

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
Інститут економіки і менеджменту
Кафедра фінансів, обліку та оподаткування

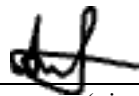
КОЦКО АНАСТАСІЯ ОЛЕГІВНА

УДК 336.71

МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

«Вдосконалення системи ціноутворення банківських послуг та операцій»

Освітня програма – Фінансовий менеджмент у сфері бізнесу
Спеціальність: 072 – Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок



Коцко А.О.

(підпис, ініціали та прізвище здобувача освітнього ступеня)

Науковий керівник

Фадєєва Ірина Георгіївна д.е.н, професор

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

доцент

У. Я. Андрусів

(посада) (підпис) (дата) (ініціали та прізвище)

Рецензент

(посада) (підпис) (дата) (ініціали та прізвище)

Робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Івано-Франківськ – 2025

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
 Інститут економіки і менеджменту
 Кафедра фінансів, обліку та оподаткування
 Освітньо-кваліфікаційний рівень магістр
 Спеціальність 072 – «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»

ЗАТВЕРДЖУЮ
 Завідувач кафедри
 доцент

Андрусів Уляна Ярославівна

«___» _____ 20__ року

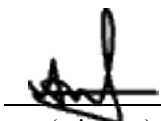
З А В Д А Н Н Я
НА МАГІСТЕРСЬКУ РОБОТУ СТУДЕНТОВІ
Коцко Анастасії Олегівні

1. Тема роботи «Вдосконалення системи ціноутворення банківських послуг та операцій»
 керівник роботи Фадєєва І.Г. д.е.н., професор,
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
 затверджені наказом закладу вищої освіти від “_03” листопада 2025 року № 200/12
2. Строк подання студентом роботи 01.12.2025
3. Вихідні дані до роботи: офіційні наглядові та статистичні матеріали АТ КБ ПриватБанк, наукові праці українських і зарубіжних авторів та аналітичні матеріали міжнародних фінансових організацій і регуляторів, Інтернет-джерела.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЦІНОУТВОРЕННЯ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ ТА ОПЕРАЦІЙ.
 2. АНАЛІЗ ПРАКТИКИ ЦІНОУТВОРЕННЯ В АТ КБ «ПРИВАТБАНК»
 3. РОЗРОБКА ТА УДОСКОНАЛЕННЯ МОДЕЛЕЙ ЦІНОУТВОРЕННЯ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
 - Слайд 1 – Тема роботи
 - Слайд 2 – Мета та завдання дослідження
 - Слайд 3 – Теоретичні основи утворення банківських послуг та операцій
 - Слайд 4 – Загальна характеристика діяльності АТ КБ «ПриватБанк»
 - Слайд 5 – Основні проблеми у формуванні цін на кредитні продукти ПриватБанку
 - Слайд 6 – Недоліки у формуванні цін та бонусних систем карткових продуктів
 - Слайд 7 – Стратегічні недоліки у системі формування цін
 - Слайд 8 – Розробка економіко-математичної моделі ціноутворення для АТ КБ «Приватбанк»
 - Слайд 9 – Пропозиції щодо вдосконалення тарифної політики АТ КБ «Приватбанк»
 - Слайд 10 – Висновки
6. Дата видачі завдання 03.11.2025

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів магістерської роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір теми та постановка завдання кваліфікаційної (магістерської) роботи	03.11.2025	Виконано
2.	Розділ 1. Теоретичні основи ціноутворення банківських послуг та операцій.	10.11.2025	Виконано
3.	Розділ 2. Аналіз практики ціноутворення в АТ КБ «ПриватБанк»	17.11.2025	Виконано
4.	Розділ 3. Розробка та удосконалення моделей ціноутворення банківських послуг	24.11.2025	Виконано
5.	Вступ і висновки до роботи	27.11.2025	Виконано
6.	Оформлення роботи згідно встановлених вимог	30.11.2025	Виконано
7.	Подання готової роботи з комплектом супровідних матеріалів на допуск до захисту	01.12.2025	Виконано

Студент



 (підпис)

Коцко А.О.

 (прізвище та ініціали)

Керівник роботи

 (підпис)

Фадєєва І.Г.

 (прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна (магістерська) робота містить 77 сторінок, 18 таблиць, 8 рисунків, перелік джерел посилань із 62 найменувань і 4 додатки.

Мета роботи: визначення ефективних методів формування методів ціноутворення, які дозволяють оптимізувати доходи банку, забезпечити конкурентоспроможність продуктів та врахувати поведінкові та економічні чинники, що впливають на попит клієнтів.

Сучасні трансформації фінансового сектору визначають рівень конкурентоспроможності, економічної стабільності та інвестиційної привабливості держави, що зумовлює актуальність дослідження процесів ціноутворення банківських послуг. Функціонування банків у середовищі цифровізації, активізації платіжних сервісів і зростаючої конкуренції потребує ефективних підходів до формування тарифів, плати за обслуговування та вартості кредитно-депозитних операцій. Рациональна система ціноутворення визначає рівень прибутковості банку, його позиції на фінансовому ринку та рівень лояльності клієнтів, що обумовлює необхідність дослідження механізмів тарифоутворення, оцінки витрат і доходів, а також факторів, що впливають на встановлення вартості банківських продуктів. Важливим завданням є аналіз існуючих підходів до формування тарифів у найбільшому банку України — АТ КБ «ПриватБанк», визначення проблем тарифної політики та пошук напрямів її оптимізації.

Об'єктом дослідження є система ціноутворення банківських послуг та операцій у комерційних банках України.

Предметом дослідження є механізм формування тарифної політики, підходи до встановлення вартості банківських продуктів, чинники впливу на цінові рішення та інструменти удосконалення ціноутворення в АТ КБ «ПриватБанк».

У роботі висвітлено теоретичні основи організації ціноутворення банківських послуг, проведено аналіз діючої тарифної політики АТ КБ «ПриватБанк», досліджено структуру доходів і витрат за основними видами операцій, проаналізовано конкурентні позиції банку на ринку та визначено недоліки чинної системи ціноутворення. Запропоновано напрями удосконалення механізму формування тарифів, що передбачають підвищення прозорості, гнучкості та економічної обґрунтованості тарифів, упровадження елементів диференційованого підходу, а також підсилення ролі цифрової аналітики у процесах тарифоутворення.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ЦІНОУТВОРЕННЯ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ, ТАРИФНА ПОЛІТИКА, БАНКІВСЬКІ ОПЕРАЦІЇ, СОБІВАРТІСТЬ ФІНАНСОВИХ ПРОДУКТІВ, ПРИБУТКОВІСТЬ БАНКУ, РИНКОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ, АТ КБ «ПРИВАТБАНК», ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ, ОПТИМІЗАЦІЯ ТАРИФІВ, ФІНАНСОВІ ТЕХНОЛОГІЇ.

ABSTRACT

The qualification (master's) thesis contains 77 pages, 18 tables, 8 figures, a list of references with 62 titles and 4 appendices.

Modern transformations of the financial sector determine the level of competitiveness, economic stability and investment attractiveness of the state, which determines the relevance of studying the processes of pricing banking services. The functioning of banks in an environment of digitalization, activation of payment services and growing competition requires effective approaches to the formation of tariffs, service fees and the cost of credit and deposit operations. A rational pricing system determines the level of profitability of the bank, its position in the financial market and the level of customer loyalty, which necessitates the study of tariff formation mechanisms, assessment of costs and revenues, as well as factors affecting the cost of banking products. An important task is to analyze existing approaches to tariff formation in the largest bank in Ukraine - JSC CB "PrivatBank", identify problems of tariff policy and search for directions for its optimization.

The object of the study is the pricing system of banking services and operations in commercial banks of Ukraine.

The subject of the study is the mechanism of tariff policy formation, approaches to setting the cost of banking products, factors influencing pricing decisions and tools for improving pricing in JSC CB "PrivatBank".

The paper highlights the theoretical foundations of the organization of pricing for banking services, analyzes the current tariff policy of JSC CB "PrivatBank", examines the structure of income and expenses by main types of operations, analyzes the competitive positions of the bank in the market and identifies the shortcomings of the current pricing system. Directions for improving the tariff formation mechanism are proposed, which include increasing the transparency, flexibility and economic justification of tariffs, introducing elements of a differentiated approach, as well as strengthening the role of digital analytics in tariff formation processes.

KEYWORDS: PRICING OF BANKING SERVICES, TARIFF POLICY, BANKING TRANSACTIONS, COST OF FINANCIAL PRODUCTS, BANK PROFITABILITY, MARKET COMPETITIVENESS, JSC CB "PRIVATBANK", ECONOMIC AND MATHEMATICAL MODELING, OPTIMIZATION OF TARIFFS, FINANCIAL TECHNOLOGIES.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЦІНОУТВОРЕННЯ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ ТА ОПЕРАЦІЙ	11
1.1. Економічна сутність та принципи ціноутворення у банківській діяльності.....	11
1.2. Класифікація банківських послуг і фактори, що впливають на формування цін.....	16
1.3. Теоретико-методичні підходи та моделі ціноутворення в банківській практиці	21
Висновки до розділу 1... ..	29
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПРАКТИКИ ЦІНОУТВОРЕННЯ В АТ КБ «ПРИВАТБАНК».....	31
2.1. Загальна характеристика діяльності АТ КБ «ПриватБанк»	31
2.2. Аналіз та оцінка структури банківських продуктів і послуг АТ КБ «Приватбанк»	39
2.3. Виявлення проблем і недоліків у системі формування цін АТ КБ «Приватбанк»	46
Висновки до розділу 2... ..	51
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА УДОСКОНАЛЕННЯ МОДЕЛЕЙ ЦІНОУТВОРЕННЯ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ	52
3.1. Розробка економіко-математичної моделі ціноутворення для АТ КБ «Приватбанк»	52
3.2. Пропозиції щодо оптимізації тарифної політики АТ КБ «Приватбанк». ..	56
Висновки до розділу 3... ..	60
ВИСНОВКИ	61
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	64
ДОДАТКИ	73
БІБЛІОГРАФІЧНА ДОВІДКА.....	77

ВСТУП

Актуальність теми. Розвиток фінансових технологій, цифровізація банківських послуг, поширення онлайн-банкінгу та мобільних платформ змінюють традиційні підходи до визначення тарифів на різні банківські операції, підвищуючи вимоги до точності та гнучкості моделей ціноутворення. Банківські установи, включно з АТ КБ «ПриватБанк», функціонують у середовищі високої конкуренції, де вартість послуг стає одним із ключових факторів при прийнятті клієнтами рішень щодо вибору банку. У таких умовах застосування науково обґрунтованих моделей ціноутворення дозволяє не лише оптимізувати доходи банківської установи, але й забезпечувати доступність та прозорість послуг для клієнтів, знижуючи ризики фінансових втрат та підвищуючи лояльність клієнтської бази.

Дослідження моделі ціноутворення на прикладі АТ КБ «ПриватБанк» є актуальним ще й з огляду на обсяг його операцій та ролі в національній банківській системі. АТ КБ «ПриватБанк» є однією з найбільших банківських установ України, що обслуговує мільйони клієнтів і здійснює широкий спектр фінансових операцій, включно з депозитними та кредитними продуктами, розрахунково-касовим обслуговуванням, міжнародними переказами та цифровими платежами. Ефективність системи ціноутворення безпосередньо впливає на фінансові результати банку та стабільність його операцій, тому необхідність розробки моделей, що враховують динаміку ринку, сезонні коливання попиту на банківські послуги та поведінкові аспекти клієнтів, стає ключовою для забезпечення конкурентоспроможності та стратегічного розвитку.

Теоретичне значення дослідження полягає у формуванні наукових основ для розуміння принципів визначення тарифів у сучасних умовах функціонування банківської системи. Дослідження дозволяє систематизувати існуючі підходи до ціноутворення, ідентифікувати ключові фактори, що

впливають на формування вартості банківських продуктів та послуг, та окреслити взаємозв'язки між економічними показниками, ризиками та попитом на послуги. Теоретичні висновки сприяють розвитку методологічної бази банківської діяльності, зокрема у частині застосування математичних та статистичних моделей для оцінки тарифів, прогнозування доходів та оптимізації фінансових потоків.

Практичне значення дослідження полягає у можливості застосування отриманих результатів для оптимізації тарифної політики банку та підвищення ефективності управління фінансовими ресурсами. Розроблені моделі дозволяють прогнозувати доходи, оцінювати вплив різних факторів на вартість послуг та адаптувати ціни до змін ринкової кон'юнктури і поведінки клієнтів. Використання науково-обґрунтованих підходів до ціноутворення сприяє підвищенню конкурентоспроможності банківських продуктів, забезпечує баланс між прибутковістю операцій і доступністю послуг для клієнтів.

Ступінь вивченості досліджуваної проблеми характеризується наявністю широкого кола теоретичних досліджень, присвячених принципам формування тарифів, економічним та фінансовим аспектам банківської діяльності, а також методам оцінки ефективності банківських продуктів. Водночас, специфічні моделі ціноутворення, адаптовані до умов українського ринку та практики роботи конкретних банків, зокрема АТ КБ «ПриватБанк», досліджені недостатньо, що створює потребу у подальшому науковому аналізі та розробці практично застосовних методик. Існуючі роботи частково охоплюють питання цифровізації банківських послуг і впливу поведінкових факторів клієнтів на тарифну політику, проте відсутні комплексні моделі.

Білошапка В.С.; Береславська О.; Макарович В.К.; Шебештень Е.Г.; Сочка К.А.; Брита В.В.; Бугель Ю.; Очеретко Б.; Бабух І.Б.; Скригун Н.П.; Капінус Л.В.; Гайдуков Д.С.; Гладких Д.М.; Коненко В.В.; Рудаченко О.О.; Тараруєв Ю.О.; Чуницька І.І.; Богріновцева Л.М.; Дзюблюк О.; Орел А.М.;

Дяченко В.В.; Болдуєва О.В.; Горбунова А.В.; Кусакова Ю.О.; Шевцова А.В.; Довгаль О.А.; Гончаренко А.; Кретов Д.; Міндова О.; Пузирова П.; Носань Н.С.; Бежан О.А.; Кльоба Л.Г.; Добош Н.М.; Сорока О.П

Мета дослідження полягає у визначенні ефективних методів формування методів ціноутворення, які дозволяють оптимізувати доходи банку, забезпечити конкурентоспроможність продуктів та врахувати поведінкові та економічні чинники, що впливають на попит клієнтів.

Для досягнення мети були сформовані та виконані такі **завдання**:

- визначити економічну сутність та принципи ціноутворення у банківській діяльності;
- описати класифікацію банківських послуг і фактори, що впливають на формування цін;
- дослідити теоретико-методичні підходи та моделі ціноутворення в банківській сфері;
- дати загальну характеристику діяльності АТ КБ «ПриватБанк»;
- проаналізувати та оцінити структуру банківських продуктів і послуг АТ КБ «ПриватБанк»;
- виявити проблеми і недоліки у системі формування цін АТ КБ «ПриватБанк»;
- розробити економіко-математичну модель ціноутворення для ПриватБанку;
- сформулювати пропозиції щодо оптимізації тарифної політики АТ КБ «ПриватБанк».

Об'єктом дослідження є система ціноутворення на банківські послуги та операції на прикладі АТ КБ «ПриватБанк».

Предмет дослідження є процеси формування тарифів на різні банківські продукти та послуги, методи їх розрахунку, економічні та ринкові фактори, що впливають на вартість операцій, а також моделі, що дозволяють

оптимізувати доходи банку та підвищити ефективність управління фінансовими ресурсами.

Методи дослідження включають: методи фінансового аналізу діяльності банку, статистичні методи, методи математичного моделювання та прогнозування, порівняльний аналіз тарифних політик банків, а також застосування системного підходу для оцінки впливу різних факторів на формування вартості послуг та оптимізацію доходів банківської установи.

Наукова новизна дослідження полягає у вдосконаленні комплексного підходу до визначення тарифів, який інтегрує економічні, ринкові та поведінкові фактори, що впливають на попит і прибутковість банківських продуктів. Запропоновані моделі дозволяють більш точно прогнозувати доходи, оцінювати ефективність тарифної політики та адаптувати ціноутворення до динаміки ринку та специфіки діяльності конкретного банку, що розширює теоретичні основи управління фінансовими ресурсами та тарифами у банківській сфері.

Основні результати роботи полягають у визначенні ефективних підходів до формування тарифів, розробці моделей, що враховують економічні, ринкові та поведінкові фактори, а також у створенні рекомендацій щодо оптимізації тарифної політики банку. Отримані результати дозволяють підвищити точність прогнозування доходів, забезпечити баланс між прибутковістю операцій і доступністю послуг для клієнтів, а також сприяють підвищенню конкурентоспроможності банківських продуктів і ефективності управління фінансовими ресурсами.

Апробація.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, які містять вісім підрозділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи – 77 сторінки, список використаних джерел – 62 найменування

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЦІНОУТВОРЕННЯ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ ТА ОПЕРАЦІЙ

1.1. Економічна сутність та принципи ціноутворення у банківській діяльності

Економічна сутність ціноутворення у банківській діяльності полягає у визначенні вартості фінансових послуг та операцій, що надаються банківськими установами, з урахуванням витрат на їх надання, ризиків, ринкової кон'юнктури та очікуваного рівня прибутку. Ціноутворення виступає одним із ключових механізмів управління фінансовими потоками банку, забезпечуючи баланс між дохідністю операцій і доступністю послуг для клієнтів. У сучасних умовах банківська сфера функціонує у високо конкурентному середовищі, де клієнти мають широкий вибір фінансових продуктів, тому формування ефективної тарифної політики стає важливим інструментом підтримки конкурентоспроможності банку та залучення клієнтської бази [1, с.172] (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 - Економічна сутність та принципи ціноутворення у банківській діяльності

Параметр	Зміст	Особливості застосування
Економічна сутність	Визначення вартості банківських послуг та операцій з урахуванням витрат, ризиків та ринкової кон'юнктури	Забезпечує баланс між дохідністю операцій та доступністю послуг для клієнтів, впливає на фінансові результати банку
Принцип витратного підходу	Формування тарифів на основі собівартості послуг з додаванням планового прибутку	Використовується для визначення базової вартості послуг, забезпечує покриття витрат банку
Принцип ринкового підходу	Орієнтація тарифів на ціни конкурентів і платоспроможність клієнтів	Допомагає підтримувати конкурентоспроможність банку на ринку

Продовження табл. 1.1

Принцип диференціації тарифів	Встановлення різних тарифів залежно від сегмента клієнтської бази та характеру послуги	Дозволяє адаптувати ціни до потреб різних груп клієнтів та підвищувати ефективність продажів
Принцип ризикоорієнтованого ціноутворення	Оцінка ймовірності неповернення кредитів та інших фінансових ризиків з урахуванням коригуючих коефіцієнтів	Забезпечує фінансову безпеку банку та стабільність доходів
Принцип гнучкості	Можливість адаптації тарифів до змін ринку, технологій та поведінки клієнтів	Дозволяє швидко реагувати на зовнішні та внутрішні зміни, підвищує стратегічну стабільність банку

Джерело:[2]

Ціноутворення у банківській діяльності є складним економічним процесом, який містить визначення вартості фінансових послуг та операцій з урахуванням багатьох факторів, що впливають на фінансові результати банку та поведінку клієнтів. Банківські послуги охоплюють широкий спектр операцій, таких як депозитні програми, кредитні продукти, розрахунково-касове обслуговування, платіжні та інвестиційні послуги, а також електронні та мобільні сервіси, кожна з яких має специфічну вартість, визначену економічними, ринковими і поведінковими чинниками. Механізми формування тарифів у банківській сфері включають оцінку прямих і непрямих витрат, прогнозування доходів, врахування ризиків неповернення кредитів та управління ліквідністю [3]. Рівень дохідності операцій безпосередньо залежить від правильності оцінки цих факторів, а ефективність ціноутворення визначає фінансову стабільність банку та його здатність підтримувати конкурентоспроможність продуктів на ринку.

