

Артеменко Виктор Станиславович, канд. техн. наук, проф., директор, Институт последипломного бизнес-образования, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Клочковская, 333, г. Харьков, Украина, 61051. Тел.: (057)337-99-76, (057)349-45-08; e-mail: vsartemenko@mail.ru.

Artemenko Victor, Cand. Sc. (Engineering), Professor, Director of the Institute of Post-qualifying Business Education, Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. Tel.: (057)337-99-76, (057)349-45-08; e-mail: vsartemenko@mail.ru.

Артеменко Станіслав Вікторович, канд. екон. наук, доц., кафедра технологій та розвитку підприємництва, Інститут післядипломної бізнес-освіти, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. Тел.: (057)337-99-76, (057)349-45-08; e-mail: vsartemenko@mail.ru.

Артеменко Станислав Викторович, канд. екон. наук, доц., кафедра технологий и развития предпринимательства, Институт последипломного бизнес-образования, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Клочковская, 333, г. Харьков, Украина, 61051. Тел.: (057)337-99-76, (057)349-45-08; e-mail: vsartemenko@mail.ru.

Artemenko Stanislav, Candidate of Sciences (comparable to the academic degree of Doctor of Philosophy, Ph.D.), Associate Professor, department of technologies and entrepreneurship development of the Institute of Post-qualifying Business Education, Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. Tel.: (057)337-99-76, (057)349-45-08; e-mail: vsartemenko@mail.ru.

Рекомендовано до публікації д-ром екон. наук, проф. Т.В. Шталь, проф. Г.А. Синициною.

Отримано 01.04.2016. ХДУХТ, Харків.

УДК 336.71:339.138

МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Л.П. Семенюк

На підставі показників, що характеризують ефективність діяльності банківських установ, аналізуються причини зниження їх прибутковості. Як один із пріоритетних напрямів підвищення ефективності банківської діяльності обґрунтовується доцільність перебудови системи управління

© Семенюк Л.П., 2016

банком на принципах маркетингового управління та необхідність упровадження маркетингового підходу до управління ефективністю банківської діяльності.

Ключові слова: ефективність банківської діяльності, показники ефективності, маркетингове управління, маркетинговий підхід.

МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Л.П. Семенюк

На основании показателей, характеризующих эффективность функционирования банков, анализируются причины снижения их прибыльности. Как одно из приоритетных направлений повышения эффективности банковской деятельности обосновывается целесообразность перестройки системы управления банком на принципах маркетингового управления и необходимость внедрения маркетингового подхода к управлению эффективностью банковской деятельности.

Ключевые слова: эффективность банковской деятельности, показатели эффективности, маркетинговое управление, маркетинговый подход.

MARKETING APPROACH TO MANAGING THE EFFICIENCY OF BANKING

L. Semeniuk

An important prerequisite for a stable banking system is to ensure profitable banking. This is particularly relevant in terms of financial crisis, which has exacerbated the problems in the banking system.

The question of the effectiveness is very complex and multifaceted as it concerns all areas and spheres of banking without exception, and is relevant not only for the individual bank but for the entire banking sector. Efficiency is a defining characteristic of the bank operation and is the main goal of its management.

It is characterized by the ratio of the resulting economic benefits (financial results) to the cost of material, labor and financial resources at the disposal of the bank, and indicates how efficiently the funds of shareholders and investors are used. In order to measure the effectiveness of banking a variety of indicators of relative profitability are used, the most generalizing are the financial condition ratios: ROA (return on assets) and ROE (return on equity). The analysis of these parameters revealed the causes of their deterioration, including significant problems in bank management.

In this connection, it is necessary to improve the bank management system, search for modern principles and effective approaches to the strategic and operative objectives, including the need to restructure the bank management processes based on the marketing principles, and implementing marketing approaches for managing the efficiency of the bank.

Marketing approach focuses on consumer and professional flexibility in responding to customer needs in banking services and products, in contrast to other approaches to bank activity management focusing on solving more specific, internal operational problems.

