

УДК 336.774

Скомаровська К.А.

Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, м. Донецьк, Україна,
e-mail: k.skomarovskaya@ukr.net

МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ БІЗНЕСУ ПОЗИЧАЛЬНИКА

Skomarovskaya K.A.

Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhailo Tugan-Baranovsky, Donetsk, Ukraine,
e-mail: k.skomarovskaya@ukr.net

METHODOLOGICAL ASPECTS IDENTIFICATION OF THE BORROWER'S BUSINESS

Мета. Визначення та розкриття особливостей ідентифікації бізнесу позичальника в оцінці кредитоспроможності.

Методика. Проаналізовано основні етапи механізму ідентифікації бізнесу позичальника. Визначено групи факторів, які впливають на бізнес позичальника. Згруповано та систематизовано завдання, які ставить перед собою бізнес-аналітик під час проведення першої зустрічі з потенційним позичальником.

Результати. У результаті дослідження визначено місце ідентифікації бізнесу в оцінці кредитоспроможності позичальника. Ідентифікація бізнесу є першим етапом проведення бізнес-аналізу. Запропоновані дії бізнес-аналітика під час візду до потенційного позичальника з метою перевірки отриманої інформації та її відповідності реальному стану бізнесу. Бізнес-аналітик має дуже ретельно перевіряти інформацію, яку отримує від потенційного позичальника. Визначено коефіцієнти, які доцільно використовувати під час проведення експрес-аналізу фінансового стану бізнесу позичальника. На підставі створеного механізму ідентифікації визначено основні об'єкти бізнесу, яким треба приділяти особливу увагу. Визначається важлива роль візуального огляду місця ведення бізнесу й оцінка психологічних факторів. Для української банківської системи важливим завданням є вдосконалення підходів до механізму ідентифікації бізнесу з метою ефективного визначення кредитоспроможності позичальника. Механізм ідентифікації бізнесу дозволить аналітику ефективно провести перший етап бізнес-аналізу, а саме оцінити якісні і кількісні характеристики бізнесу.

Наукова новизна. Створено механізм ідентифікації бізнесу позичальника та визначено основні методологічні аспекти кожного етапу ідентифікації.

Практична значущість. Упровадження й використання запропонованого механізму ідентифікації бізнесу позичальника дозволить мінімізувати кредитні ризики та підвищити якість кредитного портфеля комерційних банків.

Ключові слова. бізнес, ідентифікація, фінансовий аналіз, позичальник, інформація, кредитоспроможність, об'єкт.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими завданнями. Необхідність ідентифікації бізнесу позичальника визначається самою суттю ринкових відносин, різних угод, що укладаються між власниками бізнесу та кредиторами. Чітке визначення того чи іншого об'єкта бізнесу, динаміки його змін у майбутньому дає можливість прогнозувати подальші відносини між потенційним позичальником та банківською установою та приймати рішення щодо кредитування.

Аналіз останніх публікацій показав, що останнім часом питання ідентифікації бізнесу стало предметом наукового зацікавлення. Цією проблемою займаються такі віт-

чизняні та зарубіжні дослідники, як І. Балатанов, Л. Берстайн, І. Бланк, Ю. Брігхем, Ф. Бутинець, Л. Гіляровська, А. Ковальов, Л. Лахтіонова, Г. Ліференко, Г. Савицька, О. Стоянова, Р. Холт, А. Шеремет, В. Серединська, М. Чумаченко та ін.

Необхідність подальшого вдосконалення теоретичних та методико-прикладних основ ідентифікації бізнесу обумовила актуальність вищевказаної проблеми, а також мету та завдання статті.

Метою статті є розкриття особливостей ідентифікації бізнесу позичальника для формування та прийняття рішень щодо подальшої роботи з позичальником. Це вимагає виконання таких завдань: уточнити й обґрунтувати місце ідентифікації бізнесу в оцінці кредитоспроможності позичальника; розкрити особливості запропонованого механізму ідентифікації бізнесу та уточнити зміст кожного етапу ідентифікації бізнесу позичальника в конкурентному середовищі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Забезпечення проведення достовірної оцінки бізнесу позичальника досягається за умови його об'єктивної та повної ідентифікації. Проте проблема полягає в тому, що немає чіткого визначення поняття бізнесу в Україні та його об'єктів. У зв'язку з цим бізнес не повністю ідентифікують у ході оцінювання кредитоспроможності.

