

Отримано: 31.03.2026

Прийнято: 17.04.2026

Опубліковано: 23.04.2026

УДК 338.5

DOI: 10.30857/2786-5398.2026.2.10

## МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ В БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

### ШКОВЕЦЬ КАТЕРИНА ОЛЕКСІЇВНА

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу,  
Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

<https://orcid.org/0000-0002-9578-2396>

[ekaterinashikov@gmail.com](mailto:ekaterinashikov@gmail.com)

### ЄВСЕЙЦЕВА ОЛЕНА СЕРГІЇВНА

кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу,  
Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

<https://orcid.org/0000-0001-6079-2968>

[yevseitseva.os@knutd.com.ua](mailto:yevseitseva.os@knutd.com.ua)

### КВІТА ГАЛИНА МИКОЛАЇВНА

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу,  
Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

<https://orcid.org/0000-0002-6397-502X>

[galkvit@ukr.net](mailto:galkvit@ukr.net)

### КИРИЛЕНКО ВІКТОРІЯ ВАЛЕРІЇВНА

студент кафедри маркетингу,  
Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

<https://orcid.org/0009-0004-6055-220X>

[vikochkakirilenko@gmail.com](mailto:vikochkakirilenko@gmail.com)

**Анотація.** У статті здійснено комплексне дослідження механізмів формування цінової стратегії банківських установ в умовах економічної нестабільності. Метою дослідження є розробка науково-методичних підходів до вдосконалення маркетингової стратегії банку на основі аналізу ринкових індикаторів та моделювання взаємозв'язків між фінансовими інструментами. В статті виконано систематизацію підходів до формування маркетингових стратегій банків у волатильному середовищі, визначено специфіку ціноутворення на банківські продукти. Проведено порівняльний аналіз динаміки українського індексу ставок за депозитами фізичних осіб (UIRD) та польського індексу WIBOR. Використання однофакторного та двофакторного дисперсійного аналізу дозволило оцінити ступінь впливу ринкових чинників на вартість фінансових ресурсів. Розроблено прогнозні моделі на основі аналізу часових рядів, що дало змогу сформулювати практичні рекомендації щодо оптимізації маркетингової активності банків та підвищення їхньої конкурентоспроможності. В статті визначено, що об'єктом дослідження виступають процеси маркетингової діяльності та формування цінової політики банків України. Предметом дослідження є сукупність статистичних методів, інструментів та прогнозних моделей маркетингового аналізу банківських показників. Методологічну основу дослідження склали методи описової статистики, кореляційний та дисперсійний аналіз, а також методи графічного прогнозування часових рядів. Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості

використання запропонованих моделей для адаптації цінових параметрів банківських продуктів до змін кон'юнктури ринку. Проведено аналіз індексу споживчих цін та встановлено, що стан банківського сектору є відносно стабільним внутрішньому споживчому ринку, тобто цей факт є сигналом постійної необхідності закладати інфляційну премію у вартість пасивів, щоб пропозиція за депозитами залишалася привабливою в очах вкладника. **Ключові слова:** банківський маркетинг; цінова стратегія; моделювання; індекс UIRD; WIBOR; дисперсійний аналіз; прогнозування; фінансові інструменти.

## MODELING OF MARKETING PRICING PROCESSES IN THE BANKING SECTOR OF UKRAINE

### SHIKOVETS KATERYNA

PhD in Economic, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing,  
Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine  
<https://orcid.org/0000-0002-9578-2396>  
[ekaterinashikov@gmail.com](mailto:ekaterinashikov@gmail.com)

### EVSEYTSEVA OLENA

PhD in Economic, Associate Professor, Head of the Department of Marketing,  
Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine  
<https://orcid.org/0000-0001-6079-2968>  
[yevseitseva.os@knutd.com.ua](mailto:yevseitseva.os@knutd.com.ua)

### KVITA HALYNA

PhD in Economic, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing,  
Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine  
<https://orcid.org/0000-0002-6397-502X>  
[galkvit@ukr.net](mailto:galkvit@ukr.net)

### KYRYLENKO VICTORIA

Student of the Department of Marketing,  
Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine  
<https://orcid.org/0009-0004-6055-220X>  
[vikochkakilrenko@gmail.com](mailto:vikochkakilrenko@gmail.com)