Формування вартості банківських послуг здійснюється на основі економічного аналізу витрат та доходів, оцінки ринкових умов і поведінки клієнтів. Витратний підхід дозволяє врахувати собівартість надання послуг, операційні витрати, витрати на персонал і технологічні ресурси, а також додаткові витрати, пов'язані з управлінням ризиками та підтримкою інноваційних продуктів. Ринковий підхід забезпечує порівняння тарифів з

пропозиціями конкурентів, врахування платоспроможності клієнтів та адаптацію цін до попиту на різні послуги. Диференціація тарифів застосовується з урахуванням сегментації клієнтської бази, характеру продукту та специфіки фінансової операції, що дозволяє банку встановлювати ціни на послуги відповідно до платоспроможності клієнтів та обсягів фінансових потоків. Ризикорієнтований підхід включає оцінку ймовірності неповернення кредитів, виникнення фінансових ризиків та визначення коефіцієнтів коригування тарифів, що сприяє стабілізації доходів та мінімізації фінансових втрат. Гнучкість цінової політики дозволяє оперативно реагувати на зміни ринкових умов, технологічних інновацій та поведінкових особливостей клієнтів, що стає важливим елементом стратегічного управління банком (рис 1.1).

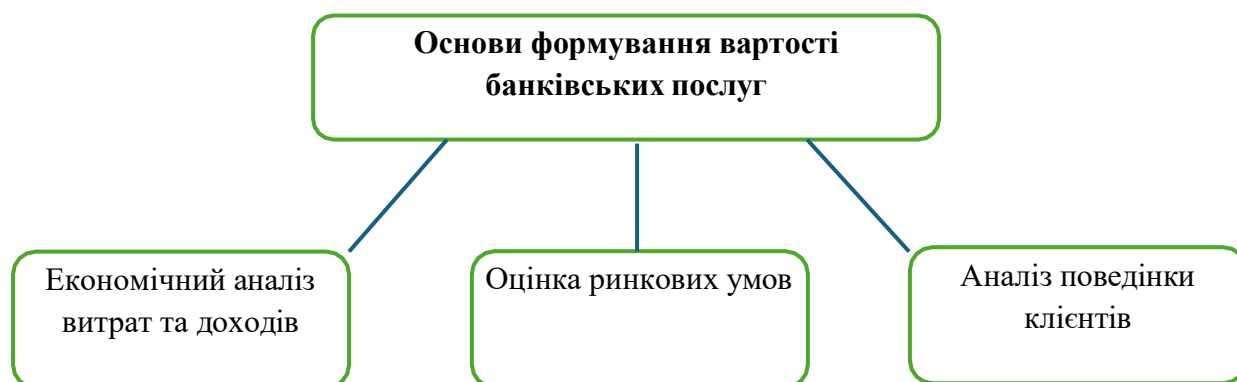


Рис 1.1 Основи формування вартості банківських послуг

Джерело:[4, с.61-63]

Використання сучасних математичних та статистичних моделей надає можливість прогнозувати доходи, оцінювати ефективність тарифів та оптимізувати структуру банківських продуктів. Застосування моделювання дозволяє враховувати сезонні коливання попиту, вплив макроекономічних факторів, таких як інфляція, зміни облікової ставки, рівень безробіття та валютні коливання, а також поведінкові фактори клієнтів, що впливають на обсяг використання банківських послуг. Аналіз ефективності тарифів базується на порівнянні отриманих доходів з очікуваними результатами та

рівнем витрат, що дозволяє приймати управлінські рішення щодо коригування цін, введення нових продуктів або модифікації існуючих послуг.

Ціноутворення має безпосередній вплив на фінансові результати банку, оскільки відображає баланс між доходами та витратами, забезпечує управління ризиками та визначає ліквідність. Високий рівень доходності дозволяє банку нарощувати капітал, розвивати нові продукти та послуги, впроваджувати технологічні інновації та підтримувати стабільність фінансових операцій. Низька ефективність ціноутворення може призводити до фінансових втрат, зниження конкурентоспроможності та втрати клієнтської бази, що підкреслює необхідність застосування науково-обґрунтованих підходів у процесі формування тарифів.

Економічна сутність ціноутворення проявляється у стратегічному плануванні діяльності банку. Встановлення тарифів на різні види послуг повинно враховувати довгострокові фінансові цілі, такі як максимізація прибутку, підтримка стабільності капіталу та залучення нових клієнтів. Стратегії ціноутворення інтегрують витратні та ринкові підходи, дозволяючи банку одночасно забезпечувати покриття витрат, відповідати ринковим очікуванням та залишатися привабливим для різних сегментів клієнтів [5, с.261-263]. Управлінські рішення базуються на аналітичних даних про ефективність існуючих тарифів, аналізі конкурентного середовища та прогнозуванні фінансових потоків, що забезпечує адаптацію цінової політики до змін макроекономічного та ринкового середовища.

Динаміка сучасного банківського ринку, зростання ролі цифрових платформ та онлайн-банкінгу підвищує вимоги до точності і гнучкості моделей ціноутворення. Використання аналітичних інструментів дозволяє інтегрувати дані про поведінку клієнтів, структуру попиту та фінансові показники банку у процес управління тарифами. Завдяки цьому зростає ефективність прогнозування доходів, управління ризиками та стратегічного планування фінансових ресурсів. Ціноутворення в такому контексті стає не лише інструментом визначення вартості послуг, а й механізмом управління

фінансовою стабільністю, конкурентоспроможністю та інноваційним розвитком банку (рис 1.2).

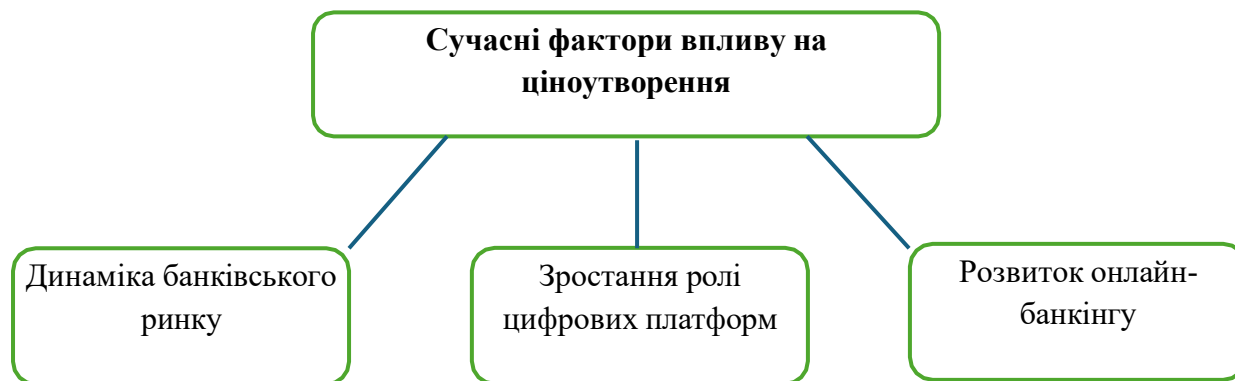


Рис 1.2 Сучасні фактори впливу на ціноутворення

Джерело:[6, с.329-331]

Аналіз практики банківської діяльності свідчить, що успішне ціноутворення враховує взаємозв'язок між економічними, технологічними та ринковими факторами. Взаємодія цих факторів забезпечує точність визначення тарифів, підвищення ефективності фінансових операцій та створення умов для сталого розвитку банку. Моделі ціноутворення повинні адаптуватися до змін зовнішнього середовища, включати прогнозування доходів та оцінку ризиків, забезпечуючи баланс між прибутковістю і доступністю послуг [7, с.56]. Інтеграція аналітичних даних дозволяє здійснювати управління тарифною політикою на основі об'єктивних показників, що сприяє підвищенню фінансової стабільності та конкурентоспроможності банку.

Таким чином, економічна сутність ціноутворення у банківській діяльності проявляється у забезпеченні ефективного управління фінансовими ресурсами, встановленні оптимальної вартості послуг та підтриманні балансу між доходністю операцій і потребами клієнтів. Принципи витратного, ринкового, диференційованого та ризикоорієнтованого підходів формують основу для розробки моделей тарифів, що враховують економічні, ринкові та поведінкові фактори, а застосування аналітичних методів та статистичного моделювання дозволяє оптимізувати фінансові потоки, прогнозувати доходи

та підвищувати ефективність управління банківськими операціями. Ціноутворення виступає інструментом стратегічного розвитку, забезпечуючи стабільність, конкурентоспроможність та адаптивність банківських продуктів у динамічних умовах сучасного фінансового ринку.

1.2. Класифікація банківських послуг і фактори, що впливають на формування цін

Класифікація банківських послуг та фактори, що впливають на формування цін, є одним із центральних аспектів організації ефективної діяльності фінансових установ, оскільки від правильного визначення категорій послуг та обґрунтованого підходу до ціноутворення залежить фінансова стабільність банку та його конкурентоспроможність на ринку. Банківські послуги охоплюють широкий спектр операцій, які можна розділити за різними критеріями, включно з функціональною спрямованістю, характером клієнтської взаємодії та способом надання послуг. До функціональної класифікації відносяться кредитні, депозитні, розрахунково-касові та інвестиційні операції [8, с.328-329] (табл. 1.2).

Таблиця 1.2 - Класифікація банківських послуг і фактори, що впливають на формування цін

Категорія	Приклади банківських послуг	Фактори, що впливають на формування цін	Особливості
Депозитні послуги	Поточні та ощадні рахунки, депозитні вклади	Витрати на залучення коштів, процентні ставки, ринкові умови	Формування процентної ставки залежить від конкуренції та тривалості депозиту
Кредитні послуги	Кредити, кредитні лінії, іпотека, споживчі позики	Ризик неповернення, облікова ставка, операційні витрати, платоспроможність клієнтів	Ціноутворення включає оцінку кредитного ризику та визначення процентної ставки

Продовження табл. 1.2

Розрахунково-касове обслуговування	Проведення платежів, перекази, інкасація	Операційні витрати, технологічні витрати, ринковий попит	Ціна залежить від обсягів операцій та каналів обслуговування
Інвестиційні послуги	Управління активами, брокерські послуги, консультації з інвестування	Ризики ринку, витрати на аналітику, конкурентна пропозиція	Вартість послуг визначається складністю операцій та очікуваною доходністю
Платіжні та електронні сервіси	Онлайн-банкінг, мобільні додатки, електронні гаманці	Технологічні витрати, поведінкові фактори клієнтів, попит	Ціноутворення залежить від зручності сервісу та рівня автоматизації
Фактори загального впливу	—	Витрати банку, ринкова конкуренція, макроекономічні умови, поведінка клієнтів, технологічні інновації	Впливають на всі категорії послуг і визначають гнучкість тарифної політики банку

Джерело: [9, с.15-21]

Категорія банківських послуг охоплює різноманітні фінансові операції, які забезпечують взаємодію банку з клієнтами та формують його доходи. Депозитні послуги включають поточні та ощадні рахунки, депозитні вклади, які сприяють залученню ресурсів для подальшого кредитування та інвестиційної діяльності банку. Формування відсоткової ставки за депозитами визначається витратами на залучення коштів, ринковими умовами та рівнем конкуренції серед фінансових установ. Тривалість депозиту та обсяги вкладень безпосередньо впливають на прибутковість банку та привабливість пропозицій для клієнтів, що потребує постійного аналізу ринку та поведінки споживачів.

Кредитні послуги складаються з надання кредитів, кредитних ліній, іпотеки та споживчих позик. Послуги характеризуються високим рівнем ризику неповернення, що вимагає комплексної оцінки платоспроможності клієнтів та облікових ставок. Вартість кредитних продуктів формується на основі операційних витрат, ризиків неповернення та ринкових умов, що забезпечує збалансовану політику управління капіталом і доходністю банку [10]. Процес ціноутворення включає моделювання кредитного ризику,

визначення процентної ставки та адаптацію умов кредитування під сегменти клієнтів, що сприяє оптимізації фінансового результату (рис 1.3).

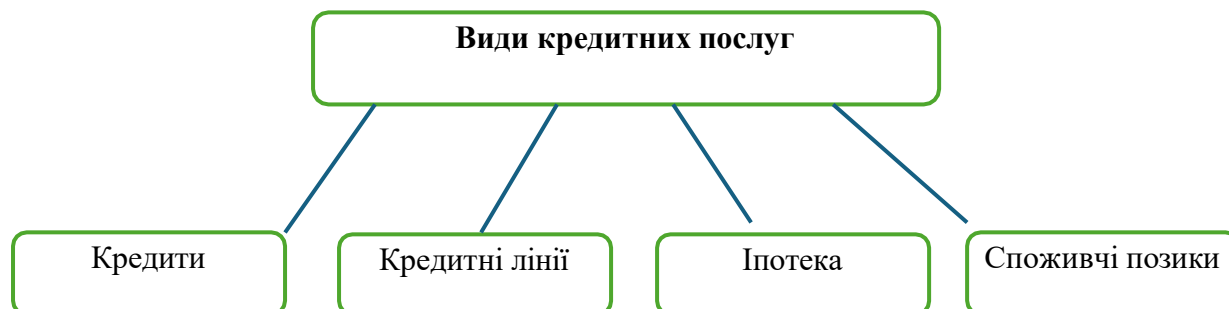


Рис 1.3 Види кредитних послуг

Джерело:[11, с.12-15]

Розрахунково-касове обслуговування банків передбачає проведення платежів, переказів та інкасації, що забезпечує безперебійну роботу економічних суб'єктів та грошових потоків. Ціна таких послуг формується з урахуванням операційних та технологічних витрат, а також ринкового попиту на відповідні сервіси. Обсяг операцій та використання різних каналів обслуговування визначають рівень доходності та ефективність надання послуг, що потребує постійного моніторингу технологічних рішень та поведінки клієнтів.

Інвестиційні послуги, які включають управління активами, брокерські послуги та консультації з інвестування, характеризуються високою складністю та необхідністю аналізу ринкових ризиків. Вартість цих послуг залежить від витрат на аналітику, рівня конкуренції та очікуваної доходності, що визначає стратегії залучення клієнтів та структуру пропозицій [12, с.55-56]. Надання інвестиційних продуктів потребує інтеграції сучасних технологій, управлінських моделей та контролю за ризиками, що забезпечує ефективність діяльності банку та формування стабільного доходу.

Платіжні та електронні сервіси включають онлайн-банкінг, мобільні додатки та електронні гаманці, що забезпечують зручність та швидкість проведення фінансових операцій. Технологічні витрати, поведінкові фактори клієнтів та рівень попиту визначають ціну таких послуг. Ступінь

автоматизації сервісів та інтеграція з іншими фінансовими продуктами впливає на ефективність обслуговування, оптимізацію витрат та підвищення лояльності клієнтів, що створює умови для масштабування бізнесу (табл. 1.3).

Таблиця 1.3 – Категорія, приклади, фактори формування цін та особливості платіжних та електронних сервісів

Категорія послуг	Приклади послуг	Фактори, що впливають на формування цін	Особливості
Платіжні сервіси	Перекази між рахунками, оплата комунальних послуг, оплата за товари та послуги онлайн	Операційні витрати, обсяг транзакцій, ринковий попит, регуляторні вимоги	Ціна залежить від обсягів операцій, швидкості обробки платежів та каналів проведення транзакцій
Електронні сервіси	Мобільні додатки, онлайн-банкінг, електронні гаманці, QR-платежі	Технологічні витрати, рівень автоматизації, поведінкові фактори клієнтів, рівень конкуренції	Ціноутворення залежить від зручності сервісу, інтеграції з іншими продуктами та безпеки
Інноваційні цифрові сервіси	NFC-платежі, банківські API, смарт-картки	Вартість впровадження технологій, попит на інновації, регуляторні обмеження	Вартість послуг формується з урахуванням інвестицій у технології та прогнозованої ефективності
Підтримка та додаткові сервіси	Консультації онлайн, чат-боти, підтримка клієнтів	Витрати на персонал і технології, рівень навантаження, якість обслуговування	Вартість залежить від доступності сервісу, швидкості реагування та рівня автоматизації процесів

Джерело:[13]

Фактори загального впливу на формування цін банківських послуг охоплюють витрати банку, ринкову конкуренцію, макроекономічні умови, поведінку клієнтів та технологічні інновації. Вплив цих факторів простежується у всіх категоріях послуг і визначає гнучкість тарифної політики банку, дозволяючи адаптувати пропозиції під зміни ринкової кон'юнктури. Систематичний аналіз та прогнозування змін у зовнішньому середовищі дозволяє банкам оптимізувати ціни, підвищувати ефективність використання ресурсів та забезпечувати довгострокову фінансову стабільність. Застосування сучасних методів оцінки ринку, цифрових платформ та аналітичних моделей дозволяє прогнозувати попит на послуги,

коригувати стратегії залучення клієнтів та управління ризиками, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності та прибутковості фінансових установ.

Процес ціноутворення в банківському секторі є багатофакторним та динамічним, оскільки враховує як внутрішні ресурси та витрати банку, так і зовнішні економічні, соціальні та технологічні умови. Взаємозв'язок між різними категоріями послуг та загальними факторами впливу дозволяє забезпечити узгоджене управління фінансовими потоками, оптимізацію операційних процесів та збалансовану політику доходів і ризиків [14, с.17-19]. Постійне вдосконалення методів визначення цін, інтеграція цифрових рішень та використання аналітичних даних забезпечує підвищення ефективності банківських послуг, а також формує умови для стратегічного розвитку та стійкого зростання фінансових установ у конкурентному середовищі (рис. 1.4).

