

УДК 657: 336.71

О.Г. Коренєва, Ю.В. Бідоленко

ДВНЗ «Українська академія банківської справи Національного банку України»

Проблеми оцінки та обліку гудвілу у міжнародній та вітчизняній практиці діяльності банківських установ

У статті розглядаються підходи до визначення і обліку гудвілу відповідно до міжнародних та національних стандартів бухгалтерського обліку, розкриваються особливості формування вартості гудвілу під час придбання банку, а також оцінка та прогнозування внутрішнього гудвілу банківської установи.

Ключові слова: гудвіл, ділова репутація, нематеріальні активи.

Постановка проблеми. Глобалізація банківського бізнесу обумовлює розширене розуміння гудвілу (ділової репутації). Нематеріальні чинники, які формують репутацію банку, є джерелом економічних вигод і істотною складовою його вартості. Про це свідчать і останні придбання в українському банківському секторі, котрі відобразили значне перевищення ціни угод над балансовою вартістю чистих активів. МСФЗ передбачають вартісну оцінку гудвілу при злитті і поглинанні. Проте враховувати динаміку ділової репутації банків необхідно і в інших ситуаціях. Перелічені питання вимагають детальних роз'яснень з посиланням на міжнародну та вітчизняну бухгалтерську практику.

Аналіз публікацій. В умовах економіки, що ґрунтується на використанні інтелектуального капіталу, питання сутності, оцінки та визнання в обліку гудвілу є актуальним. Про це свідчать дослідження І. Вар'яша, Е.Хендріксена, Г. Уманців, С. Полєнової, С. Білобловського, А.Чухна, тощо.

Метою статті є дослідження економічної природи гудвілу, а саме тих нематеріальних складових, що створюють вартість ділової репутації банку, проблем їх оцінки та відображення в обліку.

Виклад основного матеріалу. Перша згадка про гудвіл датується 1571 р. Спочатку цей термін вживався юристами, а згодом перейшов до бухгалтерської

практики. Причиною цього було визнання гудвілу майновим правом, через що виникла потреба в його оцінці та прийнятті до обліку. В 1891 р. англійський бухгалтер Ф. Мор запропонував підходи до оцінки гудвілу на основі генерованих ним додаткових доходів [12]. У вітчизняній практиці термін «гудвіл» почав використовуватися під час купівлі-продажу підприємств. Розглянемо трактування гудвілу.

МСФЗ 3 «Об'єднання бізнесів» визначає ділову репутацію (goodwill) як майбутні економічні вигоди, що витікають з активів, які неможливо окремо ідентифікувати або розпізнати. Тобто вартість ділової репутації розраховується не сама по собі, а лише як результат ідентифікації і оцінки інших активів і зобов'язань, що перейшли від компанії-об'єкту до компанії-покупця [1].

Під ідентифікованими активами та зобов'язаннями розуміють придбані активи чи зобов'язання, що на дату придбання можуть бути відокремлені від підприємства та відповідають критеріям визнання статей балансу.

В американській теорії гудвіл - це капітал придбань, коли ціна, виплачена за компанію, перевищує ринкову цінність матеріальних активів [9].

Відповідно до Інструкції з бухгалтерського обліку основних засобів і нематеріальних активів банків України: гудвіл визначається як сума різниць між вартістю придбання і часткою в справедливій вартості придбаних ідентифікованих активів і зобов'язань, що визнаються на кожному етапі на дату придбання [7].

У Законі України «Про оподаткування прибутку підприємств»: гудвіл — це нематеріальний актив, вартість якого визначається як різниця між балансовою вартістю активів підприємства та його звичайною вартістю, як цілісного майнового комплексу, що виникає внаслідок використання кращих управлінських якостей, домінуючої позиції на ринку товарів (робіт, послуг), нових технологій тощо.

У П(С)БО 19 «Об'єднання підприємств»: гудвіл визначається як перевищення вартості придбання над часткою покупця у справедливій вартості придбаних ідентифікованих активів та зобов'язань на дату придбання [11].

