

7. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 336.71:657

Христін А.І.

аспірант кафедри банківської справи,
Одеський національний економічний університет

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ З УРАХУВАННЯМ ЙОГО ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ

У статті проведено аналіз впливу ділової репутації на результати діяльності банків України; запропоновано методичні підходи до кількісного оцінювання ділової репутації банку; визначено особливості та специфіку гудвілу банків; здійснено розрахунок гудвілу групи банків України, а також запропоновано методику його використання під час визначення стійкості вітчизняних банків.

Ключові слова: банк, ділова репутація, гудвіл, фінансова стійкість, рейтинг.

Вступ. Розвиток теоретичних основ банківської справи в умовах впливу фінансової глобалізації та інформаційної економіки має потребу в сучасних уявленнях про діяльність банків з урахуванням того, що парадигма банківського бізнесу змінилась, а саме головною метою банківської діяльності є своєчасне й точне визначення напрямів розвитку фінансових ринків та адаптація до можливих змін в економіці. Діяльність банків в умовах невизначеності підвищує їх соціальну відповідальність на ринку, що потребує збереження довіри клієнтів та формування ділової репутації. Репутація стає важливою конкурентною перевагою, оскільки позитивна характеристика банку в суспільстві сприяє його надійності, прибутковості та фінансовій стабільності. Результатом позитивної ділової репутації сучасного банку є можливість значного перевищення ринкової вартості його активів над балансовою за рахунок вартості нематеріальних активів, найбільш важливою з яких є репутація.

Останнім часом довіра суспільства до банків України значно зменшилась, головними причинами втрати ділової репутації слугували зниження ефективності діяльності сучасних банків України, їх банкрутства й збитковість як результат некваліфікованого фінансового управління, неякісного використання методів та інструментів ідентифікації та оцінювання ризиків, ігнорування впливу ризиків окремих банківських операцій на ділову репутацію, що привело до значного зменшення кількості банків. Зазначене потребує розроблення нових методів управління діяльністю банків, адаптованих до сучасних завдань їх стратегічного розвитку та постійних змін на ринку банківських послуг і в економіці загалом.

Критичний аналіз запропонованих сучасними науковцями різних підходів до оцінювання результатів діяльності банків дав змогу дійти висновку щодо доцільності використання під час аналізування результативності діяльності банку показників ділової репутації. У зв'язку з цим розробка методичних підходів до визначення результатів діяльності сучасних банків України з урахуванням кількісних показників репутації набуває особливого значення.

Аналіз останніх наукових досліджень. Проблемам кількісної оцінки ділової репутації та її впливу на результати діяльності банків присвячені наукові праці як іноземних (Г. Даулінг, А. Заман, Б. Райзберг, Р. Рейлі, В. Рутгайсберг, Р. Швайс та ін.), так і вітчизняних (Ж. Довгань, Л. Кузнецова, Н. Маслова, С. Мочерний, К. Тростянська, О. Чорна та ін.) учених.

Наприклад, Р. Рейлі та Р. Швайс пропонують визначати ділову репутацію як бухгалтерський актив (гудвіл) та як економічний феномен (внутрішньо створений менеджментом банку) [1].

Н. Маслова у своїх дослідженнях обґрунтовує необхідність формування так званого капіталу репутації, оскільки він визначає переваги клієнтів і партнерів, забезпечує міцність та ефективність ділових зв'язків, фінансові показники та ринкове благополуччя банку [2, с. 27].

Л. Кузнецова акцентує увагу на важливості збереження в кризових умовах довіри до банків, яка впливає на їх ділову репутацію та фінансову стійкість [3, с. 94].

Однак, незважаючи на певну кількість наукових праць, присвячених питанням оцінювання впливу ділової репутації банку на ефективність його діяльності, проблеми використання показників ділової репутації під час розроблення раціональних управлінських

рішень у діяльності банків недостатньо досліджені, відсутні методичні розробки врахування кількісних показників ділової репутації під час визначення рейтингу банку на фінансовому ринку.

Мета статті полягає в аналізі результатів діяльності банків України з урахуванням впливу ділової репутації, визначеної на основі розрахунку вартості гудвілу. Для досягнення мети вирішено такі завдання, як визначення сутності гудвілу в банківському бізнесі, здійснення розрахунку гудвілу групи банків України, надання методичних рекомендацій щодо врахування гудвілу під час визначення рейтингу стійкості банків.

