УДК 336.717.8

Д.В. Олексіч, *Українська академія банківської справи НБУ*

КОНЦЕПЦІЯ ФОРМУВАННЯ ВАРТОСТІ БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ

Постановка проблеми. Проблема еквівалентності обміну в умовах розподілу праці та глибокої спеціалізації становить не абиякий інтерес як з теоретичної, так і практичної точки зору. Саме тому проблема визначення вартості бентежить вчених вже багато століть і на сьогоднішній день не втрачає своєї актуальності. Засновник теорії функціонування вільного підприємництва, видатний англійській вчений Д. Рікардо, так говорить про вартість: "Ніщо не породило так багато помилок і розбіжностей у цій науці, як саме невизначеність понять, які пов'язуються зі словом "вартість" [9, с. 3].

Досить довгий час проблема вартості розглядалась лише в контексті вартості споживчих товарів. З недавнього часу з посиленням конкуренції на ринках товарів та послуг та доступністю підприємницької діяльності для звичайної людини проблема визначення вартості розповсюджується і на такий специфічний товар, як бізнес. Зрозуміло, що підходи до визначення вартості такого товару, як бізнес, мають відрізнятися від підходів визначення вартості споживчих товарів, але вартість як економічна категорія має відображати цінність всіх товарів.

Також очевидним є той факт, що під словом "бізнес" поданий досить великий обсяг різноманітних видів підприємницької діяльності, проблема вартості кожного з яких становить окрему проблему. В даній статті розглядається проблема вартості банківського бізнесу, виходячи з концептуальних основ трактування вартості.

Аналіз останніх публікацій та досліджень. Проблема вартості як економічної категорії підіймається в роботах таких українських вчених, як А. Гриценко, М. Павлишенко, О. Батура, В. Кириленко, Л. Кириленко, О. Євтух та інші. Не залишають її поза увагою і російські вчені, в сучасний період часу проблему вартості розглядають російські економісти-теоретики Ю. Осіпов, В. Медведєв, В. Афанасьєв. Глибинний аналіз проблеми вартості поданий у роботах таких англійських вчених, як Дж. Харвей, Д. Потінкін, та таких американських економістів, як М. Скот, Дж. Фрідман, Н. Ордуей, Г. Харісон.

Проблема вартості бізнесу фундаментально розглянута у роботах С. Валдайцева, А. Грязнової, Е. Дамодорана, Є. Колбачева, Т. Коллера, Т. Коупледна, Дж. Мурина, К. Решоткіної, М. Федотової та інших.

Окремі проблеми визначення та сутності вартості банку розглядають у своїх працях І. Брітченко, З. Васильченко, А. Іванов, І. Ніконова, Р. Шамгунов та ін.

Як видно, різні аспекти такої важливої економічної категорії, як вартість, не залишають думки вчених і сьогодні. Погляди на проблему вартості змінюються згідно із сучасними економічними умовами та новими

© Д.В. Олексіч, 2007

економічними відносинами. На сьогодні своєї актуальності набуває проблема вартості такого незвичного товару, як банківській бізнес, шукати відповіді на дану проблему необхідно в тлумаченні самого поняття “вартість”.

Невирішені питання та проблеми. Проблема вартості банківського бізнесу є досить новою для сучасної економіки, але в той же час проблема вартості становить не абиякий інтерес для вчених-економістів вже багато століть. На сьогоднішній день суперечки з проблеми вартості ще далекі від завершення: деякі науковці стоять на позиціях марксистської теорії вартості, деякі підтримують погляди теорії граничної корисності, але, на думку О. Євтуха, в економічній думці постсоціальних країн немає системного погляду на вартість, що відповідав би сьогоденним умовам, а західна наука чітко не висвітлює дану проблему [5].

Проблема вартості банківського бізнесу є лише окремим аспектом величезної проблеми вартості, але при її вирішенні необхідно звернутися до першоджерел даної проблеми, щоб уникнути вже допущених помилок при її розгляді.

Виклад основного матеріалу. Використання грошей як універсального мірила та засобу обміну є однією з найважливіших подій не тільки в економіці, але й в історії людства. Питання еквівалентності обміну виникає з того моменту, як виникає розподіл праці, коли одна людина вже не може задовольнити всі свої потреби власними силами. За умови малого асортименту товарів та наявної інформації про потреби всіх учасників ринку обмін не викликає ускладнень, але при збільшенні асортименту виникає проблема: людина має укласти декілька угод для того, щоб одержати необхідне їй благо. Цю проблему вирішує введення універсального товару та мірила, що користується у всіх попитом, і вартість будь-якого іншого товару можна вимірювати певною кількістю універсального.

