

УДК 336.717

Зуєва О.В.

аспірант кафедри банківської справи  
Харківського національного економічного університету  
імені Семена Кузнеця

## ОЦІНЮВАННЯ ВНУТРІШНІХ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ОКРЕМІ СКЛАДОВІ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ БАНКУ

### ESTIMATION OF THE INTERNAL FACTORS AFFECTING CERTAIN COMPONENTS OF BANK'S FINANCIAL POTENTIAL

#### АНОТАЦІЯ

Проаналізовано внутрішні фактори формування фінансових спроможностей та можливостей банку на ринку банківських послуг України. Визначено основні показники, що характеризують найбільш значимі з проаналізованих факторів. На основі визначених показників за даними окремих банків розраховано таксономічний показник привабливості банку і виявлено його зв'язок із часткою, що займає конкретний банк на ринку банківських послуг України за окремими напрямками залучення та розміщення фінансових ресурсів.

**Ключові слова:** фінансові спроможності банку, фінансові можливості банку, привабливість банку, таксономічний показник, внутрішні фактори.

#### АННОТАЦИЯ

Проанализированы внутренние факторы формирования финансовых способностей и возможностей банка на рынке банковских услуг Украины. Определены основные показатели, характеризующие наиболее значимые из проанализированных факторов. На основе определенных показателей по данным отдельных банков рассчитан таксономический показатель привлекательности банка и выявлена его связь с долей, которую занимает конкретный банк на рынке банковских услуг Украины по отдельным направлениям привлечения и размещения финансовых ресурсов.

**Ключевые слова:** финансовые способности банка, финансовые возможности банка, привлекательность банка, таксономический показатель, внутренние факторы.

#### ANNOTATION

The internal factors of forming of financial abilities and possibilities of the bank in the banking market of Ukraine were analyzed. The main indicators characterizing the most important of the analyzed factors were identified. The taxonomic index of attractiveness of the bank was calculated on the basis of certain indicators according to the data certain banks and connection of taxonomic index with the share, which occupies a particular bank in the Ukrainian banking market in certain areas of attracting and placing of financial resources, was found.

**Keywords:** bank's financial abilities, bank's financial possibilities, attractiveness of the bank, taxonomic index, internal factors.

**Постановка проблеми.** Наразі економіка України та банківська система зокрема переживають період потрясінь. Велику кількість банків визнано неплатоспроможними, перед іншими постає питання максимального підвищення ефективності діяльності. Для раціонального спрямування зусиль щодо підвищення результативності та ефективності діяльності необхідним є оцінювання фінансового потенціалу банку. Першим етапом оцінювання фінансового потенціалу банку є оцінювання його складових таких як фінансові спроможності та фінансові можливості, що полягає у визначенні максимальних обсягів ресурсів, що їх може залучи-

ти та розмістити банк за окремими напрямками своєї діяльності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням оцінювання фінансового потенціалу адміністративно-територіальних одиниць та суб'єктів господарювання присвячені роботи таких вітчизняних учених, як Ж.Г. Голодова, Н.О. Гнип, Ж.В. Семчук, І.І. Гринашук, С.С. Шумська, А.О. Бойко та ін. Серед зарубіжних учених варто виділити роботи Є.Н. Єгорова, А.М. Смулова, Джозефа Хьюза, Лоретти Дж. Местер, Джозефа Параді. Щодо оцінювання фінансового потенціалу банків, серед вітчизняних вчених Я.М. Кривич займалася питанням оцінювання фінансового потенціалу банку в системі інноваційного потенціалу; О.В. Портна розглядала фінансовий потенціал банків у складі сукупного фінансового потенціалу України.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Незважаючи на значну кількість публікацій щодо фінансового потенціалу та його оцінювання, роботи, присвячені саме питанням оцінювання фінансового потенціалу банку з точки зору підвищення ефективності банківської діяльності, практично відсутні, що вказує на необхідність здійснення наукових розробок у цьому напрямі.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Основною метою цієї статті є визначення показників для оцінювання таких складових фінансового потенціалу, як фінансові спроможності та фінансові можливості.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Ефективне функціонування банку в умовах сучасних фінансових ринків, що відрізняються високою динамічністю, неможливо без оцінювання його фінансових перспектив. Варто зазначити, що рівень фінансових спроможностей та можливостей багато в чому залежить від конкурентного положення банку на ринку банківських послуг. Обсяги попиту та пропозиції коштів на ринку банківських послуг визначається у більшості макроекономічними показниками і є єдиними для всього ринку, тоді як частка ринку, яку займає конкретний банк, безпосередньо залежить від внутрішніх характеристик його діяльності. Отже, дуже важливим є визначення факторів, від яких залежить, яку частку ринку може зайняти конкретний банк. Думки науковців щодо внутрішніх