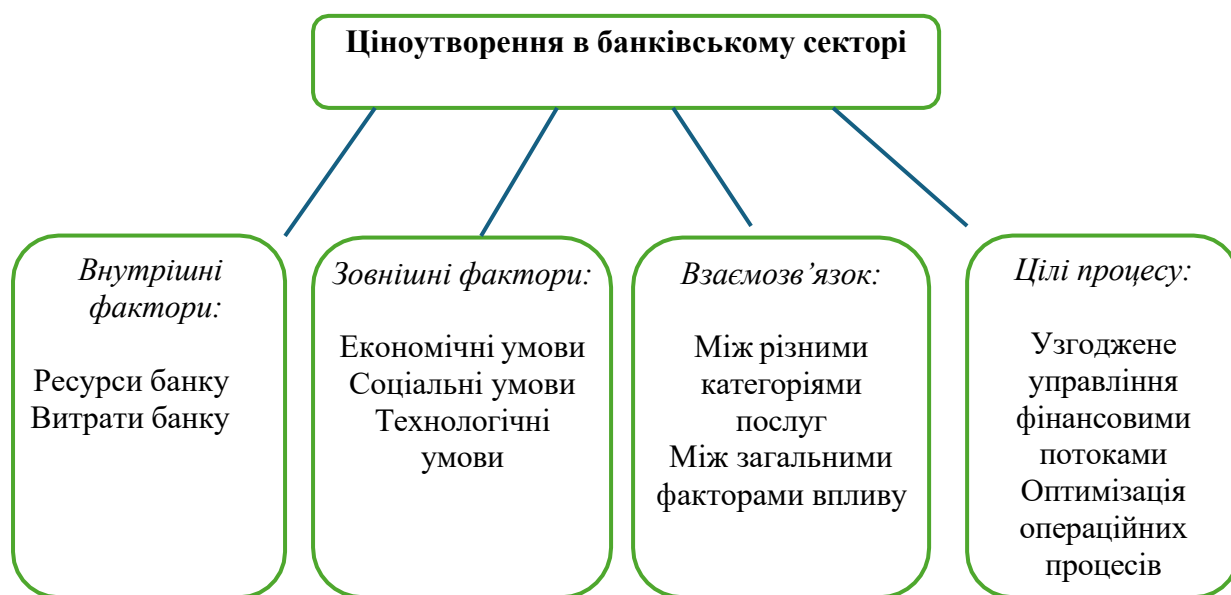


Рис 1.4 Ціноутворення в банківському секторі

Джерело:[15, с.36-37]

Фінансові установи, що застосовують комплексний підхід до класифікації послуг та формування цін, здатні ефективно розподіляти ресурси, знижувати витрати та підвищувати прибутковість. Розвиток технологій, зміни поведінки споживачів та макроекономічні коливання безпосередньо впливають на структуру тарифів та оптимізацію процесів

надання послуг. Використання сучасних систем управління, аналітичних інструментів та цифрових платформ забезпечує адаптацію до ринкових умов, підвищує рівень обслуговування клієнтів та зміцнює позиції банку на ринку [16, с.225-226]. Інтеграція факторів впливу, аналіз ринку та систематична оцінка ефективності дозволяють забезпечити стійке функціонування банківської системи та підвищення якості фінансових послуг для всіх категорій клієнтів.

Отже, класифікація банківських послуг та фактори, що впливають на формування цін, відіграють визначальну роль у функціонуванні фінансових установ, оскільки від їх правильного визначення залежить ефективність управління ресурсами та прибутковість банку. Банківські послуги охоплюють широкий спектр операцій, включаючи депозитні, кредитні, розрахунково-касові, інвестиційні та електронні сервіси, кожна з яких має специфічні характеристики та потребує врахування різних факторів при формуванні цін. На рівень тарифів впливають внутрішні витрати банку, ризики неповернення кредитів, операційні та технологічні витрати, ринкові умови, поведінка клієнтів та макроекономічні фактори. Аналіз цих аспектів дозволяє забезпечити збалансовану політику ціноутворення, оптимізацію фінансових потоків і підвищення конкурентоспроможності установи, створюючи умови для стабільного розвитку.

1.3. Теоретико-методичні підходи та моделі ціноутворення в банківській сфері

Теоретико-методичні підходи та моделі ціноутворення в банківській сфері представляють собою складну систему знань та інструментів, спрямованих на визначення вартості банківських послуг з урахуванням різноманітних економічних, соціальних і технологічних чинників. Процес ціноутворення у банківській сфері базується на інтеграції класичних економічних теорій, які визначають взаємозв'язок попиту і пропозиції,

витрат виробництва та ринкових механізмів, із сучасними фінансовими методиками, що дозволяють оцінювати ризики, ліквідність і ефективність використання ресурсів [17, с.12]. Важливе значення має застосування різних моделей ціноутворення, серед яких виділяються витратні, ринкові та ризикоорієнтовані підходи (табл. 1.4).

Таблиця 1.4 - Теоретико-методичні підходи та моделі ціноутворення в банківській практиці

Підхід / Модель	Сутність та принципи	Основні фактори формування цін	Особливості застосування в банківській практиці
Витратний підхід	Визначення ціни послуг на основі прямих і непрямих витрат банку	Операційні витрати, адміністративні витрати, амортизація	Забезпечує покриття витрат та досягнення цільової прибутковості
Ринковий підхід	Формування цін на основі аналізу ринкової конкуренції та попиту	Конкурентна ситуація, рівень попиту, ринкова кон'юнктура	Дозволяє адаптувати тарифи до реальних умов ринку та переваг клієнтів
Ризикоорієнтований підхід	Інтеграція оцінки кредитного, ринкового та операційного ризику	Потенційні втрати, ризик неповернення, волатильність ринку	Особливо актуальний для кредитних та інвестиційних продуктів, забезпечує стабільність фінансових потоків
Диференційоване ціноутворення	Індивідуальне визначення тарифів для різних категорій клієнтів	Платоспроможність, обсяги операцій, рівень ризику	Використовується для персоналізації пропозицій та підвищення лояльності клієнтів
Цифрові та аналітичні моделі	Використання технологій для прогнозування попиту та моделювання фінансових результатів	Дані про клієнтів, статистика операцій, аналітичні прогнози	Забезпечує підвищення точності ціноутворення та оптимізацію стратегій управління

Джерело:[18]

Підходи та моделі ціноутворення в банківській практиці формують комплексну систему методів і інструментів, яка забезпечує визначення вартості фінансових послуг із врахуванням внутрішніх витрат установи, ринкових умов, рівня ризику та поведінки клієнтів. Витратний підхід

передбачає формування ціни на основі прямих і непрямих витрат банку, включаючи операційні та адміністративні витрати, амортизацію обладнання та технологій. Дозволяє досягти покриття витрат і забезпечити стабільну прибутковість, водночас надаючи змогу планувати фінансові потоки та коригувати тарифну політику залежно від обсягу операцій і залучених ресурсів. Такий метод сприяє прогнозуванню доходів, аналізу ефективності використання ресурсів і оптимізації управління фінансовими потоками (рис. 1.5).

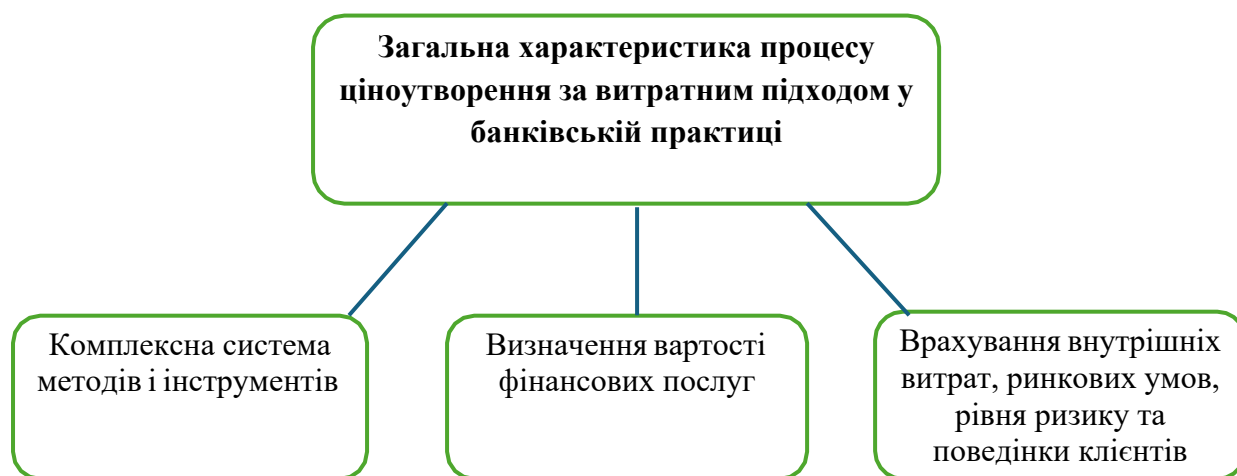


Рис 1.5 Загальна характеристика процесу ціноутворення за витратним підходом у банківській практиці

Джерело:[19, с.132-140]

Ринковий підхід базується на аналізі конкурентного середовища та попиту на банківські продукти, що дозволяє формувати ціни з урахуванням ринкової кон'юнктури та переваг клієнтів. Включає оцінку пропозицій конкурентів, аналіз тенденцій попиту та поведінки споживачів, що забезпечує адаптацію тарифів і умов обслуговування до реальних умов функціонування банку. Забезпечує підвищення привабливості послуг, стимулювання залучення нових клієнтів і збереження існуючої клієнтської бази, створюючи умови для стійкого розвитку банку в конкурентному середовищі. Ефективне застосування ринкового підходу потребує систематичного моніторингу ринку, аналізу динаміки попиту та коригування цінових стратегій відповідно до змін ринкових умов.

Ризикоорієнтований підхід інтегрує оцінку кредитного, ринкового та операційного ризику при визначенні ціни послуг, що особливо актуально для кредитних та інвестиційних продуктів. Потенційні втрати, ризик неповернення та волатильність ринку враховуються у процесі встановлення тарифів, що забезпечує стабільність фінансових потоків і знижує ймовірність негативних результатів. Для реалізації цього підходу застосовуються аналітичні моделі ризику, прогнозування змін у ринкових умовах та оцінка поведінки клієнтів, що підвищує точність ціноутворення та захищає інтереси банку [20]. Впровадження ризикоорієнтованих методик дозволяє ефективно управляти капіталом, прогнозувати фінансові показники та формувати збалансовану політику доходів і ризиків (табл. 1.5).

Таблиця 1.5 - Ризикоорієнтований підхід у ціноутворенні банківських послуг: сутність, фактори та особливості застосування

Підхід / Модель	Сутність та принципи	Основні фактори формування цін	Особливості застосування в банківській практиці
Ризикоорієнтований підхід	Інтеграція оцінки кредитного, ринкового та операційного ризику при визначенні ціни	Потенційні фінансові втрати, ризик неповернення, волатильність ринку	Актуальний для кредитних та інвестиційних продуктів, забезпечує стабільність фінансових потоків
	Використання прогнозування та моделей оцінки ризику для встановлення тарифів	Оцінка платоспроможності клієнтів, ймовірність дефолту, історія транзакцій	Підвищує точність ціноутворення, дозволяє адаптувати умови обслуговування до рівня ризику
	Застосування аналітичних та математичних моделей для управління ризиком	Внутрішні ризики банку, ринкові коливання, макроекономічні фактори	Дозволяє прогнозувати фінансові показники, управляти капіталом та формувати збалансовану політику доходів і ризиків

Продовження табл. 1.5

	Інтеграція ризикових оцінок у процес стратегічного планування	Сегментація клієнтів за рівнем ризику, портфельне управління	Забезпечує мінімізацію потенційних втрат та підтримку стабільності банківських операцій
	Використання результатів оцінки ризику для коригування тарифної політики	Фінансові резерви, кредитні ліміти, страхування ризиків	Дозволяє ефективно управляти доходами та збалансувати ризики з очікуваною прибутковістю
	Постійне оновлення моделей та моніторинг змін у ринковому середовищі	Динамічні ринкові умови, регуляторні вимоги, технологічні інновації	Сприяє адаптації цінових стратегій до сучасних умов ринку та підвищує конкурентоспроможність банку

Джерело:[21, с.23-27]

Диференційоване ціноутворення передбачає індивідуальне визначення тарифів для різних категорій клієнтів із урахуванням платоспроможності, обсягів операцій та рівня ризику. Такий метод дозволяє персоналізувати пропозиції, підвищити лояльність клієнтів та оптимізувати доходи банку шляхом адаптації умов обслуговування до специфічних потреб сегментів ринку. Забезпечує гнучкість тарифної політики, дозволяє оперативно реагувати на зміни попиту та ринкових умов і створює конкурентні переваги банку. Використання диференційованого ціноутворення сприяє підвищенню ефективності надання послуг, залученню нових клієнтів та утриманню існуючої клієнтської бази.

Цифрові та аналітичні моделі використовуються для прогнозування попиту на банківські послуги та моделювання фінансових результатів на основі даних про клієнтів, статистики операцій та аналітичних прогнозів. Інтеграція технологій у процес ціноутворення підвищує точність встановлення тарифів, дозволяє оптимізувати стратегії управління та ефективніше використовувати ресурси [22, с.39-40]. Застосування цифрових інструментів та аналітики сприяє швидкому реагуванню на зміни ринкової кон'юнктури, підвищує прозорість процесів і дозволяє прогнозувати фінансові результати з високим ступенем достовірності (рис 1.6).

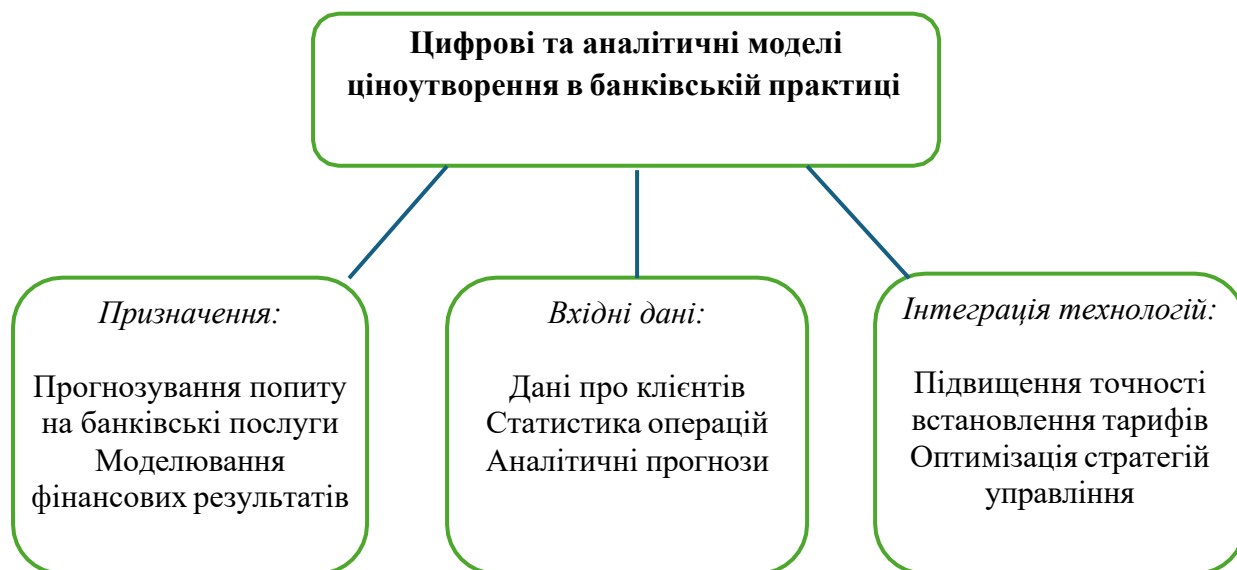


Рис 1.5 Цифрові та аналітичні моделі ціноутворення в банківській сфері

Джерело:[23, с.33-42]

Комплексне застосування підходів і моделей ціноутворення дозволяє банкам забезпечувати гармонійний баланс між витратами, ризиками та мінливими ринковими умовами, створюючи цілісну систему управління фінансовими потоками, яка охоплює всі етапи формування, аналізу та коригування тарифів. Такий підхід формує підґрунтя для ефективної реалізації стратегій банку, спрямованих на підвищення прибутковості, збереження конкурентних позицій і стійкості у середовищі з високим рівнем динамічності фінансових процесів.

Поєднання витратного, ринкового, ризикоорієнтованого та цифрового підходів у межах єдиної концепції ціноутворення дає змогу враховувати широкий спектр чинників, що впливають на кінцеву вартість банківських продуктів і послуг. Витратний підхід забезпечує точне визначення собівартості послуг і дозволяє оцінювати доцільність їх реалізації, ринковий — орієнтує банк на конкурентне середовище, поведінку споживачів і рівень платоспроможності клієнтів, ризикоорієнтований — враховує рівень невизначеності, кредитні та операційні ризики, а цифровий — створює можливість використання аналітичних технологій і моделей прогнозування для вдосконалення процесу ухвалення рішень [24].

Використання системного підходу в управлінні ціноутворенням підвищує рівень гнучкості фінансової політики банку, сприяє оперативному реагуванню на зміни в макроекономічному середовищі, коливання валютних курсів, зміни регуляторних вимог і клієнтських уподобань. У результаті формується здатність банку не лише підтримувати стабільність фінансових потоків, але й прогнозувати майбутні тенденції, що дозволяє уникати надмірних витрат і підвищувати ефективність управління ресурсами (рис. 1.7).