Бізнес – це економічна категорія, діяльність, яка історично закономірно виникла в процесі розвитку суспільства, і з кожним його кроком змінювалася, вбираючи в себе його відносини та проявляючи їх у господарській діяльності [1, с. 11]. Гарвардська школа бізнесу визначає, що бізнес – це вміння приймати правильні господарські рішення в умовах невизначеності [2].

Кредитоспроможність – це спроможність позичальника залучити позиковий капітал і за конкретних умов кредитування в повному обсязі та у визначений кредитною угодою термін розрахуватися за своїми борговими зобов'язаннями виключно коштами, що генеруються позичальником у ході звичайної діяльності [3].

Насамперед, визначаючи кредитоспроможність позичальника, мають ідентифікувати бізнес. Якщо бізнес позичальника не відповідає реальному стану, то питання подальшої співпраці банківської установи з позичальником не має сенсу.

Для визначення об'єктів бізнесу потрібно створити механізм ідентифікації. Ідентифікація бізнесу є першим етапом проведення бізнес-аналізу.

У своїй книзі «Бізнес-аналіз» Дебра Пол, Дональд Йетс і Джеймс Кадл зазначають, що незважаючи на розуміння організаціями переваг, які бізнес-аналіз здатний надати, досі немає чіткого визначення його меж, що породжує дискусії, адже дисципліна бізнес-аналізу перебуває на стадії формування [4].

Довідником з бізнес-аналізу (Business Analysis Body of Knowledge) було визначено, що бізнес-аналіз є набором завдань і методик, що використовується з метою забезпечити розуміння зацікавленими сторонами структури, правил і роботи підприємства та запропонувати рішення, які дозволять підприємству досягти поставлених цілей [5, с. 3].

З метою вдосконалення бізнес-аналізу кредитного процесу банківських установ розроблено механізм ідентифікації бізнесу позичальника.

На першій стадії механізму ідентифікації в розрізі кожного напрямку господарської діяльності (операційної, інвестиційної, фінансової) і основних господарських операцій збирають необхідну інформацію.

На другій стадії ідентифікації визначають перелік ризиків, пов'язаних з діяльністю підприємства в цілому.

На третій стадії роблять експрес-аналіз фінансового стану бізнесу.

Після проведення експрес-аналізу бізнес-аналітик визначає, чи доцільно продовжувати взаємовідносини щодо кредиту з потенційним позичальником чи ні. Від його

рішення залежать наступні стадії ідентифікації. На наступних двох стадіях відбувається перша зустріч з клієнтом і відвідування міста ведення бізнесу.

Схематично механізм ідентифікації зображено на рисунку 1.

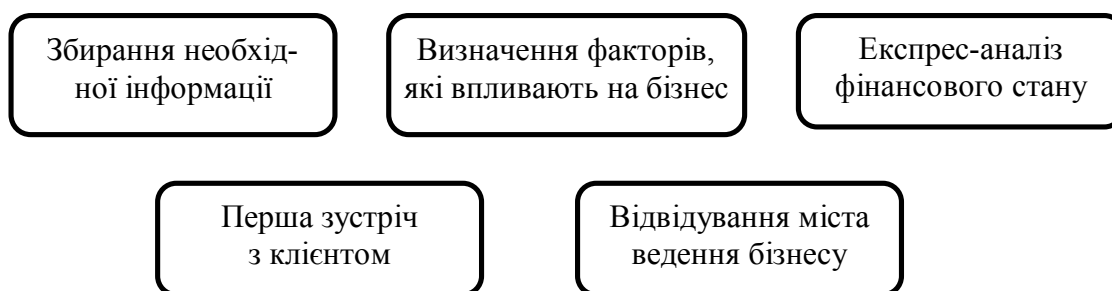


Рисунок 1 – Механізм ідентифікації бізнесу позичальника

Інформаційна база бізнес-аналізу є системою з елементів, між якими існують певні зв'язки та залежності. Елементами інформаційної бази бізнес-аналізу є: безпосередньо інформація; принципи організації та інформаційні системи. Результатна аналітична інформація – це основа для прийняття правильних управлінських рішень.