Слід зазначити, що визначення гудвілу, які наводяться у законодавчих та нормативних актах, відрізняються в основному визначенням його як результату порівняння вартостей, тобто гудвілу, що виникає під час придбання. Існують суперечності щодо визначення складових гудвілу та виділення його з групи НМА. Деякі елементи, що формують вартість гудвілу, в обліку відносяться до НМА.

В Україні одночасно використовують два різних підходи для визначення і класифікації нематеріальних активів: вітчизняні положення бухгалтерського обліку та міжнародні стандарти фінансової звітності.

Основи формування і розкриття у фінансовій звітності інформації про нематеріальні активи містяться в Положенні (Стандарті) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи». Цей документ подає таке визначення НМА: немонетарний актив, що не має матеріальної форми, може бути ідентифікований і утримується підприємством з метою використання протягом періоду більш ніж один рік для виробництва, торгівлі, в адміністративних цілях або надання в оренду іншим особам.

Положення виокремлює такі групи НМА:

1. Права користування природними ресурсами (право користування надрами, іншими ресурсами природного середовища, геологічною та іншою інформацією про природне середовище тощо).
2. Права користування майном (право користування земельною ділянкою, право користування будівлею, право на оренду приміщень тощо).
3. Права на знаки для товарів і послуг (товарні знаки, торгові марки, фірмові назви тощо).
4. Права на об'єкти промислової власності (право на винаходи, корисні моделі, промислові зразки, сорт рослин, породи тварин, „ноу-хау”, захист від недобросовісної конкуренції тощо).
5. Авторські та суміжні з ними права (право на літературні та музичні твори, програми для ЕОМ, бази даних тощо).
6. Гудвіл.

7. Інші нематеріальні активи (право на провадження діяльності, використання економічних та інших привілеїв тощо) [10].

Міжнародні стандарти звітності не дають чіткої обов'язкової класифікації, але наводять приклад та зазначають, що такі класи поділяються на (об'єднуються у) менші (більші) класи, якщо це збільшує достовірність інформації для користувачів фінансових звітів.

Згідно з Міжнародними стандартами фінансової звітності НМА поділяються на п'ять основних видів:

- пов'язані з клієнтами: клієнтська база та клієнтські контракти;
- пов'язані з технологіями: технології, патенти, програмне забезпечення, бази даних, ноу-хау;
- пов'язані з контрактами: ліцензії, роялті, договори франчайзингу, права на користування ресурсами;
- пов'язані з маркетингом: права на знаки для товарів і послуг, угоди про відмову від конкуренції;
- пов'язані з мистецтвом: літературні, художні та музичні твори, відео- та аудіовізуальні матеріали.

Також можна виокремити неідентифіковані НМА. До них належить гудвіл.

Неважко помітити, що міжнародні та вітчизняні стандарти відрізняються щодо класифікації нематеріальних активів. Українське законодавство не відносить до нематеріальних активів такі об'єкти, як клієнтські контракти і трудові договори. З іншого боку, вітчизняні підприємці можуть відносити до НМА незавершені капітальні інвестиції в нематеріальні активи, тобто кошти, вкладені у придбання, створення або модернізацію НМА. Щоправда, і тут є винятки: витрати, понесені при створенні торгової марки, інвестиціями в НМА не вважаються. Натомість кошти, вкладені у створення бази даних ще до її остаточного оформлення, можуть вважатися капітальною інвестицією [5].

Таким чином, в МСФЗ з'явилося чіткіше керівництво по ідентифікації НМА. Це питання є надзвичайно важливим, оскільки багато в чому від того, як будуть оцінені НМА, залежатиме вартість ділової репутації.

