Graduate School of Business – National-Louis University
Ужгородський торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету
Карпатський університет імені Августина Волошина

П.П. Гаврилко, М.О. Кужелєв,
І.Г. Брітченко

КОРПОРАТИВНІ ВІДНОСИНИ В БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ: ФІНАНСОВІ МЕХАНІЗМИ ТА МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ

Монографія

Рівне – Новий Сонч
2016

УДК 336.71
ББК 65.26
Г 124

Авторський колектив:
Гаврилко П. П. (розділи 2, 3), **Кужелєв М. О.** (розділи 1, 4), **Брітченко І. Г.** (розділи 2, 3)

Рецензенти:

Вожняк Д., д.е.н., професор, декан гуманітарного факультету Graduate School of Business – National-Louis University (м. Новий Сонч, Республіка Польща);

Димитров М., д.е.н., професор, директор Інституту економічних досліджень Болгарської Академії Наук (м. Софія, Республіка Болгарія);

Мікловда В., д.е.н., професор, зав. кафедри економіки підприємства ДВНЗ «Ужгородський національний університет», член-кореспондент НАН України (м. Ужгород, Україна);

Сторонянська І., д.е.н., професор, заст. директора з наукової роботи ДУ «Інститут регіональних досліджень імені Мар'яна Долішнього НАН України» (м. Львів, Україна).

Рекомендовано до друку:
рішенням Вченої ради Graduate School of Business – National-Louis University (м. Новий Сонч, Республіка Польща, протокол № 8 від 12 жовтня 2015 р.);
рішенням Вченої ради Ужгородського торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету (протокол № 7 від 26 червня 2015 р.);
рішенням Вченої ради Карпатського університету імені Августина Волошина (протокол № 3 від 30 жовтня 2015 р.)

Гаврилко П. П.

Г 124 Корпоративні відносини в банківському секторі : фінансові механізми та маркетингові стратегії : моногр. / П. П. Гаврилко, М. О. Кужелєв, І. Г. Брітченко. – Рівне-Новий Сонч : Волин. обереги, 2016. – 228 с.

ISBN 978-966-416-432-7
ISBN 978-83-88421-84-6

У монографії досліджено концептуальні основи формування й розвитку системи корпоративних відносин, що виникають у зв'язку з функціонуванням банківського сектору. Досліджено сутність корпоративних конфліктів, виявлено причини їх виникнення й запропоновано механізми захисту інтересів суб'єктів корпоративного процесу.

Досліджено проблему розвитку підприємницької функції в системі корпоративних відносин, визначено особливості використання підприємницької функції в банківському секторі. Розглянуто методи оцінки клієнтської бази комерційного банку, досліджено маркетингову стратегію утримання клієнта як інструмент оптимізації конкурентоспроможності банку, а також запропоновано стратегію підвищення конкурентоспроможності банків України в умовах інтеграції до ЄС.

Висвітлено питання формування фінансової безпеки банків в системі корпоративних відносин, досліджено основні загрози фінансовій безпеці банківської установи та запропоновано концептуальні основи формування механізму забезпечення фінансової безпеки банку.

Для викладачів і науковців, студентів, аспірантів, практиків, працівників органів державного управління, а також усіх, хто цікавиться цією науковою проблемою.

УДК 336.71
ББК 65.26

© Гаврилко П. П., 2016
© Кужелєв М. О., 2016
© Брітченко І. Г., 2016
© Видавництво "Волинські обереги", 2016

ISBN 978-966-416-432-7
ISBN 978-83-88421-84-6

ОДНА МОВА ОДИН НАРОД ОДНА ЦЕРКВА
УАПЦ
КАРПАТСЬКА ЄПАРХІЯ

Українська Автокефальна Православна Церква

ВІКТОР

єпископ Мукачівський і Карпатський

88 000, Україна, Закарпатська обл., м.Ужгород, вул. Гойди, 4; тел.: +38 (0312) 61-28-01;
тел./факс: +38 (0312) 61-29-45; web-сторінки: www.keuapc.org; e-mail: aau_2006@ukr.net

№ 03/02-16
від «09» лютого 2016 р.

Шановні науковці та студенти!

Осмислення трансформаційних процесів у сучасній економіці можливе лише за умови детального дослідження різних галузей економічної системи. Однією з таких галузей є банківський сектор, успішний розвиток якого забезпечує належне функціонування усієї грошово-кредитної сфери.

Вагомим внеском до вивчення основних механізмів функціонування банківської системи є монографія **«Корпоративні відносини в банківському секторі: фінансові механізми та маркетингові стратегії»**, підготовлена до видання авторським колективом провідних українських науковців-економістів, до складу якого увійшли: **професор Петро Петрович Гаврилко, професор Михайло Олександрович Кужелєв та професор Ігор Геннадійович Брітченко.**

Нехай Господь Бог благословить нашу Україну, її боголюбивий український народ, а авторському колективу цієї монографії дарує подальших наукових успіхів, творчих здобутків та щастя у житті!

УКРАЇНСЬКА АВТОКЕФАЛЬНА ПРАВОСЛАВНА ЦЕРКВА ВІКТОР єпископ Мукачівський і Карпатський

З повагою

+ Віктор

єпископ Мукачівський і Карпатський,
голова Комісії з духовності, освіти та катехізації
Української Автокефальної Православної Церкви

ЗМІСТ

ВСТУП…….... 5

РОЗДІЛ 1. МЕТОДОЛОГІЧНІ ДОМІНАНТИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНИХ ВІДНОСИН…….. 9
1.1. Генезис корпоративних відносин……... 9
1.2. Корпоративне управління в системі корпоративних відносин…… 16
1.3. Методологія визначення сутності капіталу корпорації…… 26
1.4. Сутність, види корпоративних конфліктів та механізм захисту інтересів власників корпорації…….. 36

РОЗДІЛ 2. ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ФУНКЦІЇ В СИСТЕМІ КОРПОРАТИВНИХ ВІДНОСИН……. 50
2.1. Визначення потенційних можливостей використання підприємницької функції……. 50
2.2. Організаційно-промислова складова технології процесу використання підприємницької функції в банківському секторі…… 67

РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА ВАРТОСТІ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ: МЕТОДИ ТА МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ…… 91
3.1. Методи оцінки клієнтської бази комерційного банку……. 91
3.2. Клієнтська база як чинник формування вартості комерційного банку….. 115
3.3. Маркетингова стратегія утримання клієнта як інструмент оптимізації конкурентоспроможності банку…… 128
3.4. Стратегія підвищення конкурентоспроможності банків України в умовах інтеграції до ЄС……. 137

РОЗДІЛ 4. ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ В СИСТЕМІ КОРПОРАТИВНИХ ВІДНОСИН……. 144
4.1. Фінансова безпека як елемент економічної безпеки…… 144
4.2. Діагностика фінансового стану у контексті забезпечення фінансової безпеки банку…….. 165
4.3. Основні загрози та порогові значення індикаторів фінансової безпеки банківської установи……... 183
4.4. Оцінювання та регулювання адміністративної гнучкості прийняття рішень в інвестиційній діяльності банку……. 191
4.5. Концептуальні основи формування механізму забезпечення фінансової безпеки банку…….. 200

ВИСНОВКИ…… 207

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…….. **209**

ВСТУП

В сучасних умовах економіка України формується на ринкових засадах, відбувається її активна інтеграція до європейських та світових ринків. Все це обумовило необхідність глибокого комплексного теоретичного аналізу питань розвитку системи корпоративних відносин, особливо у банківському секторі. Незважаючи на досить тривалий період ринкових трансформацій, в країні досі не існує загальновизнаної концепції розвитку корпоративних відносин, в якій було б чітко визначено місце й роль корпоративного сектору економіки, визначено умови та стимули розвитку банківської системи й фінансових механізмів та маркетингових стратегій цих процесів. Розуміння та прийняття цього твердження є досить важливим для визначення стратегії й тактики України в розв'язанні соціально-економічних проблем, які постають перед суспільством.

Саме тому важливим, на наш погляд, є аналіз сучасного стану національної системи корпоративних відносин, тобто вивчення цілей та принципів розвитку корпорацій, форм, методів, важелів та соціально-економічних наслідків їх функціонування. Таким чином, питання полягає не в тому, чи потрібно розвивати систему корпоративних відносин у банківському секторі, а в тому, які форми, методи та інструменти доречно використовувати як на рівні окремої банківської установи, так і на рівні держави. Відповідь на це питання намагалися дати вчені різних напрямків та шкіл економічної теорії. І лише вивчення поглядів і теорій провідних науковців та дослідження наслідків практичного використання цих теорій в зарубіжних країнах дає можливість врахувати історичний досвід і на його основі забезпечити ефективний соціально-економічний розвиток України.

Незважаючи на багатовіковий історичний досвід формування й розвитку корпоративних відносин, у механізмах функціонування корпоративних структур залишається багато невирішених питань. Серед основних проблем корпоративних відносин, що існують в національній економіці України, можна виділити несприйняття суб'єктами корпоративних відносин сучасних тенденцій, моделей розвитку та якісно нових інструментів управління. Крім того, банківський сектор в Україні не виконує так звану «соціальну функцію» як необхідний елемент існування у суспільстві.

Ще одна проблема полягає в тому, що сучасний рівень національного законодавства в сфері корпоративного управління не відповідає загальновизнаним

міжнародним стандартам. Якщо бути точним, корпоративне законодавство в Україні відсутнє як явище. Саме тому досі немає ефективно діючих норм, що регулюють відповідальність менеджменту корпорації за дії на шкоду акціонерному товариству й акціонеру, як і норм закріплення відповідальності за зловживання мажоритарними акціонерами своїми правами та можливостями в управлінні.

Активізація корпоративного сектору – загальна тенденція розвитку сучасних економічних систем. Ігнорування її може призвести до серйозних негативних соціально-економічних наслідків. Саме тому важливе комплексне й системне вивчення проблеми розвитку корпоративних відносин – її історичних аспектів, форм, методів, важелів, контурів управління, теоретичних моделей та практичних інструментів, а також критеріїв ефективності й результативності.

Водночас, розвиток теорії не слід розглядати виключно як ціль; це, насамперед, засіб реалізації ключового практичного завдання – забезпечення соціально-економічного розвитку держави. Саме цей момент визначає науковий інтерес до проблеми поширення системи корпоративних відносин в банківський сектор України, що зумовило структуру та зміст даної монографії. Лише на основі системного аналізу генезису, структури й функцій системи корпоративних відносин можливо зрозуміти сутність досліджуваного явища, розкрити його специфіку й механізми розвитку в соціально-економічних умовах, що склалися в Україні.

Важливою складовою ефективного функціонування економіки України в ринкових умовах є ефективний ринковий механізм формування вартості комерційного банку. В сучасних умовах актуальним є пошук нових науково обґрунтованих інструментів проведення оцінки та визначення фінансової цінності клієнтської бази, яка є нематеріальним активом комерційного банку і впливає на стабільність та конкурентоспроможність комерційних банків. Розв’язати зазначене завдання можна шляхом розробки нової системи моніторингу та аналізу клієнтели банку, покращення банківських продуктів відповідно до потреб споживачів.

Тому на сучасному етапі розвитку актуальним є пошук інноваційних науково обґрунтованих інструментів визначення вартості комерційного банку та підвищення його конкурентоспроможності шляхом оптимізації його клієнтської бази.

Зазначені питання актуальні як для діяльності окремого комерційного банку, так і всієї банківської системи України. Перевагою зазначеного підходу

до визначення вартості комерційного банку є акцентування уваги на клієнті та його потребах як головному чиннику ефективної банківської діяльності. Саме такого підходу потребує практична діяльність вітчизняних банків на сучасному етапі її еволюції. Такий підхід є актуальним з урахуванням кризових явищ світової економіки, котрі значною мірою спричинені неефективністю функціонування банківських установ.

Вагомий внесок у розробку питань теорії та практики формування й розвитку корпоративних відносин зробили М.Альберт, К.Адельфер, А.Берлі, В.Врум, Ф.Герцберг, Дж.Гелбрейт, Дж.Кейнс, Дж.Кларк, А.Маслоу, Д.Макгрегор, М.Мескон, Г.Мінз, Є.Мейо, Д.Нортон, Х.Окумура, Л.Портер, П.Самуельсон, Ф.Хедоурі, Й.Шумпетер та інші відомі зарубіжні вчені. В Україні та країнах СНД дослідженню корпоративних відносин присвячені наукові праці О.Амоші, А.Афоніна, С.Басалая, О.Гальчинського, В.Гончарова, А.Гриценка, В.Дементьєва, М.Кіма, В.Ковальова, Л.Кривенко, В.Лівшиця, С.Мочерного, Ю.Пахомова, П.Степанова, В.Тарасевича, Н.Хохлова, В.Черняка, А.Чухна та інших провідних учених.

Теоретичні аспекти маркетингової стратегії комерційного банку, що знаходиться в залежності від його клієнтської бази, досліджуються у роботах С.Авдєєва, Ф.Блока, Н.Внукова, Д.Воронова, О.Дамодарана, Й.Завадського, О.Козирєва, М.Козлова, С.Котела, Т.Коупленда, М.Кулагіна, К.Маркса, Г.Мікерина, Р.Мюррея, Г.Осовської, М.Портера, К.Решоткіна, С.Різниченка, В.Рутгайзера, Х.Сент-Онжа, А.Сміта, А.Тавасієва, М.Тугана-Барановського, І.Фоміна, У.Шарпа, О.Юшкерича та інших провідних учених.

Однак ступінь вивченості цієї проблеми недостатньо повний, особливо в умовах динамічного зовнішнього середовища, що притаманне Україні. Це обумовлено й тим, що корпорація є відносно новою для України організаційною формою бізнесу, науково-дослідницькі розробки в даному напрямку тільки починаються. Крім того, актуальність проблем розвитку системи корпоративних відносин не буде вичерпана ніколи, оскільки діяльність корпорацій була, є і буде важливою умовою ефективного розвитку держави та суспільства, що й обумовлює науковий інтерес до неї.

Метою монографії є подальша розробка методології й теорії корпоративних відносин у банківському секторі, а також обґрунтування концептуальних основ і науково-методичного забезпечення щодо їх розвитку в умовах динамічного зовнішнього середовища. Цільовим орієнтиром дослідження є

побудова ефективної банківської системи в Україні, формування національної моделі корпоративних відносин та розробка механізмів залучення доходів і заощаджень населення у банківський сектор.

Теоретичною та методологічною основою монографії є фундаментальні праці вітчизняних і зарубіжних учених в галузі дослідження корпоративних відносин. Нормативною базою стали Закони України, Укази Президента України, Постанови Верховної Ради та Кабінету Міністрів України, нормативні документи Міністерства фінансів України, міжнародні Кодекси розвитку корпоративних відносин та офіційні статистичні дані.

Ґрунтуючись на принципах діалектики, розкрито об'єктивні умови, що впливають на організаційно-правові форми корпоративних відносин у банківському секторі, а також стратегічні аспекти діяльності банків.

Практична цінність отриманих результатів полягає у подальшому розвитку теорії корпоративних відносин у банківському секторі й дослідженні процесів корпоратизації в національній економіці.

Результати дослідження можуть бути використані при визначенні пріоритетів розвитку національної системи корпоративних відносин у банківському секторі, інноваційно-інвестиційної політики держави, при формуванні національної концепції розвитку банківської системи. Автори сподіваються, що запропоновані маркетингові стратегії сприятимуть ефективній діяльності вітчизняних банків на внутрішньому та міжнародних ринках в умовах глобалізації економіки та розвитку інформаційних систем, що позитивно вплине на добробут українського народу.

РОЗДІЛ 1
МЕТОДОЛОГІЧНІ ДОМІНАНТИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНИХ ВІДНОСИН

1.1. Генезис корпоративних відносин

Основу будь-якої економічної формації складає спільна діяльність людей і обмін між ними результатами процесів виробництва матеріальних та духовних благ. Становлення інституту господарських товариств, як основи сучасної економіки, відбувалося протягом багатьох століть.

Поява прообразу сучасних господарських (торгових) товариств сягає сивої давнини, коли на зміну родоплемінному ладу приходить державний устрій суспільства. Розпад родоплемінного суспільного устрою був зумовлений певною системною кризою, вихід з якої не було знайдено. Проте занепад цього ладу не призвів до розмежування людей і їх масового переходу до відлюдного способу життя. Стара форма соціальної системи – рід, плем'я, змінилася на цілком нові за якісними та кількісними показниками формації.

Соціальні системи, що прийшли на зміну родоплемінному ладові, були різноманітнішими як за рівнем, так і за характером спільних інтересів, для реалізації яких відбувалося об'єднання кількох осіб. Це призвело до того, що на мікрорівні вже в процесі розпаду родоплемінного ладу почали виникати окремі спілки з урахуванням не стільки кровного споріднення, скільки принципово нових засад – шляхом вільного волевиявлення їх учасників щодо узгодження їх приватних інтересів та підпорядкування їх спільній меті – колективному здійсненню господарської або підприємницької діяльності з метою отримання прибутку, протистояння конкуренції інших товаровиробників, захисту спільних професійних інтересів тощо.

Перші згадки про спілки зустрічаються вже у літописах древніх греків, ассірійців та фінікійців. Ними були своєрідні товариства за участю купців та їх позичальників для ведення морської торгівлі. Римському праву були вже відомі: договірне товариське об'єднання – societas, організація корпоративного типу, що стала прообразом інституту юридичної особи – universitas corpus, а також товариство публікантів – societas publicanorum (vecigalium) як змішана форма societas і universitas [81, с. 27]. Саме в прадавньому світі, й насамперед, у Римській імперії, було покладено початок процесу корпоратизації у сучасному розумінні.

Потреби господарства, що постійно розвивається, викликали необхідність уведення в торговельний оборот майнової маси, відокремленої від майна фізичних осіб. Тому можна стверджувати, що римське приватне право зробило перший крок на шляху становлення й розвитку корпоративних дольових об'єднань і корпоративного права.

У Середньовіччі такі об'єднання вже набули значного поширення та були представлені в безлічі різноманітних форм. Це пояснюється тим, що середньовічне суспільство було по своїй природі патріархальним. Ручне виробництво, переважно сільське існування й аграрна праця, наявність залишків родоплемінних відносин визначали спосіб життя, поведінки і уявлень середньовічної людини. Саме тому зрозуміло, що людина епохи Середньовіччя сприймала себе й навколишніх через відповідну соціальну роль, місце в ієрархії. І шлях включення тої чи іншої особи в цю складну суспільну систему пролягав саме через такі соціальні осередки, як різні групи або спільноти.

Згідно зі словником Даля, терміни «спільність», «суспільство», «громада» визначаються закладеним в них поняттям про певну властивість – однаковості, спільного, загального. Як позначення сукупності людей ці терміни зводяться до дії – поєднуватися, діяти згідно з однаковою метою або умовами, погоджувати (координувати) свої дії згідно із цією метою й умовами, а також обмінюватися інформацією. У цьому сенсі середньовічне суспільство представлене як сукупність суспільств, які побудовані на певних зв'язках. Не випадково історики говорять про «комуналізм» середньовічного життя (лат. communis – «загальний»). Філософи – від Г.Гегеля до Л.Карсавіна – взагалі вважали спільноти й групи способом організації суспільної (соціальної) людини, а також – що дуже важливо – і способом її самоорганізації в суспільстві.

Вищою формою середньовічних суспільств, широко розповсюдженою, але при цьому самою суспільно важливою, перспективною й найбільш престижною, була корпорація. Відповідно, «корпоративний» – це приналежний, властивий певній корпорації. Під корпоративністю розуміються зазвичай вузькогрупові, відособлені, властиві певній корпорації інтереси. Не випадково велику кількість корпорацій іменували себе братствами, а їх співчлени називали один одного братами.

Вже в XIII ст. в великих містах були сотні ремісничих цехів. Але до XIV ст. міські цехи стають настільки закритими, що потрапити до них могли тільки родичі майстрів. Інші ремісники цієї професії були в гіршому становищі.

Це призвело до того, що звичайні підмайстри, втрачаючи надію стати майстрами, створювали при своїх цехах власні союзи – корпорації підмайстрів, і їх було чимало. У дрібних містечках, де ремісників однієї спеціальності було небагато, вони створювали один загальний цех. Але в принципі процес створення й оформлення нових цехів тривав навіть на рубежі раннього Нового часу, наприклад в XVI ст. [102].

В XV, особливо в XVI–XVII ст. створюються вже цілі купецькі компанії, у тому числі привілейовані, тобто такі, що мали виняткові, монопольні права на торгівлю в країні певним товаром або у певному місці. Такі компанії, як лондонська найбагатша Ост-Індська компанія, що мала монополію на торгівлю з Індією, належали до числа так званих «ліврейних», їх члени-засновники могли носити ліврею на зразок дворян; так вони й ставали в більшості випадків дворянами, купуючи собі звання. Найбагатші привілейовані компанії купців і банкірів Генуї, Венеції й деяких інших італійських міст мали в основі замкнені сімейні клани – Барди, Фрискобальдини й інші, які обростали компаньйонами, мали свої філії-факторії по всій Західній Європі й позичали гроші іноземним монархам в обмін на певні привілеї.

Середньовічні корпорації, при всьому різноманітті своїх форм, мали істотні подібні риси. Майже всі вони мали певну загальну власність, від нерухомості до привілеїв і професійних знань, мали свою скарбницю. Корпорація виступала як охоронна організація, гнучка форма якої дозволяла їй поєднувати захист професійних, духовних, правових інтересів людини того часу. У такій корпорації можна бачити особливий образ або стиль життя епохи. Його характерною рисою була групова солідарність, яка спиралася на спільні інтереси, діяльність і власність та закріплювалася через право й ритуали.

Дуже важливо, що переважна більшість корпорацій будувалася на автономних і демократичних засадах. Вони створювалися шляхом договору між засновниками або ініціаторами, управлялися загальними зборами своїх членів і мали виборних відповідальних осіб. Закладені в принципах общинності автономність і демократизм були противагою середньовічній монархічній державності й феодально-сеньйоральній єдиноначальності. Не випадково спільноти у вигляді таємних, закритих спочатку партій служили ядром багатьох визвольних рухів епохи – від пасивного опору росту експлуатації з боку панів і держави до єретичних рухів, комунної боротьби міст за свої права й широких селянських повстань.

З плином часу і розвитком промислів та торгівлі подібні утворення стають все більш різноманітними і складними. Саме вони створюють підґрунтя для появи господарських (торгових) товариств, найбільш складною формою яких стало акціонерне товариство [212, с. 64–65].

Акціонерні товариства, як вища історична форма розвитку господарських товариств, виникли в процесі бурхливого розвитку ринкових (капіталістичних) відносин на зламі XVI і XVII століть [81, с. 93–98]. Це була найбільш прийнятна організаційно-правова форма для ризикових і капіталомістких видів підприємницької діяльності, що було не під силу окремим представникам тогочасного класу буржуазії. Спочатку учасниками акціонерних товариств були переважно фізичні особи – окремі громадяни, потім засновниками й учасниками господарських товариств стали також і юридичні особи – окремі підприємства і державні органи.

З початку XVII століття в Голландії й Англії, а потім і у Франції створюється декілька акціонерних корпорацій – Ост-Індська, Вест-Індська, Сурінамська, Канадська та ін. Ці корпорації виникали не інакше, як з дозволу уряду в кожному окремому випадку. Перебуваючи під адміністративним наглядом, переслідуючи політичні цілі розширення державної території, вони носили публічний характер, були ніби галузями державного господарства. Пайовою власністю були кораблі у Венеції, Генуї, Марселі; рудники у Франції та Німеччині; металургійні заводи в Австрії; млини в Кельні та Тулузі; банки в Італії [38, с. 255].

Щодо акціонерних товариств (АТ) у США, то сплеск їх створення припадає на час після закінчення війни за незалежність. Протягом останніх 10 років XVIII століття було засновано 259 різних корпорацій, їх сукупний акціонерний капітал в 1803 р. нараховував 48,4 млн. дол., причому лише 8 з них були промисловими, 29 – банківськими, інші – торговельні. Приблизно в 20-их роках XIX століття акціонерне товариство стало основною формою підприємницьких об’єднань США й Англії. Все XIX століття характеризувалося розквітом залізничних акціонерних товариств (Манчестер-Ліверпульська залізниця та ін.).

Корпорація як капіталістичний тип підприємства не могла залишитися поза увагою дослідників. Так, В.Зомбарт [73], виділяючи вищу стадію в історії капіталізму, яка розпочалась в Англії у XVIII ст. і закінчилась Першою світовою війною, за її критерій брав істотну зміну форм реалізації капіталістичних

функцій на прикладі корпоративного підприємництва. З появою корпорацій процес управління відокремлюється від власності, унаслідок чого підприємницькі функції переходять до спеціалістів з організації виробництва, збуту та фінансів.

Родоначальник американського інституціоналізму Т.Веблен, дослідження якого прийшлися на період утвердження домінуючих в економіці позицій корпоративного бізнесу, вивчав генезис та функції «капітанів промисловості» – власників корпорацій, банкірів, біржових ділків, менеджерів. Він активно критикує капіталістичне суспільство, яке дозволило на акціонерно-кредитній основі розростися потужним корпораціям, фінансова сфера яких представляє своєрідний феодальний устрій, зручний для того, аби відособленим від виробництва магнатам промисловості привласнювати суспільне багатство. Недоліком концепції Т.Веблена є те, що він зводить процес концентрації та інтеграції корпоративного капіталу лише до максимізації прибутків шляхом свідомого обмеження виробництва, вважаючи, що корпоративний бум, спричинивши глибокі зрушення в економіці, веде лише до насилля та контролю над промисловістю шляхом таємної змови.

Представник соціально-правового інституціоналізму Дж.Коммонс [226], на противагу Т.Веблену, прийшов до висновку, що існує можливість врахування суперечливих інтересів економічних агентів і єдиним способом досягнення цього виступають колективні дії, персоніфіковані корпораціями, профспілками, державою. Результати проведених Дж.Коммонсом досліджень, схилили його до думки, що корпорація стає не тільки різнобічним і гнучким інститутом, стратегом у ринковій конкуренції, але й знаряддям агресивного підпорядкування своєму контролю індивідуальної поведінки.

Принципово відмінну від класичного типу капіталістичних підприємств форму господарювання пропонують А.Берлі та Г.Мінз. Саме корпорації є тим інститутом, який призводить до суттєвої трансформації господарського ладу. Беручи до уваги факт концентрації корпораціями величезних капіталів, можна стверджувати, що вирішальна роль в управлінні ними належить не номінальним власникам-акціонерам, а головним менеджерам компаній. Таку систему Г.Мінз називає «колективним капіталізмом» [231].

Сама постановка питання про «корпоративну революцію» Г.Мінзом і А.Берлі сприяла подальшій активізації наукового інтересу до проблеми трансформації відносин приватної власності, центром якої став інститут

корпорації. На основі емпіричного аналізу змін у структурі акціонерного капіталу виросла ціла низка теорій.

Незважаючи на негативне відношення до корпорацій, Й.Шумпетер [218] висуває ідею про стабілізуючу роль великих корпорацій. Разом з тим поширення корпоративних підприємств акціонерного типу, на думку Й.Шумпетера, вказує на те, що капіталізм, як чудовий економічний механізм, перестає функціонувати.

Концептуальні ідеї Й.Шумпетера стосовно ролі великих корпорацій та їх взаємодії з конкуренцією дали імпульс дослідженням у руслі неокласичної традиції, а також сприяли розробці інституціоналістами «теорії великої корпорації» як основного агента ринкового процесу, який формує власну економічну політику й здійснює довгострокову стратегію розвитку.

Після Другої світової війни виникла нова соціальна реальність, яка розширила спектр людських потреб як матеріальних, так і нематеріальних. Економіка відгукнулася на це підвищенням різноманітності товарів і послуг, першими спробами враховувати індивідуальні потреби споживачів. Розуміння обмеженості можливостей масового виробництва вимагало диверсифікованості виробничих функцій працівників, перегляду форм мотивації продуктивної діяльності. Підвищення продуктивності стало досягатися не стільки чітким співвідношенням заробітної плати й результатів праці, скільки створенням у рамках колективу елементів так званих «людських відносин», що дозволяють працівникові більш повно відчути власну значимість для організації. Ці явища, що розвинулися ще в умовах індустріального ладу, сьогодні прийнято розглядати в термінах дихотомії фордизму й постфордизму [100].

У праці П.Друкера «Нове суспільство: анатомія індустріального ладу» [228] промислова корпорація перебуває в центрі уваги як організація, якій належить виключна роль у налагодженні масового потоково-конвеєрного виробництва та запровадженні на його основі наукового менеджменту. Ці інновації дозволили корпораціям не лише різко збільшити свою прибутковість, а й завоювати широку довіру банків та інвесторів, створити потужні транснаціональні й багатонаціональні корпорації.

Починаючи із середини 60-х років стали помітні більш радикальні зрушення. Освоєння нових технологій виробництва поставило вимогу його децентралізації, демасифікації й фрагментації; у цих умовах максимального успіху домагалися працівники, здатні до прояву ініціативи й самостійних

нестандартних рішень. Поступово відбувся перехід до системи «гнучкої спеціалізації», покликаної швидко реагувати на мінливі потреби ринку, що й включає в себе такі елементи, як «гнучкість обсягів виробництва», «гнучка зайнятість», «гнучкість устаткування», «гнучкість виробничих процесів і організаційних форм». В міру швидкого розвитку «децентралізованих систем управління» у корпораціях поступово створювались умови для передачі повноважень на якомога нижчий рівень, і перевагу одержували працівники, що володіли вираженим творчим потенціалом і організаторськими здібностями [100].

Оцінюючи подібні явища, Д.Белл [222] говорив про них як про «революції участі», що розгортаються спочатку на рівні трудового колективу, професійних союзів і громадських організацій, але з плином часу вони здатні поширитися й на інші форми спільної діяльності. Результатом, на думку Л.Туроу, стає «знаходження персоналом набагато більшої волі в сфері прийняття рішень, ніж це мало місце в традиційній ієрархічній промисловій компанії» [233, с. 55].

Отже, можна виділити такі наступні етапи розвитку корпоративних форм господарювання:

- Стародавній світ (XVII ст. до н.е. – V ст. н.е.): виникнення об’єднань у сфері морської торгівлі, землеробських та виробничих об’єднань; участь у торгових спекуляціях усіх верств населення; законодавче закріплення поняття юридичної особи й обмеженої відповідальності засновників;
- Середньовіччя (VI–XIII ст.): утворення гільдій (торгівля), цехів (ремісництво) та пайових товариств (морські та гірничі товариства, банки). Передбачалось управління загальними зборами учасників, купівля-продаж акцій, оплата частки участі, поділ капіталу на частини з оголошенням кількості та розміру частин;
- Колоніальний (XVI–XVII ст.): утворення акціонерних компаній як об’єднання капіталів, що зумовлене активізацією морської торгівлі і Великими географічними відкриттями;
- Становлення (кін. XVII – 20-ті рр. XIX ст.): утворення акціонерних банків і фондових бірж, тобто акціонерні форми проникли в фінансову сферу; виникнення «мильних бульбашок» як економічного явища;
- Розвиток сфери послуг, заснування залізниць, телекомунікацій тощо (30-ті рр. XIX – поч. XX ст.): законодавче втручання в процес акціонування;

утворення холдингових компаній; процвітання «пустого» заснування та фінансових спекуляцій;

– Монополізація та націоналізація (поч. XX ст. – 50-ті рр. XX ст.): створення перших монополій, посилення державного регулювання; створення антимонопольного законодавства; націоналізація великих підприємств;

– Сучасний (50- ті рр. XX – поч. XXI ст.): утвердження позицій акціонерної форми власності в суспільстві; учасниками акціонерних відносин стає значна частина населення.

1.2. Корпоративне управління в системі корпоративних відносин

Масова приватизація, що відбувається в Україні, починаючи з 1992 року, призвела до трансформації колишніх державних підприємств в акціонерні товариства. Це дало можливість мільйонам українських громадян стати власниками й створило необхідну мотивацію й зацікавленість в ефективному функціонуванні приватизованих підприємств.

Сформовані в такий спосіб акціонерні товариства вже пройшли період адаптації до нових економічних умов, визначилися з основними напрямками свого розвитку й активізували пошук фінансових ресурсів для реалізації своїх стратегічних планів. Окремі економічні труднощі сучасного періоду розвитку національної економіки, такі як хронічний дефіцит державного бюджету та інфляція, тільки підвищують інтерес суб'єктів господарювання до більш дешевого, у порівнянні із кредитним ринком, ринку акціонерного капіталу. Останній (акціонерний капітал) потребує впровадження ефективної системи корпоративного управління, що має в цілому вирішальне значення для розвитку промислового й фінансового секторів економіки України.

На жаль, в українській економічній літературі питанням методології корпоративного управління не приділяється достатньої уваги, що негативно впливає на розвиток одного з основних сегментів національної економічної системи.

Рівень розвитку корпоративного управління у нашій країні поки що залишає бажати кращого. Це пояснюється впливом низки характерних ознак українського акціонерного капіталу, що склалися в результаті розподілу незначних пакетів акцій приватизованих підприємств серед великої кількості акціонерів – фізичних осіб.

Ще однією відмінною рисою українських акціонерних товариств (банківських установ) є наявність специфічних «тісних» відносин між менеджментом компаній і власниками великих пакетів акцій, які фактично повністю контролюють підприємства (банки). У результаті формування такої структури акціонерного капіталу визначилась орієнтація великих акціонерів не на підвищення доходів за акціями компанії, не на збільшення її капіталізації, а на збереження існуючих взаємин з підприємством (банком). Тобто прибуток одержують не всі акціонери, а тільки домінуючі власники (через різні фінансові схеми, наприклад, за допомогою трансферних цін, пільгових кредитів та ін.). Як результат – відсутність дивідендних виплат і поступова скупка акцій міноритаріїв за символічним курсом.

Усе вищесказане визначило низку серйозних проблем розвитку корпоративних відносин в нашій країні, серед яких можна виділити наступні:

− менеджмент акціонерних товариств (банківських установ) практично не сприйняв сучасні тенденції розвитку корпоративного управління, засновані на побудові якісно нових взаємин суб'єктів корпоративних відносин;

− у корпоративному секторі домінують відносини, що сприяють отриманню інсайдерської ренти певною групою суб'єктів корпоративного контролю;

− корпоративні відносини, що склалися, не стимулюють інвестиційні процеси як всередині самих корпорацій, так і з боку вітчизняних домогосподарств та зарубіжних інвесторів;

− господарчі товариства (банківські установи) в Україні не виконують так звану «соціальну функцію» як необхідний елемент ефективного розвитку корпоративних відносин;

− акціонерний капітал не став основним джерелом зростання національного ринку фінансових послуг.

Крім того, сучасний рівень українського законодавства в сфері корпоративного управління не відповідає загальновизнаним міжнародним стандартам [102]. У ньому немає ефективно діючих норм, що регулюють відповідальність менеджменту корпорації за заподіяну шкоду акціонерному товариству, а також норм закріплення відповідальності за зловживання акціонерами своїми правами.

Названі обставини в сукупності перешкоджають здійсненню масштабних інвестицій в українські корпоративні цінні папери та банківський сектор,

знижують ефективність функціонування акціонерних компаній (банківських установ), а також приводять до виникнення конфліктів інтересів між суб'єктами корпоративних відносин.

Слід зазначити, що найважливішими проблемами формування національної системи корпоративного управління є відсутність розуміння методологічних основ функціонування корпоративних структур і елементарна економічна безграмотність населення та окремих представників державних органів, які повинні регулювати ці процеси. Така ситуація частково пояснюється відсутністю в законодавстві, а також в економічній літературі чіткого визначення базових понять корпоративного управління, таких як «корпорація», «корпоративне управління», «корпоративні фінанси».

Вважається, що поняття «корпоративне управління» з'явилося одночасно з появою такої організаційно-правової форми ведення підприємницької діяльності, як корпорація. У сучасній вітчизняній і закордонній літературі можна зустріти велику кількість визначень поняття «корпорація».

Американське законодавство вже з XIX століття трактує дану категорію наступним чином: корпорація (лат. corporatio – об'єднання, співтовариство, співробітництво) – це штучне створення, невидиме, невідчутне й існуюче тільки законодавчо. Оскільки вона є простим породженням закону, то має ту власність, яку статут про її створення дарує їй. Barron's Dictionary of Banking Terms також визначає, що корпорація – ділова організація, розглянута як незалежне утворення – штучна особа, що відрізняється від її власників в очах закону. Власність представлена частками в капіталі. Згідно з визначенням Світового банку, корпорація – це акціонерна компанія, в якій на основі централізації капіталів і заощаджень найманих працівників здійснюється колективне привласнення результатів виробничої діяльності залежно від кількості отриманих на внесені кошти акцій.

Схожий підхід можна зустріти у великому економічному словнику за редакцією А.Азрилияна: «Корпорація – це широко розповсюджена в розвинених країнах форма організації підприємницької діяльності, що передбачає пайову власність, юридичний статус і зосередження функцій управління в руках верхнього ешелону найманих професійних керуючих (менеджерів)» [25, с. 407].

Інші вчені-економісти [102, с. 24] наводять кілька визначень досліджуваного терміна: «Корпорація – це об'єднання за професійною ознакою, яке повинне лягти в основу побудови прийдешнього суспільства XX–XXI ст., в

основу корпоративної держави. Корпорація – соціальний інститут, який повинен бути штучно, свідомо реконструйований, відновлений, самосвідомий, окреслений законодавчо, вписаний в існуючі структури держави».

Такі визначення акцентують увагу на юридичній складовій функціонування корпорації, що не є вірним, оскільки мотивація власника визначається все ж таки фінансовим інтересом і/або можливістю участі в управлінні.

На думку представника однієї із сучасних економічних шкіл В.Кейлера [82], корпорація включає сукупність підприємств, яка формується за допомогою системи участі, тобто на підґрунті багаторівневого підпорядкування одних підприємств іншим шляхом їх участі в акціонерному капіталі.

У тай же час, В.Грузінов і В.Грібов [56, с. 28] вважають, що корпорація – це акціонерне товариство, що поєднує діяльність великих фірм для досягнення їх загальних цілей або захисту привілеїв, а саме акціонерне товариство розуміють як організаційну форму підприємства, при якій статутний капітал ділиться на певне число акцій.

Такий підхід дуже близький до визначень корпорації, поданих в Законі України «Про господарські товариства» [166], згідно з яким під корпорацією розуміється договірне об’єднання, яке створюється на основі поєднання виробничих, наукових і комерційних інтересів з делегуванням окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного із учасників.

Аналогічним чином трактує це поняття й Господарський кодекс України, де корпорація визначається як договірне об’єднання, яке створюється на основі поєднання виробничих, наукових і комерційних інтересів підприємств, що об’єднуються, з делегуванням ними окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з її учасників органам управління корпорації [52].

Необхідно відзначити, що такий підхід є занадто широким та подібне трактування припустиме тільки в тому випадку, якщо розглядати корпорацію винятково як інтегровану структуру, що на практиці зустрічається не часто. З іншої сторони, спостерігається ототожнення понять «об’єднання підприємств» і «об’єднання капіталів власників підприємства», що неприпустимо з погляду економічного змісту даної категорії.

Досить цікавим, на наш погляд, є визначення Д.Розенберга [182]: «Корпорація – організація, що поставила перед собою певні цілі, діє на суспільне благо, володіє певними правами, є юридичною особою, яка діє на постійній основі й несе обмежену відповідальність».

Не менш неординарне визначення корпорації надає С.Румянцев, який пропонує розглядати її в інвестиційному сенсі як «…набір специфічних інвестицій людського та фізичного капіталу» [186, с. 12].

Але й ці визначення також не можна вважати вичерпними, адже в них не враховано аспекти власності й привласнення результатів діяльності даної організації.

На основі вищесказаного й з урахуванням практики, що склалась в реальному секторі економіки, на нашу думку, доцільно виділити ряд критеріїв, які характеризують корпорацію як економічну категорію:

- чітке розмежування прав власності;
- чітке визначення відповідальності власників за результати фінансово-господарчої діяльності корпорації;
- обмеження особистої відповідальності власників;
- статус юридичної особи;
- централізоване управління діяльністю корпоративної структури через залучення до управління професійних менеджерів;
- можливість вільної передачі прав власності або через ринок фінансових послуг (продаж, застава), або юридично (дарування, успадкування);
- адаптаційні можливості в умовах нестабільного зовнішнього середовища та відносна стійкість до ринкових коливань.

Відразу зазначимо, що в Україні таким критеріям повністю відповідають тільки два типи господарчих товариств – акціонерні товариства й товариства з обмеженою відповідальністю. Тому доцільно розмежувати застосування двох близьких за суттю понять «корпорація» і «корпоративна структура» [124].

Міжнародний досвід показує, що в більшості країн з розвиненою ринковою економікою синонімом корпорації є саме акціонерне товариство. У цих умовах віднесення товариств із обмеженою відповідальністю до категорії «корпорація» вносить певну плутанину, а введення в науковий обіг і в практику категорії «корпоративна структура» дозволить розв’язати дану проблему.

Поняття «корпоративна структура», на наш погляд, є більш широким, і віднесення до нього і акціонерних товариств, і товариств із обмеженою відповідальністю буде цілком логічним та обґрунтованим.

Виходячи з усього вищевикладеного, можна зробити висновок, що корпорація – це акціонерна компанія (товариство), у якій на основі централізації капіталів і заощаджень фізичних і юридичних осіб здійснюється

колективне привласнення результатів виробничої діяльності (прибутку) залежно від кількості акцій, отриманих за внесення активів (грошових коштів, майнових та немайнових прав) у статутний фонд [113].

Суперечлива ситуація спостерігається й щодо визначення категорії «корпоративне управління». Існує величезна кількість визначень даного поняття. Відповідно до визначення Світового банку, корпоративне управління поєднує в собі норми законодавства, нормативних положень і практику господарювання в приватному секторі, що дозволяє товариствам залучати фінансові й людські ресурси, ефективно здійснювати господарську діяльність і таким чином продовжувати своє функціонування, накопичуючи довгострокову економічну вартість шляхом підвищення вартості акцій і дотримуючись при цьому інтересів всіх осіб, які беруть участь у товаристві, й суспільства в цілому.

На думку Д.Задихайло [71], корпоративне управління можна розглядати як сукупність юридичних, економічних, організаційних норм і правил, у рамках яких функціонує корпорація й на основі яких будуються взаємини між усіма її учасниками.

В обох визначеннях має місце домінування юридичної складової корпоративного управління над його економічною складовою. У низці видань можна зустріти й інституціональні підходи до визначення даної категорії: корпоративне управління – це система відносин між органами товариства і його власниками (акціонерами) щодо управління діяльністю товариства. Цей підхід цілком слушний, хоча йому притаманна певна однобокість.

На наш погляд, перш ніж давати визначення поняття «корпоративне управління», необхідно дослідити взаємини, що виникають у процесі функціонування корпорації (рис. 1.1).

Із представленого рисунка видно, що система управління діяльністю корпорації включає три ключові групи учасників:

- власники;
- менеджмент підприємства;
- працівники та службовці корпорації.

Саме тому процес управління корпорацією передбачає наступні взаємовідносини:

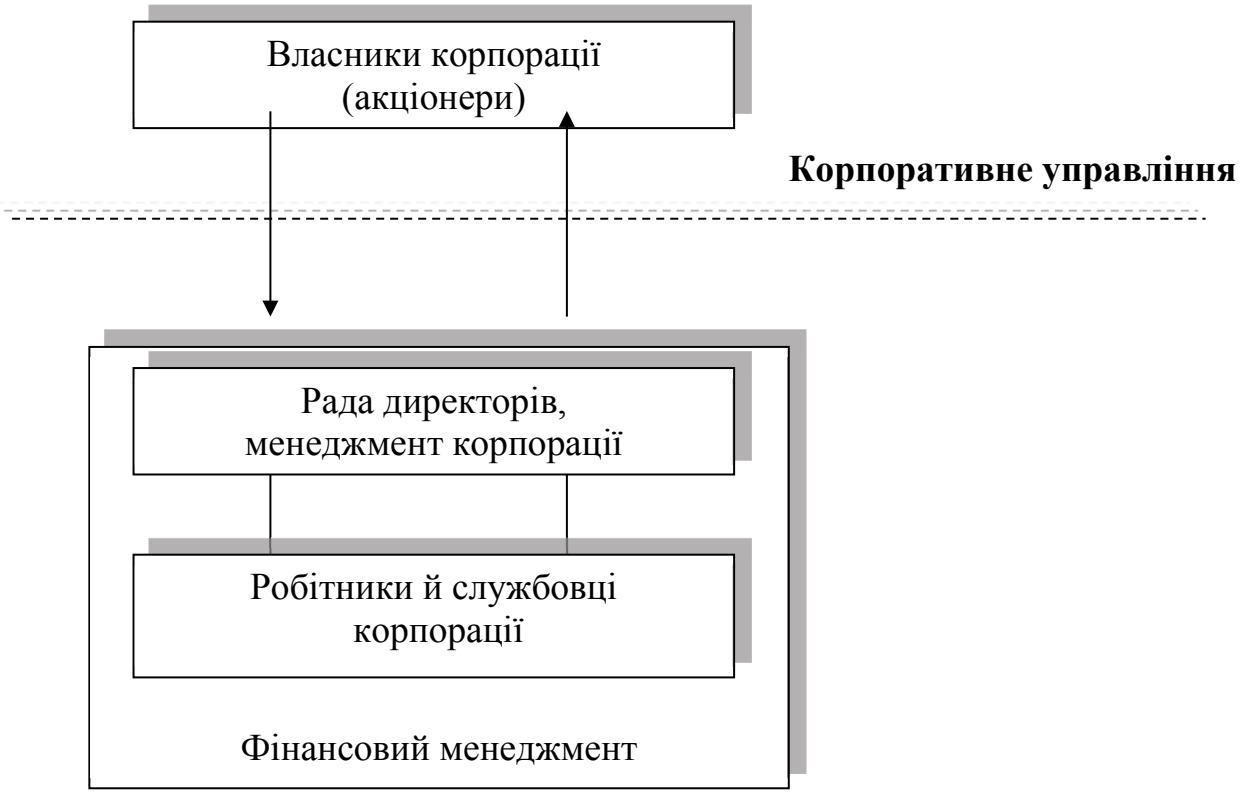

Рис. 1.1. Місце корпоративного управління в системі управління корпорацією

1. Власники інвестують свої капітали в підприємство й делегують ряд повноважень по управлінню й розпорядженню своєю власністю апарату управління корпорацією (Раді директорів і менеджерам). При цьому їм зовсім не обов'язково знати, як управляти корпорацією і як дане підприємство виробляє додаткову вартість (зокрема технологію виробництва, механізми ціноутворення та ін.).

Натомість власники вимагають від менеджменту компанії, з одного боку, повної, правдивої й вичерпної інформації про результати використання їх об'єднаного капіталу. З іншого боку, власники капіталу вимагають виконання споконвічного завдання інвестування – одержання доходу у вигляді дивідендних виплат (або як варіант – зростання курсової вартості цінних паперів корпорації й одержання доходу у вигляді курсової різниці від продажу акцій на фондовому ринку).

2. Члени Ради директорів і менеджмент компанії, як правило, не є власниками корпорації, їм довіряють свої капітали фізичні й юридичні особи. При цьому вони не виробляють додаткової вартості, але їх обґрунтовані дії сприяють її створенню й максимізації. Менеджерові також не обов'язково знати

технологічні тонкощі процесу виробництва, але він повинен володіти вичерпною первинною інформацією для прийняття управлінських рішень і забезпечення безперервності відтворювального процесу.

3. Працівники та службовці корпорації, які не є власниками підприємства (за рідкими винятками, що пояснюються особливостями приватизації в Україні). Саме вони створюють додаткову вартість, але абсолютно не знають, як управляти компанією й не мають такої можливості.

Виходячи з вищесказаного, можна виділити два основних типи взаємовідносин між суб'єктами:

по-перше, відносини й інформаційні потоки, що виникають між менеджментом корпорації й трудовим колективом. Це досить зрозумілий і добре вивчений в економічній теорії тип відносин, який прийнято називати фінансовим менеджментом. Цей тип відносин має інтерес з погляду управління діяльністю підприємства, але не є корпоративним управлінням;

по-друге, відносини й інформаційні потоки, що виникають між власниками й менеджментом корпорації. Тобто виникає ситуація, коли власники не управляють своєю власністю й можуть судити про стан справ тільки за інформацією, одержуваною від менеджерів, або за рівнем виплачуваних дивідендів і курсової вартості акцій на ринку цінних паперів.

Менеджери є своєрідним буфером між власником і власністю. Саме тут і виникає система економічних і правових відносин, що й є основою корпоративного управління. Хоча останнім часом поширення набуває тенденція включення в цю систему зацікавлених осіб (держави, муніципальних органів самоврядування, профспілок, населення території розташування підприємства тощо).

Таким чином, корпоративне управління (corporate governance) – комплекс взаємовідносин між менеджментом корпорації, радою директорів, акціонерами й іншими зацікавленими особами (стейкхолдерами–профспілками, державою, споживачами тощо) із приводу управління діяльністю корпорації для досягнення її стратегічних цілей [120].

Слід зазначити, що зі збільшенням кількості учасників, що поєднують свої капітали, ступінь їх участі в управлінні корпорацією знижується, а процес прийняття управлінських рішень стає аналогічним демократичним механізмам у політичному й громадському житті. Тобто виникає необхідність у створенні спеціалізованих органів управління, таких як наглядова рада, правління, ревізійна комісія.

Досліджуючи природу капіталу, К.Маркс відзначав процес «…перетворення дійсно функціонуючого капіталіста в керуючого, завідувача чужих капіталів і власників капіталу в просто власників, просто грошових капіталістів… В акціонерних компаніях функція відділена від власності на капітал, отже, і праця зовсім відділена від власності на засоби виробництва й на додатковий продукт» [140]. Відносно економічної категорії «корпоративні фінанси», вона активно використовується на практиці, але, як правило, ототожнюється з поняттям «фінанси підприємств».

Наприклад, А.Леуський, П.Гребенніков, Л.Тарасевич [132] визначають корпоративні фінанси, як систему вхідних і вихідних потоків платежів, що виникає в ході становлення, функціонування й ліквідації фірми. Даний підхід є досить змістовним, хоча в ньому наявна певна «спеціалізація».

Розглянемо систему фінансових потоків корпорації (рис. 1.2).