**Abstract.** The article conducts a comprehensive study of the mechanisms underlying the pricing strategy of banking institutions in conditions of economic instability. The purpose of the study is to develop scientific and methodological approaches to improve the bank's marketing strategy by analyzing market indicators and modeling relationships among financial instruments. The article systematizes approaches to developing bank marketing strategies in a volatile environment and identifies the specifics of pricing for banking products. A comparative analysis of the dynamics of the Ukrainian index of deposit rates for individuals (UIRD) and the Polish WIBOR index was conducted. The use of one- and two-factor analysis of variance enabled us to assess the extent of market factors' influence on the cost of financial resources. Forecasting models were developed using time-series analysis, enabling practical recommendations for optimizing bank marketing activities and increasing their competitiveness. The article determines that the study's objective is the processes of marketing activity and the formation of pricing policy in Ukrainian banks. The subject of the study is a set of statistical methods, tools, and forecasting models of marketing analysis of banking indicators. The methodological basis of the study was descriptive statistics,

correlation analysis, variance analysis, and graphical forecasting of time series. The practical significance of the results lies in the ability to use the proposed models to adapt the pricing parameters of banking products to changes in market conditions. An analysis of the consumer price index was conducted, and it was found that the state of the banking sector is relatively stable in the domestic consumer market; that is, this fact is a signal of the constant need to place an inflation premium on the value of liabilities so that the offer on deposits remains attractive in the eyes of the depositor.

**Keywords:** banking marketing; pricing strategy; modeling; UIRD index; WIBOR; variance analysis; forecasting; financial instruments.

**Постановка проблеми.** Банківський сектор України працює в умовах високої невизначеності та значних макроекономічних викликів. У таких обставинах класичні методи залучення клієнтів, як у Європейській зоні, перестають бути ефективними, на перше місце виходить здатність банку швидко адаптувати свої спроможності до ринкових змін. Маркетингове дослідження банківського сектору дозволяє не лише зрозуміти поведінку споживачів, а й аналітично обґрунтувати зміну відсоткових ставок та інвестиційних пріоритетів. Використання сучасних методів аналізу, таких як дисперсійний аналіз, кореляційне моделювання та побудова прогнозних трендів, робить маркетингову стратегію банку більш точною, науково підкріпленою та стійкою до макроекономічних ризиків. Важливою складовою формування маркетингової стратегії є також цінова політика банку, яка безпосередньо залежить від математичного моделювання ринкових процесів. Оскільки банківський маркетинг не може існувати відірвано від показників прибутковості, встановлення відсоткових ставок за депозитами та кредитами саме тому одночасно передусє як фінансовим, так і маркетинговим рішенням. Моделювання процесів маркетингового ціноутворення в банківському секторі України вимагає аналізу еластичності попиту та постійного моніторингу ставок конкурентів, що в українських реаліях часто здійснюється через відстеження індексів, подібних до UIRD.

**Аналіз публікацій по проблемі.** Проведений аналіз наукових публікацій свідчить про зростання уваги дослідників до проблем маркетингового ціноутворення, особливо в умовах цифровізації банківського сектору, посилення конкуренції та трансформації поведінки споживачів фінансових послуг. Л.В. Кузнецова та Л.В. Жердецька розкрили принципи формування цін на банківські продукти, систематизували методи банківського ціноутворення та визначили фактори, що впливають на вартість фінансових послуг [1].

Проблематику трансфертного ціноутворення у банках досліджував Т.Г. Савченко [2]. Т.Г.Савченко розглянув методологічні аспекти трансфертного ціноутворення, обґрунтував функції трансфертної ціни та проаналізував міжнародний досвід застосування відповідних моделей у банківських установах [2].

Особливості ціноутворення на ринку банківських продуктів в умовах цифрової економіки досліджувала Н.С. Носань [3]. Дослідник Н.С. Носань акцентує увагу на впливі цифрових технологій, інноваційних фінансових сервісів та змін у поведінці клієнтів на процес формування цін у банківському секторі України [3].

Теоретичні засади маркетингового ціноутворення та його роль у системі стратегічного управління підприємством розкрито у працях А.В. Сотник, Г.О. Ткачук, Т.О. Біляк. Науковці обґрунтовують необхідність інтеграції маркетингових досліджень, стратегічного менеджменту та цінової політики для забезпечення конкурентоспроможності організацій [4].

Сучасні тенденції маркетингового ціноутворення та їх вплив на споживчий попит висвітлено у роботах В.В. Лагодієнко, В.В. Мільчева, М.В. Брайко. Автори підкреслюють важливість використання цифрових технологій, адаптивних цінових стратегій та клієнтоорієнтованих підходів у сучасному маркетинговому середовищі [5].

Питання методів ціноутворення на банківські послуги також досліджували О.Л. Білий та О.Г. Череп, які визначили взаємозв'язок між витратами банку, попитом та ціною банківських продуктів [6].

Однак, подальшого дослідження потребують питання комплексного моделювання процесів маркетингового ціноутворення в банківському секторі України з урахуванням цифрової трансформації, поведінкових факторів споживачів, ризиків воєнного періоду та змін конкурентного середовища. Це зумовлює необхідність подальших досліджень у даному напрямі.

