

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Рябушка Людмила Борисівна, к.е.н., доцент кафедри фінансів ДВНЗ “Українська академія банківської справи НБУ”, м. Суми, e-mail: mila_75@mail.ru

Веремчук Дмитро Володимирович, асистент кафедри фінансів ДВНЗ “Українська академія банківської справи НБУ”, м. Суми, veremchuk@academy.sumy.ua

У статті проаналізовано методичні підходи до оцінки кредитоспроможності з урахуванням галузевих особливостей, а саме підприємств торгівлі, оскільки ця галузь знаходиться на одному із перших місць за залученням кредитних ресурсів. Удосконалено методика оцінки кредитоспроможності торговельного підприємства на основі інтегрально-рейтингових показників, що враховує специфіку торговельної галузі та підвищить ефективність прийняття кредитних рішень. Результати дослідження можуть бути використані в практичній діяльності банківських установ.

Ключові слова: кредит, кредитоспроможність, оцінка кредитоспроможності, торговельне підприємство, інтегральний показник, рейтингова оцінка.

1. Вступ. Необхідність забезпечення фінансової стабільності підприємств в умовах економічної кризи вимагає кредитної підтримки і удосконалення кредитних відносин між підприємствами і банками. Особливе значення відводиться грошово-кредитній політиці держави, яка спрямована, з одного боку, на забезпечення фінансування стабільного розвитку підприємств, а, з іншого боку, на стійкість кредитної системи і регулювання грошового обігу в економіці. Нині банківські установи розробляють різні підходи до оцінки кредитоспроможності клієнтів, причому кожен конкретний банк розробляє власну систему оцінки кредитоспроможності потенційного позичальника, виходячи з конкретних умов договору, пріоритетів у роботі банку, його спеціалізації, стану взаємовідносин з клієнтурою, рівня економічної і політичної стабільності в державі тощо. Проте в більшості вітчизняних методик оцінки кредитоспроможності не приділено належної уваги можливостям врахування галузевих особливостей функціонування позичальника. Неадекватна оцінка банками кредитного ризику може спричинити з одного боку виникнення кризових явищ у діяльності банку і банківської системи, а з іншого – значно зменшити розміри кредитування, що приведе згодом до зниження темпів розвитку галузей економіки, у тому числі, і торгівлі.

Значний внесок у розробку питань оцінки кредитоспроможності позичальників зробили сучасні економісти Заходу Е. Брігем, Л. Гапенські, П. С. Роуз, Дж. Ф. Сінкі. Дослідженню питань щодо оцінки кредитоспроможності позичальників банківських установ присвячено також багато вітчизняних наукових праць. Ця проблема набула широкого висвітлення у працях В. В. Вітлінського та О. Пернарівського, О. В. Дзюблюка, А. М. Мороза та ін. Серед розробок російських науковців можна назвати праці В. Н. Єдронової, О. І. Лаврушина, Г. С. Панової, В. М. Усоскіна та ін. Однак проблему не можна вважати достатньо вивченою, оскільки й досі в теорії та на практиці немає єдиного підходу до визначення системи показників, що комплексно характеризували б кредитоспроможність позичальників-торговельних підприємств.

В процесі дослідження застосовувались методи аналізу і синтезу, системного підходу, логічного узагальнення, коефіцієнтний і інтегральний аналіз.

Метою статті є дослідження та удосконалення методичних підходів до оцінки кредитоспроможності торговельного підприємства. Виходячи із мети в процесі дослідження були поставлені наступні завдання для її реалізації:

- розглянути сучасні підходи до оцінки кредитоспроможності підприємства;
- дослідити специфіку аналізу галузевої приналежності підприємства в процесі оцінки кредитоспроможності позичальника;
- запропонувати шляхи удосконалення методики оцінки кредитоспроможності позичальника-торговельного підприємств.

Стаття складається з вступу, двох розділів, висновків і переліку джерел.

2. Результати дослідження.

