

УДК 336.713

*Т.А. Васильєва, д-р екон. наук, проф.,  
С.В. Лєонов, канд. екон. наук, доц., Д.В. Олексіч,  
ДВНЗ “Українська академія банківської справи НБУ”*

## **Класифікація факторів формування вартості банківського бізнесу**

*У статті авторами розглянуто проблему класифікації факторів формування вартості банківського бізнесу, що обумовлено специфікою об'єкта дослідження, розглянуто загальну класифікацію факторів вартості бізнесу, проаналізовано специфіку банківського бізнесу як об'єкта оцінки та запропоновано власну класифікацію факторів формування вартості банківського бізнесу.*

*Ключові слова: вартість банківського бізнесу, фактори формування вартості банківського бізнесу.*

**Постановка проблеми.** В умовах економічної кризи та перерозподілу капіталу, який неможливий без ефективних інструментів визначення вартості предмета угоди, що дозволили б врахувати як інтереси власника, так і очікування інвестора, особливої актуальності набуває проблема оцінки вартості бізнесу. На думку багатьох експертів [3; 6; 7], в умовах світової фінансової кризи окрему проблему становить викривлення вартісних оцінок будь-якого бізнесу та непропорційний рух вартості, що обумовлюють необхідність переосмислення та удосконалення. Це потребує методичного апарата оцінки. Розглядаючи проблему оцінки вартості бізнесу, слід зазначити, що насамперед формалізації вимагають основні фактори її формування, кількісне подання яких та їх якісний аналіз взаємодії має надати респонденту відповідь на питання про цінність об'єкта оцінки. Банківський бізнес як об'єкт оцінки є дуже неоднозначним, адже, з одного боку, визначення його вартості може проводитися в рамках загальних підходів до оцінки бізнесу, а з іншого – банківська діяльність є досить специфічною, що має бути враховано та правильно оцінено, щоб не викривити результати оцінки. Така специфіка і неоднозначність мають бути враховані при визначенні факторів, які формують вартість банківського бізнесу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Найбільш фундаментально проблема оцінки бізнесу розглянута в роботах С. Валдайцева, А. Грязнової, Е. Дамодорана, С. Колбачева, К. Решоткіної, М. Федотової та інших. У роботах цих дослідників проблема визначення та класифікації формування факторів, що формують вартість бізнесу, розглядається комплексно із виділенням загального переліку факторів та визначенням їх взаємодії у процесі оцінки вартості бізнесу. У роботах З. Васильченка, А. Іванова, Т. Коллера, Т. Коупленда, Дж. Муріна, І. Ніконова, Р. Шамгунова увага концентрується на окремих факторах формування вартості бізнесу. На жаль, проблема визначення факторів вартості саме банківського бізнесу не виділяється в окрему проблему, а розглядається в рамках загальної теорії оцінки бізнесу. Тому сьогодні існують лише відокремлені рекомендації щодо уточнення загальних факторів з урахуванням специфіки банківської діяльності.

**Мета статті** – проаналізувати існуючі підходи до ідентифікації факторів формування вартості бізнесу та розробки нової класифікації цих факторів.

**Виклад основного матеріалу.** Традиційно серед основних факторів, що формують вартість бізнесу, виділяють такі:

- співвідношення попиту та пропозиції;
- дохід;
- час;
- ризик;
- контроль;
- обмеження.

Вплив першого фактора найкраще можна побачити за умов існування ефективного ринку, який дозволяє сформувавши висновок про вартість, виходячи із коливань попиту та пропозиції. При оцінці бізнесу мова йде про фондовий ринок, на якому відбувається перерозподіл капіталу. Вартісна оцінка, одержана на такому ринку в результаті коливань ціни на акції компанії, отримала назву “ринкової капіталізації акцій” і в країнах із розвинутою економікою розглядається як один з основних індикаторів успішності компанії. Водночас необхідно зазначити, що капіталізація компанії фактично може і не залежати від реального стану справ у компанії, а змінюватися під впливом ринкових чинників, що, на думку деяких аналітиків, і стало однією з причин виникнення сучасної фінансової кризи [3; 6; 7]. Проте співвідношення попиту та пропозиції нами розглядається не лише як проблема визначення капіталізації акції компанії, а й як питання специфічності та індивідуальності бізнесу. В економічній літературі, присвяченій проблемі теорії вартості, акцентується наголос на тому, що рідкість товару впливає на його вартість, підвищуючи її, а отже, і унікальність бізнесу має позначатися на його вартості.