Вважається, що основою гудвілу, що виліється в майбутніх вигодах, є інтелектуальний капітал, який включає:

1) людський капітал (працівники: досвід, знання, загальна культура, філософія фірми, управління);

2) технологічний (структурний) капітал - технічне і програмне забезпечення, патенти, торговельні марки, зв'язки. Вартість структурного капіталу відображують у балансі як капіталізовані витрати на науково-дослідні та конструкторські розробки, або ціну, сплачену за окремі права інтелектуальної власності;

3) клієнтський капітал (зв'язки із споживачами, розповсюдження, постійність, упевненість у тому, що споживачі і надалі віддаватимуть перевагу цьому підприємству.

Більша частина ринкової вартості компанії в сучасній економіці створюється саме завдяки ефективному використанню інтелектуального капіталу [12].

У науковій літературі зустрічаються синоніми і близькі по значенню терміни «ділова репутація», «авторитет», «популярність», «імідж», «бренд» і ін. Частіше всього гудвіл ототожнюється з діловою репутацією, оскільки розкриває близькі по суті властивості і ознаки цих понять.

При цьому оцінка змісту ділової репутації включає дві складові:

- якісну оцінку стану або положення організації (власне репутація, або внутрішньогенерований гудвіл)

- кількісну міру привабливості організації як суб'єкта ринкових відносин (гудвіл при придбанні банку) [6].

Наочно складові гудвілу представлені на рисунку 1.

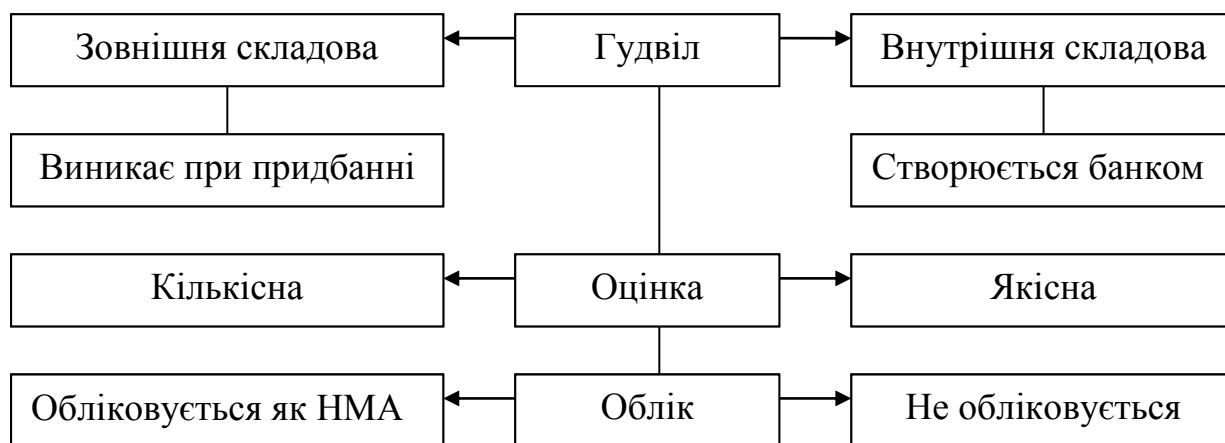


Рис. 1 - Характеристика складових гудвілу

Оцінка і облік гудвілу під час придбання. Покупець оплачує вартість ділової репутації, створеної попередніми власниками, сподіваючись отримати майбутні економічні вигоди від надходжень грошових коштів та прибутків. Наявність гудвілу, за який покупець згодний заплатити, свідчить про переваги, які має придбане підприємство внаслідок більш ефективного використання активів.

Починаючи з 01.04.2004 для цілей віддзеркалення активів, що купуються, в рамках МСФЗ застосовується новий стандарт МСФЗ 3 «Об'єднання бізнесів». Важливою відмінністю даного стандарту є вимога про проведення щорічної переоцінки ділової репутації замість її лінійної амортизації. Стандарти не накладають обмежень на результати оцінки, що проводиться, проте правила інвестиційної етики рекомендують, щоб оцінка була проведена незалежним спеціалізованим оцінювачем. Дана обставина приводить до підвищення волатильності вартості репутації і робить її поведінку менш передбаченою [6].