2.1. Аналіз методичних підходів до оцінки кредитоспроможності підприємства з урахуванням галузевих особливостей

Важливою умовою здійснення якісної оцінки кредитоспроможності є аналіз зовнішнього середовища існування підприємства-позичальника та галузевих особливостей його діяльності. Наявність ліквідного забезпечення, відмінна кредитна історія та стійкий фінансовий стан часто не є безумовною гарантією повернення кредиту. Значна частина кредитів перетворюється на проблемні саме внаслідок впливу зовнішніх факторів та неврахування певних особливостей діяльності підприємств різних галузей економіки, що є причиною недостатньої обізнаності банківського менеджменту щодо потенційних проблем, які можуть виникнути у позичальника. Взагалі підприємствам різних сфер діяльності та галузей народного господарства притаманні визначені особливості організації фінансових відносин на підприємстві, формування та використання фінансових ресурсів, виробництва продукції, формування доходів, витрат та фінансових

результатів, які потрібно враховувати при оцінці кредитоспроможності. У додатку Б наведена характеристика галузей народного господарства за специфічними рисами фінансово-господарської діяльності підприємств.

Як приклад, розглянемо фінансово-економічні особливості, які впливатимуть на умови кредитування підприємств торгівлі. Перш за все торговельна діяльність це ініціативна, самостійна діяльність юридичних осіб і громадян щодо здійснення купівлі та продажу товарів народного споживання з метою отримання прибутку [3]. Фінансовий стан торгових організацій багато в чому залежить від оптимальності витрат обігу і тривалості часу реалізації товарів покупцям. Тому важливим фінансовим показником діяльності торгових підприємств є швидкість обороту обігових коштів, тобто час від моменту оплати отриманих від постачальників товарів до їх реалізації населенню. Основними показниками торгової діяльності підприємств усіх форм власності є такі: товарообіг в грошовому виразі; витрати обігу; валовий дохід; прибуток і рентабельність. На них впливають наступні чинники: зростання обсягу роздрібного товарообігу; підвищення продуктивності праці працівників торгівлі; скорочення часу товарного обігу; раціональне використання основних і оборотних засобів; підвищення якості товарів і відповідність їх попиту населення; скорочення втрат і спаду товарів при транспортуванні і зберіганні [4].

Метою аналізу галузевих характеристик є визначення ступеня галузевих ризиків у діяльності підприємства, що аналізується, за допомогою вивчення перспектив галузі, а також факторів конкурентоздатності, що впливають на галузь. До факторів, що підлягають аналізу, належать: перспективи економічного зростання; цикли ділової активності; вразливість до державного регулювання. Істотне значення для розуміння середовища, в якому працює підприємство, а також для виявлення основних факторів успіху в цьому середовищі має аналіз структури галузі. Щоб зробити висновок про структуру галузі, аналізуються наступні параметри: фактична кількість фірм-конкурентів у галузі; частка декількох (п'яти-шести) найбільш великих фірм на ринку; механізми ціноутворення в галузі; динаміка цін на ринку і загальна тенденція їхньої зміни; диференціація продукції; експортний потенціал галузі.

На нашу думку аналіз стану галузей України повинен передбачати такі напрямки:

- зміну значень основних фінансових показників;
- зміну узагальнюючого показника якості джерел формування активів;
- моделювання узагальнюючого показника фінансового стану та аналітичну оцінку нормативних показників за галузями.

Вплив галузевої приналежності на рівень перспективної платоспроможності позичальника можна також визначати шляхом порівняльного аналізу (бенчмаркінгу)

певних показників фінансового стану підприємств різних галузей. Однак слід зауважити, що в методичних та нормативних документах, які стосуються аналізу фінансового стану суб'єктів господарювання, основні показники відрізняються не лише за переліком, але й назвою та особливостями розрахунку [1].

Отже, виникає необхідність забезпечити порівнянність основних критеріїв і показників, що характеризують особливості фінансового стану підприємств різних галузей, із тими, котрі широко використовуються банками для оцінки фінансового стану позичальників. Якісна оцінка кредитоспроможності суб'єкта господарювання дозволяє прийняти зважене рішення щодо доцільності надання кредиту, а потім проводити зважену політику відносно певного позичальника. Крім того, урахування галузевих особливостей при визначенні кредитоспроможності підприємства на основі використання як традиційних критеріїв оцінювання, так і нових показників, сприяє поглибленню аналізу та отриманню об'єктивнішої інформації про фінансовий стан не лише позичальника, а й галузі, до якої належить те чи інше підприємство, та вдосконаленню підходів до формування кредитної політики банку та оцінки кредитного ризику.

2.2. Напрямки удосконалення методичних підходів до оцінки кредитоспроможності торговельного підприємства.