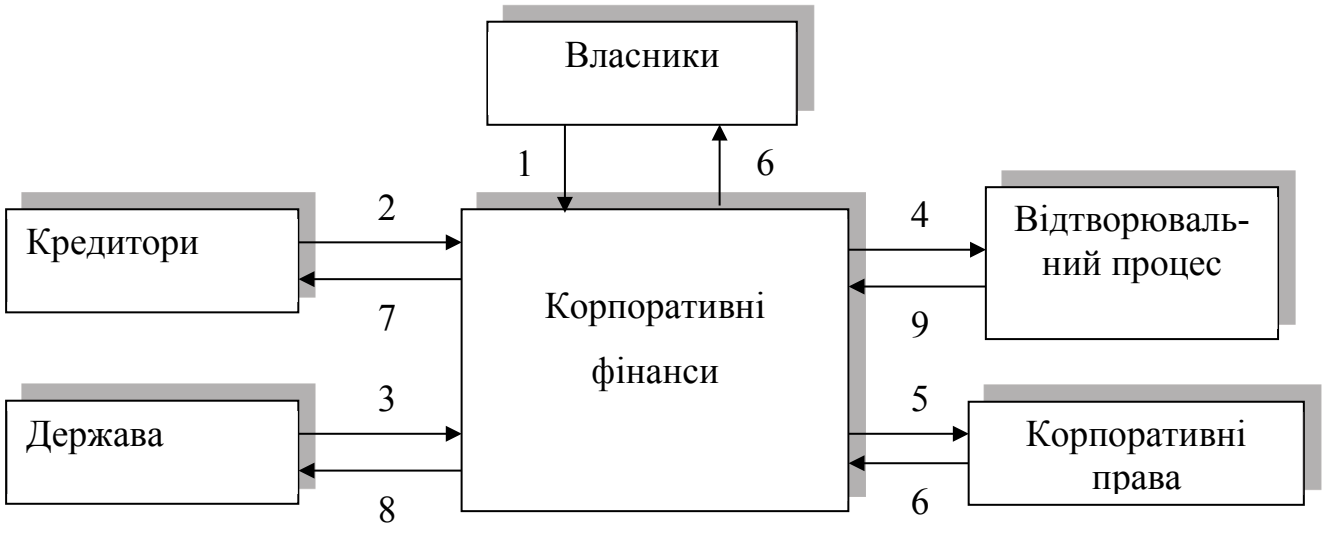

Рис. 1.2. Система фінансових потоків корпорації

З рис. 1.2 видно, що можливо виділити наступні основні напрямки фінансових потоків корпорації:

1. Інвестування капіталів і заощаджень власників.
2. Одержання кредитів і позик.
3. Державне фінансування (субвенції).
4. Фінансування витрат на виробництво.
5. Інвестування коштів у корпоративні права.
6. Виплата дивідендів.
7. Повернення кредитів і позик та сплата відсотків за ними.
8. Податки, збори й інші обов’язкові платежі.

9. Виручка від реалізації продукції й надходження від продажу непотрібного майна.

10. Дивіденди, відсотки й доходи від продажу корпоративних прав.

Однак не варто забувати, що однієї з основних ознак фінансів взагалі й корпоративних фінансів зокрема є фондовий характер їх існування [214].

Виходячи з цього, корпоративні фінанси – це система економічних відносин, що виникають між власниками, менеджментом корпорації, радою директорів, державою й іншими зацікавленими особами із приводу формування, розподілу та використання фондів грошових коштів корпорації [118].

На підставі вищевикладеного можна зробити наступні висновки:

1. В Україні відбувається процес формування національної моделі корпоративних відносин. І ключова роль у цій системі належить підсистемі корпоративного управління. Дослідження показали, що в сучасній економічній науці не приділяється достатньої уваги питанням методології й теорії розвитку корпоративних відносин у цілому та корпоративного управління зокрема. Дотепер в Україні відсутнє чітке визначення базових понять корпоративних відносин, що негативно позначається на процесах формування національної системи корпоративного управління. Так, немає чіткого визначення категорії «корпоративне управління» як на законодавчому рівні, так і серед дослідників даної галузі знань. Слід зазначити також домінування юридичного підходу до визначення даної категорії та практично ігнорування її економічної складової [14; 42; 78; 206].

На підставі проведеного дослідження було запропоновано авторське трактування поняття «корпоративне управління», під яким слід розуміти комплекс взаємовідносин, що виникають між менеджментом корпорації, радою директорів, акціонерами й іншими зацікавленими особами із приводу управління діяльністю корпорації для досягнення її стратегічних цілей.

2. Проведений аналіз показав, що у вітчизняній економічній літературі практично не приділяється уваги такій економічній категорії, як «корпоративні фінанси». На нашу думку, корпоративні фінанси – це система економічних відносин, що виникають між власниками, менеджментом корпорації, радою директорів, державою й іншими зацікавленими особами із приводу формування, розподілу та використання фондів грошових коштів корпорації.

Таким чином, розглянуті методологічні аспекти даної наукової проблеми дозволяють створити основу для здійснення подальшої корпоратизації національної економіки й проведення досліджень у даній сфері.

1.3. Методологія визначення сутності капіталу корпорації

Одним із ключових понять у системі корпоративних відносин є капітал. Аналіз корпоративної практики свідчить про те, що на перший план, як правило, виходить процес фінансово-господарської діяльності корпорації, а капітал корпорації розглядається як похідна категорія, що відіграє другорядну роль. Така ситуація призводить до того, що роль капіталу в системі корпоративних відносин залишається недооціненою, хоча саме капітал є об'єктивною передумовою виникнення такого суспільно-економічного інституту, як корпорація, а дохід і прибуток власникам приносить саме використання капіталу, а не діяльність корпорації як така [218].

Необхідність вивчення сутності даної категорії обумовлюється й тим, що одна із причин кризових явищ у національній економічній системі – це незнання та нерозуміння об'єктивних законів концентрації й централізації виробництва та капіталу і, як наслідок, відсутність науково-обґрунтованої комплексної стратегії розвитку корпоративного сектору економіки. Аналіз наукової літератури по даній проблематиці свідчить про те, що в Україні дотепер відсутні методологічні підходи, що дозволяють дати об'єктивну оцінку процесам формування, використання та відтворення капіталу корпорації.

Як відомо, капітал (від лат. capitalis – основний, головний) – це одна з фундаментальних економічних категорій, сутність якої наукова думка намагається вивчити й зрозуміти протягом вже декількох століть [212]. Так, у XIX столітті професор Оксфордського університету Н.Сеніор зауважував, що капітал – економічна категорія, що отримала настільки різноманітні визначення, що виникає питання, чи має даний термін значення, яке було б прийняте всіма [24].

Теоретичний аналіз проблеми дослідження свідчить про те, що залежно від рівня економічного розвитку та ступеню пізнання економічних явищ змінювалися й підходи до визначення поняття «капітал». Так, в античні часи в Європі для багатьох дослідників капітал означав суму коштів, надану в борг, що приносить відсотки [28]. Такий підхід до змісту капіталу зберігався аж до кінця XIX століття. І це має своє логічне пояснення: до появи великої промисловості та формування класу фабрикантів і класу найманих робітників практично в усіх галузях економічного життя (за винятком кредитних відносин, тобто торгівлі грішми) всі види доходів поєднувалися в єдине ціле [27].

У їхньому складі важко було розрізнити, з одного боку, дохід від праці, а, з іншого, – прибуток як особливий вид доходу, одержуваний власником капіталу в силу володіння, розпорядження й користування останнім [98].

Трохи пізніше розповсюдження отримали ідеї й теорії меркантилістів, які в якості капіталу розглядали золото і гроші. Причому гроші меркантилісти запропонували розглядати як грошову форму капіталу. Однак при цьому вони усвідомлювали, що для зростання багатства грошам необхідно для початку перетворитися у виробничу, а потім і у товарну форму [219].

Теорії меркантилістів знайшли своє відображення і в роботах Е.Вредена, присвячених категорії так званого «власного» капіталу. Зокрема, під власним капіталом пропонувалося розуміти такий капітал, який не використовується його власником, а передається в тимчасове користування. Ця форма капіталу може існувати як у грошовій, так і в товарній формі, але головною її відмінністю від інших форм є насамперед процес передачі її в розпорядження третім особам на умовах платності, зворотності й терміновості. Трохи пізніше Е.Вреден припустив, що вірніше називати цей капітал не власним, а позичковим.

Інший підхід можна зустріти в дослідженнях фізіократів, які під капіталом як основним багатством розуміли землю й вкладені в неї кошти [185]. Так, А.Сміт констатував, що капітал людини – це та частина її власності, з якої він розраховує мати прибуток [193].

У свій час широкого поширення набули монетаристські підходи до визначення поняття «капітал», згідно з якими сутність капіталу вбачалася в грошовій природі, він розглядався як «сума грошей» та був представлений цінними паперами. До представників монетаристських теорій належать М.Фрідман, Б.Мінц, М.Шварц, а також низка представників чиказької школи [41]. Специфіка монетаристської доктрини полягає у визначенні грошової сфери капіталу як визначальної області економічного розвитку – гроші не тільки підґрунтя теоретичного аналізу, але також і основний фактор виробництва, фундамент економічного прогнозування й головний інструмент економічної політики держави. У той же час прихильники монетаризму акцентували увагу й на інших факторах, таких як праця, земля, підприємницькі можливості, але головне місце, звичайно, приділялося руху грошей як капіталу [215]. Монетаристські теорії дозволяють визначити цінність капіталу, дати об’єктивну характеристику його форм, пов’язаних з рухом різних грошових

потоків, однак важливим недоліком такого підходу є складність в оцінці капіталу як цілісної системи економічних відносин.

У свою чергу матеріалісти запропонували розглядати капітал як сукупність предметів, які характеризуються певними спільними ознаками. Зокрема значного поширення набула теорія, згідно з якою капітал розглядається як один із засобів виробництва, який поряд із землею, працею й підприємницькою діяльністю приносить дохід. Засновником такого підходу вважають французького економіста Ж.-Б.Сея, який визначав капітал як суму цінностей, що підтримують виробництво [138]. Інтерес становить також його теорія про те, що величина капіталу визначається його міновою цінністю.

Дж.Мілль у своїх дослідженнях природи капіталу ототожнював його з виробничою сферою (елементи виробництва, будинки, споруди, знаряддя, матеріали та кошти для заезпечення працівників). Крім того, він розглядав капітал як результат заощаджень, поділяючи в цьому точку зору А.Сміта [193]. Зокрема, Дж.Мілль писав: «Усе, що необхідно для втримування й застосування праці інших людей... має спочатку бути накопичене шляхом заощадження, хтось повинен це виробити й утриматися від його споживання» [147, с. 148]. Крім того, він розглядав необхідність продуктивного споживання заощаджень, тобто використання їх як капіталу. Продуктивна праця втримується й застосовується за допомогою капіталу, що витрачається на приведення її в дію, а не за рахунок попиту покупців на готовий продукт праці [22; 147].

Особливої уваги заслуговує часовий підхід до визначення сутності капіталу, який міститься в роботах О.Бем-Баверка, У.Джевонса, І.Фішера [15]. У рамках такого підходу час розглядається як самостійний фактор, що створює дохід, тобто це своєрідна винагорода за відмову від задоволення особистих потреб у сьогоденні заради майбутнього. Так, І.Фішер визначив капітал як запас добробуту на певний момент часу. А продуктивність капіталу трактується У.Джевонсом як функція, що залежить єдино від часу. Даний підхід дозволяє оцінити вартість капіталу шляхом дисконтування, яке лягло в основу досліджень, присвячених оцінці бізнесу, інвестиційних проектів, можливих злиттів і поглинань компаній і т.д.

Розглядаючи сутність капіталу, не можна не зупинитися ще на одному напрямі економічної науки – на марксистській теорії капіталу, згідно з якою капітал – це не річ, а певні суспільні, що належать до певної історичної формації суспільства, виробничі відносини, які презентовані в речі й надають

їм історичний характер; капіталом є рух, процес кругообігу, що проходить різні стадії; капітал – самозростаюча вартість, тобто вартість, що авансується капіталістом з метою виробництва додаткової вартості [141, с. 380].

К.Маркс у своїй фундаментальній роботі «Капітал» [141] стверджує, що товарообіг є вихідним пунктом капіталу, а кожний новий капітал при своїй першій появі на товарному і грошовому ринку неодмінно з'являється у формі грошей – грошей, які шляхом певних процесів мають перетворитися в капітал. К.Маркс дотримувався класових позицій, що в підсумку визначило його соціально-економічний підхід до трактування сутності капіталу: капітал виникає й може існувати тільки при певних соціально-економічних умовах. До таких умов він відносив: високий рівень розвитку товарного виробництва й обігу; можливість особистого збагачення підприємця; зосередження в руках невеликої кількості людей значної частки засобів виробництва, тобто концентрацію виробництва й капіталу; відсутність власних засобів виробництва в абсолютної більшості людей, що змушує їх наймативися.

Що стосується української наукової думки, то єдиної точки зору на визначення поняття «капітал» також не існує. Найчастіше капітал розглядають як загальну величину коштів у грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, інвестованих в активи (майно) компанії [164; 177; 205]. Так, І.Балабанов визначає капітал як фінансові ресурси, призначені для розвитку виробничо-торговельного процесу і представляє капітал у його грошовій формі, тобто це частина фінансових ресурсів. Капітал – це гроші, пущені в обіг, що й приносять доходи від цього обігу. Обіг грошей здійснюється шляхом вкладення їх у підприємництво, передачі в позичку [10].

А.Загородній і Г.Вознюк визначають капітал як первинну суму коштів [69]. Дане визначення не можна назвати повним, тому що поняття «капітал» просто ототожнюється з вузьким поняттям «власне майно». Також капітал визначають як вартісну суму оцінки майна й коштів підприємця, які він може використовувати на господарські потреби [67]. Інні вчені під капіталом розуміють фізичний капітал, а саме: банки, машини, будинки, споруди, запаси матеріалів і напівфабрикатів тощо у їхньому вартісному вимірі, тобто все те, що прийнято називати виробничими фондами [184]. Даний підхід також представляється дискусійним, тому що «речовинне трактування капіталу» має обмежені рамки для аналізу, а перелічені фактори виробництва характеризують лише капітал сфери виробництва – виробничий капітал. Крім того,

неправомірно ототожнювати такі економічні категорії як «виробничі фонди» і «капітал».

У свою чергу, А.Поддєрьогін і П.Круш розглядають капітал у грошовій формі, який перетворюється в справжній капітал у процесі свого інвестування [163]. Тобто вони відносять капітал до поняття вартості як носія додаткової вартості. З таким підходом важко погодитися, тому що «капітал» – поняття більш складне й багатогранне.

І.Бланк визначає капітал як накопичений шляхом заощаджень запас економічних благ у формі коштів і реальних капітальних товарів, які залучаються їхніми власниками в економічний процес як інвестиційний ресурс і фактор виробництва з метою одержання доходу, функціонування яких в економічній системі базується на ринкових принципах і пов'язане з факторами часу, ризику й ліквідності [21]. Дане визначення можна розглядати як найбільш повне й точне на сьогоднішній день.

Таким чином, різноманіття підходів до визначення поняття «капітал» пояснюється різноманітністю ознак, що визначають його як економічну категорію (рис. 1.3).

<table>
<tr><td>Об'єкт економічного управління</td><td>Джерело доходу</td><td>Ліквідний актив</td><td>Носій ризику</td></tr>
<tr><td>Об'єкт купівлі-продажу</td><td colspan="2">Капітал – система економічних відносин</td><td>Об'єкт власності і розпорядження</td></tr>
<tr><td>Виробничий ресурс</td><td>Інвестиційний ресурс</td><td>Засіб накопичення</td><td>Об'єкт тимчасової переваги</td></tr>
</table>

Рис. 1.3. Ознаки капіталу як економічної категорії

Капітал як засіб накопичення характеризується як раніше накопичений запас продуктів минулої праці, економічних благ (майна) на певний момент часу. Із цих позицій капітал завжди виступає як економічна цінність, накопичена в суспільстві на певний термін. Отже, капітал корпорації (так само як і капітал інших суб'єктів господарювання) характеризується запасом

основних коштів, нематеріальних активів, грошових авуарів, цінних паперів, товарно-матеріальних оборотних активів тощо.

Капітал як джерело доходу завжди потенційно здатен приносити дохід своєму власникові за умов ефективного його застосування. Дана характеристика капіталу відмічається представниками всіх економічних шкіл як одна з найважливіших. Як джерело доходу капітал є й одним з найважливіших засобів формування майбутнього добробуту власників корпоративної структури [158].

Капітал як носій ризику слід розглядати у світлі зворотної кореляції стосовно капіталу як джерела доходу. Ризик і дохідність капіталу щільно взаємозалежні: чим вищий очікуваний рівень дохідності капіталу, тем вищим (за інших рівних умов) буде супутній йому рівень ризику, і навпаки. Іншими словами, об'єктивний зв'язок між рівнями дохідності й ризику носить прямо пропорційний характер.

Капітал як ліквідний актив забезпечує постійну можливість його реінвестування. Рівень ліквідності визначається з урахуванням періоду часу, протягом якого інвестований капітал може бути конвертований у грошову форму без суттєвих втрат його реальної ринкової вартості. Чим нижчий можливий період конверсії раніше інвестованого капіталу в грошову форму, тим більш високим рівнем ліквідності характеризується та або інша форма його використання в економічному процесі.

Капітал як виробничий ресурс (фактор виробництва) характеризується продуктивністю (у комплексі з іншими факторами виробництва). Продуктивність капіталу або капіталовіддача визначається як відношення результату продуктивної діяльності (обсягу виробленого продукту) до суми застосованого (використаного) капіталу [199].

Процес використання капіталу як реального інвестиційного ресурсу являє собою «чисте капіталоутворення», під яким розуміється обсяг валових інвестицій капіталу в певному періоді, зменшений на суму амортизаційних відрахувань. Процес чистого капіталоутворення забезпечується за рахунок використання капіталу як інвестиційного ресурсу лише в реальному секторі економіки (у промисловості, сільському господарстві тощо) [89]. Використання ж капіталу як інвестиційного ресурсу у фінансовому секторі економіки (тобто фінансових інвестицій в акції, облігації тощо) новий реальний капітал не створює.

Капітал як об'єкт економічного управління трактується дослідниками як категорія економічна, тобто така, що проявляє себе в сфері економічних

відносин. Виступаючи носієм певного набору економічних характеристик, капітал є об'єктом економічного управління як на макро-, так і на мікрорівні будь-якої економічної системи (у тому числі корпоративної) [58].

Капітал як об'єкт тимчасової переваги завжди оцінюється індивідуумом вище благ майбутніх. Ця особливість заснована на тому, що з економічної точки зору можливості майбутнього споживання завжди менш цінні в порівнянні з поточним споживанням. Для того, щоб подолати зазначений стереотип тимчасової переваги й спонукати власника капіталу відмовитися від його використання на цілі поточного споживання, необхідно забезпечити належну винагороду за його відмову.

Капітал як об'єкт купівлі-продажу (об'єкт ринкового обігу) формує особливий вид ринку – ринок капіталу, який характеризується попитом, пропозицією й ціною, а також суб'єктами ринкових відносин. Ціна капіталу в системі ринкових відносин формується під впливом попиту та пропозиції [11]. Кількісним вираженням цієї ціни може виступати рівень середньої річної ставки дохідності капіталу.

Капітал як об'єкт власності. У сучасних умовах права володіння, розпорядження й користування є роздільними для окремих суб'єктів економічної системи, яскравим прикладом цього служить система корпоративних відносин, що припускають передачу права розпорядження власниками капіталу третім особам. Крім того, як об'єкт власності капітал формує пропорції використання, відображені співвідношенням власного й позикового капіталу [133]. Це співвідношення характеризується в економічній теорії терміном «структура капіталу» і впливає на багато аспектів ефективності господарської діяльності корпорації, що, в свою чергу, визначає рівень ринкової вартості самої корпоративної структури.

З урахуванням вищезазначеного економічна сутність капіталу корпорації може розглядатися як набір специфічних характеристик. Тобто, капітал корпорації – це виробничий ресурс, сформований як раніше накопичений запас продуктів минулої праці, економічних благ і коштів, що виступає носієм факторів часу, ризику й ліквідності, що є джерелом доходу його власника або розпорядника і який може використовуватися ними в інвестиційних цілях.

Крім того, доцільно ввести в науковий обіг поняття «фінансовий капітал корпорації». Це обумовлено наступними чинниками [114]:

- введення терміна «фінансовий капітал корпорації» дозволяє розмежовувати капітал, пов'язаний з фінансовими ресурсами і грошовими фондами й капітал, що знаходиться у виробничій і товарній формах;

- фінансовий капітал пов'язаний з фінансовими ресурсами і є їхньою специфічною перетвореною формою;

- фінансовий капітал пов'язаний з фінансовою звітністю, зокрема, він відображений в пасиві бухгалтерського балансу, на відміну від фінансових ресурсів;

- фінансовий капітал виступає джерелом для фінансування виробничо-господарської діяльності корпоративної структури;

- фінансовий капітал пов'язаний з фінансовими ресурсами корпорації, однак він має важливе значення не тільки для окремо взятої корпоративної структури, але й для усієї економічної системи держави, забезпечуючи можливість фінансування розширеного відтворення в масштабах національної економіки.

Проведений економічний аналіз свідчить про те, що на відміну від теоретиків, для практиків капітал асоціюється, насамперед, з певною сукупністю коштів або фінансових ресурсів, які можна вкласти у виробничо-господарську діяльність і одержати після завершення кругообігу авансованих коштів вихідну суму з деяким збільшенням у вигляді прибутку.

Таким чином, якщо розглядати сутність капіталу не лише з позицій політичної економії, що виявляє категорії-абстракції, а з позиції практики органів управління корпорації, він асоціюється з певною величиною фінансових ресурсів, відображених у фінансовій звітності на певний термін, наприклад, у звітному або плановому бухгалтерському балансі підприємства на кінець (на початок) року або іншого аналізованого періоду [85].

Іншими словами, практики часто ототожнюють поняття «капітал» і «фінансові ресурси корпорації». Це не є вірним, тому що фінансові ресурси корпорації – це сукупність власних коштів і надходжень позикових і залучених коштів, призначених для виконання фінансових зобов'язань, фінансування поточних витрат і витрат, пов'язаних із зростанням капіталу. Вони є результатом взаємодії надходжень, витрат і розподілу коштів, їх накопичення та використання [80].

Фінансові ресурси відіграють важливу роль у відтворювальному процесі і його регулюванні, у розподілі коштів і їх використанні. Фінансові ресурси

стимулюють розвиток господарської діяльності, підвищення її ефективності та дозволяють контролювати фінансовий стан господарюючого суб'єкта. Отже, фінансові ресурси виконують відтворювальну, регулюючу, розподільну, стимулюючу й контрольну функції.

Таким чином, фінансові ресурси не можна ототожнювати з капіталом корпорації, але можна розглядати як матеріальну основу формування її капіталу. Формування фінансових ресурсів відбувається на всіх рівнях економічної системи, зокрема в корпоративному секторі [90; 91]. Джерелами формування фінансових ресурсів на рівні корпорації є:

- кошти, інвестовані засновниками й власниками акціонерного товариства в статутний капітал при його створенні;

- доходи, сформовані корпорацією в процесі виробничо-господарської діяльності (прибуток від основної діяльності, прибуток від іншої реалізації, прибуток від фінансово-інвестиційної діяльності й від позареалізаційних операцій);

- надходження коштів, пов'язані з виробничо-господарською діяльністю (амортизаційні відрахування, цільові надходження, стійкі пасиви, цільові внески членів трудового колективу, інші надходження);

- кошти, що мобілізовано на ринку фінансових послуг за рахунок випуску акцій, облігацій та інших цінних паперів, а також довгострокових і короткострокових кредитних ресурсів банківських установ;

- кошти, що надходять у порядку розподілу грошових надходжень (дивіденди, відсотки по цінних паперах, бюджетні субсидії й дотації).

За критерієм джерел формування фінансові ресурси можна згрупувати в такий спосіб (рис. 1.4).

Що стосується основних напрямків використання фінансових ресурсів корпорації, то до них можна віднести:

- фінансування поточних потреб виробничо-торговельного процесу з метою забезпечення ефективного функціонування виробництва й торговельної діяльності корпорації;

- фінансування адміністративно-організаційних заходів для підтримки високого рівня функціональності системи управління корпорацією шляхом її реструктуризації, виділення нових служб або скорочення управлінського апарату;

- фінансові вкладення (інвестиції) – інвестування фінансових ресурсів на цілі, що приносять корпорації високий дохід (придбання цінних паперів та активів інших емітентів на ринку фінансових послуг);

Рис. 1.4. Структура фінансових ресурсів корпорації

- формування резервів, здійснюване як самою корпорацією, так і спеціалізованими фінансовими посередниками й державними інститутами за рахунок нормативних відрахувань.

На підставі проведеного аналізу можна зробити висновок, що однією з основних причин кризових явищ у вітчизняній економіці є незнання, нерозуміння й ігнорування об’єктивних законів концентрації й централізації капіталу і як наслідок – відсутність комплексної стратегії розвитку корпоративного сектору економіки. Тому було розглянуто історичні й методологічні підходи до вивчення сутності даної категорії та запропоновано розглядати капітал як основу системи корпоративних відносин, якій властивий певний набір ознак, що характеризують його сутність і запропоновано визначення капіталу відносно кожної виділеної ознаки. Дослідження питань сутності й ролі капіталу корпорації є важливим елементом у побудові національної системи корпоративних відносин. Недооцінка важливості розробки теоретичних і методологічних основ функціонування капіталу корпорації приводить до того, що розвиток корпоративних відносин в Україні здійснюється неефективно й безсистемно, без відповідного наукового обґрунтування й теоретичної підтримки.

1.4. Сутність, види корпоративних конфліктів та механізм захисту інтересів власників корпорації

Ключовою проблемою в системі корпоративних відносин є конфлікт інтересів, який постійно виникає між власниками (акціонерами), радою директорів і менеджментом акціонерного товариства. Основна передумова виникнення цієї проблеми випливає з економічної сутності корпорації й, полягає у відділенні власників від процесу поточного управління компанією. Таким чином, виникає ситуація, коли з одного боку акціонери є власниками компанії, але з іншого боку вони відсторонені від поточного (та й перспективного) управління власністю. Про стан справ вони можуть судити тільки з інформації, одержуваної на загальних зборах акціонерів (як правило, один раз на рік) або з рівня виплачуваних дивідендів і курсової вартості акцій на вторинному ринку цінних паперів.

Крім того, володіння корпоративними правами не гарантує одержання доходу та зростання добробуту всіх категорій власників. Як вже зазначалося, відмінною рисою українських акціонерних товариств є наявність специфічних «тісних» відносин між менеджментом компаній і власниками великих пакетів акцій, які, по суті, повністю контролюють підприємства. У результаті формування такої структури акціонерного капіталу ствердилася орієнтація великих акціонерів не на підвищення доходів по акціях компанії, не на зростання її капіталізації, а на збереження існуючих відносин з підприємством [173]. Тобто прибуток одержують не всі акціонери, а тільки домінуючі власники (через різні фінансові схеми, наприклад, за допомогою трансферного ціноутворення).

Тому в процесі здійснення корпоративного управління виникають різні напрямки відносин, у тому числі між акціонерами та менеджерами корпорації, акціонерами та радою директорів, відносини між групами акціонерів (мажоритаріями та міноритаріями), відносини між топ-менеджментом компанії та менеджерами середньої й нижньої ланок.

При цьому впровадження ефективної системи корпоративного управління має в цілому вирішальне значення для розвитку промислового й фінансового секторів економіки України. Таким чином, можна стверджувати, що в цей час відбуваються процеси формування національної моделі корпоративного управління.

В українській економічній науці, на жаль, питанням методології корпоративного управління не приділяється достатньої уваги, що негативно впливає

на розвиток одного з основних сегментів національної економічної системи [180; 204]. Крім того, незважаючи на всю складність і конфліктність даної системи, у чинному українському законодавстві відсутнє визначення таких категорій як «конфлікт інтересів», «баланс інтересів», не регламентовані вимоги щодо розкриття інформації. Досить серйозною проблемою залишається й безправне положення дрібних акціонерів на тлі мажоритаріїв, які, по суті, повністю контролюють фінансові потоки та розподіл прибутку національних корпорацій.

Таким чином, конфлікт інтересів в управлінні українською корпорацією представлений трикутником – системою відносин «акціонер – рада директорів – менеджмент» (до якого з певними застереженнями можна віднести мажоритарних власників). Як наслідок – грубе порушення прав міноритарних акціонерів і повне відсторонення їх не тільки від процесу управління, але й від участі в розподілі прибутку корпорації.

Слід зазначити, що основною причиною корпоративних конфліктів є, як правило, відсутність балансу інтересів між суб'єктами корпоративних відносин. Даний підхід абсолютно справедливий і відносно корпоративних конфліктів інтересів у трикутнику «акціонер – рада директорів – менеджмент». Можна виділити кілька типів корпоративних конфліктів, здатних впливати на фінансово-господарську діяльність компаній [84]:

1. Конфлікти, породжені діями менеджменту корпорації, які пов'язані з порушеннями прав власників. Основу виникнення даних конфліктів становлять власні цілі менеджерів, які йдуть врозріз із інтересами акціонерів. Такого роду конфлікти виникають в умовах високого ступеня розпорошеності акціонерного капіталу серед фізичних осіб. Це характерно й для України, тому що в результаті приватизації колишніх державних підприємств мільйони громадян стали власниками створюваних акціонерних товариств. Міноритарії, як правило, не мають достатні знання своїх прав і, як наслідок, у них відсутня реальна можливість здійснювати корпоративний контроль над діяльністю Ради директорів і головного керуючого.

2. Конфлікти між мажоритарними й міноритарними акціонерами. Великі акціонери, переслідуючи власні цілі, можуть диктувати умови при здійсненні угод, що суперечать інтересам акціонерного товариства й дрібних власників.

У результаті формування такої структури акціонерного капіталу прибуток одержують не всі акціонери, а тільки домінуючі власники (через вивід активів

товариства, проведення додаткових емісій з метою розмивання частки дрібних акціонерів, а також за допомогою трансферного ціноутворення).

Таким чином, в Україні конфлікт інтересів в управлінні корпорацією представлений не стільки відносинами «акціонер – менеджер», скільки системою взаємин «міноритарний акціонер – мажоритарний акціонер». Як наслідок – недотримання прав міноритарних акціонерів [117].

Корпоративні конфлікти приносять власникам і державі непоправний матеріальний і моральний збиток (це й зниження міжнародних рейтингів України, і скорочення обсягів зовнішніх інвестицій, і падіння обсягів виробництва, а в ряді випадків – банкрутство підприємств). На окрему увагу заслуговує проблема конфлікту інтересів в акціонерних товариствах, у яких одним із суб'єктів корпоративних відносин є держава [75].

Конфлікт можна визначити як відсутність згоди між двома й більш сторонами. Кожна із сторін, що бере участь у конфлікті, робить усе задля прийняття її точки зору або мети й заважає іншій стороні робити те ж саме. Як правило, конфлікти супроводжуються агресією, погрозами, суперечками, ворожістю, напругою й іншими емоційно-негативними явищами [208].

Відомий конфліктолог Л.Козер [92; 227] пропонував розуміти під конфліктом боротьбу за цінності й претензії на певний соціальний статус, владу й недоступні для всіх матеріальні блага; цілями сторін, що задіяні у конфлікті, є нейтралізація, завдання збитків або знищення суперника.

Основною передумовою корпоративного конфлікту є протиріччя, що виникають між інтересами суб'єктів корпоративних відносин (мажоритаріями, міноритаріями, менеджментом і стейкхолдерами) [99]. Об'єктом корпоративного конфлікту є права власності на акції компанії й права, які дають ці цінні папери (участь в управлінні, участь у розподілі прибутку компанії та ін.).

Полярність інтересів власників і менеджерів, різноманітність об'єктів і предметів протистояння приводять до того, що корпоративні конфлікти набувають найрізноманітніших рис. Усе різноманіття виникаючих конфліктів можна класифікувати в такий спосіб (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Класифікація корпоративних конфліктів

№ п/п	Критерії класифікації	Види корпоративних конфліктів
1	Природа виникнення	- Соціальні - Організаційні - Особистісні
2	Спосіб вирішення	- Антагоністичні - Компромісні
3	Кількість залучених учасників	- Внутрішньоособистісні - Міжособистісні - Міжгрупові
4	Форма прояву	- Відкриті - Приховані - Гострі - Згладжені
5	Спрямованість впливу	- Вертикальні - Горизонтальні
6	Тривалість	- Короткострокові - Затяжні

Розглянемо природу класичного конфлікту інтересів у трикутнику «акціонер – рада директорів – менеджмент» всередині системи корпоративних відносин. Традиційно основний інтерес власників полягає в максимізації отриманого прибутку від вкладених коштів при адекватному рівні ризику. Тобто вони зацікавлені в одержанні високих дивідендів і в зростанні вартості компанії з урахуванням ризику (що забезпечує дохід у вигляді курсової різниці у випадку продажу акцій).

Акціонери є винятковими власниками прав на так званий залишковий результат діяльності корпорації, тобто претензій на участь у розподілі прибутку. Власники не мають будь-яких інших способів участі у функціонуванні підприємства, тому вони зацікавлені в максимізації вартості позитивного залишкового результату його діяльності [213]. Жодна інша поведінка власників була б нераціональною.

Інтереси менеджерів у значній мірі сконцентровані на компанії: вони зацікавлені в її постійному розвитку, а також у стабільності й захищеності свого положення на час дії трудового договору.

Припускається, що зростання вартості компанії є й для них інтересом, однак в менеджерів відсутній прямий особистий інтерес у досягненні цієї мети [192]. Заходи менеджменту по забезпеченню сталого розвитку корпорації пов'язані з ростом ринкового курсу її акцій, але фокус менеджерів лежить на здійсненні оперативних завдань управління компанією, а фокус власників – на збільшенні її вартості й одержанні високих дивідендів.

Економічна роль менеджерів полягає в тому, що вони мають у своєму розпорядженні обмежене право на залишковий результат. Оскільки менеджери, як ланка, що ухвалює управлінські рішення, мають інші можливості втручання в роботу підприємства, то й спектр результатів, з яких вони можуть отримати зиск, інший, – професійна популярність, можливості кар'єрного росту, престиж, соціальний статус. Ці фактори для менеджерів становлять більший інтерес і вони можуть одержати особисту вигоду, ухвалюючи відповідні рішення. Максимізація акціонерного капіталу для менеджерів відсувається на другий план [115].

У такій ситуації менеджери виступають у ролі інсайдерів – осіб, що володіють конфіденційною інформацією внаслідок свого службового становища. Природно, що вони інформовані значно краще акціонерів про стан справ у корпорації. Крім того, виходячи із чисто економічних міркувань, дрібні акціонери систематично позбавляються інформації. Теоретично вони могли б проконтролювати роботу менеджерів, одержати дані для оцінки їх роботи, але потенційне зростання ринкової вартості їх дрібних пакетів завдяки жорсткості дисципліни відносно менеджерів не виправдовує більш високих витрат на інформаційне забезпечення.

Рада директорів у цьому випадку виконує роль своєрідного буфера між власниками, які делегували їй свої повноваження на поточне управління корпорацією, та менеджментом, який відповідає за функціонування й розвиток компанії. І якщо в міжнародній практиці, зокрема в англо-американській моделі корпоративного управління, домінують незалежні директори (аутсайдери), українські реалії свідчать про протилежну тенденцію [55]. Як правило, склад ради директорів формується мажоритаріями, і таким чином захищати права міноритарних акціонерів де-факто нікому. Як наслідок, менеджери недосяжні для реального контролю з боку дрібних власників.

Крім того, у діяльності будь-якої компанії повинні враховуватися інтереси й стейкхолдерів (зацікавлених осіб). Однак основним завданням діяльності корпорації є захист прав тих осіб, на вклади яких вона існує, – її власників, і

саме корпоративна структура має найбільш ефективну систему захисту їх інтересів [142]. Для захисту своїх інтересів власники корпорацій традиційно використовують наступні механізми:

- участь в обранні ради директорів компанії;
- оформлення доручень на участь у голосуванні на загальних зборах акціонерів;
- консолідація голосів міноритарних власників з метою формування блокуючого пакету акцій на загальних зборах;
- операції на вторинному фондовому ринку (можна умовно віднести до механізмів захисту акціонерів, тому що єдине, що можуть зробити власники в цьому випадку – голосувати «проти» менеджменту шляхом продажу своїх пакетів цінних паперів);
- використання норм корпоративного права.

Слід зазначити, що правова норма, як і будь-яка інша соціальна норма, має кілька напрямків впливу на поведінку суб'єктів корпоративних відносин:

- інформаційний вплив, тобто норма декларує варіант поведінки, схвалюваний державою, і попереджає про наслідки тієї або іншої поведінки;
- ціннісний вплив, коли норма декларує цінності, що визнаються суспільством і державою;
- примусовий вплив, коли норма припускає певні примуси відносно тих суб'єктів корпоративних відносин, які ігнорують її вимоги.

Ще одним аспектом природи корпоративних конфліктів є розгляд корпорації як оптимального страховика фінансових ризиків. Як свідчить міжнародна практика корпоративних відносин, сучасна корпорація є оптимальним інструментом вирішення проблеми страхування фінансових і майнових ризиків для окремих груп суб'єктів корпоративних відносин [63].

З одного боку, носії прав на залишкову вартість (дрібні акціонери) не відіграють іншої ролі на підприємстві, що уможливлює їхню спеціалізацію в прийманні фінансових ризиків. З іншого боку, дрібні акціонери не належать до осіб, які володіють конфіденційною інформацією, а значить можливе будь-яке дроблення залишкової вартості корпорації і її оборот на ринку фінансових послуг. Як наслідок, відбувається поступове й систематичне перекладення на акціонерів невеликих «доз» фінансових ризиків.

Якщо розглядати корпорацію з таких позицій, то економічний розподіл ролей серед постачальників ресурсів виглядає в такий спосіб. Акціонери – це

постачальники капіталу, згодні із правами на залишкову вартість. Вони йдуть на таке, тому що можуть взяти на себе ризик у маленьких порціях, який до того ж нейтралізується завдяки участі багатьох інших вкладників у статутний фонд корпорації. Оскільки в такий спосіб акціонери отримують певні переваги як носії ризику, то всі інші сторони корпоративних відносин повинні діставати фіксовані права на вироблену вартість. Як наслідок, власники простих акцій вільно або мимоволі опиняються в ролі спеціалізованих страховиків усіх інших постачальників ресурсів сучасної корпорації [211].

Однак і з позицій страхування між власниками й постачальниками ресурсів з фіксованими правами починають виникати певні економічні протиріччя – корпоративні конфлікти.

За таких умов постачальники ресурсів можуть піти на обман страхувальників шляхом невиконання обумовлених договорами та важко контрольованих зобов'язань відносно старання, обачності, сумлінності тощо. Менеджери, які в дійсності переслідують власні цілі, відмінні від передбачених договорами, або які не докладають належних зусиль, схильні представляти заподіяні своєю поведінкою втрати доходу як наслідок зовнішніх ризиків, наприклад, впливу кон'юнктури ринку, галузевих коливань або політичної ситуації, тобто як результат настання страхового випадку [44]. В наслідок цього акціонери зазнають втрат не тільки через ризики, пов'язані з правом на залишкову вартість, але й через опортуністичну поведінку своїх страхувальників (менеджменту корпорації).

Крім того, зниження рівня оплати праці, «погіршення» соціальних пакетів, скорочення працівників, ініційовані власниками, не завжди є санкціями проти тих, хто недостатньо старанний, обачний або сумлінний. Ці санкції можуть стати слідством опортуністичної стратегії збагачення страховиків за рахунок власників корпорації. Тому не тільки міноритарії як страховики потребують захисту від менеджменту й мажоритарних акціонерів, які зацікавлені в страхових фальсифікаціях, пояснюючи низькі показники фінансово-господарчої діяльності результатом дії зовнішніх факторів й форс-мажорів, однак й самим менеджерам потрібен ефективний захист від групи власників, у яких виникає спокуса несумлінно виконувати свої страхові функції.

Конфлікту незахищеності інтересів кожної сторони корпоративних відносин не існувало б при відсутності бажання збагачуватися за рахунок доходів контрагента. Оскільки обидві групи суб'єктів оплачуються за рахунок

залишкової вартості, яка утворюється після виконання всіх передбачених законом і договорами зобов'язань, то підвищення прибутку власників вступає в конкуренцію з підвищенням рівня оплати праці менеджерів.

У світлі вищевикладеного рада директорів повинна брати на себе виконання функцій страхового нагляду. Це можливо тільки у випадку, якщо рада директорів є змішаним колегіальним органом, у якому поряд із представниками власників присутні представники суб'єктів корпоративних відносин з фіксованими правами [18].

Усе вищезазначене визначає об’єктивну необхідність розробки механізму розв’язання корпоративних конфліктів. Важливими у цьому аспекті є діагностика й запобігання корпоративних конфліктів.

Для запобігання конфліктів можуть бути використані наступні механізми:

- посилення відповідальності за порушення корпоративного законодавства;
- підвищення корпоративної культури серед суб’єктів корпоративних відносин;
- цілеспрямоване вдосконалювання державного механізму регулювання корпоративного сектору економіки;
- підвищення відповідальності ради директорів корпорацій за результати фінансово-господарчої діяльності;
- прийняття й активне впровадження як національних, так і міжнародних кодексів та стандартів корпоративного управління.

З точки зору діагностики й попередження корпоративних конфліктів важливе значення мають Рекомендації найкращої практики корпоративного управління для акціонерних товариств України, прийняті Державною комісією із цінних паперів і фондового ринку України в 2002 році [178].

Діагностика й запобігання корпоративних конфліктів дозволяють забезпечити дотримання й захист прав власників, а також інтересів й ділової репутації акціонерного товариства, що позитивно впливає на її імідж і є важливим індикатором для потенційних інвесторів.

Попередженню корпоративних конфліктів сприяє точне й безумовне дотримання суспільством норм чинного законодавства, правил корпоративної культури, виконання соціальних стандартів, а також сумлінна поведінка усіх суб’єктів корпоративних відносин.

Слід зазначити, що діюче законодавство не встановлює вимог щодо обов’язкового дотримання будь-яких досудових процедур з метою запобігання

корпоративних конфліктів. Застосування таких процедур у значній мірі залежить від бажання самого акціонерного товариства: відповідні норми можуть і повинні бути включені в Статут корпорації або в його внутрішні документи. Крім того, корпорація може стати підписантом міжнародних угод та асоціацій (наприклад Глобального договору ООН тощо).

Ефективність роботи з попередження й урегулювання корпоративних конфліктів передбачає повне й оперативне виявлення таких конфліктів, а якщо вони виникають або можуть виникнути у майбутньому – чітку координацію дій усіх органів управління корпорації.

Будь-яка розбіжність між органами управління корпорацією і її власником за своєю суттю є корпоративним конфліктом, тому що стосується відносин усередині корпоративної структури [93]. Саме тому необхідно забезпечити комплексну діагностику таких конфліктів на ранніх стадіях розвитку й уважне ставлення до них з боку власників, посадових осіб товариства і стейкхолдеров.

Як правило, запобіганню виникнення корпоративних конфліктів і їх ефективному та оперативному врегулюванню в значній мірі сприяє своєчасне доведення до відома власника чіткої й обґрунтованої позиції корпорації в конфлікті. Крім того, це дозволяє запобігти повторенню даної ситуації в майбутньому й створити необхідні умови, що забезпечують акціонерові можливість захищати свої інтереси.

Основним завданням ради директорів у ситуації вирішення конкретного корпоративного конфлікту є пошук такого законного й обґрунтованого рішення, яке відповідає інтересам усіх учасників корпоративних відносин. У ряді випадків доцільно підписати угоду про врегулювання корпоративного конфлікту між корпорацією й незадоволеним власником.

Важлива функція ради директорів як «довгої руки» у системі управління корпорацією полягає в тому, щоб попередити «споживання» ринкової вартості підприємства менеджерами. Очевидно, що всі акціонери не можуть увійти до складу ради директорів, тому виникає конфлікт «власник – агент». Але, як вже зазначалося, через високу розпорошеність акціонерного капіталу власники не в змозі ефективно контролювати менеджерів. Отже, високою є вірогідність того, що вони не зможуть це зробити й відносно своїх представників у раді директорів.

У результаті постійно виникають аналогічні економічні проблеми, обумовлені незначним впливом та ієрархічною підпорядкованістю міноритарних

акціонерів [135]. Оскільки рада директорів повинна виконувати функції «руки» акціонерів, то необхідно забезпечити, щоб делеговані захисники їх інтересів отримали достатні можливості й стимули для встановлення корпоративного контролю над менеджерами.

Основними умовами, при дотриманні яких рада директорів може більш продуктивно виконувати зазначену функцію «довгої руки» міноритарних власників, мають стати:

- чітке розмежування функцій нагляду й управління в раді директорів;
- домінування в рамках функції нагляду представників власників та профспілок;
- квотування представництва в раді директорів представників менеджменту компанії (так званих інсайдерів);
- заборона виконання перехресних функцій;
- підвищення ефективності нагляду через спеціалізацію (створення спеціалізованих підкомісій) і визначення високих і чітких кваліфікаційних вимог до членів ради;
- надання своєчасної і якісної інформації членам наглядової ради;
- систематичне залучення незалежних аудиторів через спостережний орган корпорації;
- відкритість у питаннях оплати праці й строків трудових договорів для всіх членів ради директорів та топ-менеджменту корпорації;
- нагляд за операціями з акціями компанії, які здійснюють всі члени ради директорів і менеджери, на предмет використання закритої (інсайдерської) інформації.

При розробці механізму захисту інтересів власників є сенс враховувати теорію мета-інтересів, яку можна адаптувати до системи розв’язання конфліктів у процесі управління корпорацією [121]. У словниках іноземного походження префікс «мета» (від грец. meta – після, через) – це початкова частина складних слів, що позначає проходження за чим-небудь, перехід до чого-небудь іншого, якісну зміну стану.

В основі даної теорії стосовно корпоративних відносин лежить логічне протиріччя між цілями й задачами власників і менеджменту корпорації, яке вже розглядалося: фокус менеджерів зосереджений на виконанні оперативних завдань управління компанією, а фокус власників – на збільшенні її ринкової вартості та одержанні високих дивідендів. Крім того, менеджери недосяжні для

реального контролю з боку дрібних власників і мають простір для максимізації своєї вигоди за рахунок акціонерів.

В умовах розвинутої системи корпоративного управління подібна проблема вирішується через інструменти та механізми системи корпоративного контролю. Тобто дрібному акціонерові достатньо «висловити своє невдоволення» на вторинному ринку цінних паперів через продаж свого пакету акцій. Якщо таке «незадоволення» носить масовий характер, то починається масове скидання акцій певної корпорації. Таке «невдоволення» акціонерів знижує ціну акцій на вторинному ринку, що є сигналом як для інших учасників корпоративних відносин (реальних та потенційних інвесторів), так і для фінансово-кредитних інститутів. Крім того, компанія стає вразливою для «білого» рейдерства. В Україні, на жаль, вторинний ринок для фізичних осіб залишається відносно закритим як інформаційно, так і технічно.

Іншими словами, у системі корпоративних відносин відсутнім є баланс інтересів менеджменту корпорації, ради директорів і власників підприємства як учасників системи корпоративного управління.

Звернемося до визначення категорії «інтерес учасника» економічної системи. Я.Кронрод формулював інтерес як «об'єктивну необхідність реалізувати потребу, задовольнити її (будь це інтерес усього суспільства або якої-небудь його частини» [105].

Виходячи з подібного трактування, можна визначити інтереси на всіх рівнях економічної системи. Крім загального визначення інтересу як об'єктивної необхідності задовольнити потреби учасників економічних відносин, доцільно використовувати поняття мета-інтерес – це потреба учасників ринку, яка не може бути реалізована ними самостійно.

На рівні господарської політики корпорації «необхідність реалізувати потребу» виглядає як система цілей та сукупність ресурсів для їхнього досягнення.

Іншими словами, інтереси суб'єктів корпоративних відносин являють собою сукупність власних інтересів, для реалізації яких є достатньо власних коштів (або інших ресурсів), і спектр мета-інтересів, для реалізації яких власних ресурсів недостатньо. Мета-інтереси – це своєрідне граничне явище корпоративних інтересів. Таким чином потреба власника в процесі ухвалення інвестиційного рішення концентрується та оформлюється у власний інтерес тільки на більш високому рівні – на рівні корпоративного управління в цілому.

Надалі у випадку реалізації мета-інтересів власників за допомогою загальних зусиль всіх учасників корпоративних відносин відбувається переплетення системи цілей. На рівні ради директорів відбувається розвиток мета-інтересів власників компанії, реалізація яких здійснюється на рівні менеджменту. За аналогією, у систему цілей менеджменту корпорації входять інтереси ефективного функціонування та розвитку компанії і мета-інтереси ради директорів як суб'єкта управління.

Типову структуру інтересів представлено в табл. 1.2, а механізм досягнення цілей кожного рівня показаний на схемі (рис. 1.5).

Таблиця 1.2

Структура мета-інтересів учасників корпоративного управління

Рівень	Власні інтереси		Мета-інтереси	
	Характеристика	Засоби досягнення	Характеристика	Засоби досягнення
Власник корпорації (акціонер)	Поточні цілі (одержання максимального доходу від інвестиційних вкладень, тобто ріст дивідендних виплат)	Власні доходи та заощадження, вкладені в корпоративні права	Ріст ринкової вартості компанії	Об'єднані кошти всіх власників компанії
Рада директорів	Планомірний і збалансований розвиток корпорації	Прибуток корпорації	Підвищення економічного потенціалу корпорації	Кошти власників компанії та ресурси, мобілізовані на ринку фінансових послуг
Менеджмент	Зростання власних доходів, професійна популярність, можливості кар'єрного росту, престиж, соціальний статус	Прибуток корпорації	Виконання управлінських функцій для забезпечення єдиних стандартів споживання результатів фінансово-господарчої діяльності корпорації	Ресурси, мобілізовані на ринку фінансових послуг; податкові пільги; кошти державних і міжнародних фондів

Слід зауважити, що на рис. 1.5 зображено «нормальний» процес управління, коли у кожного учасника корпоративних відносин є можливість

реалізувати як власні, так і мета-інтереси системи. Звісно, що на практиці досягнути такого рівня управління й розвитку корпоративних відносин по всій ієрархії системи дуже важко. Але це повинно стати тим рівнем (пороговим значенням) розвитку структури інтересів, до якого потрібно прагнути власникам корпорації, Раді директорів та менеджменту корпорації.

Із усього вищесказаного випливає, що побудова механізму захисту інтересів власників корпорації на основі реалізації мета-інтересів усуває суб'єктивні конфлікти із приводу досягнення об'єктивних цілей.

Саме тому реалізація мета-інтересів суб'єктів корпоративних відносин – це ефективна форма вирішення протиріч у процесі розподілу прибутку корпоративної структури.

Таким чином, проведене дослідження методологічних основ вирішення корпоративних конфліктів свідчить про те, що в Україні все ще відсутнє чітке визначення базових понять корпоративних відносин, що негативно позначається на процесах формування національної системи корпоративного управління.