На сьогоднішній день універсальним товаром є гроші, вони як товар не мають ніякої споживчої вартості, але будь-який продавець з радістю обміняє свій товар на певну їх кількість. Простий товарообмін, в якому товар обмінюється на товар, замінюється на обіг, в якому товар спочатку обмінюється на гроші, а потім за гроші купується інший товар. Саме цей факт робить введення грошей як універсального мірила та засобу обміну одним з найістотніших досягнень людства. Однак на сьогодні ще досі невирішеною залишається проблема вартості.

Проблема вартості виникає при перших же спробах з’ясувати істотні економічні зв’язки, закономірності обміну, відносини еквівалентності. На вимогу еквівалентності обміну звертав увагу вже Аристотель у “Нікомаховій етиці”. Проблему концепції вартості можна методологічно розділити на два основні напрями: трудова теорія вартості та теорія граничної корисності (маржиналізм). Така двоїстість поглядів пояснюється тим, що будь-який товар розглядається подвійно: щодо виробника – як його об’єктивна, уречевлена праця, що перейшла з форми процесу у форму предметного буття, і щодо споживача, для задоволення певних потреб, – як корисна річ, благо [4].

Розглянемо як визначає вартість трудова теорія вартості. Ринкова угода являє собою певну рівність мінових пропорцій різних товарних тіл. Ця рівність ніяк не пов'язана з наявними якостями товарів: корисністю продуктів та їх кількісними параметрами. Звідси можна зробити висновок, що сутність мінової рівності можна знайти лише в певній якості товару, безпосередньо на ринку.

Першим спробував пояснити об'єктивну сутність мінової рівності засновник трудової теорії вартості У. Петі. Його теорія базується на еквівалентності обміну, що заснований на рівності праці, робочого часу, який витрачено на виробництво товарів. У. Петі: "Якщо хто-небудь може добути з перуанських копалин і доставити до Лондону одну унцію срібла за той самий час, за який можна виробити один бушель хлібу, то перше являє собою природну ціну другого..." [8, с. 40].

А. Сміт, продовжуючи ідеї У. Петі, дійшов до найширшого узагальнення: "Праця є єдиною загальною, рівно як і єдиною точною мірою вартості, чи єдиною мірою, завдяки якій ми можемо порівнювати між собою вартість різноманітних товарів за всіх часів та в усіх місцях" [10, с. 35].

Уже в перших рядках своєї книги автор "Дослідження про природу і причини багатства народів" твердить: "Щорічна праця кожного народу являє собою первісний фонд, який надає йому всі необхідні для існування і зручностей життя продукти...". Таким чином, А. Сміт з першої ж фрази засуджує меркантилістське мислення, висуваючи для цього, здавалось б, зовсім не новий аргумент про те, що сутністю і природою багатства є виключно праця. Далі цю думку він розвиває в дуже цікавій концепції зростання поділу праці, а по суті – доктрині технічного прогресу як основного засобу збільшення багатства будь-якої країни у ті часи [11, с. 64].

А. Сміт зазначаючи, що кожен товар має споживну та мінову вартість, залишає першу без розгляду. Причиною цього є те, що в поняття "споживна вартість" А. Сміт вклав суть не граничної, а повної корисності, тобто можливість одного окремого предмета чи блага задовольняти потребу споживача, причому не конкретну, а загальну. Тому для нього споживна вартість не може бути умовою мінової вартості товару.

Відмовившись від розгляду споживної вартості, А. Сміт звертається до з'ясування причин і механізмів обміну, суті мінової вартості. Він відзначає, що оскільки товари найчастіше обмінюються, то "...більш природним буде оцінювати їх мінову вартість за кількістю якого-небудь товару, яку можна на них купити, а не за кількістю праці" [11, с. 37]. Але сам спростовує дану версію, підкресливши, що товар, вартість якого постійно коливається (мається на увазі золото та срібло), ніяк не може бути точним виміром вартості інших товарів. Після цього А. Сміт заявляє, що вартість однакової кількості праці працівника однакова, і тому саме праця становить їх (товарів) дійсну ціну, а гроші становлять лише їх номінальну ціну [11, с. 70].