Для ефективного бізнес-аналізу аналітику потрібна як фінансова, так і інша інформація.

Здійснюючи бізнес-аналіз, аналітик збирає офіційну фінансову інформацію клієнта, а також просить дані управлінського обліку й інші документи, необхідні для бізнес-аналізу, обов'язково відвідує місце ведення господарської діяльності клієнта й вивчає забезпечення по кредиту.

На підставі нефінансової інформації визначають значення низки показників, що характеризують компетенцію і інформаційну обізнаність персоналу (наприклад, об'єктивне сприйняття реальних бізнес-ситуацій, самостійність, сприйняття нових знань, системний і гнучко орієнтований підхід для вирішення бізнес-проблем у реальній господарській практиці, цільова спрямованість дій, відповідальність, акуратність, дисциплінованість, адаптивність, ініціативність уміння працювати в колективі та ін.).

Джерелами інформації для проведення бізнес-аналізу є: анкета-заявка; документи клієнта; договір; інформація, отримана з бесід із засновниками, керівниками, бухгалтерами, з відкритих джерел та ін.

В умовах економічного підйому методи оцінки кредитоспроможності позичальників, які ґрунтуються тільки на аналізі їх фінансово-господарської діяльності, що в основному практикують українські банки, є ефективними, але вони дають помилкові результати, якщо галузь, країна, регіональна або світова економіка вступають до фази рецесії або настає криза [6, с. 12].

Для всебічного вивчення бізнесу позичальника бізнес-аналітик аналізує деякі зовнішні і внутрішні фактори, які впливають на стан бізнесу.

Макроекономічні чинники характеризуються інвестиційним кліматом у країні та не можуть бути усунені за допомогою диверсифікації бізнесу.

Аналіз зовнішніх факторів: економічне середовище; інвестиційний клімат; законодавство; процентні ставки; вартість капіталу; стан справ у галузі (п'ять сил Майкла Портера), зокрема дійсний рівень конкуренції, ризик появи нових конкурентів, тиск з боку споживачів, тиск з боку постачальників, ризик появи товарів-замінників.

Аналіз внутрішніх факторів: історія компанії (циклічність прибутку), позиція компанії на ринку, прогнози на майбутнє (що станеться з бізнесом по закінченні терміну патенту або ліцензії), оцінка менеджменту (наявність стратегії, знань і умінь, досві-

ду, залежність бізнесу від ключових персон, наявність специфічних ризиків для цього бізнесу визначеному регіоні.

Аналітик має звернути увагу на такі фактори: характеристика доходу та ризики, пов'язані з ним; наявність попиту й перспективи бізнесу в цій конкретній сфері та відповідно ліквідність бізнесу; наявність індивідуальних переваг бізнесу, зокрема нематеріальних активів; позитивної ділової репутації; обмеження на ведення бізнесу; фінансовий стан бізнесу; показники бізнес-розвитку; цінова політика; якість управління; людський потенціал; інвестиційну привабливість; наявність конкуренції в цій сфері, регіоні; контроль управління організації з боку третіх осіб.

Крішна Палеру, Виктор Бернгард і Пол Хейлі зазначають, що мета фінансового аналізу – використання фінансових даних з метою оцінювання поточного і минулого стану підприємства та його сталий розвиток. Є дві важливі вимоги фінансового аналізу. По-перше, аналіз має бути систематичним і ефективним. По-друге, аналіз повинен дозволити аналітику користуватися фінансовими даними з метою дослідження бізнес питань. Аналіз показників і аналіз грошового потоку – два основні фінансові інструменти. Перший передбачає оцінку виконання продуктивності підприємства і фінансової політики; другий зосереджується на ліквідності фірми і фінансовій гнучкості [7].