Викладення основного матеріалу. У сучасних умовах ділова репутація банку, працюючого в умовах інформаційного розвитку бізнесу, є його головним нематеріальним активом, що має певну вартість і формується за рахунок таких активів, як репутація, імідж, соціальна відповідальність, якість менеджменту та персоналу.

Гудвіл банку є кількісним показником вартості ділової репутації, визначеним у грошових одиницях. Він не є складовою репутації, він є її фінансовим показником і фактично є симбіозом ділової репутації, іміджу, рентабельності банків на ринку розташування, брэнда, тобто всіх непрямих факторів, які дають змогу прогнозувати підвищення прибутковості банку порівняно із середньою прибутковістю банківської системи.

Необхідність визначення вартості ділової репутації банків має такі чинники:

- необхідність підвищення якості управління діловою репутацією банку (показники гудвілу застосовуються під час побудови іміджу та репутації банку, для їх якісного аналізування й коригування відповідно до завдань стратегічного довгострокового розвитку);

- оцінка гудвілу для аналізу ефективності його використання і впливу на рівень прибутковості банку (гудвіл – це нематеріальний актив, що впливає на прибутковість банку і є його конкурентною перевагою на ринку);

- загальна оцінка поточного стану ділової репутації банку (його кількісне значення сприяє прийняттю раціональних управлінських рішень, зокрема тих, які спрямовані на збереження та покращення ділової репутації).

Важливими для формування методичних підходів до кількісного оцінювання гудвілу є наукові розробки Г. Десмонда і Р. Келли [4], які пропонують системний підхід до обґрунтування необхідності використання гудвілу. Для виконання завдань дослідження ми пропонуємо їх рекомендації щодо виокремлення трьох складових гудвілу адаптувати до специфіки банківського бізнесу.

Отже, під час розрахунку гудвілу для банків необхідно враховувати такі фактори:

- 1) наявність та обсяги операційних активів, що є безпосередньо в банку та готові до користування, серед яких найбільш важливими є фінансовий капітал, раціональне управління (менеджмент) та трудовий капітал (персонал банку); якість та концентрація цих компонентів в одному банку, ефективне функціонування їх

як єдиного цілого створюють додатковий синергетичний ефект;

- 2) наявність та обсяги додаткового економічного прибутку (додатковий економічний прибуток – це прибуток банку, що перевищує середні значення в банківському секторі);

- 3) очікувані ймовірні події, які відбудуться в майбутньому і не матимуть безпосереднього зв'язку з поточною діяльністю окремого банку; серед них виокремлюють очікувані злиття й поглинання, ймовірні фінансові інвестиції, майбутніх інвесторів або клієнтів, прогнозовані інноваційні банківські продукти.

У сучасних умовах розвитку бізнесу використовуються декілька основних підходів до визначення вартості гудвілу, зокрема кількісна оцінка репутації як перевищення ринкової вартості фірми над вартістю її чистих активів; оцінка гудвілу за обсягами реалізації продуктів; оцінка гудвілу методом надлишкових прибутків; поточне дисконтування оцінки майбутніх надприбутків на основі методики компанії “Brand Finance”.

Слід зазначити, що велику кількість наявних методів оцінювання нематеріальних активів, з якими отожднюється ділова репутація, важко застосувати на практиці під час визначення гудвілу банків, оскільки більшість вхідних параметрів є невідомими (або інформація про них відсутня у зв'язку з проблемами транспарентності вітчизняної ринкової економіки). Тому найбільш доступною для банківської системи України методикою, на наш погляд, є оцінка гудвілу методом надлишкових прибутків.

Оцінка гудвілу методом надлишкових прибутків ґрунтується на припущенні, що якщо один банк отримує більший прибуток на одиницю активів, ніж аналогічний банк, то це означає, що додатковий прибуток банку є результатом впливу його позитивної ділової репутації.

Для визначення вартості гудвілу групи банків України використано формулу, рекомендовану В. Рутгайзером [5, с. 149]:

$$Г = \frac{Чп}{Ра} * 100\% - ЧА, \quad (1)$$

де Г – гудвіл банку;

Чп – чистий прибуток до вирахування резервів;

Ра – рентабельність чистих активів в середньому по банківській системі;

ЧА – величина чистих активів банку.

На основі формули (1) проведено оцінювання гудвілу банків, які посідають перші 15 місць за рейтингом стійкості банків, що представлений Міністерством фінансів України в динаміці за останні 5 років.