факторів впливу на спроможності банку до залучення фінансових ресурсів та можливостей щодо їх розміщення різняться. Розглянемо результати досліджень науковців щодо внутрішніх факторів діяльності банків, що впливають на його спроможності до залучення і можливості до розміщення фінансових ресурсів (табл. 1).

Таким чином, з таблиці 1 видно, що серед основних факторів, які впливають на спроможності та можливості банку, до залучення коштів на ринку банківських послуг відносять рівень кваліфікації персоналу, цінову політику, імідж банку, асортимент банківських послуг тощо. Варто зазначити, що не менш важливими факторами є вже досягнуті банком обсяги діяльності та клієнтської бази, однак ці фактори можуть бути включені до іміджу банку або, безумовно, сильно корелюють із ним. Варто зазначити, що, незважаючи на те, що небагато науковців вказують в якості фактора привабливості банку розгалуженість філіїної мережі, цей фактор є дуже важливим і впливає на рівень реалізації фінансового потенціалу банку, оскільки визначає можливості доступу банку до певної частки ринку. Важливим є також показник фінансової надійності банку. І хоча небагато клієнтів у процесі вибору банку аналізують показники його фінансової діяльності, показник іміджу банку тісно пов'язаний з надійністю банку.

На суспільну думку відносно привабливості депозитних та кредитних послуг того чи іншого банку впливають також дані рейтингових агентств. Наприклад, українське агентство «Кредит-рейтинг» для оцінювання привабливості банку використовує такі показники, як ліквідність; структура, концентрація та стабільність ресурсної бази; диверсифікація та якість активів; ефективність діяльності; ступінь чуттєвості до появи негативних економічних та політичних факторів; наявність підтримки та можливість залучення ресурсів [7]. Проект «Реальна економіка» використовує для рейтингування такий набір факторів привабливості банків для вкладників: довгостроковий приплив або відплив депозитів; відповідність капіталу активам; ліквідність банку; рівень іноземної чи державної підтримки; ефективність діяльності банку; рівень боргового навантаження; приріст або зменшення власного капіталу; чиста процентна маржа; коефіцієнт системності; понижуючий коефіцієнт (ризик невиконання або затримки вкладів) [8]. Проект «Перший український депозитний індекс» використовує такі характеристики, як ринкова частка, капіталізація, ліквідність, якість активів, якість пасивів, ефективність діяльності банку. Крім того, банки перевіряють на предмет наявності стоп-факторів: фактів порушення терміну повернення депозиту, а також фактів введення в банку тимчасової адміністрації [9]. Фінансовий портал «Мінфін» використовує для рейтингування банків показники стресостійкості банку та лояльності клієнтів із коригуючими коефіцієнтами на експертну думку [10]. Варто зазначити, що для юридичних

осіб більш важливим є умови та тарифи щодо обслуговування поточних рахунків, тоді як для фізичних більш важливим є надійність банку та відсоткова ставка за вкладами. Саме дані рейтингових агентств є одним із вагомих чинників формування іміджу банку. Згідно з даними «Дослідження відносини вкладників (фізичних осіб) до рейтингів надійності банківських депозитів/вкладів», незалежні рейтингові агентства користуються найбільшим кредитом довіри респондентів як рейтингові організації з точки зору надійності для депозитів/вкладів (21% опитаних в першу чергу, довіряли б оцінці саме незалежних рейтингових агентств). Навіть такий впливовий (і неконтрольований) канал комунікації, як «оцінка знайомих» користується пріоритетною довірою у меншого числа вкладників (18%) [11].

