

О. В. Котляревський,
аспірант кафедри банківської справи, Українська академія банківської справи НБУ

ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИЧНОГО ПІДХОДУ ДО ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ІНОЗЕМНУ ВАЛЮТУ ТА БАНКІВСЬКІ МЕТАЛИ

У статті досліджено основні чинники ціноутворення на іноземну валюту та банківські метали. Запропоновано вдосконалений методичний підхід до ціноутворення на дані види активів з метою мінімізації ризиків банку у отриманні збитків.

The main factors of pricing on foreign currency and bank metals have been investigated in the article. An improved methodological approach to pricing in these types of assets oriented on minimizing of risks to get the losses has been suggested.

Ключові слова: ціноутворення, банк, банківський процентний продукт, міжбанківський ринок, ринок банківських послуг.

ВСТУП

Сучасні тенденції розвитку вітчизняного ринку банківських послуг свідчить про те, що банки тяжіють до розширення переліку власних продуктів, аби мати можливість повністю задовольняти потреби клієнтів у фінансових продуктах і таким чином отримати додаткову конкурентну перевагу на ринку. Розширення переліку банківських продуктів призводить до відповідних змін банківському менеджменту та маркетингу, в першу чергу, в сфері ціноутворення на банківські продукти.

Питання ціноутворення на банківські продукти висвітлені у ряді праць вітчизняних та зарубіжних вчених таких як, М.М. Кошевий [5], Н.В. Шаркаді [9], І.В. Ліпсіц [6], Ю.Н. Гойденко [1], О. Заруцька [3], Ю. Заруба [2], В.В. Коваленко [4], Дж. Синки [7], О.І. Кірєєв та М.М. Шаповалова [8]. Проте, незважаючи на широкий перелік дослідників, які піднімали питання ціноутворення на банківські продукти, все ж переважно досліджу-

валися лише окремі теоретичні аспекти даного процесу в банківській установі. Здебільшого дослідники даного питання приділяли увагу ціноутворенню на процентні банківські продукти, меншою мірою — ціноутворенню на комісійні продукти банку, а тому невирішеним залишається питання ціноутворення на торговельні банківські продукти, в першу чергу, ціноутворення на іноземну валюту та банківські метали.

РЕЗУЛЬТАТИ

Сьогодні у практиці вітчизняних комерційних банків визначальним чинником ціноутворення на іноземну валюту та банківські метали є їхня ринкова вартість на ринку банківських послуг, тобто ціни основних конкурентів або банків, які є лідерами в даному сегменті ринку.

Іншим важливим чинником впливу на ціну зазначених продуктів є поточна потреба банку у ліквідних кош-

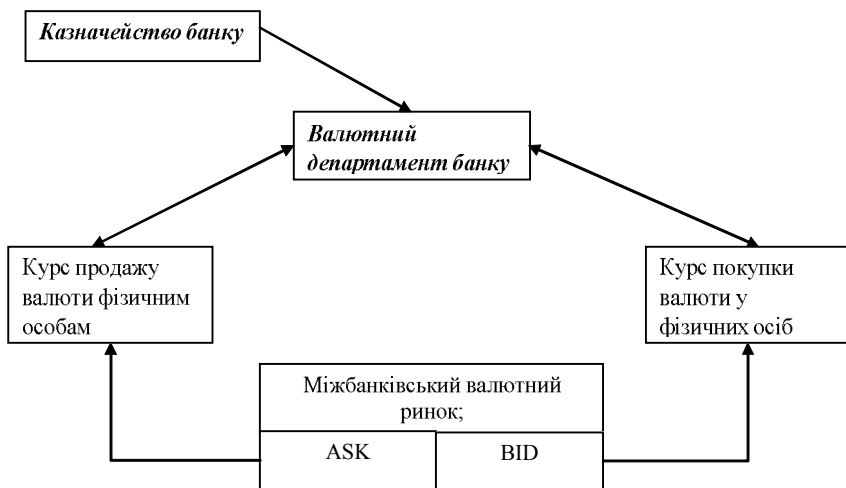


Рис. 1. Загальна схема учасників ціноутворення на валюту в обмінних пунктах для фізичних осіб

тах. Іншими словами, підвищена необхідність у ліквідних ресурсах часто змушує банки якомога швидше продавати наявні у них активи, і тому, щоб швидко реалізувати їх, банківський менеджмент йде на зниження їхньої ціни. Витратна складова складається із двох частин: балансова вартість таких активів та внутрішні витрати банку на реалізацію відповідної торговельної діяльності. Якщо перша з них є досить простою у використанні в процесі ціноутворення, то друга є значно складнішою для здійснення відповідного розрахунку та майже не використовується фахівцями банківської установи для встановлення остаточних ринкових вартостей відповідних банківських активів.