The implementation of marketing approach requires the development of comprehensive program for bank behavior, which involves development of bank strategies and tactics in the market to meet the needs of customers, which will positively affect the outcome of banking activity and will improve the efficiency of banking business.

Keywords: *efficiency of banking, efficiency indicators, marketing management, marketing approach.*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Для економіки будь-якої країни найважливіше значення маєть стабільність та ефективність функціонування банківської системи, здатної вирішувати складні та значущі завдання щодо перерозподілу фінансових ресурсів суспільства, забезпечувати стабільність національної грошової одиниці. На сучасному етапі розвитку вітчизняна банківська система переживає часи глибокої депресії, що пов'язано з політичною та економічною кризою, девальвацією гривні, втратою довіри суспільства до банківських установ. Крім того, мають місце й внутрішні негативні фактори, пов'язані з недостатньою капіталізацією банків, зниженням рівня їх ліквідності та платоспроможності, браком ресурсів для інвестування, високим рівнем ризиковості банківських операцій, зростанням проблемних активів тощо.

Негативний вплив кризових явищ позначився на результатах банківської діяльності: впродовж останніх двох років банківська система країни зазнала збитків у сумі 52,96 млрд грн за підсумками 2014 року та 57,28 млрд грн за 11 місяців 2015 року. У результаті ефективність банківської діяльності, яка характеризує успішність роботи банківської системи в цілому та кожного конкретного банку, суттєво погіршилася. Банківська діяльність як вид підприємництва, що має приносити доходи на вкладений капітал, виявилася сьогодні непривабливою з точки зору інвестиційного вкладання коштів. Низькі прибутки є головним стримуючим фактором подальшої капіталізації банківської системи, зростання її міцності, потужності та подальшого розвитку.

З огляду на це проблема ефективності банківської діяльності має розглядатися як загальнонаціональна проблема. Її вирішення залежить від ефективності мікропроцесів, що відбуваються на рівні окремо взятої банківської установи. Досягнення високої ефективності функціонування банку є головною метою, яку ставить перед собою його власники, вкладаючи кошти в банківський бізнес, а управління ефективністю є одним із пріоритетних завдань фінансового менеджменту банку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні концепції та практичні питання забезпечення ефективного

функціонування банку та стратегічного управління ним знаходяться в центрі постійної уваги науковців та банкірів-практиків. Їм присвячені дослідження, що знайшли своє відображення в наукових працях зарубіжних та вітчизняних економістів, серед яких І. Бланк, П. Роуз [1], Дж. Сінкі [2], Л.М. Примостка, А.М. Герасимович, О.В. Васюренко, В.В. Вітлінський, В.В. Коваленко [3], С.М. Козьменко [4] та ін. Найбільш розробленими в теоретичному та методично-практичному плані є питання оцінки ефективності банківської діяльності, добору показників для її характеристики, а також методи фінансового управління нею, серед яких: управління грошовими потоками, фінансовими показниками, ризиками, структурою банківського балансу тощо.

У той же час, в умовах загострення кризових явищ, досягнення конкурентних переваг та значне підвищення ефективності банківської діяльності неможливі без урахування потреб споживачів банківських послуг, у зв'язку з чим зростає роль маркетингової складової банківської діяльності. Маркетинг дедалі більше пронизує всі сфери діяльності банківської установи, як на рівні взаємодії з макросередовищем, так і на рівні управління окремими бізнес-процесами, у зв'язку з чим виникає потреба у проведенні подальших досліджень щодо впливу маркетингового фактора на кінцевий результат діяльності банку та вирішення його фінансових проблем, зокрема проблеми забезпечення ефективності банківської діяльності в умовах загострення фінансової кризи.

Мета статті – на основі дослідження показників ефективності банківської діяльності обґрунтувати необхідність удосконалення системи управління банком шляхом перебудови його бізнес-процесів із позиції задоволення потреб клієнта та застосування маркетингового підходу під час вирішення проблеми забезпечення ефективності банківської діяльності.