Таблиця 1  
Внутрішні фактори формування фінансових спроможностей та можливостей банку

Фактори	Автор, джерело					
	В.С. Волохата [1, с. 312]	Л.О. Магара, П.В. Василина [2, с. 277]	М.В. Горун [3]	А.О. Єсіфанов та ін. [4, с. 111]	І.О. Лютий [5, с. 96]	Н.О. Кожель [6, с. 226-229]
Кваліфікація персоналу	+	+	+	+	+	+
Чисельність персоналу	-	-	-	-	+	-
Фінансова стійкість та надійність банку	+	+	-	-	-	+
Імідж банку на ринку банківських послуг	+	-	+	+	+	+
Система гарантування вкладів	+	-	-	-	-	-
Продуктова політика	+	-	-	-	-	+
Організаційна структура	+	-	-	-	-	-
Маркетингова політика	+	-	+	+	-	+
Обсяги витрат на реалізацію маркетингової політики	-	+	+	-	+	-
Характеристики клієнтури банку	-	+	-	-	-	-
Спектр банківських послуг	-	+	+	+	+	+
Цінова політика	-	+	-	+	+	+
Мережа відділень	-	-	+	-	+	+
Технічне забезпечення і сервісні умови	-	-	+	-	+	+
Стимулювання співробітників продажів	-	-	-	-	+	-
Наявність підрозділу зв'язків з громадськістю	-	-	-	-	+	-
Обсяги діяльності	-	-	-	-	-	+
Темп зростання обсягів діяльності	-	-	-	-	-	+

На думку експертів маркетингової групи «Spring MG», на вибір споживача щодо банку впливають такі фактори: знання банку, дистрибуція, процентні ставки, рекламна активність. Експерти зазначають, що вибір саме цих критеріїв продиктований логікою вибору банку споживачем, яка відома з численних фокус-груп, проведених «Spring MG» [12]. З точки зору формування іміджу банку та його впізнаваності на ринку банківських послуг споживачем важливим є кількість років, які діє банк під певним брендом. Під дистрибуцією розуміється рівень територіальної експансії банку, те наскільки доступними є послуги банку для споживача. Доступність банківських послуг характеризується кількістю відділень та населених пунктів, де можна отримати послуги конкретного банку, а також кількістю банкоматів.

Цінова політика банку є дуже важливим фактором при здійсненні вибору банку споживачем. В якості показників, що відображають цінову політику, можна прийняти середні відсоткові ставки за основними послугами банку, тобто за залученими коштами та виданими кредитами.

Не менш важливою є рекламна активність банку. Для відображення цього фактору маркетингової група «Spring MG» використовує розмір рекламних бюджетів банків. Варто зазначити, що обсяг витрат на рекламу не повною мірою відображає рекламну активність банку, так як гроші можуть бути використані неефективно, тому доцільним є доповнення даного показника показником кількості згадувань банку у ЗМІ.

В усіх проаналізованих наукових роботах щодо привабливості банків вченими виділяється фактор кваліфікації персоналу, який, безумовно, є одним з найважливіших при прийнятті рішення споживачем щодо вибору банку. Однак, банки України надають дуже мало інформації у відкритому доступі щодо рівня освіти персоналу, програм підвищення кваліфікації, тестувань співробітників, тощо. Тому в якості показника кваліфікації персоналу будемо використовувати показник частки співробітників, що пройшли додаткове навчання, розрахований як загальна кількість співробітників, які брали участь у семінарах, тренінгах або програмах додаткового навчання відносно загальної численності персоналу. Не дивлячись на те, що численність персоналу як важливий фактор вказана лише в одній з проаналізованих робіт, використання даного показника є доцільним при оцінці привабливості банку, адже кількість співробітників впливає на швидкість обслуговування, а також на масштаб можливостей залучення додаткових клієнтів.

У процесі вибору банку клієнт зазвичай не цікавиться показниками надійності банку, але цей фактор опосередковано впливає на усі інші. Відображенням надійності банку є такі показники як поточна ліквідність, адекватність регулятивного капіталу та рівень резервування за кредитами. Поточна ліквідність вказує на

спроможність банку вчасно виконувати свої зобов'язання до 31 дня перед клієнтами. Саме поточна ліквідність відображає рівень можливостей до маневрування при настанні кризових подій. Адекватність регулятивного капіталу відображає здатність банку своєчасно і в повному обсязі розраховуватися за своїми зобов'язаннями, тому норматив Н2 ще називають нормативом платоспроможності. Рівень резервування за кредитами відображає якість кредитного портфеля банку. Чим менший обов'язковий резерв під кредитні операції, тим в менш ризиковані активи вкладені кошти банку і тим менша частка коштів банку заблокована у резервах, що надає підстави до більш ефективної діяльності. Отже, для оцінювання фінансових спроможностей банку доцільно використовувати такі фактори і показники для їх оцінки (табл. 2).