**Невирішені частини дослідження.** Дослідження літературних джерел показали, що моделювання процесів маркетингового ціноутворення в банківському секторі України є досить актуальним питанням на сьогодні. Тому автори статті розкрили теоретичну основу формування маркетингової стратегії ціноутворення банків у нестабільному середовищі. Проаналізували динаміку індексу UIRD (Ukrainian Index of Retail Deposit Rates) та провели порівняльний аналіз з WIBOR (Warsaw Interbank Offered Rate), за допомогою однофакторного та двофакторного дисперсійного аналізу. Побудували прогностичні моделі та сформулювали практичні рекомендації щодо оптимізації процесів маркетингового ціноутворення в банківському секторі України на основі розрахунків.

**Мета дослідження.** Мета роботи полягає у проведенні комплексного маркетингового дослідження банківського сектору України, оцінці стабільності ринкових індикаторів та визначенні взаємозв'язку між різними фінансовими інструментами для моделювання процесів маркетингового ціноутворення в банківському секторі України.

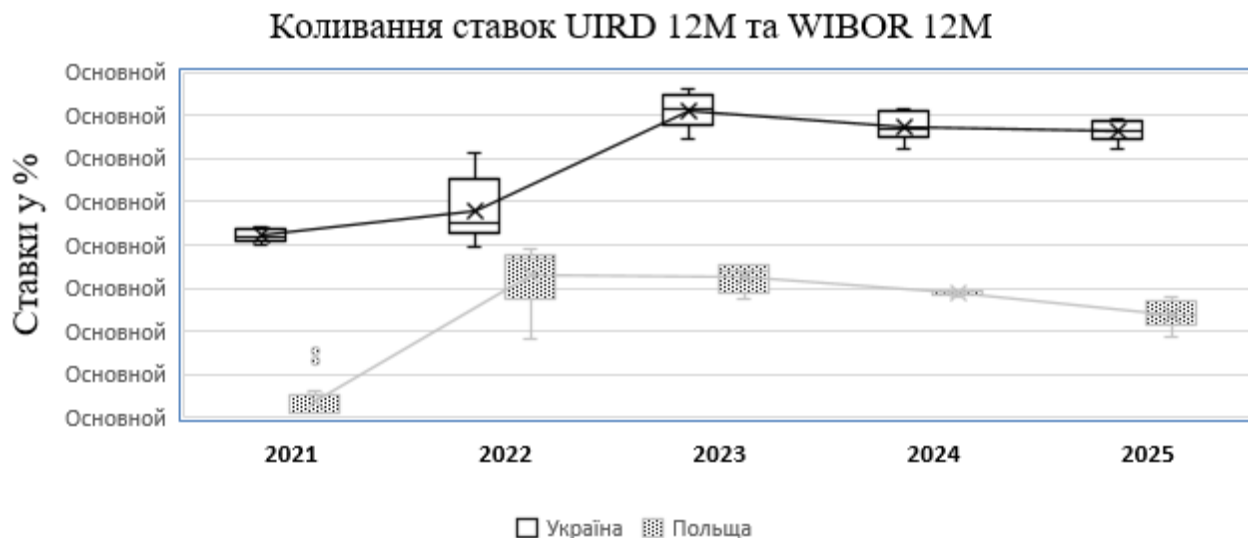
**Результати та обговорення.** Проведемо аналіз та оцінку маркетингового середовища банківського ринку України на основі кількісних показників за період з 2021–2025 рр., використовуючи статистичну звітність, реальні зміни у структурі активів і пасивів банківської системи під впливом монетарної політики Національного банку України [7, 8]. Основними інструментами регулювання банківського середовища є облікова ставка та операції з депозитними сертифікатами, які створюють альтернативу кредитуванню реального сектору та прямо впливають на формування індексу UIRD (Ukrainian Index of Retail Deposit Rates) [9].

Дослідимо український індекс ставок за депозитами фізичних осіб у гривні терміном на 12 місяців (UIRD 12M), оскільки саме цей інструмент є орієнтиром для оцінки вартості та маркетингової активності банків.

Для більш глибокого дослідження функціонування банківського маркетингу в міжнародному контексті проведемо порівняльний аналіз із банківським сектором Польщі, який є одним із найбільш інтегрованих у європейську фінансову систему та демонструє високий рівень стійкості до регіональних шоків. Основним індикатором вартості капіталу на польському ринку виступає індекс WIBOR, зокрема його 12-місячна котировка (WIBOR 12M), що відображає відсоткову ставку, за якою комерційні банки Польщі надають ресурси один одному на відповідний термін [10].

Використання WIBOR 12M як об'єкта порівняння обумовлене тим, що цей показник є базовим для ціноутворення більшості банківських продуктів у Польщі, включаючи іпотечне кредитування та корпоративні позики, що робить його ключовим чинником формування маркетингових стратегій польських фінансових установ.