Рейтинг стійкості розраховано Міністерством на основі показників фінансової звітності банків та іншої необхідної інформації з відкритих джерел, а саме офіційних сайтів банківського регулятора, банків, банківських асоціацій, рейтингових агентств, а також включає такі складові:

- 1) стресостійкість банку (здатність банку протистояти внутрішнім і зовнішнім ризикам, на яку впливає залежність від вкладів фізичних осіб, якість фон-

дування, якість управління кредитними операціями, прибутковість, ліквідність, достатність капіталу);

2) лояльність вкладників (успішність діяльності банку на роздрібному сегменті депозитного ринку (частка банку на ринку роздрібних депозитів, абсолютне та відносне зростання роздрібного портфеля вкладів тощо));

3) оцінка аналітиків (оцінка надійності банку з точки зору незалежних експертів).

Загальний бал рейтингу визначається як середнє арифметичне балів, отриманих банком за зазначеними трьома групами чинників.

Зазначимо, що в сучасних умовах функціонування банків під впливом інформаційних технологій, які значно прискорюють дію зовнішніх та внутрішніх чинників, ефективність діяльності банків залежать від ділової репутації, втрата якої призводить до паніки клієнтів, погіршення ліквідності, а можливо, й до банкрутства. Тому під час аналізування результатів та умов сучасної діяльності банків необхідно використовувати показники ділової репутації.

Використання оцінки вартості гудвілу дасть змогу визначити банки з найбільш позитивною діловою репутацією, а врахування цього показника під час визначення фінансової стійкості вибраних для дослідження вітчизняних банків найбільш точно визначити їх фінансову стійкість.

Розрахунки вартості гудвілу проведено за даними відкритої звітності банків України на офіційному сайті НБУ (табл. 1).

Як було зазначено вище, чим більше вартість гудвілу банку, тим вище його ділова репутація порівняно з іншими банками. З досліджуваних банків найбільшу позитивну вартість гудвілу на початок 2014 р. мали АТ «Райффайзен Банк Аваль» (9,2 млрд. грн.), ПАТ «ПУМБ» (6,0 млрд. грн.) та АТ «Ощадбанк» (5,3 млрд. грн.). Ділова репутація АТ «ОТП Банк»,

АТ «Укрексімбанк» та ПАТ «Альфа-банк» складала більше 3 млрд. грн. Водночас у таких банківських установах, як АТ «УкрСиббанк», АБ «Укргазбанк», ПАТ КБ «Правекс банк», ПАТ «Універсал банк», КБ «Південний», спостерігалась від'ємна вартість гудвілу.

Протягом досліджуваного періоду АТ «Райффайзен Банк Аваль» та ПАТ «ПУМБ» підтримували високу вартість своєї ділової репутації. Крім того, на початок 2018 р. порівняно з 2014 р. значно зросла вартість гудвілу АТ «УкрСиббанк», ПАТ «Креді Агріколь банк», ПАТ «Альфа-банк», ПАТ «Кредобанк», АБ «Укргазбанк». Кризові явища в економіці України за 2017 р. та проблеми якості менеджменту негативно вплинули на ділову репутацію АТ «Ощадбанк» та АТ «Укрексімбанк».

Зауважимо, що розрахована абсолютна величина гудвілу, на наш погляд, недостатньо оцінює ділову репутацію банку порівняно з іншими банками в рамках банківської системи. Більш доцільним може бути використання відносного показника, а саме ефективності ділової репутації банку (E_r). Йдеться про співвідношення вартості гудвілу та чистих активів банку (2):

$$E_r = G / \text{ЧА} \quad (2)$$

Результати розрахунків ефективності ділової репутації банку ділової репутації банків за досліджуваний період наведено на рис. 1.

Аналіз наведених даних на рис. 1 доводить, що розмір гудвілу на 1 грн. чистих активів у кожному з досліджуваних банків за останні п'ять років коливається залежно від результатів діяльності конкретного банку та банківської системи України загалом. Наприклад, станом на 1 січня 2014 р. найбільше значення E_r має ПАТ «Ідея Банк» (4,77), а від'ємне значення мають п'ять із 15 досліджуваних банків (АТ «УкрСиббанк», АБ «Укргазбанк», ПАТ КБ «Правекс банк», ПАТ «Універсал банк», КБ «Південний»).

Таблиця 1

Вартість гудвілу групи українських банків, млн. грн.