Таблиця 2  
Внутрішні фактори впливу на фінансові спроможності та можливості банку

Фактор	Показник
Імідж (репутація) банку на ринку банківських послуг	Усереднені оцінки банку за методами рейтингових агентств
	Кількість років на ринку банківських послуг в Україні
Дистрибуція	Кількість відділень банку в Україні
	Кількість населених пунктів України, в яких представлений банк
	Кількість власних банкоматів
Цінова політика	Середні відсоткові ставки за кредитними рахунками
	Середні відсоткові ставки за вкладними рахунками
Персонал	Численність персоналу
	Відсоток співробітників, що проходять додаткове навчання, тренінги
Рекламна кампанія	Обсяг витрат на рекламу
	Кількість згадувань банку у ЗМІ
Надійність банку	Ліквідність (поточна)
	Адекватність регулятивного капіталу
	Рівень резервування за кредитами

Таким чином, внутрішні фактори впливу на рівень фінансових спроможностей та можливостей, а отже і потенціальну частку ринку конкретного банку за окремими напрямками, можна оцінити на підставі показників представлених у таблиці 2. Оцінювання впливу внутрішніх факторів є дуже важливим, адже саме завдяки управлінню даними факторами банк спроможний підвищити рівень реалізації фінансового потенціалу. Тому скорочення кількості факторів та показників є недоцільним. Для включення у модель усіх показників необхідним є побудова таксономічного показника, який стане загальною характеристикою спроможностей банку до залучення фінансових ресурсів та можливостей щодо їх розміщення. Відібрані внутрішні фактори формують привабливість банку з точки зору



споживачів банківських послуг. Отже, розраховуємо таксономічний показник рівня привабливості банку на ринку банківських послуг.

Для розрахунку таксономічного показника використаємо дані банків України із схожими характеристиками діяльності (структурою активів та пасивів), що були відібрані за допомогою кластерного аналізу, за показниками представленими у таблиці 2 за період 2012-2014 рр. У процесі оцінювання усі показники необхідно розділити на стимулятори, тобто ті, що сприяють підвищенню привабливості, а отже позитивно впливають на фінансові спроможності та можливість банку, та дестимулятори, що знижують привабливість банку з точки зору споживача.

До стимуляторів віднесемо усі показники репутації банку, дистрибуції, численності та кваліфікації персоналу, рекламної кампанії та показники середніх відсоткових ставок за вкладними рахунками та адекватності регулятивного капіталу.

До дестимуляторів віднесемо показник середніх відсоткових ставок за кредитними рахунками, адже їх підвищення знижує привабливість банку, а отже і можливості щодо розміщення ресурсів та показник рівня резервування за кредитами, зростання якого відображає підвищення ризикованості операцій банку і зниження його надійності.

Показник поточної ліквідності не можна віднести до стимуляторів чи дестимуляторів, адже його зростання є позитивним, але до певної межі, наявність надлишкової ліквідності знижує ефективність роботи банку. Національний банк України, регулюючи банківську ліквідність встановив норматив поточної ліквідності Н5 на мінімальному рівні 40%, але наближення даного нормативу банку до цього рівня свідчить про негативні явища. Досліджуючи проблеми ліквідності банків Ю.С. Серпенінова вважає, що необхідним є встановлення діапазонів ліквідності [13, с. 338]. При цьому в процесі аналізу автор прийшла до висновку, що на надлишкову ліквідність вказує показник поточної ліквідності, що перевищує 77,65% [13, с. 339]. Отже, будемо вважати 77,65% оптимальним рівнем поточної ліквідності.

