

БАНКІВСЬКИЙ БІЗНЕС ЯК ПРЕДМЕТ ВИЗНАЧЕННЯ ВАРТОСТІ

Постановка проблеми. На сьогодні в умовах становлення та розвитку банківської системи України постає проблема визначення вартості банків. Ця проблема обумовлена підвищенням конкуренції на ринку банківських послуг за останні роки. Сучасний банк – це не просто джерело кредитних ресурсів, це фінансовий інститут, здатний впливати на економіку регіону, обслуговувати комерційні угоди та проекти з партнерами в різних частинах світу.

Розглядаючи сутність банку, необхідно зазначити, що сприйняття банку знаходиться під впливом зміни економічних систем та еволюції грошових відносин. Якщо на початку розвитку банківської справи в Україні в період незалежності банків було небагато, ринок не був насичений і була можливість розширення банку без втручання в інтереси інших, то на сьогодні ситуація кардинально змінилась. Зі зміною централізованої планової економіки на ринкову змінилась і сутність банку. В ринкових умовах банки починають конкурувати один з одним, банк перестає бути інститутом, що розподіляє дефіцитні ресурси, він стає в один ряд з виробниками товарів та послуг. Саме з цього моменту банк розглядається як бізнес.

Розглядаючи проблему оцінки банку, необхідно звернути увагу на те, які саме існують підходи визначення вартості і чи відповідають вони його сьогоденній сутності. На сьогодні вартість банку використовується багатьма контрагентами і стратегія, спрямована на її підвищення, вважається далекоглядною.

Аналіз публікацій. Необхідно зазначити, що проблема визначення вартості банківського бізнесу є новою для економік пострадянського простору, але такою, що не може залишитись поза увагою. При визначенні вартості банку застосовуються ті ж самі методики та підходи, що і при оцінці інших бізнесів, але зважені з урахуванням особливостей сутності банківської діяльності.

Проблема визначення вартості бізнесу фундаментально розглянута у роботах С.В. Валдайцева, А.Г. Грязнової, Е. Дамодорана, Є.Б. Колбачева, Т. Коллера, Т. Коупледна, Дж. Мурина, К.А. Решотки-ної, М.А. Федотової та ін.

Значний вклад у визначення сутності банку, банківської діяльності та ролі банків у грошово-кредитній системі держави внесли А.Е. Агаров, В.М. Галь, В.Г. Гриценко, Н.В. Дорофієва, А.О. Спіфан-нов, Ю.І. Корбова, О.І. Лаврушин, О.М. Мороз, Пітер С. Роуз, І.В. Сало, Н.Г. Слав'янська, В.С. Стельмах, В.Л. Шаповалов та ін.

На необхідність розкриття проблеми визначення вартості банку вказують у своїх працях З.М. Васильченко, А. Іванов, І.А. Ніконова, Р.Н. Шамгунов та ін. Необхідно зазначити, що невирішеною проблемою при оцінці банку залишається визначення вартості таких нематеріальних активів, як: гудвіл, добре ім'я та ефективна система управління в банку; та їх вплив на кінцеву вартість бізнесу.

Мета дослідження. В даній статті пропонується розглянути та дати визначення банківського бізнесу як предмета оцінки з урахуванням сучасних підходів тлумачення поняття бізнесу та сутності банку.

Виклад основного матеріалу. Будь-який предмет набуває ознак лише залежно від кута зору, під яким він розглядається. Однією з найважливіших властивостей товару є його вартість, що складає його цінність для певного покупця та надає можливість обміну. Це доводить важливість функції визначення вартості бізнесу, хоча в той же час необхідно додати, що оцінка бізнесу не завжди проводиться з метою продажу бізнесу, а одержана вартість як певний економічний показник може зацікавити і керівництво, і потенційних інвесторів.

Оцінка бізнесу – діяльність, яку дуже часто доводиться проводити в умовах ринкової економіки. Вона має певну мету і саме від правильної її постановки залежатимуть фактори, що будуть враховані в процесі оцінки, та методики, що будуть застосовані. Залежно від контрагентів визначення вартості матиме конкретні цілі (табл. 1).

Цілі, які ставить оцінка, різноманітні. І сума, одержана в результаті оцінки з однією метою, сильно відрізнятиметься від результатів проведення оцінки з іншою, за рідкісним винятком. Це обумовлено тим, що для кожної окремої мети існує не тільки визначена методика, а й визначена вартість, яка в цій ситуації буде найбільш актуальною.

