

СКОМАРОВСЬКА К. А.

аспірант

Донецький національний університет економіки і торгівлі

ім. Михайла Туган-Барановського

k.skomarovskaya@ukr.net

### ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ БІЗНЕС-АНАЛІЗУ В ОЦІНЦІ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ПОЗИЧАЛЬНИКА

*Метою статті є визначення методів бізнес-аналізу та їх використання в кредитному процесі комерційного банку. В роботі застосовувався абстрактно-логічний метод. В результаті дослідження розглянуто методи економічного та фінансового аналізу та систематизовано методи бізнес-аналізу кредитного процесу. Для української банківської системи важливим завданням є вдосконалення підходів до методів бізнес-аналізу в оцінці кредитоспроможності позичальників. Систематизовано методи економічного та фінансового аналізу та запропонована класифікація методів бізнес-аналізу. Використання і впровадження запропонованих методів бізнес-аналізу дозволить мінімізувати кредитні ризики та підвищити якість кредитного портфеля комерційних банків.*

*Ключові слова: бізнес-аналіз, кредитоспроможність, позичальник, метод, фінансовий аналіз, бізнес-план.*

СКОМАРОВСКАЯ Е. А.

аспірант

Донецкий национальный университет экономики и торговли

им. Михаила Туган-Барановского

k.skomarovskaya@ukr.net

### ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДОВ БИЗНЕС-АНАЛИЗА В ОЦЕНКЕ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЗАЕМЩИКА

*Целью статьи является определение методов бизнес-анализа и их использование в кредитном процессе коммерческого банка. В работе применялся абстрактно-логический метод. В результате исследования рассмотрены методы экономического и финансового анализа и систематизированы методы бизнес-анализа кредитного процесса. Для украинской банковской системы важным заданием является совершенствование подходов к методам бизнес-анализа в оценке кредитоспособности заемщиков. Систематизированы методы экономического и финансового анализа и предложена классификация методов бизнес-анализа. Использование и внедрение предложенных методов бизнес-анализа позволит минимизировать кредитные риски и повысить качество кредитного портфеля коммерческих банков.*

*Ключевые слова: бизнес-анализ, кредитоспособность, заемщик, метод, финансовый анализ, бизнес-план.*

SKOMAROVSKAYA K. A.

postgraduate student

Donetsk Mykhayilo Tugan-Baranovsky National University of Economy and Trade

k.skomarovskaya@ukr.net

### USING METHODS OF BUSINESS ANALYSES IN CREDITWORTHINESS OF BORROWER

*To define the methods of business - analysis and using these methods in the credit process of commercial banks. An abstractly - logical method was used in the article. The article examines description and systematization of methods of economic and financial analysis. As a result of research the methods of business - analysis are systematized in new classification. The Ukrainian banking system has an important task to improve the methods of business - analysis in the estimation of creditworthiness of borrowers. The classification of methods of business - analysis is offered in it. This classification of methods of business - analysis will allow to minimize credit risks and to improve quality credit brief - case of commercial banks.*

*Keywords: business-analysis, solvency, borrower, method, financial analysis, business plan.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими завданнями.** На сучасному етапі економічного розвитку ріст банківського бізнесу в Україні,

розширення пропозиції банківських продуктів і послуг, у тому числі у сфері кредитування суб'єктів господарювання, супроводжуються накопиченням кредитних ризиків. Пріоритетним завданням для комерційних банків є укріплення стійкості банківського сектора в цілому за рахунок вдосконалення систем управління ризиками і внутрішніми кредитними процесами. Усе це свідчить про виняткову важливість побудови чіткого і адекватного комплексного механізму кредитування суб'єктів господарювання, в якому бізнес-аналіз потенційного позичальника займає провідну роль.

Аналіз останніх публікацій показав, що в працях зарубіжних і вітчизняних економістів досліджено широке коло питань, пов'язаних з методами економічного і фінансового аналізу. Серед учених, які приділяли значну увагу дослідженню цих питань, виділимо таких, як Л. Берстайн, І. Бланк, Ю. Бригхем, Р. Іванова, А. Ковальов, Л. Лахтионова, Г. Лиференко, Г. Савицкая, В. Савчук, В. Серединская, О. Стоянова, П. Хейли, А. Шеремет, Н. Чумаченко та інші.