торгівлі із фізичними особами, оскільки, здійснюючи конверсійні операції з валютою для юридичних осіб, банк не встановлює для останніх свою ціну. Отримуючи замовлення від підприємств на придбання чи купівлю валюти, банк здійснює виключно посередницьку функцію, виконуючи відповідні заявки на міжбанківському валютному ринку, при цьому для себе встановлюючи лише певний відсоток комісійних для компенсації власних витрат, пов'язаних із здійснення таких операцій. Зазвичай це телекомунікаційні витрати, канцелярські та частина витрат по заробітній платі відповідних фахівців.

Отже, застосовуючи підхід, наведений вище, при ціноутворенні на торговельні операції із валютою з населенням, варто за початкову точку розрахунку взяти міжбанківський валютний ринок як інструмент, яким банківська установа може скористатися у будь-який момент та отримати певний прибуток на різниці між ціною покупки та ціною продажу валюти. При цьому транзакційні витрати для міжбанківського валютного ринку не є високими (рис. 1).

Як видно із рис. 1, в авторському підході вирішальна роль надається саме Казначейству, яке має контролювати діяльність Валютного департаменту. Проте, як і у випадку із процентними банківськими продуктами, надання подібних продуктів для фізичних осіб, на відміну від операцій на міжбанківському ринку, потребує певних додаткових витрат, для здійснення відповідної діяльності. Отже, різниця між ціною покупки та ціною придбання банком валюти має бути більшою за аналогічну різницю, яку він має на міжбанківському ринку, як мінімум на різницю, яка при перерахунку її на середньоденний оборот валюти по банку внаслідок здійснення валюто-обмінних операцій

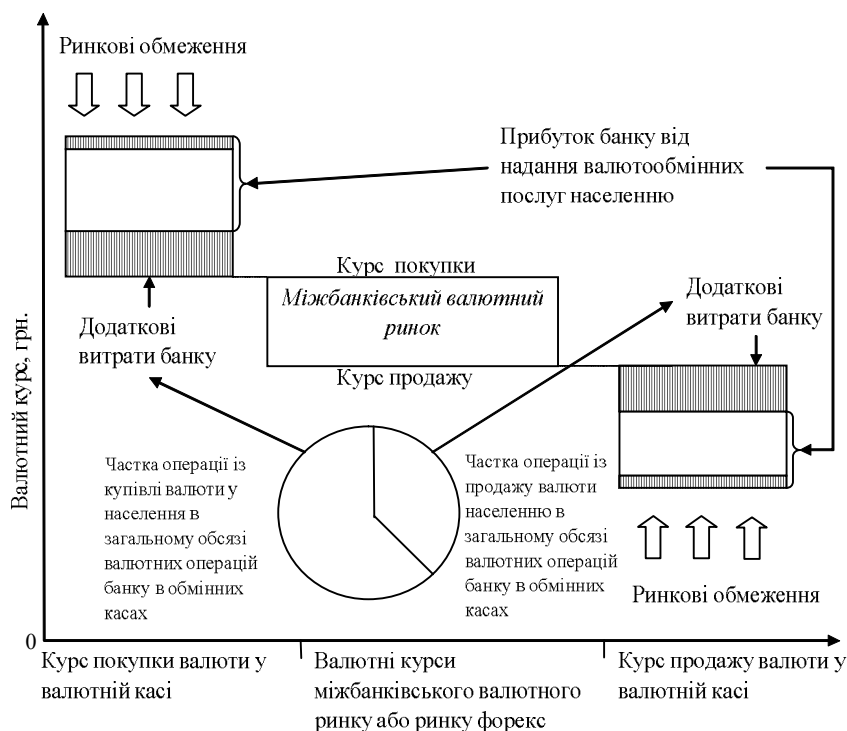


Рис. 2. Орієнтири валютних курсів для валюто обмінних операцій із фізичними особами в межах запропонованого підходу

