

Spis treści

Wstęp	9
--------------------	----------

Rozdział 1

Wielowymiarowość kategorii wartości banku – <i>Mirosława Capiga</i>	13
1.1. Wartość jako cel działania banku	13
1.2. Identyfikacja wartości jako kategorii ekonomicznej	19
1.2.1. Kategorie wartości	19
1.2.2. Krąg wartości	25
1.2.3. Fazy wartości – migracja	30
1.2.4. Łańcuch wartości	32
1.3. Czynniki kreowania wartości	35
1.3.1. Kluczowe generatory wartości banku	35
1.3.2. Generatory generatorów wartości banku	42
1.3. Model biznesowy banku a wartość banku	46
1.4. Zarządzanie wartością jako metoda zarządzania bankiem	51
Bibliografia	53

Rozdział 2

Ryzyko jako kluczowy generator wartości banku – <i>Witold Gradoń</i>	57
2.1. Ryzyko w zarządzaniu bankiem – jego istota i pojęcie	57
2.2. Typologia ryzyka bankowego	60
2.2.1. Klasyfikacje „normatywne” ryzyka bankowego	60
2.2.2. Klasyfikacje „literaturowe” ryzyka bankowego	68
2.3. System zarządzania ryzykiem bankowym	75
2.3.1. Istota i cel zarządzania ryzykiem bankowym	75
2.3.2. Fazy (etapy) i regulacje zarządzania ryzykiem bankowym	79

2.3.3. Model zarządzania ryzykiem na przykładzie Grupy Kapitałowej PKO Banku Polskiego S.A.	84
2.3.4. System ochrony instytucjonalnej w sektorze bankowości spółdzielczej	90
2.4. Metody pomiaru ryzyka bankowego	93
2.4.1. Istota, cele i rodzaje metod pomiaru ryzyka bankowego	93
2.4.2. Metody pomiaru podstawowych rodzajów ryzyka według NUK	100
Bibliografia	104

Rozdział 3

Kategorie kapitału, jako kluczowe generatory wartości banku

– Grażyna Szustak	107
3.1. Kapitały własne banków – ich rodzaje i wpływ na wartość banku	107
3.2. Kapitał menedżerski i <i>private equity</i> w sektorze bankowym	121
3.3. Kapitał obcy banku – zewnętrzna determinanta tworzenia, wzrostu i utrzymania wartości banku	128
3.4. Kapitał intelektualny i społeczny – strategiczna dźwignia wzrostu wartości współczesnego banku	137
Bibliografia	146

Rozdział 4

Wybrane, niefinansowe generatory wartości banku – **Grażyna Szustak**

4.1. Misja i wartości banku.....	151
4.2. Społeczna odpowiedzialność banku w procesie kreacji jego wartości	155
4.3. Ład korporacyjny (<i>corporate governance</i>) i <i>compliance</i> w bankach.....	159
4.4. Zewnętrzna komunikacja banku z klientami	167
Bibliografia	172

Rozdział 5

Pomiar wartości banku – **Witold Gradoń**

5.1. Istota szacowania wartości banku	175
5.1.1. Sprawozdanie finansowe źródłem informacji o wartości banku	175
5.1.2. Pojęcie i zakres przedmiotowy metod wyceny banku	185
5.1.3. Ogólne zasady i motywy wyceny banku.....	187
5.1.4. Problemy związane z wyceną banków – uwagi ogólne	189
5.2. Metody wyceny banków	191

5.3. Metody dochodowe wyceny banków	193
5.3.1. Założenia ogólne metod dochodowych.....	193
5.3.2. Zastosowanie metod dochodowych do wyceny banków	203
5.4. Metody porównawcze wyceny banków.....	209
5.4.1. Założenia ogólne metody porównawczej.....	209
5.4.2. Zastosowanie metody mnożnikowej do wyceny banków	212
5.5. Metody majątkowe wyceny banków.....	214
5.5.1. Założenia ogólne metod majątkowych.....	214
5.5.2. Zastosowanie metod majątkowych do wyceny banków	219
5.6. Przykładowa wycena banku na przykładzie Banku Handlowego SA	219
Bibliografia	223
 Zakończenie	 227
 Spis tabel	 229
 Spis rysunków, wykresów i schematów	 231