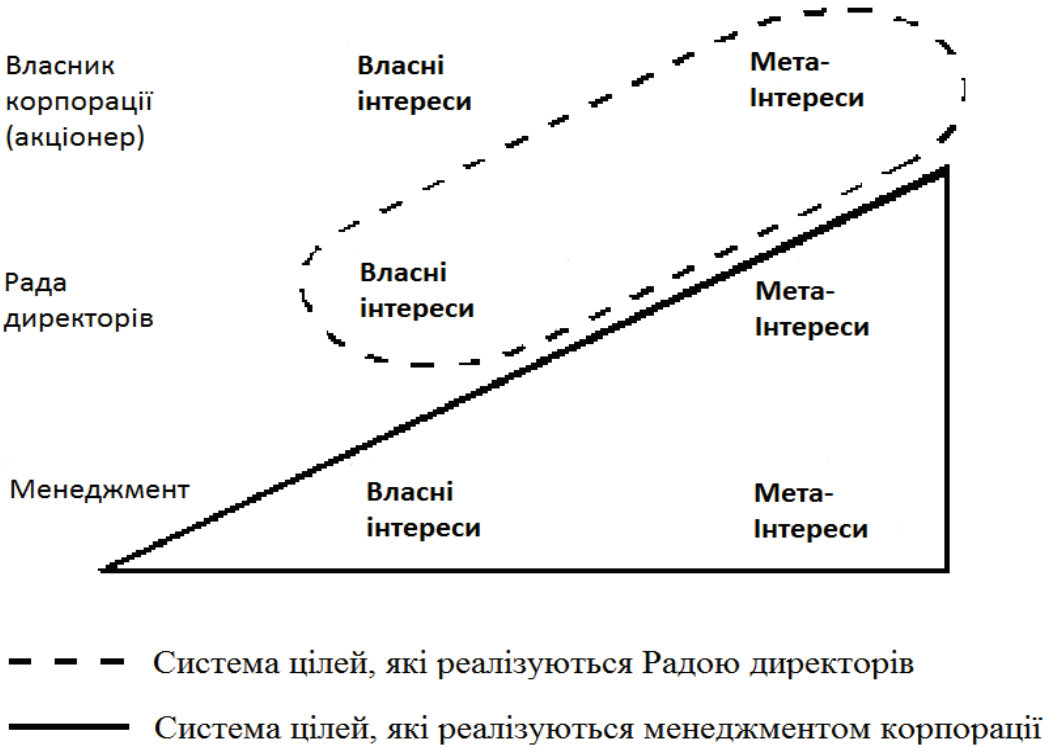

Рис. 1.5. Механізм реалізації структури інтересів учасників корпоративних відносин

Слід зазначити, що в національній практиці корпоративних відносин дотепер відсутні чіткі механізми захисту інтересів та законних прав власників корпорацій.

Тому розглянуті методологічні аспекти даної наукової проблеми дозволяють створити основу для здійснення подальшої корпоратизації національної економічної системи.

Отже, в основі системи корпоративних відносин лежить необхідність вирішення корпоративних конфліктів, що виникають між суб'єктами корпоративного управління. Саме тому було досліджено економічну й філософську природу таких понять як «конфлікт» і «корпоративний конфлікт», а також проаналізовано основні типи конфліктів, що виникають між суб'єктами корпоративних відносин. Зокрема було виявлено, що в Україні особливо гостро стоїть конфлікт не стільки у відносинах «акціонер-менеджер», скільки в системі відносин «міноритарний акціонер-мажоритарний акціонер». Також запропоновано класифікацію конфліктів, що виникають у системі корпоративних відносин.

Особливої уваги потребують і механізми захисту прав власників корпорації в сучасних економічних умовах. Слід зазначити, що одним з важливих аспектів природи корпоративних конфліктів в Україні є розгляд власників корпорації (особливо дрібних) як оптимальних страховиків фінансових ризиків. Дослідження існуючого механізму передачі фінансових ризиків менеджментом і мажоритарними власниками дрібним акціонерам дозволяє запропонувати конкретні механізми діагностики й запобігання корпоративних конфліктів, які можуть використовуватися радою директорів і державою для вирішення існуючих проблем у корпоративному секторі економіки. Одним із ключових напрямків слід вважати використання розробленої автором теорії мета-інтересів учасників корпоративного управління.

РОЗДІЛ 2
ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ФУНКЦІЇ В СИСТЕМІ КОРПОРАТИВНИХ ВІДНОСИН

2.1. Визначення потенційних можливостей використання підприємницької функції

Людина, ґрунтуючись на сформованій здатності до праці, вступає в процес виробництва продукції, який забезпечує її матеріальними і духовними благами. В процесі виробництва продукції здатність до праці перетворюється на продуктивну силу суспільства завдяки підпорядкуванню своєї фізичної та інтелектуальної енергії певній організаційній формі виробничої діяльності штучного об'єднання, наділеного конкретною владою над його членами і що функціонує відповідно до виробленої системи вимог.

Штучне об'єднання є організаційною структурою, яка здатна пристосовуватися з метою самозбереження до зовнішніх умов на основі регулювання власних системотворних зв'язків і елементів. Такою особливістю наділені виробничі системи, які об'єднані доцільною організуючою діяльністю людини і формують її первинну виробничу ланку.

Первинна виробнича ланка людської діяльності являє собою штучне об'єднання, утворене людиною для виробництва суспільно корисної продукції або послуг. У ньому цілісність виробництва продукції забезпечується організаційною єдністю трьох елементів продуктивних сил належної якості, таких як робоча сила, знаряддя праці і предмети праці, які у міру витрачання свого ресурсу по частинах переносяться за вартістю на створюваний продукт, представляючи нарешті витрати на його виробництво. Залежно від співвідношення тих елементів, що беруть участь у виробництві продукції долею живої праці (робоча сила) і уречевленої праці (знаряддя праці і предмети праці) під впливом чинників зовнішнього середовища складаються у суспільно необхідні витрати праці на виробництво продукції і умови його розвитку. Суспільно необхідні витрати за своєю величиною постійно змінюються, що пов'язане із споживчим інтересом населення до окремих виробів, який залежно від низки конкретних причин або зростає, або затухає. У зв'язку з цим рівень названих витрат, якісні і споживчі характеристики продукції, що випускається, знаходяться під контролем виробників, які в потрібний момент користуються

власною підприємницькою функцією, а отримані результати використовують для перетворення як внутрішнього, так і зовнішнього середовища виробництва продукції, що дозволяє продовжувати здійснення вже існуючого виробничого процесу або організовувати випуск продукції нової якості. Результатом внесених в штучне об'єднання перетворень як правило є отримання нового суспільно корисного продукту, що задовольняє потреби людини в певній сфері.

Людська діяльність і її організаційна основа досліджується в двох варіантах поєднань: у формі штучного об'єднання в стабільному середовищі робочої сили, знарядь праці і предметів праці, або названий перелік елементів поповнюється елементом підприємницької функції робочої сили, яка розвивається в нестабільному середовищі. Серед вироблених позицій детального вивчення заслуговують вчення К.Маркса [141], в яких організаційні положення розвинуті на матеріалістичному розумінні світу, технологічно сполучаючи три елементи продуктивних сил суспільства; економічна система основоположника політичної економії А.Сміта [193], у якій нарівні з названими елементами уперше висунені ознаки підприємницької функції людини; і школи економістів сучасності, серед яких представляються системи М.Бєлопольського [16; 17], В.Голікова [49] і низки інших дослідників.

Перш ніж приступити до узагальнення організаційних основ названих шкіл, слід звернути увагу на ту обставину, що економічні школи і вчення формувалися під впливом історичного накопичення фактів, під впливом змісту і якісного складу яких, власне, і складалися основи шкіл і уявлення про виробничі системи. У них організаційні положення розвитку виробництва ґрунтувалися, як правило, на досягненнях науки тих часів, в які проводилися наукові дослідження, а штучні системи представлялися як організаційні штучні утворення. Детального дослідження потребують питання отримання такими штучними утвореннями прибутку, форм його накопичення, організаційних умов розвитку виробничого середовища, що створюється.

Наукова школа К.Маркса ґрунтувалася на матеріалістичному світогляді, в якому аналізу піддавалися форми руху енергії «механістичного» походження, що забезпечують функціонування виробничо-технологічних процесів. Розрахунки здійснювалися на закономірностях кінематичного руху тіл, поширення теплоти, світла, електрики, магнетизму, вивільнення енергії хімічних сполук, елементів і речовин, переходів агрегатних станів і процесів органічного життя з одного в інші.

Організаційні положення розвитку природних і штучних систем розроблялися відповідно до теорії, згідно з якою система за допомогою речовини і енергії впливає на довкілля, а середовище у свою чергу впливає на штучно створену систему. В результаті основу виробництва склали три елементи з чотирьох – робоча сила, знаряддя праці і предмети праці, які спричиняли механічний вплив на довкілля за допомогою розподілу робочої сили, що управляє, між керованими знаряддями праці. Апологетами школи, оскільки не було достатнього числа фактів, передбачалася прогресивна картина історичного розвитку людства на основі нескінченного сплетення зв'язків і взаємодій, в якій ніщо не залишається нерухомим і незмінним, а усе рухається, змінюється, виникає і зникає. Ґрунтуючись на такому припущенні, класики цієї економічної школи розглядали економіку як органічно цілісну систему, яку приводить в рух робоча сила. Вони дійшли наступного висновку: «Саме ця органічна система як сукупне ціле має свої передумови і її розвиток у напрямі цілісності полягає саме в тому, щоб підпорядкувати собі усі елементи суспільства або створити з нього ще бракуючі їй органи» [141, с. 229].

Організаційні положення штучних утворень групуються за принципом розподілу робочою силою системи знарядь праці, які впливають на предмет праці, що дозволяє здійснити і відповідний розподіл членів суспільства по різних видах виробництва, а індивідів, що беруть участь у виробничому процесі, підпорядкувати певним виробничим стосункам. Система на основі принципу розподілу в процесі виробництва перетворює робочу силу на продуктивну силу, як його чинник, наділений продуктивною здатністю, яка вступає у дію при виробництві продукту.

Наукова школа А.Сміта [193] не зупиняється на продуктивній здатності людини і поповнила економічну науку продуктивною функцією людини, яка ґрунтується на його енергії у формі «невидимої руки» і проявляється в процесі праці як особливий чинник виробництва, що сполучає в процесі виробництва усі інші чинники в єдину систему в умовах невизначеності отримання результату. Як і матеріалістичні положення школи К.Маркса, організаційні положення А.Сміта багаторазово підвищують, при оволодінні енергією продуктивної функції людини, продуктивну силу суспільства, перетворюючись одночасно на четвертий чинник виробничого процесу, який останнім часом отримує достатнє визнання в теорії і практиці сучасної економічної науки, як здатність прийняття рішень і здатність йти на ризик в середовищі, що характеризується своєю нестабільністю.

Сучасні економісти у своїх схемах і розрахунках використовують організаційні положення, що сполучають чинники виробництва в єдину систему, а саме:

– розподіл членів суспільства по видах діяльності і виробництвах – при організації виробничих систем;

– механізм підпорядкування виробників і членів суспільства певним виробничим стосункам, а також особливості продуктивної функції людини – при організації діяльності в окремих виробничих системах і функціонування економічної системи суспільства в цілому.

Виходячи з вимог механізму взаємодії складових, М.Бєлопольським [16, с. 7–9] організаційні системи розглядаються на основі таких процесів взаємодії, які спричиняють подвійний вплив: середовища на систему і системи на середовище. Таким чином в його розробках визнається взаємодія людини, тобто «системи», з природою, тобто з «довкіллям». Така взаємодія в розробках організаційних систем реальною основою формування нових природних і штучних первинних ланок матеріальної системи, а також передумовою створення необхідних для їх існування природного і штучного середовищ. На рис. 2.1 представлений механізм і елементи взаємодії людини з середовищем.

Продуктивна функція людини займає своє місце в одному ряду з такими чинниками дії на середовище, як техніка, технологія, економіка та ідеологія. Оскільки «взаємодія людини (системи) з природою (довкіллям) є складною науковою і технічною проблемою, що зачіпає найрізноманітніші галузі сучасної науки» [16, с. 7], то обмежимося надалі завданням дослідження змісту сукупності виробничих систем, які у своєму розвитку підкоряються економічній системі суспільства, потребам окремих його членів. Це дозволяє виробити метод управління тими процесами, які виникають і постійно поновлюються між суспільством і природою, виробничою системою і природою, технікою і природою, і об’єднані взаємозалежністю елементів в системі «середовище – зовнішній об’єкт – довкілля» (рис. 2.2).

Виявляються два закономірні зв’язки: перший з яких виробничу систему представляє як цілісність з властивостями внутрішнього взаємозв’язку її частин (елементів) з єдиною орієнтацією на цілеспрямовану діяльність; другий – як автономність, наділену властивостями розвиватися у встановлених межах аж до руйнування її незалежно від оточуючого середовища. Середовище орієнтовно

представлене регулятором, що управляє та забезпечує життєдіяльність виробничої системи. Таким регулятором, в класичних наукових працях виступає певний обсяг праці [141], продуктивна функція людини [49], а в сучасних дослідженнях – його представляють керівники, здатні вибирати сприятливе середовище [16, с. 33] на основі мобілізації підприємницької здатності [155, с. 5] до ухвалення рішення в ієрархії, що «синтезує конкретні структури управління» [66, с. 65].

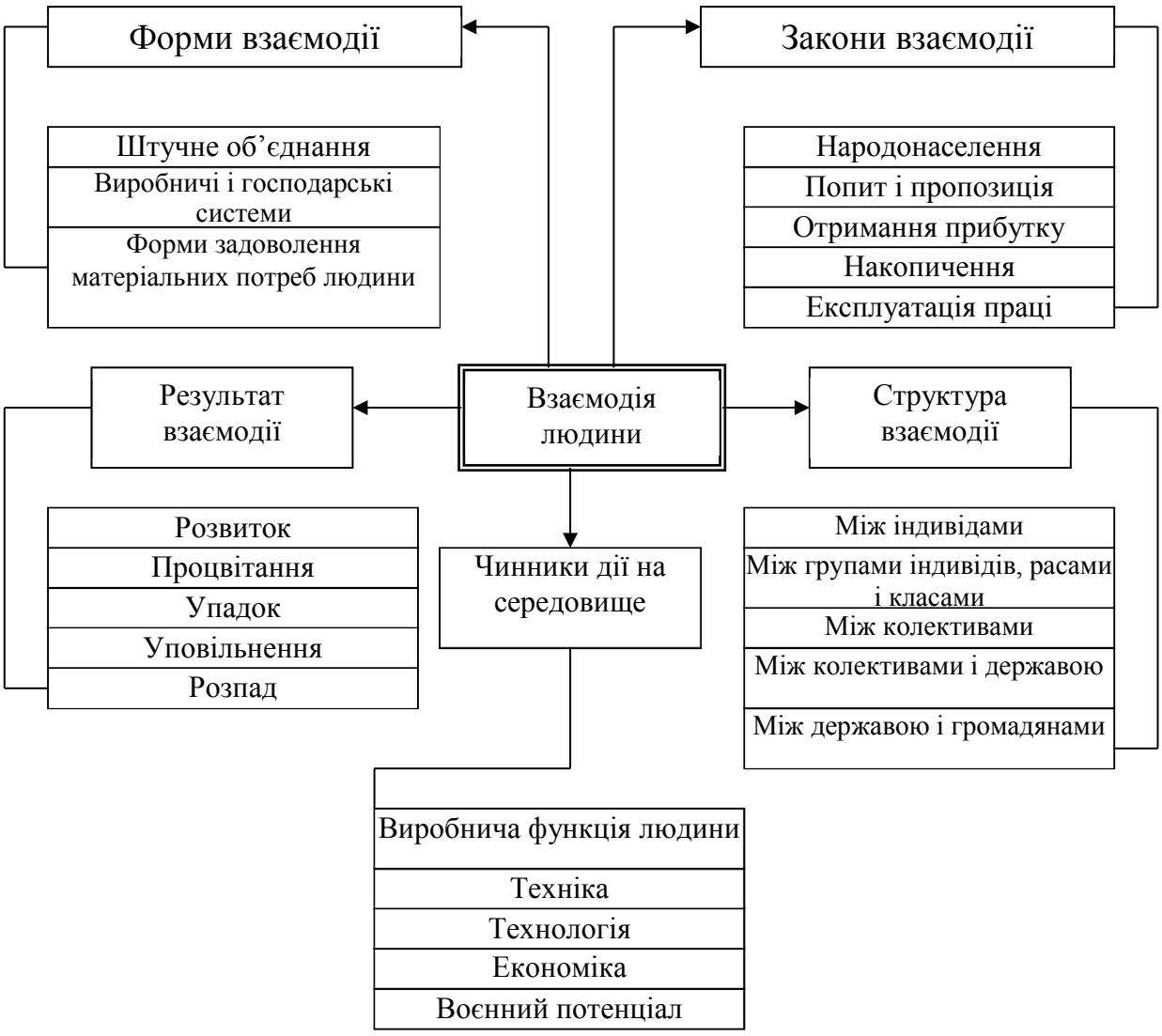

Рис. 2.1. Механізм і елементи класифікації взаємодії людини з природним і штучним середовищем матеріальної системи

Рис. 2.2. Науковий підхід до класифікації взаємодії елементів в системі «середовище – зовнішній об’єкт – довкілля»

Автономність, наділена властивостями розвиватися, представлена в дослідженні як самостійними виробничими системами, так і оточуючим середовищем з регуляторами управління. Методичним підходом до пізнання суті і природи самостійної виробничої системи, виявлення її основних базисних залежностей, виступає її характеристика як структурної складової, що відрізняється від інших і має особливий, властивий тільки їй тип взаємозв’язків. Це дозволяє виконати групування виробничих систем і основних базисних зв’язків комплексно [35, с. 21].

Розробка загальносистемної теоретичної основи складноорганізованих, цілеспрямовано і планомірно керованих систем була завершена до кінця 1970-х років низкою авторів, публікації яких не втратили своєї актуальності. Їх висновки були отримані за даними дослідження безлічі внутрішніх і зовнішніх зв'язків виробничих систем, які представлялися як сукупність пов'язаних діючих елементів [189, с. 96] чи взаємозв'язаних частин [3, с. 145]. Система, таким чином, представлялася як сукупність функціонально взаємопов'язаних і взаємодіючих елементів, що забезпечують досягнення поставлених корисних людині цілей.

Безліч елементів довільної матеріальної природи, що знаходяться в деяких заданих відносинах один з одним або як штучно організована людиною сукупність матеріальних елементів, які функціонують завдяки закладеним в них заздалегідь відомим властивостям, що задовольняють певні матеріальні або духовні потреби людини, зводилися до поєднання складових продуктивних сил суспільства, таких як робоча сила, знаряддя праці і предмети праці. Тобто структура системи довгий час розглядалася як комплексна сукупність відносин, що формуються кожного разу для цілісного об'єкту, яка складається з неділимих елементів, виду і характеру стійких зв'язків між ними, утворених з поєднання особистих і речових властивостей виробництва, сполучених в просторі і часі розумовою працею [160].

Висновки формувалися під впливом ідеологічних мотивів. Так, на зміст системного аналізу в прикладних аспектах в країнах соціалістичного табору довгий час позначалося політичне неприйняття відмінного від марксистської позиції світогляду, у зв'язку з цим у зміст виробничої системи вкладалися тільки технологічні елементи її структури, або для її опису дослідники сполучали елементи систем різного виду, рівня і підпорядкування.

Під загальною структурою виробничої системи розуміється комплекс технологічних, організаційних і економічних взаємозв'язків між її складовими, спрямованими на здійснення певної мети. Тоді, виробничої системи проявляються у формі технологічної і організаційної єдності ряду процесів, спрямованих на випуск продукції при здійсненні окремих стадій її виготовлення. Це штучні системи, енергетичні і силові потужності яких призначені для використання речовини і енергії (сировини, матеріалів, енергоресурсів тощо), запозичених у довкілля (природи) з метою створення необхідних матеріальних благ, призначених для громадського споживання [16, с. 47]. При цьому,

організаційне середовище такої системи представляють різні види взаємодій між керівниками (регуляторами) і фахівцями, що працюють в цехах, відділах, службах, підрозділах, спрямовані на створення раціональної організації виробничої системи [16, с. 62] та засновані на інформаційних комунікаціях.

Отже, виходячи з наведеної властивості множинності систем, концептуальний підхід до дослідження виробничої системи зрозумілий – він визначається кожного разу після вибору методу дослідження внутрішніх закономірностей функціонування структурних складових. В зв'язку з цим структурна складова єдиного цілого виступає як первинне і переважно загальне поняття, що досить повно відбиває одночасно і цілісність виробничої системи, і закономірність стосунків між її окремими елементами.

Форми їх існування і функціонування будуються на принципах незалежності один від одного, паралельності розвитку під динамічною дією і вимогою дотримання субординації взаємозв'язків, з'єднуючись в єдине ціле послідовністю технологічного потоку, економічним змістом або організаційними зв'язками. Тобто методологічною основою формування виробничої системи є пріоритетне узагальнення структурного аспекту поняття, доступного для відображення у вигляді моделі, або класифікації, виконаних за вимогами системного підходу.

У суспільстві розвиваються паралельно дві системи: перша – на основі суспільної власності на засоби виробництва і колективного привласнення результатів праці, друга – на основі приватної власності на засоби виробництва і приватного привласнення результатів праці.

Економічна система являє собою «сукупність виробничих стосунків і їх законів, виникаючих господарських структур, що розвиваються в процесі взаємодії. Взаємодія економічних законів виражається передусім взаємозв'язком сутностей, серед яких початкова суть є також законом» [49, с. 5]. Оскільки суспільству як певній системі, що розвивається, властиві загальні, специфічні (особливі) властивості і стосунки, то саме загальну властивість представляли продуктивні сили, виробничі відносини (власність), спосіб виробництва (привласнення), а також органічна єдність виробництва, розподілу, обміну і привласнення.

У конкретних виробничо-тимчасових умовах виробничі відносини характеризуються певною інтенсивністю, а розвиток суспільства представляється як заміна однієї суспільно-економічної формації іншою. Тому його можна

представити як процес згасання, поступового або стрибкоподібного послаблення інтенсивності одних відносин і активізації інших, вже відомих або нових, спричинених новими видами соціальних структур і зв'язків.

Соціально-економічні структури відбивають єдність внутрішніх і зовнішніх стосунків в тому сенсі, що з певними стосунками виникають і певні структури» [17, с. 18]. У свою чергу, актуальними залишаються наступні положення [141]:

1) не існує обміну без розподілу праці, якщо останнє є чимось первісним або ж результатом історичного розвитку;

2) приватний обмін припускає приватне виробництво;

3) інтенсивність обміну, його поширення, так само, як і його форма, визначаються розвитком і структурою виробництва.

Це означає, що єдність внутрішніх і зовнішніх стосунків досягається на основі відособлення, громадського розподілу праці як процесу, який представляє загальні властивості суспільства, що історично розвивається. Тому структури перехідного періоду, виділені по видах (властивостях) громадської праці, одночасно характеризуються стосунками не лише зовнішньої відмінності, але й такими, що визначають історичну суть виробництва.

Простежуючи хід історичного розвитку організаційних процесів, приходимо до висновку: первинне відособлення пов'язане з появою суспільно продуктивної праці, внаслідок чого її носії стали першими економічними структурами суспільства. Саме виникнення одночасно декількох подібних колективів перетворилося на процес структуроутворення і було обумовлене початковими економічними відносинами.

Звертаючись до питань формування структур в історичному аспекті, першими соціально-економічними структурами суспільства були мисливські, скотарські, землеробські і ремісничі громади, з яких утворилися масштабніші види матеріальної діяльності, що мало першопричину – виникнення і ріст додаткового продукту у зв'язку із спеціалізацією праці. Такий розподіл праці завершився розвитком соціально-економічних структур нового рівня, а також призвів до налагодження економічних зв'язків більш високого порядку, якими стали оподаткування, торгівля, товарно-грошові відносини тощо.

Далі настав період становлення приватновласницької структуризації усередині громад, в яких господарська єдність забезпечувалася не безпосередньо громадською працею, а обміном результатами виробничої

діяльності. Одночасно з цим поглиблення соціальної нерівності привело до виникнення антагоністичних класів, чим, власне, обумовлена поява ієрархічної адміністративно-виконавчої структури суспільства і держави. В умовах капіталізму тривало затвердження розподілу праці на продуктивну і непродуктивну, що сформувало певне ставлення до тих елементів трудового процесу, які сприяють росту його продуктивності, в першу чергу за рахунок застосування більш спеціалізованих знарядь праці для обробки предметів праці. Відділення працівників від засобів виробництва на основі примусу породило нову форму відособлення – політико-економічну.

Зв'язуючи виявлені історичні особливості з сучасністю спостерігається наступний конгломерат діючих економічних умов, а саме:

1) присутність нерентабельних соціалістичних підприємств визначає колективний принцип організації процесу праці і виробництва на основі колективного використання засобів виробництва і привласнення створеного продукту, оплати праці, еквівалентного обміну діяльністю між підприємствами;

2) присутність наростаючих у своїй потужності приватнокапіталістичних підприємств визначає наявність не лише капіталіста і найманого робітника, але і становлення відносин привласнення додаткової вартості.

Тобто присутнє співіснування двох структуротворних форм громадського об'єднання спеціалізованої праці. Перша заснована на рівноцінній і рівнозначній праці, на рівності суб'єктів діяльності в соціально-економічному сенсі, на реалізації процесу безпосереднього з'єднання працівників із засобами праці, чим власне підтримується існування соціалістичних громадських стосунків, друга – на відділенні працівників від засобів виробництва, на приватній формі привласнення результатів праці утримувачами капіталу, чим власне заохочується розвиток приватнокапіталістичних громадських стосунків.

Конкретні громадські структури – якісно визначені явища, що виражаються в поняттях, абстракціях та узагальнюють комплекс властивостей, вони виступають одночасно як системоутворюючі стосунки, так і взаємовідносини. У такому разі має місце взаємоперехід категорій: організація – структура; структура – організація, система виступає і структурою, і організацією [49, с. 17]. Структурно-функціональні стосунки на сучасному етапі економічного розвитку представляють власники і незаможні, співвласники і користувачі, індивіди і суспільство, узяті в цілому.

Зв’язок організаційних процесів, на основі узагальнення поглядів різних вчених [3; 16; 17; 49; 155; 189], в монографії представлений на рис. 2.3. Класифікаційний ряд, що описує комплекс властивостей і стосунків в суспільстві, представлений виробничими, структурно-функціональними, соціально-економічними стосунками і політико-економічними відособленнями.

Названі складові виступають елементами з відносно самостійними властивостями. Виробничі відносини щодо способу виробництва представлені як системи, що складаються з підсистем або структур, які у свою чергу формуються з багатофакторно підпорядкованих елементів і конкретних відносин. Отже, термін «відносини» трактується як «прояв зв’язків», громадські стосунки в ньому – це «громадська форма прояву зв’язків», структура – «впорядкованість відносин, що створюють інтегральну властивість, по якій одну частину цілого відрізняють від іншої» [49, с. 17–18]. Тобто виявляється важлива залежність: структура не може бути пізнана без відносин, так само як і відносини не виникають і не існують без властивостей, що співставляються. Графічне представлення взаємозв’язків дозволяє виявити структуру, в якій кожен рівень організаційних стосунків відображений у вигляді циклів, що поширюються на кожен структурний елемент системи організаційними структурами суспільства та формують середовище їх розвитку.

Відносини проявляються як властивість і одночасно як момент взаємодії елементів, що співставляються. Це дозволяє не лише моделювати якісну структуру суспільства взагалі і економіки зокрема, але і виражати кількісно інтенсивність властивостей і зв’язків, співвідношення структурних одиниць, що становлять ці системи, а також визначати напрями зв’язків. Залежність встановлюється шляхом встановлення показників, що характеризують стабільність переходу однієї якості системи в іншу, а також періоду часу, який необхідний для здійснення цих перетворень.

Оскільки «в цілому структура і відносини утворюють громадську організацію таким чином, що внутрішні і зовнішні зв’язки підсистем і елементів є органічною єдністю» [49, с. 18], то виявляється система залежностей [35, с. 28].

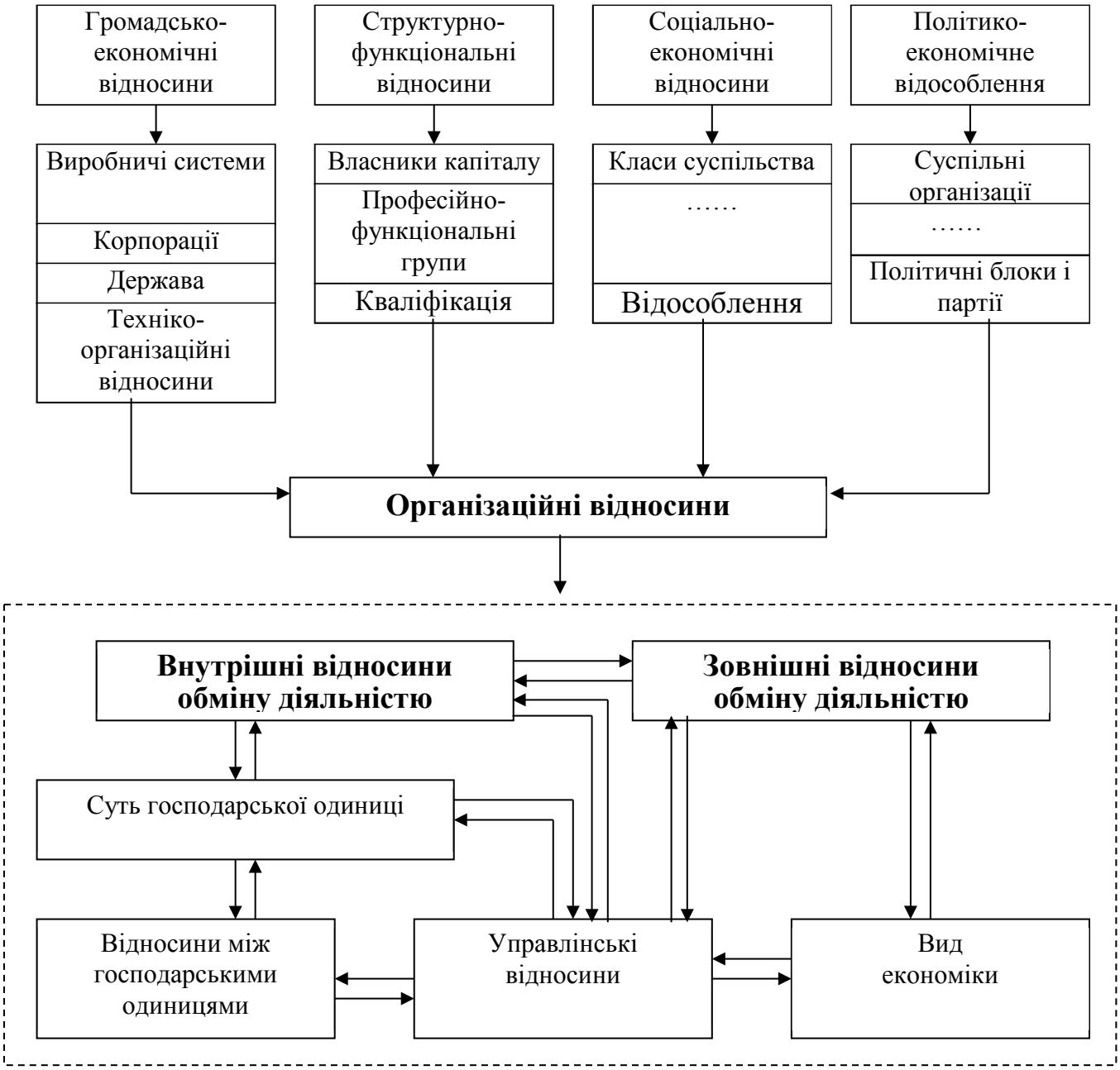

Рис. 2.3. Класифікація організаційних відносин в суспільстві

Структура продуктивних сил виражається через техніко-організаційні стосунки, які представляє спеціалізація, технологічне об'єднання і т.і. → Громадська праця представлена різними видами продукції і робочої сили. В межах кожної конкретної праці вони розділені згідно рівня кваліфікації. → Відносне відособлення територіальних структур призводить до територіального розподілу праці. → Відбувається громадський розподіл праці на працю управлінську і виконавчу, виникає відособлення керівництва. → Громадський апарат управління представляє система органів, які є його структурою. → Виробничий колектив – це первинний господарський осередок. → Єдністю продуктивних сил і виробничих відносин визнається технічна і економічна структура.

Представлений логічний зв'язок елементів виявляє необхідність управління обсягом живої і уречевленної праці в такій цілісності, де істотну роль відіграє територіальна економічна система.

До вивчення територіальних економічних систем різних рангів, просторових поєднань виробництва виник інтерес на початку 1950-х років. Дослідження просторових поєднань виробництва переслідували мету встановлення найбільш раціональних структурних комплексів, доцільних зв'язків і взаємозалежностей між їх окремими структурними елементами, а також вдосконалення існуючого територіального розподілу праці між ними» [9, с. 5]. Використання в системі виробничої діяльності низки положень цієї концепції дозволяє виробити класифікаційні критерії щодо розвитку зв'язків, встановлених між елементами.

Структура територіально-виробничого комплексу формувалася за допомогою кібернетичних методів шляхом відображення трьох блоків, що будуються на загальнодержавній інформації, базисі та галузях економіки, а саме:

- функціональний блок (загальнодержавна інформація), тобто завдання, якими визначилося його місце в територіальному розподілі праці, роль і участь підрайонів, виробнича програма, а отже і внутрішня структура;
- інфраструктурний блок (базис територіально-виробничого комплексу), що включає природні, трудові і соціально-економічні ресурси;
- господарський блок (галузі матеріальної і невиробничої сфери), що відображав нормативну базу для виконання наміченої виробничої програми.

Теоретичні розробки дослідників звужувалися установкою, що отримала розповсюдження ще у кінці 1920-х років, яка полягала в наступному: «райони в економічному значенні цього слова – як спеціалізовані, диференційовані частини єдиного господарського цілого – можливі тільки за наявності більш-менш широкого обміну між ними» [9]. В результаті отримана диференціація виробництва по окремих районах, що досі призводить до їх залежності один від одного, а отже, до розвитку міжрайонних зв'язків, в процесі яких райони обмінюються між собою продуктами галузей спеціалізації.

Крім того, як з'ясувалося і було відмічено в плані електрифікації: окремі елементи і галузі господарства не є сталими величинами, значення їх змінюється залежно від того, в якому поєднанні знаходяться ці елементи і галузі. Проте, незважаючи на названий недолік, в територіально-виробничому комплексі виділялося декілька організаційних груп галузей економіки. Дослідник М.Паламарчук [157], вважає, що існує чотири галузі: спеціалізації,

субспеціалізації, міжрайонного та внутрішньорайонного значення. П.Алампієв [5] теж розрізняв групи галузей, такі як: спеціалізації, що забезпечують першу сировиною, паливом, та обслуговуючі, які задовольняючі потреби населення цього району в устаткуванні, ремонтах, будівельних матеріалах тощо. Е.Алаєв [4] виділяв три групи галузей: спеціалізації, допоміжні, обслуговуючі. І.Нікольський [152] по ролі і значенню підприємств розрізняв: головні, базисні, супутні, додаткові, допоміжні, обслуговуючі, місцеві групи галузей економіки. Н.Багров і Г.Градов [9] відокремлювали чотири групи економіки: спеціалізації, обслуговуючі, додаткові, внутрішньорайонного значення.

Групу спеціалізації складають галузі, які за своїм потенціалом перевищують потреби місцевості і надлишки продукції яких передаються для обміну на інших територіях. Власне виявляється дві схеми обміну діяльністю:

- передача надмірно виробленої продукції від більш розвиненого територіально-виробничого комплексу менш розвиненому;
- насичення територіально-виробничого комплексу продукцією і подальша передача її для споживання в менш розвинені регіони.

Основою для перегляду меж районів виступають вимоги, обумовлені конкурентною боротьбою виробників або викликані зубожінням ресурсів. Саме з цих причин на початку минулого століття почався перегляд районів тяжіння [35, с. 30].

У подальшому, оскільки на території колишнього СРСР була відсутня конкурентна боротьба виробників, то на перерозподіл території впливали проблеми планового розвитку і розміщення продуктивних сил суспільства. До першопричин, за якісним станом яких в організацію економіки вносилися корективи, належали:

- слабка забезпеченість паливними ресурсами;
- напружений паливно-енергетичний баланс;
- недостатнє використання корисних копалин;
- вдосконалення спеціалізації, що склалася;
- кооперація і комбінування в машинобудуванні;
- диспропорції між сировинною базою і виробничими потужностями індустріально-аграрного циклу.

Управління обсягом живої і уречевленої праці здійснювалося відповідно до схеми К.Маркса [141], у якій нове нарощування виробництва можливе за рахунок екстенсивного чинника розширеного відтворення, тобто нарощування

поля виробництва, або за рахунок інтенсивного чинника – використання продуктивніших засобів праці. Вважалося, що державі вигідніше не «точкове» розміщення окремих підприємств, а зосередження їх в одному або декількох географічних пунктах, що утворюють промисловий вузол.

Оскільки промисловий вузол представлявся як територіальне поєднання підприємств, що об'єктивно складається в процесі планомірного розвитку національної економіки, відмінні ознаки якого формуються спільністю території, єдиною системою розселення та інфраструктурного обслуговування, що суперечило принципу планомірного заселення слаборозвинутих територій тих часів.

Сучасна організаційна система виробничої діяльності в регіоні сформована без внесення змін до існуючого територіального середовища. Відомі у цій галузі знань розробки, які побудовано на вказаному принципі слабкої дії на середовище по методу кластерного розвитку. Наприклад, пропонуючи формувати промислові кластери по видах діяльності, підприємства розподіляються між чотирма групами: добувні, переробні, виробничі і обслуговуючі групи [143, с. 392–393]. Тобто, вказана класифікація повертає до галузевої форми організації виробництва, що на рівні підприємства завершується об'єднанням інтелектуальних, фінансових і матеріальних ресурсів без зв'язку з вміщуючим середовищем. У такій організаційній структурі зберігається правило примусового безперервного навчання усіх категорій працівників, спрямування тільки на забезпечення універсалізації працівників вищої кваліфікації, багатопрофільності кваліфікованих робітників. При цьому зміни в системі управління не передбачаються, поняття та класифікація підприємництва відсутні.

Таким чином, функція територіального управління і регіонального прогнозування в Україні залишається слаборозвиненою, бо використовується на практиці без необхідної визначеності або безадресно. Схеми розвитку і розміщення продуктивних сил на 15-річний період, в яких здобули подальшого розвитку питання розділу населення і трудових ресурсів, виявили їх довідкове призначення. Основу часткового регіонального ринку праці представляє відносно розвинений локальний господарських комплекс з «містом-ядром», що утворює за своєю суттю промисловий комплекс.

Аналіз шляхів розвитку економіки показав, що в нестабільний період економічно виправданим напрямом розвитку є той, який спрямований на нарощування підприємницької функції території.

Отже, управляючи обсягом живої і уречевленої праці, на сучасному етапі організації економіки на перший план виступає дослідження механізму забезпечення функціонування виробничих систем на територіях з нестабільними умовами перехідного періоду, основною формою прояву якого є формування середовища для розвитку підприємницької функції людини на основі організаційної взаємодії штучних об'єднань суспільства і його споживчої функції.

Тобто цілісність економічної системи регіону і держави доповнюється феноменом підприємництва, яке розвивається на основі відповідних економічних, політичних, соціальних, правових й інших умов.

В процесі дослідження виявлено, що у вітчизняній науковій літературі підприємництво розглядається як вид діяльності, за яким закріплюється до теперішнього часу спрощене представлення суті – як форми бізнесу. Таке трактування поняття «підприємництво» не відповідає вимогам сучасності ні за своїм змістом, ні за структурою. Необхідними є проведення аналізу організаційних форм і принципів розвитку підприємництва, його функцій, класифікаційних характеристик його основних ознак функціонування, розробка організаційно-господарського механізму управління.

Дія підприємницької функції уможливлюється з моменту появи в суспільстві суб'єкта підприємницької діяльності – підприємець, здатний комбінувати чинники виробництва. Зазначимо, що у всі часи для комбінації чинників виробництва залучався досить великий обсяг інтелектуальної і фізичної праці. Саме тому підприємець являє собою «суб'єктивний (особовий) чинник відтворення, здатний на ініціативній та інноваційній основі, беручі на себе повну економічну відповідальність, йти на ризик і особливим чином сполучати інші чинники виробництва так, щоб в перспективі з'являвся додатковий дохід» [188, с. 50].

Виявлення і аналіз організаційних форм і принципів розвитку підприємництва, вивчення організаційно-господарських механізмів управління не обмежується на спектрі здібностей підприємця. Одним з визначальних факторів, в процесі дослідження, є визнання людської підприємницької функції, як самостійного елементу продуктивних сил суспільства.

У практиці господарського управління здібності людини реалізуються в сукупності функцій, які обумовлені практичною діяльністю. Слід визнати, що і підприємницька функція теж стає відчутною в процесі здійснення практичної діяльності. Відповідно, існує стандартний (початковий) набір функцій, який за

певних рівних умов дозволяє налагодити виробництво продукції або надання послуг.

Економічна наука підприємницьку функцію представляє як підприємницький статус, який зникає кожного разу, коли функції інноватора перетворюються на поточний процес виробництва продукції або надання послуг, тобто втрачають такі характерні риси, якими є ризик і невизначеність, користуючись якими прогнозуються основні параметри розвитку виробництва, обміну і забезпечення додаткового комерційного ефекту. Це визначає методичний підхід до насичення організаційної системи – підприємництва і методів її дослідження.

До складу характеристик організаційної системи «підприємництво» включаються наступні компоненти:

- раціональне поєднання чинників виробництва, засноване на інноваційному ризиковому фундаменті;
- використання нових систем організації праці і управління виробництвом на основі розвитку новітньої техніки і технології;
- ефективне функціонування служби маркетингу.

Названі характеристики перетворюють діяльність людини на підприємницьку в тих випадках, коли суспільство отримує підприємницький дохід або «надприбуток» як своєрідну компенсацію за ризик. Таким чином, «підприємництво – це особлива інноваційна форма виробництва» [188], яка стає переважаючою у відповідних історичних і соціально-економічних умовах. Функціонування і розвиток підприємницької форми виробництва стимулюється організаційно-управлінським механізмом, використання якого перетворює економічну сутність виробництва продукції і надання послуг в саморегульовану суспільно-економічну систему на фазах їх виробництва, обміну, розподілу і споживання.

Організаційно-управлінський механізм діє за наявності певних чинників, які можуть впливати на систему як прогресивно, так і регресивно. Серед них:

- організаційно-економічні умови функціонування;
- обсяг праці, забезпечений підприємницькою функцією.

Отже, на сучасному етапі організації систем виробничої діяльності в національній економіці, на перший план виступає вивчення механізмів перетворення діяльності людини в підприємницьку, здійснення підприємництва як особливої інноваційної форми прояву, нарощування потенціалу особистісних і речових чинників людської діяльності з метою подальшого використання їх основних положень в практиці господарського управління.

2.2. Організаційно-промислова складова технології процесу використання підприємницької функції в банківському секторі

Концептуально, людина, як постійна передумова людської історії, є також її постійним продуктом і результатом, а виробничі відносини, за яких відбувається весь виробничий цикл реалізують процес відтворення суспільства у формі матеріального виробництва.

Виробництво не є вичерпним, якщо воно не представлене виробництвом суспільних відносин, сукупність яких утворює сутність людини [64, с. 113]. Людина відтворюється за рахунок виробленого продукту, в сфері, де є власні закони, що відводять їй значення передумови і основи будь-якого виробництва.

В процесі дослідження і встановлення ролі суспільства у відтворенні і становленні для банківської корпоративної системи, необхідно абстрагуватися від ролі праці, робочого часу, споживчої вартості та інших конкретних сутностей, і перейти до розгляду чотирьох взаємодоповнюючих постулатів:

1) розвиток небагатьох здійснюється за рахунок всього суспільства;

2) індивідуальний розвиток кожного члена суспільства перетворюється на умову і передумову розвитку всіх;

3) речовинне багатство і матеріальні умови його виробництва вимагають оновлення людини, суспільних відносин, і темпи такого оновлення пов’язані з темпами оновлення матеріального багатства;

4) суспільне положення агентів виробництва по відношенню один до одного змінюється.

Підкріплює представлені постулати наступний висновок К.Маркса [141]: «Люди відповідно до своїх продуктивних сил відтворюють також суспільні відносини, при яких вони виробляють сукно і полотно».

В основі відтворення суспільства лежить теорія, що ґрунтується на:

1) цілісному відтворенні дійсності, в якій початковою основою для розвитку виступає людина, що наділяється фізичними і розумовими здібностями для життєзабезпечення в середовищі приватної власності на засоби виробництва, що споживаються виробництвом для продукування корисних людині речей, щоб зберегти її елементарне існування; у філософів це явище отримує назву «буття»;

2) субстанції здатності людини до праці, яка перетворюється на виробничу силу суспільства і в середовищі виробничих відносин реалізує загальний

принцип теорії – принцип задоволення духовних і матеріальних потреб людини;

3) загальному характері соціально-економічного устрою, в якому виробники і споживачі сполучають власні зусилля, а устрій виступає як зміст предмету і сутність основного поняття теорії, в якій капіталіст використовує споживчу вартість робочої сили, формує власний дохід і задовольняє запити суспільства.

Логічним інструментарієм побудови теорії відтворення суспільства виступає закон заперечення заперечення. Людина виступає початковою передумовою в історії систем, що розвивається, а сама «передумова, піддаючись запереченню, неминуче виявляється результатом заперечення цього заперечення» [64, с. 24], але в розвиненішій формі. Знаючи про таку закономірність, можна встановити зв'язок етапів розвитку системи, і, керуючись ним, послідовно перейти на побудову проміжних етапів логічного розвитку теорії відтворення на принципах руху від абстрактного до конкретного, від суті до явища, від елементарного вивчення до системного аналізу суспільства і людини.

Капіталістичний економічний устрій унаслідок прояву приватної власності всюди наповнюється середовищем товарів і послуг, а одночасно з цим забезпечує збереження, тобто відтворення індивідів, що об'єднуються для здійснення процесу продажу, відтворення себе і забезпечення життя оточуючих.

Логічним інструментарієм оцінки сукупності процесів, властивостей і явищ субстанції здатності людини до праці виступають закони вартості і режиму економії. Здатність людини, як сукупність взаємозв'язаного, взаємозалежного, системного цілого і єдиного, на яку впливає зовнішнє і внутрішнє, вимагає підпорядкування собі всіх елементів суспільства, а окрім цього, ще і створення обмежуючих органів. Це методичне положення дозволяє поєднати внутрішню фізіологічну сутність людини і зовнішнє середовище економічних відносин.

Таке поєднання має зовнішнє формальне віддзеркалення: людина – це багатство суспільства з тієї причини, що створює вартість і споживчу вартість за допомогою обміну втрат біологічної енергії на товари і послуги. Вона існує в таких рамках відносин, поки виробництво споживчої вартості виступає загальною умовою функціонування вартості, досягає ефективності на основі раціонального витрачання робочого часу на власне відтворення за допомогою задоволення духовних і матеріальних потреб. Здібність людини на основі

конкурентоспроможності індивіда стикається з такою суперечністю, яка диктує йому інші умови задоволення потреб, оскільки затверджується у відносинах еквіваленту робочої сили унаслідок переорієнтації виробництва: від задоволення потреб на колективних засадах розподілу до задоволення тих же потреб на приватних засадах привласнення. Згідно з цим, зазначене положення вносить до життя суспільства істотні зміни. Головними з них є:

1. Порушення допустимих меж суспільного і індивідуального споживання.

2. Відмова суспільства від фінансування процесів гармонійного розвитку членів держави і суб'єктів діяльності на принципах поєднаного розвитку фізичних і духовних здібностей людини, формування і вдосконалення колективістського способу життя.

3. Непосильним для держави стало завдання послідовного і планомірного зростання добробуту всіх верств і соціальних груп населення.

4. Відсутність контролю за здійсненням змін у сфері виробництва, праці, організації умов життя, реалізації соціальної спрямованості економіки і соціальної справедливості.

5. Припинена дія принципу відтворення більш розвинених членів суспільства, які не знають соціальної нерівності і не відчувають на собі дію соціальних відмінностей.

Глибинний процес повернення цінності багатства з економічного середовища, де його основою виступає сукупність споживчих вартостей і втілена в них праця, а суттю – виробництво багатогранно розвиненої людини і суспільства, в економічне середовище, де його основою виступає змінна вартість, конкурентна боротьба, збереження державою і приватними особами умов майнової нерівності, підсилює і прискорює процеси паразитичного і віроломного відчуження власності в особистих інтересах. Основою таких соціально-економічних умов є теоретичні положення, методичні підходи і способи, які пропагують самодостатність і самозабезпечення. Початковою умовою тут виявляється метод відображення руху, коли «рух продукту формує людину» [64, с. 59], тому що впливає на нього за допомогою споживання певних частин праці, які відрізняються властивостями і своєю якістю. У технологічному процесі виробництва власник капіталу сприймає і забезпечує працівника як продуктивну діяльність, що сформувалася, тобто співставляючи органічні витрати з реалізацією його потенціалу. Працівник перетворюється на

носія підприємницької здатності, що забезпечує у виробничому середовищі прибуток, що спричиняє необхідність наявності в розпорядженні суспільства окремих сфер, галузей і ланок для розвитку людини і переходу її в іншу економічну якість.

Отже, у низці одержуваних доходів, необхідно подолати досягнутий рівень заробітної плати, що властиве процесу виробництва, і перейти до здобуття доходу, ренти, відсотка і т.п. за рахунок когнітивних чинників організації, управління та інтелекту. Тому у третьому секторі національної економіки – сфері послуг особливе значення приділяється саме клієнтам банків, як індивідуумам, з однієї сторони, і як носіям підприємницької функції (предмету використання підприємницьких навичок працівниками банків), з іншої.

Увага до персони клієнта не зменшується і завжди на часі, але тільки нещодавно набуло вжитку нове поняття, яке використовується стосовно клієнтів, – «клієнтоцентричність». Воно означає прагнення компанії зосередити всю свою діяльність навколо інтересів, потреб і цілей найважливішої для неї людини – клієнта. Але, як зауважує блог Customer Evangelism, попри той факт, що 56 % банків вважають себе клієнтоцентричними, лише 12 % споживачів погоджуються із цією оцінкою. Наведемо кілька порад для досягнення компанією клієнтоцентричності:

1. Важливо намагатися цілком і повністю сконцентруватися на досвіді клієнта. Для цього слід пересвідчитися в тому, що співробітники пройшли відповідні тренінги й володіють необхідними компетенціями, а також у тому, що рівень сервісу та підтримки відповідає заявленому рівню, який узгоджується із потребами клієнтів.