При визначенні вартості Д. Рікардо розглядає працю не з позиції її вартості, а з позиції затрат енергії на виробництво того чи іншого товару: "Вартість товару або кількості якогось іншого товару, на який він

обмінюється, залежить від власної кількості праці, яка необхідна для його виробництва, а не від більшої чи меншої винагороди, яка сплачується за цю працю" [11, с. 79]. Таким чином, автор "Засад політичної економії і оподаткування" дає чітке уявлення про свою прихильність до трудової теорії вартості, але в її однофакторній оцінці.

Давид Рікардо вносить досить суттєві та істотні коментарі і застереження, наприклад: "Мінову вартість" зумовлює, поряд із кількістю і якістю праці, рідкісність товару і що про відносні ціни на товари варто говорити лише тоді, коли їх кількість може бути збільшена працею людини і при виробництві яких конкуренція не зазнає ніяких обмежень" [11, с. 79].

Також досить істотним є зауваження про різні види праці, що визначають вартість того чи іншого товару: "Але якщо я говорю, що праця є основою будь-якої вартості, і що відносна кількість її визначає (майже цілком) відносну вартість товарів, то це ще не означає, що я беру до уваги різницю в якості праці і складність порівняння години чи дня праці в одній галузі промисловості з працею тієї ж тривалості в іншій.

Однак праці різної якості швидко встановлюються на ринку з достатньою точністю і значною мірою залежать від зрівнювального мистецтва робітника і напруги виконуваної ним праці" [11, с. 79].

Водночас у книзі Д. Рікардо "Засади політичної економії і оподаткування" категорії "вартість" та "ціна" використовуються фактично як синоніми. Так, говорячи про "природні" і "ринкові ціни", Д. Рікардо пише: "Якщо ми беремо працю за основу вартості товарів, то із цього ще не значить, що ми заперечуємо випадкові і тимчасові відхилення дійсної чи ринкової ціни товарів від їх початкової і природної ціни" [9, с. 7].

Узагальнюючи зміст трудової теорії вартості, можна дійти наступних висновків:

- різнорідні продукти ринкового обміну мають однакову внутрішню сутність – вартість. Тому вони можуть дорівнювати один одному у певній міновій пропорції;
- вартість всіх товарів створюється суспільною працею товаровиробників. Ця праця є суспільною тому, що виробник ринкового продукту працює не на себе, а створює корисну річ для інших членів суспільства. Тобто вартість – це уречевлена в товарі суспільна праця. Рівність вартості продуктів говорить про те, що в них закладено однакову кількість праці;
- сама праця, що створює вартість, розрізняється за її складністю та якістю. Можна виділити просту працю (що вимагає найменшої підготовки) та складну (кваліфіковану) працю. На останню попередньо витрачаються час, зусилля людини, щоб набути необхідних трудових навичок та знань. Тому одна година складної праці безпосередньо не дорівнює одній годині простої праці. Однак при звичайному обміні речей відбувається так звана редукція праці: одна година складної праці зводиться до декількох годин простої. На ринку вироби кваліфікованої праці завдяки вартості знаходять пропорції обміну з виробами простої праці;

- праця має внутрішню міру – робочий час. Якщо праця є однаковою за якістю, то її кількісно можна виміряти тривалістю у часі (у робочих годинах) [1, с. 112].

У 30-ті роки XIX ст. у зв'язку зі значним прогресом в науці, особливо в її природних і гуманітарних галузях, класична економічна теорія змінюється на маржинальну. Основна ідея теорії граничної корисності полягає в дослідженні граничних економічних величин як взаємопов'язаних явищ економічної системи в масштабі фірми, галузі, а також всього народного господарства. Авжеж нова економічна теорія не могла залишити поза увагою таку важливу економічну категорію, як "вартість". Австрійська школа граничної корисності (К. Менгер, О. Бем-Баверк, Ф. Візер) дає пояснення вартості, цінності і ціни благ та послуг з позиції економічної психології споживача корисних речей.

Австрійські вчені вважали, що корисність не можна ототожнювати з об'єктивними якостями товарів. Корисність, на їх думку, – це суб'єктивна оцінка, котру дає кожен покупець ролі певного блага у задоволенні його особистих потреб. Цінність блага – це розуміння людиною значення речі, що використовується, для його життя та добробуту. К. Менгер категорично стверджував, що "цінність не є щось властиве благу... Цінність – це судження, котре господарюючі люди мають про значення благ, що знаходяться в їх розпорядженні, для підтримки їх життя і їх добробуту, і тому поза їх уявою не існують" [11, с. 147].