Вклад основного матеріалу дослідження. Ефективність банківського бізнесу, як і будь-якого іншого, є визначальною підсумковою характеристикою діяльності банківської установи та головною метою банківського менеджменту. Це поняття є комплексним, оскільки вбирає в себе всі економічні аспекти банківської діяльності, пов'язані з отриманням прибутку, і характеризує зв'язок між вартістю вкладених у цей вид підприємницької діяльності ресурсів та результативністю їх використання.

Ефективність банківського бізнесу можна оцінити з точки зору двох підходів: макроекономічного та мікроекономічного. Відповідно

до першого вона полягає у прискоренні руху національного капіталу, у підвищенні його прибутковості, забезпеченні стабільних темпів економічного зростання і, як результат, підвищенні добробуту народу. З точки зору мікроекономічного підходу ефективність банківського бізнесу є комплексною узагальнюючою характеристикою діяльності банківської установи та полягає в максимізації прибутку на вкладені в цей вид діяльності матеріальні, трудові та фінансові ресурси.

Неефективна, неприбуткова банківська діяльність ставить під сумнів доцільність ведення банківського бізнесу взагалі та робить його непривабливим із точки зору інвестиційного вкладання коштів. Тому в ефективній роботі банківських установ зацікавлені передусім їхні власники. Сам факт створення банку означає, що його акціонери, вкладаючи кошти в цей вид бізнесу, розраховують на ефективне їх використання: з одного боку, вони прагнуть забезпечити цілісність первинного внеску, а з іншого – отримати прибуток у вигляді дивідендів або за рахунок зростання ринкової вартості акцій [5]. У зв'язку з цим зростання вартості банківського капіталу та рівня його прибутковості набуває надзвичайно важливого значення для підвищення привабливості банківського бізнесу з точки зору довгострокового вкладання коштів, стимулює подальший його розвиток.

Крім власників, у ефективній діяльності банківських установ зацікавлені їхні клієнти. Банки, внаслідок специфіки своєї діяльності, виконуючи функцію фінансового посередника, оперують значними обсягами залучених від клієнтів коштів, що в кілька разів перевищують їх власний капітал, тому ефективне використання цих ресурсів є гарантією своєчасного їх повернення, підвищує довіру до банку з боку його клієнтів.

Ефективність банківського бізнесу залежить від багатьох зовнішніх та внутрішніх чинників. До основних зовнішніх чинників належать: стабільність національних грошей і монетарна політика держави та Національного банку України; політика держави щодо оподаткування банківських доходів; ступінь регулювання банківської діяльності та вимоги Національного банку України щодо забезпечення нормативів капіталу, ліквідності, ризику; банківське законодавство щодо створення нових банків, можливості функціонування іноземного капіталу тощо; конкуренція на ринку банківських послуг, яка знижує рівень цін на банківські послуги та заставляє підвищувати процентні ставки за залученими ресурсами, тим самим збільшує банківські витрати, знижує розмір прибутку; ступінь довіри до банківської системи з боку інвесторів і вкладників; прозорість функціонування банківського бізнесу, яка не сприяє виведенню капіталів із «тіні».

До внутрішніх чинників можна віднести обсяг і масштаби діяльності банку, стан і ефективність використання його ресурсів, рівень кваліфікації персоналу, рівень менеджменту. Проте головним внутрішнім фактором слід вважати банківський прибуток, який є головною метою банківської діяльності, універсальним фінансовим показником, що характеризує кінцевий результат роботи банку та якість управління ним [6]. Відсутність прибутку не дає підстави вважати банківську діяльність бізнесом, а недостатній його рівень свідчить про неефективну банківську діяльність та неефективність банківського менеджменту.

Під час дослідження ефективності банківського бізнесу та вибору показників для її оцінки слід враховувати той факт, що ефективність – комплексне поняття, яке характеризує результативність банківської діяльності за певний період і відображає взаємозв'язок між фінансовими результатами та вартістю ресурсів, що були вкладені в цей вид бізнесу [7]. Тому для об'єктивної оцінки ефективності слід використовувати не одиничний показник, а систему відносних показників (коефіцієнтів), які б в комплексі характеризували результативність банківської діяльності, причому набір цих показників буде залежати від того, на якому рівні (окремого банку, його структурного підрозділу, чи банківської системи в цілому) проводиться аналіз.