На основі проведеного аналізу диференціації відібраних показників визначимо еталонні значення та розрахуємо таксономічний показник привабливості банку. Отримані значення таксономічного показника привабливості відображають узагальнений вплив внутрішніх факторів на рівень фінансових спроможностей та можливостей банку. Саме ці фактори відображають конкурентне положення банку на ринку банківських послуг та визначають частку ринку, яку займає конкретний банк. Проаналізуємо вплив

Таблиця 3

**Таксономічний показник рівня привабливості банків та частка банків на ринку банківських послуг України за окремими складовими фінансових спроможностей та можливостей (фрагмент, дані розрахунків за 2014 р.)**

Назва банку	ТП	ФОВ	ФОС	ЮОВ	ЮОС	КФО	КЮО
Приватбанк	0,54	20,93	26,84	9,64	13,87	15,18	19,13
Мегабанк	0,22	0,17	0,43	0,76	0,66	0,31	0,73
Альфа-Банк	0,20	1,48	2,79	1,47	4,11	3,33	2,85
Укрінбанк	0,19	0,25	0,89	0,22	1,80	0,14	0,72
Південний	0,19	1,42	0,86	0,98	1,06	0,25	1,41
Діамантбанк	0,17	0,31	0,43	0,37	0,89	0,04	0,44
Аркада	0,16	0,01	0,30	0,09	0,52	0,09	0,27
Банк Інвестицій та Заощаджень	0,16	0,10	0,36	0,12	1,41	0,02	0,48
Банк Кредит Дніпро	0,16	0,58	0,95	0,54	0,97	0,14	0,75
Фортуна-Банк	0,15	0,07	0,32	0,08	0,64	0,00	0,42
Креді Агріколь Банк	0,15	0,96	1,07	4,67	4,18	1,04	1,79
Діві Банк	0,15	0,02	0,01	0,12	0,03	0,00	0,24
Бм Банк	0,15	0,08	0,16	0,08	0,43	0,28	0,30
Банк Національні Інвестиції	0,15	0,20	0,50	0,55	0,71	0,40	0,43
Таскомбанк	0,12	0,09	0,40	0,26	0,40	0,04	0,28
Міжнародний Інвестиційний Банк	0,12	0,41	0,25	0,58	0,43	0,02	0,23
Авант-Банк	0,12	0,23	0,33	0,34	0,33	0,02	0,17

ТП – таксономічний показник рівня привабливості банку;

ФОВ – частка коштів фізичних осіб на вимогу, залучених банком, від загального обсягу коштів фізичних осіб на вимогу в банківській системі;

ФОС – частка строкових коштів фізичних осіб, залучених банком, від загального обсягу строкових коштів фізичних осіб у банківській системі;

ЮОВ – частка коштів юридичних осіб на вимогу, залучених банком, від загального обсягу коштів юридичних осіб на вимогу в банківській системі;

ЮОС – частка строкових коштів юридичних осіб, залучених банком, від загального обсягу строкових коштів юридичних осіб у банківській системі;

КФО – кредити, надані фізичним особам;

КЮО – кредити, надані юридичним особам.

таксономічного показника на частку банку на ринку за окремими складовими фінансових спроможностей та можливостей банку (табл. 3).

Отже, як можна побачити з таблиці 3, найвищий таксономічний показник рівня привабливості має ПАТ «Приватбанк» і відповідно його частка на ринку банківських послуг є найбільшою. ПАТ «Мегабанк» має досить низький рівень реалізації фінансових спроможностей та можливостей, а ПАТ «Креді Агріколь Банк», навпаки, – зважаючи на невисоке значення таксономічного показника привабливості має значну частку на ринку, особливо за показником залучення коштів від юридичних осіб. Окрім того, з таблиці 3 видно, що таксономічний показник привабливості для ПАТ «Приватбанк» мінімум у два рази вищий за показники інших досліджуваних банків, а частка, що він займає на ринку банківських послуг, перевищує аналогічний показник за іншими банками у 5-10 разів, що говорить про нелінійність зв'язку між розрахованим таксономічним показником і часткою банку на ринку за окремими напрямками діяльності.

Для визначення тісноти зв'язку таксономічного показника привабливості банку із його часткою на ринку банківських послуг за окремими напрямками було розраховано коефіцієнт кореляції, який склав для показника частки коштів фізичних осіб на вимогу – 85,43%; для показника частки коштів фізичних осіб на строкових рахунках – 87,02%; для показника частки коштів юридичних осіб на вимогу – 82,24%; для показника частки коштів юридичних осіб на строкових рахунках – 83,47%; для показника частки кредитів наданих фізичним особам – 87,42%; для показника частки кредитів наданих юридичним особам – 86,53%. Отже, в усіх випадках коефіцієнт кореляції перевищує 80%, що вказує на тісний зв'язок між розрахованим таксономічним показником привабливості банку та часткою, яку він займає на ринку банківських послуг. Менше значення коефіцієнта кореляції було отримано за показниками частки коштів залучених від юридичних осіб, що пояснюється наявністю неформальних зв'язків між банками та деякими юридичними особами.