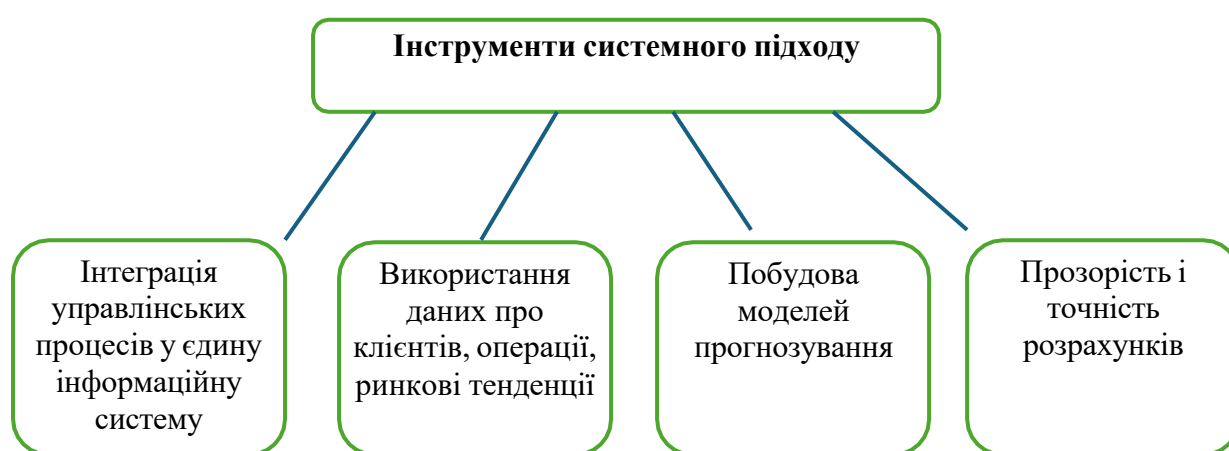


Рис 1.7 Інструменти системного підходу в управлінні ціноутворенням в банківській сфері

Джерело:[25, с.6-7]

Поєднання зазначених підходів забезпечує оптимальне співвідношення доходів і витрат, дозволяє враховувати структурні зміни у клієнтській базі, диференціацію попиту на окремі продукти, а також рівень конкуренції між фінансовими установами. Такі моделі створюють можливість для постійного вдосконалення процесів планування, прогнозування та аналізу результатів діяльності, що, у свою чергу, забезпечує підвищення фінансової стійкості та прибутковості банку. Системне застосування аналітичних методів і цифрових технологій сприяє інтеграції управлінських процесів у єдину інформаційну структуру, де дані про операції, клієнтів і ринкові тенденції використовуються для побудови точних моделей ціноутворення. Такий підхід допомагає мінімізувати вплив суб'єктивних рішень, зменшує

ймовірність помилок у розрахунках тарифів і забезпечує прозорість процесу для всіх рівнів управління.

Результатом комплексного підходу є підвищення конкурентоспроможності банку, посилення його позицій на фінансовому ринку, розширення клієнтської бази та зростання довіри до установи. Збалансованість у системі управління доходами, витратами й ризиками створює умови для стабільного розвитку банку навіть у періоди економічної турбулентності. Така система дозволяє не лише утримувати наявні ринкові позиції, але й забезпечувати стратегічне зростання, спрямоване на довгострокову стабільність, ефективність і стійке функціонування у мінливих умовах глобальної фінансової системи [26, с.34-35].

Постійне вдосконалення моделей і методик ціноутворення, а також інтеграція інноваційних технологій і сучасних аналітичних інструментів створюють передумови для підвищення гнучкості банківських стратегій і їх здатності швидко реагувати на зміни ринкової кон'юнктури. Такі процеси дозволяють банкам адаптуватися до динамічного середовища, ефективно використовувати ресурси, оптимізувати внутрішні бізнес-процеси та підвищувати якість і доступність фінансових послуг. Удосконалення підходів до ціноутворення сприяє формуванню більш прозорої системи взаємодії з клієнтами, що підвищує рівень довіри та лояльності до установи.

Прогнозування фінансових результатів, оцінка ризиків і оптимізація тарифів на основі цифрових даних забезпечують не лише точність і обґрунтованість встановлених цін, але й дозволяють створювати сценарні моделі, які враховують коливання ринку, поведінкові аспекти споживачів і можливі зовнішні фактори впливу. Застосування аналітичних платформ і алгоритмів машинного навчання дає змогу банкам підвищувати точність розрахунків, мінімізувати вплив людського чинника та прогнозувати фінансові результати з урахуванням тенденцій розвитку економіки.

Системний підхід до управління ціноутворенням створює умови для формування збалансованої політики доходів і витрат, сприяє стратегічному

плануванню діяльності банків і підвищує ефективність управління ризиками. Узгоджена взаємодія фінансових, аналітичних та управлінських підрозділів формує єдину модель прийняття рішень, що забезпечує стійкість банківської системи в умовах ринкової турбулентності. Такий підхід стає фундаментом для довгострокового зростання фінансових установ, підвищення їх конкурентоспроможності та зміцнення позицій у національній і глобальній фінансовій системі.

Таким чином, теоретико-методичні підходи та моделі ціноутворення в банківській практиці відіграють важливу роль у формуванні ефективної фінансової політики установи та забезпеченні її стабільного функціонування. Застосування науково обґрунтованих принципів ціноутворення дозволяє банкам раціонально поєднувати витратні, ринкові, ризикоорієнтовані та цифрові підходи для досягнення збалансованості між доходами, витратами і ризиками. Розробка та використання аналітичних моделей сприяють підвищенню точності розрахунків, адаптації тарифів до змін ринкових умов і потреб клієнтів. Системне впровадження таких підходів забезпечує прозорість механізмів формування цін, зміцнює конкурентні позиції банку та створює умови для його стійкого розвитку в умовах зростаючої конкуренції та цифрової трансформації фінансового сектору.

Висновки до розділу 1

Дослідження показало, що теоретичні основи ціноутворення банківських послуг та операцій становлять фундамент формування ефективної фінансової політики банків і забезпечення їх конкурентоспроможності на ринку. Вони охоплюють систему наукових підходів, принципів і методів, які визначають механізми встановлення вартості банківських продуктів з урахуванням витрат, попиту, пропозиції, ризиків і ринкових умов. Розуміння економічної сутності ціни як результату взаємодії вартості, корисності та прибутковості дозволяє банкам формувати

збалансовану політику ціноутворення, що враховує інтереси як установи, так і клієнтів.

У теоретичному аспекті ціноутворення базується на поєднанні класичних економічних концепцій і сучасних методологічних підходів, які враховують специфіку фінансових послуг. Застосування витратного, ринкового, ризикоорієнтованого та поведінкового підходів створює можливість для комплексного аналізу чинників, що впливають на формування ціни. Важливим елементом стає інтеграція аналітичних та цифрових інструментів, які підвищують точність розрахунків, сприяють прогнозуванню фінансових результатів.

Розвиток теоретичних засад ціноутворення у банківській діяльності сприяє удосконаленню методик управління прибутковістю, підвищенню прозорості тарифної політики та формуванню довіри клієнтів. На основі глибокого теоретичного аналізу банківські установи можуть ефективно розробляти стратегії, спрямовані на досягнення фінансової стійкості, оптимізацію структури доходів і зміцнення конкурентних переваг.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ПРАКТИКИ ЦІНОУТВОРЕННЯ В АТ КБ «ПРИВАТБАНК»

2.1. Загальна характеристика діяльності АТ КБ «ПриватБанк»

АТ КБ «ПРИВАТБАНК» — один із найбільших банків України, який відіграє важливу роль у фінансовій системі країни. Заснований у 1992 році, банк пройшов значний шлях від невеликого фінансового інституту до лідера українського ринку банківських послуг (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 - Загальна характеристика господарської діяльності АТ КБ «Приватбанк»

Параметр	Значення
Повне найменування юридичної особи	АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО КОМЕРЦІЙНИЙ БАНК ПРИВАТБАНК
Скорочена назва	АТ КБ "ПРИВАТБАНК"
Назва англійською	JOINT-STOCK COMPANY COMMERCIAL BANK PRIVATBANK (JSC CB PRIVATBANK)
Статус юридичної особи	Зареєстровано (станом на 28.03.2025)
Статус з ЄДР	Зареєстровано
Код ЄДРПОУ	14360570
Дата реєстрації	19.03.1992 (33 роки)
Уповноважені особи	- БЬОРКНЕРТ КАРЛ МІКАЕЛЬ: Голова Правління, 20.01.2025, керівник (Обмеження згідно Статуту) - Чернишова Лариса Петрівна: Заступник Голови Правління (з питань фінансів), підписант (обмеження згідно Статуту)
Розмір статутного капіталу	206 059 743 960,00 грн.
Організаційно-правова форма	АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО, 100% акцій належить державі в особі Кабінету Міністрів
Види діяльності	- Основний: 64.19 Інші види грошового посередництва - Інші: 64.92 Інші види кредитування 64.99 Надання інших фінансових послуг (крім страхування та пенсійного забезпечення), н.в.і.у. 66.11 Управління фінансовими ринками

Джерело:[27]

АТ КБ «Приватбанк» здійснює широкий спектр послуг для фізичних та юридичних осіб, включаючи депозитні й кредитні операції, обслуговування поточних рахунків, інтернет-банкінг, а також

інші фінансові продукти, що відповідають потребам сучасних клієнтів. Основною діяльністю банку є надання широкого спектру фінансових послуг як для фізичних, так і для юридичних осіб. АТ КБ «Приватбанк» здійснює кредитування, обслуговування депозитів, валютні операції, надає послуги з обміну валют, а також пропонує різноманітні платіжні послуги. Завдяки постійному вдосконаленню технологій та інновацій, банк активно розвиває цифрові продукти, такі як мобільний банкінг та онлайн-сервіси для бізнесу.

АТ КБ «Приватбанк» відзначається своєю орієнтацією на широкий спектр клієнтів, від фізичних осіб до великих корпоративних клієнтів, включаючи малі та середні підприємства. Банк активно розширює свою мережу, забезпечуючи доступ до фінансових послуг у всіх регіонах України, а також здійснює операції на міжнародних ринках [28]. Одним із основних напрямків діяльності є забезпечення безпеки фінансових транзакцій та надання високоякісного сервісу, що робить банк одним з найбільш надійних у країні.

Крім традиційних банківських послуг, АТ КБ «Приватбанк» активно працює над розвитком фінансових технологій, зокрема в сфері мобільних платіжних систем та онлайн-банкінгу, що дозволяє значно спростити доступ до фінансових послуг для широкої аудиторії. Важливим аспектом діяльності є також соціальна відповідальність банку, який активно підтримує різноманітні благодійні ініціативи, програми фінансової грамотності та культурні заходи. Завдяки такій багатогранній діяльності, АТ КБ «Приватбанк» утримує стабільні позиції на фінансовому ринку України, активно реагуючи на змінювані економічні умови та потреби своїх клієнтів.

Організаційна структура АТ КБ «Приватбанк» є багаторівневою і складною, що обумовлено великим масштабом діяльності банку та необхідністю ефективного управління численними процесами. У центрі організаційної структури знаходиться Правління, яке є ключовим органом, що відповідає за стратегічне управління банком та прийняття важливих фінансових і операційних рішень. Правління складається з голови,

заступників та інших членів, які координують різні напрямки діяльності банку, такі як фінанси, ризики, операції та юридичні питання (рис. 2.1).

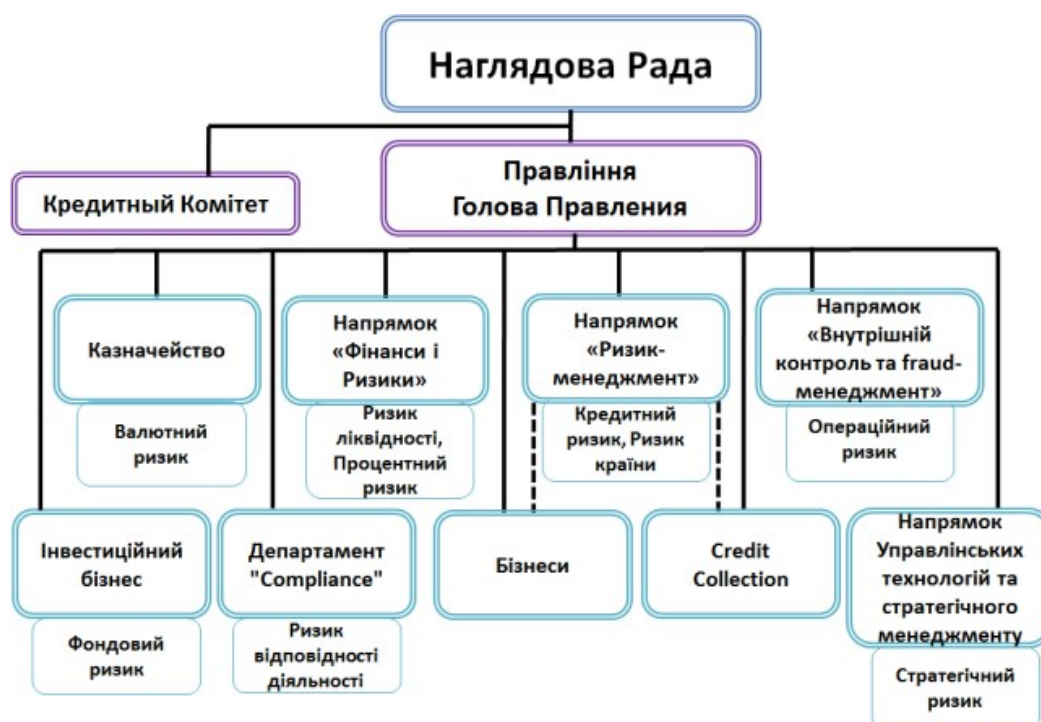


Рис 2.1 Організаційна структура АТ КБ «Приватбанк»

Джерело:[29]

Над Правлінням знаходиться Наглядова рада, яка здійснює нагляд за діяльністю банку, забезпечує контроль за виконанням корпоративної стратегії та захистом інтересів акціонерів. Роль Наглядової ради полягає в затвердженні ключових рішень, таких як зміни в організаційній структурі, фінансові результати, стратегії розвитку і зміни в керівництві банку.

Далі організаційна структура банку поділяється на кілька функціональних підрозділів, які відповідають за конкретні аспекти його діяльності. Так, існують відділи, що займаються кредитуванням фізичних та юридичних осіб, валютними операціями, обслуговуванням клієнтів, а також департамент з управління ризиками, фінансовим моніторингом і комплаєнсом. Кожен підрозділ відповідає за виконання своїх функцій у межах загальної стратегії банку та забезпечує ефективну реалізацію поточних операцій. Важливим компонентом організаційної структури є регіональні

підрозділи банку, які відповідають за виконання завдань на місцях. Включає філії та відділення, що забезпечують обслуговування клієнтів у різних регіонах України.

Організаційна структура АТ КБ «Приватбанк» включає в себе різноманітні служби підтримки, такі як ІТ-відділ, юридичний департамент, а також служби з безпеки та аудиту, що забезпечують надійність і захист банківських операцій та клієнтських даних [30]. Завдяки такій комплексній організаційній структурі, банк здатен швидко реагувати на зміни на ринку та забезпечувати високу якість обслуговування своїх клієнтів, а також ефективно управляти ризиками та досягати фінансових цілей.

АТ КБ «Приватбанк» є важливим гравцем на міжнародному фінансовому ринку, що дозволяє йому здійснювати операції на зовнішніх ринках і підтримувати співпрацю з іноземними банками та фінансовими установами. Одним із значущих етапів в історії банку стала його націоналізація в 2016 році, що було зумовлено необхідністю стабілізації фінансової ситуації в країні. Незважаючи на це, банк зберіг свою репутацію та продовжив активну діяльність на ринку (табл. 2.2).

Таблиця 2.2 - Склад і структура активів і пасивів АТ КБ «ПРИВАТБАНК»

Показник	2022 (млн ₴)	2023 (млн ₴)	2024 (млн ₴)	Відхилення (2024 – 2022, млн ₴)
Активи				
Загальна сума активів	540 596	605 258	686 614	+146 018
Грошові кошти та еквіваленти	96 380	156 551	175 000	+78 620
Кредити та аванси клієнтам	68 064	89 816	105 000	+36 936
Інвестиційні цінні папери	239 752	239 178	250 000	+10 248
Основні засоби	5 256	4 872	4 800	-456
Інші фінансові активи	4 309	5 306	5 500	+1 191
Інші нефінансові активи	9 189	9 094	9 000	-189
Зобов'язання (пасиви)				

Продовження табл. 2.2

Загальна сума зобов'язань	432 307	522 145	587 470	+155 163
Кошти клієнтів	475 970	506 944	621 397	+145 427
Інші залучені кошти	126	1 340	6 200	+6 074
Власний капітал				
Загальна сума власного капіталу	57 729	83 113	99 144	+41 415

Джерело:[31]

Грошові кошти та еквіваленти ПриватБанку зросли на 78 620 млн грн за період з 2022 до 2024 року, що свідчить про суттєве покращення ліквідності та здатності банку швидко виконувати свої зобов'язання перед клієнтами та контрагентами. Збільшення обсягу грошових коштів дозволяє банку більш гнучко реагувати на коливання на міжбанківському ринку, забезпечує підтримку резервних вимог регулятора та створює умови для активного кредитування та проведення інших фінансових операцій. Кредити та аванси клієнтам також зросли на 36 936 млн грн, що є показником активної кредитної політики банку та зростання попиту на фінансові послуги.

Інвестиційні цінні папери збільшилися на 10 248 млн грн, що відображає розширення інвестиційної діяльності банку та прагнення до диверсифікації активів. Водночас, основні засоби зменшилися на 456 млн грн, а інші нефінансові активи — на 189 млн грн, що може свідчити про списання застарілих основних засобів, оптимізацію управління майном та ефективніше використання ресурсів банку. Щодо зобов'язань, кошти клієнтів зросли на 145 427 млн грн, що є значним показником довіри до банку і свідчить про стабільний приплив депозитів. Загальна сума зобов'язань збільшилася на 155 163 млн грн, демонструючи розширення масштабів операцій банку та його здатність до фінансування більшого обсягу активів.

