 2017 року.
19. Перелік діючих банків в Україні станом на 1 січня 2017 року: <https://bank.gov.ua/control/uk/bankdict/search?name=&type=®ion=&mfo=&edrpu=&size=&group=&fromDate=&toDate=>
20. Giacomo De Laurentis, Strategy and Organization of Corporate Banking, 2005.
21. Differenzierung im deutschen Firmenkundengeschäft, die Bank, Heft 04/2014, S. 55-57.
22. Дослідження компанії Bain & Company: http://www.bain.de/Images/BainBrief_Corp.Banking_Kampf%20um%20den%20Mittelstand_Final.pdf
23. Держстат України. Кількість юридичних осіб за регіонами: http://www.ukrstat.gov.ua/edrpu/ukr/EDRPU_2016/ks_za_ps/ks_za_ps_0516.htm