Якщо покупцем є український банк, то відображення позитивного гудвілу відбувається таким чином (таблиця 1).

Таблиця 1- Банківські операції з придбання компанії з відображенням позитивного гудвілу

	Дебет рахунку	Кредит рахунку	Сума

Операції з придбання компанії з відображенням позитивного гудвілу	3510 – дебіторська заборгованість з придбання активів	1200 – коррахунок в НБУ	Платежі з придбання активів
	Рахунки активів	Рахунки зобов'язань	Придбані зобов'язання
	Рахунки активів	3510 – дебіторська заборгованість з придбання активів	Придбані активи за вирахуванням придбаних зобов'язань
	4321 – гудвіл	3510 – дебіторська заборгованість з придбання	Позитивний гудвіл
Визнання зменшення корисності гудвілу	7499 – інші витрати	4321 - гудвіл	Величина зменшення корисності гудвілу

У разі, якщо оцінка активів придбаного банку є завищеною або оцінка його зобов'язань заниженою, може виникати негативний гудвіл. На практиці можливе також вигідне придбання, внаслідок якого реальна вартість активів і зобов'язань визначена достовірно, але з якихось причин підприємство продається дешевше, наприклад примусовий продаж внаслідок банкрутства. У даному випадку негативний гудвіл реально відображуватиме вигоду покупців від операції придбання підприємства. На дату придбання банк-покупець має визнати негативний гудвіл у повній сумі доходом звітнього періоду і відобразити за рахунком 6499 – інші доходи [7].

Гудвіл відображається у консолідованій фінансовій звітності банку. Зауважимо ще одну вимогу: якщо материнський банк придбав корпоративні права учасника групи до складання першої консолідованої фінансової звітності, то гудвіл розраховується не на час придбання чистих активів, а на час складання материнським банком першої консолідованої фінансової звітності[2].

На відміну від інших активів, гудвіл не може бути самостійним об'єктом укладання угод, оскільки даний нематеріальний актив не може існувати окремо від підприємства, його неможливо ні продати, ні передати, ні подарувати. Гудвіл є наслідком здійснення угоди, а не його об'єктом.

При придбанні банків найчастіше виникає позитивний гудвіл, який визначається як перевищення вартості придбаного банку над вартістю його

чистих активів і обліковується за собівартістю з урахуванням зменшення корисності (таблиця 2).

Таблиця 2 - Основні операції по покупці великих пакетів акцій українських банків в 2004-2007 роках іноземними фінансовими інститутами¹

Назва банку	Покупець	Країна покупця	Вартість угоди, млн. дол.	Процент акцій	Балансова вартість чистих активів на дату придбання, тис. грн.	Ринкова вартість/балансова вартість придбаних чистих активів	Дата угоди
Ажіо	Vilniaus Bank (SEB Group)	Литва (Швеція)	27,5	98	90 621	1,56	17.12.2004
Аваль	Raiffeisen International	Австрія	1028	93,5	1 337 210	4,15	20.10.2005
Форум	The Bank of New York	США	20	10	340 271	2,97	21.10.2005
ВАБанк	TBIF Financial Service (Kardan Group)	Нідерланди (Ізраїль)	8,75	9,55	162643	2,84	01.11.2005
УкрСиббанк	BNP Paribas Group	Франція	325	51	916 592	3,51	01.12.2005
Мрія	Внешторгбанк	Росія	70	98	224 966	1,60	31.01.2006
Індекс-банк	Credit Agricole S.A. (Calyon)	Франція	260	98	876 965	1,52	24.03.2006
Мегабанк	Ринковий продаж	Швейцарія, Германія, Росія	19	20	116 279	4,13	29.03.2006
Райффайзен Банк Україна	OTP Bank Plc.	Угорщина	650	100	626 513	5,24	20.11.2006
ТАС-Комерцбанк	Swedbank	Швеція	735	100	571 968	6,49	07.02.2007
Укрсоцбанк	Bank Austria Creditanstalt	Австрія	2070	95	1 926 662	5,15	05.07.2007
НРБ-Україна	Сбербанк	Росія	150	100	119 780	6,32	17.07.2007
Міжнародни Комерційний Банк	Piraeus Bank	Греція	75,3	99,6	66 722	5,68	02.09.2007
Ікар-банк	Societe Generale	Франція	25-35	100	62 005	близько 2,5	планується
Родовід Банк	Banca Intesa	Італія	350-400	75-100	450 149	близько 4,5	планується