Аналіз динаміки польського ринку протягом 2021–2025 років демонструє кардинально іншу амплітуду коливань порівняно з українським UIRD 12M, що пояснюється різними монетарними режимами та рівнями інфляційного тиску (рис. 1). У 2021 році польський банківський сектор перебував у стані наднизьких відсоткових ставок (рис. 1). WIBOR 12M коливався в межах 0,25–3,13%, що було наслідком стимулюючої політики Національного банку Польщі у постпандемічний період.



Джерело: побудовано авторами.

Рис. 1. Порівняння відсоткових ставок в Україні та Польщі за 2021-2025 роки

Однак у 2022 році, під впливом глобального зростання цін на енергоносії та прискорення інфляції в ЄС та війни в Україні, польський регулятор вдався до серії агресивних підвищень облікової ставки, що призвело до стрімкого стрибка WIBOR 12M до позначки 7,82% у жовтні (рис. 1). Цей період на графіку коливань чітко корелює з різким зростанням ставок в Україні, хоча номінальні значення ставок у Польщі залишалися суттєво нижчими через менші ризики країни та членство в Європейському Союзі.

Аналізуючи, отримані результати можна прийти до висновку, що якщо для України 2023 рік став періодом пікових значень UIRD 12M через гостру потребу банків у ліквідності, то польський WIBOR 12M у цей час почав поступово стабілізуватися та знижуватися до рівнів 5,5–5,8% (рис. 1). Динаміка WIBOR 12M у 2024–2025 роках характеризується плавним зниженням, що відображається у 4–5%, тоді як українські банки змушені утримувати ставки на рівні 13% для нівелювання військових ризиків (рис. 1). Порівняння середніх значень не дає повної відповіді на питання про те, наскільки сильно географічний та часовий фактори взаємодіють між собою. Це зумовлює необхідність переходу від однофакторного аналізу до більш складної моделі, яка дозволить оцінити не лише вплив кожного фактора, а й їхню синергію. Тому, наступним етапом дослідження є застосування двофакторного дисперсійного аналізу, що надасть можливість підтвердити гіпотезу, чи є маркетингові моделі ціноутворення в банківському секторі України та Польщі результатом обставин, чи вони підпорядковуються загальним закономірностям розвитку фінансових ринків у кризові періоди (рис. 2).

Значення F-критерію для країн становить  $F_2 = 1949,43$ , що при мінімальному рівні значущості повністю виключає випадковість розриву між ставками UIRD 12M та WIBOR 12M.

Одночасно з цим фактор часу також виявився статистично визначальним  $F_1 = 163,87$ , що відображає спільну для обох ринків реакцію на глобальні зміни, зокрема зростання ставок у 2022–2023 роках. Найбільш значимим для розуміння тенденцій є виявлений ефект взаємодії факторів  $F_3 = 39,46$ , який доводить відсутність синхронності у динаміці UIRD 12M та WIBOR 12M.

Anova: Two-Factor With Replication						
ANOVA						
Source of Variat	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Sample	482,5650917	4	120,6412729	163,8741	2,2E-45	2,454213
Columns	1435,139168	1	1435,139168	1949,433	8,17E-72	3,927394
Interaction	116,203045	4	29,05076125	39,46134	1,85E-20	2,454213
Within	80,98010833	110	0,736182803			
Total	2114,887413	119				

Джерело: побудовано авторами.

Рис. 2. Результати двофакторного дисперсійного аналізу з повтореннями UIRD 12М та WIBOR 12М за 2021–2025 роки

Аналіз процесів маркетингового ціноутворення в банківському секторі України неможливо провести без дослідження динаміки Індексу споживчих цін (ІСЦ) та курсу долару США [11, 12].

На відміну від стабільних європейських ринків, де інфляція та валютні коливання є прогнозованими чинниками, українське середовище протягом 2020–2026 років перебувало під впливом шоків, що змушувало фінансові установи переходити від стратегій розвитку до стратегій виживання та збереження ліквідності. Валютний курс долара США традиційно залишається для українського споживача ключовим психологічним індикатором, тому будь-які значні коливання на валютному ринку миттєво трансформуються у зміну попиту на гривневі депозити. Це створює специфічну маркетингову ситуацію: банки змушені конкурувати не лише між собою, а й із альтернативним способом збереження капіталу – купівлею іноземної валюти, що прямо відображається на волатильності ставок UIRD 12М. Розглядаючи теоретичний зв'язок між ІСЦ та динамікою курсу долару США, розрахуємо коефіцієнт кореляції (рис. 3).

Розрахований коефіцієнт кореляції на рівні -0,046 математично підтверджує, що в сучасних умовах ці два показники рухаються за власними траєкторіями, спричиненими переважно адміністративним регулюванням та зовнішньоекономічними шоками, а не класичними ринковими механізмами (рис. 3).

Коефіцієнт кореляції		
	ІСЦ	курс долару США
ІСЦ	1	
курс долару США	-0,04640723	1

Джерело: побудовано авторами.

