

Методологічні та методичні аспекти трансфертного ціноутворення у банківських установах України

ТАРАС САВЧЕНКО*

АНОТАЦІЯ. Дана робота присвячена дослідженню методологічних та методичних аспектів трансфертного ціноутворення у банківських установах України.

У праці розроблено підходи до визначення функцій трансфертної ціни у рамках теорії ціноутворення та теорії економіки підприємства. Проаналізовано міжнародний та національний досвід законодавчого регулювання даного типу цін. Визначено методологічні передумови використання трансфертних цін у банківських установах.

Досліджено графічні моделі трансфертного ціноутворення. На основі розрахунку індексів Херфіндаля-Хіршмана та Лернера визначено рівень конкуренції на банківському ринку України станом на 1 січня 2006 року. За результатами дослідження природи проміжного банківського продукту та визначення ступеня конкурентності банківського ринку України зроблено висновки щодо придатності для практичного використання теоретичних моделей трансфертного ціноутворення. Проведено дослідження практики трансфертного ціноутворення у вітчизняних банківських установах.

КЛЮЧОВІ СЛОВА. Трансфертна ціна, функції трансфертної ціни, графічні моделі трансфертного ціноутворення, проміжний продукт, кінцевий продукт, рівень ринкової конкуренції, методика трансфертного ціноутворення.

Вступ

Нещодавно Україна отримала статус країни з ринковою економікою, США відмінили дію поправки Джексона-

* Савченко Тарас Григорович — асистент кафедри банківської справи Української академії банківської справи Національного Банку України. У 2003 році отримав диплом магістра за спеціальністю «Банківська справа» Української академії банківської справи у м. Сумах. Працював економістом сектору по роботі з юридичними особами відділу активно-пасивних операцій Сумської філії банку «Кредит-Дніпро» та начальником відділу планування і фінансового аналізу філії «Сумська дирекція» АТ «ІНДЕКС-БАНК». Тарас Савченко став фіналістом конкурсу молодих учених та представив свою роботу під час конференції, що проводилася 17 травня 2006 року у Київському національному економічному університеті імені Вадима Гетьмана за сприяння Центру торгової політики та права Оттави (Канада) при Карлтонському університеті та Університеті м. Оттави та Канадського агентства міжнародного розвитку (CIDA).

Веніка, за прогнозами експертів наша держава до кінця року стане членом СОТ. Процес інтеграції України у світовий економічний та фінансовий простір супроводжується експансією закордонних інвесторів, що привносять нові методи управління потоками інформаційних, фінансових і матеріальних ресурсів, зокрема, базованих на використанні трансфертного ціноутворення.

Найактивніше методи трансфертного ціноутворення впроваджуються у банківських установах. На нашу думку, визначена тенденція зумовлюється впливом двох чинників. По-перше, у банківському секторі економіки традиційно присутні закордонні інвестори, причому останнім часом спостерігається значна інтенсифікація експансії міжнародного капіталу у даний сектор економіки України. По-друге, більшість вітчизняних банківських установ характеризується децентралізованою структурою управління своїми філіями, що створює передумови для широкого використання методики трансфертного ціноутворення.

Використання трансфертних цін у банківській установі дозволяє здійснювати справедливую фінансову оцінку відокремлених підрозділів, відстежувати прибутковність банківських продуктів та визначати ефективність управлінських рішень. Методика трансфертного ціноутворення активно використовується для побудови системи бюджетування та планування.

Деякі вітчизняні банківські установи активно розробляють та впроваджують методику трансфертного ціноутворення, але ґрунтовні дослідження даної проблематики у вітчизняній науковій літературі майже відсутні. Дана праця присвячена дослідженню методологічних основ та обґрунтуванню методичних підходів до створення ефективної системи трансфертного ціноутворення.

Аналіз останніх публікацій та досліджень

У вітчизняній науковій літературі теоретичні аспекти трансфертного ціноутворення та практика його використання висвітлені недостатньо. У своїх працях вітчизняні теоретики К. Жидко та Н. Шульга схематично розглядають концептуальні засади трансфертного

ціноутворення¹. У статті «Методика оцінки основних фінансових операцій комерційного банку за допомогою системи трансфертного ціноутворення» вітчизняним економістом-практиком С. Соколовським наведено деякі практичні аспекти реалізації системи трансфертного ціноутворення у банківській установі².



Рис. 1. Структурно-логічна схема дослідження

¹ Жидко К. Теоретичні основи побудови системи трансфертного ціноутворення у банку // Вісник Національного банку України. — 2005 р. — № 1. — С. 52—56.; Шульга Н. П. Трансфертне ціноутворення як інструмент бюджетування комерційного банку // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. Т. 5. — Суми: Мрія ЛТД, 2002. — 288 с.

² Соколовський С. Методика оцінки основних фінансових операцій комерційного банку за допомогою системи трансфертного ціноутворення // Вісник Національного банку України. — 2000. — № 8. — С. 31—33.

Більш різноманітними та ґрунтовними видаються праці російських науковців які досліджують проблематику використання трансфертного ціноутворення як в реальному секторі економіки (Н. Вафина), так і в банківському секторі (А. Зубарев, Р. Ольхова, М. Румянцев)³. У своїх працях вітчизняні та російські науковці посиляються на досвід використання трансфертного ціноутворення у країнах із розвинутою ринковою економікою. Ознайомлення із працями американських та західноєвропейських науковців дозволяє підтвердити тезу щодо наявності цінних теоретичних і практичних розробок з питань трансфертного ціноутворення⁴.

Метою написання статті є дослідження методологічних та методичних аспектів трансфертного ціноутворення у банківських установах України (рис. 1).

Методологічні аспекти трансфертного ціноутворення

Законодавче регулювання трансфертних цін. Проблема законодавчого врегулювання трансфертного ціноутворення є особливо актуальною в аспекті правильного визначення величини валових доходів та витрат підрозділів транснаціональних корпорацій та, як наслідок, розрахунку прибутку. Об'єктивне значення прибутку підрозділу транснаціональної корпорації дає змогу отримувати справедливу суму податкових відрахувань.

У вітчизняному законодавстві відсутні спеціальні нормативно-правові акти з питань регулювання трансфертного ціноутворення, але в законі «Про оподаткування прибутку підприємств» закладено опосередкований механізм регулювання внутрішніх цін

³ Вафина Н. Х. Трансфертное ценообразование: зарубежный опыт // Финансы и кредит. — 2003. — № 9. — С. 30—36.; Зубарев А. В. Внутренний хозрасчет в банке, трансфертное ценообразование // Банковское дело (рус.). — 2001. — № 1. — С. 14—18; Ольхова Р. Г. Трансфертное ценообразование в системе управления доходностью банка // Банковские услуги (рус.). — 2001. — № 7. — С. 34—48; Румянцев М. В. Вопросы методологии и методики трансфертного ценообразования // Банковские услуги (рус.) — 2004. — № 2. — С. 5—12.

⁴ Colin Drury. Management and Cost Accounting. Fourth edition. — London: International Thomson Business Press, 1996. — 928 p.; Tang R. Transfer pricing in the 1990's // Management Accounting (USA). — 1992. — February. — P. 22—26.

транснаціональної корпорації⁵. У пункті 4 статті 7 визначаються особливості оподаткування операцій з пов'язаними особами, згідно з пунктом 26 статті I даного закону, пов'язаними особами можуть виступати підрозділи транснаціональної корпорації. Валові доходи та витрати пов'язаних осіб регулюються на основі порівняння цін зі «звичайною ціною», яка, у свою чергу, згідно зі статтею I, пунктом 20, є справедливою ринковою ціною.

До кінця 70-х років XX ст. країни з розвинутою ринковою економікою контролювали трансфертне ціноутворення на національному рівні. У Великій Британії відповідний нормативно-правовий акт був прийнятий наприкінці 50-х років XX ст. У ФРН деякі внутрішні проблеми концернів щодо визначення трансфертних цін було врегульовано в 1965 р. законом про акціонерні товариства.