Платоспроможність клієнта визначається на основі аналізу фінансової інформації клієнта: Балансу (Форма № 1), Звіту про прибутки і збитки (Форма № 2), прогнозу руху коштів, управлінського обліку (як додаткової інформації), а також інших документів, що характеризують діяльність клієнта. У документі є рекомендації щодо перебігу бізнес-аналізу і ухвалення рішень про кредитування клієнтів, які ведуть повний бухгалтерський облік, а також клієнтів, що ведуть спрощений бухгалтерський облік згідно з нормами чинного законодавства.

Експрес-аналіз фінансового стану бізнесу доцільно виконувати в три етапи: підготовчий етап; попередній огляд бухгалтерської звітності; економічне читання та аналіз звітності.

На першому етапі слід прийняти рішення про доцільність аналізу фінансової звітності та переконатися в її готовності до читання.

Мета другого етапу – ознайомлення з пояснювальною запискою до балансу. Це потрібно для того, щоб оцінити умови роботи у звітному періоді, визначити тенденції основних показників діяльності, а також якісні зміни в майновому і фінансовому стані бізнесу позичальника.

Фінансовий стан підприємства та перспективи його зміни перебувають під впливом не тільки факторів фінансового характеру, а й багатьох інших, які не мають вартісної оцінки. Зокрема, це можливі політичні й загальноекономічні зміни, перебудова організаційної структури управління галуззю чи підприємством, зміна форм власності, професійна й загальноосвітня підготовка персоналу тощо. Тому аналіз бухгалтерської звітності є лише одним із розділів комплексного економічного аналізу, що використовує не тільки формалізовані критерії, а й неформальні оцінки.

Третій етап – це основний в експрес-аналізі. Його мета – узагальнена оцінка результатів фінансового стану бізнесу потенційного позичальника.

Одним з основних елементів експрес-аналізу є вміння працювати з річним звітом і фінансовою звітністю. Зокрема, фінансовий менеджер, якому часто доводиться брати участь у процесі укладення контрактів із потенційними контрагентами, повинен чітко уявляти структуру звіту, зміст його розділів.

Перелік коефіцієнтів, які має сенс використовувати в експрес-аналізі фінансового стану бізнесу, є таким: коефіцієнт кредитного навантаження; коефіцієнт покриття фінансових витрат; коефіцієнт фінансової незалежності; загальна ліквідність. Для них потрібно встановити нормативні значення в залежно від галузі, у якій працює підприємство.

Отже, якщо фінансова звітність потенційного позичальника відповідає встановленим нормативним значенням коефіцієнтів, бізнес-аналітик переходить до наступного етапу механізму ідентифікації бізнесу.

Перша зустріч з позичальником повинна охоплювати такі питання: загальні питання; структурна схема бізнесу; прибутки та видатки по бізнесу; основні статі балансу; кредит; мета та структура та забезпечення.

Визначимо завдання першої бесіди з потенційним позичальником:

- перша зустріч є визначальною для встановлення між банком і потенційним позичальником довгострокових партнерських взаємовідносин;

- під час першої зустрічі у позичальника складається думка про те, наскільки запропоновані банком продукти і послуги (умови) відповідають його потребам;

- з іншого боку, перше спілкування є своєрідним «фільтром», що дозволяє бізнес-аналітику як найшвидше визначити, наскільки потенційний позичальник відповідає критеріям, і оцінити потенційного позичальника з точки зору можливості надання йому кредитних коштів, що, зрештою, допомагає вказаним фахівцям раціональніше використовувати свій робочий час.

Під час першої бесіди з потенційним позичальником треба:

- переконатися, що вищезазначена особа відповідає критеріям прийнятності фінансування (досвід роботи у бізнесі, форма власності, вид діяльності підприємства і т. ін.);

- з'ясувати потреби клієнта;

- надати повноцінну консультацію та відповісти на всі питання, що цікавлять потенційного позичальника, щодо нюансів отримання кредиту, включаючи порядок подання заявки та вимоги банку до повного пакета документів, а також у загальних речах описати процедуру розгляду проекту й оформлення кредиту;

- перше інтерв'ю з потенційним позичальником може бути проведене як у телефонному режимі, так і безпосередньо під час зустрічі;