2. Необхідно пристосувати внутрішні процеси банку до потреб (вимог) ваших потенційних клієнтів. Банківським установам варто переосмислити підхід до власної організації і більш детально зосередитися на потребах клієнтів при створенні процесів компанії.

3. Варто залучати клієнтів до процесу створення та підтримки банківських продуктів. На жаль, банківські установи не завжди знаходять спільну мову зі своїми клієнтами у сфері інновацій. Утім, саме така взаємодія між клієнтами та банком є одним із найважливіших аспектів клієнтоцентричності. Більшість керівників і топ-менеджерів вважають за краще тримати клієнтів «у темряві» й не ділитися з ними своїми ідеями щодо розвитку. Але що найгірше – вони не запитують у клієнтів, яким вони хотіли б бачити їхній банк у майбутньому.

Прислухаючись до побажань клієнтів, банки зможуть створювати продукти з урахуванням потреб клієнтів і тим самим, закріпивши їхні стосунки, втримати в банку.

Використання цих простих і дієвих практик не перетворить банківську установу на клієнтоцентричну за один день. Але ці прості принципи стануть у нагоді кожному менеджерові, який твердо вирішив, що саме клієнт є найбільшою цінністю бізнесу.

Важливість клієнта не можна переоцінити, а те, що він є нематеріальним активом фінансової установи, дає можливість констатувати той факт, що він має свою власну вартість та впливає на подальший розвиток комерційного банку. До того ж завдяки тривалим стосункам клієнтів з банком виникають сприятливі умови для функціонування банківського мультиплікаційного процесу.

В Україні одночасно використовують два різних підходи до визначення та класифікації нематеріальних активів: вітчизняні положення бухгалтерського обліку та міжнародні стандарти фінансової звітності. Відповідно до міжнародних стандартів фінансової звітності розглядаються такі види нематеріальних активів підприємства [72]:

- пов’язані з клієнтами: списки клієнтів і клієнтських контрактів;
- пов’язані з технологіями: технології, патенти, програмне забезпечення, бази даних, ноу-хау;
- пов’язані з контрактами: ліцензії, роялті, ліцензійні договори й договори франчайзингу, права на користування ресурсами (водними, мінеральними, повітряними тощо), трудові договори;
- пов’язані з мистецтвом: літературні, художні та музичні твори, відео- й аудіовізуальні матеріали;
- пов’язані з маркетингом: права на знаки для товарів і послуг, угоди про відмову від конкуренції;
- не ідентифіковані нематеріальні активи: умовна вартість ділових зв’язків, репутація, імідж компанії, стосунки з постачальниками, персоналом, конкурентами.

У міжнародних стандартах фінансової звітності в першу чергу до нематеріальних активів відносять клієнтів, точніше клієнтську базу, якою володіє компанія. Оцінюючи українські банківські установи, потенційні іноземні інвестори й партнери все частіше звертають увагу не на ціну устатку-

вання чи будівель, а на вартість нематеріальних активів компанії. Така тенденція є загальносвітовою. За даними компанії Ernst&Young, у структурі власності найбільших світових корпорацій (у тому числі банківських) нематеріальні активи вже становлять більше половини загальної вартості компанії незалежно від сфери діяльності. Однією зі складових капіталізації бізнесу є відповідна оцінка та застосування нематеріальних активів, якими володіє підприємство.

Нематеріальні активи можна навіть передавати в заставу при отриманні банківського кредиту. Попри те, що така практика в Україні наразі не надто поширена (банкіри воліють видавати кредити під щось відчутніше, ніж добре ім'я), наявність у підприємства цінних нематеріальних активів, наприклад розрекламованої торгової марки й бездоганної кредитної історії, помітно полегшує отримання кредитів на вигідних умовах [72].

Моніторинг нематеріальних активів, як інструмент економічного аналізу, був розроблений у середині 1980-х рр. шведським ученим, доктором К.Свейбі. Він визначав три основні напрями аналізу нематеріальних активів компанії: зовнішню структуру, внутрішню структуру, а також компетентність людей. У спільній праці С.Авдєєва, Н.Козлова, В.Рутгайзера [2, с. 13] оцінка ринкової вартості клієнтели – нематеріального активу компанії також відбувається як поділ нематеріального активу на внутрішній і зовнішній. Такий поділ є свого роду «робочою класифікацією». В його основі нього лежить уявлення про вплив клієнтели на ризик ведення бізнесу, пов'язаний з конкретною частиною грошового потоку, який виникає завдяки нематеріальним активам, точніше, генерований ними. Іншими словами, виділяється та частина загального грошового потоку, яка припадає на зовнішній нематеріальний актив.

На переконання К.Свейбі, прибуток для організації створюють тільки люди (клієнти). Користь, яку приносять дії цих людей, а саме: продукція, послуги, патенти, авторські права тощо – свідчить про успішну роботу компанії; але джерелом усього цього є люди (клієнти). Вони й повинні вважатися генераторами всього прибутку компанії. Згідно з К.Свейбі, «дії людей перетворюються як у матеріальні, так і нематеріальні структури знань, що мають зовнішню (зовнішні структури) або внутрішню (внутрішні структури) спрямованість. Ці структури є активами, оскільки вони впливають на надходження доходів». К.Свейбі вважає людей єдиним наявним у компанії джерелом прибутку [7].

Клієнти мають неабияку цінність для компанії вже хоча б тому, що: по-перше, вони купують певні товари або послуги, а по-друге, вони, можливо, купуватимуть ці товари або послуги в майбутньому. І саме другий аспект повинен стати тією метою, до якої необхідно прагнути».

Ймовірність того, що теперішній клієнт і надалі користуватиметься фінансовими послугами банку в майбутньому, залежить від кількох чинників:

– розмір та інтенсивність повідомлень, які банк надсилає клієнту сьогодні й буде надсилати в майбутньому;

– наскільки ці повідомлення корисні для споживача;

– наскільки легко клієнтові звернутися до банківської установи у разі, якщо він потребує допомоги;

– наскільки чітко та вправно компанія працює із рахунками;

– наскільки споживачі відчувають турботу про себе чи, навпаки, байдужість з боку банку;

– наскільки легко знайти потрібну клієнтам інформацію на веб-сайті банку та наскільки легко сформувати замовлення;

– якої якості підтримку та сервіс пропонує банк;

– наскільки швидко банк відповідає на електронні й телефонні повідомлення.

Щоразу, коли банк спілкується з клієнтом, вислуховує або ж ігнорує його, клієнт робить певні висновки й формує про банк певне враження. Саме від цього враження залежатиме, чи буде мати бажання клієнт і надалі співпрацювати з банком. Більше того, банки повинні бути готові «показати на двері» тим клієнтам, які не створюють для них жодної (довгострокової чи хоча б короткострокової) цінності.

Згідно однієї з поширених методик оцінки вартості, створеної нематеріальними активами – Celemi – визначають три напрями аналізу нематеріальних активів: наші клієнти, наша організація, наші люди. Один із напрямів аналізу – наші клієнти – стосується зовнішніх структур взаємостосунків з клієнтами та постачальниками, торгових марок, контрактів, репутації або іміджу. За кожним з цих напрямів Celemi визначило ряд основних проблем, які, на переконання її фахівців, мають найбільший вплив на зміст підсумкової вартості «балансу нематеріального активу». Аналіз клієнтів Celemi не обмежується тільки вивченням сум, які надходять від них. Визначено три категорії клієнтів, по одній для кожної з трьох структур – зовнішньої, внутрішньої та компетент-

ності, – у розрізі яких проводиться аналіз. Кількість клієнтів, які опинились у кожній групі, дає змогу судити про «нематеріальну цінність» клієнтів у рамках даного портфеля замовлень.

Перша категорія. Клієнти, що поліпшують імідж, тобто мають у галузі позитивну репутацію й можуть порекомендувати компанію. Вони необхідні для залучення інших споживачів, які поліпшують зовнішню структуру Celemi.

Друга категорія. Клієнти, що поліпшують організацію, тобто вимагають пошуку нових для Celemi рішень і тим самим змушують компанію вдосконалювати колишні методи роботи або впроваджувати нові. Ця група споживачів поліпшує внутрішню структуру Celemi.

Третя категорія. Клієнти, що підвищують компетентність. Це клієнти, надання яким необхідних послуг або товарів вимагає від службовців Celemi набуття нових навичок. Така група споживачів допомагає підвищувати компетентність службовців.

Кілька додаткових показників покликані дати повне уявлення, наприклад, про стабільність клієнтської бази. Так, повторні замовлення відображають те, що клієнт задоволений як послугами або продукцією фірми, так і мірою її лояльності. Клієнти, які купують відповідну продукцію тривалий час, – це цінні активи, оскільки первісна вартість таких активів невисока. Стимулювання росту продажів уже наявним клієнтам – один з найбільш економічних способів підвищення доходів компанії.

Інформація про нематеріальні активи Celemi публікується у вигляді додатку до балансу. Вона містить у собі перелік отриманих даних і, що більш важливо, пояснення у вигляді приміток, яке допомагає керівництву інтерпретувати представлену аналітику. Ці примітки – важлива частина всього монітора, призначеного для того, щоб надати особам, зацікавленим у розвитку компанії, більш чітке уявлення про її справжню вартість [7].

Складність проблеми оцінки вартості грошей відзначалася багатьма дослідниками. Зокрема, М.Туган-Барановський вважав, що: «Складність проблеми цінності грошей полягає в тому, що цінність грошей керується зовсім іншими факторами, ніж цінність товарів, тому теорія цінності грошей не може бути отримана дедукцією із загальної теорії цінності товарів. Непридатність трудової теорії до цінності грошей випливає вже з того, що цінність мають не тільки металеві гроші, виготовлені з матеріалу, який має трудову вартість, але й нерозмінні паперові гроші, що ніякої трудової вартості в собі не мають» [203,

с. 65]. Крім того, М.Туган-Барановський відзначав неможливість об'єктивної оцінки вартості грошей: «...цінність грошей є явищем зовсім іншого порядку, ніж цінність будь-якого товару. Цінність товару є результатом більш-менш свідомих оцінок осіб, що споживають і виробляють цей товар. Навпаки, цінність грошей є зовсім несвідомим стихійним продуктом загальної кон'юнктури товарного ринку» [203, с. 76].

Звернемося до досліджень О.Кендюхова, у яких він подає детальну класифікацію інтелектуального активу та їхні види [83, с. 55]:

- персоніфікований капітал – пов'язані з роботою знання й уміння, творчі здібності, освіта, професійна кваліфікація, лояльність, ціннісні установки персоналу, психометричні характеристики;
- техніко-технологічний капітал – винаходи, корисні моделі, промислові зразки, патенти, виробничі секрети (ноу-хау), права на дизайн;
- інфраструктурний капітал – інформаційні технології, бази даних, організаційна структура, філософія управління, корпоративна культура, ділове співробітництво;
- клієнтський капітал – стосунки з покупцями, контракти, портфель замовлень, франшизи, ліцензійні угоди;
- марочний капітал – торговельні марки, товарні знаки, корпоративна марка (ім'я), марки обслуговування, сюди ж відноситься імідж підприємства або його ділова репутація.

Вагомий внесок в теорію клієнтоцентричності зробив Х.Сент-Онж, започаткувавши 1993 р. концепцію «клієнтського капіталу». Розпочавши дослідження зі співвідношення між людським, структурним і фінансовим капіталами фірми, він зробив висновки про те, що для комерційного успіху в довготривалій перспективі перші два типи капіталу повинні зосередитися на пов'язаних з клієнтом інтересах. Отже, фірма створює запас капіталу навколо її клієнтів, який Х.Сент-Онж назвав клієнтським капіталом. Загалом модель Х.Сент-Онжа доводить, що довгостроковий прибуток утворюється при злитті людського, структурного та клієнтського капіталів [232]. Це доводить той факт, що клієнт впливає на формування капіталу фінансової установи. У результаті нарощення клієнтської бази комерційний банк тим самим збільшує свій капітал і залишки на рахунках.

Відкриття філій у зарубіжних країнах надає комерційному банку можливість вийти на нові ринки фінансових капіталів. До нового фінансового

капіталу ми відносимо клієнтів з їхніми активами (грошовими коштами), бо іноземні клієнти мають у своєму розпорядженні більші грошові запаси. Комерційний банк, який вийде на цей ринок, зможе за рахунок іноземних клієнтів вирішити проблему, пов'язану з нестачею грошових коштів на депозитних рахунках. Також такий стратегічний хід дозволить отримати додатковий прибуток від роботи на міжнародному ринку грошового мультиплікатора. Основу особливої ролі комерційних банків в інвестиційному процесі становить, передусім, унікальний механізм формування кредитних ресурсів, яким володіє винятково банківська система.

Особливу роль і значення у формуванні капіталу відіграє національна банківська система. Її провідна роль обумовлена не тільки тим, що банки здійснюють вкладення фінансових ресурсів (що значно ефективніше матеріальних), а є найбільш великими суб'єктами фінансування за обсягом ресурсів. Банківська система в цілому має унікальну технологію (механізм) формування, концентрації і примноження фінансових ресурсів, що дозволяє їй здійснювати капіталовкладення навіть в умовах повної відсутності нагромаджень в економіці.

Розмір цього перехідного залишку від одного банківського операційного дня до іншого залежить від таких чинників:

− кількість клієнтів комерційного банку та розмір обороту коштів за поточними рахунками клієнтів;

− різниця між сумою отриманих коштів на рахунки клієнтів і сумою вихідних платежів.

Розмір залишків коштів, що знаходяться на рахунках клієнтів, коливається в часі в кожному конкретному банку через різницю між вихідними і вхідними сумами платежів. Але сума залишків на рахунках усієї банківської системи залишається незмінною. Це відбувається внаслідок того, що вихідні платежі одного комерційного банку є вхідними для іншого й навпаки.

Цей вид банківських ресурсів є основою механізму високої рентабельності й прибутковості банківської системи навіть в умовах економічної кризи. Так відбувається тому, що перехідний залишок коштів клієнтів комерційних банків є тимчасово незатребуваним і може бути використаний банком на інші цілі, тобто для здійснення кредитування інших суб'єктів регіональних економічних відносин. Залишки на рахунках клієнтів вигідно відрізняються від інших джерел формування банківських ресурсів (наприклад, депозитів або

акціонерного капіталу) тим, що вони є безкоштовними (або майже безкоштовними) джерелами формування фондів кредитування. У той час, коли з акцій банку, депозитів або інших видів вкладів комерційний банк повинен сплачувати відсотки, дохід банку становить різницю між сумою отриманих відсотків і відсотків, сплачених за вкладами, і називається маржею. В умовах, коли за ресурси у вигляді залишків на рахунках клієнтів платити не потрібно (або майже не потрібно), розмір доходу комерційного банку різко зростає. Цим і викликана велика конкурентна боротьба комерційних банків регіону за своїх клієнтів.

Найважливішою особливістю формування кредитних ресурсів комерційного банку з тимчасово вільних залишків на розрахункових рахунках клієнтів є те, що банк формує кредитні ресурси за допомогою коштів клієнтів незалежно від того, які операції вони здійснюють. Тобто незалежно від того, як розпоряджається клієнт своїми доходами – витрачає їх на споживання або нагромадження (капіталізацію), вони слугують для формування кредитних ресурсів комерційного банку. Для формування кредитних фондів банку достатньо самого факту грошових доходів клієнта, тому що грошові (фінансові) доходи суб'єкта регіональних відносин можуть бути отримані тільки на поточний рахунок у банку. Відповідно, навіть в умовах, коли всі клієнти комерційних банків спрямовують усі свої доходи на споживання, окремі комерційні банки і вся банківська система в цілому може формувати кредитні ресурси (кошти для капіталізації), створювати новий капітал [149, с. 20].

Важливим є те, що розмір фінансово-кредитних можливостей окремого комерційного банку, утворений за рахунок доходів його клієнтів, так само є основою механізму створення нових фінансових ресурсів, але вже і всієї банківської системи в цілому. Це є знаковою особливістю впливу банківської системи на процеси створення і розподілу капіталу, що відбувається за допомогою грошового мультиплікатора й специфіки формування банківських ресурсів. Суть мультиплікаційного механізму полягає в тому, що при кредитуванні комерційний банк через перерахування тимчасово вільних коштів клієнтів на рахунки позичальників збільшує кількість коштів, що перебувають в обігу, тобто поповнює поточні рахунки інших підприємств (збільшує доходи інших підприємств). Розмір коштів, що збільшився, на розрахункових (поточних) рахунках первісних одержувачів ресурсів знову збільшує фінансові можливості комерційного банку, який використовує їх для нових інвестицій.

Так відбувається до повного використання кредитних ресурсів банківською системою. Єдиним чинником, що обмежує мультиплікаційний ефект, є норма (розмір) обов'язкового резервування [149, с. 23].

Мультиплікаційний ефект і його зв'язок із промисловими циклами висвітлений у роботах М.Туган-Барановського: «Що стосується кредиту, то й розмір кредиту здатний зазнавати занадто значних змін, незалежно від кількості грошей. За незмінної кількості грошей кредит може помітно збільшуватися або, навпаки, зменшуватися. Саме в такий спосіб виникають кон'юнктурні коливання, якими супроводжується рух промислового циклу» [203, с. 51–52].

Фактично йдеться про те, що грошова маса в обігу може істотно збільшуватися завдяки кредитній активності банків за незмінної грошової бази. Крім того, зміна норми резервування впливає на грошовий мультиплікатор. Чим більшою вона є, тим меншим буде грошовий мультиплікатор.

Збільшення норми резервування. При збільшенні норми резервування збільшується норма обов'язкових резервів і зменшується сума надлишкових резервів банків і, отже, зменшується можливість банків для надання позик. Комерційний банк почне скорочувати строки надання позик, тобто прискорить строк їх погашення. Отримавши виплати з наданих позик, банк буде спроможний надавати нові позики на меншу суму, ніж за попередньої норми резервування. Для збільшення своїх резервів банк може продати частину облігацій, а виторг зарахувати до резервів. При збільшенні норми резервування скоротиться пропозиція грошей. Якщо попит на гроші навіть не зміниться в абсолютному вимірі, то він збільшиться відносно пропозиції. Це призведе до зростання процентної ставки.

Зменшення норми резервування. При зменшенні норми резервування в комерційних банках зменшується норма обов'язкових резервів. Відповідно, збільшується сума надлишкових резервів і, отже, збільшуються можливості банку надавати позики.

При цьому норма обов'язкового резервування виконує такі найважливіші суспільно-економічні функції:

- керування надійністю банківської системи Національним банком України.

- регулювання фінансово-кредитних можливостей регіональної банківської системи, тобто керування процесами нагромадження (капіталізації) і споживання в регіоні.

Саме тому під час загострення кризових явищ в економіці Національний банк зменшує норму резервування, стимулюючи тим самим накопичувальні тенденції, і збільшує її за відносної стабілізації, підвищуючи надійність банківської системи. Питання виникнення і зниження різних ризиків займає особливе місце у фінансовій теорії і практиці, інвестиційній діяльності й економіці в цілому.

Отже, завдяки унікальним банківським механізмам і технологіям провідне місце в процесі створення й розподілу капіталу займає регіональна банківська система.

Необхідно особливо підкреслити, що в основі формування кредитних ресурсів комерційних банків лежать, як це не дивно на перший погляд, нефінансові (банківські) капітали, тобто негрошові кошти акціонерів або залучені (запозичені) кошти.

В основі надприбутковості, колосальної економічної ефективності та великих фінансово-кредитних можливостей регіональних комерційних банків і всієї банківської системи лежить унікальна технологія банківської справи, унікальний механізм створення кредитних ресурсів. Саме технологія банківської справи, заснована на двох принципових її відмінностях від усіх інших суб'єктів господарських відносин, враховуючи державу, а не фінансовий капітал самих банків, ставить регіональну банківську систему в центр процесів створення і розподілу капіталу та на вершину фінансової піраміди, що регулює процеси нагромадження й споживання в регіоні.

У класичному розумінні дохід, що використовується для нагромадження у вигляді кредитних ресурсів комерційних банків для створення основних матеріальних або інших фондів, є основою для одержання прибутку або надприбутку в майбутньому у вигляді економічної віддачі від використання цього капіталу, тобто матеріальних й інших фондів. Згадаємо відому формулу К.Маркса: гроші – товар – нові гроші, або іншу відому його теорію, в основі якої лежить твердження про те, що капіталіст, він же власник капіталу (тобто накопичених раніше матеріальних, фінансових й інших засобів виробництва), наймає робітників для виробництва суспільно корисного продукту з метою його продажу й одержання доходу. Велика частина цього доходу у вигляді додаткової вартості дістається капіталісту, тому що саме він є власником засобів виробництва, тобто власником капіталу. Іншими словами, саме капітал, на думку класика, лежить в основі доходу, додаткової вартості або надприбутку.

Основою доходу й надприбутку банківської системи є не капітал, а унікальна технологія, унікальний механізм створення, використання і примноження кредитних ресурсів як продукт інтелектуальної діяльності та суспільної економічної думки.

В умовах науково-технічного прогресу й ринкових відносин найбільш важливим, найбільш економічно доцільним і реальним капіталом є прогресивні сучасні технології й інші продукти наукової та інтелектуальної діяльності людей як основи для одержання доходу та його нагромадження (капіталізації) для держави, регіону й людини.

Особливе місце в розвитку наукової думки, здатної створювати технології, що є реальним капіталом в умовах ринкових відносин, займає економічна наука. Саме цим пояснюються великі матеріальні та фінансові капіталовкладення в наукові дослідження, стимулювання інтелектуальної діяльності і розвиток освіти в країнах з розвинутою ринковою економікою.

Унікальною особливістю банківської технології, здатної створювати і збільшувати фінансові ресурси, є її суспільно-соціальне значення. У ринкових умовах банкір, керуючий приватним банком, розв’язує проблеми не тільки власника, а й трудового колективу, що знаходиться в його підпорядкуванні. Фінансово-кредитна діяльність комерційного банку впливає на розвиток економіки регіону і країни, на створення ресурсів і формування національного доходу та національного багатства всього суспільства, розвиток накопичувальних і споживчих тенденцій, економічну надійність і безпеку суспільства тощо.

Аналіз розвитку фінансових установ протягом останніх 30 років свідчить про те, що конкуренція є ключовим чинником у процесі формування стратегії. Терміни «конкурентна перевага», «конкурентоспроможність» міцно закріпилися в корпоративній лексиці. Фінансові установи створюють нові стратегічні кроки та закликають своїх менеджерів знаходити нові рішення заради отримання переваги перед конкурентами.

Така одержимість ідеями конкурентної боротьби виникла в далекі 70-ті рр. минулого століття, коли світ став свідком потужного злету японської економіки. Одна за іншою провідні західні компанії, працюючи в різних сферах – від автомобільного та будівного виробництва до ринків побутової електроніки або одягу – почали відчувати явний тиск зі сходу.

У кінці 1980-х рр. у стратегічному менеджменті виникло поняття «конкурентна стратегія». Зміст цього поняття полягав у тому, що зліт і падіння

компанії обумовлюються конкурентною боротьбою. Доцільність діяльності компанії, у свою чергу, визначається винятково міркуваннями конкуренції.

За останні 30 років понятєвий апарат економіки розвивався, трансформувався, тому сучасні поняття «конкурентоспроможність» і «конкурентна перевага» значно відрізняються від змісту та рекомендацій підручників 80–90-х рр. XX ст. Зміни, які відбулися на фінансовому ринку, відповідно вплинули на методи ведення конкурентної боротьби [153, с. 14]. Звернемо увагу на визначення понять «конкуренція» та «конкурентоспроможність».

Конкуренція (англ. competition) – суперництво, боротьба за досягнення кращих результатів у сфері діяльності; суперництво між товаровиробниками за більш вигідні умови, розширення і завоювання ринків. Конкуренція буває несумлінна, недосконала, цінова та чиста. Конкурентоспроможність (англ. competitiveness) – можливість здійснювати свою діяльність за умови відкритого ринку й залишатися тривалий час прибутковим підприємством. Існує чотири основні чинники, що визначають рівень конкурентоспроможності: технологія, наявність капіталів, людських ресурсів, стан зовнішньоекономічної діяльності [149, с. 139].

Конкурентна перевага – це становище фірми на ринку, яке дає змогу їй долати сили конкуренції та приваблювати покупців. Конкурентні переваги створюються унікальними матеріальними та нематеріальними активами, якими володіє підприємство, тими стратегічно важливими для даного бізнесу сферами діяльності, що допомагають перемагати в конкурентній боротьбі. Основою конкурентних переваг, таким чином, є унікальні активи підприємства чи особлива компетентність у сферах діяльності, важливих для даного бізнесу. Конкурентні переваги, як правило, реалізуються на рівні стратегічних одиниць бізнесу та є основою ділової (конкурентної) стратегії підприємства.

Розвиток конкуренції в українській економіці в цілому, і зокрема в її банківському секторі, є закономірним процесом, що стосується інтересів не лише виробників і споживачів банківських послуг, але й усього суспільства. Конкуренція прямо впливає на рівновагу на банківському ринку й тим самим на стабільність банківської системи та всієї грошово-кредитної сфери, досягнення яких є одним із найпріоритетніших напрямів сучасного етапу розвитку ринкової економіки України [2]. Про це свідчить той факт, що в новій редакції Закону України «Про банки та банківську діяльність» є окрема стаття 53 «Забезпечення конкуренції у банківській системі», яка регламентує умови конкуренції в цій сфері [168].

Для ринкового господарства XVIII ст. була характерна вільна конкуренція. Її феномен детально дослідив А.Сміт [193], якому належить вислів щодо «невидимої руки конкуренції». На рубежі XIX й початку XX ст. конкуренція в усіх країнах становила одну з динамічних сил економічного прогресу. Протягом XX ст. у найрозвинутіших країнах світу вводиться механізм регулювання конкуренції, тобто встановлення «правил гри», коли підприємства та фірми намагаються запровадити нові принципи суперництва. Їхня суть полягає в тому, що підприємці діють не наосліп, силою витісняючи один одного з ринку, а за допомогою маркетингу детально вивчають ринкові можливості, його кон'юнктуру. Це значною мірою «заземлює» напругу виникнення кризи надвиробництва, оскільки зі споживачем наперед узгоджуються обсяги, номенклатура, умови й терміни реалізації продукції [234].

На початку XXI ст. банківська конкуренція стає однією із центральних проблем вітчизняної економічної науки й банківської справи. А це викликає необхідність комплексного вивчення не лише природи та суті банківської конкуренції, але й створення сучасного механізму управління конкурентоспроможністю як важливим процесом банківської діяльності й розроблення необхідного методологічного та аналітичного апарату.

Традиційні способи підвищення конкурентоспроможності банку аналогічні звичайним маркетинговим рішенням, що властиві для всіх без винятку підприємств, і специфічним методам, що враховують особливість банківських процесів і механізмів, тобто специфіку комерційного банку як особливого підприємства зі специфічними, властивими тільки йому якостями. Звичайні методи розглянуто багатьма фахівцями та науковцями. За цим напрямом надрукована велика кількість навчальних підручників, монографій, наукових статей, доповідей тощо. Можна назвати лише ті напрями підвищення конкурентоспроможності, що властиві саме банку та банківській системі. Напрями підвищення конкурентоспроможності банку ґрунтуються на специфіці механізмів формування, збереження та збільшення банківського капіталу. Їхня класифікація може бути подана таким чином:

1. Збільшення та вдосконалення банківських активів і капіталу:

- збільшення розміру власного капіталу банку;
- збільшення розміру залучених ресурсів;
- оптимізація структури банківського балансу.

2. Розвиток мережі банківських філій і регіональних представництв (є найактуальнішим для України в сучасних економічних умовах):

− збільшення кількості банківських філій на вітчизняному ринку банківських продуктів;

− оптимізація організаційної структури та розміщення регіональних філій і представництв;

− відкриття та розвиток закордонних представництв і філій банку.

3. Розвиток банківських продуктів:

− збільшення асортименту банківських продуктів (за рахунок впровадження інновацій та використання досвіду вітчизняних і закордонних банків);

− підвищення якості банківських послуг через урахування потреб споживачів (особливу увагу треба приділяти клієнтам – фізичним особам);

− підвищення ролі реклами, наукових досліджень, сучасних методів комунікацій при просуванні банківських продуктів;

– оптимізація цінової політики на банківські продукти.

4. Підвищення фахового рівня працівників банківської системи:

− чітке дотримання рекомендацій Національного банку України щодо прийняття на роботу тільки фахівців з відповідним рівнем освіти (вища юридична або економічна освіта, бажано за профілем працевлаштування);

− постійне підвищення кваліфікації працівників (стажування, семінари, тренінги, друга вища освіта тощо);

− підвищення мотивації працівників до ефективної роботи (мотивація матеріальна, корпоративний дух, індивідуальний підхід до працівника тощо).

5. Поліпшення іміджу банку та підвищення довіри до нього:

− створення позитивного образу через благодійні акції і заходи;

− інвестування (окреме або консолідоване) інвестиційних проектів національного масштабу, підтримка стратегічних галузей економіки України;

− жорстка політика боротьба та запобігання незаконним фінансовим операціям, тіньовим схемам, механізмам уникнення оподаткування, конвертаційним технологіям, «відмиванням брудних» грошей тощо.

Важливим чинником, що впливає на ефективність функціонування банківського капіталу, є чинник власності. Він безпосередньо впливає на стратегію банку, ефективність використання його ресурсів, конкурентоспроможність, способи та напрями подальшого розвитку банківських технологій. Вплив цього чинника на конкурентоспроможність банку майже не висвітлюється у вітчизняній літературі, тому доцільно детальніше розглянути це питання.

Більшість банків, які були засновані на території України, не відповідають критеріям міжнародних стандартів банківського бізнесу. Уніфікація якості обслуговування клієнтів, автоматизована система ведення документації, введення в дію нових розробок у галузі інформаційних технологій та швидкість обслуговування клієнтів – перевага іноземних банків.

Розгляд банківської конкуренції неможливий без аналізу міжнародного аспекту їхньої діяльності з урахуванням специфіки світового ринку банківських продуктів. Як визначає Б.Суховірський [198, с. 71], необхідна розробка теоретичних і прикладних проблем у рамках нового наукового напряму – геоекономіки, що набула розвитку у світовій економічній науці в умовах посилення процесів глобалізації і регіоналізації. Геоекономіка може трактуватися як геополітична економіка з огляду на вплив зовнішніх чинників на регіональний розвиток. У рамках геоекономіки України особливо актуальним є поєднання внутрішніх особливостей із впливом світового ринку. Таким чином, геоекономіка висуває підвищені вимоги до економічних досліджень, що повинні поєднувати знання про особливості світової економіки й міжнародних відносин із професіоналізмом стосовно певного регіону.

Сьогодні майже всі банки, працюючи на фінансовому ринку України, переймаються проблемою переходу до умов динамічної та зростаючої конкуренції. Надмірний консерватизм і відмова від активної конкурентної боротьби, викликана намаганням скоротити витрати на розробку нових видів послуг, призводять до того, що банки, маючи деякий період позитивного балансу й високого рейтингу надійності, з часом починають втрачати клієнтів, які є нематеріальним активом банку, тим самим погіршуючи свій економічний стан. З огляду на це, необхідно розробити для кожного банку нову довгострокову стратегію з урахуванням побудови довгострокових відносин з клієнтами, орієнтовану на збереження і підвищення його конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність і міцність комерційного банку залежать від клієнтської бази, яка в ньому обслуговується, та майбутніх планів клієнтів на цей банк. Конкурентоспроможність комерційного банку в сучасних умовах визначається ступенем його відповідності потребам клієнтів і значними темпами зростання його клієнтської бази. Конкуренція, що зростає на ринку банківських послуг, загострюється входженням на банківський ринок України та активною діяльністю іноземних банків, змушує банкірів пов’язувати своє майбутнє з розвитком бізнесу клієнтів, їхніми стратегічними цілями та

завданнями. Те, що є важливим для клієнтів, комерційному банку необхідно врахувати та реалізувати у своїх фінансових послугах. Така стратегія дасть можливість побудувати довгострокові стосунки, необхідні фінансовій установі для підтримки та розвитку своєї конкурентоспроможності.

Привабливість банківських послуг для клієнта визначається чинниками як економічного, так і неекономічного характеру.

Економічні чинники, що визначають цінність банку для клієнта, а отже, його конкурентоспроможність, охоплюють:

– витрати клієнта (тарифи банку) на отримання послуг;
– витрати часу клієнтом, емоційні витрати;
– ефект від використання операцій (послуг) банку.

Неекономічні чинники пов'язані з можливостями банку щодо вирішення проблем клієнта, які виникають у стосунках з органами державної і муніципальної влади, постачальниками та підрядниками, іншими фінансовими установами та іншими банками, а також можливостями банку з надання клієнту консалтингових та інших послуг, що допомагають розвитку бізнесу клієнта. Надійність банку й можливості збереження комерційної таємниці, таємниці операцій, що проводять клієнти, ще довго будуть важливим неекономічним чинником, який визначає вибір банку клієнтом [153, с. 17].

Оцінку конкурентоспроможності комерційного банку проводять як конкуренти, так і клієнти та іноземні інвестори, для яких конкурентоспроможність банку адекватна його інвестиційній привабливості. Тому сьогодення диктує нові умови, у яких інвестор враховує всі чинники, що впливають на побудову стосунків між клієнтом та банком і роблять їх більш тривалими та стабільними. Саме іноземні інвестори зацікавлені в тому, щоб фінансова установа, яку вони мають бажання придбати, була конкурентоспроможною.

Це питання розглядається у працях І.Брітченко [32; 33; 34], де на основі стосунків між банком і клієнтом було обґрунтовано й розкрито природу функціонування мультиплікаційного ефекту при формуванні та функціонуванні банківського капіталу, оптимізації регіональної структури розвитку мережі банківських філій, дослідження впливу міжнародних мультиплікаційних і розрахункових операцій на доцільність інтеграції економіки України до європейського економічного простору та єдиної європейської валюти.

Особлива роль у сучасних дослідженнях банківської системи України належить удосконаленню наявних механізмів залучення та утримання вже

сформованої клієнтської бази з побудовою довгострокових стосунків між фінансовою установою і клієнтом за рахунок упровадження нових інструментів, технологій, адаптації до різних потреб клієнтів. Яскравим прикладом такої адаптації є дослідження цілого ряду питань, актуальних для комерційних банків: який строк є оптимальним при отриманні споживчого чи іпотечного кредиту? На який строк банку вигідніше надавати кредити? Який клієнт є більш цінним: той, хто отримав кредит, або той, хто розмістив депозит? Які строки будуть вигіднішими для комерційного банку? Яка фінансова цінність кожної з цих двох груп клієнтів? Дослідження та наукове обґрунтування відповідей на ці запитання дозволять розробити оптимальну стратегію для різних груп клієнтів. При довгостроковому обслуговуванні клієнтів їх фінансова цінність для банку починає зростати, однак не слід забувати й про відсоток тих клієнтів, які є боржниками. Отже, користі від таких клієнтів мало, й банку потрібно робити все необхідне для того, щоб призупинити їхні стосунки, але при цьому в клієнтів повинні залишитися добрі відчуття від обслуговування в цьому комерційному банку. Це дасть можливість уникнути критичних відгуків про банк, негативної реклами, яка може зменшити кількість потенційних клієнтів.

Функціонування кредитного мультиплікатора банківської системи розвинутих країн ґрунтується на безкоштовних валютних ресурсах третіх країн, зокрема України, і має деякі принципові відмінності від функціонування кредитного мультиплікатора української банківської системи й банківських систем інших країн. Найбільш істотними відмінностями є:

– значно більший розмір залишків на валютних рахунках порівняно із залишками на рахунках національних банківських систем;

– більш низький норматив резервування в банківських системах США та Європи.

Ці та інші особливості дають змогу банківським системам розвинутих країн значною мірою збільшувати безкоштовні ресурси, що забезпечує цим країнам надлишок фінансових ресурсів і пріоритетність проблеми їхнього ефективного інвестування над проблемою пошуку фінансових ресурсів.

Цим і пояснюється зацікавленість іноземних банківських холдингів у відкритті філій на території України. Транснаціональні банківські системи, що відкривають кореспондентські рахунки для здійснення міжнародних платежів, здійснюють інвестування створених за допомогою мультиплікатора фінансових ресурсів в економічне поле регіонів, що розвиваються, а також України через:

- прямі іноземні інвестиції в суб'єкти регіональної економіки;
- надання міжнародних кредитів регіональним комерційним банкам;
- надання позик українській державі або органам місцевої виконавчої влади.

Окрім обслуговування зовнішньоекономічних платежів регіональних клієнтів, комерційні банки так само можуть розміщувати свої власні валютні кошти на кореспондентських рахунках за межами економічного простору України та регіону. Цей процес регулюється НБУ змінами нормативів валютної позиції і положенням про відкриття рахунків в іноземних банках-кореспондентах. Комерційні банки найчастіше збільшують залишки власних валютних коштів на кореспондентських рахунках міжнародних банківських систем з метою запобігання валютним ризикам або для акумулювання коштів для здійснення спекулятивних операцій на міжнародному фінансовому ринку.

Для мінімізації відтоку іноземної валюти, підтримки стабільного курсу національної валюти, а також максимально ефективного функціонування національного кредитного мультиплікатора вважається доцільним регулювання міжнародних валютних операцій Національним банком України, підтримкою нормативу відкритої валютної позиції, що в кілька разів перевищує (2–3 рази) норматив резервування. Така політика НБУ буде стимулювати банківську систему перерозподіляти ресурси клієнтів і свої власні кошти в національні кредитні технології.

Створення й збільшення довжини валютної позиції свідчить про неефективність мультиплікаційного ефекту в регіоні, точніше, про його менш ефективне функціонування порівняно з процесами у світовій економіці. У масштабі світових господарських відносин, глобалізації міжнародного поділу праці та на рівні світових фінансових ринків під регіоном доцільно розуміти територію вільного обігу конкретної національної грошової одиниці, зумовлену сукупністю правових й економічних умов. Україна при цьому виступає як єдиний регіон, що чітко збігається з географічними кордонами держави. Проте валютна позиція впливає на функціонування банківського капіталу в регіонах, що є частинами цього географічного простору.

Відкривши філії в іноземних країнах, комерційний банк отримує доступ до значних грошових ресурсів більш заможних і платоспроможних клієнтів. Таким чином, українські комерційні банки отримують можливість працювати на ринку зі стабільним економічним становищем, дешевшими ресурсами, які

також створюють сприятливі умови для функціонування мультиплікаційного процесу та в подальшому впливають на стабільність та конкурентоспроможність комерційного банку. Також робота філій у зарубіжних країнах допоможе залучити необхідну дешевшу ресурсну базу, що дасть змогу знизити витрати на утримання дорожчих депозитних портфелів, залучених в Україні.

Говорити про участь у міжнародних мультиплікаційних процесах можна лише в тому разі, якщо українська банківська система матиме таку кількість регіональних представництв за межами України, яка уможливить формування ресурсів в обсязі, здатному істотно вплинути на ресурсну базу національної банківської системи, або в разі, коли національна валюта України стане засобом міжнародних розрахунків, а іноземні банки будуть об'єктивно зацікавлені в постійних перехідних гривневих залишках на поточних кореспондентських рахунках в українських банках для здійснення міжнародних платежів своїх клієнтів.

Об'єктивні передумови для створення таких економічних умов зараз відсутні. Українська банківська система виступає об'єктом, завдяки якому інші держави, міжнаціональні й транснаціональні компанії та фінансові організації багаторазово примножують і перерозподіляють свої активи за рахунок участі в безкоштовних фінансових ресурсах у вигляді перехідних валютних залишків на кореспондентських рахунках в іноземних банках української банківської системи та її регіональних клієнтів, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність.

Українські вчені-економісти, банкіри й політики так само, як учені та практики інших держав, що не належать до країн з вільноконвертованою валютою, не мають реальної можливості підрахувати економічний та мультиплікаційний ефекти від використання національних валютних цінностей на рахунках за межами країни через комерційну, політичну, соціальну й навіть міжнародну таємницю. Але очевидний той факт, що цей ефект у десятки, сотні, а можливо, і більшу кількість разів перевищує економічний ефект від національного кредитного мультиплікатора.

Це відбувається внаслідок того, що:

– міжнародні банківські системи зосереджують у собі великі ресурси з різних регіонів планети, які істотно перевищують ресурси української банківської системи;

– міжнародні банківські системи мають у своєму розпорядженні велику кількість філій і регіональних представництв, практично у всіх країнах і регіонах, що забезпечує високий ступінь внутрішньобанківського мультиплікаційного ефекту й надає можливість досить ефективно маніпулювати податковим законодавством різних держав;

– норма резервування найбільших регіональних представництв міжнародних банківських систем, розташованих в економічно розвинутих країнах Європи й Америки, є істотно меншою норми резервування центральних банків більшості країн, які розвиваються, що забезпечує великий ступінь оборотності й збільшення капіталу міжнародних банківських систем.

Банківська система України являє собою канал, яким частина ВВП України через неефективність функціонування технологій створення і примноження капіталу банківською системою України перерозподіляється в банківські системи країн із більш ефективною фінансовою інфраструктурою, виступаючи фундаментом для створення додаткового прибутку (надприбутку) у розвинутих країнах і їхніх банківських системах. Знову створений капітал із економічно розвинутих країн надходить через інвестиційні компанії або у вигляді державних позик у країну походження фінансових ресурсів, що лежать в основі створення цього надприбутку, але вже на принципах платності, тобто з урахуванням виплати відсотків з кредитів і державних позик, або інших привілеїв і конкурентних переваг для себе. Підтвердженням тому постає динаміка міжнародної валютної позиції України, обсягів українського експорту, іноземних інвестицій і валового національного продукту [149, с. 37].

Особливо важливим є той факт, що обсяг іноземних інвестицій у Національну банківську систему України відбувався на фоні істотного скорочення кількості вітчизняних комерційних банків і погіршення міжнародної валютної позиції України. Тобто, обсяг прямих іноземних інвестицій в економіку України, враховуючи й інвестиції в національну банківську систему, залежить від обсягу залишків на рахунках українських банків, а не від реальних макроекономічних показників і реального стану справ у фінансовому секторі української економіки [149, с. 44].

Разом з тим у сучасних економічних умовах українські банки мають альтернативні механізми підвищення власної конкурентоспроможності при одночасному підвищенні конкурентоспроможності всієї банківської системи.

До таких механізмів можна віднести механізм упровадження та просування інтегрованих банківських послуг з урахуванням вимог потенційних клієнтів. Одночасно потрібно зробити наголос на тому, що будь-який механізм, який здатен суттєво підвищити конкурентоспроможність банківської системи без застосування в комплексі з іншими інструментами регулювання та розвитку ринку банківських продуктів та інтенсифікації процесів суспільного відтворення на макроекономічному рівні, не спроможний кардинально змінити ефективність функціонування будь-якого банку.

З урахуванням клієнтських потреб та останніх досягнень українських та іноземних банків безперервно повинна відбуватися інноваційна діяльність, яка містить у собі нову маркетингову стратегію та процес розробки й упровадження нових, більш конкурентних банківських продуктів. Комерційному банку треба мати індивідуальні динамічні можливості швидко впроваджувати й реалізовувати те, що необхідно клієнтам, швидко адаптуватися до змін у бізнес-процесах. Банк повинен постійно турбуватися про привабливість свого бренду, іміджу, ефективність бізнес-процесів, оргструктури та інших нематеріальних активів. Усі ці особливості зумовлені кваліфікацією, ініціативою та професійністю працівників.

РОЗДІЛ 3
ОЦІНКА ВАРТОСТІ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ: МЕТОДИ ТА МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ

3.1. Методи оцінки клієнтської бази комерційного банку

Покращення економіки країни залежить від періодичного стимулювання розвитку фінансових посередників, які працюють на фінансовому ринку країни. Насамперед це стосується діяльності банківського сектору, що займає особливе місце в економічному розвитку України. Підвищення темпів економічного зростання держави та збільшення розміру залучених інвестицій залежать від ефективної роботи банківської системи. Розвиток банківського сектору країни залежить, у свою чергу, від створення сприятливих умов для залучення іноземних інвесторів.

Проведення оцінки ринкової вартості банку та його комерційної діяльності відносять до специфічного виду оцінки, тому що банк за своєю природою є кредитною установою. Проведення оцінки та визначення реальної вартості комерційного банку є надзвичайно складним процесом. Спочатку проводиться загальна оцінка комерційного банку – аналіз звітності, який містить у собі таку інформацію: сукупні активи, капітал, клієнтську базу, діючий портфель кредитів та цінних паперів, прибуток, економічні нормативи, наявність ліцензій на здійснення банківської діяльності, входження до системи гарантування виплат банківських вкладів, перелік основних великих (багатих) клієнтів, перелік відділень та філій, що діють, дочірніх компаній, оцінка частки ринку з послуг, рівень автоматизації (операційний день, автоматизація зі звітності та продуктів).

Наступним кроком є збір якомога повнішої інформації про акціонерів – повний перелік складу акціонерів, потім проводиться аналіз ступеня участі кожного з них, відтворюється історія зміни попередніх власників (у разі, якщо такі були).

Далі проводиться аналіз фінансової звітності, яка містить дані про фінансову діяльність – баланс, звіт про прибутки та збитки банку, розшифрування особового рахунку, розшифрування кредитного портфеля, цінних паперів, міжбанківських кредитів та кореспондентських рахунків, розшифрування з основних рахунків, нематеріальних активів, аналіз ліквідності, розривів активів і пасивів зі строками.

Особливу увагу потрібно приділити оцінці наявної системи управління ризиком та сукупного ризику банку. Проводиться аналіз наявної системи прийняття рішень з надання клієнту кредиту. Оцінюється наявність методики з проведення оцінки контрагентів, наявність системи з управління ліквідністю банку, налагодженість зв'язків з контрагентами на міжбанківському ринку, система управління валютними та інвестиційними ризиками. Оцінювання сукупного ризику необхідно проводити на етапі проведення оцінки чистих активів (реального капіталу банку), на цьому ж етапі аналізуються проблемні активи, надані кредити афілійованим особам, неліквідні цінні папери тощо.

Також необхідно проаналізувати ступінь налагодження бізнес-процесів та системи управління, тобто провести оцінку менеджменту, яка охоплює такі елементи: аналіз організаційної структури банку, інформацію про топ-менеджмент, підлеглість підрозділів, колегіальні органи управління (які містять у собі: правління, кредитний комітет, комітет з управління активами та пасивами, тарифний комітет тощо), госпрозрахунок, бюджетування, систему управління ризиком, супровід та структуризацію банківських продуктів, процедур, методик, положень та роботи системи внутрішнього контролю.

Наступним кроком є оцінка чинників, які впливають на збільшення або зменшення вартості банку. Фактори, які впливають на збільшення вартості банку, – це розмір банку, престиж та впізнаваність бренду, рентабельність капіталу, стабільність темпу зростання активів та доходів, наявність розгалуженої мережі філій та відділень банку, великої клієнтської бази, нерухомості, що належить банку, якість обслуговування клієнтів, рівень менеджменту, рівень автоматизації банківських операцій; фактори, які впливають на зменшення рівня вартості, – це реінжиніринг менеджменту, проведення ризикових інвестицій тощо.

Особливо важливим є технічний рівень забезпечення банку, який вказує на те, як у банку використовується програмне забезпечення із обслуговування операційного дня, рівень програмного забезпечення банківських продуктів, передусім роздрібного бізнесу, ступінь автоматизації обов'язкової звітності, наявність власного процесінгового центру. Якщо в банку використовується операційний день, обслуговування якого пов'язане з певними труднощами, приміром, є наявні проблеми в автоматизації обов'язкової звітності, для роботи з фізичними особами використовується не налагоджене програмне забезпечення, то такі негативні впливи знижують вартість банку. Усунення цих недоліків займе деякий час та спричинить додаткові фінансові витрати. Навпаки,

високий рівень технологічності й автоматизованості, безумовно, підвищує вартість кредитної установи.

Якщо діючий банк укомплектований не повністю і потребує додаткових фінансових інвестицій, цінність його одразу знижується. Наприклад, якщо у банку незначна філіальна мережа (те саме стосується і відділень), інвестору потрібно додатково проінвестувати в розвиток цієї мережі, а також у розвиток роздрібного бізнесу, а саме – встановлення нових банкоматів, розвиток пластикового бізнесу (укласти договори з процесінговим центром, придбати ліцензію), провести модернізацію або змінити програмне забезпечення, створити нові конкурентні продукти і т.п. Якщо банк має власну широко розвинену філіальну мережу, яка не потребує додаткового її розширення, а отже, не потрібно інвестувати додаткові кошти – його цінність набагато вища за банк, бізнес якого потребує додаткових витрат на розвиток своєї мережі. Іноземні інвестори намагаються купувати саме ті банки, які мають велику розгалужену ефективну філіальну мережу, оскільки витрати, час та ризик на її створення є великими. Найбільша грошова цінність саме в тому банку, рентабельність якого дозволяє розширити власний бізнес на базі власних ресурсів, без додаткового вливання зі сторони акціонерів.

Також доцільно провести оцінку внутрішніх підрозділів банку, включно з майданчиками продажу. З цією метою необхідно дослідити баланс та звіти про прибуток і збиток банку в розрізі структурних підрозділів, звіти про результати роботи філій та відділень (до них належать: баланс, фінансовий результат, інформація про їх окупність), інформацію про окупність інвестиційних проектів банку, висновок аудиторів та оцінювачів. Банк пропонується оцінювати як сукупну вартість його бізнес–одиниць. Безумовно, необхідно провести аналіз їх економічної ефективності з точки зору визначення ринкової вартості банку. Аналогічний аналіз здійснюється щодо менеджменту банку – наприклад, необхідно впровадити бюджетування, що допоможе зменшити витрати і тим самим збільшити вартість банку.

Наступним етапом є проведення аналізу бізнес-плану та стратегії розвитку банку. Прогнозується баланс та фінансовий результат, оцінка необхідних інвестицій, достатності капіталу та показників ліквідності. Фактично бізнес-план розвитку банківської діяльності виступає як основний документ, який прогнозує оцінку майбутніх грошових потоків. Бізнес-план повинен містити в собі один із сценаріїв розвитку кредитної організації, а саме: оптимальний,

песимістичний, оптимістичний. Важливим є питання, чи зможе банк збільшити свою вартість за рахунок власних ресурсів.

Після злиття двох банків відбувається ряд змін, одна з яких – ліквідація певних підрозділів. Наприклад, якщо злиття банків проходить заради збільшення філіальної мережі для розвитку роздрібного бізнесу, банк зіштовхується з проблемою перебування в одному місті двох відділень або двох філій. Одночасна наявність двох відділень під одним брендом економічно не доцільна. Найкращим виходом з такої ситуації є зведення клієнтського потоку до одного відділення або філії, а інше приміщення можна продати або здати в оренду. Однак не треба забувати, що нерухомість з кожним роком дорожчає, а отже, її продаж видається недоцільним. Найкращим виходом із цієї ситуації є подальше здавання в оренду такого приміщення.