З повсякденного життя нам відомо, що люди навіть в одній родині сильно розбігаються у поглядах на значення однієї і тієї ж речі для задоволення їх потреб. Вони надають тому чи іншому благу різну цінність для їх життя та благополуччя, К. Менгер: "вартість не є властивістю благ, а навпаки, є лише тим значенням, якого ми насамперед надаємо нашим потребам" [11, с. 148].

Корисні блага можна розділити на два види:

- наявні у нескінченній кількості (вода, повітря тощо). Ці речі люди не вважають цінними для себе. Вони наявні у такому надлишку, котрий не потрібен для задоволення людських потреб;
- такі, що є достатньо рідкісними і недостатніми для насичення потреб у них. Саме цим благам господарюючі особи надають цінність [1, с. 152].

К. Менгер зі своєї позиції спробував вирішити давній парадокс. Найбільш корисні для людського життя блага далеко не завжди є найціннішими. К. Менгер пояснює це різним ступенем рідкісності речей. К. Менгер, О. Бем-Баверк про вартість (цінність): "Для утворення цінності необхідно, щоб з корисністю поєдналася рідкісність, тому що цінність передбачає саме обмеженість кількості речей, відсутність цінності передбачає надлишок їх" [11, с. 151].

Бем-Баверк: "Цінності матеріальне благо набуває лише тоді, коли наявний запас матеріальних благ цього роду виявляється настільки незначним, що для задоволення відповідних потреб його або не вистачає зовсім, або ж вистачає без надлишку, і якщо відкинути ту частину

матеріальних благ, про оцінку якої саме йде мова в тому чи іншому випадку, то певна сума потреб залишається без задоволення" [11, с. 152].

Людина розглядає свої потреби в порядку зниження ступеня їх важливості та намагається задовольнити їх наявною у нього кількістю благ. При цьому цінність кожного блага залежатиме, по-перше, від важливості задоволення потреб, а, по-друге, від ступеня їх насичення. О. Бем-Баверк так писав про мірило цінності: "Ми приймаємо за мірило цінності найменшу користь, від одержання якої ще можлива вигода з господарської точки зору споживати дану річ" [11, с. 153].

В процесі особистого споживання діє закон спадної корисності. Німецький економіст Герман Госсен сформулював цей закон таким чином: "Ступінь задоволення одним і тим самим продуктом, якщо ми не безперервно продовжуємо ним користуватися, поступово зменшується так, що настає насичення. Цінність благ визначає гранична корисність, тобто суб'єктивна оцінка корисності "граничного екземпляра", що задовольняє найменшу потребу в продукті даного роду" [1, с. 154].

М. Блауг вказує на ряд помилок, яких припустилися усі творці теорії граничної корисності: К. Менгер, У. Джевонс, Л. Вальрас. Серед них він назвав такі: а) корисність товару розглядається як функція кількості цього товару, яка не залежить від кількості інших товарів, що споживаються; б) "пояснення" поведінки споживача зіштовхується з подвійною опозицією (одна з них твердить, що теорія корисності походить із сумнівної і навіть неправильної психології, а друга – що психологічні аспекти поведінки споживача не причетні до об'єктивного розвитку економічного процесу, який від суб'єктивних відчуттів не залежить); в) "добробут" зводиться до суми кількісних корисностей усіх індивідів, які підлягають виміру, а оптимальним вважається такий розподіл ресурсів, який максимізує "добробут" саме в цьому розумінні [11, с. 140].

Із завершенням "маржинальної революції" настає період неокласичної теорії, в якому робиться спроба виправити та удосконалити класичні теорії згідно з принципами лібералізму і прагнення "триматися чистоти знання", не змінюючи в них того, що є їх суттю. Засновник Кембриджської школи А. Маршалл так говорить про предмет нескінченних суперечок: "Ми могли б на однакових підставах сперечатися про те, чи регулюється вартість корисністю або витратами виробництва, як і про те, чи розрізає шматок паперу верхнє або нижнє лезо ножиць" [11, с. 162]. У своєму підході до визначення вартості автор "Принципів економікс", враховуючи як об'єктивну (витрати виробництва), так і суб'єктивну (корисність благ) сторону, вводить в економічну науку категорію рівноважної ціни, яка являє собою точку перетину кривої попиту (граничної корисності) та пропозиції (граничних витрат).