фізичним особам могла б компенсувати усі зазначені витрати. До останніх, в першу чергу, варто віднести витрати на функціонування валютної каси у кожному відділенні банку, частину витрат на інкасацію та зберігання банком валюти у паперовій формі. Особливою проблемою є розподіл таких витрат між ціною покупки та ціною продажу валюти. Іншими словами, на особливу увагу заслуговує визначення того, яка частина вказаних витрат має закладатися у ціну покупки валюти, а яка — у ціну продажу. На нашу думку, найбільш адекватним буде розподіл таких витрат на основі статистичної інформації стосовно частки кожного з двох видів операцій із валютою у загальному обсягу валютних операцій банку із фізичними особами (рис. 2).

Отже, як свідчить рис. 2, орієнтуючись на міжбанківський валютний ринок, банк встановлює курси для обмінних операцій із населенням. При цьому ціна продажу валюти для населення має бути нижчою за курс продажу на міжбанківському ринку як мінімум на частку, яка компенсує відповідну частину додаткових витрат, пов'язаних із здійсненням валютообмінних операцій у валютних касах. Відповідно ціна покупки валюти від населення має перевищувати курс покупки на ринку — ціновому орієнтирі з певним запасом, який би компенсував частину вже зазначених витрат та, можливо, сформував певний додатковий прибуток банку. Варто відзначити, що в обох випадках існують ринкові обмеження, пов'язані із тим, що ціни конкурентів можуть бути більш привабливими для населення, що, в свою чергу, може суттєво обмежувати прибутковість такої діяльності.

Окремо слід підкреслити, що під ціною BID та ціною ASK міжбанківського ринку, які мають виступати основою для ціноутворення при обмінних операціях із населенням, ми розуміємо ціни закриття попереднього операційного дня. Тобто запропонований автором підхід передбачає, що на дату n для встановлення ціни обміну валют у валютних касах будуть братись за основу ціни закриття торгів на міжбанківському валютному ринку у попередній операційний день $n-1$, оскільки саме такі ціни є індикаторами розвитку валютного ринку для менеджменту банківської установи, які враховують найбільший обсяг інформації щодо зовнішніх чинників, які впливають на фінансовий стан банку.

У схожому напрямі, на нашу думку, варто вдосконалювати процес ціноутворення на банківські торговельні послуги банківськими металами. Оскільки

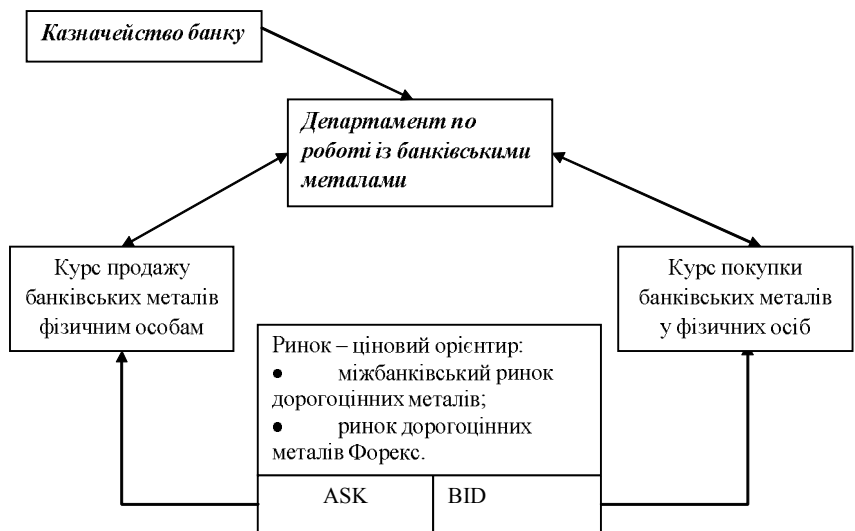


Рис. 3. Модель ціноутворення на торговельні операції банків із банківськими металами

існує міжбанківський ринок дорогоцінних металів та ринок дорогоцінних металів Форекс, то можна припустити, що доцільно застосувати підхід до ціноутворення на банківські послуги по торгівлі банківськими металами із фізичними та юридичними особами, подібний тому, який було запропоновано для валютообмінних послуг для населення (рис. 3).