Важливим аспектом визначення та моніторингу кредитного ризику має бути аналіз кредитоспроможності потенційного позичальника. Ключовими моментами цього аналізу є визначення факторів, під впливом яких формується кредитоспроможність торговельного підприємства та показників, що їх характеризують, а також повнота їх врахування.

Результати дослідження оцінки кредитоспроможності торговельних підприємств за методикою більшості українських банків показали, що кредитоспроможність цих підприємств, а саме клас позичальника визначається на підставі основних фінансових показників та коригується з урахуванням додаткових (суб'єктивних) показників. Нормативні значення кожного показника (крім суб'єктивних) визначаються в залежності від середньогалузевих показників по Україні. Значення показників для кожного позичальника обчислюються на основі його належності до відповідної галузі. Проте кредитоспроможність торговельних підприємств формується під впливом як зовнішніх, так і внутрішніх факторів. Тому для більш повної та обґрунтованої оцінки кредитоспроможності позичальника необхідно застосовувати систему показників, які враховують усі прояви фінансово-господарської діяльності підприємства торговельної галузі, а саме: специфіку торговельного процесу підприємства, забезпеченість ресурсами, раціональне їх використання, дотримання торговельної технології, диверсифікованість діяльності, вміння підприємства оперувати на ринку, управляти грошовими потоками і

контролювати фінансовий стан (рис. 1). За умов такого акцент зміщується від фінансового стану клієнта до технологічних аспектів діяльності підприємства торгівлі.



Рисунок 1 – Фактори кредитоспроможності торговельного підприємства

Вважаємо доречним виділити шість основних етапів у процесі оцінки кредитоспроможності потенційного позичальника – торговельного підприємства (рис. 2).



Рисунок 2 – Етапи оцінки кредитоспроможності торговельного підприємства

Результатом оцінки кредитоспроможності торговельного підприємства є визначення інтегрального показника і рейтингу підприємства, що дасть можливість зробити висновок про рівень кредитоспроможності позичальника та порівняти його з аналогічними оцінками інших підприємств даної галузі.

Для аналізу впливу фінансово-господарської діяльності торговельного підприємства на його кредитоспроможність методом експертних оцінок було відібрано 25 показників, об'єднаних у 5 груп (табл. 1).

Таблиця 1 Показники оцінки кредитоспроможності торговельного підприємства

| № показника | Показники оцінки кредитоспроможності торговельного підприємства | Питома вага, % |
|-------------|---|----------------|
| K_1 | Показники торговельного потенціалу підприємства | 20 |
| k_{11} | Строк кредиту / строк оренди торгових приміщень | 20 |
| k_{12} | Площа торгових приміщень / загальна площа приміщень | 10 |
| k_{13} | Кількість торгового обладнання / загальна кількість основних засобів | 20 |
| k_{14} | Кількість торгового персоналу / загальна кількість персоналу | 20 |
| k_{15} | Обсяг поставок товарів / обсяг продажу товарів | 30 |
| K_2 | Показники економічної ефективності використання торговельного потенціалу підприємства | 25 |
| k_{21} | Товарооборот підприємства / загальний дохід | 30 |
| k_{22} | Середній рівень торгової націнки | 20 |
| k_{23} | Витрати на придбання торговельного обладнання / загальний дохід | 10 |
| k_{24} | Витрати на придбання товарів / загальний дохід | 30 |
| k_{25} | Продуктивність праці торгового персоналу (середній товарооборот на одного працівника / загальний товарооборот, помножений на середньооблікову численність підприємства) | 10 |
| K_3 | Показники ринкової позиції підприємства | 20 |
| k_{31} | Товарооборот підприємства / загальний товарооборот по регіону | 50 |
| k_{32} | Рівень цін підприємства / середньоринковий рівень цін по регіону | 40 |
| k_{33} | Надходження від реалізації послуг (робіт) / загальний дохід | 10 |
| K_4 | Показники фінансового стану підприємства | 25 |
| k_{41} | Коефіцієнт абсолютної ліквідності | 5 |
| k_{42} | Коефіцієнт поточної ліквідності | 10 |
| k_{43} | Коефіцієнт загальної ліквідності | 15 |
| k_{44} | Коефіцієнт маневреності власних коштів | 10 |
| k_{45} | Коефіцієнт незалежності | 10 |
| k_{46} | Рентабельність продаж | 15 |
| k_{47} | Рентабельність активів | 10 |
| k_{48} | Коефіцієнт співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості | 10 |
| k_{49} | Коефіцієнт фінансової стійкості | 15 |
| K_5 | Показники грошового потоку | 10 |
| k_{51} | Коефіцієнт ліквідності грошового потоку (надходження / витрати) | 40 |
| k_{52} | Чистий рух від операційної діяльності / чистий рух від звичайної діяльності | 30 |
| k_{53} | Коефіцієнт достатності для забезпечення фінансових платежів (чистий грошовий потік / (сума кредиту + сума відсотків)) | 30 |