Абстрагуючись від різних ідеологічних нашарувань і тенденцій, можна дійти висновку, що трудова теорія вартості і теорія граничної корисності є лише різними методами пояснення одного й того самого об'єктивного процесу із розстановкою різних акцентів. Відомий український економіст М. Туган-Барановський вказує саме на це: "Теорія граничної корисності та

трудова теорія вартості, безперечно, протилежні, але зовсім не суперечливі. Рікардо і Менгер зосереджують свою увагу на різних сторонах одного і того самого, як об'єктивне фізіологічне спостереження, в певному розумінні протилежне суб'єктивному, психологічному, зовсім не виключає останнього, а лише доповнює його, так само теорія Рікардо не виключає, а лише доповнює теорію граничної корисності" [7].

О. Євтух, розглядаючи у своїй статті "Концептуально про вартість" проблему вартості, порівнюючи закони обігу грошей та вартості, приходить до висновку, що саме рух призводить до збільшення вартості: "Вартість товару в інших формах зникає, якщо він не використовується і, навпаки, вартість в процесі обігу, перетворюючись з однієї форми в іншу, зростає". Виходячи з даного порівняння, можна дійти ще одного висновку про те, що задоволення потреб споживачів призводить до задоволення потреб продавців, тобто "щоб збільшити наші блага, ми повинні прагнути до задоволення потреб інших людей". Цей висновок О. Євтух вважає квінтесенцією теорії вартості. З цим не можна не погодитися, адже теорія визначення вартості бізнесу свідчить про те, що чим підприємство успішніше задовольняє потреби споживачів, тим воно є більш капіталізованим і тим більше його вартість [5].

Вартість бізнесу є дуже цінним економічним показником, це пояснюється тим, що оцінка підприємства може мати досить багато цілей і дає відповіді на багато питань. Так, оцінка бізнесу може проводитися з наступною метою: визначення вартості закритої компанії, визначення прогнозної вартості компанії, підготовка пропозиції щодо приватизації закритої компанії, одержання інформації про тенденції зміни вартості на ринку, визначення вартості компанії з недостатньо ліквідними акціями, встановлення "дійсної" вартості компанії, незалежно від тимчасових змін на фондовому ринку тощо.

В сучасних умовах збільшення вартості не суперечить довгостроковим інтересам бізнесу. Система, орієнтована на збільшення своєї вартості, використовує результати оцінки як певний індикатор успішності своєї діяльності, власники даного бізнесу, піклуючись про підвищення власного добробуту, одночасно позитивно впливають на добробут всіх і, як результат, компанія, що функціонує неефективно, неминуче зазнає переходу капіталу до рук конкурентів [6, с. 43].

Вартість як найкраща міра результатів діяльності вимагає для своєї оцінки повноти інформації та глибинного аналізу предмета оцінки. Для правильної оцінки необхідно мислити довгостроковими критеріями; керувати усіма грошовими потоками, що належать і до прибутків і збитків, і до балансу, вміти порівнювати між собою грошові потоки за різні періоди часу з поправкою на ризик. Існує багато інших показників, що демонструють результати діяльності компанії, але жоден з них не є таким багатогранним і повним, як вартість. Зв'язок між ринковою вартістю компанії і її грошовими потоками є дуже тісним, тому вартість не буває короткостроковою, на відміну від інших показників.

Жоден з інших показників результатів діяльності не спирається на таку повну інформацію, як вартість, а тому з їх допомогою важче приймати правильні рішення. Вартісний підхід при прийнятті рішень спрямований на довгострокові цілі і рішення, прийняті на його основі, є більш далекоглядними. Ринкова вартість компанії говорить нам про очікування ринку, що належать до її майбутніх перспектив розвитку.

Вартість компанії є дуже важливим показником, але не тільки результат оцінки, а і сам зміст залежить від підходів визначення вартості. Розглядаючи методики оцінки бізнесу, як і при оцінці будь-якого іншого товару, можна зупинитися на двох основних підходах визначення вартості бізнесу:

- перший підхід зводиться до визначення вартості компанії як вартості певного майнового комплексу – як суми вартостей майна цієї компанії;
- другий – найбільш раціональний та такий, що відповідає дійсній сутності поняття "бізнес" – оцінка бізнесу полягає в тому, щоб з'ясувати скільки коштує не саме майно, що використовується в господарській діяльності для одержання доходів, а права власності, технології, конкурентні переваги та активи, у матеріальній чи нематеріальній формах, що дають можливість заробляти дані доходи [3, с. 5].