Відповідно до рис. 3, департамент по роботі із банківськими металами, перебуваючи під контролем Казначейства банку, має встановлювати ціни, орієнтуючись на ринок — ціновий орієнтир. Іншими словами, продаючи або купляючи дорогоцінні

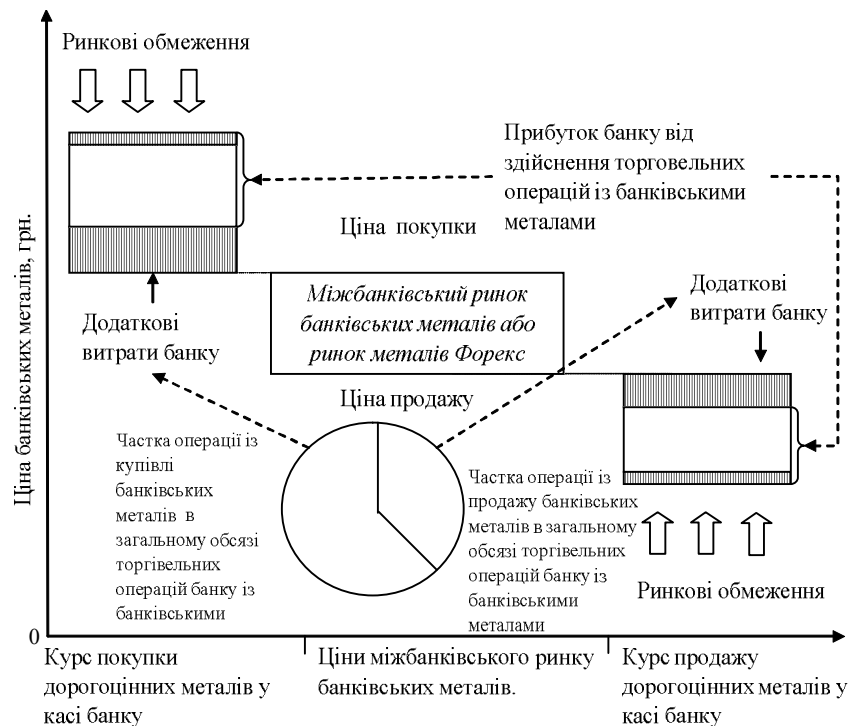


Рис. 4. Схема визначення цін на торговельні операції банків із банківськими металами із населенням та підприємствами

метали, банк встановлює ціну, яка буде для нього не менш вигідною, ніж якщо б він реалізував або придбав такі активи на відповідному ринку — ціновому орієнтирі. Отже при встановленні ціни на банківські метали для громадян та підприємств, департамент по роботі із банківськими металами орієнтується на ціну ASK на відповідному ринку — ціновому орієнтирі, а при визначенні ціни придбання таких активів — на ціну BID.

Проте, здійснення такої діяльності призводить до виникнення ряду додаткових витрат у порівнянні із торгівлею банківськими металами на міжбанківському ринку або ринку Форекс, які мають компенсуватися ціною відповідних послуг. Якщо при ціноутворенні на процентні продукти банку накладні витрати на залучення та розміщення фінансових ресурсів можна чітко розділити оскільки при реалізації таких продуктів працюють різні відділи банку, то відповідні накладні витрати, пов'язані із торгівлею банківськими металами із фізичними та юридичними особами, формуються одними і тими ж структурними одиницями, а тому для реалізації запропонованого підходу перш за все варто визначити принцип, за яким слід розподіляти зазначені додаткові витрати між ціною продажу та ціною покупки банківських металів. В даному випадку, на нашу думку, найбільш вдалим може бути підхід, запропонований нами вище для валютно-обмінних операцій. Тобто пропорція, за якої такі витрати мають розподілятися для їх включення в ціну покупки та ціну продажу банківських металів, має відповідати частці кожного з таких видів операцій у загальному обсязі торговельних операцій банку із банківськими металами із населенням та підприємствами (рис. 4).