Метою статті є визначення основних методів бізнес-аналізу в кредитному процесі, які сприяли оптимізації і удосконаленню механізму кредитування суб'єктів господарювання.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Метод в перекладі з грецького означає шлях дослідження, теорію, навчання. Методом в широкому розумінні слова є спосіб підходу до вивчення реальної дійсності, спосіб дослідження явищ природи і суспільства. Якщо предмет відповідає на питання, що ми вивчаємо, то метод – як вивчаємо, якими способами і прийомами.

Методологія – це сукупність методів, вживаних у будь-якій області людської діяльності [1, с.374].

Довідником знань з бізнес-аналізу (Business Analysis Body of Knowledge) було визначено, що бізнес-аналіз – це набір завдань і методик, які використовуються з метою забезпечити розуміння зацікавленими сторонами структури, правил і роботи підприємства і запропонувати рішення, які дозволять підприємству досягти поставлених цілей [2].

Оскільки бізнес-аналіз базується на таких видах аналізу, як економічний і фінансовий, необхідно розглянути методи цих двох видів аналізу і виділити ті, які необхідно використати у бізнес-аналізі.

У своїй книзі "Бізнес-аналіз" Дебра Пол, Дональд Йетс і Джеймс Кадл відмічають, що, незважаючи на розуміння організаціями переваг, які бізнес-аналіз здатний надати, досі немає чіткого визначення його меж, яке породжує дискусії, адже дисципліна бізнес-аналізу знаходиться на стадії формування [3].

Бізнес-аналіз підприємства – це комплексне вивчення його діяльності, яке дозволяє дати йому об'єктивну оцінку, виявити закономірності і тенденції розвитку, визначити завдання, які стоять перед ним, розкрити резерви бізнесу і недоліки в його роботі.

В процесі вивчення бізнесу поєднує дедуктивний і індуктивний методи дослідження, аналіз і синтез.

При фінансово-економічному аналізі переважно застосовують дедуктивний метод: спочатку вивчають узагальнені показники господарської діяльності в масштабах усього господарського об'єднання, підприємства або іншого об'єкту, потім ці показники деталізують, розчленовують.

У техніко-економічному аналізі найпоширенішим є індуктивний метод. Спочатку вивчають хід господарських операцій і відображають показники їх роботи на окремих робітниках місцях. Потім переходять від конкретних показників до абстрактних, узагальнених показників господарської діяльності аналізованого об'єкту в цілому.

В обох аспектах економічного аналізу – фінансово-економічному і техніко-економічному – аналіз поєднують із синтезом, а дедуктивний метод – з індуктивним, що зумовлює використання матеріалістичної діалектики.

Повнота і глибина вивчення діяльності підприємств значною мірою досягається застосуванням різноманітних традиційних методів економічного аналізу. До них належать: спостереження, порівняння, групування, деталізація, балансовий метод та методи елімінування.

Л. Гиляровская визначає, що методом економічного аналізу є діалектичний підхід і способи вивчення, виміру і узагальнення впливу численних чинників на зміну результатів діяльності організації для їх поліпшення. Метод реалізується через конкретні методики залежно від особливостей цілей, завдань, об'єктів, способів і технічних засобів дослідження. Способами аналітичної обробки економічної інформації є: порівняння, використання абсолютних і відносних величин, сортування і угруповання початкових даних різні види оцінок, визначення відхилень, процентних і середніх величин та ін. [4, з 21].

Н. Чумаченко зауважує, що усі прийоми економічного аналізу можна розділити на дві групи: якісні і кількісні. Якісні прийоми дослідження не дають числової характеристики явищ, що вивчаються, а тільки відповідають на питання, як досліджувати економічні процеси. Якісні прийоми властиві як процесу наукового пізнання в цілому, так і окремим науковим сферам дослідження. Кількісні прийоми дослідження дають числову характеристику економічних явищ і розділяються на описові і аналітичні [5].

У практиці проведення аналізу бізнесу все ширше застосовуються соціологічні методи дослідження. Серед них, передусім, слід назвати анкетний, опитування і співбесіди.

Анкетний метод є письмовим опитуванням співробітників підприємства, з метою вивчення низки необхідних запитань. Анкетний метод вимагає багато зусиль і часу. Тому частіше звертаються до простішого методу — усного опитування (інтерв'ю). Проте і він вимагає старанної підготовки і кваліфікованої стратегії спілкування зі співробітниками.

Знання психології людей, їх готовності до співпраці, можливість отримання достовірної інформації — ключові моменти при проведенні досліджень за допомогою соціологічних методів.