Одним із головних факторів, що формує вартість будь-якого бізнесу, є механізм формування доходів. Метою провадження будь-якої підприємницької діяльності є одержання конкретного економічного ефекту, а отже, орієнтація на прибутковість цілком відповідає трактуванню вартості з інвестиційної точки зору. Дійсно, теперішня вартість майбутніх грошових потоків досить повно відображає вартість активу, але бізнес – це не простий фінансовий актив, це складна система взаємодії великої кількості факторів. Саме ця взаємодія і визначає механізм функціонування бізнесу та формування ним доходів. Важливим для коректного аналізу дохідності бізнесу є встановлення механізму формування його доходу та проведення оцінки на основі аналізу даного механізму. Динаміка показників дохідності банків України за групами проілюстрована в табл. 1.

*Таблиця 1*

**Динаміка показників дохідності банків України за групами\*  
протягом 2002-2007 рр.**

Показник	Рік					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
	<i>Група 1 (найбільші банки)</i>					
Доходи, млн. грн.	5 898	–	6 597	9 692	15 682	24 549
Прибуток, млн. грн.	317	382	582	1 258	2 826	4 833

ROA, %	0,87	0,71	0,82	1,02	1,71	1,24
ROE, %	8,10	7,70	7,60	10,39	18,63	12,14
<i>Група 2 (великі банки)</i>						
Доходи, млн. грн.	1 323	–	1 816	2 324	3 858	5 654
Прибуток, млн. грн.	87	146	260	416	691	844
ROA, %	0,87	0,85	1,07	1,11	1,31	0,82
ROE, %	7,76	7,56	8,48	10,55	12,10	7,23
<i>Група 3 (середні банки)</i>						
Доходи, млн. грн.	1 812	–	1 785	2 031	2 287	4 660
Прибуток, млн. грн.	205	241	304	410	325	537
ROA, %	1,74	1,41	1,40	1,47	0,93	0,88
ROE, %	9,41	9,47	9,83	11,69	7,67	6,00
<i>Група 4 (малі банки)</i>						
Доходи, млн. грн.	1 437	–	1 549	1 878	2 362	3 195
Прибуток, млн. грн.	76	57	117	86	302	405
ROA, %	0,81	0,47	0,69	0,34	0,87	0,86
ROE, %	2,74	1,65	2,54	1,46	3,70	4,42

\*Групи наведені відповідно до класифікації банків НБУ

Механізм формування доходів банківського бізнесу є досить специфічним, навіть унікальним. Ми поділяємо думку Дж. Синкі, який зазначає, що банк – це єдина фінансова установа, яка здатна виконувати всі функції фінансової системи [10]. У загальному вигляді механізм банківської діяльності можна подати як залучення вільних коштів від тих, у кого їх надлишок, та надання тим, кому вони потрібні, за умови отримання доходів у майбутньому [9]. Проте, незважаючи на уявну простоту даного механізму, він є набагато складнішим і пов'язаний з рядом ризиків.

Щодо фактора часу, то це одна з основних складових будь-якої діяльності, а отже, його впливу неможливо уникнути при проведенні оцінки. Підприємницька діяльність не є миттєвою подією, навпаки – це динамічний процес, а отже, вартість бізнесу буде змінюватися відповідно до змін у діяльності об'єкта оцінки. Саме динамізм бізнесу обумовлює конкретизацію моменту оцінки та періоду, протягом якого робиться аналіз показників діяльності бізнесу, які враховуються при оцінці його вартості (висновок про вартість бізнесу робиться на певний момент часу або за якийсь період). Вплив фактора часу на формування вартості будь-якого бізнесу є загальним і незмінним, проте методики його врахування можуть змінюватися, що створює можливість для урахування специфіки провадження саме цього виду підприємницької діяльності.