Рис. 3. Коефіцієнт кореляції між ІСЦ та курсом долара США

Статистичний опис ІСЦ за останнє п'ятиріччя виявляє його помірну волатильність, проте наявність правосторонньої асиметрії свідчить про те, що ринок частіше стикається з різкими ціновими стрибками, ніж з періодами дезінфляції. Це формує у клієнтів банків стійке відчуття знецінення грошей, що змушує маркетингові підрозділи зміщувати акценти у рекламі з «накопичення» на «захист від інфляції» (рис. 4).

Одночасно, специфіка динаміки курсу долара США, характеризується тривалими періодами стабільності, які змінюються різкими стрибками, що створює ілюзію безпеки, яка згодом обертається кризою довіри (рис. 4). Саме тому банківський сектор України характеризується високою чутливістю до новин: будь-яка інформація про зміну політики НБУ щодо керованої гнучкості курсу долара США призводить до миттєвої реакції

вкладників. Взаємодія цих макроекономічних факторів створює умови, за яких банки не можуть встановлювати низьку маржинальність, оскільки премія за ризик (інфляційний і курсовий) стає обов'язковою складовою будь якого фінансового продукту.

Описова статистика			
ІСЦ		курс долару США	
Mean	100,866	Mean	34,180
Standard Error	0,107	Standard Error	0,716
Median	100,700	Median	36,569
Mode	100,800	Mode	36,569
Standard Deviation	0,912	Standard Deviation	6,121
Sample Variance	0,831	Sample Variance	37,462
Kurtosis	3,328	Kurtosis	-1,629
Skewness	1,136	Skewness	-0,119
Range	5,900	Range	18,667
Minimum	98,600	Minimum	23,686
Maximum	104,500	Maximum	42,353
Sum	7363,200	Sum	2495,126
Count	73	Count	73

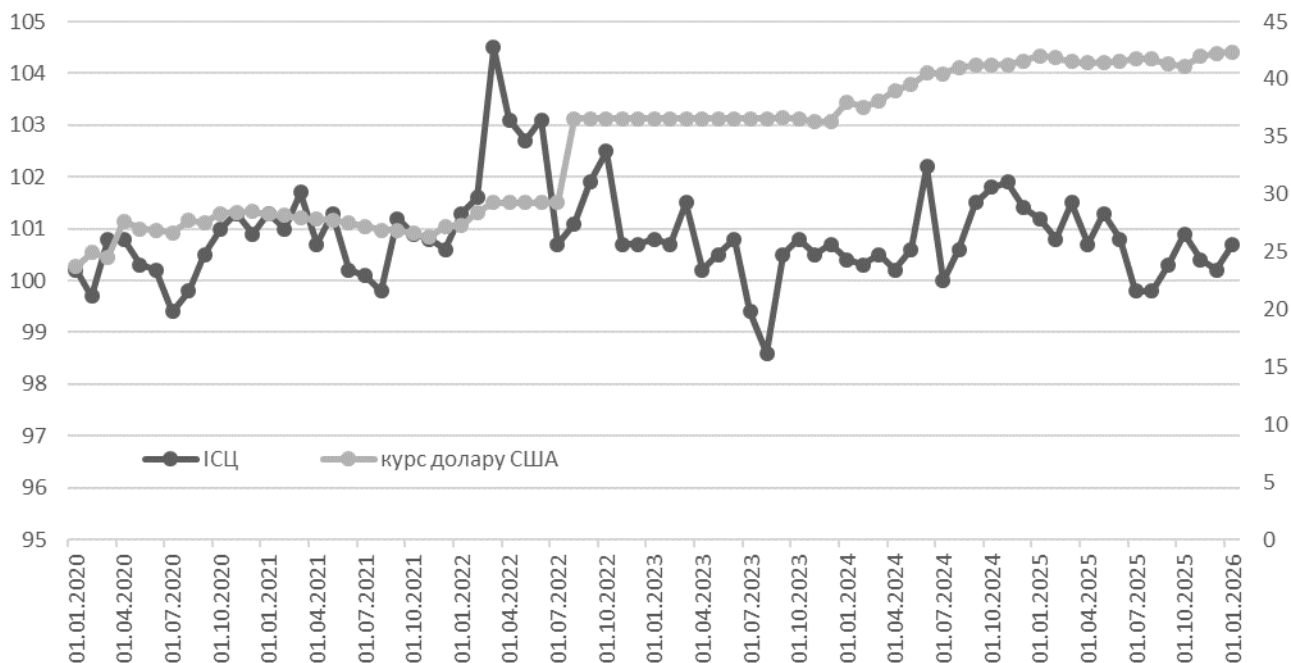
Джерело: побудовано авторами.