Глобалізація економіки зумовила необхідність урегулювання трансфертного ціноутворення в аспекті оподаткування транснаціональних корпорацій на міжнародному рівні. Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) у 70-ті роки розробила принципи запобігання подвійному оподаткуванню в процесі використання в міжнародній торгівлі трансфертних цін⁶. У 1979 р. комітет ОЕСР з питань оподаткування з метою встановлення рівня трансфертних цін та їх перерахунку в ринкові в інтересах податкових органів випустив документ під назвою «Трансфертне ціноутворення та багатонаціональні підприємства», а в 1994 році цим Комітетом були випущені «Рекомендації щодо трансфертних цін для ТНК та їх оподаткування». Вони переглядалися в 1996 та 1997 роках з урахуванням дедалі більшої глобалізації діяльності ТНК.

Для оновлених рекомендацій ОЕСР характерні гнучкість застосування та помірність вимог по відношенню до документації, неворожий характер відносин між податковими органами та ТНК, вони мають рекомендаційний характер. У відповідності до вищезазначеного нормативного документа, податкові органи країни мають право вимагати надання документації, що розкриває

⁵ Закон України «Про оподаткування прибутку підприємств» від 28 грудня 1994 року // <http://zakon.rada.gov.ua>.

⁶ Вафина Н.Х. Трансфертное ценообразование: зарубежный опыт// Финансы и кредит. — 2003. — № 9. — С. 30—36.

особливості методики розрахунку трансфертних цін міжнародними корпораціями. При цьому передбачається встановлення об'єму та ступеня деталізації документів, що можуть вимагатись податковими органами. Останні можуть здійснювати аудиторські перевірки ТНК та визначати справедливність встановленого рівня трансфертних цін приймаючи за основу їх ринкові аналогі. ОЕСР рекомендує встановлювати санкції за порушення порядку розрахунку трансфертних цін у межах кримінального та господарського законодавства.

Більшість цих рекомендацій було враховано у законодавстві країн Західної Європи та США. Наприклад, законодавство Великої Британії в галузі регулювання трансфертних цін було адаптоване у 1999 році з прийняттям нових «Правил трансфертного ціноутворення»⁷. Основною відмінністю нової редакції правил трансфертного ціноутворення є розширення сфери їх застосування: діяльність близько 40 % акціонерних товариств регулюються новими правилами. Прийнятий документ цілком відповідає рекомендаціям ОЕСР і містить чіткі механізми застосування санкцій за їх порушення.

Найбільше розслідувань за трансфертними цінами проводилось у США, Канаді та Великій Британії⁸. Наприклад, компанія «Ніссан» у 1993 році виплатила Податковому управлінню США 17 млрд ієн за те, що, використовуючи трансфертні ціни, вона переказувала частину своїх доходів зі США до Японії, уникаючи сплати американських податків. Інша американська ТНК – компанія «Кока-Кола» сплатила значні штрафи за порушення податкового законодавства 1994 року. У цьому ж році податковими органами США за неправильне використання трансфертних цін були застосовані санкції до 392 ТНК і донараховано до бюджету 3,5 млрд дол. Об'єктами аудиторських перевірок податкових органів США 1996 року стали 56 % американських та 50 % британських корпорацій.

Визначення функцій трансфертної ціни. Трансфертне ціноутворення є складним економічним методом підвищення ефективності організації виробництва, який потребує дослідження у межах, як мінімум, двох предме-

⁷ The new United Kingdom Transfer Pricing Rules// The International tax journal. — 1999. — С. 58—69.

⁸ Крылов В. М. Трансфертные цены: основные функции и проблемы // Финансы и кредит. — 2002. — № 7. — С. 20—24.

тних галузей економіки – теорії ціноутворення та теорії економіки підприємства.

Трансфертна ціна як окремий вид ціни може розглядатись у межах загальної теорії ціноутворення⁹. На даний час у теорії ціноутворення переважає комплексний підхід до розуміння сутності ціни, який поєднує вартісну теорію К. Маркса, розробки А. Маршала та А. Пігу, маржиналістську теорію та теорію індивідуального вибору П. Самуельсона. Останні дві теорії досліджують феномен ціни переважно з погляду факторів, що діють з боку попиту, тоді як теорія вартості досліджує групу чинників, що впливають на виробництво з боку пропозиції, а А. Маршал та А. Пігу розглядають попит і пропозицію як рівнозначні ціноутворюючі чинники.

Економічна сутність трансфертної ціни може бути розкрита за допомогою вартісної теорії та ринкових теорій ціни без зміни постулатів даних теорій за умови введення до логіки суджень одного припущення: вважати економічними агентами (суб'єктами економічних відносин) підрозділи однієї юридичної особи. Зазначене припущення дозволяє ввести категорії «внутріфірмова вартість» і «внутріфірмова гранична корисність» для визначення сутності трансфертної ціни в межах вартісної та маржиналістської теорій ціни. Отже, повнота трактування трансфертного ціноутворення як специфічного виду ціни залежить од ступеня економічної свободи підрозділів організації у прийнятті економічних рішень, зокрема в процесі визначення рівня внутріфірмових цін. В організації з високим ступенем децентралізації управлінських функцій структурні підрозділи мають значну свободу у прийнятті економічних рішень. У таких організаціях трансфертна ціна виконує на рівні внутріфірмового середовища всі 5 функцій, притаманних звичайним цінам: обліковимірювальну, балансуєчу, стимулюєчу, перерозподільну, розміщення виробництва¹⁰.

У межах теорії економіки підприємства трансфертна ціна повинна розглядатися як важлива складова внутрішнього економічного механізму підприємства, базово-

⁹ Уткин Э. А. Цены. Ценообразование. Ценовая политика: Учебник. — М.: Экмос, 1997. — 223 с.

¹⁰ Есинов В.Е. Цены и ценообразование: Учебник: 3-е изд. испр. и доп. — СПб.: Питер, 1999. — 214 с.

ваного на децентралізації управління й розширення відповідальності структурних підрозділів за результати господарювання. Тобто основними функціями трансфертної ціни є: матеріальне стимулювання персоналу залежно від результатів діяльності підрозділів і розподілу витрат за місцем виникнення. У своїй монографії О. І. Волков¹¹ дає комплексне розуміння системи внутрішньозаводських економічних відносин і внутрішнього ціноутворення як одному з основних її складових. З погляду теорії економіки підприємства трансфертна ціна є методом досягнення виробничих цілей підприємства.

Дослідження теоретичних аспектів трансфертного ціноутворення в українських банківських установах.

Екстраполюючи результати проведених нами досліджень методологічних засад трансфертного ціноутворення на банківські установи, необхідно відзначити деякі особливості використання даного типу цін у грошово-кредитних закладах.

По-перше, питання законодавчого врегулювання трансфертного ціноутворення у банківських установах видається особливо актуальним, зважаючи на активне входження міжнародного капіталу у національну банківську систему та високу ймовірність прийняття Верховною Радою України поправок до закону «Про банки та банківську діяльність»¹² щодо лібералізації умов відкриття закордонними банками філій в Україні. По-друге, для позначення процесу ціноутворення усередині банківської установи доцільніше вживати категорію «трансфертна ціна», тоді як її аналог «внутріфірмова ціна» повинен використовуватися для позначення ціноутворення усередині компаній нефінансового сектора економіки.

Для збереження функціонального та смислового навантаження на економічну категорію «трансфертна ціна» потрібно обмежити її застосування виключно позначенням ціноутворення в межах однієї юридичної особи. Дане обмеження потрібно ввести до визначення категорії у довідковій економічній літературі та врахувати при фіксації в законодавчому полі. Її не доцільно використовувати на позначення руху товарів, робіт і послуг

¹¹ Економіка підприємства. Под ред. О.И. Волкова. — М.: Инфра-М, 1997. — 414 с.

¹² Закон України «Про банки та банківську діяльність» від 7 грудня 2000 року // <http://zakon.rada.gov.ua>.

між юридичними особами, що входять до певного об'єднання, яке не набуває статусу юридичної особи. Згідно зі статтею 9 Закону України «Про банки та банківську діяльність», банки мають право створювати банківські об'єднання таких типів: банківська корпорація, банківська холдингова група, фінансова холдингова група. У законі визначено, що банківська корпорація – це юридична особа (банк), засновниками та акціонерами якої можуть бути виключно банки; тоді як банківська холдингова група та фінансова холдингова група – це банківські об'єднання. Отже, термін «трансфертне ціноутворення» може використовуватися на позначення ціноутворення усередині банківської корпорації, тоді як його використання для позначення ціноутворення усередині банківської холдингової групи та фінансової холдингової групи є недоцільним.