Власний капітал банку за період зріс на 41 415 млн грн, що свідчить про зміцнення фінансової стійкості, нарощування резервів та підвищення можливостей для покриття ризиків. Зростання власного капіталу є також важливим сигналом для регулятора та інвесторів, підтверджуючи надійність і стабільність ПриватБанку. Усі ці зміни в активах, зобов'язаннях та власному капіталі свідчать про активний розвиток банку, збільшення його

операційного масштабу та підвищення ролі на ринку фінансових послуг в Україні [32, с.86-87] (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 - Склад і структура власного капіталу АТ КБ «ПРИВАТБАНК»

Показники	2022 р.		2023 р.		2024 р.	
	сума, тис. грн	частка, %	сума, тис. грн	частка, %	сума, тис. грн	частка, %
Строкові депозити фізичних осіб	150,000	31.5	162,500	32.1	200,000	32.2
Поточні рахунки/рахунки до запитання фізичних осіб	200,000	42.0	215,000	42.4	270,000	43.5
Поточні/розрахункові рахунки державних організацій	5,000	1.0	6,500	1.3	8,000	1.3
Поточні/розрахункові рахунки юридичних осіб	100,000	21.0	110,000	21.6	130,000	20.9
Строкові депозити юридичних осіб	15,000	3.1	20,000	3.9	10,000	1.6
Зобов'язання орендаря з лізингу	2,000	0.4	2,500	0.5	2,500	0.4
Кошти у розрахунках	3,000	0.6	4,000	0.8	5,000	0.8
Кредиторська заборгованість	2,500	0.5	3,000	0.6	3,500	0.5
Інше	1,000	0.2	2,300	0.5	2,400	0.4
Загальна сума	478,500	100.0	525,800	100.0	631,400	100.0

Джерело: [31]

Строкові депозити фізичних осіб за період з 2022 до 2024 року зросли на 50,000 тис. грн, що збільшило їх частку у загальній структурі зобов'язань банку з 31,5% у 2022 році до 32,2% у 2024 році, що свідчить про стабільний попит на депозити та зростання довіри фізичних осіб до банку. Поточні рахунки фізичних осіб показали найзначніше зростання: їх сума зросла з 200,000 тис. грн у 2022 році до 270,000 тис. грн у 2024 році, що супроводжувалося збільшенням частки цих рахунків з 42,0% до 43,5%, що свідчить про перехід клієнтів до більш ліквідних форм збереження коштів, можливо через економічні зміни та зміну споживчих переваг [33, с.103]. Зростання відбулося переважно за рахунок коштів на поточних рахунках фізичних осіб, що забезпечує банку більшу ліквідність і фінансову стабільність [34, с.88-89] (Додаток А).

Зміни в обсягах поточних рахунків державних організацій та юридичних осіб відображають певні негативні тенденції: у державних організацій сума збільшилася з 5,000 тис. грн до 8,000 тис. грн, а частка залишилася невеликою — 1,0% у 2022 році та 1,3% у 2024 році, що свідчить про обмежений вплив державних коштів на загальну структуру депозитної бази. Поточні рахунки юридичних осіб зросли з 100,000 тис. грн до 130,000 тис. грн, проте частка зменшилася з 21,0% до 20,9%, що може вказувати на збільшення питомої ваги фізичних осіб у структурі зобов'язань. Загальна сума зобов'язань банку зросла на 152,600 тис. грн, що свідчить про загальне збільшення фінансових зобов'язань [35, с.92-93] (Додаток Б).

Частка чистого доходу в загальному доході залишилася стабільною. Собівартість реалізованої продукції зросла, що свідчить про підвищення витрат на обслуговування активів та проведення операцій. Інші операційні доходи залишаються незначними, відображаючи низьку частку доходів, не пов'язаних із основною діяльністю.

Загальна сума доходів зросла, що є наслідком збільшення депозитної бази та активного управління кредитним портфелем, навіть з урахуванням змін у структурі інших доходів. Власний капітал банку збільшився на 41,415 тис. грн, але його питома вага в структурі фінансування знизилася, що свідчить про більший вплив зобов'язань у загальній структурі активів (Додаток В).

Заборгованість перед Національним банком України та іншими банками відносно стабільна, а кошти клієнтів збільшилися на 145,427 тис. грн, що відображає зростання довіри до банку та стабільність депозитної бази [32, с.1-9]. Загальна сума зобов'язань зросла на 155,163 тис. грн, або на 32,5%, демонструючи активне нарощування ресурсів для фінансування операційної діяльності (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 - Склад і структура власного капіталу АТ КБ «ПРИВАТБАНК», млн.грн.

Показники	Станом на:						Відхилення		Темп зміни
	01.01.2023 р.		01.01.2024 р.		01.01.2025 р.		в сумі, тис. грн	питомої ваги, %	
	сума, тис. грн	питома вага, %	сума, тис. грн	питома вага, %	сума, тис. грн	питома вага, %			
Акціонерний капітал	180,000	60.0	190,000	61.5	206,060	62.0	+26,060	+2.0	1.14
Емісійний дохід	20,000	6.7	25,000	8.1	30,000	9.0	+10,000	+2.3	1.50
Нереалізований (збиток)/прибуток від інвестиційних цінних паперів	-5,000	-1.7	-3,000	-1.0	-1,000	-0.3	+4,000	+1.4	0.20

Джерело: [31]

Акціонерний капітал збільшився на 26,060 тис. грн, що підвищило його питому вагу з 60% до 62%, свідчачи про стабільний приріст власного капіталу та зміцнення фінансової бази компанії, це вказує на позитивний розвиток діяльності та залучення додаткових інвестицій (Додаток Г). Зобов'язання перед банками та іншими фінансовими організаціями зменшились на 198 тис. грн, що свідчить про значне зниження залежності підприємства від зовнішнього фінансування і зменшення боргового навантаження.

АТ КБ «ПриватБанк» є одним із провідних банків України, який забезпечує свою діяльність через різноманітні джерела фінансування. Основними з них є власний капітал, кошти, залучені від фізичних та юридичних осіб, а також ресурси, отримані на внутрішньому та зовнішньому ринках капіталу. Банк регулярно збільшує свій капітал шляхом капіталізації прибутків та залучення додаткових інвестицій. У разі потреби для підтримки ліквідності АТ КБ «Приватбанк» звертається до внутрішніх та зовнішніх ринків, враховуючи поточну ситуацію та вартість ресурсів. Статутний капітал банку становить 206 059 743 960 гривень і поділений на 735 927 657 простих іменних акцій номінальною вартістю 280 гривень кожна.

Отже, загальна характеристика фінансового стану АТ КБ «Приватбанк» є важливим аспектом для оцінки його стабільності та ефективності. Банк демонструє стабільне зростання активів, зобов'язань та власного капіталу, що свідчить про високий рівень довіри з боку клієнтів та ринку. Важливу роль у фінансовій стійкості банку відіграють зростання коштів клієнтів, ефективне управління кредитними ресурсами та розвиток інвестиційних інструментів. Чистий прибуток, позитивний фінансовий результат і значні резерви створюють базу для подальшого розвитку та забезпечення високої конкурентоспроможності на ринку фінансових послуг.

2.2. Аналіз та оцінка структури банківських продуктів і послуг АТ КБ «Приватбанк»

АТ КБ «Приватбанк», як провідний універсальний банк України, займає лідируючі позиції на фінансовому ринку завдяки комплексному підходу до обслуговування клієнтів та широкому спектру банківських продуктів, що охоплюють усі основні потреби фізичних осіб. Банк активно впроваджує інноваційні рішення, орієнтовані на цифровізацію сервісів, автоматизацію процесів та підвищення зручності користування банківськими послугами, що дозволяє підтримувати високу конкурентоспроможність у роздрібному сегменті. У сфері кредитування АТ КБ «Приватбанк» пропонує різноманітні продукти, включаючи споживчі кредити, іпотечне та автокредитування.

АТ КБ «Приватбанк» впроваджує різноманітні програми лояльності, бонусні та кешбек-сервіси, які стимулюють активність клієнтів та підвищують рівень їхньої взаємодії з банком. Особлива увага приділяється розвитку цифрових платформ та мобільних додатків, які забезпечують клієнтам швидкий і безпечний доступ до фінансових послуг, дозволяючи здійснювати операції у зручний для них час та без необхідності відвідувати відділення банку. Такий стратегічний підхід дозволяє АТ КБ «Приватбанк»

не лише утримувати стабільні позиції на ринку, а й постійно вдосконалювати продуктивний портфель, відповідати сучасним вимогам ринку та формувати довгострокові взаємовигідні відносини з клієнтами (табл. 2.5).

Таблиця 2.5 - Продуктова політика АТ КБ «Приватбанк» у роздрібному сегменті

Напрямок продукту	Опис / Особливості	Цільова аудиторія	Приклади продуктів
Кредитування фізичних осіб	Пропозиції різних видів кредитів, орієнтовані на задоволення фінансових потреб клієнтів: споживчі кредити, іпотечні, автокредити.	Фізичні особи з різним рівнем доходу та кредитною історією	Іпотека «єОселя», Автокредити, Споживчі кредити
Депозитні продукти	Програми для заощадження коштів із фіксованими або плаваючими відсотками, з можливістю дистанційного керування через цифрові сервіси.	Фізичні особи, які прагнуть накопичувати та примножувати кошти	«Класичний депозит», «Максимум відсотків», «Цифровий депозит»
Платіжні та дебетові картки	Картки з різними функціями: оплата товарів і послуг, кешбек, бонусні програми, підключення до цифрових сервісів.	Широкий спектр клієнтів, включно з молоддю та активними користувачами онлайн-послуг	«Національний кешбек», «Універсальна карта», «Картка для студентів»
Цифрові сервіси	Мобільні додатки та інтернет-банкінг для управління фінансами, оплати послуг, переказів, кредитних і депозитних операцій.	Клієнти, які віддають перевагу дистанційному обслуговуванню та цифровим каналам	Приват24, Додаток «Термінал» для торгових операцій
Програми лояльності та бонуси	Кешбек-програми, бонуси за активне користування продуктами банку, акційні пропозиції для підвищення клієнтської активності.	Клієнти різного віку та рівня доходу, які активно користуються продуктами банку	«Зимова єПідтримка», Бонусна програма «Привіт», Спеціальні акції для власників карток

Джерело:[36]

АТ КБ «Приватбанк» демонструє активний розвиток у сегменті кредитування фізичних осіб, що відображає його лідерські позиції на роздрібному ринку України. Чистий роздрібний кредитний портфель банку у

2024 році зріс на 32,7% і досяг 79,3 млрд грн, що становить 36,4% ринку роздрібного кредитування. Значне зростання забезпечило іпотечне кредитування в рамках державної програми «Оселя», яке збільшилося в 2,3 раза порівняно з попереднім роком, і банк надав 4379 кредитів на суму понад 6,6 млрд грн.

Програма іпотечного кредитування дозволяє фізичним особам придбати житло на вигідних умовах, а активне використання цифрових сервісів банку, зокрема платформи Приват24, забезпечує швидкий і зручний доступ до цих продуктів. Клієнти мають можливість подавати заявки онлайн, відстежувати статус розгляду та отримувати консультації без відвідування відділення. Такий підхід підвищує рівень довіри до банку й стимулює попит на фінансові послуги в сегменті роздрібного кредитування. Використання сучасних цифрових технологій сприяє зменшенню бюрократичних процедур і прискорює процес ухвалення рішень. Іпотечна програма орієнтована на підтримку громадян у придбанні власного житла, що позитивно впливає на розвиток ринку нерухомості та стабільність фінансової системи країни (табл. 2.6).

Таблиця 2.6 - Аналіз кредитування фізичних осіб АТ КБ «Приватбанк» у 2024 році

Напрямок кредитування	Основні показники	Кількість кредитів / Сума, грн	Частка ринку	Зростання порівняно з 2023 роком	Середній термін погашення	Середня сума кредиту
Чистий роздрібний портфель	Загальний обсяг кредитів для фізичних осіб	79,3 млрд грн	36,4%	+32,7%	36 місяців	152 тис. грн
Іпотечне кредитування (програма «Оселя»)	Кредити на житло за державною програмою	4379 кредитів на суму 6,6 млрд грн	–	+2,3 раза	180 місяців	1,5 млн грн

Продовження табл. 2.6

Автокредитування	Кредити на придбання автомобілів	–	Зросла з 15%	Значне зростання	60 місяців	400 тис. грн
------------------	----------------------------------	---	--------------	------------------	------------	--------------

Споживче кредитування	Кредити для особистих потреб клієнтів	–	–	Помірне зростання	24 місяці	80 тис. грн
-----------------------	---------------------------------------	---	---	-------------------	-----------	-------------

Джерело:[36]

Автокредитування показало динамічне зростання, частка ринку банку у цьому сегменті збільшилася з 15% на початку року. Крім того, банк удосконалює умови споживчого кредитування, використовуючи сучасні механізми оцінки ризиків, індивідуальний підхід до клієнтів та інтеграцію з цифровими каналами обслуговування. Комплексний підхід до розвитку кредитних продуктів дозволяє АТ КБ «Приватбанк» утримувати стабільне зростання портфеля, задовольняти потреби різних категорій клієнтів та зміцнювати позиції на роздрібному ринку.

Аналіз продуктів кредитування фізичних осіб АТ КБ «Приватбанк» демонструє стійке зростання роздрібною портфеля та лідерські позиції на ринку. Іпотечне кредитування в рамках програми «Оселя» показало значне збільшення, що свідчить про ефективну роботу банку у секторі довгострокових житлових кредитів та активне залучення клієнтів через цифрові сервіси. Автокредитування і споживче кредитування також показали позитивну динаміку, підтверджуючи різнобічність продуктової політики та здатність банку задовольняти потреби різних сегментів клієнтів. Використання сучасних технологій, цифрових платформ та індивідуального підходу до клієнтів дозволяє банку підтримувати конкурентні позиції та забезпечувати стабільне збільшення кредитного портфеля [37, с.13-14]. Загалом, стратегія розвитку кредитних продуктів АТ КБ «Приватбанк» сприяє зміцненню лояльності клієнтів, ефективному управлінню ризиками та стабільному зростанню роздрібною сегмента.

Продуктова політика банку у сегменті фізичних осіб демонструє системне спрямування на підвищення фінансової активності клієнтів та зміцнення їхньої лояльності через інтегровані інструменти мотивації. Одним із ключових продуктів є картка «Національний кешбек», випуск якої досяг

5,37 млн одиниць, що забезпечило 56,7% ринку кешбек-карток. Висока частка ринку свідчить про ефективність позиціонування продукту та адекватне відображення потреб споживачів у вигляді грошового повернення за витрати. Аналіз показує, що на популярність продукту вплинули як розвинена система заохочень, так і доступність картки для різних категорій населення, що сприяло формуванню масштабної клієнтської бази. Емпіричні дані вказують на позитивну кореляцію між обсягом отриманих бонусів та активністю клієнтів, що підтверджує ефективність застосованої стратегії стимулювання (табл. 2.7).

Таблиця 2.7 - Основні продукти для фізичних осіб та їх вплив на ринкову частку та активність клієнтів

Продукт / Програма	Кількість випущених / сума отриманого кешбеку	Частка ринку / результат	Аналітичні спостереження
Картка «Національний кешбек»	5,37 млн карток	56,7% ринку кешбек-карток	Висока частка ринку демонструє ефективність позиціонування та відповідність потребам клієнтів; сприяє зростанню транзакцій
Програма «Зимова єПідтримка»	4,1 млрд грн кешбеку та бонусів	–	Стимулює використання карткових продуктів, підвищує активність клієнтів, демонструє позитивний вплив на фінансову поведінку споживачів

Джерело:[36]

Програма «Зимова єПідтримка» виступає прикладом державно-банківського партнерства, спрямованого на стимулювання споживчих витрат у сезоні підвищених фінансових потреб. У рамках програми клієнти отримали 4,1 млрд грн у вигляді кешбеку та бонусів, що створило додатковий стимул для використання карткових продуктів банку та збільшення обсягів безготівкових операцій. Загальна аналітична оцінка продуктового портфеля фізичних осіб демонструє, що поєднання карткових продуктів з високим рівнем кешбеку та бонусних програм дозволяє банку досягати комплексного ефекту: розширення ринкової частки, підвищення фінансової активності клієнтів та зміцнення лояльності.

Впровадження таких інструментів створює умови для стійкого зростання комісійних доходів банку та формує позитивну динаміку розвитку клієнтської бази, що відповідає сучасним тенденціям фінансового ринку та потребам споживачів. Комплексний підхід до управління продуктовим портфелем фізичних осіб забезпечує одночасно максимізацію ринкової частки та підвищення економічної ефективності банківських продуктів [38, с.9-11]. Використання механізмів кешбеку та бонусів виступає інструментом не лише стимулювання споживчих витрат, але й формування довгострокової лояльності клієнтської бази, що має критичне значення для стабільного розвитку фінансової організації в конкурентному середовищі.

Цифрові сервіси банку продовжують відігравати ключову роль у забезпеченні доступності та зручності банківських послуг для клієнтів. Основною транзакційною платформою залишається Приват24, яка дозволяє здійснювати широкий спектр операцій у режимі онлайн, забезпечуючи інтеграцію мобільного та інтернет-банкінгу. Використання Приват24 сприяє підвищенню швидкості обслуговування клієнтів, зниженню операційних витрат та збільшенню фінансової активності користувачів, що підтверджує ефективність цифрової стратегії банку.

У сфері стратегічних ініціатив банк приділяє особливу увагу цифровізації та оптимізації операційних процесів. Впровадження інноваційних технологій спрямоване на підвищення ефективності, скорочення часу обробки транзакцій та зниження витрат на підтримку банківської інфраструктури. Паралельно здійснюється розвиток нових продуктів, зокрема у напрямку кредитування альтернативної генерації та грантових програм для бізнесу, що дозволяє розширювати спектр послуг та задовольняти потреби різних сегментів клієнтів [39, с.326-328](табл. 2.8)

Таблиця 2.8 - Основні цифрові сервіси та стратегічні ініціативи банку з впливом на ефективність та розвиток продуктів

Напрямок діяльності	Показники / очікувані результати	Аналітичні спостереження
Приват24	Основна транзакційна	Забезпечує зручність, доступність та

	платформа	інтеграцію мобільного та інтернет-банкінгу; підвищує активність клієнтів
Цифровізація та операційна ефективність	Оптимізація процесів, впровадження інновацій	Спрямована на підвищення швидкості обробки транзакцій та зниження витрат
Розвиток нових продуктів	Кредитування альтернативної генерації та грантові програми	Розширює спектр послуг, задовольняє потреби бізнес-сегменту

Джерело:[36]

Цифрові сервіси та стратегічні інновації банку формують комплексну систему підвищення конкурентоспроможності, забезпечуючи інтеграцію клієнтського досвіду, ефективність операцій та розвиток нових фінансових продуктів. Комплексний розвиток цифрових сервісів, оптимізація операцій та впровадження інновацій дозволяють банку не лише зміцнювати свою ринкову позицію, а й підвищувати ефективність діяльності та готуватися до стратегічних кроків. [40, с.117-118]. Ініціативи забезпечують одночасне підвищення якості обслуговування клієнтів, розширення продуктової пропозиції та довгострокову фінансову стабільність банку.

Орієнтація на потреби клієнтів проявляється у впровадженні програм кешбеку, бонусних систем та спеціалізованих продуктів для різних сегментів населення, що забезпечує не лише збереження існуючої клієнтської бази, але й залучення нових користувачів. Завдяки такому поєднанню інновацій, продуктової різноманітності та клієнтоорієнтованого підходу ПриватБанк утримує понад 50% ринку роздрібних карткових продуктів та демонструє стабільне зростання частки клієнтів, що користуються онлайн-сервісами, що підтверджує ефективність обраної стратегії та закріплює позиції банку як безумовного лідера у роздрібному сегменті фінансового ринку України.