Особливо слід відзначити наявність компетентної та злагодженої банківської команди як на топ-рівні, так і на середньому й нижчому. Власне, будь-який успішний банк найчастіше розпочинає свою діяльність з утворення унікальної та досвідченої команди, із співробітниками, які мають свій власний погляд на ведення бізнесу, особистий досвід, знання, нові ідеї. Особливу роль у формуванні клієнтської бази банку відіграють конкретні співробітники, найчастіше ними є найбільш талановиті й з широким кругозором та досвідом менеджери банку – люди, які володіють унікальним колом знайомих, зв'язків, що постійно розширюються. Таким чином, будь-яка заміна власників або керівного складу банку несе за собою ризик втрати сформованих підрозділів та частини їхньої клієнтської бази.

Останнє питання пов'язане з укладенням угоди. Перед тим, як проводити операцію з продажу банку, акціонери бажають підвищити фінансову прозорість бізнесу через очистку балансу, максимізувати показники прибутку тощо.

Існує багато способів проведення оцінки, але не кожний можливо використовувати при оцінюванні ринкової вартості комерційного банку, тим більше його клієнтської бази. При оцінюванні об'єктів виділяються три загальноприйнятих підходи. Ці три методи оцінки також використовують при визначенні вартості комерційного банку. До них належать такі методи, як витратний, порівняльний, дохідний. Результати розрахунків, проведені різними методами, уможливлюють отримання інтегральної оцінки вартості бізнесу.

Оцінка ринкової вартості комерційного банку, його бізнесу характеризується такими особливостями [153, с. 52]:

− співвідношення в діяльності банку традиційних функцій фінансового посередника, який виробляє та надає фінансові послуги та продукти;

− жорстке спостереження з боку НБУ та інших держорганів (перелік обов'язкових нормативів, перевірки з боку НБУ, багатопланові звіти, вимоги дотримання норм з ліквідності та резервування);

− незначна частка власного капіталу в пасивах (у середньому до 10%), велика частка залучених грошових коштів, короткостроковий характер залучених пасивів (до 80%);

− велику роль в утворенні вартості банку відіграють нематеріальні активи, а саме: якість налагоджених бізнес-процесів, оргструктура, кваліфікаційний рівень персоналу, система управління та контролю тощо. До цього можна додати гарантії зі страхування вкладів;

− також велике значення має якість ризиків, пов'язаних зі структурою і якістю активів, характер операцій, які виконуються.

Розглянемо три загальноприйняті методи, які використовуються при визначенні ринкової вартості комерційного банку, а саме:

- витратний;
- порівняльний;
- дохідний.

Кожен з цих методів аналізує вартість комерційного банку та надає інформацію про сильні та слабкі сторони аналізованого бізнесу. Витратний підхід – це сукупність методів оцінки вартості об'єкту оцінки, що ґрунтується на визначенні витрат для конкретного об'єкта. Порівняльний підхід – сукупність методів оцінки, побудованих на порівнянні об'єкта оцінки з аналогічними об'єктами, про які є наявна інформація щодо вартості угоди з ними. Дохідний підхід, який є сукупним методом оцінки, ґрунтується на визначенні очікуваних доходів від об'єкта оцінки [187, с. 39].

Розпочнемо з витратного підходу. Цей підхід містить поелементну оцінку ринкової вартості активів та зобов'язань банку. Усе це обумовлює різницю кінцевого результату балансової та ринкової оцінки активів і пасивів банку.

Іноді витратний підхід називають оцінкою вартості на основі активів компаній (asset valuations). Оцінка вартості бізнесу на основі витратного підходу припускає визначення таких видів вартості: вартість наявного бізнесу банку (going concern), з одного боку, та ліквідної вартості, – з іншого. Крім того, для оцінки вартості банку в рамках витратного підходу визначають нормативну розрахункову вартість та спеціальну вартість [187, с. 59].

Ринкова вартість власного капіталу комерційного банку при витратному підході (метод чистих активів) буде визначатися як різниця між ринковою вартістю активів (активів, переоцінених з урахуванням інфляції, кон'юнктури ринку, ліквідності) та ринкової вартості зобов'язань банку. Розрахунок ринкової вартості та зобов'язань проводиться за формулою:

$$V_E = V_A - V_D, \tag{3.1}$$

де V_E – ринкова вартість власного капіталу;

V_A – ринкова вартість активів (переоцінених з урахуванням інфляції);

V_D – ринкова вартість зобов'язань.

Для оцінки ринкової вартості деяких активів банку рекомендується використовувати методичні рекомендації, установлені НБУ. Необхідно також відзначити, що, незважаючи на жорстку регламентацію діяльності банків, оцінка ринкової вартості їхніх активів, як і власного капіталу – це процес трудомісткий, бо він потребує детального розкриття внутрішньої інформації з кожної банківської статті [153, с. 54]. Витратний підхід розкриває раніше здійснені витрати на створення власних активів або зобов'язань, але він не враховує майбутні фінансові потоки, які генеруються даними активами. Крім того, у практиці оцінки вартості банку є нерозв'язана проблема оцінки прихованих активів. У практиці, що зареєстрована на території України, до прихованих активів можна віднести, наприклад, дружні стосунки з орендодавцем, які сприяють значно економити на витратах, особисті зв'язки співробітників у ділових колах та органах влади, наявність унікальних банківських технологій (продукти, аналітичні інструменти, технологія документообігу), котрі можуть бути важливими для покупця. Безумовно, важливим прихованим активом є особисті стосунки співробітників з клієнтами.

Якщо з оцінкою балансових обов'язків ускладнення виникають рідко, то приховані обов'язки, не враховані з балансу й позабалансових рахунків, можуть створити для нового власника великі проблеми. Основними видами прихованих обов'язків, як показує сучасна практика, є невраховані векселі та гарантії, також авалі як різновид гарантій. Такі обов'язки виникають у разі зловживання керівників банку або як результат розрахунків між власниками банку. Виявити невраховані обов'язки потенціальному клієнту самостійно практично неможливо. Це одна з головних причин того, що банківські об'єднання або поглинання в Україні йдуть повільно. При цьому треба чітко усвідомлювати,

що потенційний покупець банку несе фінансовий (кредитний) ризик, який неможливо оцінити або спрогнозувати ні у фінансовому плані, ні в проміжку часу, необхідному для окупності грошових коштів, що були проінвестовані.

Деякі автори вважають, що витратний підхід має відносно комплементарний характер щодо результатів, отриманих у рамках інших підходів. Так, А.Грегорі доводить: «Оцінка активів звичайно розглядається як «вторинна» інформація або для моделі альтернативних витрат» [54, с. 28]. Головна мета застосування цієї моделі, на думку Д. Фішмена й співавторів [209, с. 238], полягає в оцінці вартості активів при гіпотетичних умовах їхнього можливого продажу.

Розглянемо сфери бізнесу, у рамках яких використання оцінки на базі активів доцільне. До числа цих галузей, крім корпорацій та комунального господарства й видобувних компаній, належать фінансові компанії (інвестиційні, кредитні, страхові) і банки, для яких чинник вартості активів відіграє велику роль [187, с. 59]. Метод оцінки банку з використанням витратного підходу у вітчизняній та зарубіжній літературі розкриті недостатньо. Найбільш повно цю тему розкрив К.Решоткін [179]. Головнім недоліком його методу є поверхове розкриття цієї теми, яка містить багато недоробок, потребує детальнішого й ширшого вивчення. В рамках витратного підходу добре розкритий лише метод чистих активів (відсутній метод визначення ліквідаційної вартості), більшість методологічних основ з розрахунків потребують доповнення (а саме обліку нематеріальних активів), наприклад, про клієнтську базу банку. Питання визначення вартості клієнтської бази комерційного банку практично не вивчені.

Під час проведення оцінки банківської установи та визначення її вартості відсутні розрахунки вартості земельних ділянок або прав довгострокової оренди. Необхідно чіткіше обґрунтувати умови дисконтування щодо кредитів юридичних та фізичних осіб. Існуючі методики потребують детальнішого дослідження та доопрацювання, іншими словами, пристосування до конкретної сфери в даному часі, особливо в напрямку інформаційно-нормативних джерел [187, с. 60].

Порівняльний підхід так само, як і витратний, не враховує перспектив розвитку об’єкта оцінки. Його неможливо застосувати, якщо оцінювач не володіє повною інформацією про стан вартості акцій та активів на даному ринку.

Порівняльний підхід до оцінки вартості комерційного банку може бути розглянутий за такими основними методами [187, с. 77]:

- методом компаній-аналогів;
- методом ідентичних угод;
- методом галузевих коефіцієнтів.

Основні етапи використання перших двох методів охоплюють:

- збирання інформації та формування інформаційної бази;
- формування критеріїв, за якими будуть підбиратися аналоги;
- формування списків банків-аналогів, виходячи із установлених критеріїв;
- розрахунки та порівняння фінансових показників діяльності підприємств-аналогів з коригуванням початкового списку;
- селекція використаного мультиплікатора та його кількісна характеристика;
- розрахунок вартості банку на основі встановлених мультиплікаторів.

Метод галузевих коефіцієнтів передбачає такі самі етапи, що й метод компаній-аналогів, за винятком того, що замість мультиплікаторів використовуються галузеві коефіцієнти. Слід відзначити, що метод галузевих коефіцієнтів досі ще не набув значного поширення в практиці оцінки бізнесу у зв'язку з відсутністю необхідної інформації, збір та узагальнення якої потребує тривалого часу та економічної стабільності. Незважаючи на це, автори вважають, що частково цей метод необхідно розглядати через коефіцієнт «вартість банку/ власний капітал».

Перелік необхідної інформації для проведення розрахунку за порівняльним підходом містить у собі:

- вартість і дату угоди;
- інформацію про обидві сторони угоди;
- знаменник мультиплікатора на відповідний проміжок часу.

Вважається, що джерелом необхідної інформації для проведення оцінки вартості банку мають бути дані, які можна отримати від фондових бірж або ринків та спеціалізовані веб-сайти.

Тільки для банків можна виділити такі типи мультиплікаторів: «ціна/чисті активи», «ціна/власний капітал», «ціна/кредитний портфель (юридичні або фізичні особи)», «ціна/цінні папери (для продажу, інвестиційний, торгівельний портфель)», «ціна/депозити (юридичних або фізичних осіб)». Перелік інтервальних мультиплікаторів має такий вигляд: «ціна/відсотковий прибуток (або чистий відсотковий прибуток)», «ціна/доходи за винятком витрат, пов'язаних з

інвестиційними цінними паперами, торговими цінними паперами, іноземною валютою», «ціна/комісійні прибутки (чистий прибуток від комісійних операцій)», «ціна/прибуток до оподаткування та резервів», «ціна/вартість клієнтели». У цьому переліку інтервальних мультиплікаторів ми вперше бачимо посилання на врахування такого важливого питання, як вартість клієнтської бази, що бере активну участь у розвитку комерційного банку.

Представимо інші аспекти використання порівняльного підходу. В практиці оцінювання також трапляється такий підхід, як оцінка вартості пакетів акцій конкретного бізнесу на основі даних про попередні угоди з продажу компанії (банку), який уже був оцінений. Цей метод рідко використовується при оцінці вартості окремих банків, однак аналіз раніше укладених угод є обов'язковим при визначенні теперішніх цін на акції комерційного банку.

Основні умови, які необхідно враховувати при проведенні підбору банків-аналогів [187, с. 82]:

− насамперед необхідно дотримуватися правил приналежності банку, який оцінюється, та банків-аналогів до конкретного сегменту банківського сектора. Якщо банк не має конкретного напрямку на ті або інші види діяльності (послуг), то слід установити, чи є він універсальним з погляду диверсифікованої клієнтської бази. Необхідно здійснити додаткову вибірку переліку відібраних на попередній стадії банків, акції яких котуються на організованому ринку цінних паперів;

− важливо дотримуватися таких умов: у відібраних аналогах на частку профільної діяльності повинно припадати не менше 2/3 від загального прибутку банку (профільна діяльність банку – це приналежність банку до конкретного сегмента, наприклад, потреб кредитування, автокредитування, операції на ринку капіталів, від якого прибуток дорівнює 66,7 % від загального обсягу банківського прибутку). Якщо в деяких відібраних банках цей показник менший, то їх потрібно вивести з основного переліку банків. Це означає, що банки необхідно об'єднати в рамки зумовлених кластерів, для кожного з яких характерний конкретний вид діяльності (операції з цінними паперами, операції з валютою, кредитні угоди, фінансування інвестиційних проектів і т.ін.);

− потрібно знайти такий банк-аналог, у якого розмір прибутків буде досить близьким до розміру прибутку оцінюваного банку;

− при розрахунках необхідно вилучити дані про банки, які мають проблеми із судовим процесом. Вартість акцій таких банків швидко

знижується. Використання подібної інформації може призвести до помилкових результатів щодо банку, який оцінюється;

− жоден з банків-агентів не повинен бути «фігурантом» можливих угод з об'єднання або поглинання. Зазвичай акції таких банків швидко зростають в ціні і використання такої інформації може привести до неправильних висновків щодо оцінюваного бізнесу;

− неправильним є використання інформації про банк, який перебуває у скрутному фінансовому стані. Подібна інформація швидко розповсюджується і вартість акцій таких банків негайно знижується;

− рекомендовано використовувати поділ банків за групою їхньої надійності (стійкості) відповідно до міжнародного рейтингу (Standard & Poor's (S&P) – дочірня компанія корпорації McGraw-Hill, яка займається аналітичними дослідженнями фінансового ринку, Moody's – міжнародне рейтингове агентство Moody's Investors Service, Fitch Ratings – міжнародне рейтингове агентство) або до інформації професійних спеціалізованих видань, веб-сайтів;

− важливим моментом залишається регіональне покриття й діяльність банку: наявність відповідних ризиків у конкретному регіоні в змозі сильно вплинути на прибутковість банківських операцій, а отже, і на вартість конкретного банку. При цьому банки з розгалуженою філіальною мережею слід розглядати окремо від регіональних або столичних банків.

Також порівняльний підхід, як і витратний, не враховує майбутніх перспектив розвитку об'єкта оцінки.

Чинниками, що унеможливлюють використання інформації, вважаються такі:

− відсутній ринок ідентичного товару (акцій, активів);

− відсутня інформація, статистичні дані про котирування акцій банків, угод, злиття та поглинання, інформація про результати оцінки банків, що діють.

Порівняльний підхід – це метод угод, метод ринку капіталу, метод галузевих коефіцієнтів. Головною метою цього методу постає підбір об'єкта-аналога, підбір даних про його вартість та коригування її за допомогою системи коефіцієнтів, які характеризують різні методи оцінки об'єкта та об'єктів-аналогів. У зв'язку з нерозвиненістю банківського ринку акцій, відсутністю відкритих, прозорих даних про розрахункову або фактичну (ринкову) вартість банків та їхніх акцій цей підхід рідко використовується для проведення аналізу вартості комерційного банку в Україні, адже немає потрібних баз даних, які необхідні для використання цього

методу. За кордоном є розвинений ринок акцій, а також ринок банківських акцій. Такий підхід займає у цій методиці чільне місце, навіть при проведенні оцінки окремих активів та пасивів. За умов котирування деяких банків можна було б визначити середньогалузевий (або навіть більше того, диференційовано – за групами банків різного розміру) коефіцієнт P/E ratio, а це є ціна акції оцінюваного (j) банку P_j, яку можна визначити за формулою:

$$P_j = \frac{P}{E \times EPS_j}, \tag{3.2}$$

де EPS_j – чистий прибуток j-го банку за рік, який припадає на одну акцію j-го банку в його обігу.

Коефіцієнт P/E ratio також використовується коефіцієнтами P/BV, P/Sales та іншими. Якщо відомо середньогалузеве значення відношення вартості акції до балансової вартості (P/BV – балансова вартість акції дорівнює вартості чистих активів банку до числа акцій, які перебувають на руках акціонерів (в обігу)), та балансова вартість акцій (BV_j) банку, що оцінюють, тоді ринкова вартість акціонерного капіталу (V_{ej}) цього банку дорівнює [153, с. 55]:

$$V_{Ej} = \frac{P}{BV} \times BV_j \times N, \tag{3.3}$$

де V_{Ej} – ринкова вартість акціонерного капіталу;

$\frac{P}{BV}$ – відношення ціни акції до банківської вартості;

BV_j – балансова вартість банку, що оцінюється;

N – кількість акцій (ссередньоважена).

В оцінці вартості банку порівняльним методом виникають здебільшого такі групи проблем, як інформаційна, вибір правильного мультиплікатора, використання зарубіжних аналогів. Інформаційною проблемою стає необхідність пошуку потрібних даних для проведення розрахунків.

Для цього потрібно визначити:

- джерело використаних даних;
- достовірність джерел та репрезентативність використаної інформації;
- наявність інформації необхідної для оцінки інформації.

Проблемою вважається й установлення мультиплікатора. Вибір мультиплікатора для оцінки вартості банку є основним етапом, який у подальшому буде обґрунтуванням розрахункової ринкової вартості комерційного банку. Всі банки необхідно поділити згідно із специфікою. Тому при оцінці комерційного банку підбирається специфічний мультиплікатор. Також не слід втрачати таку важливу проблему, як використання зарубіжних аналогів, котрі є актуальними при проведенні оцінки комерційного банку. Деякі оцінювачі вважають, що саме так можна знайти реальні аналоги для проведення розрахунків, пов'язаних з проведенням оцінки вартості комерційного банку.

Дохідний підхід ґрунтується на прогнозуванні грошових потоків банку, відтворенні їхнього теперішнього або майбутнього стану. Для банків, які зростають та створюються на базі нових технологій обслуговування своїх клієнтів (Інтернет-банкінг, телефонний-банкінг, віртуальні банки), цей підхід до оцінки бізнесу банку та його акцій є найдоцільнішим. Зміст використання цього підходу при проведенні оцінки вартості комерційного банку охоплює визначення перспективних доходів від діяльності (FV – future value) та використання їх дисконтуванням до поточної вартості (PV – present value).

У рамках дохідного підходу до оцінки банку найчастіше використовуються два методи:

- метод капіталізації доходів;
- метод дисконтування грошового потоку.

Метод капіталізації доходів використовується в разі стабільності (зростання або зниження) величини грошового потоку комерційного банку в довгостроковій перспективі. Розрахунок V здійснюється в співвідношенні та розраховується за формулою [187, с. 43]:

$$V = \frac{CF}{I}, \tag{3.4}$$

де V – вартість банку;

I – ставка капіталізації (відрізняється від ставки дисконтування тим, що ставка капіталізації використовується для необмеженого часу, а ставка дисконтування відповідає конкретному проміжку часу функціонування об'єкта, що оцінюється);

CF – база оцінки або середнього грошового потоку банку.

Вищезазначений метод може бути використаний для оцінки діючого банку в таких випадках, коли:

- необхідно провести експрес-оцінку вартості об'єкта в стислі строки;
- є ретроспективна інформація про постійні зміни в динаміці грошового потоку (прибутку) банку, статутного та власного капіталу, кредитного портфеля, портфеля цінних паперів та про аналогічні показники за останні 3–5 років;
- банк не проводить активну політику, пов'язану з проникненням на окремі сегменти ринку, що можуть негативно вплинути на стабільність (динаміку) його доходів.

Показник *I* визначається як ставка дисконтування, характерна для банку, що оцінюється (або середня *ROE* на групу ідентичних банків), за винятком темпів приросту прибутку бізнесу. Грошовий потік розраховується на основі FCFE (вільного грошового потоку для вільного капіталу) в умовних одиницях (доларах, євро) за 3–5 минулих років. Для кожного наступного року доцільно встановлювати ці показники, виходячи із такої закономірності: чим ближчим є рік до моменту прогнозування, тим більшим є його важливість.

Метод дисконтованих грошових потоків найчастіше використовується у рамках дохідного підходу при наявності нестійкої динаміки прибутків банку протягом прогнозного періоду. В рамках цього методу при оцінці вартості банків потрібно звернути увагу на такі моменти:

- прогноз прибутків та витрат, які несе банк;
- обіг грошового потоку;
- прогнозований період;
- ставка дисконтування;
- урахування негрошових чинників та інших елементів, які впливають на грошовий потік.

Для прогнозування прибутків та витрат, які має банк у сучасних умовах, доцільно дослідити клієнтський потік та умови задоволення його потреб, що є однією із основних конкурентних переваг банку, які впливають на його вартість. Крім того, сама особливість бізнесу банку потребує наявності стійких пасивів та активів (головним чином, у формі кредитів), необхідності встановлення довгострокових стосунків у вигляді укладання угод між клієнтом та банком. Прогнозування прибутків та витрат за допомогою традиційних методів найчастіше ґрунтується на даних попередніх років або на суб'єктивних

поглядах на менеджмент банку. Тим часом для банку як клієнтоорієнтованого бізнесу може бути використана інформація, яка характеризує клієнтську базу (або клієнтелу) з погляду її постійності.

Саме з цієї позиції потрібно постійно вдосконалювати клієнтську базу комерційного банку, оскільки прогнозне оцінювання та розрахунки на її основі мають достовірну інформацію. Саме в цьому методі є чітке посилання на необхідність проведення аналізу клієнтської бази банку як різновиду нематеріального активу. Інвестор, який планує придбати новий банк, добре розуміє, що, придбавши діючу економічну структуру, він отримує не тільки нерухомість, кредитний портфель, персонал, а й клієнтську базу, яка є складовою частиною цього банку. Тому при проведенні оцінки ринкової вартості банку необхідно не забувати про клієнтелу, яка також має свою вартість.

Підхід до прогнозування доходів на основі зміни динаміки клієнтської бази був апробований на вітчизняних підприємствах та в основному підтвердив свою ефективність. Застосування цього методу в банківській практиці полягає у прогнозуванні фінансового результату (доходів при відрахуванні усіх витрат) від взаємодії з банківським клієнтом, що дає змогу розрахувати кінцевий результат по банку в цілому, а отже, досить точно визначити грошовий потік.

Методика такого прогнозування зараз проходить попередню апробацію. Обіг грошового потоку для банку є ключовим моментом у процесі оцінки його вартості. Існує два основні методи грошових потоків, що використовуються при проведенні оцінки компанії: модель комерційного підприємства та модель власного (акціонерного) капіталу. На думку багатьох фахівців, які проводять оцінку, для визначення вартості банку найбільше підходить модель власного капіталу (грошового потоку на акції) [104, с. 478]. Визначення вільного грошового потоку повинно розпочинатися з визначення тих грошових коштів, котрі можна розглядати як зарахування, необхідні для повного погашення виданих сум. А тому треба вилучити резерв на покриття безнадійних позик [187, с. 46]. Грошовий потік від основної діяльності визначається на основі обробки інформації, яка є у звіті про прибутки та витрати. Саме ця бухгалтерська інформація формує погляд про розміри притоків та відтоків грошових коштів.

З доходів від наданих послуг потрібно відраховувати:

- відсоткові платежі;
- резерв на покриття безнадійних боргів.

Таким чином формується так званий відсотковий прибуток.

До цієї величини слід додати невідсотковий прибуток, вирахувавши з нього невідсоткові платежі, які містять амортизаційні витрати. Амортизація з'являється знову, але після визначення чистого прибутку. Формування відбувається після сплати податків від прибутків основної діяльності, враховуючи ще прибуток від валютних операцій. Додаючи амортизацію, можна показати валовий грошовий потік від основної діяльності. Джерела основних засобів отримуємо за допомогою валових грошових ресурсів (рис. 3.1).

Сума показників за цими статтями повинна бути зменшена на величину відносного скорочення вкладів та зменшення величини зовнішнього боргу. Після цих операцій формується уявлення про використання валових грошових ресурсів.

Для розрахунку розміру вільного грошового потоку потрібно враховувати:

Вільний грошовий потік = Грошовий потік від основної діяльності + Джерело надходження грошових коштів – Використання валютних грошових резервів.

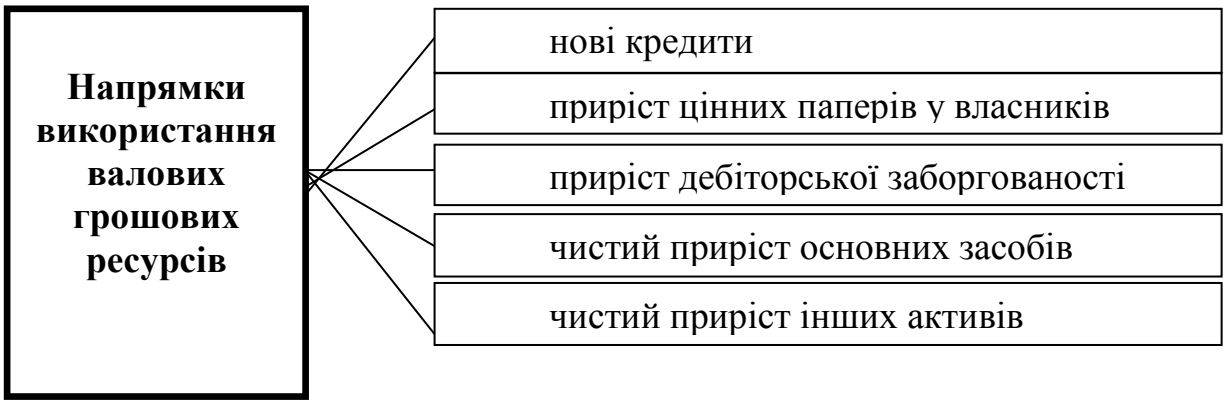

Рис. 3.1. Напрямки використання валових грошових ресурсів

Прогнозний період. Визначення строку прогнозного періоду належить до найскладніших питань, які ще недостатньо розкриті в теорії оцінки вартості банку. Загальноприйнято вважати, що прогнозний період є проміжком часу, за який бізнес повинен вийти на стійкі темпи розвитку. Визначений експертом прогнозний період повинен бути досить тривалим, щоб до його закінчення компанія досягла стійкого стану, який характеризується такими ознаками [104, с. 265]:

− компанія повністю забезпечує рентабельність усіх нових інвестицій протягом усього встановленого періоду;

− компанія підтримує постійну рентабельність щодо базового рівня інвестиційного капіталу;

− компанія нарощує постійний темп та щорічно реінвестує у бізнес вагому частку свого прибутку.

Постає питання: що відбувається після визначення конкретного періоду та створення простої моделі розрахунку термінальної вартості, яка викликана визначенням вартості бізнесу в прогнозний період. На думку Т.Коупленда та співавторів [104], термін прогнозного періоду ніяк не впливає на оцінку вартості. Він впливає на розподіл даної величини між власним прогнозним періодом та наступним роком. Цей прогнозний період повинен становити приблизно 10–15 років, при цьому сам прогнозний період поділяється на два півперіоди:

- детальний прогноз (3–5 років);
- спрощений прогноз на решту роки.

Клієнтська база як нематеріальний актив банку на сьогодні досліджена недостатньо. Однак стан, у якому зараз перебуває банківська система світу, вимагає вивчення нових економічних чинників, що мають вплив на її роботу. Стрімке збільшення кількості комерційних банків та філіальної мережі відбулося завдяки збільшенню довіри клієнтів до банківської системи України в цілому. Останніми роками банки стали проводити нову політику, яка стала більш прозорою для клієнтів. Банківські продукти стали відкритішими та доступнішими для кінцевого споживача. Такий крок у бік збільшення довіри клієнтів до банківської системи створив більш сприятливі умови для розвитку банківського сектору.

Проте таке стрімке зростання кількості банківських установ на території України призвело до перенасичення ринку, що у свою чергу створило сильну конкурентну боротьбу між комерційними банками за кожного клієнта. У момент, коли банки стали клієнтоорієнтованими, вони розпочали боротьбу за клієнтські ринки, створюючи нові більш привабливі умови банківських продуктів. Отже, клієнт є важливою складовою частиною, яка впливає на розвиток кожної фінансової установи. В сучасних економічних умовах кризи, яка підірвала рівень довіри клієнтів до комерційних банків, їх стратегія була змінена в бік утримання вже існуючої клієнтської бази банку.

Тому кожний комерційний банк протягом усього терміну його роботи й розвитку постійно інвестує мільйони гривень у програми, спрямовані на залучення нових клієнтів, а тепер і їх утримання. Усі ці витрати спрямовані на клієнта, починаючи з оцінки рівня його задоволення та закінчуючи управлінням відносинами. Клієнт є нематеріальним активом, який впливає на прибуток кожної фінансової установи. Без постійної клієнтської бази фінансова установа не має змоги працювати, розвиватися та мати стабільний прибуток. Тому в разі відсутності у фінансовій установі постійної клієнтської бази компанія не має необхідних прибутків, а значить жодної ринкової вартості. Сьогодні банки намагаються не тільки залучити клієнта до обслуговування, отримавши його ресурси, а й отримати від нього коло його знайомих.

Наочним прикладом є АТ КБ «Приватбанк», який залучає людей до співпраці з ним як «Агентів банку», котрі отримують фінансову винагороду за залучення нових клієнтів до банку. Це є одним з прикладів того, як комерційний банк бореться за розширення клієнтської бази. Є чимало методів залучення клієнтів до банку, однак практично не вивчене питання, як їх можна втримати в ньому. З огляду на теперішній стан, коли клієнтський ринок України є розподіленим між комерційними банками, це питання постає у всій своїй актуальності.

Насамперед варто обрати чинники, оцінивши які, можна буде віднести клієнтів до категорії прибуткових та неприбуткових. Нижче наведено перелік таких чинників для клієнтів – юридичних осіб:

До чинників, що можуть вплинути на прибутковість клієнта в майбутньому, належать:

Менеджмент

1. Якість організаційної структури.
2. Рівень кваліфікації персоналу (професійні та інші якості).
3. Рівень кваліфікації керівництва (професійні та інші якості).
4. Система прийняття рішень.
5. Постійність.

Маркетинг

1. Термін існування компанії.
2. Адекватність стратегічних цілей.
3. Перспективи зростання та стабільність ринку збуту.
4. Рівень конкуренції.
5. Якість продукції (виробництво, експортний потенціал, ресурсність).

6. Якість маркетингу (збут, реклама, цінова політика).
7. Орієнтація на довгострокову перспективу, партнерів та клієнта.
8. Взаємовідносини персоналу та керівництва.
9. Споживання банківських продуктів.
10. Наявність рахунків в інших банках (рівень споживання послуг в інших банках).
11. Ставлення клієнта до банку (лояльність).

Фінансові показники

1. Прибутковість/Прибутковість у майбутньому клієнта для банку.
2. Затрати на обслуговування.
3. Фінансові ресурси.
4. Інтенсивність інвестування.
5. Фінансова стабільність.

Оцінити клієнта за всіма переліченими показниками досить складно, тому варто обирати 6-10 показників індивідуально для кожного клієнта або для групи підприємств з окремої галузі. Під час оцінювання групою експертів (як правило, це співробітники банку, які працюють із клієнтом) кожному з чинників присвоюється бал, яким зважується його вагомість. Відповідно чим більший бал, тим більшою мірою клієнт відповідає запитам банку. Варто оцінювати клієнта за кожним чинником окремо (це дасть більш об'єктивну оцінку), вибравши постійну контрольну точку.

Для клієнтів – фізичних осіб запропонуємо окремий перелік чинників, які забезпечать їх віднесення до тієї чи іншої групи:

1. Щомісячні прибутки.
2. Перспектива зростання.
3. Термін обслуговування.
4. Лояльність.
5. Затрати на обслуговування.
6. Бажання взаємодіяти.

Ці чинники, звісно, будуть індивідуальними для кожного клієнта, кожної галузі, кожного постачальника товарів та послуг. Зазначений перелік є неповним. Для кожного клієнта заповнюється окрема таблиця, при цьому існує ймовірність індивідуального складання окремих переліків чинників.

Таким чином, досліджуються питання нематеріального активу – клієнтели, формування клієнтської бази комерційного банку. У роботі С.Авдєєва,

М.Козлова, В.Рутгайзера [2], що присвячена оцінці ринкової вартості клієнтели, де доводиться, що клієнт є нематеріальним активом. Виходячи з цього, клієнт має свою власну вартість та при проведенні оцінки впливає на вартість всієї фінансової установи. Тому стала очевидною необхідність вивчення клієнтели та розробка методики визначення її вартості.

Кожна фінансова компанія, яка намагається налагодити з новими клієнтами тривалі стосунки, зближує стосунки між клієнтом та співробітником. Велике значення приділяється комплексному підходу до обслуговування клієнтів. Кожний комерційний банк повинен нарощувати кількість постійних клієнтів. Роками комерційні банки розширюють свою філіальну мережу, кількість пунктів продажу банківських продуктів (філій, відділень), розробляючи нові методи залучення або збільшення клієнтської бази, проводячи повномасштабні всеукраїнські рекламні кампанії. Стан та розвиток комерційного банку повністю залежить від його клієнтської бази та терміну її обслуговування. Спочатку необхідно визначитись зі змістом поняття «клієнтська база».

Клієнтська база – це своєрідний інструмент, котрий уможливлює отримання максимальної віддачі від будь-якого фінансового заходу, який проводиться або буде проводитися. Це звичайна статистика, яка дає змогу заохотити найбільш активних партнерів і вирішити, що робити з тими, які відмовилися співпрацювати. Завдяки правильно обраній політиці банку, спрямованій на створення умов, які б влаштовували клієнтів настільки, щоб вони не мали бажання змінити банк на інший, можна створити якісну клієнтську базу з довгостроковими планами на обслуговування. Саме такі дії дадуть змогу отримати якісну клієнтську базу, завдяки якій банк зможе розвиватися і в майбутньому.

У співвласників комерційного банку є потреба володіти повною інформацією про стан їхнього бізнесу, який також характеризує вартість клієнтели. Тому проведення оцінки та виявлення справедливої вартості банку не завжди здійснюється в момент його продажу. Справедлива вартість – це сума, за рахунок якої може бути здійснений обмін активу або сплата зобов’язань у результаті операції між обізнаними, зацікавленими та незалежними сторонами. Оцінка комерційного банку та визначення його справедливої вартості потребує проведення індивідуальної оцінки клієнтської бази, яка обслуговується в банку під час її проведення. Як правило, недостатньо уваги приділяється саме питанням керування клієнтською базою та її дослідженню.

Необхідним є пошук способів сегментування клієнтської бази для визначення перспективних клієнтів, які будуть користуватися більшою кількістю банківських послуг (продуктів). Не слід забувати про те, що ймовірно багато хто із клієнтів робить свою першу спробу обслуговуватися в певному комерційному банку, і подальше обслуговування цього клієнта залежить від тієї емоційної ситуації, яка виникає при першому контакті з менеджером банку.

Клієнтська база комерційного банку належить до його нематеріального активу, який у свою чергу впливає на вартість усієї фінансової установи. Дійсно, проблема використання термінології у сфері фінансового оцінювання ще далеко не закріплена в науковій літературі. Так, підтримуючи думку А.Козирєвої [94], необхідно зазначити, що одні й ті ж самі терміни розуміються різними спеціалістами по-різному, і це перетворює наукову термінологію на дивний набір професійного «сленгу». Досліджень потребують проблеми, пов'язані з цим нематеріальним активом, які мають більш загальне значення.

Сьогодні ведеться багато дискусій про те, чи можна віднести клієнтську базу банку до нематеріального активу. Йдеться про правомірне використання терміна «нематеріальні активи». Справа в тому, що іноді ставиться під сумнів сама можливість використання в економічних дослідженнях та практичних розрахунках визначення «нематеріальні активи». Г.Мікерін [144, с. 37], наприклад, зазначає: «Результатом перекладів текстів з бухгалтерського обліку та фінансової звітності є підміна в професійній лексиці «осяжного» на «матеріальне», що призвело до невідповідності в методологічних основах оцінки в ринковій економіці та в конкретній практиці застосування понять. І не правильно замінювати «неосяжність» (intangibles) бухгалтерським терміном «нематеріальні активи»». Intangible в перекладі з англ. – неосяжний, нематеріальний; при поєднанні слів маємо такий переклад: intangible assets(s)s – неосяжні активи (торгові знаки, патенти, привілеї и т.п.); нематериальні активи.

Така точка зору є дискусійною. У словнику Вебстера [234] слово «tangible» містить декілька характеристик. Його тлумачення таке: «відчутний» і як «матеріальне» (material). Тому можна використовувати визначення «матеріальне» також як інше поняття – «активи» (assets – активи; фонди; авуари; майно; засоби; статті активу (в балансі); покриття; капітал; ресурс). Використання цього поняття як «нематеріальний актив» повністю допустиме й, крім того, необхідне в економічній термінології. Так, наприклад, у словнику Вебстера [234] при поясненні поняття «intangible» визначено, що цей термін

також означає «immaterial things» або «assets», належить до «нематеріального активу». Отже, «immaterial» використовується як синонім слова «incorporeal», що перекладається як «нематеріальний». Таким чином, поняття «нематеріальні активи» (intangible assets) є допустимим в англійській економічній літературі.

Вищезазначена інформація надає нам право вважати клієнтську базу кожного комерційного банку його нематеріальним активом, який має власну вартість і тому повинен бути оціненим. Далі необхідно дослідити клієнтську базу в цілому. Наразі зауважимо, що кожна клієнтська база має плинність, тому слід зупинитися на вивченні життєвого циклу клієнта.

Життєвий цикл клієнта – засіб, який допомагає визначити й розкрити, як підприємство взаємодіє з потенційними та наявними клієнтами. Він являє собою спосіб виявити й показати етапи, які проходить клієнт, купуючи та використовуючи товари (послуги). З його допомогою можна краще зрозуміти бізнес-процеси, які використовує компанія при роботі з клієнтом [76]. Як тільки потенційний покупець досяг «статусу клієнта» і вирішив придбати товар або послугу, він стає дійсним покупцем. У цей час відбувається заміна етапів життєвого циклу: важливим стає не залучення клієнта до купівлі, а задоволення його потреби та збереження з ним добрих стосунків.

У процесі, коли клієнт проходить етап володіння товаром (послугою), організація має можливість значно вплинути на ступінь його задоволення, позитивно або негативно. Несвоєчасне виконання обумовлених термінів або неякісне обслуговування можуть змусити клієнта відмовитися від придбання додаткових послуг та продовження подальших стосунків з комерційним банком. Крім того, задоволений клієнт може стати постійним, якщо придбає значну кількість банківських послуг і принесе тим самим значний прибуток банку.

Одна з найбільш вдалих можливостей досягнення високої окупності клієнтських маркетингових заходів полягає у використанні базової концепції життєвого циклу клієнта (customer lifecycle – CLC), власне в оцінці цього показника, розуміння його та одержання прибутку. Життєвий цикл клієнта – це поведінка клієнта стосовно фінансової установи на певному проміжку часу. Клієнти вступають у взаємостосунки, обумовлені умовами спільно укладеного договору з фінансовою установою, і з часом вирішують – продовжувати ці відносини чи ні. У будь-який час життєвого циклу клієнт з тою або іншою ймовірністю має змогу призупинити відносини з фінансовою установою.

Побудова відносин повинна приносити прибуток обом сторонам, і саме довготривалі стосунки можуть забезпечити компанії прогнозовані обсяги прибутку протягом тривалого періоду. Звісно, крім прибутку обидві сторони отримують додаткову цінність, яку важко виразити у фінансових показниках, але саме вона робить стосунки довготривалими та стійкими до альтернатив, запропонованих іншими компаніями [60, с. 8].

Варто зауважити, що частка споживання може змінюватися залежно від етапу життєвого циклу споживача. Аналіз життєвого циклу споживача дає змогу точніше прогнозувати рівень продажу на наступні періоди, зменшити витрати на комунікації або підвищити їх ефективність, запропонувати споживачеві вищу якість.

Графічна інтерпретація життєвого циклу споживача доповнена економічним циклом представлена на рис. 3.2 і включає чотири стадії (контакт з клієнтом, дослідження клієнта і аналіз можливості побудови стосунків, побудова та підтримка довготривалих стосунків; припинення стосунків або їх модифікація).

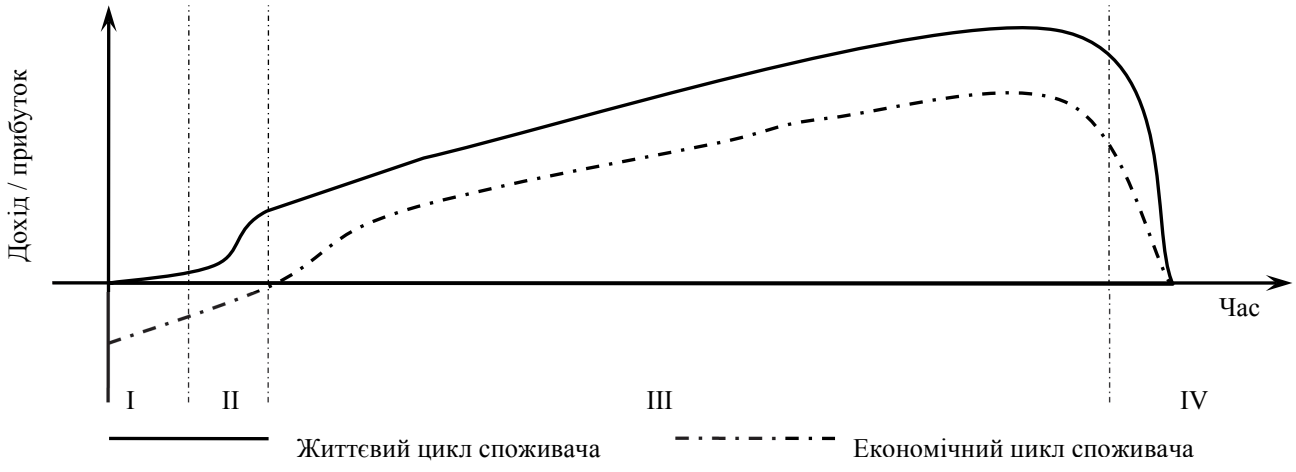

Рис. 3.2. Життєвий цикл споживача

Життєвий цикл споживача характеризує обсяги збуту товарів та послуг (доходи/прибутки), а також передбачає маркетингові заходи щодо споживача від першого контакту до моменту припинення стосунків. Розуміння життєвого циклу споживача створює широкі можливості для довгострокового планування прибутків та обсягів продажу, включаючи асортиментну політику банківської установи.

Поведінка клієнтської бази банку змінюється з часом, і ці зміни – ключ до майбутнього. У даному разі все видається важливим – зміна життєвого досвіду та мислення, злети й падіння, які впливають на поведінку та погляди. І хоча моделювати поведінку людини можна в конкретні моменти, ефективнішим все ж таки є аналіз клієнта протягом певного часу. Якщо розробити систему збору, акумулювання та зберігання інформації про взаємодію з клієнтом, це дасть можливість прогнозувати поведінку клієнта протягом життєвого циклу і дати відповіді на запитання: чи продовжить він у майбутньому стосунки з фінансовою установою (комерційним банком). Якщо проводити таке прогнозування, то можна досягнути максимальної окупності маркетингових заходів, спрямованих на аналіз тих клієнтів, які будуть користуватися банківськими продуктами. Саме такі дії допоможуть утримати клієнтську базу, яка втрачає цікавість до банківських продуктів, відтак відокремити тих клієнтів, які не планують обслуговуватись у банку в майбутньому.

Компанії, які займаються віддаленим продажем своїх послуг, наприклад, спеціальні торгові телеканали й каталоги, роками використовують оцінку життєвого циклу клієнтів і розробили методи використання інформації про життєвий цикл для збільшення прибутку при паралельному зменшенні витрат на рекламні кампанії. Якщо добре розуміти й спрогнозувати поведінку клієнтської бази в рамках життєвого циклу, то можна знайти відповіді на такі важливі питання:

− як можна порівняти довгостроковий вплив на цінність клієнтів різних рекламних підходів, а також вибір продуктової бази банку;

− коли клієнт припинить користуватися послугами банку і як ефективно відстрочити цю подію;

− як можна визначити вплив на цінність клієнта операційно-орієнтованих змін, приміром, уведення customer relationship management (CRM) або зміни в дизайні сайту комерційного банку;

− яка цінність клієнта протягом строку життєвого циклу щодо інших клієнтів і як можна її ефективно збільшити.

Суть поняття CRM (з англ. – управління взаємовідносинами з клієнтами) як моделі взаємодій полягає в тому, що центром усієї філософії бізнесу є клієнт, а основними напрямками діяльності є заходи для підтримки ефективного маркетингу, продажу та обслуговування клієнтів. Підтримка цих бізнес-цілей охоплює збір, зберігання та аналіз інформації про користувачів, постачаль-

ників, партнерів, а також про внутрішні процеси компанії. Функції для підтримки цих бізнес-цілей охоплюють продаж, маркетинг, підтримку споживачів, управління якістю, навчання та підвищення кваліфікації співробітників компанії, найм і розвиток персоналу, управління мотивацією персоналу. Технологія підтримки моделі CRM повинна бути частиною загальної клієнтоорієнтованої стратегії компанії.

Життєвий цикл клієнта важливий для розвитку фінансової установи. Зміни поведінки відбуваються з початку життєвого циклу швидко, однак падіння буває ще швидшим і життєвий цикл досягає свого кінця. Швидкість і рівень зміни поведінки клієнта важливі для моделювання інтерактивної поведінки. Найкраще розуміння життєвого циклу клієнта дає динамічне уявлення про його поведінку щодо купівлі або обслуговування в часі.

Сфера використання життєвого циклу. Інструменти управління життєвим циклом клієнта допомагають у створенні динамічного профілю клієнтської бази й виявленні ключових бізнес- і клієнтських тенденцій. Крім того, вдається виявити купівельну поведінку та збільшити кількість проданих банківських продуктів. Дані життєвого циклу можна використовувати для збереження клієнтської бази комерційного банку не стільки через підсилення маркетингових заходів, скільки їхнього правильного вибору. Цю інформацію можна використовувати для того, щоб зменшити кількість клієнтів, які залишать банк, і тим самим вплинути на збільшення кількості проданих банківських продуктів. У результаті таких дій зростає загальний прибуток і конкурентна перевага.

Завдяки таким діям можна спрогнозувати певні моменти:

- наскільки добре буде функціонувати бізнес у майбутньому;
- як конкретні маркетингові дії вплинуть на ключові показники фінансової установи.

Дані життєвого циклу клієнта дозволяють точно спрогнозувати вплив запропонованих маркетингових дій на прибуток і склад клієнтської бази. Крім того, аналіз клієнтської бази дає змогу автоматично виявити ключові недоліки. Отже, можна знайти найбільш зручні способи збільшення прибутку та зменшення витрат, виявити, яких клієнтів фінансова компанія повинна захищати, й оцінити якість нових. Успішні компанії повинні розраховувати цінність конкурентних клієнтів протягом життєвого циклу, а також аналізувати клієнтську базу в цілому. Використовуючи технології з управління життєвим циклом, можна одержати максимальну користь з маркетингових заходів, гарантуючи

залучення, зберігання та своєчасну реакцію на швидкоплинні потреби найбільш привабливих груп клієнтської бази комерційного банку.

Керування життєвим циклом клієнта (Customer Lifecycle Management – CLM) містить у собі різні показники, які необхідно враховувати, але основний показник – час. Увесь життєвий цикл повинен чітко оцінюватись упродовж усього часу, його потрібно розглядати у відношенні конкретного клієнта або групи клієнтів. Також ураховується історія покупок, куди входить їхня частота та кількість, обсяг засобів, витрачених на залучення та утримання клієнтської бази комерційного банку. Оцінка змін у клієнтському життєвому циклі може бути складною та простою, залежно від того, який період часу підлягає оцінці.

Аналіз життєвого циклу клієнта можна проводити протягом усього життєвого циклу роботи бізнесу, надаючи нові можливості поліпшення досліджуваних показників. Порівнювати ці дані до та після проведення маркетингових заходів: реакція клієнтів на проведену рекламну кампанію комерційного банку; збільшення обсягу продажу банківських продуктів тощо.

3.2. Клієнтська база як чинник формування вартості комерційного банку

У сучасних умовах розвитку ринкових відносин оцінка як економічна категорія має велике значення. Оцінка фінансової установи або бізнесу на теперішній час відіграє важливу роль як помічник у визначенні стратегічних планів на майбутнє. Формується попит на даний вид послуги. Поява такого виду послуг, як проведення оцінки та визначення реальної вартості бізнесу, пов’язана з переходом на новий рівень відносин в економіці, який відбувся за останні десятиліття, що спричинено кардинальними змінами на фінансовому ринку України.

Перш ніж придбати, продати, об’єднати або провести процедуру поглинання фінансової установи, наприклад банку, зацікавлена сторона має право отримати достовірну інформацію про вартість фінансової установи (банку). Якщо звернутися до історії, то початком цього процесу можна вважати розподіл ринку і як наслідок виникнення ринку власності з власниками, які мали повну господарську самостійність і відповідальність за результати господарської діяльності.

Саме тому після поділу власності будь-яке придбання в умовах ринкової економіки обґрунтовується з погляду ефективності вкладених інвестицій, кожен бізнес розглядається як джерело прибутку, отримання якого він повинен забезпечити своєму власнику. Об'єктивним показником ефективності капіталовкладень, який дає змогу прийняти правильне рішення з урахуванням усіх чинників, що впливають на фінансову діяльність конкретного виду бізнесу, є його інвестиційна вартість (investment value), яка отримується через проведення повної оцінки фінансової установи [57, с. 5].

Незважаючи на загальне розуміння значущості клієнтели, дії більшості банків далеко не завжди відповідають власним деклараціям. Причина цьому не обов'язково полягає в тому, що банки докладають недостатньо зусиль в цьому напрямку. Навпаки, більшість банків перебуває в ситуації, коли значні фінансові ресурси інвестуються в програми, що орієнтовані на клієнта, починаючи від оцінки його задоволення співпрацею з банком і закінчуючи управлінням стосунками з клієнтами.

Необхідно усвідомлювати, що фокусування аналізу лише на кількості клієнтів не відображає реальної ситуації, тому слід звернути увагу на дохідність від клієнтської бази. Саме дохідність, яку отримає банк від своєї клієнтської бази, забезпечить надійний показник загальної вартості банківської установи. Іншими словами, керівники, що працюють як у сфері маркетингу, так і у сфері фінансів, можуть бачити лише частину загальної картини. Якщо спеціалісти з маркетингу можуть приділяти велику увагу номінальному валовому обігу фінансів і зростанню кількості клієнтів, то фінансові керівники можуть робити помилкові висновки в питанні сприймання клієнта як активу банківської установи.