Враховуючи це, ще одним фактором, який впливає на вартість бізнесу, пропонується вважати здатність ефективно управляти ризиками. Проблема визначення ризиків, пов'язаних з банківською діяльністю, є дуже актуальною на сьогодні. “Ризик – це

імовірність настання події, в результаті якої банк зазнає втрат чи недоодержить дохід у порівнянні із запланованим” [1]. Як зазначає Л. Примостка, “економічні ризики тією чи іншою мірою властиві діяльності всіх суб’єктів ринкових відносин, проте в банківській сфері їх вплив особливо значний” [5]. Таким чином, ризик у банківській діяльності має особливий характер, тому без врахування даного фактора картина формування вартості банківського бізнесу буде неповною. Банківська діяльність пов’язана із різноманітними ризиками, вмиле управління якими є запорукою одержання прибутку та зростання бізнесу. Саме тому здатність управляти ризиками так високо цінується в банківській практиці.

Можливість поділу капіталу формує ще один важливий фактор вартості банківського бізнесу – контроль, який визначається зміною можливостей власника залежно від централізації контролю, яка залежить від зміни частки участі в капіталі банку. Очевидним є той факт, що поділити бізнес досить складно і, повернувши відділену частку, ми не одержимо те, що було раніше. Проте права власності на бізнес можна розділити на паї або акції, які обумовлюють можливість для контролю та певного впливу на діяльність бізнесу. Таким чином, можна стверджувати про існування залежності між обсягами контролю, які надаються правами власності, та вартістю бізнесу. Комерційні банки в Україні створюються та функціонують у формі відкритих акціонерних товариств [8], а отже, розмір пакета та можливості до управління, що він надає, мають велике значення для власника.

Фактор обмежень має істотний вплив на особливості провадження банківської діяльності, адже завдяки йому встановлюються вимоги до банківського бізнесу та будується механізм формування доходів керівництвом банку. Виходячи з характеру своєї діяльності, банки здійснюють операції з великою кількістю клієнтів, залучають великі кошти, а отже, мають істотний вплив на економіку регіону та країни, що пояснює зацікавленість держави в нагляді за банківською діяльністю. В основному, в Україні обмеження полягають у державному регулюванні провадження банківських операцій, а також у формуванні певних вимог до капіталу.

Найбільш істотним обмеженням провадження банківської діяльності з боку держави є необхідність одержання ліцензії НБУ для компанії, яка планує займатися банківською діяльністю. Водночас банківська ліцензія не дає дозволу на проведення всього спектра операцій, що дозволені комерційним банкам. Для провадження повного спектра операцій необхідно одержати письмовий дозвіл НБУ. Також необхідно зазначити, що у деяких випадках окремі операції потребують додаткового ліцензування НБУ. Дані фактори неможливо залишити поза увагою, адже вони істотно впливають на вартість банківського бізнесу.

Розглянувши та проаналізувавши загальні фактори вартості бізнесу та їх специфіку в рамках банківської діяльності, ми дійшли до висновку, що цілий ряд загальних факторів, які визначають вартісні характеристики будь-якого бізнесу [4], відповідно до банківської діяльності, набувають дещо іншого значення. Крім того, виходячи зі специфіки банківського бізнесу як специфічного виду підприємництва, можна стверджувати про наявність додаткових факторів, які не є характерними для інших видів господарчої діяльності. Виходячи із вищезазначеного, ми пропонуємо внести певні зміни у трактування загальних факторів вартості бізнесу, а також доповнити перелік, що дозволить сформувати нову класифікацію факторів вартості банківського бізнесу:

- державне регулювання;

- механізм формування доходів;
- здатність ефективно управляти ризиками;
- централізація контролю;
- фактор часу;
- місце на ринку банківських послуг;
- ефективність менеджменту;
- майновий комплекс;
- гудвіл.