Рис. 4. Описова статистика ІСЦ та курсу долара США

ІСЦ демонструє стан відносної стабільності внутрішнього споживчого ринку з середнім значенням показника на рівні 100,866% (рис. 4). Стандартна помилка у 0,107 та стандартне відхилення 0,912 свідчать про те, що загальна інфляція залишалася контрольованою, незважаючи на окремі періоди зростання (рис. 4). Особливої уваги заслуговує показник ексцесу, який для ІСЦ становить 3,328. Таке високе значення вказує на гостровершинний характер розподілу та наявність значних викидів, що в реальності відповідає періодам шокового зростання цін у 2022 році (рис. 4). Показник асиметрії на рівні 1,136 підтверджує правосторонній зсув даних, що означає переважання значень вище середнього (рис. 4). Для банківського сектора це є сигналом постійної необхідності закладати інфляційну премію у вартість пасивів, щоб пропозиція за депозитами залишалася привабливою в очах вкладника.

Динаміка курсу долара США демонструє іншу статистичну природу (рис. 4). Середнє значення курсу долара США за досліджуваний період склало 34,18 грн за дол., проте значний розмах у 18,667 грн та стандартне відхилення 6,121 вказують на трансформацію валютного ринку (рис. 4). На відміну від ІСЦ, показник ексцесу для валютного курсу є від'ємним -1,629 (рис. 4). Математично це означає ступеневу модель зміни курсу, де тривалі періоди фіксації або стабільності змінювалися різкими стрибками. Така динаміка створює для моделювання процесів маркетингового ціноутворення в банківському секторі України додаткові складнощі: клієнти звикають до стабільності курсу, а кожна разова девальвація сприймається як кризовий сигнал, що змушує банки різко підвищувати відсоткові ставки для утримання ліквідності.

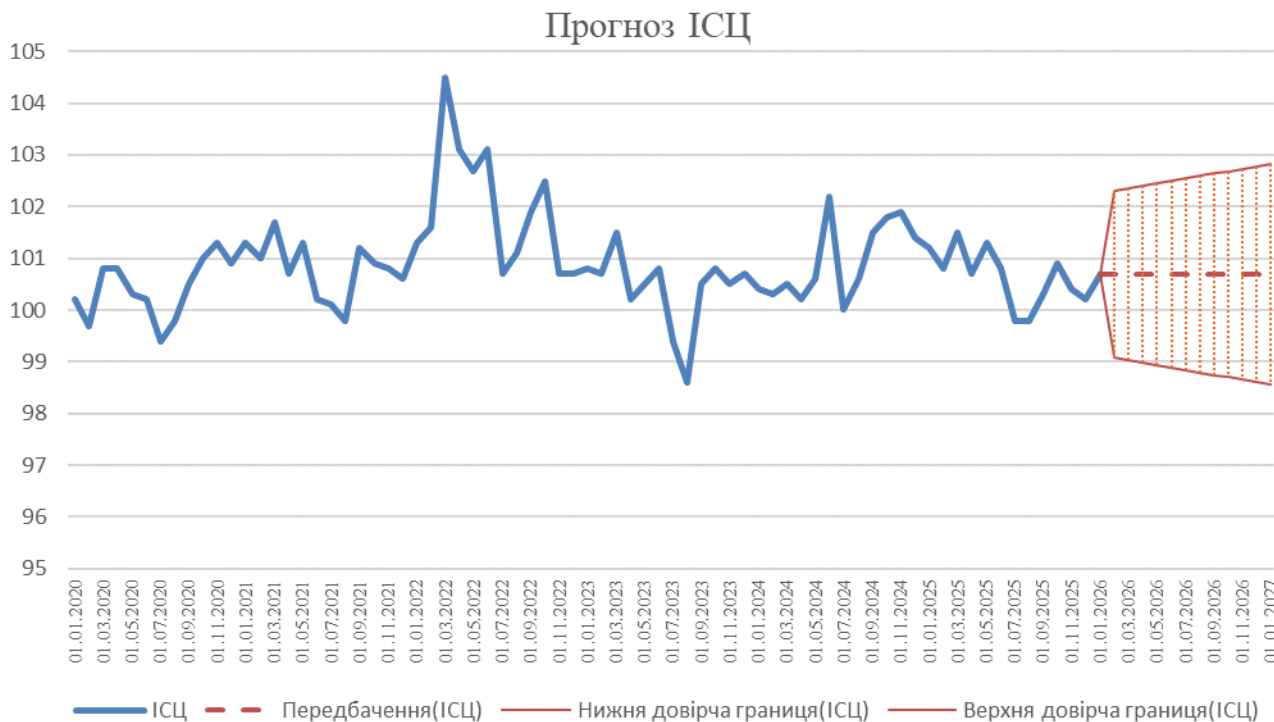
Графічний аналіз часових рядів ІСЦ та курсу долара США (2020–2026 роки) візуалізує та підтверджує висновки отримані в результаті аналізу описової статистики, демонструючи чітко виражений пік ІСЦ на початку 2022 року з подальшою стабілізацією (рис. 5). Наявність розриву між мінімальним 23,686 та максимальним 42,353 значеннями курсу при відносно вузькому діапазоні коливань ІСЦ спростовує гіпотезу про циклічну сезонність на користь шокових подій. В контексті моделювання процесів маркетингового ціноутворення в банківському секторі України це зумовлює перехід банків до короткострокових горизонтів планування та фокусування на продуктах, що мають гнучкі умови перегляду відсоткових ставок.