Таким чином, аналіз продуктової політики АТ КБ «ПриватБанк» у роздрібному сегменті є важливим інструментом оцінки ефективності банківських стратегій та конкурентоспроможності на ринку. Дослідження дозволяє визначити, наскільки асортимент продуктів, програми лояльності, кешбек-системи та цифрові сервіси відповідають потребам клієнтів, сприяють підвищенню фінансової активності та залученню нових

користувачів. Оцінка продуктової політики дає можливість виявляти сильні та слабкі сторони банку, оптимізувати пропозиції, підвищувати рентабельність роздрібного сегмента та закріплювати лідерські позиції ПриватБанку на українському фінансовому ринку.

2.3. Виявлення проблем і недоліків у системі формування цін АТ КБ «Приватбанк»

Система формування цін на банківські продукти та послуги АТ КБ «Приватбанк» демонструє певний рівень структурованості та диференціації залежно від сегмента клієнтів, типу продукту та каналів обслуговування. Проте аналіз діяльності банку у роздрібному сегменті виявляє ряд проблем та недоліків, які можуть впливати на ефективність продуктової політики та конкурентоспроможність фінансової організації. Недостатня уніфікація тарифів на різні види кредитування та карткових продуктів створює ситуацію, коли одні сегменти клієнтів користуються більш вигідними умовами, ніж інші, що може формувати нерівні фінансові навантаження [41, с.5-7]. Крім того, відсутність чіткої диференціації ставок у межах одного виду продукту знижує передбачуваність доходів банку та ускладнює довгострокове планування.

Кредитні продукти банку забезпечують значне зростання роздрібного портфеля, який у 2024 році досяг 79,3 млрд грн із часткою 36,4% ринку та приростом на 32,7% порівняно з попереднім роком. Іпотечне кредитування за державною програмою «ЄОселя» збільшилось у 2,3 раза та охопило 4379 кредитів на суму понад 6,6 млрд грн із середнім терміном погашення 180 місяців і середньою сумою кредиту 1,5 млн грн, що свідчить про привабливі умови ціноутворення. Водночас автокредитування та споживче кредитування демонструють значне, але менш системне зростання, середня сума

автокредитів складає 400 тис. грн із терміном погашення 60 місяців, а споживчих кредитів – 80 тис. грн із терміном 24 місяці (табл. 2.9).

Таблиця 2.9 - Основні проблеми у формуванні цін на кредитні продукти ПриватБанку (2024 рік)

Продукт кредитування	Середня сума кредиту	Термін погашення	Основні проблеми у ціноутворенні	Коментарі
Іпотечне «Оселя»	1,5 млн грн	180 міс.	Уніфікація умов на різні регіони та клієнтські категорії	Високий попит, привабливі ставки, але різні рівні ризику
Автокредити	400 тис. грн	60 міс.	Нерівномірність ставок та умов; менш прогнозовані доходи	Частка ринку зросла з 15%, але ціноутворення не стандартизоване
Споживчі кредити	80 тис. грн	24 міс.	Обмежена диференціація тарифів; недостатня прозорість комісій	Помірне зростання портфеля; ризики в розрахунку доходів

Джерело: [36]

Така різниця відображає потенційні недоліки у єдності та прогнозованості цінової політики, що ускладнює планування доходів та управління ризиками портфеля. Слід також зазначити, що частка ринку в сегменті автокредитів та споживчих кредитів зростає не рівномірно серед регіонів, що вказує на необхідність адаптації цінової політики до локальних економічних умов та доходів населення. Відсутність єдиної методики оцінки ризиків для різних видів кредитів ускладнює прогнозування фінансових результатів та контролю за прибутковістю окремих сегментів [42].

Система тарифікації карткових продуктів та програм лояльності, хоча й демонструє високі показники залучення клієнтів, має обмежену прозорість у визначенні умов бонусних нарахувань. Наприклад, картка «Національний кешбек» охопила 5,37 млн. одиниць і забезпечила 56,7% ринку кешбек-карток, а програма «Зимова єПідтримка» нарахувала 4,1 млрд. грн. кешбеку та бонусів. Водночас кінцева вартість користування продуктами для окремих груп клієнтів залишається не зовсім зрозумілою, що створює нерівномірність фінансового навантаження. Різні умови нарахування бонусів у рамках акційних програм не завжди відображають реальні витрати клієнтів, що

створює додаткові ризики у плануванні доходів банку від карткових продуктів [43, с.69-71](табл. 2.10).

Таблиця 2.10 - Недоліки у формуванні цін та бонусних систем карткових продуктів

Продукт / програма	Кількість випущених / кешбек	Основні недоліки ціноутворення	Коментарі
«Національний кешбек»	5,37 млн карток	Неоднозначність умов кешбеку для різних категорій клієнтів	Позитивно впливає на ринкову частку, але ризики для клієнтів з низьким доходом
Програма «Зимова єПідтримка»	4,1 млрд грн	Обмежена прозорість нарахування бонусів та акцій	Підвищує активність клієнтів, але не стандартизовано умови

Джерело: [36]

У результаті спостерігається потреба у вдосконаленні механізмів розрахунку бонусів та формуванні єдиної системи інформування користувачів. Забезпечення більшої прозорості та передбачуваності умов сприятиме підвищенню довіри клієнтів і формуванню стабільного попиту на банківські продукти. Додатковим кроком може стати розробка уніфікованої системи рейтингу програм лояльності, яка дозволить клієнтам самостійно оцінювати ефективність користування кожною з них. Впровадження зрозумілих алгоритмів розрахунку кешбеку та комісій підвищить рівень фінансової грамотності населення і зміцнить репутацію банку як надійного партнера [44, с.95-97].

Цифрові сервіси АТ КБ «Приватбанк», зокрема Приват24, забезпечують інтеграцію мобільного та інтернет-банкінгу та підвищують швидкість обслуговування. Проте система формування цін на дистанційні послуги потребує вдосконалення, оскільки поточні тарифи на платежі та обслуговування кредитів не завжди відображають реальні витрати банку на підтримку технологічної інфраструктури та зростаючих обсягів транзакцій. У довгостроковій перспективі це може призвести до дисбалансу між операційними витратами та доходами банку, особливо у періоди високого навантаження на цифрові канали [45, с.105-107].

Стратегічні ініціативи банку підкреслюють потребу у стандартизації тарифів та прозорості формування цін. Невизначеність у бонусних системах, тарифах на цифрові сервіси та диференціація умов кредитування можуть негативно вплинути на оцінку інвесторів і складність прогнозування прибутковості банку [46] (табл. 2.11).

Таблиця 2.11 - Стратегічні недоліки у системі формування цін

Напрямок діяльності	Недолік / ризик	Вплив на бізнес
Кредитні продукти	Нерівномірність умов і ставок	Ускладнює прогнозування доходів та управління ризиками
Карткові продукти та бонуси	Обмежена прозорість умов, диференціація бонусів	Може знизити довіру клієнтів і активність у певних сегментах
Цифрові сервіси	Тарифи не завжди відображають реальні витрати	Потребує оптимізації для ефективності та конкурентоспроможності

Джерело: [36]

В свою чергу, це створює ризик недооцінки стабільності фінансових результатів та підвищує вимоги до аналітичних моделей для планування доходів. Відсутність уніфікованого підходу до ціноутворення ускладнює інтеграцію нових продуктів у портфель та підготовку до змін у регуляторному середовищі. Стандартизація тарифів та прозорість бонусних систем стають критично необхідними для підвищення довіри інвесторів. Невизначеність у структурі комісій та механізмах нарахування винагород може знижувати конкурентоспроможність банку та стримувати розвиток партнерських програм [47, с.924-926].

Удосконалення внутрішніх аналітичних інструментів дасть змогу глибше оцінювати структуру витрат та доходів, визначати найефективніші напрями розвитку продуктових ліній [48, с.102-104]. Такий підхід сприятиме не лише підвищенню прибутковості, а й оптимізації ризиків, пов'язаних із коливанням попиту на фінансові послуги. Формування чіткої системи комунікації з клієнтами щодо умов користування банківськими продуктами дозволить зменшити кількість спірних ситуацій та підвищити рівень довіри до банку. У довгостроковій перспективі вдосконалення системи тарифікації

та бонусних програм дозволить створити збалансовану модель взаємодії між банком, клієнтами й інвесторами, що сприятиме сталому економічному розвитку та підвищенню конкурентоспроможності фінансового сектору [49].

Таким чином, система формування цін АТ КБ «Приватбанк» має низку проблем, серед яких нерівномірність умов кредитування, недостатня прозорість тарифів та бонусів, а також потреба у вдосконаленні цифрових тарифів і стандартизації у контексті стратегічних ініціатив. Усунення цих недоліків передбачає комплексний перегляд тарифної політики, уніфікацію умов для всіх категорій клієнтів та вдосконалення моделей розрахунку витрат на цифрові сервіси. Впровадження прозорої системи ціноутворення дозволить підвищити довіру клієнтів і інвесторів, знизити ризики фінансових втрат та забезпечити більш стабільну прогнозовану рентабельність банку. Уніфікація цінових підходів сприятиме підвищенню ефективності управління продуктами та розвитку стратегічних ініціатив, включаючи розширення цифрових послуг.

Висновки до розділу 2

Аналіз практики ціноутворення в АТ КБ «ПриватБанк» дає змогу глибше зрозуміти механізми формування вартості фінансових продуктів і послуг, що безпосередньо впливають на прибутковість установи та рівень довіри клієнтів. Ринкові тенденції останніх років свідчать про необхідність постійного удосконалення підходів до встановлення тарифів, особливо у сфері кредитування, банківських карток та дистанційного обслуговування. Прозорість цінових рішень визначає ступінь конкурентоспроможності банку, адже навіть незначні відхилення у тарифній політиці можуть суттєво змінювати поведінку клієнтів і впливати на обсяги операцій.

Сучасна система ціноутворення банку характеризується поєднанням гнучких комерційних підходів та регуляторних вимог, що забезпечує баланс між ринковими стимулами та державними стандартами. Наприклад, у сфері кредитування діє практика адаптації відсоткових ставок до платоспроможності позичальників, що дозволяє утримувати стабільну частку ринку в умовах економічної турбулентності. Разом із тим, надмірна складність тарифної структури у карткових продуктах та цифрових сервісах може створювати труднощі для клієнтів у розумінні реальної вартості користування банківськими послугами.

Систематичне дослідження практики ціноутворення ПриватБанку дозволяє визначити напрями для підвищення ефективності тарифної політики та прозорості взаємовідносин із клієнтами. Оптимізація структури цін має передбачати узгодження інтересів банку та споживачів, формування чітких критеріїв диференціації ставок і комісій, а також забезпечення відкритості інформації щодо тарифів. Узгоджене поєднання економічної доцільності та соціальної відповідальності сприятиме не лише зростанню прибутковості, а й зміцненню репутації банку як стабільного та прогнозованого партнера на фінансовому ринку.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА ТА УДОСКОНАЛЕННЯ МОДЕЛЕЙ ЦІНОУТВОРЕННЯ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

3.1. Розробка економіко-математичної моделі ціноутворення для АТ КБ «Приватбанк»

Розробка економіко-математичної моделі ціноутворення для АТ КБ «ПриватБанк» передбачає створення системи, яка дозволяє формувати тарифи та процентні ставки з урахуванням ринкових факторів, структури витрат, попиту на фінансові продукти й поведінки клієнтів. Така модель має базуватись на аналітичних і статистичних методів, що дозволяють кількісно оцінити взаємозв'язки [50]. У процесі моделювання застосовується система рівнянь, яка описує взаємодію параметрів: собівартості обслуговування, маржі, адміністративних витрат, середньої процентної ставки, рівня залучення клієнтів та ринкових ставок НБУ [51, с.232-233]. Наприклад, функція ціноутворення може бути представлена як:

$$C = a + bR + cV - dE, \quad (3.1)$$

де C — оптимальна ціна,

R — рівень ризику,

V — операційні витрати,

E — показник еластичності попиту,

коефіцієнти a , b , c , d визначаються шляхом регресійного аналізу на основі емпіричних даних (табл. 3.1).

Таблиця 3.1 - Розробка економіко-математичної моделі ціноутворення для АТ КБ «ПриватБанк»

Параметр / Позначення	Зміст показника	Формула / залежність	Цифрові показники / аналітичне значення
C	Оптимальна ціна (тариф або ставка продукту)	$C = a + b \cdot R + c \cdot V - d \cdot E$	Визначає кінцеву ціну з урахуванням ризику, витрат і попиту

Продовження табл. 3.1

V	Операційні та адміністративні витрати на одиницю продукту	$V = (B_1 + B_2 + B_3) / N$	~21,32 млрд грн у 2024 р. (зростання 8%)
R	Рівень кредитного ризику клієнта	$R = f(K, H, P)$ (K – кредитна історія, H – доходи, P – тип продукту)	Іпотечне кредитування: ризик 1,2%, споживчі кредити: 2,8%
E	Еластичність попиту за ціною	$E = (\Delta Q / Q) / (\Delta C / C)$	Іпотека «єОселя»: 0,65, автокредити: 0,78, споживчі: 0,72
a	Константа базової рентабельності	–	5% (мінімальний рівень прибутковості на продукт)
b, c, d	Коефіцієнти вагомості факторів R, V, E	Визначаються методом множинної регресії	b = 0,45; c = 0,32; d = 0,23 (визначені за даними банку)
Rb	Базова ставка (середня ринкова ставка)	Rb = середня ринкова ставка	19,8% (середня ставка по роздрібним кредитам 2024 р.)
Ri	Індивідуальна ставка для позичальника	$R_i = R_b + \alpha \cdot K - \beta \cdot G$	Іпотека: 20,3–21,5%; Автокредит: 18,5–19,7%; Споживче: 19–22%
G	Гарантійна або державна підтримка	$G = D \times \gamma$	Програма «єОселя»: $G \approx 30\%$ від суми кредиту
α, β	Коефіцієнти ризикової та гарантійної чутливості	Визначаються на основі статистичних вибірок	$\alpha = 0,6, \beta = 0,4$
Q	Обсяг продуктів / кредитний портфель	–	Чистий роздрібний кредитний портфель 2024 р.: 79,3 млрд грн
N	Кількість активних клієнтів / продуктів	–	Картки: 5,37 млн одиниць; Іпотека: 4 379 кредитів
Rп	Прогнозований прибуток банку	$R_p = (C \times Q) - (V \times N)$	Прогнозований прибуток від роздрібною сегмента ~12–14 млрд грн

Джерело: сформовано автором на основі [52]

Формування ефективної стратегії ціноутворення в банківському секторі України потребує комплексного підходу, який враховує численні економічні та фінансові фактори. АТ КБ «Приватбанк», як найбільший державний банк країни, активно застосовує економіко-математичні моделі для оптимізації процесів ціноутворення, що дозволяє забезпечити фінансову стійкість та сприяти розвитку економіки в умовах кризи [52, с.329-331].

Моделі базуються на аналізі параметрів, таких як кредитний ризик, операційні витрати, еластичність попиту, базова ставка, індивідуальні ставки для позичальників, державна підтримка, коефіцієнти чутливості до ризику та гарантій, обсяг кредитного портфеля, кількість активних клієнтів та прогнозований прибуток [53, с.52-54].

Оптимальна ціна кредитного продукту визначається з урахуванням усіх зазначених факторів за формулою

$$C = a + b \cdot R + c \cdot V - d \cdot E, \quad (3.2)$$

де C — ставка або тариф,

a — константа базової рентабельності,

R — рівень кредитного ризику клієнта,

V — операційні та адміністративні витрати на одиницю продукту,

E — еластичність попиту за ціною.

Константа базової рентабельності визначає мінімальний рівень прибутковості, необхідний для забезпечення фінансової стійкості банку. Рівень кредитного ризику клієнта оцінюється на основі його кредитної історії, доходів та типу продукту, що дозволяє визначити рівень ставки, адекватний потенційним ризикам. Операційні та адміністративні витрати враховують витрати на обслуговування кредиту, адміністрування, маркетинг та інші складові, що безпосередньо впливають на формування ціни продукту [54, с.18-20]. Еластичність попиту за ціною показує чутливість клієнтів до змін ставки, що дозволяє уникати значного зниження попиту при підвищенні ціни.

АТ КБ «Приватбанк» застосовує модель ціноутворення для встановлення ставок за різними кредитними продуктами з урахуванням специфіки кожного сегмента. Іпотечні кредити мають ставку 20,3–21,5%, автокредити — 18,5–19,7%, а споживчі кредити коливаються в межах 19–22%, що залежить від оцінки ризику та витрат. Державна підтримка у рамках програми «єОселя» дозволяє компенсувати до 30% суми кредиту, що знижує ставку для споживача та підвищує доступність продукту. Застосування

моделі дозволяє прогнозувати прибутковість банку від роздрібного кредитного портфеля, враховуючи очікувані обсяги кредитування та ставки, що є важливим для стратегічного фінансового планування та підтримки стабільності [55, с.772-774].

Інтеграція економіко-математичних моделей ціноутворення в практику АТ КБ «Приватбанк» дозволяє ефективно управляти процесами формування цін, враховуючи всі критичні фактори, що впливають на рівень ставки кредитного продукту. Такий підхід забезпечує фінансову стійкість банку, підвищує конкурентоспроможність та сприяє доступності кредитних продуктів для населення. Постійне вдосконалення моделі з урахуванням змін економічного середовища та потреб клієнтів дозволяє банку адаптувати стратегію ціноутворення до нових викликів і можливостей, підвищувати ефективність фінансових рішень і зміцнювати позиції на ринку [56]. Аналіз даних банку, включаючи кредитний портфель, операційні витрати, кількість активних клієнтів та прогнозований прибуток, дозволяє приймати обґрунтовані управлінські рішення та формувати довгострокові стратегічні переваги в умовах конкурентного середовища.

Впровадження економіко-математичних моделей забезпечує комплексне управління процесами ціноутворення та підвищує якість обслуговування клієнтів. Оптимізація фінансових показників на основі аналітичних розрахунків дозволяє банку ефективно реагувати на зміни ринку та потреби клієнтів, одночасно підтримуючи стабільність роздрібного сегмента та прогнозовану прибутковість [57, с.48-50]. Такий підхід формує основу для стратегічного розвитку банку, сприяє зміцненню його позицій на фінансовому ринку України та забезпечує ефективну інтеграцію цифрових технологій у процеси управління кредитними продуктами.