Так, ми пропонуємо конкретизувати фактор обмежень і змінити його назву на державне регулювання. Фактор доходу слід дещо уточнити і розглядати його як механізм формування доходів, адже в даному випадку ми розглядаємо саме механізм руху грошових потоків бізнесу. Щодо ризиків, то їх необхідно не лише визначати, а й управляти ними, а тому здатність ефективного управління ризиками дійсно є фактором, що істотно впливає на вартість банківського бізнесу. Проте на уточненні окремих факторів ми не можемо зупинитися і з метою урахування специфіки вартості банківського бізнесу вводимо додаткові фактори вартості.

Одним із таких факторів є місце банку на ринку банківських послуг. Бізнес не може розглядатися лише як сукупність активів певної юридичної особи, його головна цінність полягає у задоволенні потреб широкого кола споживачів. Саме тому на перший план при оцінці вартості банківського бізнесу виходить його спроможність зайняти та втримати своє місце на ринку.

Ще одним важливим фактором вартості банківського бізнесу є ефективна система менеджменту. Успішність банку головним чином залежить не від майна, яким володіє банк, а від ефективної роботи його команди, яка забезпечує успішне управління ризиками і в кінцевому підсумку визначає місце банку на ринку банківських послуг. Хоча вмиле управління ризиками і цінується високо в банківській сфері, менеджмент банку не зосереджений лише на проблемі ризиків. Важливою проблемою є формування корпоративної культури. Вирішення даної проблеми неможливе за умови відсутності ефективного банківського менеджменту. Все вищезазначене доводить необхідність урахування даного фактора серед тих факторів, що формують вартість банківського бізнесу.

Розглядаючи фактори, які необхідно враховувати при визначенні вартості банківського бізнесу, неможливо залишити поза увагою такий важливий фактор, як майновий комплекс банку, на основі якого він і провадить свою діяльність. Провадження підприємницької діяльності, навіть при сьгоднішній інформатизації та віртуалізації багатьох бізнес-процесів, неможливе без наявності певної сукупності активів, а отже, їх величина може бути використана як база при визначенні вартості бізнесу. Крім того, окремі види вартості формуються лише на основі аналізу вартості майна бізнесу, що підвищує значення майнового фактора і доводить його вагомість у процесі оцінки. Однак зрозумілим є той факт, що безпосередньо майновий комплекс займає незначну частку в загальній структурі активів банку, що обумовлює також його незначний вплив на дохідність банку, проте це не зменшує його вагомості як фактора вартості бізнесу. Ефективне розташування, зручна внутрішня архітектура, новітнє обладнання тощо – все це формується на основі майнового комплексу і має істотний вплив на імідж банку, який є цінним нематеріальним активом.

Слід зауважити, що значний вплив на вартість бізнесу має гудвіл. Позитивний імідж компанії, добра репутація – це нематеріальні активи, які, з одного боку, складно врахувати в бухгалтерському обліку та занести до балансу, але, з іншого боку – значною мірою визначають місце компанії на ринку, індивідуалізують її та в кінцевому підсумку дозволяють отримати прибуток. Навіть при істотній трудомісткості оцінки даних факторів залишати їх поза увагою при оцінці бізнесу не можна. Значну роль у формуванні гудвіла компанії відіграють унікальні технології та інновації бізнесу. В умовах конкуренції та боротьби за клієнта банки не можуть собі дозволити залишатися статичними та ігнорувати волатильність економічного середовища, оскільки це є правильним шляхом до втрати конкурентних переваг та ринкових позицій. Навіть письмовий дозвіл НБУ становить певну технологічну перевагу, адже, не проводячи істотних досліджень та значних капіталовкладень, банк одержує можливість розширити спектр послуг, а відповідно, – відкрити для себе нові ринки та залучити нових клієнтів.