Джерело: побудовано авторами.

Рис. 5. Динаміка ІСЦ та курсу долара США (2020-2026 роки)

Побудуємо модель прогнозу ІСЦ методом експоненціального згладжування (рис. 6).



Джерело: побудовано авторами.

Рис. 6. Прогноз ІСЦ з розрахунком довірчих інтервалів

На початок 2026 року прогнозоване значення ІСЦ фіксується на рівні 100,7% (рис. 6). Протягом всього 2026 року спостерігається майже статична динаміка: показник демонструє

мінімальне зниження з 100,699% у лютому до 100,691% станом на січень 2027 року (рис. 6). Така відсутність коливань вказує на те, що алгоритм не ідентифікує значущих циклічних чи сезонних компонентів.

Довірчі інтервали відображають потенційні ризики моделювання процесів маркетингового ціноутворення в банківському секторі України. На січень 2026 року діапазон коливань становить від 99,08% до 102,32%, а до початку 2027 року він розширюється до меж 98,57% та 102,81%. У 2022 році спостерігалася рекордно висока дисперсія, що було прямою реакцією на пікові значення ІСЦ у 104,5% (рис. 6). Прогнозована на 2026 рік стабілізація ІСЦ на рівні близько 100,7% створює математичні передумови для подальшого зниження дисперсії банківських ставок, яка вже у 2025 році впала до 0,22.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Комплексний аналіз макроекономічних та монетарних індикаторів дозволив побудувати багатофакторну модель маркетингового ціноутворення, яка адаптована до специфічних умов банківського сектору України. Запропонований підхід передбачає розгляд кожного індикатора як детермінанти формування вартості банківських продуктів. Отже, моделювання процесів маркетингового ціноутворення в банківській сфері реалізується через систему лінійних та нелінійних рівнянь, де ціна банківського продукту  $P$  є функцією багатьох змінних:

$$P = f(\text{UIRD } 12M; \text{WIBOR } 12M; \text{ІСЦ}; \$),$$

де UIRD 12M (український індекс ставок) є індикатором вартості внутрішнього фондування;

WIBOR 12M (Warsaw Interbank Offered Rate) є індикатором інтеграції у світовий фінансовий ринок;

ІСЦ (Індекс споживчих цін) є індикатором рівня інфляції;

\$ (курс долара США) є індикатором валютного ризику та премії за неочевидну інфляцію, що інтегрується у вартість банківських ресурсів для мінімізації курсових втрат.

Результати дисперсійного аналізу динаміки ставок UIRD 12M довели, що часовий фактор мав критичний вплив, та підтвердили високу чутливість банківського сектору до зовнішніх криз. Відхилення нульової гіпотези підтвердило, що 2022 рік став періодом максимальної невизначеності, продемонструвавши рекордну дисперсію ставок на рівні 2,19. Цей шоковий стан змусив банки перейти до агресивного залучення коштів, що призвело до пікових значень середньої доходності у 2023 році (14,22%). Проте статистичні дані 2025 року свідчать про входження ринку у фазу стабілізації: зниження дисперсії до 0,22 та закріплення ставок на рівні 13,28% ілюструють перехід фінансових установ від тактики оперативного гасіння паніки до стратегії утримання портфелів шляхом прогнозованості умов. Водночас, двофакторний дисперсійний аналіз довів відсутність сезонності в динаміці відсоткових ставок, що означає остаточну втрату актуальності традиційних сезонних депозитних акцій, які раніше були основою банківського маркетингу.

Порівняльний аналіз українського та польського індексів UIRD 12M та WIBOR 12M за допомогою двофакторного дисперсійного аналізу з повтореннями виявив що маркетингові моделі ціноутворення в Україні та Польщі, попри спільні глобальні виклики, підпорядковуються різним внутрішнім закономірностям: у Польщі це регуляторна стабільність та низька інфляційна премія, в Україні адміністративне регулювання, валютні ризики та необхідність підтримання критичної ліквідності. Прогноз ІСЦ продемонстрував входження ринку в зону стабільності навколо позначки 100,7%, що дає банкам можливість відмовитися від короткострокового хеджування. Отже, модель ціни банківського продукту в Україні є результатом складної взаємодії внутрішньої вартості грошей, зовнішніх бенчмарків, інфляційного тиску та валютного захисного компонента.