Узявши за основу структуру бізнес-аналізу [6], яка дозволяє провести ефективний комплексний аналіз бізнесу потенційного позичальника, можна виділити наступні методи для кожного структурного етапу бізнес-аналізу.

В процесі ідентифікації якісних і кількісних характеристик бізнесу необхідно:

- встановити пов'язані з бізнесом майнові права і стосунки власності на основі відповідних юридичних документів;
- уточнити склад власності та її місцезнаходження, особливості ведення бізнесу;
- встановити чинники і обставини, які впливають на бізнес.

Аналіз ринку бізнесу і визначення типу і джерел, необхідної інформації, які мають на увазі попередній огляд бізнесу, ознайомлення з нормативно-законодавчою та іншою юридичною інформацією, яка впливає на регулювання цього сегменту бізнесу; дослідження інформаційних потоків і джерел, які можуть містити цікаві відомості.

При аналізі якісних та кількісних характеристик бізнесу оцінюється вплив на нього різних макро- та мікроекономічних факторів. Макроекономічні фактори характеризуються інвестиційним фактором в країні та не можуть бути усунені за допомогою диверсифікації бізнесу.

Аналізуючи якісні показники бізнесу потенційного позичальника дуже важливо враховувати в яких умовах працює підприємство. Чи є ці умови потенційно ризикованими, або ні. Однак більш ризиковані бізнес-проекти можуть забезпечити і більш високий прибуток на вкладений капітал. Фактори ризику аналізу бізнесу:

- характеристика прибутків і ризиків, пов'язаних з ним;
- наявність попиту і перспективи в цій конкретній сфері, тобто ліквідність бізнесу;
- наявність індивідуальних переваг конкретного бізнесу (нематеріальних активів, у тому числі позитивної ділової репутації);
- обмеження на ведення бізнесу;
- фінансовий стан бізнесу;
- показники бізнес-розвитку;
- цінова політика, якість управління, людський потенціал;
- інвестиційна привабливість бізнесу;
- наявність конкуренції в цій сфері або в регіоні;

- витрати на створення аналогічного підприємства;
- контроль управління підприємством з боку третіх осіб.

Бізнес, який має певні обмеження (ціни, які регулює держава; екологічні вимоги відносно виробництва або устаткування) відповідно буде для кредитора менш привабливим.

Такі внутрішні чинники ведення бізнесу, як диверсифікація діяльності, цінова політика, якість продукції, робіт і послуг, впливають на рівень ризику. Фінансовий стан є основою для прогнозування майбутніх доходів, істотно впливає на взаємовідносини з бізнес-партнерами, визначаючи вартість бізнесу в перспективі, а також кадровий потенціал і наявність позитивної репутації підприємства.

Чинне українське законодавство не лише не закріплює форми і порядок бізнес-планування, але і саму обов'язковість розробки планів. Спроби закріпити вимоги до змісту бізнес-планів наказом Міністерства економіки №290 від 6.09.2006 р. "Про затвердження Методичних рекомендацій про розробку бізнес-плану підприємства" залишилися лише проектом. Але, незважаючи на це, існують загальні рекомендації для проектів, фінансування яких передбачається за рахунок зовнішніх джерел за відповідними національними і міжнародними стандартами.

Найпоширенішими стандартами у бізнес-плануванні є міжнародні стандарти, які розроблені організацією United Nations Industrial Development Organization (UNIDO). Згідно з цими стандартами, у будь-якому бізнес-плані можна виділити наступні основні розділи: резюме, опис галузі і компанії, опис послуг (товарів), продажі і маркетинг, план виробництва, організаційний план, фінансовий план, оцінка ефективності проекту, гарантії і ризики компанії, доповнення.

Для аналізу бізнес-плану можливо використовувати такі спеціальні методи маркетингу, як сегментація ринків, SWOT-аналіз середовища, оцінка конкурентоспроможності, позиціонування товарів та конкурентів на ринку аналіз ланцюжка та інші.

Наприклад, за допомогою методу SWOT можна встановити взаємозв'язки між силою і слабкістю, чи властиві підприємству, і зовнішніми загрозами і можливостями. Спочатку виявляють сильні і слабкі сторони, а також загрози і можливості, після цього встановлюють взаємозв'язки між ними, що може бути використано для розробки стратегії підприємства.

Л. Гіляровська визначає метою фінансового аналізу отримання достатнього числа інформативних параметрів, що характеризують фінансовий стан компанії: прибули і збитки, зміни в структурі активів і пасивів, в розрахунках з дебіторами і кредиторами та ін.