Для характеристики ефективності використовуються різноманітні показники відносної прибутковості, серед яких найбільш узагальнюючими, що широко використовуються у вітчизняній і зарубіжній практиці, є коефіцієнти фінансового стану банку: показник ROA (return on assets), який визначає прибутковість активів, та показник ROE (return on equity) – прибутковість капіталу. Ці показники безпосередньо залежать від тих ринкових умов, за яких банку доводиться працювати, включаючи макрофінансову політику, законодавче регулювання банківської діяльності, конкуренцію та практику ведення бізнесу, вони враховують не тільки сумарний позитивний результат роботи банку, але й пропорції та співвідношення, що склалися в структурі його активів і пасивів, дають змогу порівнювати ефективність різних банків між собою та банківською системою в цілому.

Динаміка показників ROE і ROA в 2008–2015 рр. представлена на рисунку 1.

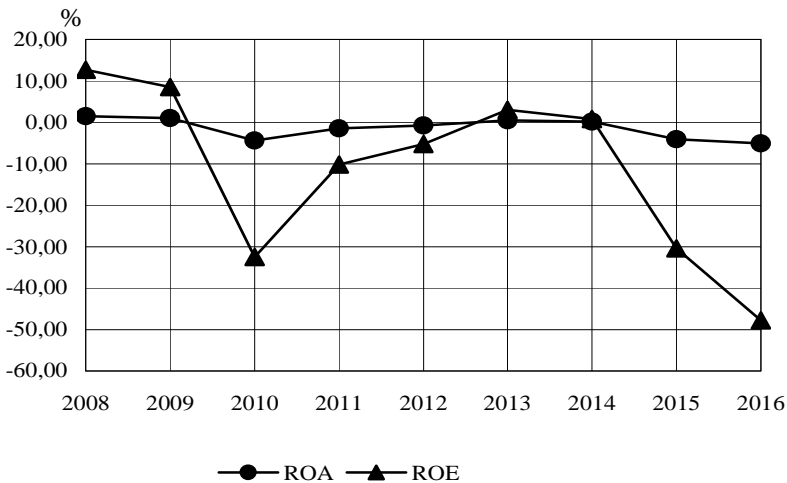


Рис. 1. Динаміка показників ROE і ROA у 2008–2015 рр., на початок періоду (складено автором за матеріалами [8])

Суттєвих коливань зазнав показник ROE, який мав негативну динаміку у період кризи 2008–2010 років (станом на 01.01.2010 року він становив $-32,52\%$), після незначного зростання до $3,03\%$ станом на 01.01.2013 року спостерігається його різке падіння: на початок 2016 року коефіцієнт ROE знизився до $-47,78\%$. Від’ємне значення показника ROE свідчить про те, що власники банків не отримують доходи на вкладений капітал, у зв’язку з чим банківський бізнес сьогодні став непривабливим із точки зору інвестиційного вкладання коштів.

Динаміка показника ROA має схожу негативну тенденцію (на початок 2016 року він становив $-5,12\%$), що свідчить про неефективне управління банком та неспроможність банківського менеджменту ефективно використовувати ресурси, що знаходяться в його розпорядженні.

Отже, на підставі аналізу показників ROE і ROA, можна зробити висновок про неефективну діяльність банків України в останні роки, причому головна причина криється в неспроможності банківських установ отримувати прибуток, який визначається як результат перевищення доходів банку над його витратами.

Динаміка банківських доходів, витрат та фінансового результату банківської діяльності, від яких безпосередньо залежить фінансовий результат роботи банків, представлена на рисунку 2.