## References

1. Kuznietsova, L. V., & Zherdetska, L. V. (2016). Tsinoutvorennia v bankivskii spravi [Pricing in Banking: A Tutorial]. Odesa: Atlant. 309 p. [in Ukrainian].
2. Savchenko, T. H. (2014). Metodolohichni ta metodychni aspekty transfertnoho tsinoutvorennia u bankivskykh ustanovakh Ukrainy [Methodological and methodological aspects of transfer pricing in banking institutions of Ukraine]. *Zhurnal yevropeiskoi ekonomiky*, 13(3), 278–289 [in Ukrainian].
3. Nosan, N. S. (2022). Osoblyvosti tsinoutvorennia na rynku bankivskykh produktiv Ukrainy v umovakh tsyfrovoy ekonomiky [Peculiarities of pricing in the Ukrainian banking products market in the digital economy]. *Ekonomika ta suspilstvo*, (37), 84–90 [in Ukrainian].
4. Sotnyk, A. V., Tkachuk, H. O., & Biliak, T. O. (2024). Marketynhove tsinoutvorennia: znachennia v systemi stratehichnoho menedzhmentu i marketynhu pidpriemstva [Marketing pricing: importance in the system of strategic management and marketing of an enterprise]. *Economic Space*, (191), 97–103 [in Ukrainian].
5. Lahodiienko, V. V., Milcheva, V. V., & Braiko, M. V. (2023). Suchasni tendentsii marketynhovoho tsinoutvorennia ta yikh vplyv na popyt [Current trends in marketing pricing and their impact on demand]. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, (2), 145–150 [in Ukrainian].
6. Bilyi, O. L., & Cherep, O. H. (2015). Metody tsinoutvorennia na bankivski posluhy [Pricing methods for banking services]. *Visnyk Zhytomirskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu*, 4 (74), 212–218 [in Ukrainian].
7. National Bank of Ukraine (n.d.). Ofitsiyni sait [Official website]. URL: <https://bank.gov.ua> [in Ukrainian].
8. National Bank of Ukraine (n.d.). Pokaznyky diialnosti bankiv Ukrainy [Performance indicators of Ukrainian banks]. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist> [in Ukrainian].
9. National Bank of Ukraine (n.d.). Ukrainyskyi indeks stavok (UIRD) [Ukrainian index of rates on deposits (UIRD)]. URL: <https://bank.gov.ua/files/UIRD.xls> [in Ukrainian].
10. Stooq (n.d.). Historical data: WIBOR PLN 1Y (PLOPLN1Y). URL: <https://stooq.com/q/d/?f=20210101&t=20260101&s=ploln1y&c=0&i=m>.

## Література

1. Кузнєцова Л. В., Жердецька Л. В. Ціноутворення в банківській справі: навч. посіб. Оdesa: Атлант, 2016. 309 с.
2. Савченко Т. Г. Методологічні та методичні аспекти трансфертного ціноутворення у банківських установах України. *Журнал європейської економіки*. 2014. Т. 13, № 3. С. 278–289.
3. Носань Н. С. Особливості ціноутворення на ринку банківських продуктів України в умовах цифрової економіки. *Економіка та суспільство*. 2022. № 37. С. 84–90.
4. Сотник А. В., Ткачук Г. О., Біляк Т. О. Маркетингове ціноутворення: значення в системі стратегічного менеджменту і маркетингу підприємства. *Economic Space*. 2024. № 191. С. 97–103.
5. Лагодієнко В. В., Мільчева В. В., Брайко М. В. Сучасні тенденції маркетингового ціноутворення та їх вплив на попит. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*. 2023. № 2. С. 145–150.
6. Білий О. Л., Череп О. Г. Методи ціноутворення на банківські послуги. *Вісник Житомирського державного технологічного університету*. 2015. № 4 (74). С. 212–218.
7. Офіційний сайт. *Національний банк України*. URL: <https://bank.gov.ua>.
8. Показники діяльності банків України. *Національний банк України*. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist>.
9. Український індекс ставок (UIRD). *Національний банк України*. URL: <https://bank.gov.ua/files/UIRD.xls>.
10. Historical data: WIBOR PLN 1Y (PLOPLN1Y). *Stooq*. URL: <https://stooq.com/q/d/?f=20210101&t=20260101&s=ploln1y&c=0&i=m>.

- 
11. MinfinMedia LLC (n.d.). Tablytsia indeksiv spozhyvchykh tsin [Table of consumer price indices]. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/> [in Ukrainian].
11. Таблиця індексів споживчих цін. ТОВ МінфінМедіа. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/>
12. National Bank of Ukraine (n.d.). Ofitsiinyi kurs hryvni shchodo inozemnykh valiut [Official exchange rate of the hryvnia against foreign currencies]. URL: <https://bank.gov.ua/ua/markets/exchangerates> [in Ukrainian].
12. Офіційний курс гривні щодо іноземних валют. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/markets/exchangerates>.