Таблиця 1

Цілі визначення вартості банку залежно від суб'єктів оцінки [7]

Суб'єкт оцінки	Мета оцінки
Власник	Вибір варіанта розпорядження майном Реструктуризація Обґрунтування вартості купівлі-продажу бізнесу чи його частки Визначення виручки при ліквідації
Адміністрація	З метою забезпечення економічної безпеки Розробка планів розвитку бізнесу Оцінка ефективності менеджменту
Кредитні установи	Перевірка фінансової дієздатності Визначення розміру кредиту під заклад
Страхові компанії	Встановлення розміру страхового внеску Визначення сум страхових виплат
Інвестори	Перевірка доцільності інвестиційних вкладань

	Визначення можливої ціни купівлі
Державні органи	Підготовка до приватизації Визначення бази оподаткування Оцінка для судових органів

Цілей проведення оцінки багато і вони варіюються від визначення вартості бізнесу з метою подальшого продажу до оцінки роботи керівництва. Наприклад, на сьогодні досить імовірною є ситуація, коли інвестору чи кредитору можуть запропонувати пакет акцій як погашення заборгованості, зрозумілим стає, що він захоче знати сьогоденну вартість цього бізнесу та його перспективи розвитку з урахування грошових потоків, що ним генеруються. І практично буденною є ситуація, коли необхідно встановити обґрунтовану ринкову вартість підприємства з метою перевірки об'єктивності котирування акції, а також тенденцію зміни вартості на ринку; з'ясувати ринкову вартість закритої компанії; підготувати обґрунтовану пропозицію по закритій компанії чи компанії з недостатньо ліквідними акціями тощо.

Стратегія, спрямована на підвищення вартості бізнесу на ринку, не тільки збереже його сьогоденні позиції, але надасть поштовх для залучення нових клієнтів та партнерів. У даному випадку вартість є певною достовірною рекламною інформацією (аналог рейтингової оцінки). Для оцінки ефективності роботи команди управлінців такий показник, як ринкова вартість, є дуже підходящим. Зі зростанням фінансового ринку інвестиційну привабливість та перспективи розвитку можна буде визначити згідно із зростанням ціни на акції чи зростанням вартості бізнесу, яку майбутній інвестор буде ладен заплатити, щоб мати частку в капіталі.

Розглядаючи методики оцінки бізнесу, С.В. Валдайцев акцентує увагу на тому, що все їх різноманіття можна узагальнити в двох підходах визначення вартості бізнесу [2]:

- перший підхід зводиться до визначення вартості фірми як вартості певного майнового комплексу – як суми вартостей майна цієї фірми;
- 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.

Для правильної оцінки певного товару необхідно знати його сутність. Бізнес є дуже специфічним товаром, його споживча цінність полягає не в задоволенні певних потреб шляхом споживання даного товару, а у створенні можливості для виробництва товарів, певних продуктів, їх реалізації та одержання доходів. Саме поняття “бізнес” має велику кількість трактувань. Наприклад, Економічна енциклопедія визначає бізнес як підприємницьку, комерційну чи будь-яку іншу діяльність, що не суперечить закону і

спрямована на отримання прибутку. В Новому Вебстерському словнику бізнес розглядається як постійна справа, професійна діяльність; особиста підприємницька діяльність; відповідальність. В Сучасному економічному словнику дано наступне визначення бізнесу: “бізнес (від англ. business – справа, антрепренерство, підприємництво) – це ініціативна економічна діяльність, що здійснюється за рахунок власних чи залучених коштів на власний ризик і під власну відповідальність, що на своїй меті має одержання прибутку та розвиток власної справи”.

Наведені вище визначення не суперечать одне одному, але можна помітити, що один і той самий предмет розглядається в них дещо з різних сторін. В одному увага акцентується на законності провадження бізнесу, в іншому – бізнес розглядається як з економічної, так і лінгвістичної сторони. Найповнішим та більш загальним, з економічної точки зору, є останнє визначення. Сучасний бізнес – це не просто діяльність, яка має на меті одержання прибутку, для бізнесу більш актуальним стає питання виживання та розвитку. Успішність та конкурентоспроможність бізнесу виходять на перший план при визначенні його вартості. Але конкурують не фірми, а продукти, що вони виробляють.