Найменування банків	Станом на 1 січня				
	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.
АТ «Райффайзен Банк Аваль»	9 175	2 290	4 085	39 790	26 587
АТ «УкрСиббанк»	-388	1 377	1 465	26 412	4 465
ПАТ «Креді Агріколь банк»	1 516	-888	3 962	18 648	2 489
АТ «ОТП Банк»	4 222	1 148	-4 426	1 350	586
ПАТ «Кредобанк»	711	-463	382	5 070	2 025
АТ «Прокредитбанк»	428	315	695	4 723	760
АБ «Укргазбанк»	-68	2 936	936	4 484	1 712
АТ «Ощадбанк»	5 303	-8 526	9 575	14 088	-21 290
АТ «Укрексімбанк»	3 188	8 373	423	47 782	-2 178
ПАТ «Альфа-банк»	2 969	7 514	-2 524	15 392	3 411
ПАТ «ПУМБ»	5 973	4 001	5 727	16 571	6 190
ПАТ КБ «Правекс банк»	-562	-880	-2 523	-1 449	-1 447
ПАТ «Ідея Банк»	1 608	20	-569	2 801	965
ПАТ «Універсал банк»	-279	-1 022	-1 215	-3 452	733
КБ «Південний»	-495	-777	-307	3 085	1 139

Джерело: розроблено за даними НБУ [6]

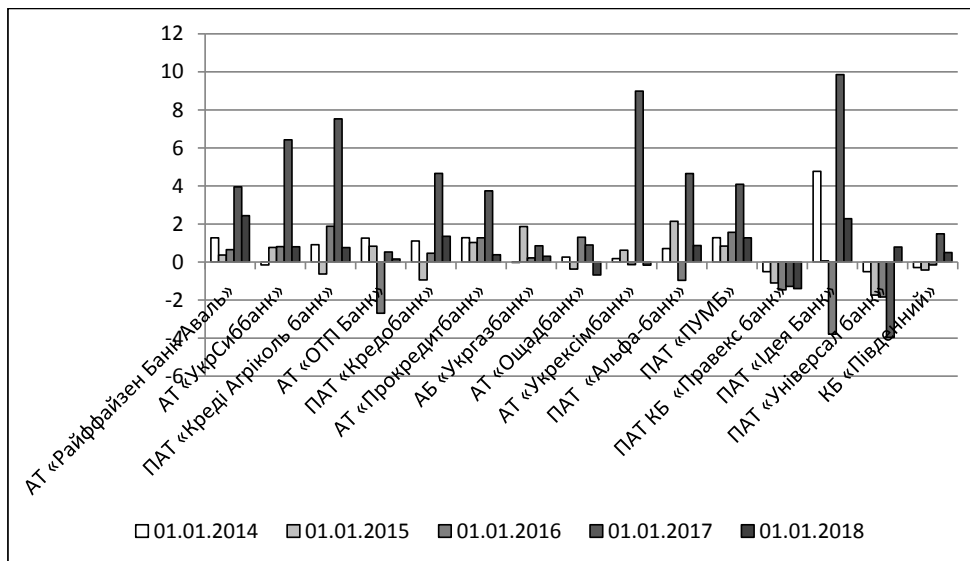


Рис. 1. Динаміка ефективності ділової репутації банку (E_T) по групі банків України

Джерело: розроблено за даними НБУ [6]

Станом на 1 січня 2015 р. найбільше значення показника (2,14) отримує ПАТ «Альфа-банк», лідером 2015 р. за розміром E_T стає ПАТ «ПУМБ» (1,56).

За 2016 р. досліджуваний показник значно зростає у більшості банків, що аналізуються, а особливо у ПАТ «Ідея Банк» (до 9,86 грн. гудвілу на 1 грн. чистих активів), АТ «Укрексімбанк» (8,99) та ПАТ «Креді Агріколь банк» (7,53).

Динаміка ефективності ділової репутації банків за останні п'ять років свідчить про те, що з початку 2014 р. до 2017 р. він мав тенденцію до зростання у банків АТ «Райффайзен Банк Аваль», АТ «УкрСиббанк», ПАТ «ПУМБ», ПАТ «Ідея Банк», АТ «Прокредитбанк». За 2017 р. величина цього показника значно знизилась загалом по досліджуваних банках. Найбільше значення показника E_T станом на 1 січня 2018 р. мали такі банки, як АТ «Райффайзен Банк Аваль» (2,44) та ПАТ «Ідея Банк» (2,28).