В основу банківської діяльності покладені кредитні операції, а кредит – це насамперед довіра (від англ. credit – довіра) [2], тому гудвіл для банку є найголовнішою цінністю. У той же час гудвіл – дуже складний з точки зору оцінки актив: його неможливо придбати, однак на нього можна працювати. Гудвіл дуже вразливий до змін, він залежить від багатьох факторів, формується на суб'єктивній основі. Добре ім'я та репутація можуть створюватися роками, а втратити їх можна за одну мить. Оцінка гудвіла в рамках витратного підходу не є можливою, тому його вплив може бути лише в рамках дохідного підходу.

Щодо впливу факторів майнового комплексу та гудвіла на вартість бізнесу, то хочеться наголосити, що сукупна їх вартість може повністю відповідати ринковій вартості банку, яка базується на аналізі його діяльності, а отже, відповідає вимогам нашого дослідження. У той же час оцінка гудвіла є дуже складним елементом, тому пряма оцінка даного фактора нами буде замінена на врахування його опосередкованого впливу на дохідність банківського бізнесу. Щодо майна необхідно зазначити, що, порівняно із виробництвом, у банківській справі розвинутий майновий комплекс відіграє меншу роль у формуванні вартості бізнесу, хоча в той же час даний фактор не слід недооцінювати.

**Висновки.** Запропонована в даній статті класифікація факторів вартості банківського бізнесу розвиває методичні засади оцінки вартості банківського бізнесу та надає можливість врахувати специфіку провадження банківської діяльності в процесі оцінки. Проте необхідно зазначити, що ідентифікацією та поглибленням класифікації факторів формування вартості банківського бізнесу не обмежується весь спектр невирішених проблем у досліджуваній сфері. Окрему наукову проблему становить удосконалення науково-методичних засад оцінки кожного з даних факторів, а також розробка узагальненого підходу до оцінки вартості банківського бізнесу в цілому.

### *Список літератури*

1. Аналіз діяльності комерційного банку [Текст] : навч. посіб. / ред. Ф. Ф. Бутинця, А. А. Герасимовича ; Мін-во освіти і науки України. – Житомир : Рута, 2001. – 384 с.
2. Банки. Миллиард в карман [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://reporterua.livejournal.com/11682.html>.
3. Вложение средств в период нестабильности? Форум [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://forum.cfin.ru/showthread.php?t=46999>.

4. Оценка бизнеса [Текст] : учебник / под ред. А. Г. Грязновой, М. А. Федотовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 736 с.
5. Примостка, Л. О. Аналіз банківської діяльності: сучасні концепції, методи та моделі [Текст] / Л. О. Примостка. – К. : КНЕУ, 2002. – 314 с.
6. Причины кризиса США [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.uznay.wika.com.ua/news/2008-10-07-397>.
7. Причины мирового экономического финансового кризиса 2008 года. Олигарх [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.oligarh.net.ua/875>.
8. Про банки і банківську діяльність [Електронний ресурс] : Закон України від 7 грудня 2000 № 2121-III. – Режим доступу : <http://uazakon.com/big/text1158/pg1.htm>.
9. Роуз Питер, С. Банковский менеджмент [Текст] / С. Роуз Питер ; пер. с англ. – 2-е изд. – М. : Дело, 1997. – 768 с.
10. Синки, Дж. Управление финансами в коммерческих банках [Текст] / Дж. Синки ; пер. с англ. – М. : Catallaxu, 1994. – 820 с.

### *Summary*

In this article authors have examined the problem of classification of banking business value factors due to peculiarity of object of exploration, examined total classification of business value factors, analyzed peculiarity of banking business as an object of evaluation and proposed own classification of banking business value factors.

Отримано 01.09.2009

Васильєва, Т. А. Класифікація факторів формування вартості банківського бізнесу [Текст] / Т. А. Васильєва, С. В. Леонов, Д. В. Олексіч // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : зб. наук. праць / Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України». – Суми, 2009. – Вип. 26. – С. 28-36.