Методичні аспекти трансфертного ціноутворення

Аналіз графічних моделей трансфертного ціноутворення. Теорія маржинального (граничного) аналізу є універсальним і найпоширенішим методом дослідження ефективності прийняття цінових рішень на рівні фірми¹³. У сучасних теоретичних розробках методика маржинального аналізу широко використовується для визначення ефективності поведінки фірми на різних за рівнем конкуренції ринках. Проведемо дослідження розроблених на засадах маржинального аналізу графічних моделей трансфертного ціноутворення¹⁴.

Для розгляду пропонуються три графічні моделі трансфертного ціноутворення, що описують поведінку фірми за відсутності чи наявності зовнішнього ринку для проміжного продукту та враховують рівень конкуренції на ньому. Необхідно наголосити, що дані графічні моделі побудовані на основі емпіричних даних підприємств реального сектора економіки, але з огляду на універсальність методу маржинального аналізу,

¹³ Кэмпбелл Р. Макконел Стэнли Л. Брю. Экономикс принципы, проблемы и политика. Пер. с англ. 11-го изд. — К.: Хагар-Демос, 1993. — 785 с.; Пол А. Семюелсон, Вильям Д. Нордгауз. Микроекономіка. Пер. з англ. — К.: Основи, 1998. — 675 с.

¹⁴ Colin Drury. Management and Cost Accounting. Fourth edition. — London: International Thomson Business Press, 1996. — 928 p.

можуть також використовуватися для моделювання діяльності фінансових установ.

У моделях використані такі припущення:

- фірма складається з двох відділів — відділу, що виробляє проміжний продукт (далі відділ постачання), та відділу, що споживає даний продукт для трансформації його в кінцевий продукт (далі — відділ споживання);

- проміжний продукт є об'єктом трансфертного ціноутворення і використовується для виробництва кінцевого продукту даної фірми, який реалізується зовнішнім споживачам;

- теоретично правильного є трансфертна ціна, що спонукає відділи працювати на оптимальному для всієї фірми рівні випуску кінцевого продукту.

Адаптуючи зазначені вище припущення до особливостей функціонування банківської установи, можна зазначити:

- ✓ відділами постачання у банківській установі можна вважати відділи, що формують ресурсну базу банку (депозитний відділ), а відділами споживання — відділи, що проводять розміщення залучених ресурсів (кредитний відділ);

- ✓ проміжний банківський продукт виступає у формі певної суми грошових зобов'язань (дану тезу буде обґрунтовано у наступному розділі статті);

- ✓ теоретично правильною є трансфертна ціна, що дозволяє оптимізувати діяльність усієї банківської установи.

1. Модель трансфертного ціноутворення за наявності конкурентного зовнішнього ринку для проміжного продукту¹⁵. Під конкурентним ринком розуміють ринок абсолютної конкуренції, на якому існує велика кількість продавців і покупців, що не мають можливості на нього впливати. У короткостроковому періоді ціна реалізації продукту розглядається у вигляді горизонтальної прямої (рис. 2).

¹⁵ Charles I. Transfer-price solution where market exists // Accountancy. — 1986. — July. — P. 96—99.

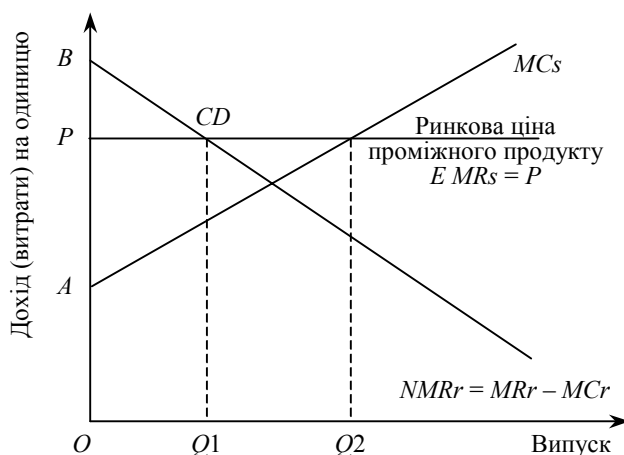


Рис. 2. Трансфертне ціноутворення за наявності конкурентного зовнішнього ринку для проміжного продукту

Зовнішня ринкова ціна для проміжного продукту встановлюється на рівні OP й, оскільки зовнішній ринок за допущенням є конкурентним, маржинальний дохід від реалізації проміжного продукту є фіксованим і представлений горизонтальною прямою PE . $NMRr$ – пряма чистого маржинального доходу відділу, що споживає проміжний продукт і реалізує кінцевий продукт, відображає різницю між граничними доходами та граничними витратами цього відділу за винятком трансфертної ціни сплаченої відділу постачання. Трансфертна ціна буде встановлена на рівні ринкової ціни проміжного продукту на зовнішньому конкурентному ринку, тобто OP .

За цією трансфертною ціною відділ споживання потребуватиме проміжного продукту в обсязі $OQ1$, оскільки забезпечується рівність між його граничними витратами ($P = MCr$) та доходами ($NMRr$). Відділ споживання за однаковою ціною може отримувати проміжний продукт як із відділу постачання, так і з зовнішнього ринку. Відділ постачання також матиме можливість реалізувати проміжний продукт за однаковою ціною на внутріфірмовому чи зовнішньому ринках. Для досягнення оптимального рівня виробництва ($MCs = MRs$) відділ постачання може виробляти проміжний продукт в обсязі $OQ2$ та реалізовувати додатковий обсяг продукції $Q1Q2$ на зовнішньому ри-

нку, тоді як обсяг $OQ1$ постачати за трансфертною ціною відділу споживання.

Потрібно відзначити, що чистий маржинальний дохід усієї компанії відображає крива $BCDE$, і найприбутковіший рівень виробництва для всієї компанії забезпечується у точці перетину маржинальних витрат усієї компанії, які відображає крива ADE , тобто у точці D . Отже, компанії слід забезпечити виробництво проміжного продукту у обсязі $OQ2$, що є тотожним оптимальному обсягу виробництва відділу постачання проміжного продукту. Тож, за умов наявності конкурентного зовнішнього ринку на проміжний продукт орієнтація трансфертного ціноутворення на ціну зовнішнього ринку стимулюватиме підрозділи фірми до встановлення оптимального обсягу виробництва.

2. Трансфертне ціноутворення при відсутності зовнішнього ринку для проміжного продукту. Іноді зовнішній ринок на проміжний продукт є неконкурентним або взагалі не існує (рис. 3).

За умови, що підрозділ, який постачає проміжний продукт, не має виробничих обмежень, трансфертна ціна повинна встановлюватися на рівні OP (лінія PD відображає маржинальний дохід відділу постачання проміжного продукту), що забезпечує максимізацію прибутку для відділу постачання проміжного продукту за оптимального для всієї компанії рівні виробництва кінцевого продукту. Детальніший аналіз наведеної графічної моделі знаходимо у працях закордонних дослідників¹⁶.

¹⁶ Charles I. The economics approach to transfer price // Accountancy. — 1985. — June. — P. 110—112; Colin Drury. Management and Cost Accounting. Fourth edition. — London: International Thomson Business Press, 1996. — 928 p.

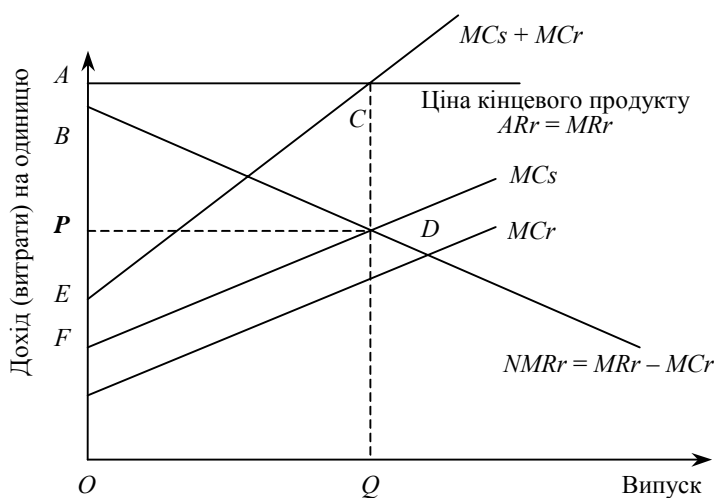


Рис. 3. Трансфертне ціноутворення за відсутності зовнішнього ринку для проміжного продукту

3. Трансфертне ціноутворення за наявності неконкурентного зовнішнього ринку для проміжного продукту. Оптимальна трансфертна ціна, що спонукатиме відділи компанії забезпечувати необхідний рівень виробництва (OQ_3), відповідатиме величині OP_t (досягається оптимізація прибутку для відділу постачання проміжного продукту та компанії в цілому). Відділ постачання максимізуватиме свій прибуток, продаючи поміжний продукт в об'ємі OQ_1 за ціною OP_e на зовнішньому ринку та додаткову кількість (Q_1Q_3) за ціною OP_t відділу споживання (рис. 4).

