

**НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ
ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ “ЕКОНОМІЧНА ЦІННІСТЬ”
ПРИ ЦІНОУТВОРЕННІ НА БАНКІВСЬКІ ПРОДУКТИ**

Економічна цінність як категорія, недостатньо вживана в економічній літературі. Першим джерелом її походження можна вважати філософію, тому в економічному розумінні “цінність” ототожнюється з моральністю, благом. Саме врахування економічної цінності дає можливість більш повно розкрити економічні значення попиту та пропозиції при ціноутворенні на банківські продукти. В умовах ринкової економіки без категорії “економічна цінність” неможливий не тільки подальший збалансований розвиток економіки, а й перехід на більш прогресивний рівень взаємозв’язку між банком та клієнтом.

При аналізі літературних джерел, як вітчизняних, так і зарубіжних економістів, можна зазначити зацікавленість науковців у ціннісному підході до визначення ціни. Вчені-економісти вважають, що саме категорія “цінність” є першим етапом будь-якого механізму господарювання.

Незважаючи на дослідження науковцями категорії “економічна цінність” вважаємо, що не існує єдиного підходу до її визначення.

Визначення, сутність та вплив на ціноутворення даної категорії є дискусійним і на теперішній час.

Тому дослідження категорії “економічна цінність” при встановленні ціни на банківські продукти є досить актуальним. Ряд науковців при визначенні сутності поняття економічної цінності ототожнюють її з вартістю і вважають, що визначення економічної цінності зводиться до з’ясування взаємин ринкових сил, попиту (корисність) та пропозиції (трудові витрати). Недоліком даного підходу до визначення є ототожнення категорій економічної цінності та вартості. Економічна цінність за своєю суттю є більш об’ємна категорія, а вартість є однією з її складових.

Інші науковці вважають, що економічна цінність – це характеристика об’єкта, що означає його певну значимість у системі економічних відносин. В умовах ринкової економіки це є співвідношення окремих об’єктів, що проявляються в мінових операціях, досягається шляхом присвоєння економічної цінності грошової оцінки у вигляді вартості.

Розмір грошової оцінки, що визначає цінність потенціального або фактично реалізованого об’єкта, визначається ринком. Незважаючи на спробу авторів присвоїти економічній цінності грошову оцінку у вигляді вартості, але нехтується сприйняття даного об’єкта споживачем, що не дає змоги повного сприйняття даної економічної категорії.

Л. Ревуцький при визначенні економічної цінності для предмета, товару, продукту, об’єктів бізнесу та інших категорій вважає, що це властивість матеріального або нематеріального активу приносити дохід, бути корисним та вигідним для колишнього та нового власника цього активу, а

також мати, зберігати та при мінімальній можливості збільшувати свою вартість. Дане визначення не враховує оцінку споживача.

Його оцінка залежить від потреб, споживчих мотивів та інформованості. Дослідивши науково-методичні підходи до визначення економічної цінності при встановленні ціни на банківські продукти, виявили, це ціна, складовою якої є ціна кращого з доступного клієнту банку альтернативного банківського продукту (ціна байдужості) та цінність тих властивостей банківського продукту, які відрізняють його від інших (цінність відмінностей).

Визначення цінності банківського продукту в економіці залежить від принципів фундаментальних засад про те, що вважати за цінне для клієнта, які критерії чи систему критеріїв необхідно використовувати. Ціннісний вимір в економіці є похідним від системи її ціннісної орієнтації. Перш за все якісний аспект ціннісного виміру втілює спрямованість саме на ціннісну орієнтацію економіки, а отже, дає можливість визначити зміст самого поняття економічної цінності при ціноутворенні на банківські продукти.