- з'ясувати місце дислокації бізнесу;

- з'ясувати бажану суму кредиту, термін і форму (вид) кредиту, зручний графік платежів тощо;

- визначити цільове призначення і етапи використання кредитних коштів;

- вивчити основні фінансові показники та результати бізнесу клієнта;

- з'ясувати, яка ситуація склалася на ринку, де позиціонує себе підприємство / фірма клієнта, дізнатися про основних конкурентів, а також переваги, які потенційний позичальник перед ними має;

- з'ясувати реальну структуру бізнесу позичальника: хто реально здійснює керівництво підприємством/фірмою (директор, власник/один із засновників); хто є кінцевим власником/власниками; скільки структурних підрозділів (департаментів, відділів, ділянок) має організація, роль і підлеглість кожного з них у системі; чи є дочірні або пов'язані (однорідні) з ним структури; якою є форма поточної звітності та система внутрішнього контролю діяльності підприємства; хто володіє всією фінансовою інформацією на підприємстві (директор, засновник, головний бухгалтер).

- визначити перспективи розвитку цього бізнесу з точки зору клієнта;

- визначити список об'єктів, передбачуваних як забезпечення по кредиту.

Інформацію, отриману під час першої зустрічі, згодом порівнюють з інформацією, отриманою в ході проведення бізнес-аналізу.

На етапі відвідування місця ведення бізнесу клієнта запропоновано дії бізнес-аналітика, які він повинен зробити на місці ведення бізнесу клієнта.

Під час виїзду до клієнта бізнес-аналітик має поставити такі цілі:

- побачити й оцінити стан активів клієнта, зіставити з отриманою раніше інформацією;
- оглянути забезпечення;
- оцінити умови ведення господарської діяльності;
- отримати додаткову інформацію, документи.

Окрім візуального огляду бізнесу, бізнес-аналітик повинен отримати первинні дані (зворотньо-сальдові відомості) для аналізу балансу (Форма 1) і для аналізу звіту про прибуток і збитки (Форма 2).

З боку клієнта в день відвідування місця ведення бізнесу мають бути присутніми: особа, що повною мірою володіє всією інформацією про стан справ на підприємстві (директор, власник, засновник); головний бухгалтер або особа, що володіє інформацією про бухгалтерський облік підприємства повною мірою; менеджери, що ведуть на підприємстві окремі напрями діяльності у разі багатопрофільності підприємства.

Таким чином, у ході проведенні бізнес-аналізу можуть використовувати такі джерела інформації: бесіда з підприємцем, власником бізнесу або керівником, а також з головним бухгалтером підприємства (достовірність наданої усної і письмової інформації завжди необхідно перевіряти); бесіда з третіми особами: родичами, працівниками, співзасновниками, партнерами; бухгалтерська і фінансова звітність підприємства або підприємця; первинні документи та звіти (накладні, рахунки, чеки, картки складського обліку, касові книги та ін.); управлінський облік підприємства або підприємця; договори з постачальниками, покупцями, щодо надання послуг, оренди, спільної діяльності; будь-які інші документи, що підтверджують інформацію, яку надає позичальник.

Бізнес-аналітик повинен перевіряти ще раз інформацію, яку отримує від клієнта. Таким чином, важливу роль у проведенні бізнес-аналізу відіграють візуальний огляд місця ведення бізнесу й оцінка психологічних факторів.

На цьому етапі під час збирання необхідних для аналізу даних можуть виникнути такі проблеми: неможливість одержання всіх необхідних для аналізу показників через відсутність ефективної системи збору й обліку інформації; непорівнянність даних за різні періоди, відсутність достовірної інформації з деяких питань і т. ін. [8, с. 96].

Для оцінки супутніх ризиків рекомендується проаналізувати конкурентні переваги і попит на продукцію/товар/послуги клієнта, взаємини з постачальниками, валюту контрактів, якість менеджменту.