Дане рішення також відповідає оптимальному рішення для відділу споживання, який потребує проміжний продукт в обсязі OQ_2 , адже відрізок OQ_1 дорівнює Q_2Q_3 , а отже, відрізок OQ_2 дорівнює Q_1Q_3 . Детальніший аналіз наведеної графічної моделі можна знайти у працях закордонних дослідників¹⁷.

¹⁷ Colin Drury. Management and Cost Accounting. Fourth edition. — London: International Thomson Business Press, 1996. — 928 p.

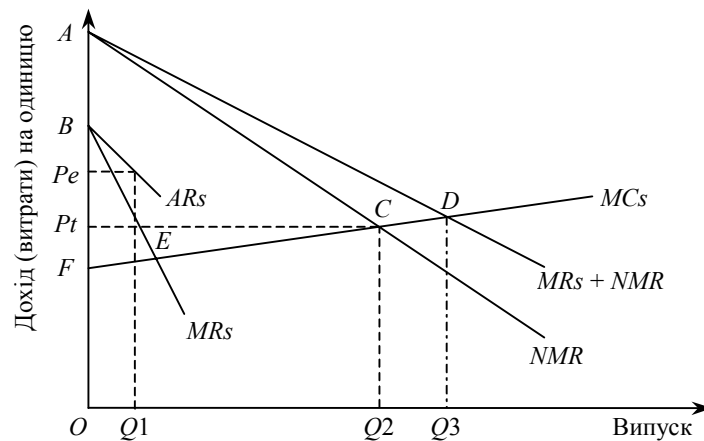


Рис. 4. Трансфертне ціноутворення за наявності неконкурентного зовнішнього ринку для проміжного продукту

Дослідження природи проміжного банківського продукту. Для практичного застосування проаналізованих вище графічних моделей трансфертного ціноутворення потрібно проаналізувати економічну сутність проміжного банківського продукту.

У сучасній науковій літературі виокремлюють чотири основні підходи до визначення сутності категорій «банківський продукт» та «банківська послуга»: грошовий, правовий, маркетинговий та клієнтський¹⁸. На нашу думку, основні постулати зазначених вище концепцій можуть бути розглянуті в межах двох підходів до розуміння сутності банку.

Перший – визначає сутність комерційного банку як специфічного підприємства-виробника унікального продукту (товар специфічної природи у вигляді грошей та платіжних засобів), а ринку банківських продуктів – як «ринку виробника (банку)». У межах даного підходу банківський продукт розглядається як певна сума грошових зобов'язань (грошовий підхід). Банківська послуга, у свою чергу, трактується як «послуга грошового характеру»: послуга, що забезпечує переміщення грошей з рахунку на рахунок або створення грошових фондів.

¹⁸ *Перехожев В. А.* Современные подходы к пониманию категорий «банковский продукт», «банковская услуга» и «банковская операция» // *Финансы и кредит (рус.)*. — 2002. — № 21. — С. 23—33.

Другий – виходить з розуміння сутності комерційного банку як фінансового посередника, цільова функція якого орієнтується на задоволення потреб клієнтів, а ринку банківських продуктів – як «ринку споживача (клієнта)». Беручи за основу дану логіку, банківський продукт трактується як форма прояву банківської послуги, яка, у свою чергу, спрямована на задоволення потреб клієнта (маркетинговий та клієнтський підходи). Отже, банківська послуга вважається сутністю функціонування банку, а банківський продукт – форма прояву цієї сутності. Іншими словами, банківський продукт та послуга як, відповідно, форма та зміст перебувають у діалектичному взаємозв'язку.

Беручи до уваги методологічні та методичні особливості використання трансфертного ціноутворення, пропонуємо в межах даної статті взяти за основу підхід до розуміння категорії «банк» як специфічного підприємства-виробника унікального продукту, а категорії «банківська послуга» як певної суми грошових зобов'язань.

На відміну від інших секторів економіки фінансовий сектор у цілому і банківська система зокрема характеризуються єдиною (універсальною) субстанціональною основою продуктів, які вони виробляють. В основі будь-якого продукту підприємства фінансового сектора економіки лежить певна сума грошових зобов'язань. Зарубіжні банківські установи пропонують більше трьохсот видів банківських продуктів, вітчизняні – у два-три рази менше, але в основі кожного з них – певні грошові зобов'язання. Проміжний банківський продукт, також по суті є формою грошових зобов'язань і не має істотних відмінностей на субстанціональному рівні від кінцевого банківського продукту.

Отже, проміжний банківський продукт як об'єкт трансфертного ціноутворення має свої аналоги на зовнішніх ринках. Для України це Міжбанківський кредитний ринок, Міжбанківська валютна біржа, ринок депозитів і кредитів юридичних та фізичних осіб і т.д. Можна піддавати сумніву об'єктивність інформації, що надходить з перелічених зовнішніх ринків, але сам факт їх існування є беззаперечним.

Отже, ми дійшли висновку, що для проміжного банківського продукту існують ринкові аналоги. Проана-

лізувавши рівень конкуренції на банківському ринку України, ми визначимо, яка з графічних моделей трансфертного ціноутворення може стати теоретичною базою для розробки ефективної методики трансфертного ціноутворення.

Дослідження рівня конкуренції на вітчизняному ринку банківських продуктів. Віднесення реальних ринків до теоретично обґрунтованих моделей ринків (ринки чистої конкуренції, ринок монополістичної конкуренції, олігополія та чиста монополія) є одним із найбільш складних питань мікроекономіки, бо на кон'юнктуру ринків перманентно впливають різноманітні економічні та соціально-політичні фактори.

Визначимо ступінь конкурентності вітчизняного ринку банківських продуктів, застосовуючи найпоширеніші у світовій практиці методи оцінки конкурентності ринків. Предметом дослідження є ринок банківських продуктів у цілому без його сегментації за видами банківських операцій та послуг. Через відсутність необхідної інформації у дослідженні не враховано діяльність на ринку банківських продуктів небанківських фінансових установ.

По-перше, проаналізуємо вітчизняний банківський ринок, використовуючи формально-логічний метод. За обґрунтованими у науковій літературі¹⁹ формальними ознаками (табл. 1) проведемо аналіз українського ринку банківських продуктів.

¹⁹ Кэмпбелл Р. Макконнел, Стэнли Л. Брю. Экономикс принципы, проблемы и политика: Пер. с англ. 11-го изд. — К.: Хагар-Демос, 1993. — 785 с.

Таблиця 1

Формальні ознаки основних моделей ринків

Формальні ознаки основних моделей ринку	Модель ринку			
	Чиста конкуренція	Монополістична конкуренція	Олігополія	Чиста монополія
Кількість фірм	Дуже велика	Велика	Декілька	Одна
Тип продукту	Стандартизований	Диференційований	Стандартизований або диференційований	Унікальний
Контроль над ціною	Відсутній	Певний, але в доволі вузьких рамках	Обмежений, значний за таємної змови	Значний
Умови вступу до галузі	Дуже легкі, бар'єри для вступу відсутні	Порівняно легкі	Наявність істотних бар'єрів для вступу	Вступ блокований
Нецінова конкуренція	Відсутня	Значний наголос на рекламу, торгових знаках, торговельних марках і т.д.	Дуже типова, особливо за диференціації продукту	Головним чином реклама соціальної діяльності фірми

Результати аналізу банківського ринку України за визначеними вище критеріями наведено у табл. 2. Ступінь відповідності значення формальної ознаки реальному стану речей проранжовано за балами: 0 – зовсім не відповідає; 0,5 – справджується частково; 1 – цілком відповідає. Найбільше балів за формально-логічним методом аналізу отримали ринок чистої конкуренції та ринок монополістичної конкуренції – 3 та 2,5 бала відповідно. Отже, можна охарактеризувати вітчизняний ринок банківських продуктів як такий, що частково відповідає теоретичній моделі ринку чистої конкуренції та почасти належить до ринку монополістичної конкуренції.