Як свідчить рис. 4, в запропонованій моделі ціноутворення банк забезпечує собі як мінімум той рівень націнки, який він міг би мати на ринку — ціновому орієнтирі, покриваючи разом з тим додаткові витрати, пов'язані із відповідним обслуговуванням інтересів населення та підприємств. Крім того, в разі, якщо ситуація на ринку дозволяє, банк може дещо покращити ціни на відповідні послуги, таким чином формуючи додатковий прибуток.

Варто відзначити, що реалізація даної моделі для послуг, пов'язаних із торгівлею банківськими металами, має певні складнощі, пов'язані із тим, що попит на дані банківські продукти у підприємств та громадян є набагато нижчим за попит на вищепроаналізовані процентні та валютно-обмінні послуги, а відповідний міжбанківський ринок є значно менш розвинутим та менш активним.

Окремо слід підкреслити, що запропонована модель як для торговельних операцій із валютою, так і для торговельних операцій із банківськими металами дуже добре, хоч і не явно враховує відповідні ринкові ризики, принаймні у оглядній перспективі, оскільки очікування гравців ринку стосовно загальних коливань на зазначенні активи миттєво впливають на ринкову кон'юнктуру на міжбанківському ринку або ринку Форекс. Іншими словами, прогнози банківських установ стосовно динаміки цін на валюту та банківські метали завжди знаходять своє відображення у змінах їхніх цін,

із якими вони виходять на один із зазначених ринків, що, в свою чергу, впливає на загальну їх кон'юнктуру, коригуючи ціни ASK та BID. А отже, беручи за основу у торговельній діяльності із населенням та підприємствами ціни ринку — ціновий орієнтир, банк автоматично враховує поточні очікування ринку стосовно майбутніх коливань ринкових вартостей на зазначені активи.

Таким чином, запропонований підхід, хоч і не явно, але включає в себе ризик зміни зовнішніх чинників, які впливають на динаміку цін на банківські метали та валюту.

ВИСНОВКИ

Таким чином, з розширенням асортименту банківських продуктів система ціноутворення на банківські продукти стає все більш складною. Сучасний підхід до ціноутворення на іноземну валюту та банківські метали несе для банку додаткові ризики отримання збитків, а тому було запропоновано підхід до ціноутворення на умовах окупності діяльності банку по торгівлі зазначеними продуктами із його орієнтацією на міжбанківський валютний ринок, міжбанківський ринок банківських металів та ринок банківських металів Форекс та з урахуванням накладних витрат банку, пов'язаних із торгівлею даними продуктами.

Література:

1. Гойденко Ю.Н. Стратегия ценообразования в коммерческих банках / Ю.Н. Гойденко // Банковские услуги. — 2002. — № 8. — С. 14—18.
2. Заруба Ю. Структура цінової політики банку / Ю. Заруба // Вісник Національного банку України. — 2002. — № 3. — С. 34—37.
3. Заруцька О. Тенденції ціноутворення банківського процентного продукту / О. Заруцька, В. Коваленко // Вісник НБУ. — 2002. — № 8. — С. 36—38.
4. Коваленко, В.В. Цінова політика в системі фінансового управління банком / В.В. Коваленко // Актуальні проблеми економіки. — 2004. — № 7. — С. 24—33
5. Кошевий М.М. Концепція системи ціноутворення банківської продукції / М.М. Кошевий // Економіст. — 2007. — № 2. — С. 72—75.
6. Липсиц И. В. Ценообразование и маркетинг в коммерческом банке / И. В. Липсиц. — Москва: Экономика, 2004. — 124 с.
7. Синки Джозеф Ф. мл. Управление финансами в коммерческих банках / Под редакцией Р.Я. Левиты, Б.С. Пинскера. — М.: Catallaxy, 1994. — 820 с.
8. Формування вартості кредитів у країнах з перехідною економікою та вплив на неї облікової ставки: Інформаційно-аналітичні матеріали / За редакцією к. е. н. О.І. Кіреєва і к. е. н. М. М. Шаповалової. — Київ: Центр наукових досліджень НБУ, 2004. — 86 с.
9. Шаркаді Н.В. Цінова політика як інструмент реалізації ринкової стратегії банку / Н.В. Шаркаді // Актуальні проблеми економіки. — 2004. — № 2. — С. 112—120.

Стаття надійшла до редакції 16.03.2012 р.