Запропонований підхід до оцінки вартості клієнтели має дві основні відмінності від звичайного фінансового підходу. По-перше, на відміну від традиційного фінансового аналізу, при якому рух фінансових активів та пасивів (як наслідок, вартість банківської установи) прогнозується на рівні банку в цілому, при цьому підході рух відбувається в напрямку знизу вгору за рахунок оцінки дохідності від клієнта. Використання такого деталізованого підходу має як мінімум дві важливі переваги. Перша з них носитиме діагностичний характер. Прибуток, доходи й рух грошових засобів обумовлені дією багатьох чинників. Наприклад, припустимо, що протягом декількох років банківська установа мала постійні доходи. Але при аналізі на «споживчому» рівні можна

побачити, що хоча банківська установа збільшує кількість клієнтів, її прибуток у розрахунку на одного клієнта зменшується через велику конкуренцію на ринку банківських послуг. Запропонований підхід дозволяє не тільки сформувати оцінку загальної вартості банківської установи, але також виявити основні механізми, що впливають на цю вартість. Друга важлива відмінність такого підходу від фінансових традицій пов'язана з тим, як враховуються витрати на маркетинг. Якщо вважати, що клієнти дійсно є нематеріальним активом банку, які врешті-решт приносять прибуток, тоді маркетингові витрати треба розглядати як капіталовкладення, а не як незворотні витрати.

Зазначений напрямок дослідження є актуальним внаслідок зацікавленості акціонерів у визначенні вартості свого бізнесу не тільки з позиції оцінки ефективності управління керівників банку, а ще й з позиції необхідності залучення додаткових інвестицій у зв'язку з об'єднанням з іншим банком та через інші причини. Також не слід забувати про те, що на теперішній час український банківський ринок є перспективним, а отже, привабливим для потенційних інвесторів, тому що значна кількість українських власників банків мають бажання продати свій банк іноземним банківським холдингам. Водночас у інвесторів виникає потреба у визначенні реальної власності комерційного банку та вартості усієї нерухомості, що належить цьому банку.

Проведення цього аналізу є обов'язковим для того, щоб власники змогли розробити нову стратегію, яка спрямована на збільшення реальної вартості банку, тобто розпочати проведення допродажної підготовки комерційного банку. Також важливим є те, що останніми роками розпочалася розробка та аналіз чинників, які впливають на вартість комерційного банку. Разом з цим нові дієві стратегії, які декларують збільшення вартості фінансової установи, допоможуть зберегти сильні ринкові позиції і розраховувати в майбутньому на залучення довгострокових ресурсів, а це посприяє виходу на зарубіжні ринки капіталу.

Оцінка вартості комерційного банку та проведений індивідуальний аналіз відіграють першочергову роль у процесі визначення подальших шляхів розвитку фінансової стратегії банку. Визначення вартості діючого комерційного банку є однією із найскладніших видів оцінки, тому що аналізується кредитна установа, яка містить у собі всі елементи оцінки її фінансового стану. Здебільшого необхідність проведення оцінки вартості банку виникає в таких випадках:

- повний або частковий продаж банку;
- розміщення акцій банку на фондовому ринку;
- у разі об'єднання або поглинання;
- страхування власності;
- проведення переоцінки основних засобів;
- рішення власника встановити вартість власного бізнесу;
- ліквідація банку і т.п.

Існує декілька причин, які обумовлюють необхідність проведення оцінки вартості комерційного банку:

- перший і найбільш очевидний аргумент, який вказує на необхідність проведення оцінки банку, це процес його реструктуризації або зміни власника. Новий інвестор або власник, якому пропонується обміняти борги банку на пакет його акцій, має бажання знати, скільки цей комерційний банк реально коштує на теперішній час і яка можливість того, що вартість банку можливо збільшити в декілька разів протягом деякого часу внаслідок проведення капіталізації грошових потоків, які генерує банк;

- важливою є розробка стратегії, що буде спрямована на збільшення ринкової вартості нового бізнесу та збереження сильних ринкових позицій і залучення нових клієнтів. Перш ніж розпочати працювати над новою стратегією розвитку банку, необхідно визначити його теперішню ринкову вартість та розробити стратегію його розвитку на наступний рік;

- ринкову вартість банку можна використовувати як індикатор, що висвітлює ефективність управління банком. У процесі розвитку фінансового ринку ефективність кожної компанії і потенціал її економічного зростання розкриваються в зростанні цін на її акції або сумі, яку готовий інвестувати стратегічний інвестор для участі в капіталі банку;

- важливим є чинник потенційного банкрутства підприємства або банку. В разі банкрутства кредитної установи або її ліквідації обов'язковим є проведення оцінки ліквідаційної вартості, яка дає змогу оцінити масштаби можливостей задоволення претензій кредиторів.

Інформація про вартість банку має важливе значення для власників у процесі розробки нової стратегії щодо управління банком. Про це свідчить багаторічний досвід розвитку банківського сектора в країнах з ринковою економікою, яка зумовлює проведення професійної оцінки вартості їхнього бізнесу. Необхідно обов'язково проводити оцінку ринкової вартості комерцій-

ного банку, яка необхідна для зовнішніх та внутрішніх користувачів даної інформації.

Разом з тим в Україні ще не достатньо глибоко досліджена тема, присвячена проблемі встановлення ринкової вартості діючого банку та його клієнтської бази. Тому своєчасним та корисним є вивчення і використання міжнародного досвіду й практики проведення оціночної діяльності. Уже досліджено наявні методи оцінки вартості банку, застосування яких допоможе врахувати всі можливі перспективи розвитку комерційних банків і української банківської системи загалом.

Проведення оцінки ринкової вартості комерційного банку має велике значення для потенційного покупця та продавця компанії при визначенні обґрунтованої ціни угоди, для кредиту – при прийнятті рішення про надання кредиту компанії або банку, для страхової компанії – при визначенні розміру страхової суми та страхового відшкодування, для інвесторів – при визначенні теперішньої та майбутньої вартості банку. Оцінка банківського бізнесу також може бути проведена для оптимізації оподаткування, виведення підприємства зі стадії банкрутства, в разі формування та проведення антикризової політики для запобігання банкрутству.

Для прикладу розглянемо ситуацію, коли на зборах співвласники вирішують продати банк. Виникає необхідність у проведенні оцінки ринкової вартості комерційного банку. З цього часу розробляється нова стратегія, спрямована на збільшення вартості діючого банку для отримання більшого прибутку від його реалізації. В ході вивчення питання, пов’язаного з оцінкою вартості комерційного банку, зрозумілою стала необхідність дослідження банківської клієнтської бази. Саме вона впливає на розвиток комерційного банку. Клієнтела збільшується завдяки розгалуженню філіальної мережі та правильно проведеної маркетингової політики банку, що спрямована на залучення нових клієнтів. Якщо з розвитком філіальної мережі все зрозуміло, то такий нематеріальний актив, як клієнтська база (клієнтела), залишається зовсім не вивченим. Важко заперечити той факт, що клієнтська база є важливим нематеріальним активом фінансової установи. Тому питанню важливості клієнта було приділено достатньо уваги та випущено чималу кількість фахової літератури. Більшість керівників вищого рангу згодні з тим, що клієнти відіграють вирішальну роль у конкурентній боротьбі на банківському ринку й тому саме їм необхідно приділяти свою увагу. Однак аналіз цього

нематеріального активу є досить складним та потребує обробки великої кількості інформації, пов'язаної з клієнтською базою та продуктами, якими клієнти користуються.

Складність полягає в тому, що цей нематеріальний актив є досить нестабільним і на його поведінку впливає багато чинників. Фінансові установи протягом усього строку своєї роботи постійно інвестують у цей нематеріальний актив за допомогою проведення рекламних кампаній, розробки акцій, знижок, але не завжди такі методи допомагають залучити необхідну кількість клієнтів. Питання вартості або, іншими словами, фінансової цінності нематеріального активу клієнтели досі практично не досліджене. Величина грошового потоку та прибутків фінансової установи залежить від кількості клієнтів, які в ньому обслуговуються. Відповідно банк працює та одержує свій прибуток завдяки клієнтам, які постійно обслуговуються в його філіальній мережі. Вивчаючи питання клієнтської бази банку, розкриємо зміст поняття «клієнт».

Клієнт (англ. – client) – людина, з якою ведеться справа; людина, яка платить за послуги. Виходячи з цього, можна зробити висновок, що клієнт – це людина, яка споживає перелік банківських продуктів з певною періодичністю та оплачує послуги банку. Звідси виникає питання, пов'язане з кількістю банківських клієнтів, які створюють клієнтопотік або, іншими словами, клієнтелу.

Клієнтелу визначають як наявність постійних клієнтів у підприємства та перспективи їх розвитку. Клієнтопотік – це постійна клієнтська база банку, яка поділяється за фактором короткостроковості або довгостроковості відносин між банком та клієнтом. Ще клієнтопотік розуміється як кількість клієнтів, які обслугувалися в банку протягом певного часу, зумовленого умовами договору між клієнтом і банком.

Клієнтська база комерційного банку є його нематеріальним активом, тому вона має власну вартість, яка потребує її визначення. Кожний комерційний банк, який працює на території України й надає певний перелік банківських послуг, має постійну діючу клієнтську базу. З кожним роком, удосконалюючи свою систему обслуговування, розширюючи свій перелік послуг та мережу нових відділень, банк здобуває більшу кількість постійних клієнтів. Завдяки правильно розробленій стратегії та політиці банку, вміло проведеній рекламній кампанії, спрямованій на впізнаваність бренду, банк отримує постійних клієнтів, які планують своє майбутнє паралельно з цим банком.

Усі ці чинники впливають на появу нових клієнтів та втримання усталеного клієнтопотоку або, іншими словами, на формування власної клієнтської бази. Тому в разі проведення оцінки та визначення фінансової цінності наявної клієнтської бази банку та майбутнього клієнтопотоку отримуємо оцінку активу, який бере участь у формуванні вартості банку. Наявність постійної клієнтської бази вказує на те, що комерційний банк обрав вірну стратегію, яка включає в себе такі чинники, як рівень обслуговування, прозорість в роботі тощо. Відповідно клієнти звертаються саме до цього комерційного банку тому, що саме тут вони отримують усі необхідні послуги.

Однією із причин, яка впливає на постійність клієнтопотоку є наявність у комерційного банку розгалуженої філіальної мережі та наявності цілодобової зони обслуговування клієнтів. Клієнт, обираючи комерційний банк, звертає свою увагу саме на те, де він зможе отримувати послуги, тобто на масштаби філіальної мережі та кількість банкоматів, доступних цілодобово.

Придбання іноземними інвесторами комерційного банку супроводжує визначення ринкової вартості банку. Вище нами розглядалися способи проведення оцінки, які використовуються найчастіше. Однак, проаналізувавши ці способи проведення оцінки, ми з’ясували, що жоден з цих методів не розкриває метод проведення оцінки клієнтської бази. Також уже було відмічено, що клієнтська база або, іншими словами, клієнтела виступає нематеріальним активом банку і бере безпосередню участь у формуванні прибутків комерційного банку. Жоден з цих методів не розкрив у повному обсязі цього питання.

Успішний розвиток комерційного банку потребує стабільних доходів, які залежать від ступеня довіри клієнтів. Утворюється замкнуте коло: стабільність функціонування комерційного банку залежить від довіри до нього клієнтів, яка у свою чергу залежить від стабільності роботи комерційного банку. Однак прибуток комерційного банку більшою мірою залежить від довгострокових стосунків та стійкої співпраці, а не від споживання одинарних послуг (короткострокових стосунків).

Для цього банки створюють відділи або оплачують спеціалізовані тренінги, які повинні навчити співробітників обслуговувати клієнтів на вищому рівні та проводити продаж банківських продуктів за системою крос-селінгу. Спостерігається залежність довгострокових банківських стосунків з клієнтами і прибутків комерційного банку. Індивідуальність банківських послуг простежується в договірному характері, який скріплюється договором і має свій

індивідуальний період. Банки є одними із представників послуг з відносно великим проміжком часу (місяць, півріччя, рік та десятки років). Усе залежить від послуги, яку отримує клієнт. Маркетингові витрати – це необхідне капіталовкладення, яке дає змогу збільшити клієнтську базу та втримати вже існуючу.

Витрати, пов'язані із залученням нових та утриманням уже наявних клієнтів, є інвестиціями в нематеріальний актив, який у подальшому принесе комерційному банку прибуток та стабільний розвиток. А в період проведення його повної оцінки буде проведена додаткова оцінка фінансової цінності нематеріального активу клієнтели, яка вплине на загальну вартість комерційного банку.

Розглянемо важливість клієнтели для обох сторін: для покупця та продавця комерційного банку. Продавець, іншими словами, власник комерційного банку, зробив замовлення на проведення оцінки ринкової вартості свого комерційного банку, й, отримавши результати, він може залишитися незадоволеним. Вартість його банку виявилася меншою, ніж він очікував і, звичайно, у цих даних не було враховано вартість клієнтели даного комерційного банку. Як раніше зазначалося, клієнтела є нематеріальним активом, вона повинна мати свою власну вартість. Таким чином, власник комерційного банку отримав неповну інформацію про вартість його фінансової установи (комерційного банку).

Тепер розглянемо позиції покупця. Він має бути задоволеним тим, що йому доведеться сплатити меншу ціну за комерційний банк, що діє. Недоліком є той факт, що продавець не матиме повної інформації про клієнтську базу банку. Зупинимося на цьому питанні детальніше. З проведеного аналізу покупець може бачити й аналізувати кредитний та депозитний портфелі банку, проте ця цифра не відображає повної картини. Він не в змозі проаналізувати довгостроковість даного кредитного та депозитного портфелів. Нижче ми будемо проводити детальне сегментування клієнтів за строком їхнього обслуговування.

Завдяки отриманій інформації такого роду покупець може спрогнозувати кількість клієнтів, які будуть продовжувати свої зв'язки з банком і не будуть мати можливість терміново змінити банк через зміну власника або з інших непередбачуваних причин. Обидві розглянуті ситуації свідчать про те, що як власник, так і покупець зацікавлені в детальнішому вивченні цього питання. Також не слід забувати про те, що збільшення кількості клієнтської бази

комерційного банку не завжди відбувається завдяки рекламним кампаніям, які проводить банк, але й завдяки філіальній мережі. Кожен клієнт, який планує вибрати банк для майбутнього обслуговування або отримання кредиту, аналізує банк за декількома критеріями, а саме:

- умови обслуговування (тарифи);
- гнучкість продуктової бази;
- швидкість прийняття рішень;
- філіальна мережа та банки-партнери.

Важливу роль при виборі комерційного банку для подальшого обслуговування в ньому відіграє його філіальна мережа. Філіальна мережа – це кількість усіх відділень, які географічно розміщені в різних частинах країни та працюють під ліцензією головного банку. Таким чином, кожен клієнт намагається знайти банк, який має велику філіальну мережу для зручності свого обслуговування. Завдяки великій філіальний мережі комерційний банк має можливість покрити всю Україну: її регіони та райони міст. Таке об'єднання дає можливість оперувати мережею як одним цілим.

Виявляється, що обидва чинники – клієнтська база та філіальна мережа залежать один від одного й не можуть існувати окремо або розвиватися самостійно. Також не слід забувати, що кожен з цих чинників має прямий вплив на формування вартості банку. Потрібно відзначити, що оцінка ринкової вартості клієнтського потоку банку неможлива як без серйозного аналізу характеристик самої клієнтської бази, так і конкретного банку в цілому. Це пов'язано з тим, що дохід, який отримує банк від своєї клієнтської бази, безпосередньо пов'язаний з умовами його діяльності. При аналізі спостерігається можливість отримати більш-менш реальну вартість клієнтської бази комерційного банку. Відповідно клієнтську базу комерційного банку можна поділити на такі дві частини:

- потенційні клієнти (майбутні клієнти), які звернуться до банку через правильно проведену рекламну кампанію або рекомендації постійних клієнтів;
- клієнти, які користуються послугами банку в теперішній час.

Клієнти – це та основа, яка дає можливість розвивати бізнес та отримувати від нього прибуток.

Наступним поділом нематеріального активу, тобто клієнтели банку, буде умовний поділ на дві категорії. До першої категорії відносимо нематеріальні активи, пов'язані із зовнішнім сприйняттям самого банку – його послуг, іншими словами, сприйняття ринком та зовнішнім середовищем. До числа

таких нематеріальних активів відноситься клієнтська база комерційного банку. Оскільки в основі виникнення зазначених нематеріальних активів лежить сприйняття навколишнім середовищем комерційного банку та його бренду, то такі нематеріальні активи належать до зовнішніх [2, с. 10].

Водночас треба виділити зовсім іншу категорію нематеріальних активів, яка прямо не пов'язана із зовнішнім сприйняттям банку. До цієї категорії віднесемо спеціально підготовлений персонал, який працює в усіх філіях банку. Нематеріальні активи другої категорії виникли незалежно від сприйняття банку та його філіальної мережі зовнішнім середовищем, бо вони є внутрішнім джерелом розвитку банку. Виходячи з цього, правильно було б назвати цю категорію внутрішніми нематеріальними активами банку [2, с. 11].

Далі необхідно розібратися, внаслідок чого виникає поділ клієнтського потоку на зовнішній та внутрішній. Такому поділу сприяє такий чинник, як різні умови обслуговування, пов'язані з різницею між тарифами на банківські продукти та послуги для співробітників комерційного банку. Такий поділ необхідний для того, щоб розмежувати затрати й доходи на кожен з цих видів нематеріальних активів. Банку непотрібно нести додаткові витрати на залучення внутрішніх клієнтів, але водночас він отримує менший прибуток від обслуговування даного клієнта.

Крім того, на залучення зовнішніх клієнтів банк витрачає набагато більше ресурсів, наприклад, на створення та рекламування свого бренду, проведення постійних рекламних кампаній тощо. До того ж цей нематеріальний актив є сильним джерелом залучення нових клієнтів за рахунок своїх особистих стосунків та довіри до них їх знайомих. Проаналізувавши всі ці витрати, банк може зробити висновок про різну вартість зовнішніх і внутрішніх нематеріальних активів банку.

Розглядаючи місце клієнтської бази в процесі класифікації нематеріальних активів, відносимо клієнтську базу банку до категорії зовнішніх нематеріальних активів. Постійна клієнтська база утворюється завдяки розгалуженій банківській філіальній мережі, конкурентним банківським продуктам, вищому рівню обслуговування тощо. Однак зазначена аналогія не зовсім коректна. Якщо розглядати клієнтелу детальніше, то можливо виявити, що вартість клієнтської бази не являється безпосередньою вартістю активів. Вартість цих активів пов'язана з тривалими зумовленими умовами договору відносинами, які виникають між клієнтом і банком. Завдяки укладеному договору банк має

можливість прогнозувати тривалість стосунків з потенційним клієнтом та можливі доходи в майбутньому від цієї співпраці. Також не слід забувати, що тривалі стосунки між клієнтом і банком, які зумовлені терміном договору від 10 до 25 років, сприяють перехресному продажу банківських продуктів (обмін валют, перекази, оплата комунальних платежів тощо).

О.Дима [60, с. 10] пропонує здійснювати поділ клієнтської бази за такими критеріями, як прибутковість і рівень стосунків. Критерій «прибутковості» передбачає рівень прибутку, який приносить клієнт банку на сьогоднішній день та буде приносити в майбутньому, з урахуванням затрат ресурсів на його обслуговування порівняно з іншими клієнтами; наявність ресурсів; фінансовий стан; якість організації менеджменту тощо. Що стосується критерію «ступінь взаємодії», то необхідно вирішити, чи варто будувати стосунки з клієнтами, враховуючи їх початковий та перспективний рівень прибутковості. Сформовано такі етапи процесу поділу клієнтів на групи:

Етап 1. Первинний поділ клієнтів на фізичних і юридичних осіб, який застосовується всіма банківськими установами. Аналіз юридичних осіб доцільно здійснювати за галузевою належністю і при цьому до кожної групи підібрати спеціальний перелік чинників. Зроблено висновок про необхідність поділу юридичних осіб на п’ять груп, а фізичних – на чотири, що зумовлено рівнем доступу до інформації про представників кожної із груп. Поділ юридичних осіб на п’ять груп зумовлений тим, що, надаючи підприємству принаймні одну послугу, банк отримує інформацію, якої достатньо для того, щоб проаналізувати клієнта і зробити про нього висновки стосовно побудови стосунків. Інформації бракує лише про потенційних клієнтів, тому вони віднесені до окремої групи.

Етап 2. Визначення рівня прибутковості. Запропоновано два методи для визначення прогнозованого рівня прибутковості клієнтів банку. Перший метод – експертна оцінка. За цим методом група співробітників банку, яка складається з представників різних відділів банківської установи, колективно приймає рішення про занесення клієнта до однієї із чотирьох груп. Другий метод – застосування параметричного методу. Оцінка тут здійснюється за заздалегідь виділеними параметрами (пропонується три групи параметрів: маркетинг, управління, фінанси) та результат порівнюється з еталонними показниками, причому параметричні показники й еталонні значення визначаються експертним методом.

Етап 3. Поділ отриманих груп клієнтів за таким критерієм, як міра взаємодії. Необхідно визначити, чи будувати з клієнтами стосунки, що забезпечать зростання прибутку або його стабільне надходження, чи пропонувати їм стандартне обслуговування.

Етап 4. Аналіз результатів поділу та їх корекція. У результаті поділу може бути отримана непропорційно велика група клієнтів. Виникає необхідність перерозподілу клієнтів або вжиття необхідних заходів для вирівнювання диспропорції. За оцінками експертів, таке співвідношення має становити від 15% до 85% – відповідно ключові клієнти та клієнти, що розвиваються, до клієнтів, які потребують стандартного обслуговування, та випадкових клієнтів.

Етап 5. Вибір стратегії поводження з кожним клієнтом. Такими стратегіями є підтримка та поглиблення стосунків, розвиток стосунків, зниження затрат, звільнення.

За результатами поділу клієнтської бази формуються такі чотири групи [60, с. 13]:

- клієнти, що розвиваються;
- ключові клієнти;
- випадкові клієнти;
- клієнти, що потребують стандартного обслуговування.

Метод поділу клієнтської бази комерційного банку [60], дозволяє відстежувати статистичні дані клієнтів, які обслуговуються, та здійснювати їх порівняльний аналіз.

Аналіз ринку банківських продуктів свідчить про те, що корисним для банку є певне поєднання та комплексне впровадження комбінованих модифікацій банківських продуктів, які, з одного боку, здатні задовольнити попит споживача на банківські послуги, а з іншого, – враховувати обсяг спожитих послуг і тривалість співпраці з клієнтом при розрахунку розміру кредиту для певного клієнта в разі користування ним [34, с. 48].

Нами запропонований інший метод поділу клієнтів – групування клієнтської бази банку щодо строку обслуговування:

- короткострокові;
- середньострокові;
- довгострокові.

Короткострокові – це клієнти, які користуються разовими послугами (обмін валют, оплата комунальних послуг, отримання переказів, купівля

банківських металів та інші). Середньострокові – це ті клієнти, які пов'язують свої стосунки з банком на більш тривалий період та скріплюють його підписанням договору на отримання банківських послуг. До таких видів послуг належать: відкриття платіжної карти або тарифного пакета, обслуговування із зарплатного проекту, отримання кредиту строком до 3 років, розміщення депозиту. Також цих клієнтів можна характеризувати як клієнтів, що скріплюють свої стосунки з банком укладанням спільного договору строком від 1 до 3 років. Довгострокові – це ті клієнти, які скріплюють свої стосунки з банком укладанням спільного договору на більш тривалий термін – від 3 до 30 років, а саме: автокредитування, придбання нерухомості й отримання кредиту під заставу майна.

Таке розмежування клієнтів є обов'язковим. Завдяки здійсненню поділу маємо змогу отримати прогнозну інформацію про те, яка кількість клієнтів і на який строк буде обслуговуватися в банку. Клієнти, які оформили свої стосунки з банком укладанням спільного договору на більш тривалий термін, протягом цього терміну паралельно користуються іншими банківськими послугами. Клієнти, які належать до довгострокових, приносять комерційному банку більший дохід, ніж ті, що належать до короткострокових. Клієнти, які належать до групи довгострокових, виступають елементами постійної реклами для комерційного банку. Наприклад, клієнти під час обслуговування в банку користуються його платіжними картками, що виглядає як реклама для кола їхніх знайомих. Завдяки добре налаштованій філіальній мережі й правильному підходу до обслуговування клієнтів значна їх кількість продовжує свої відносини з банком, продовжуючи строк дії договору. Вартість подібних тривалих стосунків і становить вартість такого нематеріального активу, як клієнтська база. Безумовно, такі стосунки є результатом сприйняття банківського бренду та його філій зовнішнім середовищем. Ставлення клієнтської бази до нематеріальних активів набуває важливого сенсу при детальнішому вивченні методу оцінки вартості клієнтської бази комерційного банку.

3.3. Маркетингова стратегія утримання клієнта як інструмент оптимізації конкурентоспроможності банку

Існують загальні шляхи підвищення конкурентоспроможності банку, аналогічні звичайним маркетинговим рішенням, що властиві для всіх без винятку підприємств, і специфічні методи, які враховують саме банківську специфіку, тобто специфіку комерційного банку як особливого підприємства зі специфічними, властивими тільки йому якостями. Напрямки підвищення конкурентоспроможності банку ґрунтуються на специфіці механізмів формування, збереження та збільшення банківського капіталу.

Для конкурентоспроможності банківської системи важливою є достатня кількість філій у кожному регіоні. Роль філій і регіональних представництв банку полягає у створенні мультиплікаційного ефекту як в межах національної банківської системи, так і всередині мережі окремого банку (внутрішньобанківський мультиплікаційний ефект) [2, с. 77]. Цей процес створюється завдяки клієнтській базі банку та впливає на його фінансову цінність.

Складова внутрішніх бізнес-процесів – інструмент створення вартості. Він визначає процеси, які трансформують нематеріальні активи в клієнтські і фінансові результати, тобто визначає, якими способами слід реалізовувати вибрану стратегію. Вона відповідає за два компоненти стратегії [161, с. 100]:

1) розробку і надання споживачам бізнес-пропозиції цінностей, що дозволяють зберегти клієнтську базу в цільовому сегменті ринку;

2) вдосконалення бізнес-процесів з метою підвищення фінансової прибутковості.

Такі дії допоможуть втримати вже наявну клієнтську базу банку. Це створить сприятливі умови для дії мультиплікаційного процесу, що у свою чергу позитивно відіб’ється на конкурентоспроможності фінансової установи.

Стан економіки країни, в якій функціонує комерційний банк, потужно впливає на його роботу та подальший розвиток. Іншими словами, економічний стан країни впливає на роботу та розвиток фінансових установ і їхню клієнтську базу. Кожний комерційний банк, розробляючи плани на майбутнє, робить усе можливе для того, щоб створити розгалужену філіальну мережу. У результаті створення розгалуженої філіальної мережі банки паралельно нарощують клієнтську базу. Для того, щоб не втратити свою клієнтську базу, банку потрібно постійно проводити контроль за її рухом. Утримувати

клієнтську базу можна тільки за допомогою професійного персоналу, високого рівня обслуговування, постійного вдосконалення банківських продуктів та створення системи комплексного обслуговування. У процесі збору та акумулювання інформації про клієнтську базу банку її необхідно постійно аналізувати.

Також необхідним видається вивчення історії обслуговування клієнта. Це представить інформацію про те, якими продуктами він користувався, і за результатами клієнту надається статус, згідно з яким він зможе отримати більш вигідні умови за кожною із груп банківських продуктів.

Зниження цін на пропоновані послуги – вагомий аргумент у конкурентній боротьбі, важливий елемент створення позитивного іміджу банківської установи, що великою мірою забезпечує їй прихильність клієнтів. Здешевлення послуг може забезпечити банку вищий, ніж у конкурентів, прибуток за рахунок більшого обсягу їх пропозицій, навіть у разі меншої, порівняно з конкурентами, дохідності» [210].

Як відомо, клієнтела є нематеріальним активом комерційного банку. Однак, на відміну від всіх інших активів комерційного банку, вона є досить нестабільною. Також не треба забувати про те, що на неї впливає майже все, що відбувається з фінансовою установою: відгуки, реклама, різкі переміни в рейтингу, більш гнучкі продукти конкурентів, більш якісна рекламна кампанія конкурентів та економічні коливання в економіці країни (економічні цикли). Це не повний перелік усіх чинників, які впливають на поведінку клієнтів. У кожному комерційному банку має бути створений відділ, який повинен відстежувати поведінку клієнтів та прогнозувати все, що з ними пов’язане. Економічні цикли, які відбуваються в економіці, впливають на розвиток комерційних банків і, відповідно, на поведінку клієнтів. Необхідно чітко сформулювати поняття циклу.

Цикл економічний (англ. economic cycle) – сукупність послідовно змінюючих одна одну фаз (криза, депресія, пожвавлення, піднесення), що утворює систему оновлення основного капіталу та виробництва загалом [149]. Розглянемо класичну модель чотирифазного економічного циклу на рис. 3.3.

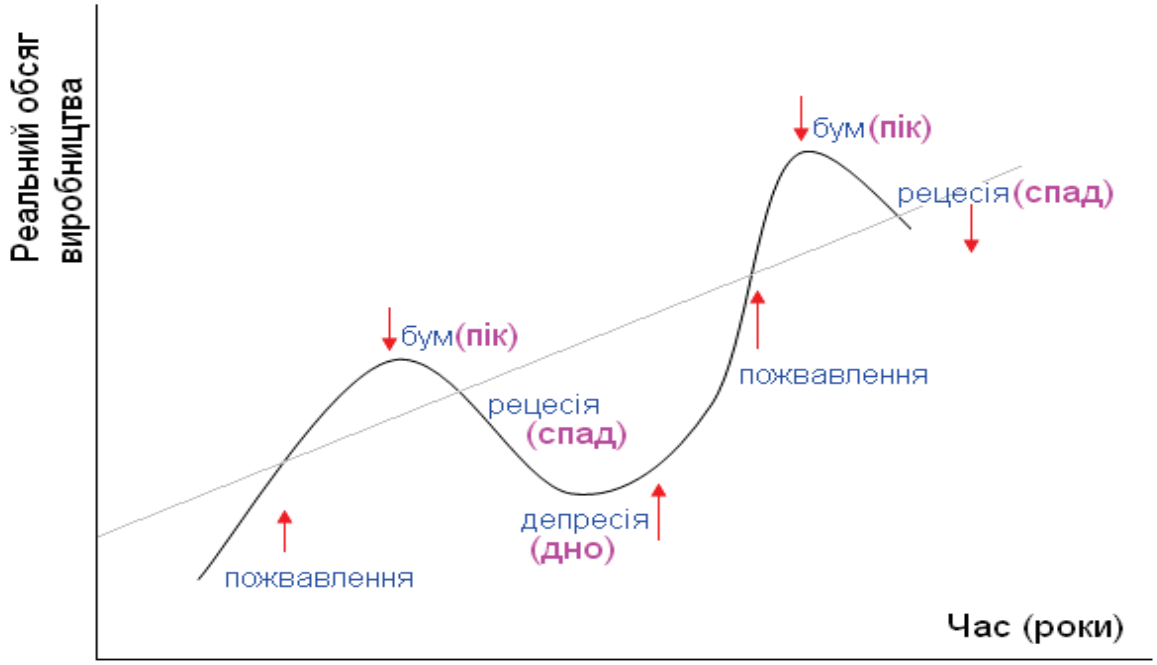

Рис. 3.3. Класична модель чотирифазного економічного циклу

Рецесія (спад):

- Фаза ділового циклу, коли національний обсяг виробництва скорочується, зменшуються обсяги купівельної спроможності населення, насамперед товарів тривалого користування, і зростають запаси цих товарів на складах у торговельній мережі.
- На скорочення закупівель і збільшення запасів на складах бізнес реагує скороченням виробництва, тому реальний ВВП починає зменшуватись.
- Зменшуються інвестиції у галузі будівництва, автомобілебудування, устаткування.
- Водночас скорочується попит на робочу силу. Спочатку скорочується середня тривалість робочого тижня, частина робітників відправляється у примусові відпустки, згодом їх звільняють з роботи, що призводить до безробіття.
- У період рецесії заробітна плата також може знижуватися, різко зменшуються прибутки комерційних установ.

Депресія:

- Найнижча точка спаду, глибока й тривала.
- Спад в економіці призводить до її кризи або стагнації.
- Економіка перебуває у стані рецесійного розриву (фактичний ВВП<потенційний ВВП).
- Період недовикористання економічних ресурсів і високого безробіття.

- Виникає максимальний спад виробництва й торгівлі.
- Різко зменшуються доходи й платоспроможний попит.

Пожвавлення:

- Зростання ВВП і прибутків.
- Зменшення кількості безробітних.
- Підприємці або купують продуктивніше обладнання (продовжують виробництво старого товару з меншими витратами), або переозброюють виробництво (переходять на виробництво нової продукції).
- Збільшується попит на інвестиційні товари, що стимулює виробництво.

Бум (пік, піднесення):

- Найвища фаза циклу.
- Доходи в суспільстві зростають.
- Попит випереджає пропозицію, що викликає зростання цін.
- В економіці спостерігається повна зайнятість.
- Виробництво працює на повну потужність.
- Саме тут закладаються підвалини наступної кризи перевиробництва.

Кількість років, що проходить між двома піками або двома депресіями, становить 16 років. При цьому розподіл часу за фазами зафіксовано такий: бум – до 3 років; спад – до 4 років; депресія – до 1 року; пожвавлення – 8 років. Статистичний аналіз роботи комерційних банків різних груп за рейтингом з уставного капіталу дає змогу зробити важливий висновок:

- під час депресії та буму оцінка вартості клієнтели комерційного банку описується нормальним законом розподілу ймовірностей. Причому під час буму ймовірність $p \to 1$, під час депресії $p < 0{,}2$. Тому вартість клієнтели під час буму зростає, під час депресії – спадає;
- під час піднесення та рецесії оцінка вартості клієнтели описується пуассонівським (експоненціальним) законом розподілу. Під час піднесення коефіцієнт $\lambda \to 0$ (тому ймовірність втрати конкретного клієнта прямує до нуля); під час рецесії $\lambda \to 1$ (ймовірність втрати конкретного клієнта прямує до одиниці). З економічного погляду це означає, що комерційний банк втрачає клієнтів, а це автоматично призводить до знецінення вартості клієнтели в цілому.

Якщо дану ситуацію розглянути з погляду інвестора, обидві фази – піднесення та рецесія – є вигідними для інвестора. Розглянемо два окремих випадки: піднесення та рецесію.

Перша фаза (піднесення) – саме в такий період інвестору вигідно придбати комерційний банк, в період його стабільної роботи та швидкого нарощення активів, однак він змушений буде заплатити реальну його вартість. У цей же час він отримає фінансову установу, що діє, з найменшими ризиками для себе. Таким чином, ми маємо можливість визначити ризик інвестора щодо діючої клієнтели. У момент, коли починається процес передпродажної підготовки комерційного банку, ця інформація стає доступною для його клієнтів. Реакція багатьох клієнтів, які обслуговуються в комерційному банку, може бути різною: певний відсоток клієнтів, які обслуговуються, вирішують зовсім змінити банк. У цей час інвестор зіштовхується з реальною проблемою, а саме: як правильно спрогнозувати той відсоток клієнтів, котрі змінять банк, та тих, котрі продовжать обслуговуватися в комерційному банку. У момент піднесення кількість клієнтів постійно збільшується, отже інвестор у цьому економічному становищі має найменший ступінь ризику.

Друга фаза (рецесія) – порівняно з піднесенням інвестор має змогу придбати комерційний банк за зниженою ціною. У цьому разі можна спостерігати, як швидко зменшується клієнтська база комерційного банку. Саме в цей період відбувається швидкий відплив депозитного портфеля комерційного банку, а це свідчить про те, що рівень довіри клієнта до фінансової установи зменшується. У цій ситуації інвестор несе подвійний ризик. При подібній економічній ситуації фіксується значна кількість звільнених з роботи й багато клієнтів будуть не в змозі сплатити або виконати свої обов’язки перед банком за своїми кредитними зобов’язаннями. Чинник продажу комерційного банку також спричинить відплив постійних клієнтів, які одразу звернуть свою увагу в бік більш стабільного комерційного банку.

Як результат інвестор несе подвійний ризик, пов’язаний з тим, що, придбавши комерційний банк зі всією його філіальною мережею, він може в результаті всіх цих чинників стати збитковим. У результаті відпливу великої кількості клієнтів у подальшому комерційний банк не зможе стабільно працювати.

Також необхідно спрогнозувати, чи буде достатньо тієї кількості клієнтів, які залишилися обслуговуватися в комерційному банку, для окупності всіх постійних і змінних витрат банку. Тоді інвестор вирішить, чи зможе придбаний банк одразу принести прибуток своєму новому власнику або буде потребувати додаткових інвестицій для подальшого розвитку. У момент рецесійного

розриву спостерігається міцний зв'язок між комерційним банком та клієнтом. Комерційний банк не в змозі існувати без потрібної для нього мінімальної кількості клієнтів, що постійно обслуговуються в ньому.

Окремо слід відзначити групу ризиків втраченої можливості, яка має своїм джерелом імовірність настання непрямих (побічних) фінансових витрат, які виявляються в недоотриманні прибутку в результаті нездійснення клієнтом якогось заходу, який би дав змогу йому одержати цей прибуток (наприклад, відсутність страховки на авто, під яке було взято кредит і яке було знищене внаслідок автомобільної аварії або викрадене). Окремим випадком цього ризику є ризик внаслідок падіння загальноринкових цін, який найчастіше пов'язаний з падінням цін на всі цінні папери, що перебувають в обігу на ринку, одночасно (наприклад, у результаті зниження загальної інвестиційної активності під час рецесії).

Щороку економіка країни переживає зміни. З цими змінами спостерігаємо перехід економіки на різні рівні, або економічні цикли. Кожна з цих стадій, у якій знаходиться економіка країни, має окремий вплив на розвиток фінансових установ, які працюють на її території. Економічні коливання також відображаються на розвитку банківського ринку України.

З кожним роком клієнти стають більш освіченими та мають доступ до інформації про банки за допомогою спеціалізованих журналів та інтернет-сайтів. Таким чином, клієнт не завжди реагує на рекламу, бо має можливість порівняти її з послугами інших банків та вирішити, де йому вигідніше обслуговуватися. Також не слід не враховувати той факт, що кількість комерційних банків зростає, а населення країни за останні десять років зменшилось. Така ситуація на ринку України говорить про те, що комерційним банкам необхідно змінити свої погляди на клієнтів та розробити нову маркетингову стратегію, яка допоможе втриматись на банківському ринку в майбутньому. Тому ми пропонуємо звернути увагу на новий підхід до зміни стратегії комерційного банку.

Нова маркетингова політика (стратегія) банку. З кожним роком спостерігається поява нових банківських установ на ринку України. Кожний новий комерційний банк, який входить на банківський ринок України, виходить на нього з новою маркетинговою стратегією, з більш новими та конкурентоспроможними банківськими продуктами. Однак такий швидкий приріст банківських установ у близькому майбутньому призведе до перенасичення банківського ринку України.

Від успішності політики (стратегії) комерційного банку щодо клієнтів залежить його конкурентоспроможність і клієнтопотік у майбутньому. Зараз кожний комерційний банк України має власну стратегію розвитку, різниця лише в тому, що в одних вона має короткостроковий термін – від одного до п'яти років, а в інших – довгостроковий. Проте не слід викреслювати ті критерії, на які спирається клієнт при виборі, що раніше себе зарекомендували з позитивного боку: зручність, комфорт, швидкість прийняття рішень, прозорість та доступність. Кожний комерційний банк використовує ці критерії у своїй роботі з клієнтом. Така політика спрямована на те, щоб зробити обслуговування клієнта більш комфортним і якісним, створивши всі умови для втримання клієнтів. Якісна клієнтська база є важливим елементом, який впливає на стабільність фінансової установи. Саме завдяки стабільній клієнтській базі комерційний банк в змозі утриматись на конкурентному ринку, пережити ризики та не втратити свою вартість. Банку необхідно проводити політику стабільної клієнтської бази. Конкурентоспроможність комерційного банку залежить від стабільності та довгостроковості відносин між клієнтською базою та комерційним банком.

Розглянемо один із моментів, як зробити обслуговування клієнтів в банку більш комфортним та зручним. Наприклад, зручний графік роботи банку з 9:00 до 19:00 без перерви. Це свідчить про те, що кожний з клієнтів зможе підібрати зручний для себе час, щоб отримати в комерційному банку необхідну для себе консультацію або послугу. Сьогодні акцент робиться на роздрібного клієнта і банки проводять розробку нових скоригованих програм для того, щоб працівник банку мав можливість одразу дати відповіді на всі запитання, враховуючи попереднє рішення щодо кредиту. Також не слід забувати про те, що багато комерційних банків для того, щоб зробити свої банківські продукти прозорішими, відмовилися від використання прихованих комісій і тим самим стали доступнішими для клієнта. Це неповний перелік того, завдяки чому клієнт зупиняє свій вибір саме на цьому банку.

Але всі ці нововведення не розв'язують головної проблеми кожного комерційного банку, а саме: необхідності збільшення кількості клієнтів та в подальшому втримання їх у банку. В процесі вивчення цього питання ми провели поділ клієнтів на три групи: короткострокові, середньострокові та довгострокові. Цей поділ клієнтської бази комерційного банку змушує нас звернути увагу на те, протягом якого терміну клієнт обслуговується, не

змінюючи банк. Кожен комерційний банк витрачає колосальні грошові ресурси на розробку маркетингового плану, постановку цілей та виконання фінансових планів, розробку фінансових планів для проведення всеукраїнських рекламних кампаній за допомогою телебачення та інших видів реклами. Кінцевим результатом повинно бути збільшення клієнтопотоку і відповідно прибутків комерційного банку. Але жодна з них не спрямована на утримання вже наявної клієнтської бази в комерційному банку. Тому, головним завданням банку є втримання клієнта на максимальний термін. Чим довше клієнт продовжує обслуговуватися в фінансовій установі, тим більшою є можливість окупити затрачені ресурси на його залучення та отримати прогнозований прибуток. Довгострокові відносини між клієнтом та банком добре впливають на стабільність та конкурентоспроможність останнього.

Іноземний інвестор також звертає увагу на ту політику, яку обере комерційний банк для утримання своєї клієнтської бази. Ця політика враховується також у момент проведення оцінки і сильно впливає на вартість діючої фінансової установи. Інвестор проводить власні розрахунки та прогнозує свої ризики, пов'язані з відпливом клієнтів під час придбання або продажу банку. Деякі провідні комерційні банки України ще з 2004 року розпочали змінювати стереотипи в підході до обслуговування клієнтів. Проводився ребрендінг з першими кроками в напрямку постійного проведення навчання своїх співробітників культури обслуговування й спілкуванню з клієнтами. Паралельно розпочалося перепрофілювання співробітників банків на широкопрофільних банківських спеціалістів. Можна зауважити, що нічого нового в цьому не має, але всі ці зміни були проведені не для того, щоб зменшити кількість співробітників для мінімізації витрат банку на їхнє утримання. Головною ідеєю стало зближення співробітника з клієнтом банку, що зменшує психологічний бар'єр між ними. Така політика, спрямована на зближення клієнта і співробітника банку.

У процесі роботи постає проблема: як переконати клієнта утриматися від дострокового закриття кредиту і зміни банку. Це саме та проблема, яку сьогодні потрібно розв'язати комерційним банкам. Над цим питанням повинні працювати маркетингові відділи комерційних банків. Першим кроком до розв'язання саме цієї проблеми стало виникнення комісій за дострокове погашення кредиту. Саме ця додаткова умова зупиняє деяких клієнтів достроково закривати кредити й утримує їх у даному банку. Таким чином, комерційний банк має

змогу спрогнозувати строк обслуговування клієнта в конкретному комерційному банку.

Однак не слід забувати, що не можна втримати клієнта в банку лише таким чином. До цього питання слід підходити комплексно.

Наступним етапом утримання клієнта у банку за рахунок є крок прив'язки його до співробітника комерційного банку. Зробивши співробітника комерційного банку багатопрофільним спеціалістом, розв'язується проблема, що покращує комфорт клієнта і не змушувати клієнта комерційного банку ходити по різних кабінетах та відділах банку. Внаслідок цього один співробітник має змогу проконсультувати й обслужити клієнта щодо всіх продуктів комерційного банку, тим самим активізується прив'язка клієнта до співробітника. Клієнт з усіма своїми питаннями звертається до одного співробітника банку, якого він вже знає. Такий співробітник стає для клієнта індивідуальним фінансовим консультантом, до якого він звертається в разі необхідності з усіх банківських питань. Така політика направлена на те, щоб зробити обслуговування клієнтів більш зручним та комфортним, а комфорт для клієнта під час вибору стоїть на першому місті.

Тому комерційним банкам необхідно приділити достатньо уваги для розроблення власної системи навчання співробітників банку культурі спілкування з клієнтом, елементам психології і таким чином зблизити клієнта та співробітника банку. Ми вважаємо, що на цьому перша стадія маркетингової стратегії завершується. Дивлячись на рекламні кампанії деяких українських банків, спостерігаємо переплетіння всіх поколінь, а саме: бабуся, батьки та діти. Як уже зазначалося, банківські фінансові установи зробили все для того, щоб завоювати більшу кількість клієнтів. У результаті проведених ними рекламних кампаній, розроблення нових, прозорих і доступних для клієнта банківських продуктів, спільних акцій, які банки проводять з великими мережевими магазинами, відбувається перерозподіл клієнтопотоку в масштабах країни.

Стратегії комерційного банку повинні бути спрямовані на те, аби клієнт після сплати свого кредиту залишався його подальшим клієнтом, а не змінював на інший. Розробивши нову стратегію або умови, комерційний банк створить нову культуру, спрямовану на зближення та утримання клієнта в банку. Розглянемо приклад нової стратегії. Приміром, клієнт має добрі стосунки із співробітником банку, і, приходячи до банку, отримує позитивні емоції від перебування саме в цьому банку, де йому добре та комфортно. Наступного

разу, збираючись до банку, він вирішує узяти із собою дитину, яка у свою чергу також отримала позитивні емоції завдяки дружелюбній обстановці, посмішці співробітника, м'яких меблів тощо. Все це залишається у пам'яті дитини, яка наступного разу попросить батьків піти саме в цей банк.

Внаслідок використання саме цієї стратегії комерційний банк створює нову культуру, виникає еталон сімейного банку, до якого ходять усією родиною. Дитина вже з малого віку асоціює саме цей банк з родиною, сімейним комфортом. Такі дії спрямовані на майбутнього потенційного клієнта. А найголовніше, що дитину там вже знають, і коли настане час відкриття першого рахунку, платіжної карти або депозиту, ймовірно вона обере саме цей банк. Така стратегія допоможе в майбутньому зберегти прибутки комерційного банку та гарантувати йому стабільність і конкурентоспроможність.

3.4. Стратегія підвищення конкурентоспроможності банків України в умовах інтеграції до ЄС

Курс України на активізацію інтеграційних процесів до європейського економічного простору обумовлює формування адекватної стратегії підвищення конкурентоспроможності банків, що повинна забезпечити не тільки їх подальше ефективне функціонування, але і підвищувати конкурентоспроможність як на вітчизняному, так і на зовнішніх ринках банківських послуг. Тому актуальним є формування наукових підходів до розробки та впровадження нової маркетингової стратегії комерційних банків, котра повинна враховувати регіональну специфіку процесів суспільного відтворення.

За даними Асоціації українських банків в країні функціонує понад 100 працюючих банків, у той же час банківська система європейських країн з більш потужним економічним потенціалом складає до 15-20 комерційних банків [130].

Маркетингова стратегія переважної більшості комерційних банків України традиційно формується її вищим керівництвом та топ-менеджерами головних офісів і не враховує регіональну специфіку та поточні потреби клієнтів. Для формування ефективної банківської стратегії в сучасних умовах необхідно визначитись з пріоритетами сегментації ринку банківських продуктів. В попередніх публікаціях авторами неодноразово висвітлювалася пріори-

тетність надання саме банківських послуг над кредитними банківськими продуктами [130; 149], а також пріоритетність домогосподарств над підприємствами і фірмами при формуванні клієнтської бази комерційного банку [202].

Статистика Національного банку України засвідчує суттєве падіння обсягів кредитування як підприємств, так і фізичних осіб при одночасному суттєвому зменшенні обсягів депозитів фізичних і юридичних осіб протягом 2014 року. Зміна в річному обчисленні за скоригованими щомісячними даними кредитів, наданих нефінансовим корпораціям, на кінець листопада 2014 року становила -11,4% порівняно з -5,1% на кінець жовтня 2014 року, а кредитів, наданих домашнім господарствам, на кінець листопада 2014 року становила -15,1% порівняно з -12,7% на кінець жовтня 2014 року. Зміна в річному обчисленні за скоригованими щомісячними даними депозитів нефінансових корпорацій на кінець листопада 2014 року становила -5,8% порівняно з -4,1% на кінець жовтня 2014 року, а депозитів домашніх господарств на кінець листопада 2014 року становила -29,0% порівняно з -26,0% на кінець жовтня 2014 року, що додатково засвідчує потребу в пошуку нових підходів по формуванню банківського маркетингу [151].

Разом з тим серед науковців і досі немає не тільки єдності в усвідомленні первинності та особливої ролі банківських послуг у банківській діяльності взагалі (як наприклад первинність розрахунково-касових послуг як основа всієї банківської діяльності), але і їх особливої ролі у формуванні сучасної стратегії комерційного банку. Так, деякі науковці [139] з одного боку визнають відмінність банківських продуктів та послуг: сегментація дає можливість банку знайти нові цільові ринки і в такий спосіб розширити пропозицію банківських продуктів та послуг; а з іншого боку визначають кредитні та депозитні продукти як кредитні та депозитні послуги комерційних банків, що не збігається з самою суттю та метою розділення банківських продуктів на кредитні (капіталізовані) продукти та банківські послуги.

Не применшуючи ролі та значимості окремих наукових досліджень слід відмітити, що розбіжності в усвідомленні суті банківської послуги стають на заваді у правильній сегментації ринку банківських продуктів та формуванні ефективної маркетингової стратегії. В.Корнєєв [97, с. 99] в своїх дослідженнях не відокремлює специфіку банківських послуг від банківських кредитів. Аналогічні погляди поділяють М.Ребрик [176, с. 137], Я.Литвиненко [134, с. 53] та деякі інші науковці. Не заперечуючи внесок зазначених та інших науковців,

необхідно звернути увагу на те, що з часів формування маркетингової теорії Ф.Котлером було визначено, що послугам на відміну від товарів властиві три притаманні риси, що обумовлюють їх унікальність при формуванні маркетингової стратегії:

1. Нематеріальність послуг і неможливість формування їх «складського запасу». Кредитні ресурси банків є матеріальним продуктом з можливістю формування запасу та обмеженістю у своїй ресурсній природі. Окремі аспекти даного питання розглядалися та знайшли підтвердження в наукових роботах А.Мещерякова [146, с. 33], Я.Литвиненка [134] та ін.