Попит на продукцію/товар/послуги клієнта визначає потенційні перспективи розвитку його бізнесу, що може впливати на платоспроможність клієнта в майбутньому. Для оцінки попиту на продукцію рекомендується вивчити такі питання:

- продукція/товар/послуга клієнта і її характеристики, пропонований асортимент товарів, передбачувані зміни асортименту упродовж терміну дії кредиту;
- характеристика покупців товару;
- аналіз змін попиту на продукцію клієнта;
- оцінка залежності клієнта від одного або невеликої кількості покупців.

Оцінка контрагентів здійснюється на підставі нижченаведених факторів:

- кількість контрагентів і залежність від них клієнта, існування альтернативних контрагентів;
- відстань до контрагентів і розподіл транспортних витрат;
- терміни поставок і умови оплати.

Для оцінки валютних ризиків необхідно визначити та дослідити залежність цін закупівлі й реалізації від валютного курсу.

Для оцінки конкурентних переваг клієнта рекомендується проаналізувати:

- структуру ринку, частку ринку клієнта;
- переваги і недоліки товару клієнта;

– наявні і перспективні канали продажів;

На підставі створеного механізму ідентифікації визначимо його основні об'єкти, що відобразимо на рисунку 2.

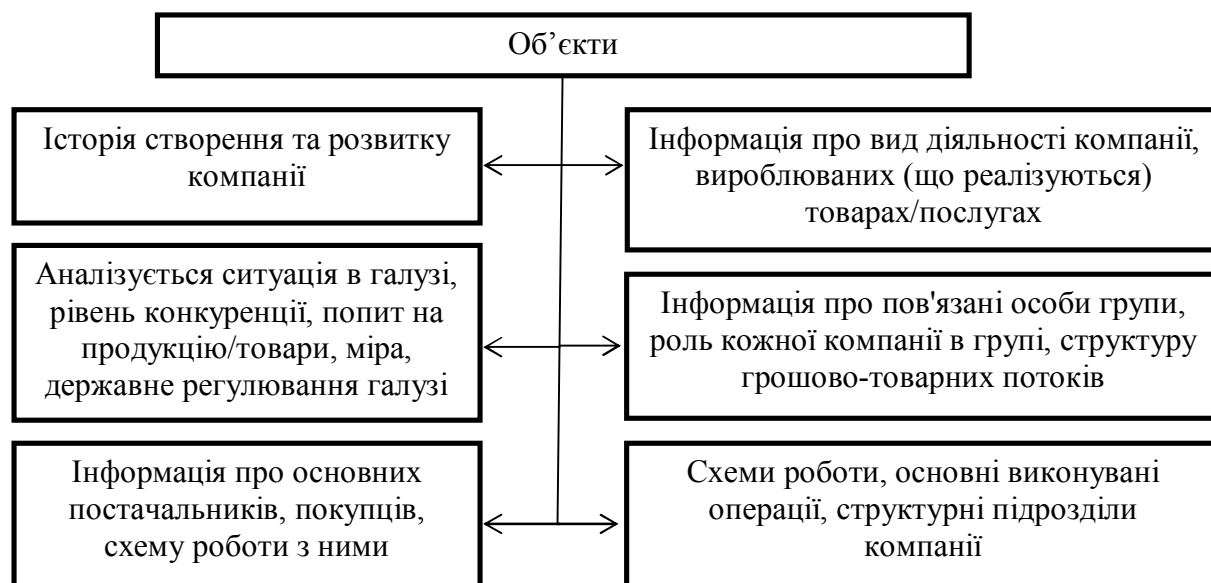


Рисунок 2 – Об'єкти механізму ідентифікації бізнесу

Якість менеджменту оцінюють за такими параметрами:

- досвід і ділова репутація;
- рівень підготовки та мотивації персоналу;
- оцінка якості фінансового менеджменту: швидкість і точність у наданні за-прошеної фінансової інформації; фіскальні штрафи; наявність фінансового планування та планування ліквідності; наявність системи обліку витрат.