Повнота врахування впливу кожного із зазначених в таблиці 1 показників узагальнюється за допомогою інтегрального показника:

$$Z = \frac{\sum_{j=1}^m G_j \cdot Y_j}{100 \%}, \quad (1)$$

де Z – інтегральний показник кредитоспроможності торговельного підприємства;

j – назва групи показників;

m – кількість груп показників;

Y_j – значення j -ї групи показників;

G_j – питома вага j -ї групи показників, визначена методом експертних оцінок та виражена у відсотках.

При цьому значення групи показників розраховується за формулою:

$$Y_j = \sum_{i=1}^n g_{ij} \cdot k_{ij}, \quad (2)$$

де k_{ij} – значення i -го показника у j -ій групі показників;

g_{ij} – питома вага i -го показника у j -ій групі показників;

i – назва показника у групі;

n – кількість показників у групі.

Питома вага кожного з показників, що розраховуються в межах окремої групи, як і питома вага групи у складі інтегрального показника, визначена для одного з клієнтів торговельної галузі, що обслуговується провідним банком м. Суми. шляхом експертних оцінок та виражена у відсотках (табл. 2). При цьому для кредитних експертів банку більше значення має кінцевий результат діяльності, представлений групою показників, які характеризують фінансовий стан торговельного підприємства. Тоді як керівники підприємства, знаючись на технології торговельного обслуговування, розуміють, що фінансовий стан значною мірою залежить від особливостей торгівлі.

На нашу думку, торговельне підприємство з інтегральною оцінкою до 0,6 є високо-ризикованими та небажаними для надання кредитів; від 0,6 до 0,8 – торговельне підприємство можна вважати прийнятним об'єктом кредитування, але з підвищеним контролем та створенням більших резервів; від 0,8 до 1 – мають бути стандартними позичальниками; а підприємства з інтегральною оцінкою вище 1 заслуговують на особливі умови кредитування (нижчу відсоткову ставку чи необов'язковість застави).

При розрахунку інтегрального показника кредитоспроможності обраного для аналізу позичальника було встановлено, що $Z = 0,503$, а отже дане підприємство може отримати заявлену суму кредиту, але в процесі подальшого моніторингу необхідно приділяти належну увагу до змін показників фінансово-господарської діяльності позичальника, а також необхідність збільшення обсягу резервування під дану кредитну операцію з боку банківської установи.

Таблиця 2 Розрахунок інтегрального показника кредитоспроможності підприємства торговельної галузі за 2008 р.

| № показника | k_{ij} | g_{ij} | Y_j | G_j |
|--|----------|----------|------------|-------|
| Показники торговельного потенціалу підприємства (K_1) – 20 % | | | | |
| k_{11} | 0,333 | 20 | 6,66 | |
| k_{12} | 0,687 | 10 | 6,87 | |
| k_{13} | 0,774 | 20 | 15,48 | |
| k_{14} | 0,694 | 20 | 13,88 | |
| k_{15} | 0,576 | 30 | 17,28 | |
| Значення узагальнюючого показника групи (Y_1) | | | 60,17 | |
| Показники економічної ефективності використання торговельного потенціалу підприємства (K_2) – 25 % | | | | |
| k_{21} | 1,0 | 30 | 30,00 | |
| k_{22} | 0,25 | 20 | 5,00 | |
| k_{23} | 0,085 | 10 | 0,85 | |
| k_{24} | 0,647 | 30 | 19,41 | |
| k_{25} | 0,033 | 10 | 0,33 | |
| Значення узагальнюючого показника групи (Y_2) | | | 5530,27,59 | |
| Показники ринкової позиції підприємства (K_3) – 20 % | | | | |
| k_{31} | 0,002 | 50 | 0,10 | |
| k_{32} | 0,639 | 40 | 25,56 | |
| k_{33} | 0 | 10 | 0,00 | |
| Значення узагальнюючого показника групи (Y_3) | | | 25,66 | |
| Показники фінансового стану підприємства (K_4) – 25 % | | | | |
| k_{41} | 0,074 | 5 | 0,37 | |
| k_{42} | 0,103 | 10 | 1,03 | |
| k_{43} | 0,591 | 15 | 8,87 | |
| k_{44} | -0,821 | 10 | -8,21 | |
| k_{45} | 2,121 | 10 | 21,21 | |
| k_{46} | 0,059 | 15 | 0,89 | |
| k_{47} | 0,051 | 10 | 0,51 | |
| k_{48} | 0,027 | 10 | 0,27 | |
| k_{49} | 0,356 | 15 | 5,34 | |
| Значення узагальнюючого показника групи (Y_4) | | | 30,27 | |
| Показники грошового потоку (K_5) – 10 % | | | | |
| k_{51} | 1,084 | 40 | 43,36 | |
| k_{52} | 0,912 | 30 | 27,36 | |
| k_{53} | 1,543 | 30 | 46,29 | |
| Значення узагальнюючого показника групи (Y_5) | | | 117,01 | |
| Інтегральний показник кредитоспроможності підприємства (Z) | | | | 0,503 |