Таблиця 2

Характерні риси вітчизняного банківського ринку

Характерні риси	Модель ринку, бали відповідності				Вітчизняний банківський ринок
	Чиста конкуренція	Монополістична конкуренція	Олігополія	Чиста монополія	
Кількість фірм	1	0,5	0	0	Дуже велика
Тип продукту	1	0	0,5	0	В основному стандартизований, іноді диференційований
Контроль над ціною	1	0,5	0	0	В основному відсутній, іноді незначний
Умови вступу до галузі	0	1	0	0	Порівняно легкі
Нецінова конкуренція	0	0,5	0,5	0	Присутня незначною мірою
Усього балів	3	2,5	1	0	

Наступний підхід до вимірювання стану конкуренції на ринку ґрунтується на дослідженні показника «відносної націнки» або індексу Лернера. Даний спосіб вимірювання монопольної влади фірми був запропонований у 1934 р. економістом Аббою Лернером, а тому він називається лернерівським ступенем монопольної влади²⁰. Математично даний критерій виражається формулою:

$$I_l = \frac{P - MC}{P} = \frac{1}{E}, \quad (1)$$

де I_l – лернерівський ступінь монопольної влади;

P – ціна;

MC – граничні витрати;

²⁰ Роберт С. Піндайк, Деніел Л. Рубінфелд. Мікроекономіка: Пер. з англ. — К.: Основи, 1996. — 645 с.

E – еластичність попиту на товар даної фірми.

Значення індексу Лернера завжди перебуватиме між нулем та одиницею. Для абсолютно конкурентної фірми $P=MC$, а отже, $L=0$. Чим більшим є значення індексу, тим більший ступінь монопольної влади має дана фірма на ринку. Для забезпечення аналізу всього ринку банківських продуктів пропонуємо адаптувати формулу (1), помноживши її чисельник та знаменник на загальний обсяг виробництва банківських продуктів усіма банками України у 2005 році (Q). Отже, добуток $P \cdot Q$ відобразатиме загальні доходи, а добуток $MC \cdot Q$ – загальні витрати банківської системи України у 2005 році (у межах нашого аналізу вважатимемо граничні витрати (MC) тотожними середнім загальним витратам АТС). Виходячи з даних офіційного сайту НБУ²¹, 2005 року загальні доходи та витрати банків становила 27 480,6 млн грн та 25 073,1 млн грн відповідно. Використовуючи адаптований варіант індексу Лернера, знаходимо, що відносна націнка в банківській системі України у 2005 р. становила 0,0876 від ціни на банківський продукт. Даний рівень націнки порівняно з іншими секторами економіки є незначним і характеризує вітчизняний ринок банківських продуктів як досить конкурентний.

Далі пропонуємо використати методику визначення концентрації ринку за індексом Херфіндаля-Хіршмана²²:

$$I_{HH} = S_1^2 + S_2^2 + S_3^2 + \dots + S_n^2, \quad (2)$$

де I_{HH} – індекс Херфіндаля-Хіршмана;

S_1 – ринкова частка найбільшої фірми;

S_2 – ринкова частка наступної за величиною фірми;

...

S_n – ринкова частка найменшої за величиною фірми.

Для розрахунку значень даного індексу використовуються дані про частку продукції фірми у галузі, тобто ринкової частки фірми. Передбачається, що чим більша частка фірми у галузі, тим більшою є потенційна можливість для виникнення монополії. Потрібно

²¹ <http://bank.gov.ua>

²² Нуреев Р. М. Основы экономической теории. Микроэкономика. — М.: Высшая школа, 1996. — 446 с.

відзначити, що ринкову частку банківської установи можна оцінити через визначення частки активів банку у загальній сумі активів банківської системи. Даний підхід зумовлюється специфікою банківської діяльності, коли статті активів (пасивів) повною мірою відображають обсяг реалізації банківських продуктів.

Якщо на ринку функціонує лише одна фірма (тобто ми маємо приклад чистої монополії), то $S_1=100\%$, а $I_{HH}=10\,000$. Якщо у галузі працюють 100 однакових фірм, то $S_i=1\%$, а $I_{HH}=100 \cdot S_i^2=100$. У США високомонополізованим вважається ринок, на якому індекс Херфіндаля-Хіршмана перевищує 1800. Даний індекс широко використовується в антимонопольній практиці.

Провівши на основі даних офіційного сайту НБУ²³ розрахунок ринкової частки кожної із 163 банківських установ, що мали ліцензії НБУ на виконання банківських операцій станом на 1 січня 2006 року, та підсумувавши їх квадрати, ми отримали значення індексу Херфіндаля-Хіршмана для банківської системи України. Даний індекс з урахуванням продажу становить 389,39 одиниці, що знову ж підтверджує відсутність на вітчизняному ринку банківських продуктів надмірної концентрації. Детальніший розрахунок значення індексу наведено у Додатку 1.

І нарешті, скористаємося простішим, але прозорим і зрозумілим методом вимірювання ринкової влади, який запропоновано Полом А. Семюельсоном та Вільямом Д. Нордгаузом²⁴. Сутність даного методу в аналізі ринкової частки лідерів ринку. На основі емпіричних даних американської економіки автори запропонували такі критерії визначення конкурентності ринків: ринок має високий ступінь концентрації, якщо чотири найбільші компанії контролюють понад 60 % ринку, на ринках з низьким рівнем концентрації чотири найбільші компанії виробляють не більше 20 % продукції.

Лідерами банківської системи України є Приватбанк – 10,31 % ринку, банк «Аваль» – 9,00 % ринку, Промінвестбанк – 6,82 % ринку та Укрсоцбанк – 5,03 % ринку. Визначені банки-лідери у сукупності контролюють

²³ <http://bank.gov.ua>

²⁴ Пол А. Семюелсон, Вільям Д. Нордгауз. Мікроекономіка. Пер. з англ. — К.: Основи, 1998. — 675 с.

31,17 % ринку банківських продуктів України. Більш детальний розрахунок значення індексу наведено у Додатку 1. Таким чином, з одного боку, ми не можемо говорити про низький рівень концентрації ринку, але з іншого — чотири банки-лідери контролюють близько третини ринку, що є досить високим показником. Через відсутність доступу до інформації у дослідженні не враховано можливого контролю кількох банківських установ одним власником.

Проаналізувавши український ринок банківських продуктів, ми з'ясували, що він є досить конкурентним і жоден із його учасників не має монопольної влади для контролю над цінами, крім Національного банку України. У свою чергу, НБУ не може розглядатися як стандартний учасник ринку банківських продуктів, поза як виконує специфічні функції регулятора та забезпечує стабільність національної валюти.

За результатами дослідження сутності проміжного банківського продукту та визначення рівня конкуренції на національному ринку банківських продуктів, ми дійшли висновку, що стратегічним орієнтиром у розробці методик трансфертного ціноутворення повинна стати графічна модель, що передбачає наявність конкурентного зовнішнього ринку для проміжного продукту (рис. 2). Дана модель визначає необхідність орієнтації в розробці методики трансфертного ціноутворення на ринкові індикатори.

Визначення практичної значимості дослідження. Перевіримо практичну значимість наших дослідження порівнявши їх результати зі світовою та національною практикою трансфертного ціноутворення. Взявши за основу наукове дослідження Roger Y. W. Tang²⁵, проаналізуємо практику трансфертного ціноутворення 500 найбільших американських корпорацій (корпорацій, які входять до розрахунку індексу Fortune 500). Дослідження здійснювалось 1990 року за допомогою анкетування, відповідь отримано від 143 респондентів, які представляють 28,6 % від загальної кількості корпорацій, що були включені у дослідження (табл. 3).

²⁵ Tang R. Transfer pricing in the 1990's // Management Accounting (USA). — 1992. — February. — P. 22—26.