Оцінка компанії як певного майнового комплексу проводиться затратним методом і більш властива для компаній, що ліквідуються. Зміст даного методу полягає в оцінці ринкової вартості чистих, зменшених на заборгованість, активів компанії. Це природний метод оцінки підприємства, що планує припинити свою діяльність після розпродажу майна за його ринковою вартістю. В той самий час затратний метод визначення вартості компанії може бути застосований і для визначення вартості діючої компанії у наступних випадках:

- компанія належить до фінансових з переважною часткою фінансових активів, ринкова вартість яких, в свою чергу, береться з фондового ринку (у випадку достатньої ліквідності активу) або спеціально оцінюється, виходячи з очікуваних за активом доходів;
- має підвищену частку нематеріальних активів, які цінні лише при використанні, тобто коли компанія продовжить свою діяльність [3, с. 23].

Ми бачимо, що даний метод має багато спільного з трудовою теорією вартості: в ньому власник є виробником, що доклав певних зусиль для створення даного товару, даного бізнесу. На жаль, даний метод фіксує вартість на певному етапі і не дає уявлення про перспективи розвитку бізнесу. Суттєвим недоліком і невирішеною проблемою даного методу оцінки залишається визначення вартості таких нематеріальних активів, як позитивний імідж компанії; певні технології, що забезпечують привілеї на ринку; стабільна клієнтська база.

Якщо компанія оцінюється як діюча, то її оцінка має проводитися у межах доходного методу. За цим методом ринкова вартість бізнесу визначається майбутніми доходами, які будуть одержані у результаті продовження діяльності компанії. При цьому на оцінку ринкової вартості

компанії не повинна впливати вартість того майна, яке є на підприємстві і є необхідним для продовження бізнесу та життя компанії як діючої. У випадку продажу такого майна (подібна дія дозволила б включити його ринкову вартість до ринкової вартості компанії як ще одного грошового потоку) продовження бізнесу, який базується на ньому, стає неможливим і виключає первинне припущення про оцінку підприємства як діючого [3, с. 21].

В даному методі можна розглядати майбутні доходи як певну корисність від володіння даним товаром, тобто даний метод, як і попередній, теж має зв'язок із загальною теорією вартості, але в ньому бізнес розглядається вже з позиції покупця. Позитивним моментом є той факт, що при застосуванні даного методу бізнес як товар не залежить від потреб покупця, тобто корисність в даному випадку втрачає суб'єктивність поглядів з боку покупця, а визначається на базі об'єктивної оцінки майбутніх очікувань.

Оцінка вартості банківського бізнесу базується на тих самих підходах, як і визначення вартості будь-якого іншого бізнесу, але є досить специфічною, виходячи із самої сутності банківської діяльності. Встановити якість кредитного портфеля, оцінити величину поточного бухгалтерського прибутку, яка виникає у результаті розбіжності процентних ставок, зрозуміти, які саме ділові одиниці відіграють ключову роль у прибутковості банку, – все це надзвичайно важкі задачі для стороннього аналітика.

Також необхідно звернути увагу на унікальну технологію формування, концентрації і збільшення інвестиційних ресурсів, яка властива лише банківському бізнесу і дозволяє проводити інвестиційну діяльність навіть за умов відсутності накопичень в економіці країни. Жодні інші фінансові інститути, підприємства чи держава не мають аналогічного інструментарію. Саме завдяки цьому унікальному механізму комерційні банки залишаються високоприбутковими суб'єктами підприємницької діяльності навіть в умовах важкої економічної кризи, спаду обсягів промислового виробництва та інших негативних наслідків, пов'язаних з кризовими явищами.

Специфіка створення ресурсів банківського бізнесу полягає в двох основних і принципових особливостях організації банківської діяльності, які полягають у наступному:

- одним з найважливіших джерел формування кредитного портфеля комерційного банку є тимчасово вільні залишки грошових коштів, які знаходяться на розрахункових рахунках клієнтів. Це стає можливим завдяки тому, що всі підприємства для проведення господарської діяльності повинні мати розрахункові (поточні) рахунки в банках. Здійснюючи розрахунково-касове обслуговування клієнтів, комерційний банк постійно має у своєму розпорядженні певну суму грошових коштів на розрахункових (поточних) рахунках клієнтів. Розмір залишків грошових коштів, які знаходяться на рахунках клієнтів, різниться за часом в кожному окремому банку у зв'язку з різницею між вихідними та вхідними сумами платежів. Даний вид ресурсів є основою механізму високої рентабельності та прибутковості комерційних банків навіть в умовах економічної кризи;

- при інвестуванні грошових коштів окремим комерційним банком банківська система багаторазово збільшує інвестиційні ресурси та інвестиційні вкладення в економіку. Це відбувається завдяки грошовому мультиплікатору та специфіці формування банківських ресурсів [2, с. 94].