Наведені у таблиці розрахунки свідчать, що зарубіжні інвестори готові платити ціну, яка в декілька разів перевищує балансову вартість вітчизняних банків, задля отримання майбутніх вигод, пов'язаних з перспективністю розвитку банківського бізнесу на Україні. При цьому в їхньому обліку виникає

¹ Відомості зібрані з сайтів <http://korrespondent.net>, www.pravda.com.ua, www.ubr.ua, uaclub.net.ua, www.ukrbusiness.com.ua, www.nevsru.ua

гудвіл. Однак на думку аналітиків, такі коефіцієнти, що виставляються великими й середніми банками, демонструють завищену вартість фінансових установ і не виправдають потенційного прибутку. Тобто гудвіл при придбанні не відповідає вартості, реально створеної компанією. Тому для України важливе становлення фондового ринку з вільним котируванням акцій компаній, що дасть змогу адекватно оцінювати вартість їх ділової репутації.

Оцінка гудвілу може бути об'єктивно здійснена відносно акціонерного товариства, яке котирує свої акції на біржі. В цьому випадку гудвіл буде дорівнювати різниці між величиною ринкової капіталізації компанії і вартістю її чистих активів в ринкових цінах [3].

Оцінка та облік внутрішньогенерованого гудвілу. Оцінити внутрішній гудвіл проблематично, оскільки, як зазначалось вище, за вітчизняними та міжнародними стандартами не визнаються активами більшість складових гудвілу. Відповідно до міжнародних стандартів НМА можуть бути поставлені на баланс лише в кількох випадках: при купівлі нематеріального активу, наприклад патенту або торгової марки в іншого підприємства, або при внесенні цього активу до статутного фонду створюваного підприємства, а також при купівлі бізнесу як такого з усіма матеріальними і нематеріальними активами.

Українські бізнесмени, на відміну від західних колег, мають право ставити на баланс і амортизувати самостійно створений НМА. Але в такому разі балансова вартість активу визначатиметься витратами, фактично понесеними підприємством для створення такого активу.

Відповідно до П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» НМА, отриманий в результаті розробки, слід відображати в балансі за умов, якщо підприємство має: намір, технічну можливість та ресурси для доведення нематеріального активу до стану, у якому він придатний для реалізації або використання; можливість отримання майбутніх економічних вигод від реалізації або використання нематеріального активу [10].

При цьому нематеріальним активом підприємства не можуть вважатися витрати на будь-які дослідження, підготовку та перепідготовку кадрів, на

рекламу та просування продукції на ринок, створення і реорганізацію підприємства (його частини), витрати на підвищення ділової репутації та на створення торгових марок (товарних знаків). Такі витрати належать до витрат компанії. Крім того, для постановки на баланс необхідні ще дві обов'язкові умови: можливість виділення НМА як окремого активу і можливість визначення його вартості. Іншими словами, поставити на баланс підприємства такий неідентифікований НМА як внутрішньо генерований гудвіл, не можна — він невіддільний від компанії, і оцінити його вартість практично неможливо [5].

