

УДК 338.51:336.71

ВАРТІСТЬ, ЦІННІСТЬ І КОРИСНІСТЬ У ЦІНОУТВОРЕННІ БАНКІВСЬКОГО ПРОДУКТУ

Л.Д. Павленко

*Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи
Національного банку України»*

У статті узагальнено наукові підходи до визначення економічних категорій «вартість», «цінність», «корисність», обґрунтовано відмінність між ними. Визначено їх вплив на ціноутворення банківського продукту.

Ключові слова: економічна цінність, корисність, вартість, ціноутворення банківського продукту.

The article generalizes scientific approaches of definition of the following economic categories such as “value”, “price”, “utility”, the difference between these categories is established. Their influence on banking product pricing is defined.

Key words: economic value, utility, value, banking product pricing,

Актуальність проблеми. В умовах жорсткої конкуренції діяльність банків спрямована на розширення клієнтської бази, зростання обсягів збуту власних продуктів, завоювання позиції на ринку та підвищення рівня прибутковості.

Реалізація даних завдань потребує прийняття управлінських рішень щодо оптимізації продуктового асортименту банку, необхідності його розширення або удосконалення, доцільності реалізації окремих продуктів. Такі рішення повинні бути економічно обґрунтованими, тобто забезпечувати позитивний ефект для банку. Необхідною умовою для їх прийняття є наявність повної, своєчасної та достовірної інформації про вартість, цінність, корисність кожного продукту в продуктовому асортименті банку.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Методологічні підходи до аналізу корисності, вартості й цінності були сформульовані в

класичних роботах А. Сміта, К. Маркса, А. Маршалла та ін. Їх ідеї про вартість, економічну цінність та корисність товарів стали основою для проведення систематичних наукових досліджень у цій сфері.

У дослідженнях вчених австрійської школи маржиналізму ХІХ–ХХ ст. К. Менгера, О. Бем-Баверка, Ф. Візера, У. Джевонсона, Л. Вальраса, Д.Б. Кларка, а також Д.М. Кейнса, А. Маршалла, В. Леонтьєва було поглиблено теорії вартості, економічної цінності та корисності.

Питання економічної цінності розглядаються й сучасними науковцями, серед яких: В.З. Баликоєв, С.С. Дзарсов, Н.М. Зубко, С.С. Носова, С.А. Семенищева, Ф.Ф. Стрельников, М.Ф. Гуськова. Однак, незважаючи на суттєві наукові результати, отримані вказаними та іншими вченими, залишаються не визначеними відмінності між економічними категоріями «корисність», «цінність», «вартість» та їх співвідношення, не виокремлено їх місце в системі ціноутворення банківських продуктів.

Метою статті є уточнення економічних категорій «корисність», «цінність», «вартість», визначення їх співвідношення, обґрунтування впливу на встановлення ціни банківського продукту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Процес ціноутворення посідає провідне місце у ринковій економіці. Саме від того, наскільки точно будуть ураховані вартість, цінність, корисність при встановленні ціни на банківський продукт, залежатиме його просування на ринку, що, в свою чергу, впливатиме на результати, що досягаються банком.

Сучасне ринкове ціноутворення необхідно розглядати як механізм, що не допускає жорсткого ототожнення ціни виключно з формою прояву самої вартості товарів, тобто суспільно необхідних витрат реалізованої в них праці; по-друге, передбачає обов'язкову наявність конкуренції [1].

Розрізняють наступні підходи до ціноутворення, які застосовуються й до банківського продукту:

- з орієнтацією на внутрішні фактори (витратний або фінансовий підхід);

- з орієнтацією на зовнішні фактори (ціннісний або маркетинговий підхід);
- змішаного типу.

В основі теорій, зорієнтованих на внутрішні фактори, покладено теорії трудової вартості й факторів виробництва. Теорія ціни та вартості є вихідною методологічною основою дослідження ціноутворення, що нерозривно пов'язанні між собою.

Основи вчення трудової теорії вартості заклали англійські економісти У. Петті, А. Сміт, Д. Рікардо. А. Сміт за міру вартості приймав робочий час; Д. Рікардо и Д.Р. Мак-Куллох визначали її витратами виробництва [2,3], Д. Лодердель – пропозицією і попитом. К. Маркс і Ф. Енгельс, розглядаючи їх полеміку, зробили висновок, що вартість є речовою формою витрат суспільної абстрактної праці і виражає відношення витрат виробництва до корисності. К. Маркс: вартість (цінність) економічного блага визначається витратами суспільно необхідної праці [4], Ж.Б. Сей: корисністю речі.

Однак ці положення не набули вигляду цілісної логічної теорії, оскільки недостатньо враховували вплив якості продукції, її корисний ефект на вартість товарів.

Синтез найважливіших факторів ціноутворення зроблено українським економістом М. Туган-Барановським, який розмежував категорії «вартість» і «цінність». Ним визначено, що цінність має суб'єктивну сторону (психологічна оцінка корисності товару окремим споживачем) і об'єктивну (оцінка такої корисності суспільством). В останньому випадку вона є ціною. [5]

Цінність відрізняється від вартості тим, що дає відповідь на питання не тільки про витрати, а й про результати, їх своєрідний синтез. Цінність характеризує товар з позицій кількості витраченої праці на його виготовлення і користі.