Надану клієнтом інформацію бізнес-аналітик має перевіряти таким чином:

- порівняння документальної інформації з усною інформацією, отриманою від клієнта щодо запасів, основних засобів, щоденних, щомісячних і річних продажів;
- порівняння виручки у банківських звітах з даними про оборот запасів у натуральному вираженні. Невідповідність може сигналізувати про здійснення клієнтом неофіційних продажів або перекручення бухгалтерських даних;
- оцінка здатності клієнта фізично досягти заявлених показників діяльності (наприклад, обсягів виробництва), урахувавши транспорт, зберігання, виробничі потужності, кількість співробітників, місце розташування підприємства, конкуренцію та інші фактори;
- порівняння наявних запасів товарів із заявленими обсягами продажів і коефіцієнтом оборотності запасів.

Отже, у процесі проведення ідентифікації бізнесу потенційного позичальника аналітик повинен вирішити такі завдання: актуалізувати процес збирання інформації про клієнта та джерела її отримання; визначити цілі і значення етапу виїзду до клієнта; визначити основні принципи консолідації інформації; розглянути методи перехресної перевірки; розглянути взаємозв'язок фінансових звітів.

Висновки дослідження і перспективи подальших розробок у цьому напрямку. Розроблена методика ідентифікації бізнесу потенційного позичальника дозволить банківським установам зважено приймати рішення щодо подальшої роботи з потенційним позичальником, об'єктивно визначати розмір кредиту та зменшити кредитний ризик.

Створення механізму ідентифікації та його впровадження у кредитний процес є необхідною передумовою, яка дозволить підвищити якість кредитного портфеля комерційного банку сприятиме мінімізації кредитних ризиків. Механізм ідентифікації бізнесу дозволить аналітику ефективно провести перший етап бізнес-аналізу, а саме оцінку якісних і кількісних характеристик бізнесу.

Список літератури / References:

1. Бутинець Ф.Ф. Основи бізнесу: навч. посіб. / Ф.Ф. Бутинець; за ред. Ф.Ф. Бутинця, К.В. Романчука. – 2-е вид., доп і перероб. – Ж.: Рута, 2004. – 364 с.
Butynets, F.F. and Romanchuk, K.V. (2004), *Osnovy biznesu* [Fundamentals of business], 2ed, Ruta, Zhitomir, Ukraine.
2. Courtney H. Strategy under uncertainty / H. Courtney, J. Kirkland, P. Viguerie // Harvard Business Review. – 1997.
Courtney, H., Kirkland, J. and Viguerie, P. (1997) Strategy under uncertainty, Harvard Business Review
3. Бордюг В.В. Теоретичні основи оцінки кредитоспроможності позичальника банку / В.В. Бордюг // Проблеми розвитку банківської системи в сучасних умовах: Вісник університету банківської справи НБУ. – 2008. – № 3. – С. 112-115.
Bordiug, V.V. (2008), *Teoretychni osnovy otsinky kredytopromozhnosti pozychalnyka banku* [Theoretical bases of assessment of creditworthiness of the Bank], Problems of development of the banking system in modern conditions: NBU Banking University Bulletin, No. 3, pp. 112-115.
4. Cadle J. Business Analysis, Second Edition / J. Cadle, D. Paul, D. Yeates // BCS The Chartered Institute for IT. – 2010. – 273 p.
Cadle, J., Paul, D. and Yeates, D. (2010), Business Analysis, 2nd., BCS The Chartered Institute for IT.
5. 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.
A Guide to the Business Analysis Body of Knowledge (BABOK Guide), Version 2.0. (2009), International Institute of Business Analysis: Toronto, Ontario, Canada.
6. Сало І.В. Науково-методичні підходи до ідентифікації та оцінки кредитного ризику банку / І.В. Сало, Н.П. Верхуша // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. – 2011. – № 1(10). – С. 11-17.
Salo, I.V. and Verkhusha, N.P. (2011), *Naukovo-metodychni pidkhody do identyfikatsii ta otsinky kredytnogo ryzyku banku* [The Scientifically and methodical methods for identification and estimation credit risk of the bank, Financial kredit activity, No. 1 (10).
7. Palepu K.G. Business Analysis and Valuation: Using Financial Statements, Text and Cases / K.G. Palepu, G. Krishna, P. Healy, V.L. Bernard. – South-Western, 2003. – 951 p.
Palepu, K.G., Healy P.I. and Bernard V.L. (2003), Business Analysis and Valuation: Using Financial Statements, Text and Cases, South-Western.
8. Кизим М.О. Методика ідентифікації проблем у виробничо-господарській діяльності підприємства на основі системи збалансованих показників / М.О. Кизим // Бізнес Інформ. – 2011. – № 7 (1). – С. 95-98.
Kuzym M.O. and Kyrychenko, D.O. (2011), *Metodyka identyfikatsii problem u vyrobnycho-gospodarskii diyalnosti pidpruemstva na osnovi systemy zbalansovanykh pokaznykiv* [Technique of identification of problems in industrial and economic activity of the enterprise on the basis of balanced scorecard], Business Inform, No. 7 (1), pp. 95-98.