Аналіз може бути ретроспективним, перспективним і відбивати стан сьогоденного дня. Цілі аналізу досягаються в результаті рішення певного взаємозв'язаного набору аналітичних завдань, реалізація яких можлива на основі організаційних, інформаційних, технічних і методичних можливостей підприємства [4, с. 24].

У сучасній економічній літературі [4, 5, 7, 8] виділяють наступні види фінансового аналізу:

1. Горизонтальний — порівняння звітних фінансових показників з плановими, або з показниками попереднього періоду (базисного). Горизонтальний (тренд) аналіз базується на вивченні динаміки окремих фінансових показників в часі.

2. Вертикальний — визначення структури підсумкових фінансових показників з виявленням впливу кожної позиції звітності на результат в цілому.

3. Тренд — порівняння кожної позиції звітності з рядом попередніх періодів і визначення тренду, тобто основної тенденції динаміки показника, очищеної від випадкових впливів. За допомогою тренду формуються можливі значення показника в майбутньому. Отже, цей метод може використовуватися в перспективному і прогнозному аналізі.

4. Порівняльний (просторовий) — порівняння показників звітності з планом; середньогалузевим рівнем; даними конкурентів; середніми загальноекономічними даними; даними окремих підрозділів компанії між собою; економічною моделлю.

5. Аналіз відносних показників (коефіцієнтів) — розрахунок стосунків даних звітності, визначення взаємозв'язків показників.

Перераховані методи аналізу сприяють аналітичному прочитанню фінансових звітів, початковою базою яких, являються дані бухгалтерського обліку і звітності.

Визначення фінансових коефіцієнтів є важливим етапом в структурі бізнес-аналізу, але аналітикам слід розуміти проблеми, пов'язані з їх інтерпретацією і застосуванням, і у разі потреби враховувати ці особливості.

Враховуючи, існуючі методи економічного і фінансового аналізу, а також етапи проведення бізнес-аналізу кредитного процесу, можливо запропонувати таку класифікацію методів, яка відображає особливості, властиві бізнес-аналізу.

Представимо класифікацію методів бізнес-аналізу у вигляді наступного малюнка (рис. 1).



**Рис. 1. Класифікація методів бізнес-аналізу**

Незважаючи на виділення методів для кожного етапу бізнес-аналізу, для проведення ефективною і всебічною оцінки кредитоспроможності, усі ці методи потрібно використати в комплексі.

**Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розробок у даному напрямку.** Результати дослідження свідчать, що існують немало методів аналізу, які використовуються. Кожен з цих методів має як переваги, так і недоліки. Вдосконалення цієї сфери аналітичної роботи в українських банках необхідно здійснювати в таких основних напрямках: вивчення і аналіз якісних показників бізнес-діяльності; аналіз основних розділів бізнес-плану; розширення складу показників фінансового аналізу для отримання інформації, проведення аналізу можливих джерел погашення зобов'язань по кредиту; активне використання аналізу грошових потоків підприємства.

#### **Список використаних джерел**

1. Краткий философский словарь / [А.П. Алексеев, Г.Г. Васильев и др.] ; под ред. А.П. Алексеева. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – М. : ТК Велби, Проспект, 2008. – 496 с.

2. A Guide to the Business Analysis Body of Knowledge (BABOK Guide) Version 2.0. International Institute of Business Analysis: Toronto, Ontario, Canada, 2009. 254 p.
  3. James Cadle, Debra Paul, Donald Yeates. Business Analysis, Second Edition. BCS The Chartered Institute for IT. 2010. 273 p.
  4. Экономический анализ : [учебник для вузов / под ред. Л.Т. Гиляровской]. – 2-е изд., доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 615 с.
  5. Економічний аналіз : [навч. посібник] / М. А. Болюх, В. З. Бурчевський, М. І. Горбаток ; за ред. М. Г. Чумаченка. – К. : КНЕУ, 2001. – 540 с.
  6. Скомаровська К.А. Структура бізнес-аналізу у кредитному процесі / К.А. Скомаровська // Сучасна економіка. – К. : ДП К, 2013. – Вип. 10. – С. 94–104.
  7. Лиференко Г.Н. Финансовый анализ предприятия : [учебное пособие] / Г.Н. Лиференко. – М. : Издательство «Экзамен», 2005. – 160 с.
  8. Шеремет А.Д. Теория экономического анализа : [учебник] / Шеремет А.Д. – [3-е изд., доп.]. – М. : Инфра-М, 2011. – 352 с.
-