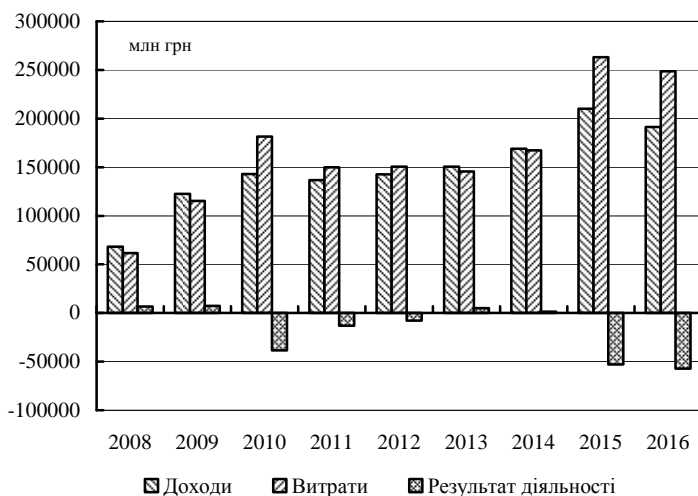


Рис. 2. Доходи, витрати та фінансовий результат банківської діяльності у 2008–2015 рр. (складено автором за матеріалами [8])

Упродовж 2008–2015 рр. спостерігалася тенденція до зростання загальних обсягів доходів і витрат банківської системи, причому в останні два роки витрати значно перевищують їхні доходи, і банківська система зазнала значних збитків. Це сталося у зв'язку із нестабільною економічною та політичною ситуацією в країні, впливом коштів із банківських установ та нерациональним використанням наявних ресурсів.

До проблем, що притаманні власне банківській системі і негативно впливають на ефективність банківської діяльності, слід також віднести недостатній рівень капіталізації банківського сектора, низький рівень корпоративного управління в банках, недостатній рівень управління банківськими ризиками, непрозорість банківської діяльності тощо.

Підсумовуючи результати проведеного аналізу, можна визначити найбільш загальні шляхи підвищення ефективності банківського бізнесу, серед яких найголовнішим є збільшення прибутку від банківської діяльності, що досягається завдяки збільшенню доходів та скороченню витрат.

Збільшенню банківських доходів сприятиме: нарощування клієнтської бази банку через відновлення довіри до банківської системи; збільшення обсягів продажу банківських продуктів, перш за

все роздрібних, їх диверсифікація; підвищення дохідності банківських активів за рахунок раціоналізації їхньої структури, скорочення частки недохідних та проблемних активів; проведення виваженої процентної політики; зменшення ризиковості банківського бізнесу; пошук додаткових джерел банківських доходів за рахунок удосконалення існуючих та впровадження нових сучасних банківських продуктів тощо.

З метою скорочення банківських витрат слід зменшувати витратність банківської діяльності, перш за все, за рахунок уведення режиму економії щодо адміністративних витрат; оптимізувати структуру та знижувати вартість залучених коштів; скорочувати мережу філій та відділень банку, вести пошук нових економічних каналів доставки банківських продуктів тощо.

Вирішувати поставлені задачі необхідно в контексті загальної стратегічної мети діяльності банку, що потребує відповідного банківського менеджменту, який сьогодні виявився неспроможний протистояти кризовим явищам та ефективно впливати на процеси, що відбуваються в економіці країни та банківській сфері.

Основною причиною, на наш погляд, є недосконалість існуючої системи управління, яка в більшості банків побудована за виробничим принципом, орієнтована на нарощування його виробничих потужностей та досягнення прибутку за умови підтримки адекватної ліквідності та мінімізації ризиків. Основним недоліком такої системи управління є відсутність у системі управляючих впливів покупців банківських послуг, їх потреб і запитів.

Оскільки ефективність банківської діяльності є головною фінансовою характеристикою результативності банківської діяльності і вимірюється за допомогою фінансових показників, для розв'язання проблеми підвищення ефективності банківського бізнесу традиційно пропонуються фінансові методи. У той же час, можна стверджувати, що система управління банком, яка базується на суто фінансових методах і не враховує ринкову ситуацію та потреби споживачів банківських послуг, неспроможна забезпечити ефективність банківської діяльності.