Таблиця 3

**Використання методів трансфертного ціноутворення
у найбільших корпораціях США, %**

Методи трансфертного ціноутворення	При веденні бізнесу на території США		При веденні міжнародного бізнесу	
	1990 р.	1977 р.	1990 р.	1977 р.
На основі витрат	46,2	50,4	41,4	46,6
На основі ринкових цін	36,7	31,5	45,9	39,0
На основі переговорів	16,6	18,1	12,7	13,6
Інші методи	0,5	0	0	0,8
Усього	100	100	100	100

Американські науковці Roger Y.W. Tang, C.K.Walter та R.H. Raymond²⁶ у 1979 році провели аналогічне дослідження, результати якого також наведені у таблиці 3. Порівнюючи результати дослідження у 1977 та 1990 роках, можемо виявити загальну тенденцію до зменшення питомої ваги методів трансфертного ціноутворення, базованих на витратах та переговорах, і збільшення на понад 5 відсоткових пунктів питомої ваги методів трансфертного ціноутворення, базованих на ринкових цінах.

Досвід застосуванням методик трансфертного ціноутворення в інших високорозвинутих країнах проілюстровано у табл. 4²⁷.

²⁶ Roger Y. W. Tang, C. K. Walter, and R. H. Raymond. Transfer Pricing — Japanese vs. American Style // Management accounting. — 1979. — January. — P. 12—16.

²⁷ Drury C., Braund S., Osborne P. and Tayles M. A Survey of Management Accounting Practices in UK Manufacturing Companies. — London: ACCA Research Paper, Chartered Association of Certified Accountants, 1993. — 125 p.

Таблиця 4

Використання методів трансфертного ціноутворення, %

Методи трансфертного ціноутворення	Країна			
	Японія	США	Австрія	Канада
	Рік дослідження			
	1979	1990	1991	1992
На основі ринкових цін	34	37	13	34
На основі витрат	46	46	65	46
На основі переговорів	19	16	11	18
Інші методи	1	1	11	2

Як видно з табл. 4, близько половини підприємств орієнтується, встановлюючи трансфертні ціни, на власні витрати. Це пояснюється відсутністю конкурентних зовнішніх ринків для багатьох проміжних продуктів, що є об'єктами трансфертного ціноутворення. Водночас, більше третини підприємств розробляє системи трансфертного ціноутворення на основі ринкових цін.

У квітні 2006 року ми провели дослідження практики трансфертного ціноутворення у вітчизняних банківських установах. Дослідження проводилося за допомогою анкетування 55 найбільших за величиною активів банківських установ, що становить 33,7 % від загальної кількості банківських установ, які мали ліцензію Національного банку України на проведення банківських операцій станом на 01.01.2006 року. Активи включених у дослідження банківських установ станом на 01.01.2006 року становили 88,3 % сукупного активу банківської системи України. Приблизно на такому самому рівні перебували інші балансові показники діяльності даної групи банківських установ. Отже, з огляду на долю ринку банківських продуктів, що представляють включені у дослідження банківські установи, вибірку можна вважати репрезентативною. На даний момент ми отримали 16 відповідей, що становить 29 % від загальної кількості респондентів. Представники шести банківських установ відзначили, що на даний момент не використовують систему трансфертного

ціноутворення, але найближчим часом планують її запровадити. Представники десяти банків відповіли, що використовують систему трансфертного ціноутворення. Деякі результати дослідження щодо особливостей методів трансфертного ціноутворення та строку їх використання подано в табл. 5.

Таблиця 5

**Використання методів трансфертного ціноутворення
у банківських установах України**

Методика трансфертного ціноутворення	Особливості методики		Строк використання	
	Кількість відповідей	Частка, %	Менше 5 років, кількість відповідей	Більше 5 років, кількість відповідей
Орієнтована на ринкові індикатори	1	10 %	1	
Орієнтована на витрати	1	10 %	1	
Орієнтована на ринкові індикатори та витрати	6	60 %	6	1
Інша	2	20 %	2	
Усього	10	100 %	9	1

Отже, ми бачимо, що більшість банківських установ орієнтується на використання як ринкових орієнтирів, так і внутрішніх витрат для визначення рівня трансфертних цін. Дані результати можна пояснити, швидше за все, недостатньою достовірністю, оперативністю та ефективністю інформації, що надходить із ринків кінцевих банківських продуктів в Україні. Необхідно відзначити відсутність достатнього досвіду використання трансфертних цін в українських банках (лише одна банківська установа використовує трансфертні ціни понад 5 років) та необхідність подальшого вдосконалення даного інструменту фінансового менеджменту.

Висновки

Нові реалії розвитку інтеграційних процесів у фінансовому секторі економіки України створюють об'єктивні передумови для запровадження інноваційних методів ведення бізнесу. Одним із таких методів, що недостатньо використовується у вітчизняній практиці, але набув поширення у країнах із розвинутою ринковою економікою, є трансфертне ціноутворення. У роботі всебічно та системно проаналізовано методологічні та методичні аспекти трансфертного ціноутворення у банківських установах України.

За результатами дослідження ми зробили такі висновки:

- проблема законодавчого врегулювання трансфертного ціноутворення потребує негайного прийняття спеціальних нормативно-правових актів, які мають враховувати рекомендації ОЕСР;
- функції трансфертних цін необхідно розглядати у площині загальної теорії ціноутворення та в межах теорії економіки підприємства;
- термін «трансфертне ціноутворення» може використовуватися на позначення ціноутворення усередині банківської корпорації, яка набуває статусу окремої юридичної особи;
- проаналізовано графічні моделі встановлення трансфертної ціни, на основі дослідження природи проміжного банківського продукту та рівня конкуренції на ринку банківських продуктів України зроблено висновок щодо необхідності встановлення трансфертних цін на проміжний банківський продукт на основі ринкових індикаторів;
- проведено дослідження практики трансфертного ціноутворення у вітчизняних банківських установах.

Необхідно наголосити на неприпустимості обмеження досліджень методичних аспектів побудови ефективної системи трансфертного ціноутворення визначенням сутності проміжного банківського продукту та аналізом рівня конкуренції банківського ринку. Подальші дослідження можуть проходити у таких напрямках.

✓ Визначення оптимального співвідношення між децентралізацією та концентрацією організаційно-управлінської структури організації, дану проблематику детально досліджували David J. H. Watson та John V. Baumler²⁸. Автори вважають, що система трансфертного ціноутворення, яка ґрунтується на договірних трансфертних цінах, має забезпечувати оптимальне співвідношення між децентралізацією та інтеграцією управлінської структури організації.

✓ Розробки підходів до прогнозування ефективності використання чи іншої методики трансфертного ціноутворення на основі дискримінантного аналізу²⁹.

✓ Адаптації для потреб вітчизняних банківських установ системи подвійного трансфертного ціноутворення³⁰. Дана система ґрунтується на синтезі двох підходів до встановлення трансфертної ціни: ринкового методу для відділів, що купують на внутрішньому ринку проміжний продукт і, переробивши його в кінцевий, продають на зовнішньому ринку; методу витрат для відділів, що виробляють проміжний продукт і продають його іншим відділам.

Викладений у даній статті матеріал може бути корисним державним органам в для розробки законодавчої бази щодо регулювання трансфертних цін, суб'єктам господарської діяльності із децентралізованою структурою управління — для вдосконалення системи внутрішнього фінансового менеджменту, а усім іншим читачам — для підвищення рівня поінформованості щодо інноваційних методів фінансового менеджменту.

Література

1. Вафина Н. Х. Трансфертное ценообразование: зарубежный опыт // Финансы и кредит. — 2003. — № 9. — С. 30–36.
2. Есипов В. Е. Цены и ценообразование: Учебник: 3-е изд. испр. и доп. — СПб.: Питер, 1999. — 214 с.

²⁸ Watson D.H. and Baumler J.V. Transfer pricing: a behavioural context // Accounting Review. — 1975. — 50(3). — P. 466–474.

²⁹ Mostafa A., Sharp J. and Howard K. Transfer pricing — survey using discriminant analysis // Omega. — 1984. — 12 (5). — P. 465–474.

³⁰ Adelberg, A. Resolving conflicts in intracompany transfer pricing // Accountancy. — 1986. — November. — P. 86–89.