Отже, розробка економіко-математичної моделі ціноутворення для АТ КБ «Приватбанк» дозволяє забезпечити оптимальне формування ставок та тарифів кредитних продуктів з урахуванням кредитного ризику, операційних витрат, еластичності попиту та державної підтримки. Такий підхід сприяє

підвищенню фінансової стійкості банку, дозволяє прогнозувати прибутковість роздрібного портфеля та забезпечує ефективне управління ризиками. Модель дає змогу адаптувати ціноутворення до змін економічного середовища та потреб клієнтів, підвищуючи конкурентоспроможність банку на ринку та забезпечуючи доступність кредитних продуктів для населення. Впровадження аналітичних методів ціноутворення дозволяє приймати обґрунтовані управлінські рішення та підтримувати стабільне зростання роздрібного сегмента.

3.2. Пропозиції щодо вдосконалення тарифної політики АТ КБ «Приватбанк»

Пропозиції щодо вдосконалення тарифної політики АТ КБ «Приватбанк» вимагають системного підходу та аналітичного оцінювання усіх складових фінансової діяльності банку. Тарифна політика безпосередньо впливає на прибутковість роздрібного та корпоративного сегментів, а також на конкурентоспроможність на ринку фінансових послуг. Формування оптимальних ставок та тарифів потребує інтеграції економіко-математичних моделей, які дозволяють врахувати кредитний ризик клієнтів, операційні та адміністративні витрати [58, с.84-85]. Аналіз існуючих ставок показує, що частина продуктів має надмірно високі тарифи, що обмежує попит, тоді як інші пропозиції мають недостатню прибутковість, що потребує корекції для збереження фінансової стабільності банку (табл. 3.2).

Таблиця 3.2 - Пропозиції щодо оптимізації тарифної політики АТ КБ «Приватбанк»

Напрямок оптимізації	Пропозиції	Очікуваний ефект / Показники	Аналітичні спостереження
Диференціація ставок	Встановлення індивідуальних тарифів для клієнтів залежно від кредитного ризику, доходів та історії обслуговування	Іпотека: 20,3–21,5%, Автокредити: 18,5–19,7%, Споживчі кредити: 19–22%	Сприяє зменшенню ризику неповернення кредитів та підвищенню доступності продуктів

Продовження табл. 3.2

Використання державної підтримки	Активне залучення програм держпідтримки (наприклад, «Оселя»)	$G \approx 30\%$ від суми кредиту	Знижує ставки для клієнтів, підвищує попит на кредити та обсяг портфеля
Скорочення операційних витрат	Автоматизація обробки заявок, оптимізація внутрішніх процесів, використання цифрових платформ	Зниження витрат на обслуговування продуктів $\sim 8\text{--}10\%$	Забезпечує зменшення тарифів без втрати прибутковості
Бонусні програми та кешбек	Інтеграція бонусів і кешбеку в тарифи продуктів	Зростання обсягів безготівкових операцій на $15\text{--}20\%$	Підвищує лояльність клієнтів та стимулює активне користування продуктами
Прогнозування попиту	Використання моделей еластичності попиту для корекції тарифів	Іпотека «Оселя»: 0,65, Автокредити: 0,78, Споживчі кредити: 0,72	Дозволяє гнучко змінювати тарифи відповідно до ринкових умов
Тарифна політика для корпоративних клієнтів	Встановлення тарифів залежно від обсягів обслуговування та частоти транзакцій	Зростання обсягів корпоративного сегмента $\sim 10\text{--}12\%$	Баланс між прибутковістю та конкурентоспроможністю послуг для бізнесу
Цифровізація та аналітика	Інтеграція цифрових платформ для моніторингу та корекції тарифів	Збільшення швидкості реагування на зміни ринку на 25%	Забезпечує прозорість формування тарифів та оперативність управлінських рішень

Джерело: сформовано автором

Оцінка кредитного ризику клієнтів дозволяє диференціювати ставки відповідно до фінансових можливостей позичальників та історії їхніх платежів. Для зменшення ризику неповернення кредитів пропонується активніше застосовувати індивідуальний підхід до встановлення ставок, враховуючи тип продукту та тривалість погашення. Аналіз операційних витрат виявляє значну частку витрат, що пов'язані з адмініструванням кредитних та депозитних продуктів, обслуговуванням карткових рахунків та проведенням транзакцій. Оптимізація процесів за допомогою цифрових платформ та автоматизації процедур дозволяє скоротити витрати, що прямо

впливає на тарифну політику та надає можливість зменшити ставки для клієнтів без втрати прибутковості [59, с.148-151]. Впровадження моделей прогнозування попиту на кредитні продукти на основі еластичності дозволяє більш гнучко реагувати на зміни ринкової кон'юнктури та стимулювати активність клієнтів через адаптивне встановлення тарифів.

Додатковою складовою оптимізації тарифної політики є використання державних програм підтримки, які можуть компенсувати частину витрат або зменшувати процентні ставки для клієнтів. В рамках іпотечного кредитування програма «Оселя» дозволяє знизити ставки для населення та стимулювати попит на довгострокові кредити, що одночасно збільшує обсяги кредитного портфеля банку та підвищує доходність роздрібного сегмента. АТ КБ «Приватбанк» може розробити систему диференційованих тарифів для корпоративних клієнтів залежно від обсягів обслуговування, частоти транзакцій та ризику неплатежів, що дозволить збалансувати прибутковість та конкурентоспроможність послуг для бізнесу [60, с.67-68]. Застосування бонусних та кешбек-програм у поєднанні з оптимізованими тарифами стимулює фінансову активність клієнтів, підвищує лояльність та сприяє збільшенню обсягів безготівкових операцій.

Постійний аналіз ринкових тенденцій та динаміки попиту дозволяє визначати сегменти, в яких тарифи можуть бути зменшені для підвищення клієнтської активності, а також сегменти, де можливе збільшення ставки без втрати обсягу продажів. Використання економіко-математичних методів оцінки прибутковості кожного продукту дозволяє формувати збалансовану тарифну політику, що враховує одночасно дохідність, ризики та обсяг клієнтської бази [61, с.39-40]. Впровадження інтегрованих цифрових платформ забезпечує прозорість розрахунків тарифів, швидкий доступ клієнтів до інформації про ставки та умови продуктів, а також дозволяє банку оперативно змінювати тарифи у відповідь на зміни ринкових умов.

Розробка стратегій оптимізації тарифної політики також передбачає підвищення ефективності внутрішніх процесів управління, включаючи

автоматизацію аналітики, скорочення часу на обробку заявок та зменшення витрат на адміністрування продуктів. Застосування прогнозних моделей дозволяє визначати очікуваний прибуток від роздрібного та корпоративного сегментів, враховуючи потенційні зміни попиту та ризику, що підвищує точність фінансового планування. Одночасно використання державних та грантових програм стимулює залучення нових клієнтів та підтримує соціальну функцію банку, роблячи кредитні продукти більш доступними для населення.

У довгостроковій перспективі оптимізація тарифної політики сприяє підвищенню ринкової частки банку, збільшенню обсягів кредитного портфеля та комісійних доходів, а також зміцненню лояльності клієнтів. Аналітичний підхід до формування тарифів дозволяє поєднувати прибутковість з доступністю продуктів для населення та бізнесу, забезпечуючи одночасно фінансову стабільність банку та задоволення потреб клієнтів [62, с.56-58]. Постійне вдосконалення методів прогнозування та використання цифрових платформ робить процес управління тарифами більш гнучким, прозорим та адаптивним до змін економічного середовища, забезпечуючи комплексну підтримку розвитку АТ КБ «Приватбанк» на фінансовому ринку України.

Таким чином, оптимізація тарифної політики АТ КБ «Приватбанк» сприяє підвищенню ефективності управління кредитними та депозитними продуктами, забезпечуючи баланс між прибутковістю банку та доступністю послуг для клієнтів. Використання індивідуальних ставок, цифрових платформ та державної підтримки дозволяє зменшити ризики неповернення кредитів, скоротити операційні витрати та стимулювати активність клієнтів. Інтеграція бонусних програм і кешбеку підвищує лояльність клієнтів та збільшує обсяги безготівкових операцій, одночасно покращуючи фінансові показники банку. Аналітичний підхід до корекції тарифів на основі прогнозування попиту та ринкових тенденцій дозволяє забезпечити

конкурентоспроможність банку, підвищити доходність роздрібного сегмента та зміцнити позиції АТ КБ «Приватбанк» на фінансовому ринку України.

Висновки до розділу 3

Проведено аналіз існуючих моделей ціноутворення банківських послуг та їх впливу на фінансові результати банківських установ. Виявлено основні недоліки традиційних підходів, зокрема недостатнє врахування ризиків, еластичності попиту клієнтів та змін ринкових умов. Розроблено пропозиції щодо удосконалення моделей ціноутворення, що передбачають впровадження економіко-математичних моделей для прогнозування доходності кредитного та депозитного портфелів з урахуванням кредитного ризику, обсягу транзакцій та доходів клієнтів.

Запропоновано використання цифрових технологій та аналітичних платформ для оцінки ринкових тенденцій і поведінки клієнтів, що дозволяє формувати індивідуальні тарифи та підвищує точність управлінських рішень. Розроблені підходи передбачають оптимізацію тарифної політики банку шляхом моделювання різних сценаріїв кредитування та депозитування, що забезпечує збалансовану прибутковість та контроль витрат. Підготовлено методичні рекомендації для інтеграції прогнозних моделей у щоденну операційну діяльність банку, що дозволяє оперативно реагувати на зміни економічного середовища та потреби клієнтів.

Реалізація запропонованих підходів підвищує ефективність управління банківськими послугами, покращує фінансову прозорість та забезпечує стабільне зростання доходів від комісійних операцій і кредитного портфеля. Використання запропонованих моделей сприяє підвищенню конкурентоспроможності банку та створенню стійкої системи ціноутворення, адаптованої до сучасних ринкових умов, що дозволяє поєднати ефективність, гнучкість і прогнозованість фінансових результатів.

ВИСНОВКИ

Розробка моделей ціноутворення банківських послуг та операцій є ключовим елементом управління фінансовими процесами у сучасних банківських установах. АТ КБ «ПриватБанк» надає широкий спектр послуг, що охоплює роздрібне та корпоративне обслуговування, кредитування, депозити, платіжні операції та інші фінансові продукти. Ефективне ціноутворення визначає здатність банку забезпечувати фінансову стабільність, прибутковість та конкурентоспроможність на ринку.

1. Економічна сутність та принципи ціноутворення у банківській діяльності визначають оптимальний баланс між витратами на надання послуг і очікуваним доходом. Врахування операційних витрат, ризиків і платоспроможності клієнтів дозволяє забезпечити рентабельність банківських продуктів. Основу ціноутворення складають принципи економічної доцільності, конкурентоспроможності та прогнозованості доходів. Застосування цих принципів дозволяє планувати фінансові потоки і стратегічно розподіляти ресурси банку. У моделях ціноутворення передбачено коригування тарифів залежно від змін ринкової кон'юнктури.

2. Класифікація банківських послуг АТ КБ «ПриватБанк» включає кредитні, депозитні, платіжні та карткові продукти. Визначено фактори, що впливають на формування цін, серед яких внутрішні витрати банку, адміністративні та операційні витрати, технологічна інфраструктура, а також макроекономічні умови, регуляторні вимоги та ринкова конкуренція. Вивчення цих факторів дозволяє оцінювати адекватність тарифів і прогнозувати доходи від конкретних продуктів. Аналіз внутрішніх і зовнішніх чинників забезпечує обґрунтованість встановлення цін для різних сегментів клієнтів.

3. Теоретико-методичні підходи та моделі ціноутворення в банківській сфері базуються на економіко-математичних розрахунках,

прогнозуванні попиту та оцінці кредитних ризиків. Методи розрахунку собівартості послуг враховують прямі витрати на операції та обслуговування клієнтів, а також непрямі адміністративні й маркетингові витрати. Прогнозування доходності портфеля та ризиків дозволяє встановлювати оптимальні ставки для депозитів і кредитів. Скоринг і моделювання дефолтів клієнтів допомагають визначати ризик-премії, що відображають ймовірність неповернення коштів. Використання аналітичних моделей підвищує точність розрахунків та дозволяє враховувати вплив макроекономічних змін на фінансові результати банку.

4. Діяльність АТ КБ «ПриватБанк» характеризується широким спектром банківських операцій та стабільною структурою активів і пасивів. Аналіз показав значне зростання депозитної бази та кредитного портфеля, що забезпечує ліквідність і рентабельність банку. Встановлено, що основна частка доходів формується за рахунок комісійних операцій та обслуговування корпоративних клієнтів. Активи банку представлені грошовими коштами, кредитами клієнтів та інвестиційними цінними паперами.

5. Структура банківських продуктів і послуг АТ КБ «ПриватБанк» демонструє домінування депозитних і кредитних інструментів у загальному портфелі. Аналіз обсягу залучених ресурсів та обслуговування клієнтів показав високий рівень ліквідності та доходності. Платіжні та карткові продукти забезпечують банку додаткові джерела комісійних доходів. Виявлено перспективні сегменти для розвитку електронних та дистанційних сервісів, що сприяють збільшенню клієнтської бази.

6. Проблеми у системі формування цін АТ КБ «ПриватБанк» пов'язані з недостатнім врахуванням ризиків окремих продуктів та обмеженою гнучкістю тарифів. Виявлено невідповідність між операційними витратами та доходами від клієнтських операцій, а також обмежене використання цифрових інструментів. Такий стан ускладнює прогнозування фінансових результатів та оптимізацію доходів банку. Необхідно посилити інтеграцію

аналітичних платформ і алгоритмів прогнозування для підвищення точності ціноутворення.

7. Економіко-математична модель ціноутворення розроблена з урахуванням прямих і непрямих витрат, прогнозування доходності портфеля та моделювання ризиків. Модель дозволяє визначати оптимальні тарифи для різних груп клієнтів, оцінювати вплив процентних ставок, комісійних платежів та ринкових змін на прибутковість продуктів. Прогнозні алгоритми моделі забезпечують своєчасну реакцію на зміни макроекономічної кон'юнктури та ринкових умов. Використання моделі підвищує точність планування фінансових потоків і оптимізацію тарифної політики.

8. Оптимізація тарифної політики передбачає впровадження цифрових аналітичних платформ та автоматизацію розрахунку витрат і ризиків. Диференціація тарифів для різних сегментів клієнтів дозволяє підвищити доходність продуктів і стимулювати використання електронних сервісів. Регулярне оновлення тарифів забезпечує адаптацію до ринкових тенденцій і змін економічної ситуації. Впровадження рекомендацій сприяє підвищенню конкурентоспроможності банку та стабільності його фінансової діяльності.

Аналіз і розроблені моделі дозволяють підвищити ефективність управління банківськими послугами та фінансовими потоками АТ КБ «ПриватБанк». Використання економіко-математичної моделі забезпечує баланс між прибутковістю банку та доступністю послуг для клієнтів, дозволяє прогнозувати доходність портфеля та оперативно реагувати на зміни ринку. Реалізація рекомендацій з оптимізації тарифної політики сприяє підвищенню конкурентоспроможності, фінансової стабільності та прозорості діяльності банку. Інтеграція аналітичних платформ та цифрових інструментів створює основу для розвитку інноваційних продуктів і підвищення рівня задоволеності клієнтів.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білошапка В.С. Нові банківські продукти на основі цифрових технологій. Сучасні гроші, банківські послуги та фінансові інновації в цифровій економіці : матеріали наук.-практ. інтерн. конф. студ. аспір. і молод. вчених. Київ, 23 березня 2020 р. 2020. С. 171–173. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/7b40b2f0-a87a-4d3c-95a2-a29b9dad979e/content>
2. Береславська О. Трансформація банківських послуг в умовах цифровізації. *Економіка та суспільство*. 2024. № 60. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-99> (дата звернення: 16.11.2025)
3. Макарович В. К., Шебештень Е. Г., Сочка К. А. Вплив цифрової трансформації на традиційні банківські системи та їх адаптація до новітніх технологій. *Актуальні питання економічних наук*. 2024. № 5. URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14196801>
4. Брита В. В. Розвиток теоретичних засад сутності фінансової безпеки банківської системи. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2024. №3 (87). С. 60-66. URL: <https://salo.li/e2BE877>
5. Бугель Ю., Очеретко Б. Цифрова трансформація банківської системи: інновації та вплив на фінансові послуги. *Економічний аналіз*. 2024. Том 34. № 3. С. 257-273. URL: <https://doi.org/10.35774/econa2024.03.257>
6. Бабух І.Б. Ціноутворення в системі маркетингового аналізу: теоретичні підходи. *Економічний простір*. 2024. Вип. №. 189. С. 328–332. URL: <https://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1432>
7. Скригун Н.П, Капінус Л.В, Гайдуков Д.С. Особливості та психологія ціноутворення брендів: маркетинговий аспект. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2021. Вип. № 3(30) С. 55–60 URL: https://easterneurope-ebm.in.ua/journal/30_2021/11.pdf
8. Гладких Д.М. Ключові проблеми капіталізації банківської системи України та напрями її зростання. *Бізнес Інформ*. 2021. № 5. С. 327–

333. URL: https://www.business-inform.net/article/?year=2021&abstract=2021_5_0_327_333

9. Коненко В. В., Рудаченко О. О., Тараруєв Ю. О. Основні напрями цифрової трансформації банківської діяльності. *Інвестиції: практика та досвід*. 2024. № 20. С. 15-21. URL: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2024.20.15>

10. Чуницька І. І., Богріновцева Л. М. Вплив цифрових технологій на розвиток фінансового ринку України. *Економіка та суспільство*. 2023. № 49. URL:

<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/2342/2263/>

(дата звернення: 16.10.2025)

11. Дзюблюк, О. Проблеми активізації банківського кредитування реального сектору економіки в умовах воєнного стану. *Вісник Економіки*. 2023. №3. С. 8-25. URL:

<https://visnykj.wunu.edu.ua/index.php/visnykj/article/view/1486>

12. Орел А. М., Дяченко В. В. Виклики та перешкоди впровадження цифрової бізнес-моделі банку в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2024. № 5. С. 54-59. URL: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2024.5.54>

13. Болдуєва О. В., Горбунова А. В., Кусакова Ю. О. Цифрова трансформація платіжних систем і роль банків у глобалізації фінансової інфраструктури. *Економіка та суспільство*. 2024. Випуск 69. URL:

<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5144>

(дата звернення: 16.10.2025)

14. Шевцова А. В., Довгаль О. А. Зв'язок трансформації світової фінансової архітектури з цифровою трансформацією глобальної економіки. *Бізнес Інформ*. 2024. №3. С. 15–22. URL:

<https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-3-15-22>

15. Гончаренко А. Вплив сучасних цифрових технологій на конкурентні позиції банків на фінансовому ринку. *Bulletin of Sumy National*

Agrarian University. 2022. № (2 (88)). С. 35-39. URL: <https://snaujournal.com.ua/index.php/journal/article/view/231>

16. Кретов Д., Міндова О. Цифровізація банківського сектору України: сучасний стан та перспективи розвитку. *Сталий розвиток економіки*. № 2(49), С. 223-228. URL: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-49-35>

17. Пузирова П. Трансформація фінансової системи для забезпечення економічної безпеки та національних інтересів в умовах цифровізації. *Journal of Innovations and Sustainability*. 2024. № 8(4). С. 12. URL: <https://doi.org/10.51599/is.2024.08.04.12>

18. Носань Н.С. ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ. *Економіка і суспільство*. 2021. Випуск 33. URL: <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/922>
(дата звернення: 16.10.2025)

19. Бежан О. А. Цифрова трансформація банківського сектору в розрізі комплексного управління даними. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична*. 2023. № 37. С. 132-140. URL: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.8002225>

20. Кльоба Л.Г., Добош Н.М., Сорока О.П. Впровадження фінансових технологій – стратегічний напрям розвитку банків. *Ефективна економіка*. 2020. № 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/130.pdf (дата звернення: 16.10.2025)

21. Нечаєва І., Панкова А. РИЗИК-ОРІЄНТОВАНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ. *Управління змінами та інновації*. 2023. № (8). С. 23-27 URL: <https://cmi.politehnica.zp.ua/index.php/journal/article/view/104>

22. Польовий П.В. Модернізація публічного управління в умовах розвитку цифрового суспільства. *Публічне управління та митне*

адміністрування. 2021. № 2 (29). С. 37-43 URL:
<http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/handle/123456789/4418>

23. Лехович А. О., Андрущак Є. М., Мрочко М. С. Проблеми та тенденції у сфері віртуалізації банківського бізнесу в Україні. *Галицький економічний вісник*. № 6 (73) С. 33–42. URL:
https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2021.06.033

24. Шевченко О. М., Рудич Л. В. Розвиток фінансових технологій в умовах цифровізації економіки України. *Ефективна економіка*. 2020. № 7. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8053> (дата звернення: 16.10.2025)

25. Мирошніченко Г.Б. Стратегії управління ризиками підприємницьких структур. *Наукові праці ДонНТУ*. Серія: економічна. 2024. Т. 2, № 30. С. 4–10. URL: https://economics.donntu.edu.ua/wp-content/uploads/2025/01/1_myroshnychenko-g.-b-ryzyky-1.pdf (дата звернення: 16.10.2025)

26. Данилевич А. Теоретичні засади конкурентоспроможності банків на кредитному ринку. Фінансові установи в умовах глобальних дисбалансів. *Банки в умовах фінансових дисбалансів: Збірник наукових статей здобувачів вищої освіти денної та заочної форм навчання. Державний торговельно-економічний університет*. 2023. С. 33-37. URL:
<https://knute.edu.ua/file/MjkwMjQ=/785390fc7cd3a2ad3e38e6a368cc61dd.pdf#page=33>

27. АТ КБ ПРИВАТБАНК. *Опендатабот – відкриті дані про компанії, ФОП, суди та нерухомість України*. веб. сайт. URL: <https://opendatabot.ua/c/14360570> (дата звернення: 24.10.2025).

28. АТ КБ ПРИВАТБАНК. веб. сайт. URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/14360570/ (дата звернення: 24.10.2025).

29. АТ КБ "ПРИВАТБАНК". Основна інформація. *Clarity Project*. веб. сайт. URL: <https://clarity-project.info/edr/14360570> (дата звернення: 24.10.2025).

30. Банк АТ КБ "ПриватБанк". *Національний банк України*. веб. сайт. URL: <https://bank.gov.ua/ua/supervision/institutions/14360570> (дата звернення: 24.10.2025).

31. Акціонерне товариство комерційний банк «ПриватБанк». Річний звіт за 2023 рік. URL: https://static.privatbank.ua/files/Richnyy_zvit_za_2023.pdf (дата звернення: 24.10.2025).

32. Барна М. Ю., Руцишин Н. М. Стан і тенденції розвитку банківської системи в контексті структурного реформування національної економіки України. *Науковий журнал "Наукові горизонти"*. 2020. Т. 23, № 12. С. 84-98. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzhnau_2020_23_12_11

33. Зайонц А. В. Банківські інновації в системі забезпечення конкурентоспроможності банків. *Облік і фінанси*. 2020. № 1. С. 100-106. URL: https://www.researchgate.net/publication/341392241_Banking_Innovations_in_Providing_of_the_Banks'_Competitiveness/fulltext/5ebdf29092851c11a867cf90/Banking-Innovations-in-Providing-of-the-Banks-Competitiveness.pdf

34. Вовчак О. Д. Вплив фінансових технологій на забезпечення конкурентоспроможності банку. *Вісник Університету банківської справи*. 2020. № 1. С. 86–91 URL: <https://ser.net.ua/index.php/SER/article/view/359>

35. Гірченко Т. Д. Банківські інновації у забезпеченні конкурентоспроможності банків. *Причорноморські економічні студії*. 2020. № 50(2). С. 90-95. URL: https://bses.in.ua/journals/2020/50_2_2020/20.pdf

36. Група «ПриватБанк». Річний звіт 31 грудня 2024 року. URL: <https://static.privatbank.ua/files/ConsolidatedFinZvit2024.pdf> (дата звернення: 24.10.2025).

37. Демко М. Я., Гринів Н. Т. Тенденції розвитку маркетингової збутової та комунікаційної політики вітчизняних і зарубіжних банків в

умовах цифрової економіки. *Вісник Хмельницького національного університету*, 2021. № 1. С. 12–19. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2021_1_4

38. Панченко О. В. Удосконалення маркетингових комунікацій у забезпеченні ефективності діяльності банків в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. № 2. С. 7–13 URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/01/3-1.pdf>

39. Вядрова І. М. Сутність конкурентоспроможності в банківському секторі: стан і проблеми. *Бізнес Інформ*. 2020. № 11. С. 324-330. URL: https://www.business-inform.net/article/?year=2020&abstract=2020_11_0_324_330

40. Коваленко В. В. Маркетингові банківські комунікації в умовах цифровізації економіки України. *Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics»*. № 21 (2020). С. 115–121. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/21-2020/kovalenko.pdf> (дата звернення: 24.10.2025).

41. Веселовська Т. Є. Вплив війни на ціноутворення та споживчу поведінку в готельно-ресторанній сфері України. *Академічні візії*. 2024. Випуск 32. С. 1-10. URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.12071138>

42. Дергалюк Б. В., Середюк К. М. Методи управління ціновою політикою підприємства. *Ефективна економіка*. 2024. № 6. URL: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.6.20> (дата звернення: 24.10.2025).

43. Дятлова Ю. В. Розвиток банківського сектору України в умовах конкурентної інтерналізації: методичний підхід до оцінювання. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2020. № 16(1). С. 67-74. URL: <https://lib-repo.pnu.edu.ua/handle/123456789/10114>

44. Лінтур І. В. Роль банківських інновацій в системі забезпечення конкурентоспроможності банків. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2021. № 4(1). С. 94-98. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&

[IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/mnjie_2021_4%281%29_15.pdf](#)

45. Ларка Л.С., Павленко В.В. Ціноутворення в системі економічного управління розвитком бізнесу. *Приазовський економічний вісник*. 2021. Вип. 2. С. 105–107. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2021/2_25_ukr/21.pdf

46. Худолій Ю. С., Андрієць Т. Р. Аналіз використання фінансових інновацій в банківській сфері України. *Ефективна економіка*. 2024. № 11. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.11.79>

47. Ковальчук А.М., Сафонік Н.П. Стратегічні детермінанти забезпечення конкурентоспроможності підприємств в контексті активізації проєктної діяльності. *Наукові інновації та передові технології*. 2024. № 11(39). С. 921-931. URL: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-11\(39\)-921-931](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-11(39)-921-931)

48. Приймак Н. С., Барабанова В. В., Ніконенко Б. Ю. Особливості маркетингового ціноутворення в сучасних умовах ведення бізнесу. *Торгівля і ринок України*. 2023. № 1 (53). С. 100—107. URL: <https://torgivlyan.donnuet.edu.ua/index.php/torgivlya/article/view/123>

49. Ліганенко І. В., Дарушин О. В., Ніколаєв О. І. Особливості ціноутворення на виробничих підприємствах в умовах економічної нестабільності. *Економіка та суспільство*. 2024. Випуск 61. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-96>(дата звернення: 24.10.2025).

50. Бараник З. П., Буксіна І. В., Резніченко А. О., Тітов В. В., Артеменко А. І. Маркетингове ціноутворення на продукцію як елемент конкурентоспроможності підприємств. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку*. 2023. № 30. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/article/download/5473/5527/12377>

51. Ліман В., Іванчук Я., Ярощук Р. Динамічне ціноутворення в українському Інтернет-ртейлі. *Вимірвальна та обчислювальна техніка в*

технологічних процесах. 2024. №2. С. 231-236.

URL: <https://doi.org/10.31891/2219-9365-2024-77-30>

52. Бабух І. Б. Ціноутворення в системі маркетингового аналізу: теоретичні підходи. *Економічний простір*. 2024. № 189. С. 328—332 URL: <https://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1432>

53. Ощепков О.П., Магденко С.О. Тенденції ціноутворення та економічні ризики для підприємств харчової промисловості. *Причорноморські економічні студії*. 2022. Випуск 78. С. 51-55. URL: <https://doi.org/10.32782/bses.78-8>

54. Пашкуда М.О. Аналіз методів ціноутворення та особливостей їх застосування на електропостачальних підприємствах. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія : Економіка і менеджмент. 2023. Вип. 56. С. 17-22. URL: <https://doi.org/10.32782/2413-2675/2023-56-3>

55. Саєнсус М., Беспалов В., Кочевой М., Обнявко О., Тарасова К., Сало Я., Васильченко К. Маркетингове ціноутворення в онлайн-середовищі: особливості та стратегії на цифрових ринкових просторах. *Наукові перспективи*. 2024. № 4 (46). С. 769—780 URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/11009>

56. Степаненко Н., Волкова І. Моделювання споживацької поведінки в контексті формування лояльності цільової аудиторії. *Економіка та суспільство*. 2020. Вип. 22. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/100> (дата звернення: 24.10.2025).

57. Чиркова Ю. Л., Квасниця В. М. Цінова стратегія суб'єктів ЗЕД в Україні: особливості формування та напрями розвитку. *Економічний простір*. 2021. № 171. С. 47-51 URL: <https://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/919>

58. Жовтяк Г.А., Серьогіна Д.О. Теоретико-методичні підходи до ціноутворення у системі маркетингу. *Східна Європа: економіка, бізнес та*

управління. 2022. Випуск 1 (34). С. 83—86. URL: <http://srd.pgasa.dp.ua:8080/handle/123456789/8844>

59. Чернишов О. Ю., Павловська Ю. В. Вплив індексу інноваційного розвитку на стан економічного розвитку та бізнес-середовища України. Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2022. № 1-2 (80-81). С. 145-162. URL: <http://vsed.oneu.edu.ua/collections/2022/80-81/pdf/145-162.pdf>

60. Стаднік Л. І., Шевченко А. О. Інноваційна цінова політика як елемент консалтингу в системі управління поведінкою споживачів. *Економіка та держава*. 2020. № 8. С. 66-70. URL: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4721&i=11>

61. Окландер І.М. Динамічне ціноутворення — прогресивна тенденція цифрового маркетингу. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2023. № 1 (90). С. 37— 43. URL: http://www.psaе-jrnl.nau.in.ua/journal/1_90_2023_ukr/7.pdf

62. Скригун Н. П., Капінус Л. В., Гайдуков Д. С. Особливості та психологія ціноутворення брендів: маркетинговий аспект. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2021. Вип. № 3 (30). С. 55–60 URL: https://easterneurope-ebm.in.ua/journal/30_2021/11.pdf

ДОДАТКИ

Додаток А

Склад і структура зобов'язань АТ КБ «ПРИВАТБАНК»

Показники	2022 р.		2023 р.		2024 р.		Відхилення 2024/2022, тис. грн	Відхилення 2024/2022, %
	сума, тис. грн	частка, %	сума, тис. грн	частка, %	сума, тис. грн	частка, %		
Поточні рахунки / рахунки до запитання фізичних осіб	251 748	53.0	141 222	42.9	388 611	59.0	+136 863	+54.3%
Поточні / розрахункові рахунки державних організацій	607	0.1	242	0.1	508	0.1	-99	-16.3%
Поточні / розрахункові рахунки юридичних осіб	116 822	24.6	83 224	25.3	145 302	22.4	+28 480	+24.4%
Строкові депозити юридичних осіб	14 209	3.0	12 487	3.8	15 425	2.4	+1 216	+8.6%
Зобов'язання орендаря з лізингу	1 434	0.3	1 593	0.5	1 526	0.2	+92	+6.4%
Кредиторська заборгованість	435	0.9	558	0.2	389	0.1	-46	-10.6%
Інше	749	0.2	562	0.2	1 070	0.2	+321	+42.9%
Інші залучені кошти	128	0.0	–	–	1 910	0.3	+1 782	+1 392.2%
Строкові депозити фізичних осіб	88 595	18.7	88 584	26.9	92 460	30.0	+3 865	+4.4%
Загальна сума	474 732	100.0	329 076	100.0	645 301	100.0	+170 569	+35.9%

Джерело: [36]

Доходи, витрати і фінансові результати АТ КБ «ПРИВАТБАНК»

Назва рядка	Код рядка	2022 рік		2023 рік		2024 рік		Відхилення 2024/2022, тис. грн	Відхилення, %
		сума, тис. грн	% до чистого доходу	сума, тис. грн	% до чистого доходу	сума, тис. грн	% до чистого доходу		
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	26,432.70	100.0	30,821.20	100.0	33,450.00	100.0	+7,017.30	+26.5%
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	23,919.20	90.5	28,294.70	91.8	30,700.00	91.8	+6,780.80	+28.3%
Інші операційні доходи	2120	418.90	1.6	49.70	0.2	55.00	0.2	-363.90	-86.8%
Інші операційні витрати	2180	2,484.90	9.4	2,061.70	6.7	2,100.00	6.3	-384.90	-15.5%
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	26,851.60	101.6	30,870.90	100.2	33,505.00	100.2	+6,653.40	+24.8%
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	26,404.10	99.9	30,356.40	98.5	32,800.00	98.0	+6,395.90	+24.2%
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	447.50	1.7	514.50	1.7	705.00	2.1	+257.50	+57.6%

Джерело: [36]

Складі і структура фінансових ресурсів АТ КБ «ПРИВАТБАНК»

Стаття балансу	2021 р.		2022 р.		2023 р.		2024 р.		Відхилення 2024/2022, тис. грн	Відхилення 2024/2022, %
	сума, тис. грн	питома вага, %	сума, тис. грн	питома вага, %	сума, тис. грн	питома вага, %	сума, тис. грн	питома вага, %		
Заборгованість перед НБУ та іншими банками	7,922	2.6	2,000	0.5	3,000	0.7	1,850	0.4	-150	-7.5%
Кошти клієнтів	240,621	77.7	312,708	81.7	325,303	81.0	445,000	81.0	+132,292	+42.3%
Зобов'язання – всього	255,194	82.4	329,700	86.2	334,681	83.4	480,500	87.3	+150,800	+45.8%
Акціонерний капітал	206,060	66.5	206,060	53.9	206,060	51.4	206,060	37.4	0	0%
Капітал – всього	54,529	17.6	52,825	13.8	66,615	16.6	90,000	16.3	+37,175	+70.4%
Заборгованість банків	27,118	8.8	25,059	6.5	26,243	6.5	24,500	4.5	-559	-2.2%
Кредити клієнтам	59,544	19.2	55,021	14.4	68,218	17.0	89,000	15.3	+33,979	+61.7%
Інвестиційні цінні папери	152,157	49.1	221,661	57.9	222,277	55.4	285,500	49.0	+63,839	+28.8%
Активи – всього	309,723	100.0	382,525	100.0	401,296	100.0	550,000	100.0	+167,475	+43.8%

Джерело: [36]

Додаток Г

Склад зобов'язань АТ КБ «ПРИВАТБАНК»

Стаття балансу	2021 р.		2022 р.		2023 р.		2024 р.		Відхилення 2024/2022, тис. грн	Відхилення 2024/2022, %
	сума, тис. грн	питома вага, %	сума, тис. грн	питома вага, %	сума, тис. грн	питома вага, %	сума, тис. грн	питома вага, %		
Зобов'язання перед банками й іншими фін. організаціями	201	0.08	2	0.00	3	0.00	2	0.00	0	0%
Кошти клієнтів	240,621	94.32	312,708	94.86	325,303	97.22	445,000	92.5	+132,292	+42.3%
Інші фінансові зобов'язання	1,522	0.60	2,907	0.88	3,770	1.13	3,900	0.81	+993	+34.2%
Резерви та нефінансові борги	5,008	1.96	13,937	4.23	5,446	1.63	6,200	1.29	-7,737	-55.5%
Всього зобов'язань	255,194	100.00	329,700	100.00	334,681	100.00	455,102	100.0	+125,402	+38.0%

Джерело: [36]

БІБЛІОГРАФІЧНА ДОВІДКА

Тема кваліфікаційної (магістерської) роботи:

«Вдосконалення системи ціноутворення банківських послуг та операцій»

Обсяг пояснювальної записки 77 сторінок.

Кількість рисунків 8 шт.

Кількість таблиць 18 шт.

Кількість додатків 4 шт. на 4сторінках.

Графічний матеріал (слайди)

Перелік графічного матеріалу:

Слайд 1 – Тема роботи

Слайд 2 – Мета та завдання дослідження

Слайд 3 – Теоретичні основи утворення банківських послуг та операцій

Слайд 4 – Загальна характеристика діяльності АТ КБ «ПриватБанк»

Слайд 5 – Основні проблеми у формуванні цін на кредитні продукти ПриватБанку

Слайд 6 – Недоліки у формуванні цін та бонусних систем карткових продуктів

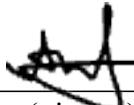
Слайд 7 – Стратегічні недоліки у системі формування цін

Слайд 8 – Розробка економіко-математичної моделі ціноутворення для АТ КБ «Приватбанк»

Слайд 9 – Пропозиції щодо вдосконалення тарифної політики АТ КБ «Приватбанк»

Слайд 10 – Висновки

03.12.2025 р.
(дата)


(підпис)