Таким чином, запропонований підхід до оцінки кредитоспроможності позичальника комплексно враховує усі стадії виробничо-фінансової діяльності торговельного підприємства. Розроблена методика оцінки кредитоспроможності, що базується на використанні інтегрального показника, дозволяє кредитору здійснювати аналіз потенційного позичальника з урахуванням таких критеріїв, як диверсифікованість діяльності, ринкова позиція, забезпеченість господарства виробничими ресурсами, ефективність їх використання, фінансовий стан [2].

Наступним етапом комплексної оцінки кредитоспроможності торговельного підприємства є застосування узагальнених рейтингових вимірників кредитоспроможності позичальників. Мета полягає у визначенні кредитного рейтингу потенційного

позичальника – торговельного підприємства та порівняння його з відповідними рейтингами, розраховані для інших підприємств галузі, що є клієнтами даного банку.

Поклавши в основу ідею та деякі методичні аспекти застосування рейтингових вимірників, пропонуємо методику визначення кредитоспроможності позичальників – торговельних підприємств з метою їх порівняння та прийняття рішення щодо надання кредиту певному підприємству. При цьому, аналіз кредитоспроможності підприємств-позичальників здійснюємо на основі попередньо оцінених результатів їх господарської діяльності, враховуючи те, що кредитоспроможність ширша, в порівнянні з фінансовим станом категорія, оскільки крім визначення фінансового стану позичальника банк має врахувати ряд інших факторів. Зокрема для обраного для аналізу позичальника-клієнта банку розрахунок інтегрального показника із врахуванням галузевої приналежності наведено в таблиці 2. Щодо інших клієнтів банку з метою проведення порівняльного аналізу, інформація для аналізу їх кредитоспроможності працівники кредитної служби банку повинні забезпечувати періодично, здійснюючи її обробку і збереження для проведення аналізу та використання в майбутньому. В нашому випадку, було використано інформацію про 3-х клієнтів – підприємств торгівлі, а саме Клієнт 2, Клієнт 3, Клієнт 4.

Мета даної методики – зведення різних груп показників, що характеризують ту чи іншу сторону діяльності торговельного підприємства, до єдиного рейтингового показника через систему побудови рейтингової оцінки з використанням економіко-математичних розрахунків. Структура запропонованої моделі включає розробку матриці рейтингової оцінки кредитоспроможності торговельних підприємств (табл. 3). Матриця включає 5 груп показників, що розраховуються аналогічно як і для визначення індивідуального інтегрального показника. Динаміка зростання чи пониження абсолютного значення окремих груп показників має характеризуватись однаковою спрямованістю. Зокрема, в результаті зростання однієї або декількох із них має зростати і загальний рейтинг позичальника і навпаки: пониження однієї або більшості групи показників зумовлює падіння кредитного рейтингу. Вихідні дані матриці – окремі групи показників торговельного підприємства (M_{yj}) узагальненої оцінки і призначені для визначення кредитоспроможності окремих позичальників, де в рядках відображаються найменування групи показників (Y_1, Y_2, Y_3, Y_4, Y_5), в стовпчиках – назви торговельних підприємств, що кредитуються банком та обрані для визначення кредитного рейтингу. При цьому Y_1 – це група показників торговельного потенціалу підприємства; Y_2 – група показників економічної ефективності використання торговельного потенціалу підприємств; Y_3 – група показників ринкової позиції підприємства; Y_4 – група показників фінансового стану підприємства; Y_5 – група показників грошового потоку.