2. Якість послуги та ефективність її просування залежить перш за все від рівня кваліфікації персоналу, на відміну від товару, де первинне місце займають його властивості та технологічні риси. Аналогічно просування банківських послуг залежить більшою мірою від маркетингової стратегії та кваліфікації працівників, а кредитних та депозитних продуктів – переважно від процентної ставки та розміру кредиту.

3. Надання послуг є більш рентабельним у порівнянні з виробництвом товару. Специфіка банківської діяльності засвідчує, що без первинної банківської послуги – розрахунково-касового обслуговування неможливе рентабельне формування кредитних банківських продуктів внаслідок функціонування в банківській системі ефекту кредитного мультиплікатора.

Таким чином, для формування сучасної ефективної стратегії підвищення конкурентоспроможності банків вкрай необхідно чітке та однозначне сприйняття науковцями базових принципів сегментації банківських продуктів та послуг. Саме такі підходи відповідають критеріям Європейського Союзу в сфері банківської діяльності [1, с. 177].

Виходячи з авторського розуміння специфіки банківських послуг, перспектива підвищення конкурентоспроможності вітчизняних комерційних банків може бути досягнута виключно за рахунок ефективної маркетингової стратегії просування банківських послуг. Зазначена стратегія підвищення конкурентоспроможності банків повинна враховувати як слабкі місця, так і наявні переваги.

До незаперечних слабких місць національної банківської системи можна віднести наступні:

1. Капіталізація вітчизняних банків незрівнянно менша капіталізації європейських банків. Немає потреби навіть наводити будь яку статистичну

інформацію, бо десятки та сотні мільярдів євро не порівнюються з десятками та сотнями мільйонів гривень. Це, в свою чергу, обумовлює неможливість конкурувати за обсягами кредитувань та відсотками за користування ресурсами. До того ж внаслідок невеликих розмірів норм резервування та облікових ставок в Європі, більш якісних кредитних портфелів європейські банки максимально використовують мультиплікаційний ефект, що виникає в процесі кредитування [65].

2. Вітчизняна банківська система не має розгалуженої мережі філій у Європі і не має фінансової можливості її створення найближчим часом.

3. Вітчизняний фондовий та валютний ринки не є такими, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності банківської системи України, а рейтинги вітчизняних рейтингових агенцій не визнаються в Європі. Крім того, отримання європейської ліцензії для вітчизняної рейтингової агенції є практично неможливим.

4. Іміджевий та брендовий потенціал, як і рекламні бюджети та наявні технології просування банківських послуг вітчизняних комерційних банків не є конкурентоспроможними на європейському ринку банківських послуг.

5. Клієнтською базою вітчизняної економіки виступає менш конкурентоспроможна система суспільного відтворення, котра побудована на недосконалому законодавстві (перш за все податковому) у порівнянні з більшістю європейських економічних систем.

6. Керівництво Національного банку України не готове до кардинального реформування банківської системи в бік переходу економіки Україні від гривні до єдиної європейської валюти.

До переваг вітчизняної банківської системи можна віднести:

1. Високі відсоткові ставки по залученим ресурсам, що обумовлює їх привабливість як для вітчизняних, так і для європейських клієнтів.

2. Достатньо високий рівень технічного та інформаційного обслуговування клієнтів.

3. Наявність суспільного попиту та передумов для реформування практично всіх галузей економіки та суспільного життя відповідно до європейських стандартів та принципів, у тому числі і подальшого просування від асоційованого до повноцінного членства у європейській спільноті.

4. Високий рівень освіти та грамотності населення (як наявних, так і потенційних клієнтів банків) у порівнянні з більшістю європейських країн.

5. Значний ресурсний та економічний потенціал для подальшого розвитку.

На практиці реалізацію наявних маркетингових переваг та мінімізацію слабких місць у маркетинговій стратегії українського комерційного банку можна розглянути на прикладі. Стратегія підвищення конкурентоспроможності регіональних банків повинна містити наступне:

− орієнтуватись на фізичну особу як на головного споживача банківських послуг, при цьому уся лінійка банківських продуктів (навіть надання деяких за нульовою рентабельністю) повинна стимулювати фізичну особу на споживання головної банківської послуги – переходу фізичної особи на розрахунково-касове обслуговування до банку. Зазначені переваги такої маркетингової стратегії комерційного банку були неодноразово опубліковані авторами та показали свої практичні переваги у діяльності ряду комерційних банків України. Разом з тим в умовах інтеграції України до Європейського економічного простору така стратегія банківської установи є як ніколи актуальною;

− орієнтуватися на суттєве збільшення асортименту банківських продуктів, пов'язаних з міжнародними платіжними картками при одночасному підвищенні якості їх обслуговування (цілодобова телефонна підтримка різними мовами, збільшення кількості терміналів самообслуговування, укладення угод з банками європейських країн на одночасне спільне зменшення комісій, підвищення обізнаності суспільства про нові банківські послуги тощо). Зазначений елемент стратегії буде особливо актуальним внаслідок неминучої відміни візових бар'єрів, що призведе, в свою чергу, до суттєвого збільшення закордонних поїздок громадян України (та транзитних осіб). Значення цього фактору важко переоцінити. По суті його можна порівняти в сучасній історії з падінням Берлінської стіни в Німеччині. Незважаючи на всю очевидність зазначених змін та переваг, важливим є те, що банки повинні заздалегідь готуватися до цього, бо впровадження будь-якого продукту має певний життєвий цикл;

− розширення асортименту та інтенсифікація просування суміжних, або інтегрованих послуг комерційних банків, таких як інтегровані розрахунково-депозитні послуги, страхові послуги, інформаційно-довідкові послуги (включаючи й оформлення довідок про стан банківських рахунків відповідно до європейських вимог, консультування по поверненню європейського ПДВ) тощо. Більш детально переваги інтегрованих банківських послуг для регіональних банків описані авторами у попередніх публікаціях [32; 33; 34; 149];

− передбачати суттєве розширення асортименту банківських послуг дистанційного доступу до банківських рахунків та можливість управління

ними. Яскравим прикладом ефективного просування таких послуг є інтернет-банкінг ПриватБанку – послуга «Приват 24». Зазначені послуги є дуже актуальними для громадян України, котрі працюють за кордоном і отримають можливість здійснювати управління власними рахунками з метою здійснення грошових переказів, накопичення коштів, оформлення трудового стажу та страхових полісів, сплати комунальних платежів в період тимчасової відсутності, придбання квитків, поповнення телефонних рахунків тощо. Особливу актуальність дані послуги набувають для тих громадян України, котрі розпочинають в Європі власний бізнес в якості приватних підприємців. Просування дистанційних банківських послуг для громадян України, тимчасово перебуваючих в європейських країнах, є однією з найбільш перспективних та конкурентоспроможних послуг в умовах інтеграції країни до європейського економічного простору;

− передбачати розробку та впровадження нових банківських послуг, пов'язаних з кредитуванням співвітчизників за кордоном. Таке кредитування може здійснюватись під заставу майна громадян, що залишається на території України, або навіть під заставу майна в інших державах. Особливо актуальним таке кредитування є для тих співвітчизників, хто займається підприємницькою діяльністю, пов'язаною з роздрібною торгівлею. При впровадженні зазначених банківських послуг можна використовувати досвіт Російського банку «Кедр», котрий запровадив аналогічні послуги громадянам Росії в Афінах (Греція). Доцільною також є активізація економічної співпраці з представниками української закордонної діаспори.

− незважаючи на цільове орієнтування послуг регіональних банків на пріоритетне обслуговування фізичних осіб, це не означає відмову від співпраці з підприємствами та юридичними особами. Найбільш перспективним напрямом такої співпраці може бути обслуговування документарних акредитивів. Просування зазначених послуг переважною більшістю банків в Україні зараз здійснюється шляхом використання персоналу центральних офісів (метрополій) комерційних банків. Інтеграція українських банківських установ до європейського економічного простору буде вимагати формування на місцевому рівні груп фахівців, досвідчених в обслуговуванні всіх видів і типів документарних акредитивів. Така задача може бути виконана при активному залученні науково-педагогічного персоналу вищих навчальних закладів.

В умовах інтеграції України до європейського економічного простору актуальною є розробка стратегії підвищення конкурентоспроможності банків. Попередній аналіз переваг та слабких сторін банківської діяльності в Україні показує низький рівень конкурентоспроможності вітчизняної банківської системи. Разом з тим сучасна регіональна маркетингова стратегія комерційного банку дозволяє використати наявні переваги і конкурувати на окремих сегментах ринку банківських послуг в умовах інтеграції до європейського економічного простору. Вітчизняними науковцями не приділяється достатньої уваги дослідженню цього питання. В той же час запропоновано шляхи підвищення конкурентоспроможності регіональних банківських установ шляхом включення нових елементів до стратегії підвищення конкурентоспроможності банків.

РОЗДІЛ 4
ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ В СИСТЕМІ КОРПОРАТИВНИХ ВІДНОСИН

4.1. Фінансова безпека як елемент економічної безпеки

Світовий досвід доводить, що процес становлення нової незалежної держави супроводжується оцінкою життєздатності її економіки, можливості та готовності протистояти впливу існуючих і потенційно можливих загроз. Отже, в сучасних умовах для України особливого значення набуває необхідність зміцнення економічної безпеки. Проблеми забезпечення економічної безпеки української держави як умови її відродження все більше привертають увагу політичних діячів, вчених, а також широких верств населення. На підтвердження цього стаття 17 Конституції України [95] проголошує, що поряд із захистом суверенітету і територіальної цілісності України найважливішою функцією держави, справою всього українського народу є забезпечення її економічної безпеки.

Згідно з Постановою Верховної Ради України «Про Концепцію (основи державної політики) національної безпеки України» [169], економічна безпека органічно включена до системи державної національної безпеки разом із наступними її складовими:

– створення громадянського суспільства, підвищення ефективності органів державної влади та місцевого самоврядування, розвиток демократичних інститутів для забезпечення прав і свобод людини;

– досягнення національної злагоди, політичної й соціальної стабільності, гарантування прав української нації та національних меншин України;

– забезпечення державного суверенітету, територіальної цілісності та недоторканості кордонів;

– створення самодостатньої соціально орієнтованої ринкової економіки;

– забезпечення екологічно та технологічно безпечних умов життєдіяльності суспільства;

– збереження та підвищення науково-технологічного потенціалу;

– зміцнення генофонду українського народу, його фізичного і морального здоров’я та інтелектуального потенціалу;

– розвиток української нації, історичної свідомості та національної гідності українців;

– розвиток етнічної, культурної, мовної та релігійної самобутності громадян усіх національностей, що складають український народ;

– налагодження рівноправних та взаємовигідних відносин з усіма державами, інтегрування в європейську та світову спільноту.

Отже, однією з головних складових національної безпеки України є саме соціально-економічна безпека, яка означає збереження та розвиток добробуту окремої людини та суспільства в цілому.

Економічна безпека – це такий стан національної економіки, який дозволяє задовольнити всю сукупність реальних, дійсних економічних потреб суспільства, забезпечує його економічну незалежність, стабільний та стійкий розвиток, прогрес, гідне рівноправне положення в світовому господарстві, надійний захист від внутрішніх та зовнішніх загроз [51]. Це найважливіша якісна характеристика економічної системи, що визначає її здатність підтримувати нормальні умови життєдіяльності населення, стійке забезпечення ресурсами розвитку національної економіки, а також послідовну реалізацію національних інтересів держави в процесі інтеграції у світове співтовариство.

Таким чином, коли йдеться про економічну безпеку держави, можна стверджувати, що вона полягає в здатності національної економіки розвиватися у стійкому розширеному масштабі, задоволенні реальних економічних потреб суспільства на рівні не нижче критичного ліміту, забезпеченні економічної незалежності країни, протистоянні існуючим та можливим загрозам.

Б.Райзберг, Л.Лозовський і Е.Стародубцева [175], вважають, що економічна безпека – це запобігання просочуванню конфіденційної економічної інформації з фірми, порушення комерційної таємниці, здійснення економічних диверсій. На наш погляд, таке тлумачення є дещо звуженим, оскільки основна увага в ньому приділяється інформаційній безпеці і захищеності від навмисних дій контрагентів.

А.Азріліян [25, с. 53] визначає економічну безпеку як стан юридичних, економічних відносин, організаційних зв’язків, матеріальних і інтелектуальних ресурсів підприємства, за якого гарантується стабільність його функціонування, фінансово-комерційний успіх, прогресивний науково-технічний і соціальний розвиток.

Т.Гладченко [47, с. 12] трактує економічну безпеку корпорації як захищеність життєво важливих інтересів корпоративної структури від внутрішніх і зовнішніх загроз, організовувана адміністрацією і колективом підприємства шляхом реалізації системи заходів правового, економічного, організаційного, інженерно-технічного і соціально-психологічного характеру.

У свою чергу, К.Попов [165, с. 54] трактує економічну безпеку корпорації як систему, що забезпечує мобілізацію і найбільш оптимальне управління ресурсами корпоративної структури з метою забезпечення її стійкого функціонування, а також активної протидії різноманітним негативним впливам зовнішнього середовища.

В.Мунтіян [150, с. 356] визначає економічну безпеку корпорації як стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів (чинників бізнесу) для запобігання загрозам і забезпечення стабільного функціонування підприємства в даний час і в майбутньому. При цьому економічна безпека корпорації включає ряд функціональних складових: фінансову, інтелектуальну, кадрову, техніко-технологічну, політико-правову, екологічну, інформаційну і силову.

Крім того, економічна безпека корпорації трактується як: захищеність її діяльності від негативного впливу зовнішнього середовища, а також здатність своєчасно усунути різноваріантні загрози або пристосуватися до існуючих умов, які не позначаються негативно на його діяльності [88]; комплекс заходів, що сприяють підвищенню фінансової стійкості господарюючих суб'єктів в умовах ринкової економіки, що захищають їх комерційні інтереси від дії негативних ринкових процесів [174]; сукупність чинників, що забезпечують незалежність, стійкість, здатність до прогресу в умовах дестабілізуючих чинників [79]; здатність корпорації до ефективного функціонування (зараз) і успішного розвитку (в майбутньому) [61]; стан, за якого корпорація здатна ефективно функціонувати в рамках обраної стратегії [6].

Рівень економічної безпеки корпорації визначається на підставі сукупного критерію економічної безпеки, який, у свою чергу, розраховується на підставі бачень експертів по часткових функціональних критеріях (з урахуванням їх питомої ваги), що визначають роль того або іншого елементу в системі економічної безпеки конкретної корпоративної структури. Тобто залежно від специфіки діяльності корпорації домінуюче значення матимуть різні функціональні складові.

В сучасній вітчизняній та зарубіжній літературі все більше уваги приділяється виокремленню фінансової безпеки як елемента економічної безпеки.

На думку В.Шлемко та І.Бінько [217], основними складовими економічної безпеки є сировинно-ресурсна, енергетична, фінансова, воєнно-економічна, технологічна, продовольча, зовнішньоекономічна (експортна й імпортна) безпека.

Економічна безпека складається з загальноекономічної, фінансової, зовнішньоекономічної, технологічної, енергетичної, сировинної, продовольчої, працересурсної, водогосподарської, протистихійної [100].

Вчені Українського центру економічних і політичних досліджень [171], економічна безпека включає в себе промислово-технологічну, воєнно-економічну, паливно-енергетичну, продовольчу, зовнішньоекономічну безпеку і безпеку валютно-фінансової сфери.

За А.Городецьким [51], залежно від конкретних сфер і секторів економіки, видів загроз можна виділити конкретні специфікації економічної безпеки. В інтерпретації Г.Пастернака-Таранушенка [159] економічна безпека поділяється на демографічну, екологічну, харчову, військову, ресурсну, питно-водну, енергетичну, цінову, фінансово-грошову безпеку.

Підкреслимо, що у визначенні складових економічної безпеки практично всі автори наголошують на фінансовій безпеці країни в цілому та будь-яких економічних суб'єктів. Таким чином, безперечним є той факт, що однією з найважливіших складових економічної безпеки є безпека фінансова. Роль фінансової складової для будь-якої корпорації складно переоцінити. Це пояснюється тим, що фінансово-кредитна система, яка є об'єктом фінансової безпеки, забезпечує грошовими коштами розширене виробництво – основу економіки кожної держави [112]. Фінансові ресурси пов'язують між собою інші елементи економічної безпеки, а саме матеріальні, трудові, виробничі, інформаційні та енергетичні ресурси.

Без забезпечення фінансової безпеки практично неможливо вирішити жодне із завдань, що стоять перед Україною. За оцінкою експертів з фінансової безпеки, владні структури руйнуються тоді, коли підривається економічна, фінансова основа їх існування. Фінансові авантюристи значно ефективніше від бойовиків з автоматами здатні повалити будь-яку владу і знищити державність [46]. Важко також не погодитися с М.Арсентьєвим [8], який підкреслює, що з точки зору забезпечення економічної безпеки навіть, умовно кажучи, блискучий стан виробничої підсистеми може бути зруйнований за дуже короткий проміжок часу, наприклад, через кредитно-фінансову підсистему,

якщо остання буде виконувати не забезпечуючу роль, а функціонувати самостійно.

Це підтверджується й нормами Положення «Про Міжвідомчу комісію з питань фінансової безпеки при Раді національної безпеки і оборони України» [167], затвердженого Указом Президента України [162].

Поняття фінансової безпеки так само широке, як, власне, й тлумачення фінансів як системи економічних відносин, що виникають у процесі створення та використання централізованих і децентралізованих фондів грошових коштів. Отже, фінансова безпека являє собою надзвичайно складну багаторівневу систему, яку утворюють ряд підсистем, кожна з котрих має власні структурні елементи та логіку розвитку.

Проте на сьогодні відсутнє навіть приблизно точне визначення категорії «фінансова безпека». Існуючі на сучасний момент формулювання цього поняття відображають лише окремі аспекти цієї категорії і не можуть претендувати на її однозначне трактування. Значущість найбільш обґрунтованого формулювання категорії «фінансова безпека» зумовлена тим, що тільки виходячи зі змісту, який в неї вкладається, повинні формуватися всі елементи повноцінної системи фінансової безпеки, а також механізми та моделі її забезпечення.

Так, деякі автори [155] вважають, що фінансова безпека – це стан національної економіки та фінансової системи, який дає можливість:

- гарантувати розвиток людини, суспільства і держави на базі досягнень науково-технічного прогресу;
- зберігати або швидко відновлювати виробництво в умовах припинення зовнішніх поставок ресурсів або надзвичайних ситуацій внутрішнього характеру;
- забезпечувати стійке функціонування фінансово-кредитної системи та задоволення потреб суспільства за несприятливих внутрішніх та зовнішніх економічних умов.

На думку М.Єрмошенка [68], фінансовою безпекою є такий стан фінансово-кредитної сфери, який характеризується збалансованістю, стійкістю до внутрішніх і зовнішніх негативних впливів, здатністю цієї сфери забезпечувати ефективне функціонування національної економічної системи та економічне зростання.

Г.Пастернак-Таранушенко [159] наводить визначення фінансово-грошової безпеки як різновиду безпеки, що має вплив на всі галузі економіки держави.

Оскільки гроші є еквівалентом вартості будь-яких товарів, вони (через ціну) є чинником, спроможним дестабілізувати економічне становище в країні. Не тільки паперові або монетні знаки обміну, купівлі або продажу, а ще й безготівкові перекази та цінні папери (акції, векселі, сертифікати, облігації тощо) визначають фінансовий стан держави. Величезне значення має банківська система країни, яка реалізує всі операції, що стосуються обігу грошей та цінних паперів. Саме банки здатні стабілізувати або дестабілізувати фінансове становище держави. Водночас він зазначає, що цінова безпека – це різновид безпеки, що має найбільший вплив на економіку.

В.Шлемко [217] під фінансовою безпекою розуміє такий стан фінансової, грошово-кредитної, валютної, банківської, бюджетної, податкової систем, який характеризується збалансованістю, стійкістю до внутрішніх і зовнішніх негативних впливів, здатністю забезпечити ефективне функціонування національної економічної системи та економічне зростання.

О.Барановський [12] трактує поняття фінансова безпека як:

- ступінь захищеності фінансових інтересів на усіх рівнях фінансових відносин;

- рівень забезпеченості громадянина, домашнього господарства, верств населення, підприємства, організації, установи, регіону, галузі, сектора економіки, ринку, держави, суспільства, міждержавних утворень, світового співтовариства фінансовими ресурсами, достатніми для задоволення їх потреб і виконання існуючих зобов'язань;

- стан фінансової, грошово-кредитної, валютної, банківської, бюджетної, податкової, розрахункової, інвестиційної, митно-тарифної та фондової систем, а також системи ціноутворення;

- якість фінансових інструментів і послуг, що запобігає негативному впливу можливих прорахунків і прямих зловживань на фінансовий стан наявних і потенційних клієнтів, а також гарантує повернення вкладених коштів.

Таким чином, у широкому розумінні фінансова безпека – це захищеність національних фінансових інтересів; незалежність, стабільність та стійкість фінансової системи держави в умовах впливу на неї зовнішніх та внутрішніх дестабілізуючих факторів, що складають загрозу фінансовій безпеці [116].

Як зазначалося раніше, система фінансової безпеки держави має цілий ряд підсистем (рис. 4.1).

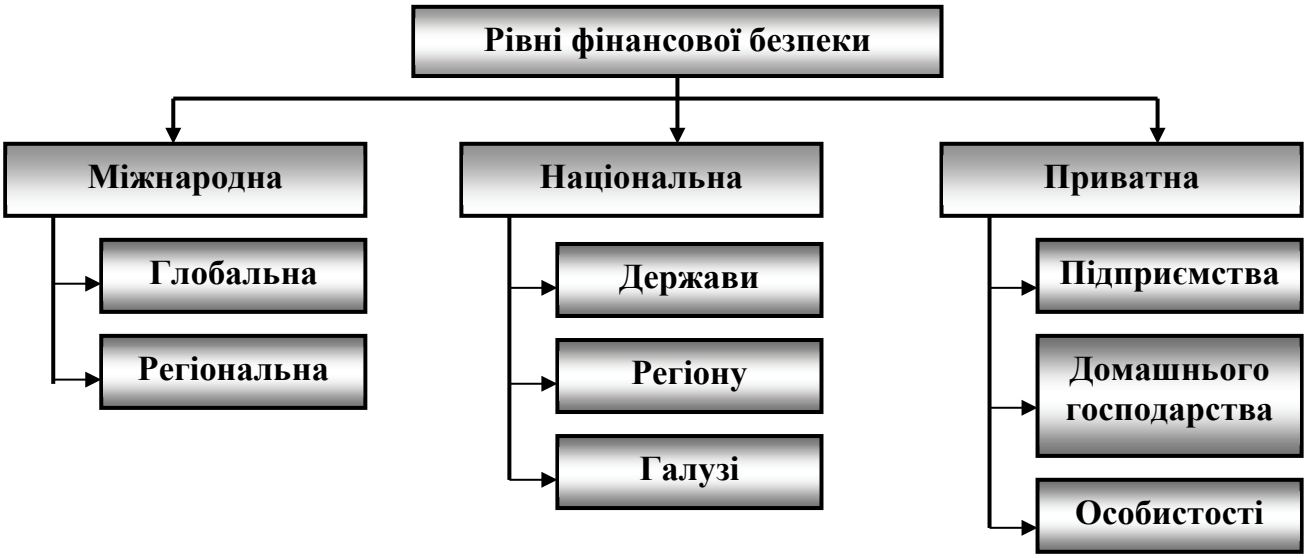

Рис. 4.1. Рівні фінансової безпеки

Так, можна розглядати фінансову безпеку світового співтовариства як в цілому, так і зокрема її забезпечення по регіонах [109]. Існує поняття «національна фінансова безпека», що включає безпеку фінансових інтересів на державному та регіональному рівнях, на рівні галузей господарського комплексу та окремих секторів економіки. Якщо розглядати фінансову безпеку на мікрорівні, то слід розділяти фінансову безпеку юридичних осіб та їх об'єднань, а також домашніх господарств й окремих громадян [202].

Фінансова безпека України має як внутрішній, так і зовнішній аспекти. У зовнішньому плані це, передусім, фінансовий суверенітет країни, незалежність національної фінансової системи від втручання міжнародних фінансово-кредитних організацій. Безпека внутрішньої фінансової сфери України визначається досконалістю правової, організаційної, інституціональної бази, а також політичною стабільністю, ступенем ризиків ринкових коливань, масштабами тіньової економіки та рівнем корупції у державі [68].

Фінансову безпеку будь-якої держави визначає, насамперед, її фінансова незалежність. При цьому велике значення має розмір зовнішньої фінансової допомоги з боку міжнародних фінансових інституцій, економічних угрупувань, урядів окремих країн, а також обсяг іноземних інвестицій у національну економіку.

Рівень фінансової безпеки держави зумовлений також і ступенем розвитку ринку капіталів, на якому обертаються акції реально функціонуючих суб'єктів господарювання, діють численні фінансові інститути; мірою відкри-

тості внутрішнього ринку; розмаїттям фінансових інструментів; схильністю населення до операцій з фондовими цінностями; концентрацією інтелектуальних ресурсів, задіяних в розвитку фінансового ринку [107]. Багато в чому фінансова безпека держави визначається характером фінансово-кредитної політики, яку вона проводить, причому як внутрішньої, так і зовнішньої.

Фінансовій безпеці держави в цілому, безумовно, сприяє організація нормального обміну фінансовими ресурсами між галузями, регіонами, країнами. На фінансовій безпеці держави позначається також значне розширення арсеналу фінансових інструментів, які використовують вітчизняні суб'єкти господарювання.

Стан фінансової безпеки України у значній мірі залежить від стійкого розвитку всіх її регіонів. Проблеми, що вирішуються в кожному окремому регіоні, мають відповідати загальнодержавним інтересам, але при цьому необхідно враховувати й місцеві особливості. На наш погляд, фінансова безпека регіону – це такий стан його фінансів, який забезпечує гармонійне поєднання інтересів держави, регіону та населення, а також характеризується фінансовою незалежністю місцевого самоврядування [123]. Регіон можна вважати фінансово незалежним, якщо місцеві органи влади мають право акумулювати та самостійно розпоряджатися фінансовими ресурсами, розмір яких відповідає покладеним на них функціям.

Фінансову незалежність регіону можна розуміти і як незалежність від загальнодержавних органів влади у прийнятті рішень відносно місцевих проблем і, насамперед, як забезпечення їх вирішення за допомогою грошових коштів [116].

Очевидно, що національне багатство держави утворюється завдяки ефективному функціонуванню корпоративного сектору, отже, формування дієвої системи забезпечення фінансової системи на мікрорівні все більше набуває актуальності.

Доцільно розглядати формування системи фінансової безпеки корпорації (банківської установи) як гарантії забезпечення захисту фінансових інтересів на мікрорівні, адже вона у значній мірі визначає конкурентні позиції юридичної особи, її платоспроможність, відносини з партнерами, перспективи розвитку та успіх господарської діяльності [127].

Поняття «фінансова безпека корпорації» як самостійний об'єкт управління є відносно новим та в сучасній вітчизняній літературі майже не приді-

ляється уваги трактуванню цього поняття [119]. Фінансова безпека корпорації розглядається як наявність достатньої кількості власних фінансових ресурсів, які забезпечують її стабільне функціонування (тобто має місце розширене відтворення, своєчасні розрахунки з кредиторами та сплата податків), послідовне зростання прибутків і доходів від господарської діяльності, а також прогресивний науково-технічний та соціальний розвиток [128].

Деякі автори [148] акцентують увагу на показниках успішності діяльності корпорації: фінансову безпеку корпоративної структури можна визначити як стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів корпорації, виражений в найкращих значеннях фінансових показників прибутковості й рентабельності бізнесу, якості управління, використання основних і оборотних засобів підприємства, структури його капіталу, норми дивідендних виплат по цінних паперах підприємства, а також курсової вартості його цінних паперів як синтетичного індикатора поточного фінансово-господарського стану підприємства і перспектив його технологічного й фінансового розвитку.

Інші вчені характеризують фінансову безпеку як захищеність фінансових інтересів і забезпеченість фінансовими ресурсами. Так, А.Загородній і Г.Вознюк [69, с. 79] визначають фінансову безпеку як захищеність фінансових інтересів суб'єктів господарювання на всіх рівнях фінансових відносин, забезпеченість домогосподарств, підприємств, організацій і установ, регіонів, галузей і секторів економіки, держави в цілому фінансовими ресурсами, достатніми для задоволення їх потреб і виконань фінансових зобов'язань.

На думку І.Александрова [6, с. 13], фінансова безпека корпорації може бути визначена як стан найбільш ефективного використання її ресурсів, за якого значення інформативних фінансових показників ліквідності, платоспроможності, рентабельності, оборотності, прибутковості продажів і капіталу знаходяться в межах припустимих своїх порогових значень.

Найбільш комплексним можна вважати підхід до визначення сутності фінансової безпеки корпоративної структури І.Бланка [20], згідно з яким виділяються наступні основні характеристики даного поняття:

1. Фінансова безпека підприємства є основним елементом системи його економічної безпеки. В складі елементів економічної безпеки фінансова компонента виступає в ролі головної через основоположне значення рівня і структури фінансового потенціалу підприємства.

2. Фінансова безпека є системою кількісних і якісних параметрів фінансового стану підприємства, що в комплексі відображають рівень його фінансової захищеності.

3. Об'єктом забезпечення фінансової безпеки виступає сформована система пріоритетних збалансованих фінансових інтересів підприємства, що вимагають захисту в процесі його фінансової діяльності.

4. Основою формування фінансової безпеки підприємства є ідентифікована система реальних і потенційних загроз зовнішнього і внутрішнього характеру його фінансовим інтересам.

5. Система фінансової безпеки конкретного підприємства передбачає диференційований рівень кількісних і якісних параметрів захищеності фінансових інтересів, адекватний його фінансовій філософії.

6. Фінансова безпека підприємства є системою, що забезпечує стабільність найважливіших фінансових пропорцій розвитку підприємства, що формують захищеність його фінансових інтересів.

7. Найважливішою цільовою спрямованістю системи фінансової безпеки підприємства є створення необхідних фінансових передумов стійкого зростання підприємства в поточному і перспективному періоді.

Таким чином, на думку І.Бланка [20, с. 24], фінансова безпека підприємства може бути визначена як кількісно і якісно детермінований рівень його фінансового стану, що забезпечує стабільну захищеність його пріоритетних збалансованих фінансових інтересів від ідентифікованих реальних і потенційних загроз зовнішнього і внутрішнього характеру, параметри якого визначаються на основі його фінансової філософії і створюють необхідні передумови фінансової підтримки його стійкого зростання в поточному і перспективному періоді.

З усього вищевикладеного можна зробити висновок, що в даний час в економічній літературі немає єдиної точки зору щодо сутності фінансової безпеки корпорації. Існуючі тлумачення даного поняття в якості визначальних його положень виділяють забезпеченість фінансовими ресурсами [25; 70; 96], найбільш ефективне використання ресурсів, що є в корпорації [6; 150], відповідність основних фінансових показників діяльності корпоративної структури їх нормативним значенням, захищеність фінансових інтересів на всіх рівнях фінансових відносин [20; 70; 96].

На нашу думку, фінансова безпека корпорації – це такий стан суб'єкта господарювання, при якому він при найефективнішому використанні фінансо-

вих ресурсів досягає запобігання, послаблення чи захисту від існуючих загроз або інших непередбачених обставин, а також забезпечує досягнення цілей бізнесу в умовах конкуренції та фінансового ризику.

Процес забезпечення фінансової складової економічної безпеки корпорації може бути визначений як сукупність робіт для досягнення максимально високого рівня платоспроможності й ліквідності його оборотних коштів, моделювання найбільш ефективної структури капіталу корпорації, підвищення якості планування і здійснення фінансово-господарської діяльності корпоративної структури по всіх напрямах стратегічного і оперативного планування і управління технологічним, інтелектуальним і кадровим потенціалом корпорації, його основними і оборотними активами з метою максимізації прибутку і підвищення рівня рентабельності бізнесу [150, с. 370].

Процес становлення фінансової складової економічної безпеки корпорації розглядають як процес запобігання можливим збиткам від негативних впливів на економічну безпеку підприємства по різних аспектах його фінансово-господарської діяльності, що набуває особливої актуальності в умовах транзитивної економіки.

В.Мунтіян [150] наводить наступний алгоритм проведення аналізу кожної функціональної складової економічної безпеки корпорації, у тому числі і фінансової:

1. Визначення структури негативних впливів, розділення об’єктивних і суб’єктивних негативних впливів.

2. Формування переліку заходів, що були проведені корпорацією до моменту проведення оцінки для усунення впливів негативних чинників.

3. Оцінка ефективності проведених заходів, визначення причин недостатньої ефективності заходів, а також відповідальних.

4. Визначення переліку очікуваних негативних впливів.

5. Розробка рекомендацій щодо усунення існуючих негативних впливів і запобігання можливим.

6. Оцінка вартості кожного з запропонованих заходів щодо усунення негативних впливів і визначення виконавців, відповідальних за реалізацію запропонованих заходів.

Оцінка поточного рівня забезпечення фінансової складової економічної безпеки корпорації здійснюється по основних напрямах аналізу, серед яких зокрема можна виділити аналіз фінансового стану, що передбачає розрахунок

наступних показників: коефіцієнт незалежності, коефіцієнт фінансової стійкості, коефіцієнт залучення довгострокових пасивів, коефіцієнт маневреності власними коштами, коефіцієнт оборотності матеріальних оборотних коштів, коефіцієнт накопичення амортизації, коефіцієнт покриття тощо.

Іншими важливими стадіями аналізу поточного стану економічної безпеки підприємства є оцінка перспектив корпоративного розвитку підприємства, а також аналіз ринку цінних паперів підприємства [150, с. 373–374]. Основним засобом забезпечення ефективної фінансової безпеки підприємства виступає узгоджене використання методики оцінки збитків як бази та інструменту контролю, яка також є орієнтиром при плануванні й здійсненні фінансово-господарської діяльності підприємства, але механізму розробки і вживання такої методики не наведено.

М.Ромашко і Т.Сайгина [183] в якості необхідної умови забезпечення фінансової безпеки корпорації виділяють вдосконалення організації роботи його фінансової служби. З цією метою можна виділити ряд основних моментів:

1. Організаційною структурою фінансової служби мають бути передбачені особи, за якими закріплюються функції управління фінансовими процесами, а також відповідальність кожного працівника за виконання функцій і їх результат в тій частині, яка безпосередньо залежить від нього.

2. Необхідно забезпечити фінансову службу достовірною і своєчасною інформацією про фактичний і передбачуваний розмір доходів і витрат, обсяги і терміни надходжень і виплат, а також про зовнішнє середовище. Поряд із показниками доходів і витрат доцільно використовувати показники грошових потоків, які відображають дійсний фінансовий стан корпорації.

3. Використання планування і прогнозування дозволить зменшити суб’єктивність в ухваленні рішень, складність оцінки причинно-наслідкових зв’язків, неповноту інформації, прискорити вирішення проблемної ситуації, підвищить ефективність використання фінансових ресурсів.

4. Регулювання грошового обороту, процесів формування і використання фінансових ресурсів повинно здійснюватися оперативно, для чого фінансова служба має використовувати заздалегідь передбачені способи регулюючої дії.

5. Важливо забезпечити своєчасний і достовірний облік фактичних даних, необхідних для проведення якісного аналізу стану підприємства. Аналіз має виявляти зв’язки й залежності, вплив чинників на фінансові показники, причини та їх наслідки, а також закінчуватися висновками й рекомендаціями, які працівники мають використовувати для ухвалення рішень.

Згідно з підходом І.Бланка [22, с. 99], фінансова безпека корпорації виступає як самостійний об'єкт управління. При цьому основними елементами механізму управління фінансовою безпекою корпорації є: система державного нормативно-правового регулювання, ринковий механізм регулювання, внутрішній механізм управління, система інструментів управління, система методів управління фінансовою безпекою підприємства.

В якості індикаторів фінансової безпеки корпорації О.Судакова [197] розглядає показники його фінансового стану, що дає можливість визначити, до якої галузі фінансової стійкості і відповідно галузі ризику можна віднести підприємство на основі аналізу достатності оборотних коштів для формування запасів і покриття витрат. Для цього використовуються наступні показники:

$\pm E_c$ – надлишок (+) або нестача (–) власних оборотних коштів, необхідних для функціонування корпорації або реалізації проекту;

$\pm E_m$ – надлишок (+) або нестача (–) власних, а також середньострокових і довгострокових позикових оборотних коштів;

$\pm E_i$ – надлишок (+) або нестача (–) загальної величини оборотних коштів. Ці індикатори відповідають показникам забезпеченості запасів і витрат джерелами їх формування. Для їх визначення використовують балансову модель стійкості фінансового стану корпорації, яка має вигляд:

$$O + Z + R_a = Д_c + K_{сд} + K_к + R_k \qquad (4.1)$$

де O – основні кошти та вкладення;

Z – запаси та витрати;

R_a – грошові кошти, короткострокові фінансові вкладення, дебіторська заборгованість та інші активи;

$Д_c$ – власні кошти;

$K_{сд}$ – середньо- й довгострокові кредити;

$K_к$ – короткострокові кредити, а також позички, не погашені в строк;

R_k – кредиторська заборгованість.

Розрахунки показників фінансової стійкості дозволяють діагностувати рівень фінансової безпеки корпорації по виділених фінансових галузях. При ідентифікації галузі фінансової стійкості використовується наступний трикомпонентний показник:

$$\overline{S} = \left\{ S(\pm E_c), S(\pm E_m), S(\pm E_i) \right\} \tag{4.2}$$

Залежно від значень $\overline{S}$, $\pm E_c, \pm E_m, \pm E_i$ виділяють п'ять галузей фінансової стійкості і відповідних їм галузей ризику:

1. Галузь абсолютної стійкості, коли мінімальна величина запасів і витрат відповідає безризиковій галузі:

$$\pm E_c \geq 0,\ \pm E_m \geq 0,\ \pm E_i \geq 0,\ \overline{S} = (1,1,1).$$

2. Галузь нормальної стійкості, що відповідає галузі мінімального ризику:

$$\pm E_c \approx 0,\ \pm E_m \approx 0,\ \pm E_i \approx 0,\ \overline{S} = (1,1,1).$$

3. Галузь нестійкого стану відповідає галузі підвищеного ризику, коли є надлишкова величина запасів і витрат:

$$\pm E_c < 0,\ \pm E_m \geq 0,\ \pm E_i \geq 0,\ \overline{S} = (0,1,1).$$

4. Галузь критичного стану відповідає галузі критичного ризику, коли присутні надлишки готової продукції, низький попит на продукцію та ін.:

$$\pm E_c < 0,\ \pm E_m < 0,\ \pm E_i \geq 0,\ \overline{S} = (0,0,1).$$

5. Галузь кризового стану відповідає галузі неприпустимого ризику, коли підприємство знаходиться на межі банкрутства:

$$\pm E_c < 0,\ \pm E_m < 0,\ \pm E_i < 0,\ \overline{S} = (0,0,0).$$

На рис. 4.2 показано, що крива фінансового стану відповідає кривій ризику, відповідно до значень даних показників виділені галузі фінансового стану і галузі ризику.

При абсолютній фінансовій стійкості і абсолютній фінансовій безпеці корпорації достатньо власних оборотних коштів. Галузь нормальної фінансової стійкості і нормальний рівень фінансової безпеки характеризується тим, що

корпорація обходиться власними джерелами формування запасів і покриття витрат. Про приналежність корпорації до галузі нестійкого фінансового стану і нестабільного рівня фінансової безпеки свідчить недостатність власних оборотних коштів, коли вона зводить баланс за допомогою середньо- і довгострокових позик і кредитів. Для галузі критичного фінансового стану і критичного рівня фінансової безпеки характерне фінансування діяльності корпорації за допомогою короткострокових кредитів (окрім середньо- і довгострокових). Галузь кризового фінансового стану і кризового рівня фінансової безпеки властива корпорації, яка не в змозі забезпечити фінансування діяльності ані власними, ані позиковими коштами.

Слід зазначити, що запорукою успіху у питаннях забезпечення фінансової безпеки корпорації є вибір ефективної концепції забезпечення її фінансової стійкості. Концепцію формування механізму управління фінансовою стійкістю, як складову сучасної управлінської філософії, засновано на системному та ситуаційному підходах до управління. Вона передбачає визначення в якості головної стратегії – фінансово-стійке функціонування корпорації.

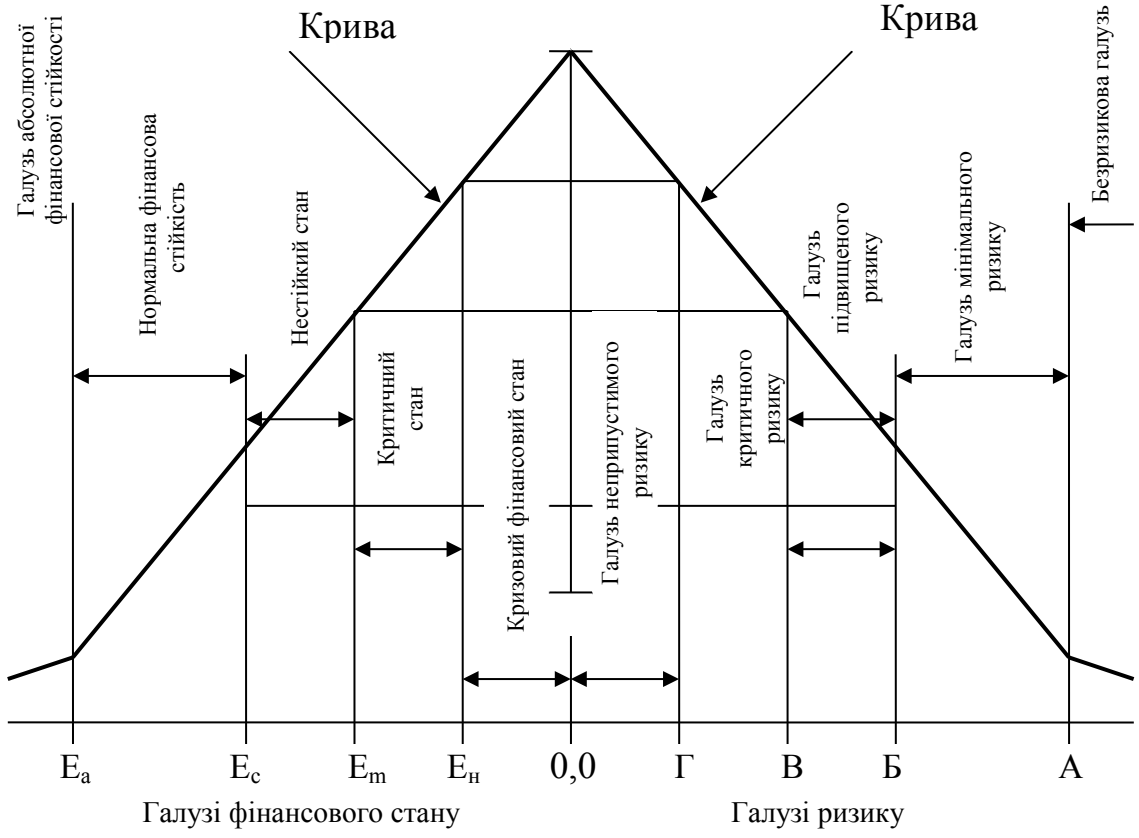

Рис. 4.2. Співвідношення галузей фінансової стійкості і галузей ризику у системі забезпечення фінансової безпеки корпорації [197, с. 19]

При цьому корпорація розглядається насамперед як «відкрита система», а головні передумови успіху діяльності формуються не тільки усередині цієї системи, а й поза її межами, тобто кінцевий результат фінансово-господарчої діяльності обумовлений тим, наскільки корпорація управляє внутрішніми факторами впливу та здатна пристосуватися до впливу зовнішніх чинників. Саме здатність адаптуватися до зовнішніх факторів впливу й буде виступати в якості головного критерію оцінки ефективності всієї системи управління корпорацією.

Тому в основі концептуальних підходів до формування механізму управління фінансовою стійкістю корпорації лежить визначення напрямків фінансового розвитку та інструментарію, що забезпечує досягнення поставлених цілей, ефективне управління грошовими потоками корпорації, формування фондів коштів відповідно до прийнятих фінансових планів і прогнозів, використання фінансових ресурсів за цільовим призначенням.

Концепцію фінансової стійкості корпорації можна розглядати як процес прийняття управлінських рішень. В обох випадках є цілі (об'єкти) і засоби досягнення поставлених цілей (управлінські рішення). У представленій концепції менеджмент корпорації виступає в ролі інсайдера, який впливає на рух капіталу, процеси формування та розподілу прибутку, накопичення та інвестиції.

Пропоновані концептуальні підходи до формування механізму управління фінансовою стійкістю корпорації – це комплекс цілей, завдань, принципів і інструментів реалізації поставленої цілі, а також критеріїв оцінки ефективності запропонованого механізму (рис. 4.3).

Ціллю розробки даної концепції є максимізація прибутку власників корпорації. Ця ціль дістає конкретне вираження у випадку зростання ринкової вартості корпорації та її акцій на вторинному ринку цінних паперів. При цьому максимізація прибутку може розглядатися органами управління (радою директорів і менеджментом компанії) як одна з важливих задач фінансового менеджменту на окремих етапах розвитку корпорації, але не як головна ціль.

Для реалізації основної цілі корпорації управління її фінансовою стійкістю має бути спрямоване на вирішення наступних завдань [122]:

1. Забезпечення фінансової стійкості корпорації.

2. Оптимізація грошових потоків корпорації та постійна підтримка високого рівня її платоспроможності.

3. Максимізація прибутку корпорації.

4. Управління фінансовими ризиками.

5. Формування ефективної системи фінансового планування.

Саме в процесі формування фінансових планів визначається потреба корпорації у фінансових ресурсах для забезпечення безперервності відтворювального процесу та розширеного відтворення.

У цьому зв'язку принципами формування механізму управління фінансовою стійкістю корпорації мають стати:

- принцип транспарентності, сутність якого в тому, що інформація про фінансову стійкість корпорації має бути доступною як для власників, так і для потенційних інвесторів на ринку фінансових послуг. Це так звані «Вимоги до розкриття інформації», які встановлюються законодавчо;

- принцип конструктивності, що визначається ціллю здійснення оцінки фінансової стійкості корпорації;

- принцип системності, який обумовлюється використанням системного аналізу для оцінки фінансової стійкості корпорації;

- принцип безперервності, заснований на тому фактові, що фінансово-господарча діяльність корпорації є безперервним процесом;

- принцип динамічності, який передбачає, що фактори зовнішнього та внутрішнього середовища впливають на фінансово-господарчу діяльність корпорації динамічно;

- принцип об'єктивності, що передбачає вивчення впливу чинників зовнішнього середовища на фінансову стійкість корпорації. Ці чинники носять об'єктивний характер, тому що вплив менеджменту корпорації на них слабкий або відсутній;

- принцип оптимальності, що передбачає вибір ефективних напрямків забезпечення фінансової стійкості корпорації на фоні мінімізації витрат на їхню реалізацію;

- принцип комплексності, що об'єднує методологічні підходи до оцінки фінансової стійкості корпорації та ураховує необхідність визначення її рівня;

- принцип формування капіталу, який ураховує особливості структури активів корпорації;

- принцип розподілу капіталу, спрямований на визначення оптимальної структури активів і пасивів корпорації;

- принцип використання капіталу, що передбачає максимізацію фінансових результатів від усіх видів діяльності корпорації.

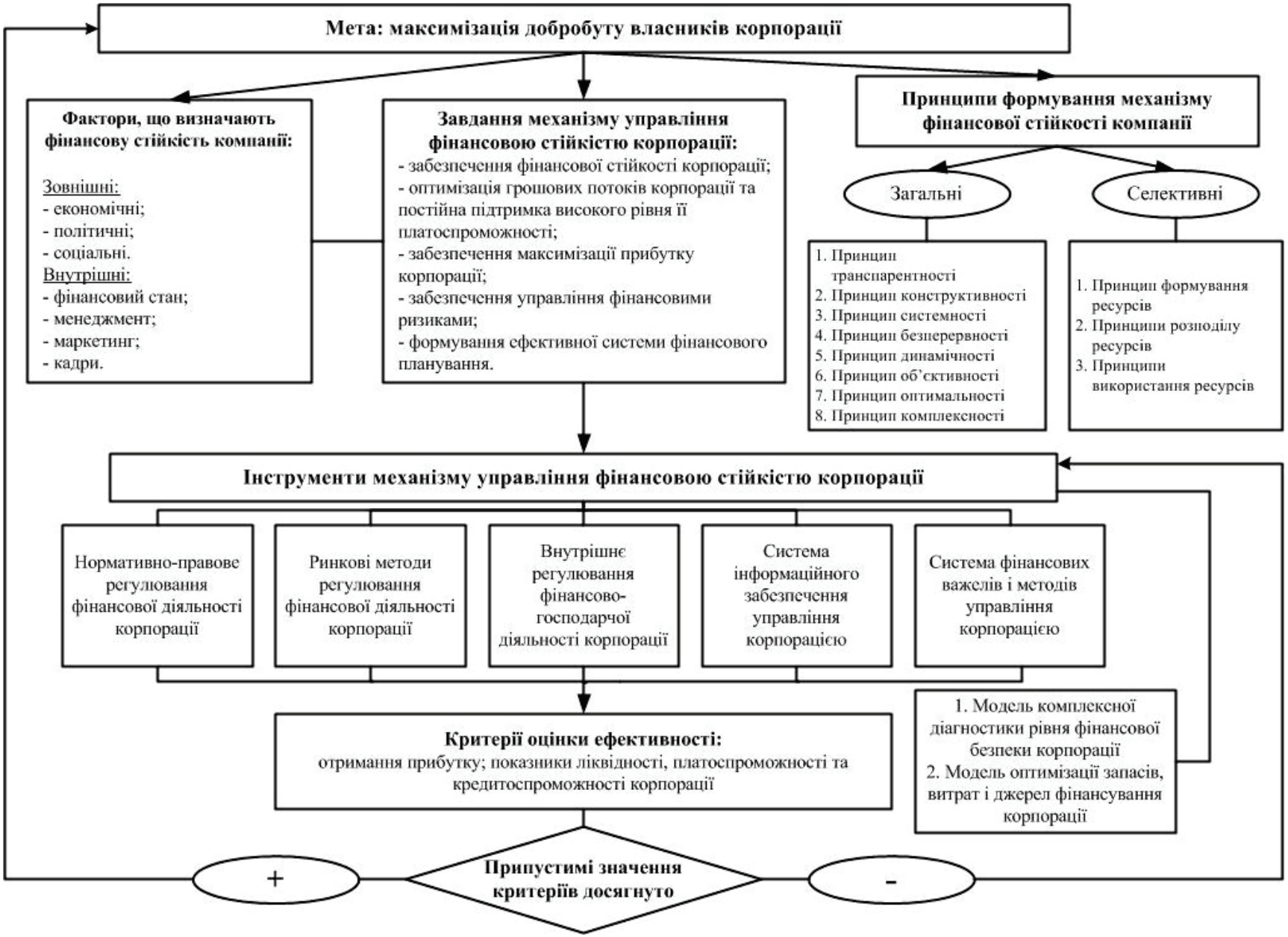

Рис. 4.3. Концептуальні підходи до формування механізму управління фінансовою стійкістю корпорації

Тільки комплексна реалізація всіх вищезгаданих принципів дозволить сформувати механізм, здатний задовольнити інтереси всіх базових учасників корпоративних відносин і сформувати механізм управління фінансовою стійкістю корпорації.