3. Жидко К. Теоретичні основи побудови системи трансфертного ціноутворення у банку // Вісник Національного банку України. – 2005 р. – № 1. – С. 52–56.
4. Закон України «Про банки та банківську діяльність» від 7 грудня 2000 року // <http://zakon.rada.gov.ua>.
5. Закон України «Про оподаткування прибутку підприємств» від 28 грудня 1994 року // <http://zakon.rada.gov.ua>.
6. Зубарев А. В. Внутренний хозрасчет в банке, трансфертное ценообразование // Банковское дело (рус.). – 2001. – № 1. – С. 14–18
7. Кэмпбелл Р. Макконнел Стэнли Л. Брю. Экономические принципы, проблемы и политика. Пер. с англ. 11-го изд. – К.: Хагар-Демос, 1993. – 785 с.
8. Крылов В. М. Трансфертные цены: основные функции и проблемы // Финансы и кредит. – 2002. – № 7. – С. 20–24.
9. Москаленко В. П. Экономические новации: поиск и внедрение. – Сумы: Довкілля, 2004. – 369 с.
10. Нуреев Р. М. Основы экономической теории. Микроэкономика. – М.: Высшая школа, 1996. – 446 с.
11. Ольхова Р. Г. Трансфертное ценообразование в системе управления доходностью банка // Банковские услуги (рус.). – 2001. – № 7. – С. 34–48.
12. Перехожев В. А. Современные подходы к пониманию категорий «банковский продукт», «банковская услуга» и «банковская операция» // Финансы и кредит (рус.). – 2002. – № 21. – С. 23–33.
13. Пол А. Семюелсон, Вильям Д. Нордгауз. Микроэкономика. Пер. з англ. – К.: Основи, 1998. – 675 с.
14. Роберт С. Піндайк, Деніел Л. Рубінфелд. Микроэкономика. Пер. з англ. – К.: Основи, 1996. – 645 с.
15. Румянцев М. В. Вопросы методологии и методики трансфертного ценообразования // Банковские услуги (рус.). – 2004. – № 2. – С. 5–12.
16. Соколовський С. Методика оцінки основних фінансових операцій комерційного банку за допомогою системи трансфертного ціноутворення // Вісник Національного банку України. – 2000 р. – № 8. – С. 31–33.
17. Уткин Э. А. Цены. Ценообразование. Ценовая политика: Учебник. – М.: Экмос, 1997. – 223 с.
18. Шульга Н. П. Трансфертне ціноутворення як інструмент бюджетування комерційного банку // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. Т. 5. – Суми: Мрія ЛТД, 2002. – 288 с.
19. Экономика предприятия / Под ред. О.И. Волкова. – М: Инфра-М, 1997. – 414 с.
20. Adelberg, A. Resolving conflicts in intracompany transfer pricing // Accountancy. – 1986. – November – P. 86–89.

21. *Charles I.* The economics approach to transfer price // *Accountancy*. – 1985. – June. – P. 110–112.
22. *Charles I.* Transfer-price solution where market exists // *Accountancy*. – 1986. – July. – P. 96–99.
23. *Colin Drury.* *Management and Cost Accounting*. Fourth edition. – London: International Thomson Business Press, 1996. – 928 p.
24. *Drury C., Braund S., Osborne P. and Tayles M.* *A Survey of Management Accounting Practices in UK Manufacturing Companies*. – London: ACCA Research Paper, Chartered Association of Certified Accountants, 1993. – 125 p.
25. *Laixun Zhao.* Decentralization and Transfer Pricing Under Oligopoly // *Southern Economic Journal*. – 2000. – 67(2) – P. 414–426.
26. *Mostafa A., Sharp J. and Howard K.* Transfer pricing – survey using discriminant analysis // *Omega*. – 1984. – 12(5). – P. 465–474.
27. *Roger Y. W. Tang, C. K. Walter, and R. H. Raymond.* *Transfer Pricing – Japanese vs. American Style* // *Management accounting*. – 1979. – January. – P. 12–16.
28. *Tang R.* Transfer pricing in the 1990's // *Management Accounting (USA)*. – 1992. – February. – P. 22–26.
29. *The new United Kingdom Transfer Pricing Rules* // *The International tax journal*. – 1999. – C. 58–69.
30. *Watson D.H. and Baumler J.V.* Transfer pricing: a behavioural context // *Accounting Review*. – 1975. – 50(3). – P. 466–474.

ДОДАТОК 1

**Розрахунок індекса Херфіндаля-Хіршмана
та індексу ринкової влади лідерів**

Значення індексу ринкової влади лідерів
Значення індексу Херфіндаля-Хіршмана:

31,17 %
389,393

№ з/п	№ з/гр	Назва банку	Сумарні активи станом на 01.01.2006	Частка ринку банківської установи	Квадрат частки ринку
Група 1					
1	1	Приватбанк	22 058 095	10,31 %	106,366
2	2	Аваль	19 258 774	9,00 %	81,082
3	3	Промінвестбанк	14 590 344	6,82 %	46,537
4	4	Укрсоцбанк	10 762 963	5,03 %	25,324
5	5	Укрсиббанк	10 669 190	4,99 %	24,885
6	6	Укрексімбанк	10 376 114	4,85 %	23,536
7	7	Ощадбанк	9 515 315	4,45 %	19,793
8	8	Райффайзенбанк Україна	7 048 988	3,30 %	10,862
9	9	Надра	5 922 497	2,77 %	7,668
10	10	Брокбізнесбанк	4 768 831	2,23 %	4,972
11	11	Фінанси та кредит	4 421 711	2,07 %	4,274
12	12	Укрпромбанк	4 109 059	1,92 %	3,691
Група 2					
13	1	Форум	3 752 673	1,75 %	3,079
14	2	Перший укр. міжнародний банк	3 577 324	1,67 %	2,798
15	3	Хрещатик	3 144 648	1,47 %	2,162
16	4	Кредитпромбанк	2 904 880	1,36 %	1,845
17	5	ІНГ банк Україна	2 587 010	1,21 %	1,463
18	6	Укргазбанк	2 387 265	1,12 %	1,246
19	7	Вабанк	2 351 156	1,10 %	1,208

20	8	Південний	2 302 891	1,08 %	1,159
21	9	Індустріально-експорт. банк	2 215 329	1,04 %	1,073
22	10	Донгорбанк	2 141 040	1,00 %	1,002
23	11	Альфа-банк	2 132 548	1,00 %	0,994

Продовження дод. 1

№ з/п	№ з/гр	Назва банку	Сумарні активи станом на 01.01.2006	Частка ринку банківської установи	Квадрат частки ринку
24	12	Правекс-банк	2 123 520	0,99 %	0,986
25	13	Кредит банк (Україна)	2 028 417	0,95 %	0,899
26	14	Тас-комерцбанк	2 024 159	0,95 %	0,896
27	15	Мрія	1 927 942	0,90 %	0,813
		Група 3			
28	1	Родовід банк	1 829 178	0,86 %	0,731
29	2	Індустріалбанк	1 799 289	0,84 %	0,708
30	3	Імексбанк	1 625 807	0,76 %	0,578
31	4	Сітібанк (Україна)	1 573 301	0,74 %	0,541
32	5	ХФБ банк Україна	1 520 840	0,71 %	0,506
33	6	Експрес-банк	1 455 108	0,68 %	0,463
34	7	Київ	1 441 494	0,67 %	0,454
35	8	ТАС-інвестбанк	1 237 675	0,58 %	0,335
36	9	Кредит-дніпро	1 095 207	0,51 %	0,262
37	10	Прокредит банк	1 073 555	0,50 %	0,252
38	11	Морський транспортний банк	1 051 021	0,49 %	0,241
39	12	Віг енергія	1 013 015	0,47 %	0,224
40	13	Каліон банк Україна	948 268	0,44 %	0,197
41	14	НРБ-Україна	902 363	0,42 %	0,178
42	15	Мегабанк	812 129	0,38 %	0,144
43	16	Експобанк	734 469	0,34 %	0,118
44	17	Універс.банк розвит.та партн.	722 879	0,34 %	0,114
45	18	Укрінбанк	708 722	0,33 %	0,110

46	19	Факторіал-банк	690 556	0,32 %	0,104
47	20	Діамант	679 966	0,32 %	0,101
48	21	Західінкомбанк	673 496	0,31 %	0,099
49	22	Таврика	654 698	0,31 %	0,094
50	23	Київська Русь	626 763	0,29 %	0,086
51	24	Дністер	615 704	0,29 %	0,083
52	25	Ажіо	613 719	0,29 %	0,082