Вважаємо доцільним для отримання більш об'єктивної оцінки результатів діяльності вітчизняних банків використовувати рейтинг ділової репутації банку як складову загального рейтингу стійкості банків, який щомісячно публікується Міністерством фінансів України. Для врахування вартості гудвілу банків під час формування рейтингу рекомендуємо використовувати методику визначення балів, яка застосовується для визначення інших складових загального рейтингу, а саме 1 бал, якщо значення $E_T < -1$ від середнього значення; 2 бали, якщо значення $E_T < -0,25$ від середнього значення; 3 бали, якщо значення $E_T < 0,25$ від середнього значення; 4 бали, якщо значення $E_T < 1$ від середнього значення; 5 балів, якщо значення $E_T > 1$ від середнього значення.

Таким чином, загальний рейтинг стійкості банків буде визначатись як середня вже за чотирма критеріями, а саме критеріями стресостійкості, лояльності

вкладників, оцінки аналітиків та вартості ділової репутації. Результати розрахунку загального рейтингу стійкості банків з рекомендованим урахуванням гудвілу станом на початок 2018 р. наведено в табл. 2.

Дані табл. 2 свідчать про те, що з урахуванням ділової репутації підвищили свій рейтинг АТ «Райффайзен Банк Аваль», ПАТ «Кредобанк», ПАТ «ПУМБ», ПАТ «Ідея Банк», а у таких банків, як АТ «Ощадбанк», АТ «Укрексімбанк», ПАТ «Правекс банк», рейтинг значно знизився (рис. 2).

Таким чином, аналіз отриманих результатів доводить, що сформований загальний рейтинг стійкості українських банків з урахуванням ефективності ділової репутації більш точно визначає дійсний стан їх фінансової стійкості на ринку банківських послуг.

Висновки. Репутація, якої банк набуває на фінансовому ринку, є прямим результатом всієї його діяльності. Формування позитивної репутації вимагає досить багато часу, але якщо вона є, то банк отримує додаткові конкурентні переваги. Для того щоб найбільш повно й ефективно використовувати цей найважливіший стратегічний ресурс, банкам потрібно постійно працювати над розвитком, зміцненням і збереженням своєї репутації. Кількісний показник ділової репутації – гудвіл – має велике значення для визначення результатів діяльності банків. Як свідчить проведений аналіз, його використання під час формування рейтингу стійкості банків України дав змогу більш точно визначити результати їх діяльності та реальне місце банку на ринку. Зазначене дає змогу зробити висновок про необхідність подальшого розвитку процесів використання банками показників ділової репутації для вирішення завдань транспарентності результатів їх діяльності, підвищення надійності, прибутковості та посилення конкурентоспроможності.

**Розрахунок рейтингу стійкості групи банків
станом на 1 січня 2018 р. з урахуванням ефективності ділової репутації**

Найменування банків	E_T	P_{EG}	P_{ZC}	P_{ZSEG}	Відхилення ($P_{ZSEG} - P_{ZC}$)
АТ «Райффайзен Банк Аваль»	2,44	5	4,74	4,81	0,07
АТ «УкрСиббанк»	0,80	3,12	4,38	4,14	-0,24
ПАТ «Креді Агріколь банк»	0,76	3,09	4,06	3,90	-0,16
АТ «ОТП Банк»	0,16	1,59	3,87	3,28	-0,60
ПАТ «Кредобанк»	1,35	4,72	3,86	4,17	0,31
АТ «Прокредитбанк»	0,38	2,0	3,81	3,40	-0,41
АБ «Укргазбанк»	0,30	1,9	3,72	3,35	-0,37
АТ «Ощадбанк»	-0,68	1	3,69	3,34	-0,36
АТ «Укрексімбанк»	-0,16	1	3,61	2,97	-0,64
ПАТ «Альфа-банк»	0,87	3,19	3,52	3,56	0,03
ПАТ «ПУМБ»	1,27	4,64	3,49	3,79	0,30
ПАТ КБ «Правекс банк»	-1,40	1	3,49	2,97	-0,52
ПАТ «Ідея Банк»	2,28	4,91	3,33	3,63	0,30
ПАТ «Універсал банк»	0,7	3,02	3,23	3,25	0,02
КБ «Південний»	0,50	2,61	3,20	3,24	0,03

Умовні позначення: E_T – ефективність ділової репутації банків; P_{EG} – рейтинг банків за ефективністю ділової репутації; P_{ZC} – загальний рейтинг стійкості банків за даними Мінфіну України; P_{ZSEG} – загальний рейтинг стійкості банків з урахуванням ефективності ділової репутації

Джерело: розроблено за даними НБУ [6] та Мінфіну України [7]