Таблиця 3 Матриця рейтингової оцінки кредитоспроможності торговельних підприємств

| Група показників | Досліджуване підприємство | Клієнт 2 | Клієнт 3 | Клієнт 4 | Норм (M_{yj}) | K_{vyj} | X_{y1} | X_{y2} | X_{y3} | X_{y4} |
|---|---------------------------|----------|----------|----------|-------------------|-----------|---------------------------|----------|----------|----------|
| | | | | | | | Досліджуване підприємство | Клієнт 2 | Клієнт 3 | Клієнт 4 |
| Показники торговельного потенціалу підприємства (Y_1) | 60,17 | 89,34 | 66,74 | 36,43 | 80,25 | 0,2 | 0,15 | 0,22 | 0,17 | 0,09 |
| Показники економічної ефективності використання торговельного потенціалу підприємства (Y_2) | 55,59 | 68,34 | 60,35 | 44,75 | 60,56 | 0,25 | 0,23 | 0,17 | 0,15 | 0,11 |
| Показники ринкової позиції підприємства (Y_3) | 25,66 | 49,32 | 16,44 | 16,33 | 50,43 | 0,2 | 0,10 | 0,12 | 0,04 | 0,04 |
| Показники фінансового стану підприємства (Y_4) | 30,27 | 37,43 | 36,43 | 30,77 | 38,55 | 0,25 | 0,20 | 0,09 | 0,09 | 0,08 |
| Показники грошового потоку (Y_5) | 117,01 | 134,22 | 126,32 | 55,32 | 120,63 | 0,1 | 0,10 | 0,33 | 0,31 | 0,14 |
| Рейтинг | | | | | | | 0,365 | 0,463 | 0,399 | 0,217 |
| Місце | | | | | | | 3 | 1 | 2 | 4 |

Дані, які розміщені в матриці за показниками M_{yj} , відносяться до відповідного показника, прийнятого за норматив ($Норм (M_{yj})$), при цьому нормативні значення M_{yj} розробляються банком шляхом проведення експертних розрахунків. Отримані результати (показник X_{yj}) характеризують рівень кредитоспроможності позичальника частково, за одним із показників. При цьому вищі показники відносно інших позичальників і загального нормативу – свідчення надійнішого фінансового-господарського стану торговельного підприємства з точки зору кредитування.

Формула стандартизації обраних груп показників відносно нормативного показника групи матиме такий вигляд:

$$X_{yj} = \frac{M_{yj}}{\text{їдї } M_{yj}} \cdot K_{vyj} \quad (3)$$

де K_{vyj} – ваговий коефіцієнт, який визначається банком експертним шляхом і характеризує числову значимість тієї чи іншої групи показників відносно інших груп показників оцінки кредитоспроможності торговельного підприємства.

Загальний рейтинг кредитоспроможності кожного торговельного підприємства, обраних для порівняння (R_j) визначається за формулою:

$$R_j = \sqrt{(X_{1j})^2 + (X_{2j})^2 + (X_{3j})^2 + (X_{4j})^2 + (X_{5j})^2} \quad (4)$$

де R_j – рейтингова оцінка для j -го підприємства.

Найвище місце посяде те підприємство, в якого рейтинг вищий [2].

Здійснивши розрахунки за формулами (3) – (4), знаходимо показники (рейтинги), що характеризують фінансово-господарських стан та базові величини для визначення кредитоспроможності. На основі величини рейтингу визначаємо місце торговельних підприємств в загальній оцінці стану їх фінансово-господарської діяльності. З таблиці 4 випливає, що найвищий рейтинг мають Клієнт 2 і Клієнт 3, визначені як найвірогідніші претенденти на отримання кредитних позичок. Досліджуване підприємство має рейтинг 3, що теж дає можливість розглядати його як потенційного позичальника серед усіх клієнтів – підприємств торгівлі, але з підвищеним рівнем контрольованості.