Продовження дод. 1

№ з/п	№ з/гр	Назва банку	Сумарні активи станом на 01.01.2006	Частка ринку банківської установи	Квадрат частки ринку
53	26	Перший інвестиційний банк	587 530	0,27 %	0,075
54	27	Агробанк	572 450	0,27 %	0,072
55	28	Банк петрокоммерц-Україна	551 847	0,26 %	0,067
		Група 4			
56	1	Фінансова ініціатива	743 694	0,35 %	0,121
57	2	Актив банк	605 984	0,28 %	0,080
58	3	Внешторгбанк	562 886	0,26 %	0,069
59	4	Електрон банк	514 188	0,24 %	0,058
60	5	Базис	490 542	0,23 %	0,053
61	6	Трансбанк	473 802	0,22 %	0,049
62	7	Аркада	473 210	0,22 %	0,049
63	8	Міжнародний комерційний банк	466 807	0,22 %	0,048
64	9	Національні інвестиції	461 705	0,22 %	0,047
65	10	Український професійний банк	443 307	0,21 %	0,043
66	11	Золоті ворота	441 366	0,21 %	0,043
67	12	Полтава банк	439 258	0,21 %	0,042
68	13	Автозасбанк	436 812	0,20 %	0,042
69	14	Енергобанк	432 302	0,20 %	0,041
70	15	Укргазпромбанк	417 351	0,20 %	0,038
71	16	Фінансовий союз банк	408 110	0,19 %	0,036

72	17	Європейський	406 406	0,19 %	0,036
73	18	Український фінансовий світ	395 660	0,18 %	0,034
74	19	Банк регіонального розвитку	390 343	0,18 %	0,033
75	20	Місто-банк	389 113	0,18 %	0,033
76	21	Універсальний	385 527	0,18 %	0,032
77	22	Новий	379 050	0,18 %	0,031
78	23	Інпромбанк	376 342	0,18 %	0,031
79	24	Фортуна банк	352 307	0,16 %	0,027
80	25	Меркурій	345 958	0,16 %	0,026

Продовження дод. І

№ з/п	№ з/гр	Назва банку	Сумарні активи станом на 01.01.2006	Частка ринку банківської установи	Квадрат частки ринку
81	26	Національний кредит	335 283	0,16 %	0,025
82	27	Артем банк	317 829	0,15 %	0,022
83	28	Капітал	314 429	0,15 %	0,022
84	29	Укркомунбанк	304 574	0,14 %	0,020
85	30	Східноєвропейський банк	303 227	0,14 %	0,020
86	31	Український бізнес банк	297 655	0,14 %	0,019
87	32	Легбанк	296 484	0,14 %	0,019
88	33	Кліринговий дім	295 441	0,14 %	0,019
89	34	Камбіо	294 164	0,14 %	0,019
90	35	Металург	287 296	0,13 %	0,018
91	36	Європейськ.банк розвит. та заощ.	286 672	0,13 %	0,018
92	37	Український кредитний банк	285 661	0,13 %	0,018
93	38	Аграрний комерційний банк	284 598	0,13 %	0,018
94	39	Промекономбанк	267 366	0,13 %	0,016
95	40	Демарк	259 148	0,12 %	0,015
96	41	Приватінвест	240 051	0,11 %	0,013
97	42	Інтеграл	237 856	0,11 %	0,012

98	43	Синтез	235 211	0,11 %	0,012
99	44	Інтербанк	229 845	0,11 %	0,012
100	45	Інтерконтинентбанк	229 661	0,11 %	0,012
101	46	Південкомбанк	226 652	0,11 %	0,011
102	47	Автокразбанк	225 838	0,11 %	0,011
103	48	Європейськ.банк раціон. фінанс.	217 436	0,10 %	0,010
104	49	Банк Пекао (Україна)	214 177	0,10 %	0,010
105	50	Фінбанк	211 630	0,10 %	0,010
106	51	Промислово-фінансовий банк	207 851	0,10 %	0,009
107	52	Грант	200 902	0,09 %	0,009
108	53	Реал банк	196 604	0,09 %	0,008
109	54	Прикарпаття	195 823	0,09 %	0,008
110	55	Столиця	195 025	0,09 %	0,008

Продовження дод. 1

№ з/п	№ з/гр	Назва банку	Сумарні активи станом на 01.01.2006	Частка ринку банківської установи	Квадрат частки ринку
111	56	Причорномор'я	194 295	0,09 %	0,008
112	57	Київський універсальний банк	192 150	0,09 %	0,008
113	58	Український капітал	190 247	0,09 %	0,008
114	59	Контракт	178 292	0,08 %	0,007
115	60	Даніель	175 605	0,08 %	0,007
116	61	Коопінвестбанк	174 111	0,08 %	0,007
117	62	Ікар-банк	170 092	0,08 %	0,006
118	63	Чорн.банк розвитку та реконстр.	168 916	0,08 %	0,006
119	64	Старокиївський банк	163 512	0,08 %	0,006
120	65	Земельний банк	162 529	0,08 %	0,006
121	66	Комерційний індустріальний банк	162 458	0,08 %	0,006
122	67	Порто-франко	162 257	0,08 %	0,006
123	68	Об'єднаний комерційний	161 710	0,08 %	0,006

		банк			
124	69	ТК кредит	156 504	0,07 %	0,005
125	70	Полікомбанк	153 153	0,07 %	0,005
126	71	Тас-бізнесбанк	151 017	0,07 %	0,005
127	72	Володимирський	148 810	0,07 %	0,005
128	73	Український кредитно-торговий банк	145 904	0,07 %	0,005
129	74	Юнекс	145 288	0,07 %	0,005
130	75	Українська фінансова група	142 282	0,07 %	0,004
131	76	Соцкомбанк	131 091	0,06 %	0,004
132	77	Інвестбанк	125 100	0,06 %	0,003
133	78	Фамільний	122 767	0,06 %	0,003
134	79	Арма	121 561	0,06 %	0,003
135	80	Одеса-банк	113 451	0,05 %	0,003
136	81	Укоопспілка	112 412	0,05 %	0,003
137	82	Регіон банк	111 197	0,05 %	0,003
138	83	Діалогбанк	106 391	0,05 %	0,002

Продовження дод. 1

№ з/п	№ з/гр	Назва банку	Сумарні активи станом на 01.01.2006	Частка ринку банківської установи	Квадрат частки ринку
139	84	Траст-капітал	103 528	0,05 %	0,002
140	85	ТММ-банк	102 511	0,05 %	0,002
141	86	Львів	101 521	0,05 %	0,002
142	87	Морський	101 272	0,05 %	0,002
143	88	Славутич	99 394	0,05 %	0,002
144	89	Інвест-кривбас банк	96 702	0,05 %	0,002
145	90	Олімпійська Україна	90 850	0,04 %	0,002
146	91	Східно-промисл.комерц.банк	90 116	0,04 %	0,002
147	92	Банк «перспектива»	88 614	0,04 %	0,002
148	93	Міжнарод. іпотечний банк	88 008	0,04 %	0,002
149	94	Земельний капітал	78 789	0,04 %	0,001

150	95	Прайм-банк	78 112	0,04 %	0,001
151	96	Фінексбанк	69 438	0,03 %	0,001
152	97	Радабанк	67 019	0,03 %	0,001
153	98	Велес	63 334	0,03 %	0,001
154	99	Фінростбанк	61 868	0,03 %	0,001
155	100	Гарант	59 748	0,03 %	0,001
156	101	Укр. будівельно-інвест.банк	55 510	0,03 %	0,001
157	102	Альянс	54 527	0,03 %	0,001
158	103	Фермерський земельний банк	54 068	0,03 %	0,001
159	104	Укр.банк реконстр.та розв.	45 319	0,02 %	0,000
160	105	Класикбанк	43 916	0,02 %	0,000
161	106	Столичний	37 806	0,02 %	0,000
162	107	Банк інвестиц. та заощ.	35 121	0,02 %	0,000
163	108	Євробанк	27 636	0,01 %	0,000
		Усього по банках	213 877 982	100,00 %	389,39 3

Стаття надійшла до редакції 15.03.2006.