У цьому зв'язку представляється за доцільне вдосконалити систему управління банком таким чином, щоб усі управлінські рішення приймалися з позицій задоволення потреб клієнта, що потребує посилення маркетингової складової банківської діяльності, перебудови управлінських процесів банку на принципах маркетингу та впровадження маркетингового підходу в управління ефективністю банківського бізнесу.

Маркетинговий підхід орієнтується на споживачів та професійну гнучкість в разі реагування на потреби клієнтів у банківських послугах і продуктах [9], на відміну від інших підходів управління банківської діяльності, які орієнтовані на розв'язання більш вузьких, оперативних внутрішніх завдань.

З перетворенням маркетингу в провідну функцію управління всі інші напрями менеджменту, як системи заходів для отримання найкращих результатів при зниженні витрат, розглядаються через призму маркетингового управління [10].

Упровадження маркетингу в цілісну систему управління сучасним банком вимагає розробки комплексної програми поведінки банку, яка включає розробку стратегії й тактики його розвитку з урахуванням процесів, що відбуваються на фінансовому ринку, і визначення заходів щодо їхньої реалізації.

На рисунку 3 представлені основні елементи маркетингової стратегії банку.



Рис. 3. Елементи маркетингової стратегії банку

В основі маркетингової стратегії знаходяться цілі банку. На підставі чіткого їх визначення, ретельного аналізу навколишнього ринкового середовища та власних сильних та слабких сторін (SWOT-аналіз), банк може приступати до планування комплексу маркетингу, який включає продукт, ціну, збут (доведення до клієнта), та просування продукту.

Слід зазначити, що розробка маркетингової стратегії як невід'ємної складової процесу стратегічного планування діяльності банку, має проводитися у тісному взаємозв'язку з формуванням фінансової стратегії банку, при чому маркетингова стратегія має стати визначальною під час вирішення пріоритетних напрямів вкладання коштів, управлінні фінансовими потоками, спрямування ресурсів банку в ті сектори ринку, які є найбільш привабливими з точки задоволення потреб клієнтів.

Висновки. Головним результатом упровадження маркетингового підходу в управління ефективністю банківської діяльності має стати аналіз та вивчення процесів, що відбуваються на фінансовому ринку, як у цілому, так і в окремих його сегментах, що дасть змогу приймати адекватні банківські рішення з метою найкращого задоволення потреб клієнтів. Це сприятиме зміцненню конкурентної позиції банку, розширенню ринку, залученню нових клієнтів, поліпшенню якості їх обслуговування, розширенню збуту банківських продуктів, розробці принципово нових видів банківських послуг, засобів їх доставки до споживачів і, в кінцевому підсумку, збільшенню банківських прибутків та підвищенню ефективності банківського бізнесу.

Список джерел інформації / References

1. Роуз П. С. Банковский менеджмент / П. С. Роуз ; [пер. с англ.]. – М. : Дело, 1995. – 768 с.
Rouz, P.S. (1995), [Bankovskyy menedzhment], Delo, Moscow, 768 p.
2. Синки Дж. Управление финансами в коммерческих банках. – М. : Catallaхy, 1994. – 820 с.
Synky, Dzh. (1994), [Upravlenye fynansamy v kommercheskykh bankakh], Catallaхy, Moskow, 820 p.
3. Коваленко В. В. Ефективність банківської системи в умовах глобальної конкуренції / В. В. Коваленко, О. Г. Коренева // Economics and Management: Challenges and Perspectives: Collection of scientific articles. East West Association For Advanced Studies and Higher Education GmbH. – Vienna, Austria, 2015. – С. 140–145.
Kovalenko, V.V., Korenyeva, O.H. (2015), [Efektyvnist' bankivs'koyi systemy v umovakh hlobal'noyi konkurentsyyi], *Economics and Management: Challenges and Perspectives: Collection of scientific articles*. East West Association For Advanced Studies and Higher Education GmbH, Vienna, Austria, pp. 140-145.
4. Козьменко С. М. Стратегічний менеджмент банку / С. М. Козьменко, Ф. І. Шпиг, І. В. Волошко. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2003. – 734 с.
Koz'menko, S.M., Shpyh, F.I., Voloshko, I.V. (2003), [Stratehichnyy menedzhment banku], VTD "Univertsytets'ka knyha", Sumy, 734 p.
5. Єріс Л. М. Ефективність банківської діяльності як результат якісного управління грошовими потоками / Л. М. Єріс // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : зб. наук. пр. – К. : УБС НБУ, 2014. – № 40. – С. 109–115.