Тут ми підходимо до поняття “ділова одиниця” [6, с. 341]. Ділові одиниці розглядаються як окремі економічні об’єкти, що практично не взаємодіють з жодною іншою частиною компанії. Трактуювання поняття “ділова одиниця” співпадає з поняттям “бізнес-лінія”, визначення якого дає російський вчений С.В. Валдайцев. Під бізнес-лінією він розглядає сукупність прав власності, достатньо довготривалих привілеїв і конкурентних переваг, спеціального та універсального майна, технологій, а також контрактів, котрі забезпечують можливість одержання певних доходів. В широкому сенсі бізнес-лінію можуть ще називати продуктовою лінією, а з точки зору інвестування її розглядають як певний інвестиційний проект, котрий може знаходитися на різних стадіях свого життєвого циклу. У вузькому розумінні бізнес-лінія розглядається як сукупність контрактів, ліцензій на здійснення певного виду діяльності і на певні технології, котрі є ключовими для грошового потоку, що вони створюють [2].

Виділяючи два предмети оцінки бізнесу: оцінка фірми, що базується на оцінці майна та оцінка бізнес-ліній як сукупності прав власності, технологій і активів, що забезпечують конкурентні переваги та майбутні доходи, С.В. Валдайцев хоч і говорить про їх альтернативність, все ж таки наголошує на тому, що вони доповнюють один одного. Якщо говорити про діючу фірму, то в умовах ринкової економіки власник прагне володіти успішною справою, а не певним майном. Очевидною в даній ситуації є оцінка бізнесу як сукупності бізнес-ліній з додаванням ринкової вартості тих “нефункціональних” активів, що не використовуються в цих бізнес-лініях, але необхідні для функціонування фірми [2].

З усього вищесказаного виходить, що будь-який бізнес розглядається як сукупність бізнес-ліній, що провадяться певною фірмою. Розглядаючи банківській бізнес, можна з впевненістю стверджувати про правильність даного визначення. Дійсно банківській бізнес є сукупністю бізнес-ліній, але

постає питання, що саме розглядати під терміном “бізнес-лінія” в банківській діяльності. Для розв’язання даної проблеми необхідно розглянути сутність самого банку та банківської діяльності.

Незалежно від країни та законодавства банк – це фірма, що надає фінансові послуги, здійснює професійне управління грошовими ресурсами суспільства, а також виконує інші численні функції в економіці. Успіх банку залежить від того, наскільки послуги, що він надає, відповідають сьогоденним потребам суспільства, є якісними та конкурентоспроможними [8, с. 5].

Розглядаючи сутність банку в економіці, О.І. Лаврушин підіймає проблему сприйняття банку як підприємства. На його думку, банк – це специфічне підприємство, діяльність якого зосереджена не у сфері виробництва, а у сфері обігу. Банк виробляє продукт, що істотно відрізняється від продукту матеріальної сфери виробництва, він створює не просто товар, а особливий товар у вигляді грошей, платіжних засобів [1]. Тобто, виходячи із сутності грошей, банк займається виробництвом такого товару, який завжди має попит.

Продовжує аналіз сутності банку Ю.І. Коробов Він зазначає, що сутність банку еволюціонує з часом від концепції “банку-установи” до “банку-підприємства”, а в майбутньому, завдяки віртуалізації банківських послуг, до концепції “банку-технології”. Концепція банку змінюється залежно від еволюції економічних систем та грошових відносин, але найпотужнішою рушійною силою є конкуренція. Саме завдяки їй сприйняття банку як установи змінилося на сприйняття банку як підприємства [5]. В чому ж така велика привабливість та необхідність банківської діяльності?

В першу чергу, банк – це фінансовий посередник, як і кредитні спілки, страхові компанії, інші інститути, що надають фінансові послуги. Термін “фінансовий посередник” означає фірму, що взаємодіє з індивідами чи інститутами двох типів: 1) такими, що дефіцитно витрачають кошти, тобто їх поточні витрати на споживання і інвестиції перевищують поточні доходи, і, як наслідок, змушені залучати додаткові зовнішні кошти шляхом запозичення; 2) такими, що економічно витрачають кошти, чиї поточні доходи перевищують поточні витрати, що створюють надлишкові кошти, які можна накопичувати та інвестувати. Банк виконує важливу функцію посередництва між цими двома групами, залучаючи нагромадження індивідів та установ, що економічно витрачають свої кошти, і, надаючи їх у позику тим, хто дефіцитно витрачає кошти.

Банк, як і будь-що інше, можна ідентифікувати за функціями, що він виконує. Банки виконують в ринковій економіці наступні функції [8, с. 6]:

- посередництво в кредитах;
- посередництво в платежах;
- мобілізація грошових доходів і заощаджень та перетворення їх в капітал;
- створення кредитних знарядь обігу (банкнот, чеків, векселів), що замінюють металеві гроші;
- гарантування – підтримка своїх клієнтів, що проявляється в оплаті їх боргів, коли клієнти не в змозі погасити їх самі;

- організація, що надає агентські послуги – управління власністю та її захист, випуск та погашення цінних паперів за дорученням клієнта;
- функція впроваджувача політики держави, що спрямована на регулювання розвитку економіки та досягнення соціальних цілей.