Запропонована методика оцінки кредитоспроможності торговельного підприємства за рейтинговими показниками має певні переваги:

- порівняння величини рейтингів дозволяє визначити фінансовий стан позичальників через узагальнені економічні показники і знизити, таким чином, кредитний ризик;
- в основу розрахунків загального рейтингу можуть бути взяті дані звітності торговельних підприємств, що забезпечують вищу точність розрахунку;
- узагальнюючий рейтинговий показник може бути доповнений системою інших показників, що не піддаються числовим вимірюванням;
- рейтингові показники можуть бути використані для розробки бізнес-планів підприємств і виявлення тенденцій їх економічного розвитку із застосуванням економіко-математичних методів.

Крім того, при визначенні кредитоспроможності працівники кредитного відділу банку також повинні аналізувати показники, що не піддаються числовим вимірюванням, проте мають важливе для банку значення. До таких показників можна віднести: показники, що характеризують зовнішнє ринкове середовище; показники, що характеризують якість управління об'єктом кредитування; характер відносин клієнта з банківською установою в минулому, порядність і оперативність роботи клієнта, досвід роботи і якість продукції, відгуки в засобах масової інформації про роботу клієнта тощо.

З урахуванням даних об'єктивного і суб'єктивного аналізу банківська установа приймає остаточне рішення про кредитування тих чи інших торговельних підприємств.

3. Висновки. В статті обґрунтовано методичний підхід до оцінки кредитоспроможності підприємствам з урахуванням галузевих особливостей, на підставі

якого рішення про надання кредиту торговельному підприємству приймається на основі інтегральної і рейтингової оцінок кредитоспроможності підприємств даної галузі, що є результатом розрахунку значень окремих показників за групами оцінки торговельного потенціалу, економічної ефективності, ринкової позиції, фінансового стану та грошового потоку. При цьому збільшується повнота інформування кредитора щодо передумов отримання доходів підприємств торгівлі як джерела погашення його зобов'язань внаслідок чого відбувається зменшення кредитного ризику та збільшення доступності кредитних ресурсів для потенційного позичальника – торговельного підприємства. Запропоновані удосконалення методики оцінки кредитоспроможності торговельних підприємств можуть бути використані у практичній діяльності банківських установ.

4. Перелік використаних джерел

1. Бурлан С. А. Методологічні аспекти оцінки кредитоспроможності підприємств аграрного виробництва [Текст] / С. А. Бурлан, О. Б. Філімонова // Наукові праці. – 2007. – Том 64. Випуск 51. – С. 71-76.
2. Вітлінський В. В. Оцінка кредитоспроможності позичальника та ризику банку [Текст] / В. В. Вітлінський // Фінанси України. – 1999. – № 12. – С. 91-103.
3. Єпіфанов А. О. Оцінка кредитоспроможності та інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання: Монографія [Текст] / А. О. Єпіфанов, Н. А. Дехтяр, Т. М. Мельник, І. О. Школьник та ін. / За ред. доктора економічних наук А. О. Єпіфанова. – Суми: УАБС НБУ, 2007. – 286 с.
4. Цимбал М. А. Аналіз фінансового стану позичальника як необхідна умова організації банківського кредитування [Текст] / М. А. Цимбал // Вісник Української академії банківської справи. – 2000. – № 1. – С. 53-55.

In the article the methodical going is analyzed near the estimation of solvency taking into account of a particular branch features, namely trade enterprises, as this industry is on one of the first places after bringing in of credit resources. The method of estimation of solvency of auction enterprise is improved on the basis of integral-ratings indexes, that takes into account the specific of auction industry and will promote efficiency of acceptance of credit decisions. Can be drawn on research results in practical activity of bank institutions.

Keywords: credit, solvency, estimation of solvency, auction enterprise, integral index, rating estimation.

В статье проанализированы методические подходы к оценке кредитоспособности с учетом отраслевых особенностей, а именно предприятий торговли, поскольку эта отрасль находится на одном из первых мест за привлечением кредитных ресурсов. Усовершенствована методика оценки кредитоспособности торгового предприятия на основе интегрально-рейтинговых показателей, что учитывает специфику торговой отрасли и повысит эффективность принятия кредитных решений. Результаты исследования могут быть использованы в практической деятельности банков.

Ключевые слова: кредит, кредитоспособность, оценка кредитоспособности, торговое предприятие, интегральный показатель, рейтинговая оценка.