Саме технологія банківської діяльності, що базується на двох принципових особливостях, і відрізняє її від всіх інших суб'єктів господарських відносин, а не фінансовий капітал самих банків, ставить банківську систему в центр інвестиційних процесів і на вершину фінансової піраміди, що регулює процеси накопичення та споживання суспільства. Банківській бізнес є дуже привабливим товаром та перспективним для інвестування завдяки своєму унікальному механізму формування ресурсів, однак сама специфіка банківської діяльності та мультиплікативний ефект, що створюється завдяки їй, потребує пильного нагляду та регулювання з боку держави. Все це змінює акценти при застосуванні різних методик визначення вартості. Банківська діяльність не потребує значних капіталовкладень, тому при оцінці левову частку займатиме визначення вартості нематеріальних активів та майбутніх грошових потоків, що генеруються завдяки даним активам, а не оцінка майнового комплексу.

Висновки. Питання вартості породило багато суперечок, але, незважаючи на здавалось би повну розбіжність поглядів на вирішення даної проблеми, всі вони окремо лише висвітлюють певні аспекти такої багатогранної економічної категорії, як вартість, і тому лише їх вміле поєднання може дати відповідь на проблему еквівалентності обміну. Концепція формування вартості банківського бізнесу, як і вартості будь-якого іншого товару, полягає у вмілому поєднанні підходів трудової теорії вартості, в теорії оцінки бізнесу їй відповідає витратний підхід, та теорії граничної корисності, якій відповідає дохідний підхід визначення вартості бізнесу. При визначенні вартості банківського бізнесу необхідно приділити особливу увагу оцінці таких нематеріальних активів банку, як позитивний імідж, добра репутація серед клієнтів, система управління тощо. Також не абиякий інтерес становить визначення ділових одиниць банківського бізнесу, що генерують грошові потоки, та їх оцінка. Все це має бути враховано при визначенні вартості банківського бізнесу, щоб одержати повну, ґрунтовну та об'єктивну оцінку та уникнути помилок однобічності поглядів.

Список літератури

1. Борисов Е.Ф. Экономическая теория: Учебник. – М.: Юность, 1997. – 568 с.
2. Бритченко И.Г. Системность банковского дела и реальный капитал. – Донецк: ИЭПИ НАН Украины, МЭГИ, 1998. – 134 с.
3. Валдайцев С.В. Оценка бизнеса и инновации. – М.: Информационно-издательский дом "Филинъ", 1997. – 336 с.
4. Гриценко А.А. Еволюція вартості // Економіка України (укр.). – 2001. – № 4. – С. 45-56.
5. Євтух О.Т. Концептуально про вартість // Актуальні проблеми економіки (укр.). – 2005. – № 3. – С. 3-17.
6. Коупленд Т., Коллер Т., Муррин Д. Стоимость компаний: оценка и управление: Пер. с англ. – М.: Олимп-Бизнес, 1999. – 576 с.

7. Павлишенко М. Модифікація вартості товару // Економіка України (укр.). – 2001. – № 7. – С. 48-59.
8. Петти У. Экономические и статистические работы: Пер. с англ. – М.: Соцэкгиз, 1940. – 324 с.
9. Рикардо Д. Сочинения. – Т. 1. Начала политической экономии и налогового обложения. – М.: Госполитиздат, 1955. – 360 с.
10. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов // Петти В., Смит А., Рикардо Д., Кейнс Дж., Фридман М. Классика экономической мысли: Сочинения. – М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2000. – 896 с.
11. Юхменко П.І., Леоненко П.М. Історія економічних учень: Навч. посіб. – К.: Знання-Прес, 2000. – 514 с.
Отримано 02.11.2006

Олексіч Д.В. Концепція формування вартості банківського бізнесу / Д.В. Олексіч // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: зб. наук. праць / УАБС НБУ. - Суми, 2007. – Вип. 19. - С. 323–334.