Як видно, банки є дуже важливими суб'єктами економіки. їх існування пояснюється недосконалістю фінансової системи [8, с. 8]. Банки створюють можливість для всіх груп економічних суб'єктів взяти участь у розподілі фінансових ресурсів. Банки управляють ризиками у фінансовій сфері, беручи участь у наданні ризикованих позик та випуску цінних паперів для інвесторів з малим рівнем ризику. Банки задовольняють потребу клієнтів у ліквідних коштах, забезпечуючи високу ліквідність депозитів. Такою важливою роллю у суспільстві банки завдячують великій кількості операцій, що вони здійснюють.

Саме той факт, що банки мають великий вплив на економічні ринки та на економіку держави в цілому пояснює те, що вони знаходяться під пильним контролем держави, а в деяких країнах банківську діяльність можуть провадити лише державні установи. Світовій практиці відомо багато випадків, коли інші фінансові посередники намагалися надавати банківські послуги через їх велику привабливість як з точки зору доходності, так і з точки зору влади. Надання певної банківської послуги окремо не робить фірму банком, але комплексне надання банківських послуг дозволено лише банкам, тому фірмам доводилось чи зменшувати асортимент послуг, чи змінювати свій статус.

Що ж тоді є аналогом бізнес-лінії в банківській діяльності? Розглядаючи структуру банківських послуг, де банківський продукт є найменшою складовою, поняттю “бізнес-лінія” відповідає поняття напрямку банківської діяльності – сукупність однорідних або взаємопов'язаних банківських продуктів, які об'єднуються в групи і реалізуються в окремому сегменті ринку банківських послуг [4]. Враховуючи специфіку банківської діяльності, необхідно звернути увагу на те, що при оцінці банківського бізнесу великий вплив на його вартість мають фактори гудвілу, ефективної системи управління, асортимент та якість запропонованих послуг.

Висновки. Банківський бізнес як предмет оцінки потребує розгляду та врахування прав власності на надання банківських продуктів, що спрямовані на задоволення потреб певного сегмента ринку банківських послуг. Джерелом цінності банківського бізнесу є довготривалі конкурентні переваги, що забезпечуються високою якістю послуг, які надає банк; стабільним положенням на ринку та ефективним апаратом управління. Математичне відображення даних факторів та їх аналіз становить не абиякий інтерес при визначенні вартості банку. Проблему вартості банківського бізнесу з урахуванням факторів гудвілу та ефективності системи управління планується розглянути у подальших роботах.

Список літератури

1. Банковское дело: Ученик / Под ред. О.И. Лаврушина. – М.: Финансы и статистика, 1998. – 576 с.

2. Валдайцев С.В. Оценка бизнеса и инновации. – М.: Информационно-издательский дом “Филинь”, 1997. – 336 с.
3. Васильченко З. Концептуальні основи визначення вартості банківської установи // Банківська справа. – 2003. – № 5. – С. 25-35.
4. Волошко І.В. Система оцінки ефективності бізнесів, продуктів та напрямків діяльності банку // Проблеми та перспективи розвитку банківської системи України: Зб. наук. пр. – Т. 4. – Суми: Ініціатива, 2000. – С. 194-198.
5. Коробов Ю.И. Сущность банка и ее эволюция в современных условиях // Банковские услуги. – 2005. – № 7-8. – С. 14-19.
6. Коупленд Т., Коллер Т., Муррин Д. Стоимость компаний: оценка и управление: Пер. с англ. англ. – М.: Олимп-Бизнес, 1999. – 576 с.
7. Павловцев В.В. Введение в оценку стоимости бизнеса // <http://www.bre.ru/risk/874.html>.
8. Роуз Питер С. Банковский менеджмент: Пер. с англ. со 2-го изд. – М.: Дело, 1997. – 768 с.
9. Стратегия и стоимость коммерческого банка / И.А. Никонова, Р.Н. Шамгунов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 304 с.
10. Damodaran, A. Valuing Financial Service Firms, Working Paper, 2001 // www.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/papers.html
Отримано 16.08.2006

Олексіч Д. Банківський бізнес як предмет визначення вартості / Д. Олексіч // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: зб. наук. праць / УАБС НБУ. – Суми, 2006. – Т. 17. - С. 311–318.