Сутністю цінності є певна економічна діяльність, яка включає мету (результат) і засіб (витрати). Економічна цінність є, в свою чергу, єдністю результату (корисності) і витрат. Тобто економічна цінність – це єдність

економічної корисності блага і економічних витрат на його виробництво. Цінність мають лише обмежені блага. Тому рідкісність (обмеженість) блага є елементом цінності.

Підхід ціноутворення, що орієнтується на зовнішні фактори, спирається на теорію граничної корисності, яка замінює категорію «вартість» на «корисність» та розглядає її в якості єдиного джерела формування цін.

До представників даної теорії можна віднести С. Джевонсона, Л. Вальраса, представників австрійської школи К. Менгера, Ф. Візера, О. Бем-Баверка та Дж. Кларка.

Першим, хто виклав теорію граничної корисності і спробував обґрунтувати залежність корисності від рідкісності предметів споживання, був К. Менгер. На його думку, вихідним пунктом дослідження є людські потреби, які він визначав як різновид незадоволених бажань або неприємних відчуттів, що виникають через порушення своєрідної фізіологічної рівноваги. Далі він стверджував, що при обмеженості ресурсів перед індивідом виникає проблема, як найкращим чином розподілити свої кошти для задоволення потреб [6].

О. Бем-Баверк ставить собі головну задачу – обґрунтувати «закон величини цінності речі». Для цього він вводить нематематичну «просту формулу» – «цінність речі вимірюється величиною граничної корисності цієї речі», величина цінності матеріального блага визначається важливістю конкретної (або часткової) потреби, яка займає останнє місце в ряду потреб, що задовольняються наявним запасом матеріальних благ даного виду. Тому основою цінності слугує не найбільша чи середня, а найменша користь, «заради отримання якої є корисним з господарської точки зору використовувати дану річ» [7].

У. Джевонс і Л. Вальрас розглядали корисність й цінність у функціональній залежності. Ціна товару, на їх думку, функціонально залежить від граничної корисності, а остання, в свою чергу, від товарних цін, обумовлених витратами виробництва. Тобто не розглядалося самостійне значення витрат і граничної корисності (це відкрили А. Маршалл і В. Парето).

Центральним моментом в теорії граничної корисності є твердження про те, що зведення вартості до витрат (праці або всіх «трьох первинних факторів» – праці, землі і капіталу) неприйнятно. Цінність (вартість) визначається ступенем корисного ефекту, тобто представниками теорії граничної корисності була зроблена спроба аналізу економічних процесів з точки зору споживачів.

Отже, під корисністю науковці даної школи розуміли здатність товару задовольняти ту чи іншу потребу, а цінність товару вимірювали величиною його граничної корисності.

Підхід змішаного типу базується на економічній теорії, яку запропонував англійський економіст А. Маршал. Він розглядав попит та пропозицію як рівноцінні складові ціноутворення. Головний зміст змішаного підходу полягає в тому, що на розмір ціни рівною мірою впливають як внутрішні, так і зовнішні фактори. При цьому ціна пропозиції визначається як результат дії внутрішніх факторів, а ціна попиту – як результат дії зовнішніх факторів [7].

Аналіз всіх цих поглядів дає змогу виділити зв'язок категорій «вартість», «корисність» і «цінність».

Поняття цінності відрізняється від вартості тим, що враховує не тільки кількість затраченої праці, а й корисність продукту. Корисність продукту відображає суб'єктивну оцінку споживача та визначається ступенем насиченості чи обмеженості тих чи інших потреб.

В умовах сучасної конкуренції метою банку є залучення нових клієнтів шляхом впровадження банківських продуктів, які до цього не впроваджувались. Корисність нових банківських продуктів виявляється шляхом дослідження споживчих переваг, аналізу та контролю за їх змінами, розуміння того, що являє економічну корисність для користувача банківських послуг. Клієнт банку буде зацікавлений у продукті банку в результаті усвідомлення сукупності властивостей продукту як корисного, який здатен найбільш повно задовольнити нову потребу і, відповідно, який становить для споживача цінність. При цьому важливою і невід'ємною умовою виникнення істинної споживчої цінності є задоволення споживача, відповідність отриманого корисного результату від

використання товару чи блага тим очікуванням і тому ефекту, які споживач розраховував отримати від використання товару чи блага на момент його придбання

Висновки. Таким чином, з урахуванням вищезазначеного, ціноутворення в банку – це процес встановлення ціни на продукти на основі визначених витрат з урахуванням їхнього сприйняття цінності та корисності клієнтами в межах встановлених стратегічних цілей діяльності банку. Тільки за таких умов банк може бути впевненим у тому, що вартість продукту є виявом економічної цінності у визначених, конкретних умовах.

Список літератури

1. Салимжанов И. К. Цены и финансы: их взаимосвязь / И. К. Салимжанов // Финансы. - 2000. - № 2. - С. 53-56.
2. Риккардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения / Д. Рикардо. – М., 2007.
3. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М., 1962. – (Антология экономической классики). – М., 1991. Т. 1.
4. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т. 1. / К. Маркс, Ф. Энгельс. Сочинения. Т. 23. – М., 1960.
5. Мочерний С. Основи економічної теорії. – К.: Академія, 1997.
6. Менгер К. Основания политической экономии. - Одесса, 1903.
7. Бем-Баверик Е. Основы теории ценности хозяйственных благ. – Л., 1929.
8. Носова С. С. Экономическая теория: учебник для вузов / С. С. Носова. – М. : Гуманитарный издательский центр ВЛАДОС, 1999.