Проте за сучасних умов необхідність оцінки внутрішнього гудвілу очевидна, зокрема:

1. В управлінських цілях - для оцінки адекватності діяльності менеджерів та іншого персоналу.
2. З метою оцінки інтелектуального капіталу підприємства.
3. Для визначення передпродажної вартості бізнесу, щоб у ній були враховані названі вище нематеріальні чинники.
4. Під час операцій купівлі-продажу, коли часто звертаються до послуг професійних аудиторських компаній, щоб переконатися у справедливості й обґрунтованості ринкової вартості об'єкта продажу (чи буде придбаний гудвіл істотно відрізнятися від внутрішньо створеного, на скільки виправданою є переплата за підприємство).

Деякі автори вважають, що невизнання в обліку нематеріальних активів, які втілюють у собі потенційні економічні вигоди, призводить до втрати релевантності бухгалтерської інформації, ознакою якої є постійно зростаюча різниця між балансовою і ринковою вартістю компанії [8]. Тому необхідно забезпечити бухгалтерській звітності більш надійну інформацію про такі нематеріальні активи. Цього можна досягти розширенням діючої моделі обліку та забезпеченням добровільного розкриття керівництвом ймовірного впливу нематеріальних активів на майбутню дохідність компанії. На думку вчених, традиційна модель бухгалтерського обліку суперечить об'єктивній оцінці

компанії, заважає економіці зберігати свою конкурентоспроможність за умов ринкової кон'юнктури, яка швидко змінюється.

Питання полягає у тому, що якщо інвестиції в інтелектуальний капітал є джерелом майбутніх економічних вигод, то чому їх не відображувати в обліку і звітності. Дослідження зарубіжних учених показали, що існує зв'язок між майбутньою прибутковістю та інвестиціями у дослідження, розробки і розвиток. Збільшення вкладень у дослідження і розвиток приводить до збільшення прибутків у найближчі 7 років. Також відмічається зв'язок між ринковою вартістю компаній та інвестиціями в дослідження і розробки та людський капітал. За кваліфікованого менеджменту максимальна сума прибутку від інвестицій у людський капітал майже втричі перевищує прибуток від інвестицій у техніку. Ще Адам Сміт розглядав знання як різновид майна, особливого роду запасу, елемент, який входить до складу основного капіталу та забезпечує дохід поза залученням до обігу та зміни власника [12].

Враховуючи зазначене вище, у світовій практиці склалися певні підходи до методів розрахунку внутрішньо створеного гудвілу, серед яких можна виділити такі:

1) витратний метод, тобто актив оцінюється тільки з погляду витрат, фактично понесених на його створення (зарплата працівника-розробника програмного забезпечення, вартість послуг юриста при реєстрації авторського права, держмити тощо);

2) порівняльний метод, коли невідображені активи оцінюють порівняно з вартістю аналогічних активів іншого банку, придбаного раніше [5];

3) доходний метод, за яким гудвіл розраховують через дисконтування прогнозованих і постпрогнозованих потоків прибутку, генерованих гудвілом;

4) метод надлишкових прибутків, який використовують під час передпродажної оцінки гудвілу. Він ґрунтується на порівнянні рентабельності чистих активів підприємства з середньою рентабельністю чистих активів на фінансовому ринку або по галузі. Гудвіл в цьому випадку розглядається як

актив, не відображений в обліку, але такий, що має таку саму дохідність, що й інші активи;

5) альтернативний метод, який передбачає розрахунок величини гудвілу як різниці між вартістю підприємства з припущенням, що воно має у власності невідчутні активи та використовує їх у діяльності, та вартістю підприємства з припущенням, що воно не є власником тих самих невідчутних активів;

6) оцінка гудвілу за допомогою показника ділової активності, для чого до показника середньорічного обсягу продажу застосовують коефіцієнт, який визначають емпірично, виходячи з аналізу угод купівлі-продажу за однорідними підприємствами;

7) залишковий метод, за яким оцінюють вартість придбаного гудвілу за міжнародними та національними стандартами обліку, тобто гудвіл дорівнює різниці вартості придбання і справедливої вартості придбаних чистих активів. За цим методом можна оцінити вартість інтелектуального капіталу як різницю між поточною ринковою капіталізацією та справедливою вартістю матеріальних й ідентифікованих нематеріальних активів; гудвіл - це частина оцінки фірми, яку не можна віднести до жодного із наявних активів;

8) розрахунок коефіцієнта Д. Тобіна, який відображає співвідношення ринкової вартості компанії та відновлювальної вартості її активів. Високе значення цього показника передбачає, що крім активів, відображених у балансі, компанія володіє іншими невідчутними ресурсами, які дають можливість отримувати високі прибутки [12].