Рис. 2. Загальний рейтинг стійкості банків станом на 1 січня 2018 р. [6; 7]

Список літератури:

1. Рейли Р., Швайс Р. Оценка нематериальных активов / пер. с англ. Бюро переводов Ройд. Москва: ИД «КВИНТО КОНСАЛТИНГ», 2005. 792 с.
2. Маслова Н. Бренд банку: сутність, елементи, вплив на клієнтів. Вісник КНТЕУ. 2010. № 5. С. 24–32.
3. Кузнецова Л. Методичні основи розробки стратегії розвитку корпоративного кредитування в банку. Збірник наукових праць ЧДТУ. Серія «Економічні науки». 2017. Вип. 47 (61). С. 90–97.
4. Дэсмонд Г., Келли Р. Руководство по оценке бизнеса. Москва: РОО, 1996. 324 с.
5. Рутгайзер В., Будичкий А. Оценка рыночной стоимости коммерческого банка: методические разработки. Москва: Маросейка, 2007. 224 с.
6. Офіційний сайт НБУ. URL: <https://www.bank.gov.ua/control/uk/index>.
7. Офіційний сайт Мінфіну України. URL: <https://minfin.com.ua/banks/rating/?date=2018-03-07>.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКА С УЧЕТОМ ЕГО ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ

В статье проведен анализ влияния деловой репутации на результаты деятельности банков Украины; предложены методические подходы к количественному оцениванию деловой репутации банка; определены особенности и специфика гудвилла банков; осуществлен расчет гудвилла группы банков Украины, а также предложена методика его использования при определении устойчивости отечественных банков.

Ключевые слова: банк, деловая репутация, гудвилл, финансовая устойчивость, рейтинг.

METHODICAL APPROACHES TO THE DETERMINATION OF BANK'S ACTIVITY RESULTS TAKING INTO ACCOUNT ITS BUSINESS REPUTATION

The article has the analysis of influence of the business reputation on the activity of Ukrainian banks; methodical approaches to the quantitative evaluation of the bank business reputation have been suggested, particular characteristics and key features of the bank goodwill have been determined, the goodwill of Ukrainian banks has been calculated and methods of its use when determining the domestic bank firmness rating have been suggested.

Key words: bank, business reputation, goodwill, financial, rating.

УДК 336.63

Шевчук Я.В.

старший внутрішній аудитор,
ПРАТ «Київстар»

ФІНТЕХ-КОМПАНІЇ ЯК СКЛАДОВА ІНФРАСТРУКТУРИ РИНКУ ПРОЕКТНОГО ФІНАНСУВАННЯ

У статті розглянуто теоретико-практичні аспекти діяльності фінтех-компаній як інфраструктурних учасників ринку проектного фінансування. Визначено напрями функціонування фінтех-компаній. Досліджено структуру ринку фінтех в Україні та світі. Виокремлено P2B-кредитування та краудфандінг як основні види діяльності фінтех-компаній, що задіяні у проектному фінансуванні. Обґрунтовано можливості використання даних фінтех-послуг для фінансування проектів на основі аналізу світового та вітчизняного досвіду.

Ключові слова: фінтех, фінтех-компанії, проектне фінансування, інфраструктура, P2B-кредитування, краудфандінг.

Вступ. Сьогодні глобальний ринок проектного фінансування передбачає участь цілої низки суб'єктів, які виступають учасниками угоди з боку попиту та пропозиції та безпосередньо задіяні в процесі реалізації фінансового забезпечення інвестиційних та інфраструктурних проектів. Однак їх діяльність була б неможливою без різних посередників, які забезпечують дієвість функціонування цього ринку, прискорюють та спрощують процес укладання угод, надають консультативні, аналітичні, інформаційні, страхові та інші послуги. Сукупність таких суб'єктів та діяльність, що вони здійснюють, формують інфраструктуру ринку проектного фінансування.

Нині інфраструктурне середовище ринку проектного фінансування у світі є досить містким і відрізняється значним рівнем варіативності, оскільки з розвитком цього виду діяльності, суспільно-економічних відносин загалом, а також науково-технічним прогресом до складу його суб'єктів додаються все нові посередники. Навіть в Україні, попри слабкий інтерес до проектного фінансування, їх діяльність набуває все більшої популярності. Серед них особливе місце належить фінтех-компаніям.

Аналіз останніх наукових досліджень. Будучи відносно новим явищем як у площині розвитку світового фінансового ринку, так і щодо трансформа-