Цель. Определение особенностей идентификации бизнеса заемщика в оценке кредитоспособности.

Методика. Проанализированы основные этапы механизма идентификации бизнеса заемщика. Определены группы факторов, которые влияют на бизнес заемщика. Сгруппированы и систематизированы задания, которые ставит перед собой бизнес-аналитик во время проведения первой встречи с потенциальным заемщиком.

Результаты. В результате исследования определено место идентификации бизнеса в оценке кредитоспособности заемщика. Предложены действия бизнес-аналитика во время выезда к потенциальному заемщику с целью проверки полученной информации и ее соответствия реальному состоянию бизнеса. Бизнес-аналитик должен тщательным образом проверять информацию, которую получает от потенциального заемщика. Определены коэффициенты, которые целесообразно использовать для проведения экспресс-анализа финансового состояния бизнеса заемщика. На основании созданного механизма идентификации определены основные объекты бизнеса, которым необходимо уделить особое внимание. Определяется важная роль визуального осмотра места ведения бизнеса и оценка психологических факторов. Для украинской банковской системы важным заданием является усовершенствование подходов к механизму идентификации бизнеса с целью эффективного определения кредитоспособности заемщика. Механизм идентификации бизнеса позволит аналитику эффективно провести первый этап бизнес-анализа, а именно оценку качественных и количественных характеристик бизнеса.

Научная новизна. Создание механизм идентификации бизнеса заемщика и определение основных методологических аспектов каждого этапа идентификации.

Практическая значимость. Внедрение и использование предложенного механизма идентификации бизнеса заемщика позволит минимизировать кредитные риски и повысить качество кредитного портфеля коммерческих банков.

Ключевые слова. бизнес, идентификация, финансовый анализ, заемщик, информация, кредитоспособность, объект.

Objective. To define the features of identification borrower's business in the estimation of creditworthiness

Methods.: The basic stages of mechanism of identification borrower's business were analyzed. To define the groups of factors that influence on business of borrower. The systematization and grouping tasks by a business-analyst during realization of the first meeting with a potential borrower.

Results: As a result of research the location of identification borrower's business is determined in the estimation of creditworthiness of borrower. To offer the business- analytics' actions for departure to the potential borrower with the purpose of verification information and its accordance to the real state of business.

A business-analyst must carefully check up information that gets from potential borrower. Coefficients that it is expedient to use for realization of express-analysis of the financial state of borrower's business were defined. On the basis of the created mechanism of identification the basic objects of business to which should be paid special attention were defined. The important role of visual examination of place of doing business and estimation of psychological factors were determined. For Ukrainian banking system the important task is improvement of mechanism of identification borrower's business in the estimation of creditworthiness of borrowers. The mechanism of identification borrower's business will allow analytic effectively to conduct the first stage of business-analysis «estimation of quality and quantitative descriptions of business».

Scientific novelty: Development of the mechanism of identification borrower's business and to determine the basic methodological aspects of every stage of identification.

Practical value: Implementation and usage of the offered mechanism of identification borrower's business will allow to minimize credit risks and to improve quality credit brief-case of commercial banks.

Key words: business, identification, financial analysis, borrower, information, creditworthiness, object.

Рекомендовано до публікації д-ром екон. наук Папаїкою О.О. Дата надходження рукопису 12.11.2013 р.