Банки потребують не тільки вартісної оцінки гудвілу, але і прогнозування вартості гудвілу. Цей аспект важливий для визначення вартості капіталу при переговорах про злиття і поглинання і для оцінки бізнесу як майнового комплексу, здатного приносити прибуток.

Вирішенню проблеми оцінки невідчутних активів має сприяти підготовка фахівців з управління інтелектуальною власністю, яких в Україні, поки що немає.

Висновки. Гудвіл є одним із ключових чинників формування ринкової вартості та показників інвестиційної привабливості банку. На даний час бухгалтерський облік не може надати точної інформації про нематеріальні складові внутрішнього гудвілу. У зв'язку з цим існує значна різниця між бухгалтерською оцінкою вартості компанії та її ринковою вартістю. Важливою умовою для достовірного визначення вартості банків є розвиток українського фондового ринку. Вартісна оцінка ділової репутації банків (гудвілу) вимагає розвитку методології визнання нематеріальних активів в балансах банків, залучення до цієї справи учених і практиків, вдосконалення законодавчої і нормативної бази.

Список використаних джерел

1. Аксенов А.И. Оценка нематериальных активов при объединении компаний // Финансовый менеджмент (рус.).- 2006.- № 5.- С.46-57
2. Білобловський С. Трансформована консолідація // Вісник НБУ. - 2004 - № 2. – С. 30-33.
3. Блинов А., Духненко В., Шапран В. Массовая смена собственников // Эксперт Украина. – 2006. - №16// [http://www.expert.ru /printissues/ukraine/2006/ 16](http://www.expert.ru/printissues/ukraine/2006/16)
4. Варьяш И. Оценка и прогноз гудвила банков // Банковские технологии (рус.).- 2005.-№6.-С.55-60.
5. Зайцев І. Добрий гудвіл // Контракти.- 2006.- №16.- с.46.
6. Иванов А.П., Быкова Ю.Н. Деловая репутация предприятия как продукт страхования // Страховые услуги. – 2006. - № 29. – С. 62-70.
7. Інструкція з бухгалтерського обліку основних засобів і нематеріальних активів банків України, затверджена Постановою правління НБУ від 20.12.2005 № 480
8. Легенчук С.Ф. Бухгалтерське відображення інтелектуального капіталу: Автореф. канд. екон. наук. Спец. 08.06.04 / Нац. аграрн. ун-т. – Київ, 2006. – 25 с.

9. Поленова С.Н. Учет нематериальных активов в системе US GAAP //Международный бухгалтерский учет (рос.).- 2006.- № 8.- С.26-32
10. П(С)БО 8 «Нематеріальні активи», затверджене наказом МФУ від 18.10.99 № 242
11. П(С)БО 19 «Об'єднання підприємств», затверджене наказом МФУ від 07.07.99 № 163
12. Уманців Г.В. Внутрішній гудвіл підприємства: економічна природа, проблеми оцінки та обліку // Бухгалтерський облік і аудит (укр.).- 2006.- № 9.- С.20-24

Summary. The article deals with problems of the definition and the account of goodwill, offered in the international and national standards of book-keeping. There are considered the features of cost of goodwill at sale of bank, and also an estimation and forecasting internal goodwill of banking establishment.

Коренєва, О.Г. Проблеми оцінки та обліку гудвілу у міжнародній та вітчизняній практиці діяльності банківських установ [Текст] / О.Г. Коренєва, Ю.В. Бідоленко // Вісник Української академії банківської справи. – 2007. – № 2. – С. 56-62.