**Висновки.** Таким чином, фінансові можливості та спроможності банку визначаються часткою ринку, яку може зайняти банк за окремими напрямками залучення та розміщення фінансових ресурсів. Частка ринку, у свою чергу, визначається внутрішніми факторами, такими як імідж, дистрибуція, цінова політика, кваліфікація персоналу, рекламна активність та надійність банку. Зазначені фактори можна охарактеризувати багатьма показниками. Так, в якості основних показників, що зумовлюють привабливість банку для споживача, визначено оцінки банку за методиками рейтингових агентств; кількість років на ринку банківських послуг в Україні; кількість відділень банку в Україні; кількість населених пунктів України,

в яких представлений банк; кількість власних банкоматів; середні відсоткові ставки за кредитними та за вкладними рахунками; численність персоналу; відсоток співробітників, що проходять додаткове навчання, тренінги; обсяг витрат на рекламу; кількість згадувань банку у ЗМІ; ліквідність (поточна); адекватність регулятивного капіталу; рівень резервування за кредитами. Оцінити привабливість банку для споживача, зумовлену внутрішніми факторами, можна за допомогою таксономічного показника, який відображає їх узагальнений вплив на рівень фінансових спроможностей і можливостей банку. Розрахунки показали, що таксономічний показник рівня привабливості банку більш ніж на 80% пов'язаний із часткою, яку може зайняти банк на ринку банківських послуг України за окремими напрямками, причому зв'язок є нелінійним. Отримані результати розрахунків таксономічного показника привабливості є основою для подальшого оцінювання фінансових спроможностей та можливостей банку.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Волохата В.Є. Фактори формування депозитних ресурсів банку / Волохата В.Є. // Науковий журнал Бізнес-Інформ. – 2013. – № 8. – С. 310-316.
2. Матлага Л.О. Проблеми та тенденції розвитку депозитної політики банківських установ України / Матлага Л.О., Василюк П.В. // Економічний аналіз: зб. наук. праць / ТНЕУ; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр ТНЕУ «Економічна думка», 2014. – Том 15. – № 1. – С. 274-283.
3. Горун М.В. Аналізування внутрішніх факторів впливу на маркетингове забезпечення формування депозитних ресурсів банків / М.В. Горун // Ефективна економіка. – 2015. – № 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3823>.
4. Єпіфанов А.О. Операції комерційних банків: навч. посібн. / А.О. Єпіфанов, Н.Г. Маслак, І.В. Сало. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2007. – 523 с.
5. Лютий І.О. Банківський маркетинг: підручн. [для студ. вищ. навч. закл.] / І.О. Лютий, О.О. Солодка. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 776 с.
6. Кожель Н.О. Оцінка факторів впливу на процес формування та реалізації депозитної політики банку / Н.О. Кожель / Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: збірник наукових праць. – 2005. – № 12. – С. 223-234.
7. Рейтингове агентство «Кредит-рейтинг». Рейтинги банківських депозитів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.credit-rating.ua/ru/about-rating/purpose/4627>.
8. Онлайн-видання «Реальна економіка». Рейтинг надійності депозитів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://real-economy.com.ua/publication/ratings/34122.html>.
9. Проект «Перший український депозитний індекс Fudi» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fudi.finance.ua/methodology>.
10. Финансовый портал «Минфин». Рейтинг устойчивости банков. Методика [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minfin.com.ua/banks/rating/method/>.

11. Результаты исследования востребованности населением рейтингов депозитов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.credit-rating.ua/ru/events/200/12219/>.
12. Маркетингова група «Spring MG». Банківський рейтинг» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://springmg.com/rating>.
13. Серпенінова Ю.С. Усунення недоліків нормативного методу державного регулювання ліквідності банків / Ю.С. Серпенінова // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. Фінансовий ринок України: стабілізація та євроінтеграція: зб. наук. пр. – Вип. 1 (81). – Львів: НАН України. Ін-т регіональних досліджень, 2010. – С. 335-340.