Yeris, L.M. (2014), ["Efektyvnist' bankivs'koyi diyal'nosti yak rezul'tat yakisnoho upravlinnya hroshovymu potokamy"], Problemy i perspektivy rozvytku bankivs'koyi systemy Ukrainy: zb. nauk pr., UBS NBU, Kyiv, No. 40, pp. 109-115.

6. Лисянська О. О. Методичні засади аналізу прибутку банку з урахуванням взаємозв'язку факторів зовнішнього і внутрішнього середовищ / О. О. Лисянська // Вісник Університету банківської справи НБУ. – К. : УБС НБУ, 2012. – № 3 (15). – С. 257–261.

Lysyans'ka, O.O. (2012), [Metodychni zasady analizu prybutku banku z urakhuvannyam vzayemozv'yazku faktoriv zovnishn'oho i vnutrishn'oho seredovyshch, Visnyk Unversytetu bankivs'koyi spravy NBU], UBS NBU, Kyiv, No. 3 (15), pp. 257-261.

7. Табачук Г. П. Прибутковість банку та методи її оцінки / Г. П. Табачук // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2012. – Вип. 1 (44). – С. 361–366.

Tabachuk, H.P. (2012), [Prybutkovist' banku ta metody yiyi otsinky, Visnyk sotsial'no-ekonomichnykh doslidzhen'], Vol. 1 (44), pp. 361-366.

8. Основні показники діяльності банків України. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua>

[Osnovni pokaznyky diyal'nosti bankiv Ukrainy. Ofitsiynyy sayt Natsional'noho banku Ukrainy], available at: <http://www.bank.gov.ua>

9. Котлер Ф. Основы маркетинга : [пер. с англ.] / Ф. Котлер. – М. : Ростинтэр, 1996. – 704 с.

Kotler, F. (1996), [Osnovy marketynha], Rostynter, Moscow, 704 p.

10. Ревич М. Я. Стратегії управління прибутковістю банків / М. Я. Ревич // Вісник Української академії банківської справи. – 2013. – № 2. – С. 75–80.

Revych, M.Ya. (2013), ["Stratehiyi upravlinnya prybutkovistyu bankiv", Visnyk Ukrainys'koyi akademiyi bankivs'koyi spravy], No. 2, pp. 75-80.

Семенюк Людмила Петрівна, канд. екон. наук, доц., кафедра банківської справи, Харківський навчально-науковий інститут ДВНЗ «Університет банківської справи». Адреса: проспект Перемоги, 55, м. Харків, Україна, 61174. Тел: 0973020834. E-mail: lp.semeniuk1008@gmail.com.

Семенюк Людмила Петровна, канд. екон. наук, доц., кафедра банківського дела, Харьковський образовательно-науковий інститут Університета банківського дела. Адрес: проспект Победы, 55, г. Харьков, Украина, 61174. Тел: 0973020834. E-mail: lp.semeniuk1008@gmail.com.

Semeniuk Lyudmila, PhD in Economics, Associate Professor, Department of Banking, Kharkiv educational-scientific institute of the Banking University, Address: Peremohy av., 55, Kharkiv, Ukraine, 61174. Tel: 0973020834. E-mail: lp.semeniuk1008@gmail.com.

Рекомендовано до публікації д-ром екон. наук, проф. Н.Л. Савицькою, канд. екон. наук, доц. І.О. Добровольською, канд. екон. наук, доц. Н.В. Ізюмцевою. Отримано 01.04.2016. ХДУХТ, Харків.