До основних інструментів механізму управління фінансовою стійкістю можна віднести наступні:

- нормативне-правове регулювання фінансової діяльності корпорації;
- ринковий механізм регулювання фінансової діяльності корпорації;
- внутрішнє регулювання фінансово-господарчої діяльності корпорації;
- інформаційне забезпечення процесу управління корпорацією;
- систему фінансових важелів і методів управління корпорацією.

Важливе місце в системі забезпечення фінансової стійкості корпорації посідає ринковий механізм регулювання її фінансово-господарчої діяльності.

Попит та пропозиція на фінансовому ринку формують рівень цін і котирувань на окремі фінансові інструменти, визначають доступність позикових ресурсів і ліквідність фінансових інструментів, які використовуються корпорацією в процесі здійснення фінансової діяльності.

Внутрішнє регулювання окремих аспектів фінансової діяльності корпорації може регламентуватися вимогами статуту акціонерного товариства. Крім того, менеджментом корпорації може бути розроблено та затверджено систему цільових показників, внутрішніх нормативів і вимог до конкретних ділянок фінансової діяльності. Внутрішнє регулювання фінансової діяльності корпорації включає: методи формування активів і структури капіталу, методи управління обіговими активами, позаобіговими активами та інвестиціями; методи формування фінансових ресурсів; методи управління фінансовими ризиками.

Систему інформаційного забезпечення фінансового управління корпорацією спрямовано на забезпечення одержання повної і якісної інформації, необхідної для прийняття ефективних управлінських рішень.

Основу механізму забезпечення фінансової стійкості корпорації становлять фінансові методи й важелі. Фінансовий метод являє собою спосіб впливу фінансових стосунків на господарчий процес. Фінансовий важіль – це інструмент реалізації фінансового методу. До фінансових важелів традиційно відносять: прибуток, амортизаційні відрахування, відрахування в спеціальні цільові фонди, фінансові санкції, відсоткові ставки, податкові ставки та пільги, дивіденди та ін.

Досягнення фінансової рівноваги є одним з найважливіших аспектів діяльності будь-якої корпорації та однією з основних стратегічних цілей її розвитку. У самому загальному вигляді фінансова рівновага корпорації являє собою відповідність фінансових потреб корпорації її ресурсній базі як по сумі, так і в часі.

Інструментами реалізації даної концепції є моделі комплексної діагностики рівня фінансової безпеки корпорації та оптимізації запасів, витрат і джерел її фінансування.

Для успішної реалізації механізму управління фінансовою стійкістю необхідне взаємозалежне та ефективне функціонування всіх запропонованих інструментів і методів.

Критерії оцінки ефективності запропонованих заходів дозволяють охарактеризувати фінансовий стан корпорації та визначити рівень її фінансової безпеки. Такими є показники ліквідності, платоспроможності та кредитоспроможності корпорації.

Економічна система суспільства як матеріальна база національної безпеки складається з безлічі господарюючих суб'єктів. Тому успішне, повноцінне та ефективне вирішення завдань, що стоять перед економікою держави, у значній мірі залежить від результативності їх діяльності. Саме тому останнім часом все більше уваги приділяється формуванню системи економічної безпеки корпорацій і забезпеченню їх фінансової безпеки, яка, в свою чергу, визначає конкурентні позиції підприємства, його платоспроможність, відносини з партнерами, перспективи розвитку та успіх господарської діяльності.

Отже, для формування дієвої системи забезпечення фінансової безпеки корпорації необхідно здійснювати діагностику фінансового стану корпорації та ретельний моніторинг реальних і потенційно можливих загроз та індикаторів фінансової безпеки для своєчасного і повноцінного захисту фінансових інтересів корпоративної структури.

Проведені дослідження свідчать про наступне:

1. Важливою проблемою формування й розвитку національної системи корпоративних відносин є відсутність розуміння необхідності вивчення аспектів, пов’язаних із забезпеченням фінансової безпеки корпорації в умовах нестабільного економічного середовища. Проте національним законодавством вже створено необхідні передумови для створення такої системи як на макро-, так і на мікрорівні.

2. Аналіз наукової літератури по даній проблематиці показав, що переважна більшість вчених не приділяють належної уваги економічній категорії «фінансова безпека», найчастіше ототожнюючи її з категорією «економічна безпека» або просто розглядаючи окремі її елементи з точки зору держави, регіону або корпорації.

3. В сучасних умовах процесів інтеграції й глобалізації важко чітко виділити рівні фінансової безпеки та визначити їхню роль у становленні корпоративних відносин в державі. У той же час бізнес-практика економічно розвинених країн свідчить про те, що саме фінансова складова економічної безпеки корпорації є базисом економічної й соціальної стабільності в суспільстві.

4. Поняття «фінансова безпека корпорації» – це відносно нове явище в сучасній політичній економії і це частково пояснює слабку вивченість даного напрямку як вітчизняними, так і закордонними авторами. Саме це й визначило необхідність уточнення категоріального апарату, а саме було запропоновано авторське визначення даної категорії. На нашу думку, фінансова безпека корпорації – це такий стан суб'єкта господарювання, при якому він при найефективнішому використанні фінансових ресурсів досягає запобігання, послаблення чи захисту від існуючих загроз або інших непередбачених обставин, а також забезпечує досягнення цілей бізнесу в умовах конкуренції та фінансового ризику.

5. Особливу увагу в процесі дослідження необхідно приділяти процесу становлення фінансової складової економічної безпеки в системі корпоративних відносин в Україні. Фінансова безпека – це надзвичайно складна багаторівнева система, яку утворюють підсистеми другого рівня, кожна з котрих має власні структурні елементи та вектор розвитку.

6. Результатом проведеного економічного аналізу стала розробка концепції формування механізму управління фінансовою стійкістю корпорації в контексті забезпечення її фінансової безпеки. Дана концепція являє собою комплекс цілей, завдань, принципів і інструментів реалізації поставленої цілі, а також критеріїв оцінки ефективності запропонованого механізму. Важливе місце в рамках запропонованих концептуальних підходів приділяється процесу діагностики фінансового стану корпорації.

4.2. Діагностика фінансового стану у контексті забезпечення фінансової безпеки банку

Висока динамічність економіки та її структурних характеристик обумовлює багатоваріантність розвитку, коли загрози можуть бути перетворені в можливості корпорації шляхом прийняття вірних управлінських рішень і навпаки, та стрибкоподібний характер змін через вплив невизначеностей і нерегулярностей. Перехід до соціально-ринкового типу економіки вимагає від банківського сектору підвищення ефективності надання послуг, підвищення конкурентоспроможності продуктів й послуг на основі впровадження досягнень науково-технічного прогресу, ефективних форм господарювання й управління фінансовою діяльністю на ринку фінансових послуг.

Важлива роль у реалізації цих завдань належить діагностиці фінансового стану банку. На підставі діагностики фінансового стану визначаються стратегія й тактика розвитку банківської установи, формуються плани й ухвалюються управлінські рішення, здійснюється контроль над їхнім виконанням, виявляються резерви підвищення ефективності виробництва, здійснюється оцінка результатів фінансово-господарчої діяльності як корпорації в цілому, так і її структурних підрозділів і конкретних менеджерів, а головне – з'являється можливість ефективного функціонування системи забезпечення фінансової безпеки корпорації.

Ухвалення ділового рішення вимагає великої підготовчої роботи – пошуку й перевірки фактів та обставин, що стосуються технологій, ринку й інших, настільки ж мінливих аспектів бізнесу [101; 201]. Динамічність середовища вимагає вести пошук фактів постійно. Однак використання вітчизняними банками застарілих методів управлення й негнучкість самої управлінської системи не дозволяють управляти банківською установою в режимі реального часу, негативно відображаючись на кінцевих результатах функціонування економічної системи.

Головною метою діагностики фінансового стану банку є зниження негативних наслідків невизначеності, пов'язаної із прийняттям управлінських рішень, орієнтованих на майбутнє. Слід зазначити, що діагностика фінансового стану банківської структури має ряд відмінностей від традиційного аналізу фінансово-господарчої діяльності. Це пояснюється зростаючим впливом зовнішнього середовища (стан грошового обігу в країні, надійність ринкових контрагентів, стабільність податкового законодавства, тенденції розвитку

продуктових ринків, процеси інтеграції національної економіки в європейське економічне співтовариство та ін.) на результати фінансово-господарської діяльності банку.

Однак жоден з показників розвитку й функціонування банку не можна розглядати в статиці через постійний вплив мінливого ринкового оточення, що обумовлює необхідність реалістичного прогнозування й оцінки діяльності банківської установи в динаміці.

Крім того, розробка комплексу заходів щодо діагностики фінансового стану має велике значення й у системі антикризового менеджменту для попередження потенційно можливого банкрутства банку.

Слід зазначити, що в сучасній економічній літературі цій проблематиці присвячено низку публікацій і робіт вітчизняних і закордонних учених, однак дотепер відсутні чітко систематизовані методологічні й концептуальні основи, оскільки існуючі підходи не пропонують моделі, які б задовольнили інтереси всіх зацікавлених осіб. Недостатня розробленість питань комплексної діагностики фінансового стану банку визначила необхідність проведення дослідження в даному напрямку.

Питання діагностики фінансового стану організації розглянуті в наукових працях Е.Альтмана, Т.Таффлера, В.Бивера, В.Хорна, Н.Дмитрієвої, Я.Вишнякова, І.Бланка й ін. Вирішенню проблем діагностики фінансового стану в умовах ринкової трансформації присвячені й роботи В.Гейця, Л.Дмитриченко, Ю.Лисенка та інших українських вчених.

Ефективність управління в цілому й фінансового управління зокрема відображають індикатори функціонування банку. Складність визначення сукупності індикаторів функціонування банківської структури, необхідної в процесі фінансового управління, полягає не тільки в динамічності середовища, але й у нелінійності зв’язку між самими показниками й істотному впливі стохастичних процесів.

Під динамічним економічним середовищем будемо розуміти умови функціонування, які змінюються в часі й характеризуються нелінійністю, емерджентністю, складністю, наявністю передісторії й майбутнього та виражаються в безперервній функціональній і структурній перебудові системи, її підсистем і елементів.

Неможливість повного пізнання банківської структури як економічної системи й опису її кінцевої кількості якісних і кількісних характеристик

потребує певного спрощення за рахунок використання при формалізації системного підходу й виділення тільки істотних характеристик системи, кількість яких обмежена. Функціонування банків пов'язане з безперервними змінами, накопичення яких за наявності здатності до самоорганізації приводить до розвитку й удосконалювання, пов’язаного саме зі зміною (коригуванням) мети в умовах динамізму ринкового оточення й внутрішнього середовища об'єкта дослідження.

Удосконалення системи корпоративного управління неможливе без визначення «вузьких» місць, властивих українським банкам на даному етапі розвитку економічних відносин, що знижують результативність її функціонування.

Співвідношення категорій, що характеризують проблеми, дозволяє встановити пріоритети й черговість їх вирішення, виділити проблемні ситуації, що не потребують вирішення на даному етапі. Співвідношення цих категорій є відправним пунктом у формулюванні проблеми як такої [200].

Необхідно відзначити, що проблеми корпоративного управління діють не ізольовано одна від одної, а перебувають у тісних нелінійних, часто неочевидних взаємозв’язках, формуючи цілий комплекс нових завдань прикладного характеру.

У процесі функціонування керівництво банку за допомогою цілеспрямованого управління розв’язує виникаючі проблеми й реагує на зміни зовнішніх умов свого існування в рамках внутрішніх можливостей. Відповідно до мінливих умов банк як економічна система змінює свою структуру, коректує цілі й зміст діяльності елементів, тобто відбувається цілеспрямована самоорганізація системи, яка на практиці реалізує здатність до саморозвитку. Динаміка всієї структури економічної системи залежить від можливості кількісно виразити результати її діяльності, для чого проводиться процедура діагностики фінансового стану.

У світлі сказаного необхідний такий спосіб виміру досягнень, який був би, по-перше, менш перевантажений емоційною привабливістю прибутку й, по-друге, більш дохідливо виражав ризик у реальному розподілі ресурсів з урахуванням впливу динамізму зовнішнього середовища, що несе для корпорації як можливості, так і загрози. Наслідки впливу зовнішнього оточення на фінансову безпеку банку проявляються:

- у збільшенні кількості проблем щодо корпоративного управління;

- у впливі на відхилення показників діяльності банку від планових через каскадне зростання складності економічного об’єкта.

Важливою частиною будь-якої управлінської технології є аналіз результатів фінансово-господарської діяльності об'єкта управління, пошук резервів і визначення стратегічних перспектив.

Слід зазначити, що останнім часом як практики, так і вчені-економісти під час розгляду питань аналізу й прогнозування все частіше звертаються до такої підсистеми управління, як фінансова діагностика корпорації. Це пояснюється тим, що результати фінансової діагностики дають менеджменту банку більше інформації про перспективи розвитку в короткостроковому й довгостроковому періодах та дозволяють сформувати ефективну систему фінансової безпеки.

Діагностика фінансового стану банку за своєю суттю є діагностикою проблем, що виникають у процесі здійснення фінансово-господарчої діяльності, які можуть привести до негативних наслідків у майбутньому, тобто можуть згенерувати ризик виникнення кризової ситуації тимчасового або постійного характеру. Створення необхідної аналітичної бази для вирішення цих проблем в контексті забезпечення фінансової безпеки є основним завданням діагностики [43, с. 10].

Існує два основні підходи до визначення діагностики у фінансово-економічних дослідженнях: з одного боку, це детальне вивчення стану об'єкта діагностування; з іншого боку, це вивчення відхилень від нормального стану, причин таких відхилень й їх тривалості.

У сучасній економічній літературі поняття «фінансова діагностика» дуже часто ототожнюється з фінансовим аналізом або розглядається як його різновид [45; 53; 59]. Однак такий підхід є невірним, тому що в такому випадку діагностика не виконує свою мету – забезпечення випереджального управління. Процес діагностування, безумовно, містить у собі процедури аналізу, однак його основними завданнями є:

− визначення відхилень від нормального або оптимального стану об’єкта управління;

− виявлення причин цих відхилень;

− адаптація інструментарію діагностики до вищевказаних відхилень.

Більш широкий і фундаментальний підхід до визначення категорії «фінансова діагностика» припускає розгляд фінансової діагностики як підсистеми економічної [40; 194; 195]. Це дозволяє не тільки всебічно оцінити стан

корпорації в умовах неповної або недостатньої інформації, але й виявити проблеми її функціонування, визначити шляхи їх вирішення з урахуванням коливань параметрів системи управління.

Крім того, даний підхід дозволяє вивчити режими функціонування системи корпоративних відносин у цілому. Так, А.Вартанов [40, с. 9] указує, що на відміну від економічного аналізу, який спрямовано на вивчення динаміки економічних показників, діагностика дозволяє ще й виявляти структуру зв'язків між цими показниками, щільність і динаміку цих зв'язків.

Розглянемо докладніше процес діагностики фінансового стану корпорації як підсистеми фінансової безпеки.

Для ефективної й адекватної реакції на зміни, що відбуваються в зовнішньому й внутрішньому середовищі, керівництво корпорації, крім певних знань, умінь і навичок, повинне мати необхідну якісну й своєчасну інформацію.

Процес діагностики припускає одержання відомостей, що стосуються стану системи в кожен момент часу, а також досягнення заданої мети для того, щоб впливати на досліджувану систему й забезпечити виконання управлінських рішень. Інформація – невід'ємний елемент будь-якого процесу управління в будь-якій системі. Інформація є виробничим ресурсом, який досить швидко втрачає свої якості, що породжує необхідність організації процесу її збору, зберігання, пошуку, переробки, перетворення, поширення й використання, який забезпечує своєчасне одержання системою корпоративного управління якісної й достовірної інформації з мінімальними витратами [111].

З урахуванням вказаних вище аргументів слід зазначити, що основна інформація щодо фінансового стану банку, підготовлена до використання, має бути представлена в цифровій формі (наприклад, в індексах досягнутого). Цим створюється можливість класифікувати роботу структурних підрозділів банку на кращій основі порівняно з ортодоксальною практикою.

У довгостроковій перспективі з метою збереження й збільшення конкурентних переваг банку слід застосовувати динамічну сукупність взаємозалежних управлінських процесів прийняття й здійснення рішень з використанням сучасних моделей і методів управління.

У світлі динамізму ринкового середовища корпорації отримана за допомогою системи підтримки прийняття рішень оцінка фінансового стану банку потребує регулярного коригування з урахуванням змін, що відбуваються у зовнішньому та внутрішньому середовищі.

Аналіз зовнішнього середовища допомагає контролювати зовнішні щодо банку чинники, одержувати важливі результати для своєчасної реакції на зміни, що відбуваються. Загрози й можливості, з якими стикаються вітчизняні фірми, можна розглянути у наступних аспектах:

- нормативно-статистична база. Діяльність будь-якої економічної системи регламентується нормативно-правовими актами й положеннями, тому кожна зміна в зазначених документах може суттєво вплинути на ефективність функціонування;

- кон'юнктура ринку ресурсів – сукупність ознак, що характеризують даний ринок у конкретний період, серед яких найголовнішими є попит, пропозиція й ціни, зміна того або іншого може представляти або загрозу, або нову можливість для банку;

- кон'юнктура ринку товарів (послуг). Ринкова кон'юнктура визначає комерційну цінність і конкурентоспроможність послуг (товарів), можливість і економічну доцільність купівлі-продажу, вибір потенційних і фактичних контрагентів, пошук слушної миті виходу на ринок, форми й методи цього виходу. Зміна кон'юнктури ринку визначається, в першу чергу, характером і рівнем розвитку економіки, але на неї впливають і такі фактори, як сезонний характер виробництва й споживання товарів тощо;

- ринок технологій. Вплив досягнень науково-технічного прогресу на рівень споживання й вимог до якості товарів суттєвий, що природно, і визначає необхідність регулярного аналізу технологічного середовища.

Отже, впровадження систем підтримки прийняття рішень дозволяє здійснювати діагностику фінансового стану банку в умовах високого динамізму як зовнішнього, так і внутрішнього середовища, й на підставі цього ухвалювати оптимальні керуючі впливи [126].

Інформаційна система з розгалуженою мережею автоматизованих робочих місць для менеджерів різних рангів, що функціонує в реальному часі, дозволяє суттєво підвищити оперативність ухвалення управлінських рішень і значно полегшити процедури їх підготовки, що в цілому дає зростання ефективності системи корпоративного управління й, як наслідок, покращує рівень фінансового стану банку.

Таким чином, фінансова діагностика органічно пов'язана з аналізом фінансової діяльності корпорації, однак ототожнювати фінансовий аналіз і діагностику не можна (рис. 4.4).

<table>
<tr><td colspan="4">АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Економічний аналіз</td><td colspan="2">Фінансовий аналіз</td><td rowspan="2">Антисипативне управління</td></tr>
<tr><td>Теорія економічного аналізу</td><td>Комплексний економічний аналіз</td><td>Макроекономічний аналіз</td><td>Мікроекономічний аналіз</td></tr>
<tr><td></td><td colspan="3">ФІНАНСОВА ДІАГНОСТИКА БАНКУ</td><td></td></tr>
</table>

Рис. 4.4. Відмінності фінансової діагностики від аналізу діяльності банку

Попри складність управління нелінійними динамічними системами, до яких належить і корпорація, багато дослідників займаються пошуком методів і засобів управління ними. Однак управління нелінійними системами може в дійсності виявитися простішим, ніж управління лінійними, оскільки в цьому випадку можливо лише за допомогою невеликого поштовху викликати більші зміни в системі за рахунок чутливості до початкових умов.

Фактично нелінійні динамічні системи, що управляються, мають перевагу за рахунок гнучкості: кожна з множини траєкторій може бути стабілізована невеликим управлінським впливом, і можна переключити систему з однієї періодичної траєкторії на іншу за допомогою невеликого коригування її параметрів, без різкої зміни конфігурації системи або створення додаткових перешкод. Ґрунтуючись на викладеному вище, представимо відображення теоретичного способу вирішення досліджуваної проблеми у вигляді концепції діагностики фінансового стану в контексті забезпечення фінансової безпеки корпорації на рис. 4.5.

Теорія і практика корпоративних відносин свідчать про те, що жоден з показників розвитку та функціонування корпорації не можна розглядати у статиці в силу постійного впливу мінливого ринкового середовища, що визначає необхідність побудови системи ефективного прогнозування й оцінки діяльності корпорації в динаміці.

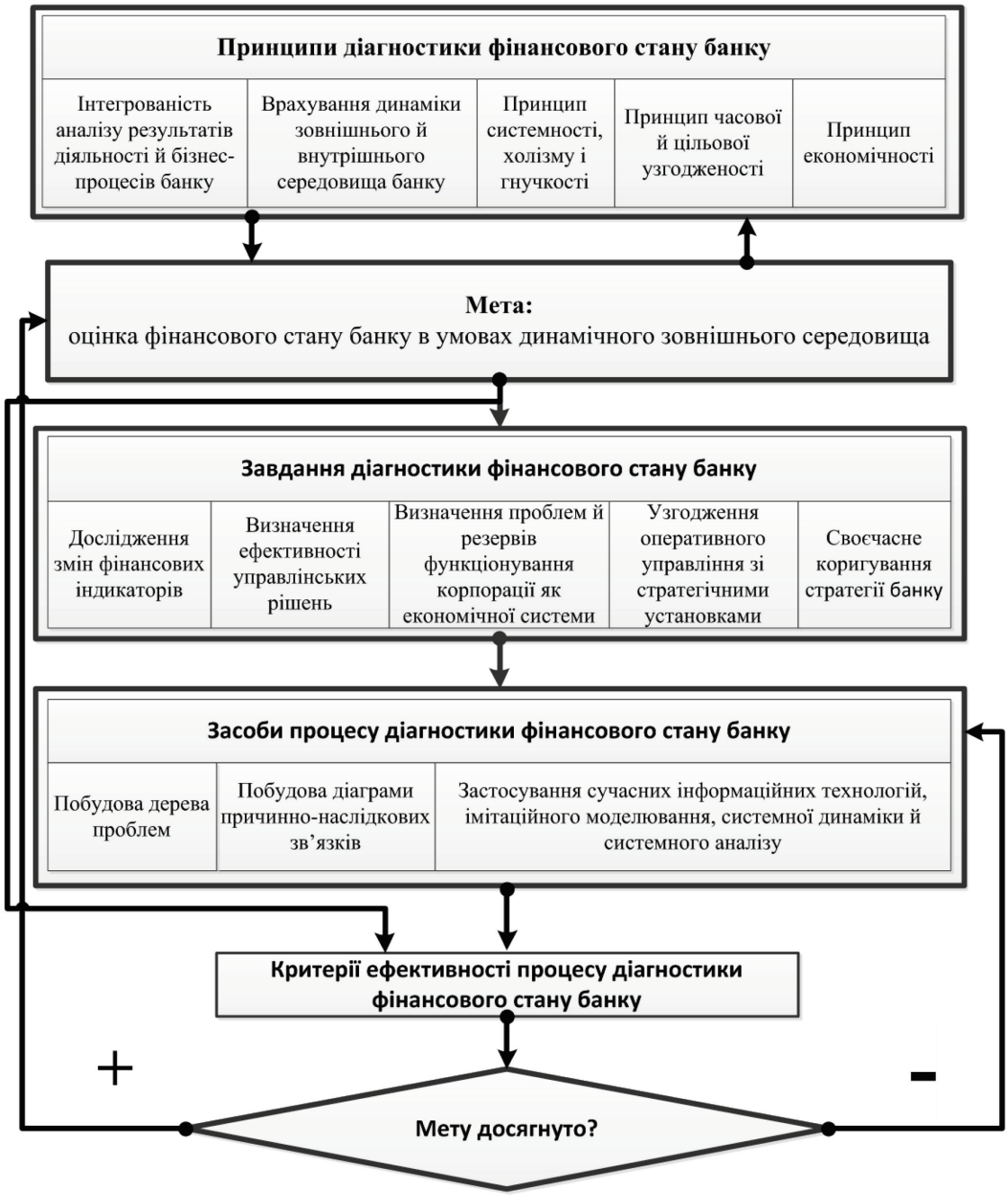

Рис. 4.5. Концепція діагностики фінансового стану в контексті забезпечення фінансової безпеки банку

Якщо розглядати довгострокову перспективу, то з метою збереження й збільшення конкурентних переваг банку слід застосовувати певну сукупність послідовних та взаємозалежних процесів прийняття та реалізації управлінських рішень з використанням моделей стратегічного управління корпорацією. Розробка комплексу заходів щодо діагностики фінансового стану має велике значення й у системі забезпечення фінансової безпеки для попередження потенційно можливого банкрутства корпорації.

Слід зазначити, що в сучасній економічній літературі цій проблематиці присвячено низку публікацій і робіт вітчизняних та зарубіжних вчених, однак дотепер відсутні чітко систематизовані методологічні та концептуальні основи, оскільки існуючі підходи не пропонують рекомендацій щодо побудови ефективної системи фінансової безпеки корпоративної структури, яка б задовольняла інтереси всіх зацікавлених осіб (стейкхолдерів).

Для того, щоб корпорація могла в повній мірі сформувати механізми фінансової безпеки в умовах динамічного зовнішнього середовища, у ній повинна бути впроваджена ефективна система стратегічного управління, під якою мається на увазі комплекс наступних взаємозалежних складових (рис. 4.6):

- адекватна структура, яка в значній мірі обумовлює життєздатність і ефективність функціонування системи стратегічного управління;

- методологія стратегічного управління, під якою мається на увазі сукупність узагальнених принципів стратегічного управління, на яких система управління ґрунтується;

- набір практичних інструментів реалізації.

Таким чином, система стратегічного управління передбачає наявність певних цілей й ресурсів досягнення цих цілей. Оскільки в системі корпоративних відносин не існує «вірної» відповіді, а є тільки «вірні» шляхи, то в якості критеріїв оцінки досягнення обраних цілей пропонуємо використовувати збалансовану систему показників (ЗСП).

Відзначимо, що при використанні такої системи оцінки необхідно враховувати наступні особливості застосування ЗСП:

– збалансована система показників відображає наявну стратегію чітко визначеної банківської установи;

– збалансована система показників характеризує систему управління конкретної банківської установи та економічні процеси, що в ній протікають;

застосування збалансованої системи показників однієї банківської установи в системі управління іншої без відповідного корегування та адаптації може призвести до збоїв в процесі стратегічного управління, які знайдуть прояв у падінні рівня фінансової безпеки та зниженні загальної життєздатності банку.

Розробка та впровадження збалансованої системи показників є повноцінним проектом, який базується на виконанні послідовності трьох основних етапів.

Перший етап передбачає розробку сукупності необхідних структурних характеристик ЗСП (стратегічних карт, цілей і т.п.).

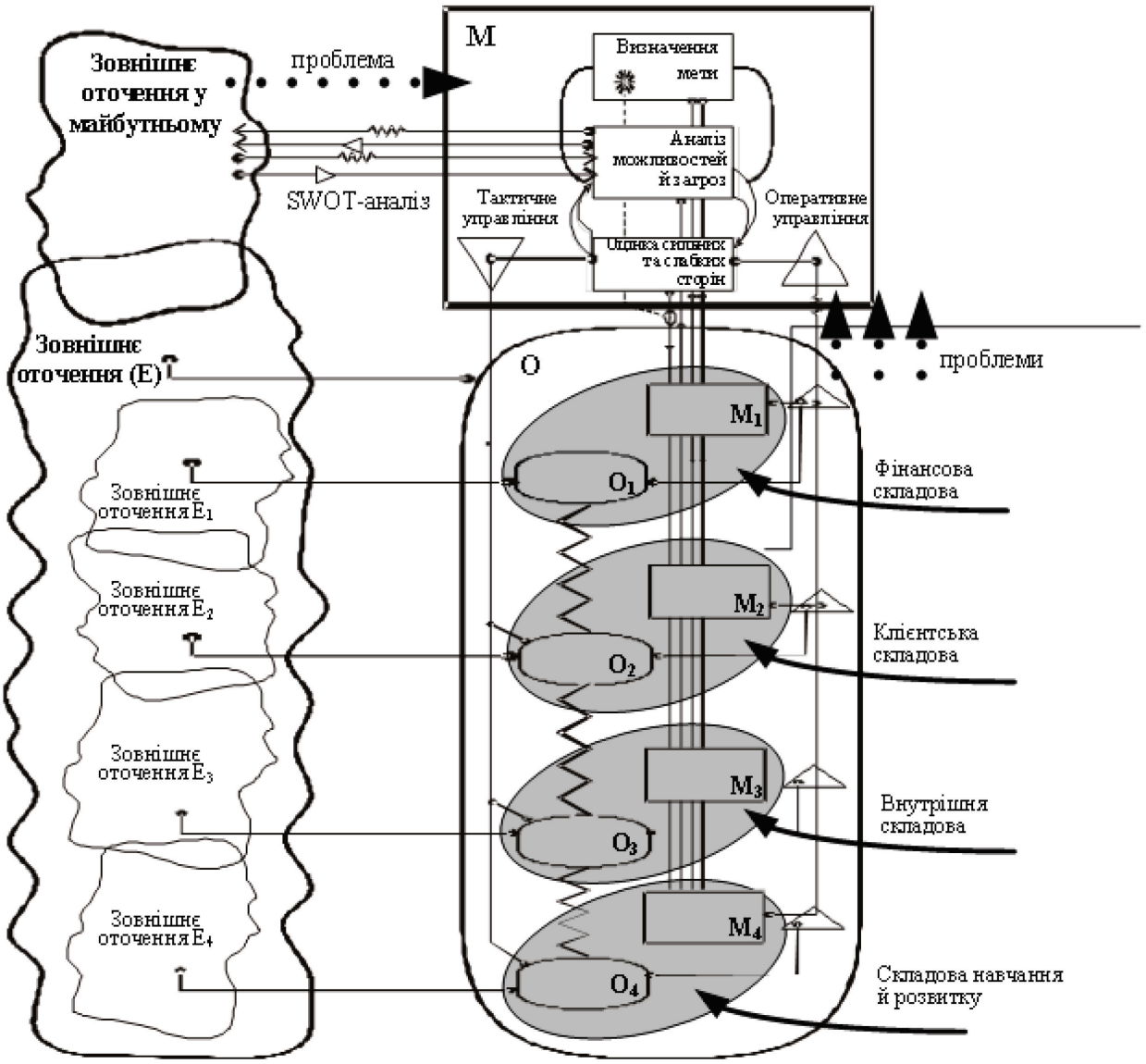

Рис. 4.6. Представлення системи стратегічного менеджменту VSM у термінах концепції системи збалансованих показників BSC [126; 221]

На другому етапі збалансована система показників впроваджується в діючу систему забезпечення фінансової безпеки банківської установи. Крім того, провадиться коректування таких підсистем стратегічного управління, як планування, контролінг, прийняття управлінських рішень, система мотивації персоналу та ін.

На третьому етапі проводиться апробація розробленої системи – збалансована система показників починає функціонувати, тобто запускається процес експлуатації системи забезпечення фінансової безпеки банківської установи.

Але на кожному етапі реалізації цього проекту можуть виникнути достатньо серйозні проблеми, які необхідно вміти ідентифікувати та вирішувати.

Згідно збалансованої системи показників при формуванні стратегії банку необхідно приділяти увагу кожній з її чотирьох складових [230]:

- фінансовій складовій;
- клієнтській складовій;
- внутрішній складовій;
- складовій навчання та розвитку.

Складові стратегії визначають, що являє собою банківська установа, куди вона рухається і які цілі переслідують її власники (акціонери). Тому формування стратегії повинне здійснюватися на самому верхньому (стратегічному) рівні управління банківською установою – рівні ради директорів, який де-юре відображує сподівання власників. Тобто, остаточно сформований вектор розвитку банку (корпоративна стратегія) є результатом координуючої ролі її власників, оскільки саме акціонери беруть на себе ризики втрати капіталу.

При цьому тактичний рівень управління (менеджмент компанії) також має надавати певні вимоги та обмеження щодо підвищення рівня адекватності й актуальності розроблюваної банківської стратегії.

Для формулювання генеральної цілі (місії) банківської установи важливим чинником є наявність у менеджменту стратегічного бачення, тобто уявлення про те, чим банк є в сьогоденні, яким він повинен стати в майбутньому, яку соціальну користь він повинен приносити суспільству.

Тобто, стратегічне бачення – це ідеальне представлення, бажаний образ банківської установи, комплексне осмислення подій та стратегічної ситуації у майбутньому [26; 145].

Наступне важливе питання – це реалізація розробленої стратегії, яка саме й визначає наявність та ефективність системи стратегічного управління банківською установою. Успішне впровадження стратегії можливе лише у випадку відповідності їй організаційної структури та важелів управління – різні стратегії та ринкові умови будуть вимагати від банківської установи структурних змін, зміни контролюючих систем або корегування планів.

Наявність проблем, що виникають на етапі реалізації стратегії, обумовлено й тим, що різноманітність ринкового середовища значно вища від ступеня різноманітності відгуків банківської установи. Крім того, процес розробки корпоративної стратегії та побудова системи забезпечення фінансової безпеки вимагають певного (іноді значного) часу, протягом якого в навколишньому економічному середовищі можуть відбутися такі зміни, що стратегічні плани можуть застаріти ще до початку їх реалізації.

Таким чином, стратегічне управління банківською установою – це безперервний процес, який передбачає постійне відстеження змін, оцінку ступеня реалізації та впровадження в певні періоди відповідного корегування. Важливою умовою цього процесу є визначення множини критеріїв, що обумовлюють оптимальність обраної стратегії з позиції стратегічного аналізу.

На сучасному етапі розвитку економіки традиційні фінансові показники, засновані на даних бухгалтерської та фінансової звітності, втратили актуальність для прийняття стратегічних управлінських рішень внаслідок ретроспективного їх характеру. Про це свідчить критичні публікації Р.Каплана, Д.Нортона, Дж.Крістіансена [225; 229; 230]. Крім того, традиційні фінансові показники не здатні повністю виконати основне завдання корпоративного управління – максимальне задоволення інтересів власників.

Результати досліджень, проведених Р.Капланом і Д.Нортоном, призвели до створення концепції збалансованої системи показників – BSC (Balanced Scorecard). Слід зазначити, що крім монетарних показників концепція збалансованої системи показників включає й нефінансові.

Використання збалансованої системи показників – це не процес розробки корпоративної стратегії, а інструмент її реалізації, який передбачає наявність на підприємстві чітко сформульованої стратегії, тому що показники ЗСП – це похідні стратегії корпорації, тобто для успішної реалізації стратегії необхідні три компоненти [230]:

Бажані результати = Опис стратегії + Управління стратегією

Тобто, можна управляти (третій компонент) тільки тим, що піддається оцінці (другий компонент). У свою чергу, оцінити можливо тільки те, що можна описати (перший компонент).

Виходячи з представленої логіки, розглянемо кожну із чотирьох складових BSC, які формують структуру моделі системи стратегічного управління ефективністю банківської установи в контексті забезпечення її фінансової безпеки.

Внутрішню складову можна розглядати як процес управління потенціалом банку, який базується на визначенні оптимальної області маневрування, яка надає плану адаптивні властивості. Область маневрування – це потенціал, який містить система при коректуванні здійснення плану [207].

Клієнтська складова – це споживча можливість, тому в якості показника приймемо ступінь задоволення попиту.

Аспект навчання та розвитку характеризує нематеріальні активи корпорації, тому що сучасне корпоративне управління неможливе без інтенсивного та послідовного впровадження інноваційних технологій.

У якості інструментарію розробки та реалізації моделі виступає імітаційне моделювання, яке забезпечує обґрунтування розроблюваних стратегій на основі вибору критеріального параметру, який спрямовано на досягнення цілей корпорації при досягнутому рівні її розвитку.

На основі побудованої динамічної імітаційної підмоделі можна одержати розрахунковий показник згідно із заданим критерієм оптимальності. Нефінансовим показником, що відображає ефективність реалізації стратегії управління, у цьому випадку є рівень організаційного капіталу [126].

Збалансована система показників представляє фінансову складову як кінцеву ціль для банків, які прагнуть отримання максимального прибутку. Але максимізація прибутку можлива або за рахунок збільшення продажів, або за рахунок скорочення видатків. Динамізм і непередбачуваність зовнішнього середовища в Україні підвищує ризик виникнення втрат внаслідок можливості різких стрибків попиту, тому саме друга корпоративна стратегія (мінімізація витрат) є більш адекватною.

Практика реалізації управлінських рішень, пов’язаних з діагностикою фінансового стану банківської установи, зустрічається з вирішенням низки складних багатомірних завдань вибору, що припускають побудову певного простору відносин. Тому фінансову діагностику та оцінку рівня фінансової безпеки банківської установи можна розглядати як єдиний процес, реалізація якого дозволяє приймати ефективні управлінські рішення. Тобто, за допомогою системи фінансової діагностики можна не тільки відслідковувати стан банківської установи в кожному часовому інтервалі, але й ідентифікувати рівень її фінансової безпеки. Як вже зазначалося, цільовою функцією корпоративної стратегії банку є максимізація прибутку в довгостроковій перспективі. Саме тому основним показником з погляду оцінки фінансової безпеки має бути індикатор, що відображає процес створення вартості. На наш погляд, таким показником може виступати економічна додана вартість (Economic Value Added). Економічна додана вартість (EVA) визначається як різниця між чистим прибутком і вартістю використаного для її одержання власного капіталу банківської установи [220].

Економічна додана вартість – це важливий індикатор, який висвітлює пріоритетні напрямки стратегічного управління, але його застосування у відриві від інших показників не дає можливості комплексно оцінити поточну ситуацію й прийняти обґрунтовані управлінські рішення, що враховують різні зовнішні збурювання та зміни внутрішніх факторів. Саме це визначає необхідність вивчення можливостей інтегрованого застосування EVA і BSC [230].

Включення економічної доданої вартості у структуру збалансованої системи показників дозволяє зосередити увагу на ступені успішності функціонування корпорації. Процес управління, заснований на впровадженні збалансованої системи показників, просувається зверху вниз. На першому етапі на основі бачення топ-менеджменту, відображуваного в інтересах власників, визначаються фінансові цілі та орієнтири корпорації (рис. 4.7).

На другому етапі необхідно визначити коло завдань ідентифікації клієнтів при розробці заходів щодо поліпшення якості продукції (послуг) та споживчих властивостей продукції, що випускається, з погляду запитів споживача. Одночасно починається й пошук необхідних ресурсів для досягнення цих завдань. Крім того, саме на цьому етапі відбувається вдосконалення бізнес-процесів, яке значною мірою залежить від технологій, досвіду співробітників та інших факторів, що відображено в проекції «Розвиток і навчання».

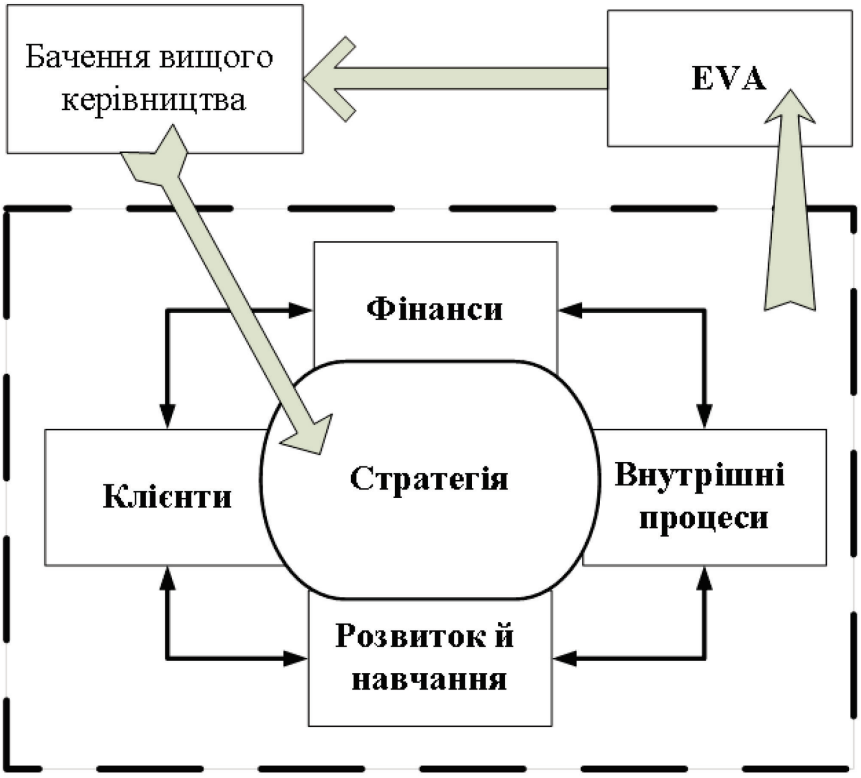

Рис. 4.7. Загальна схема синтезу ЗСП та EVA [126]

Таким чином, чотири перспективи збалансованої системи показників і показник ефективності реалізації стратегії EVA утворюють замкнений контур із чітко визначеними зв'язками.

На основі вищевикладеного побудуємо динамічну імітаційну підмодель реалізації стратегії в банківській сфері. Результатом діагностики фінансового стану корпорації є його оцінка, методики одержання якої різноманітні й широко відомі [74]. Зокрема, одним з методів діагностики фінансового стану корпорації є коефіцієнтний метод, який передбачає розрахунки певних кількісних показників, що дозволяють зробити висновки про якісні зміни в діяльності корпорації.

Для діагностики фінансового стану корпорації використовують 4 групи показників:

- аналіз ліквідності й платоспроможності;
- аналіз фінансової стійкості;
- аналіз ділової активності;
- аналіз рентабельності корпорації.

Наступний метод, використовуваний у процесі діагностики фінансового стану банківської установи – це факторний метод. Суть методу полягає в кількісній характеристиці взаємозалежних явищ, яка здійснюється за допомогою показників. Ознаки, що характеризують причину, називаються факторними; ознаки, що характеризують наслідок, називаються результативними. Сукупність факторних і результативних ознак є факторною системою. Факторні системи можна розділити на три групи, тобто виразити трьома різними моделями: адитивною, мультиплікативною і кратною.

Адитивна модель представляється як алгебраїчна сума факторних показників:

$$y = \sum_{j=1}^{n} x_i = x + x_2 + ... + x_n . \qquad (4.3)$$

Мультиплікативна модель виражається як вплив на результативний показник добутку факторних показників:

$$y = \prod_{i=1}^{n} x_i = x \times x_2 \times ... \times x_n . \qquad (4.4)$$

Кратна модель представляється як частка від розподілу факторних показників:

$$y = \frac{x_1}{x_2}, \quad y = \frac{\sum_{i=1}^{n} x_i}{x_{i+1}}, \quad y = \frac{x_i}{\sum_{i=2}^{n} x_i}, \quad y = \frac{\sum_{i=1}^{n} x_i}{\sum_{i=1}^{m} x_i} \qquad (4.5)$$

де y – результативний показник (вихідна факторна система);

x_i – фактори (факторні показники).

Розглянути процес діагностики фінансового стану банківської установи у всій його складності, з урахуванням наявних зв'язків і властивостей, формалізувати його дозволяє системний підхід [223]. Виявлення основних закономірностей дає можливість використовувати апарат імітаційного моделювання для аналізу й підвищення результативності управлінських рішень у розглянутій економічній системі. Імітаційне моделювання являє собою серію чисельних експериментів, покликаних одержати емпіричні оцінки ступеня впливу різних факторів на деякі залежні від них результати (показники).

Ефективність функціонування будь-якої економічної системи визначається кінцевими результатами її функціонування, тому представимо графіки основних результатів діяльності досліджуваного об'єкта на основі моделі оцінки фінансового стану банківської установи (рис. 4.8).

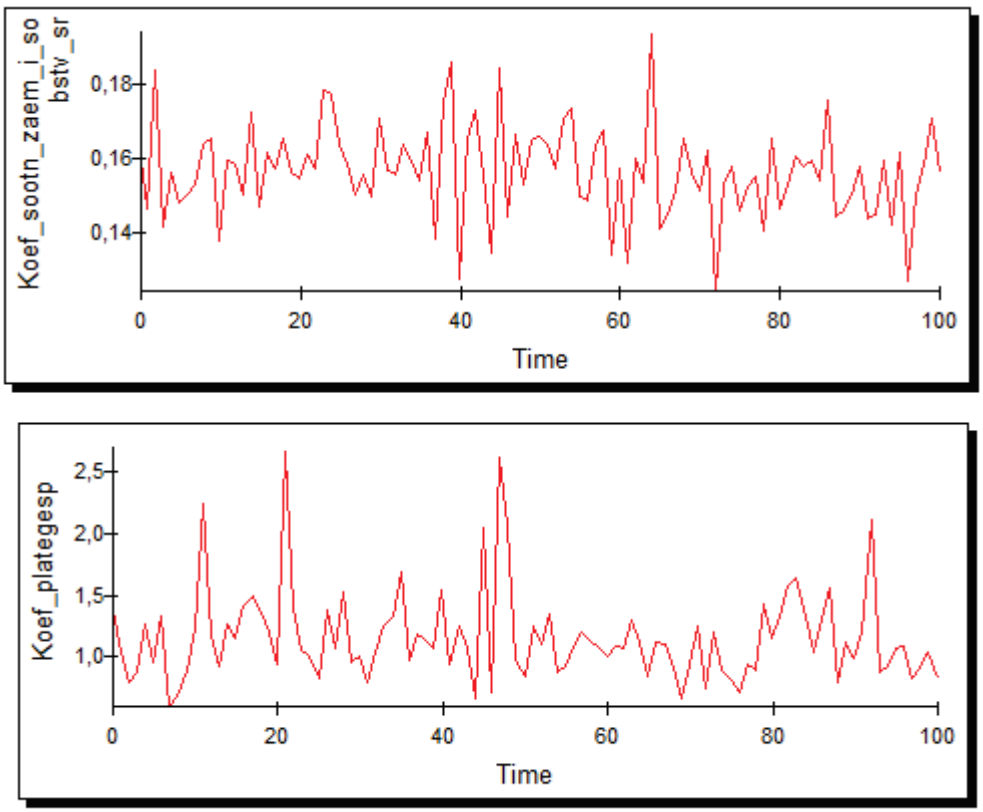

Рис. 4.8. Графічне представлення результатів імітацій у моделі оцінки фінансового стану банківської установи

На рис. 4.9 наведено табличне представлення результатів імітаційних експериментів моделі оцінки фінансового стану банківської установи.

Результати «програвання» моделі й можливість вивчення її поведінки у прикладному програмному продукті імітаційного моделювання Powersim можуть бути використані для вироблення припущень щодо поведінки системи, що моделюється, й ухвалення необхідних управлінських рішень.

Отже, інструментарій, використаний у процесі діагностики фінансового стану банківської установи в умовах динамічного зовнішнього середовища, дозволяє визначити стан досліджуваного об'єкта як стійкий. Отримана оцінка характеризує рівень корпоративного управління в умовах високої динамічності зовнішнього середовища як ефективний.

Time	Koef_sootn_zaem_i_sobstv_sr	Koef_plategesp
0	0,16	1,39
1	0,147	1,05
2	0,184	0,81
3	0,141	0,887
4	0,156	1,27
5	0,148	0,958
6	0,15	1,34
7	0,153	0,616
8	0,164	0,686
9	0,166	0,893
10	0,138	1,24
11	0,16	2,25

Рис. 4.9. Табличне представлення результатів імітації

Практика реалізації управлінських рішень, пов'язаних з діагностикою фінансового стану корпорації, стикається з вирішенням складних багатомірних завдань вибору, що припускають побудову простору відносин, функцій і механізмів вибору, які реалізують на множині альтернатив принципи класичної раціональності й екстремальності. Аналіз функціонування банків дозволив установити, що процеси фінансового планування в них не мають належного теоретичного й методологічного забезпечення.

Невизначеність факторів зовнішнього середовища й динамічність ринків України обумовлюють увагу вітчизняних фахівців до системи фінансового управління з метою її вдосконалення, а вся діяльність банківської установи має бути орієнтована на досягнення цільових показників, заданих стратегією, для

чого важливо використовувати сучасні принципи планування й управління. У вирішенні поставлених завдань доцільно застосовувати сучасні інформаційні технології, апарат імітаційного моделювання, системної динаміки й системний аналіз.

Фінансову діагностику й оцінку фінансового стану можна розглядати як єдиний процес, реалізація якого дозволяє ухвалювати ефективні управлінські рішення. Як наслідок, за допомогою фінансової діагностики можна не тільки відслідковувати стан об'єкта на кожному часовому проміжку, але й ідентифікувати його фінансовий стан для здійснення подальшого управління ним.

Підбиваючи підсумки вищевикладеному, можна констатувати наступне:

1. Діагностика фінансового стану банківської установи має особливе значення в рамках системи забезпечення фінансової безпеки банку. Саме на даному етапі визначаються стратегічні цілі й тактичні прийоми розвитку банківської системи, формуються плани й здійснюється контроль за їхнім виконанням, виявляються резерви та ухвалюються управлінські рішення.

2. Динамічність зовнішнього середовища вимагає від менеджменту банківської установи постійної підготовчої роботи – пошуку й перевірки фактів та обставин, що стосуються технологій, грошового ринку й інших настільки ж мінливих аспектів прийняття управлінських рішень. Головною метою діагностики фінансового стану банківської установи є попередження негативних наслідків невизначеності економічного середовища на мікро-, мезо- та макрорівні.

3. Механізм діагностики фінансового стану має ключове значення й у системі антикризового менеджменту для попередження потенційно можливого банкрутства банку. Саме завдяки цьому механізму менеджмент банківської установи за допомогою цілеспрямованого управління розв'язує виникаючі проблеми й реагує на зміни зовнішніх умов свого існування в рамках внутрішніх можливостей.

4. Дослідження показали, що вельми часто поняття «фінансова діагностика корпорації» ототожнюється з поняттям «аналіз діяльності корпорації». Це й визначило необхідність уточнення економічного змісту й визначних характеристик даних категорій та побудови концепції діагностики фінансового стану в контексті забезпечення фінансової безпеки банківської установи.

5. Для досягнення поставлених у концепції цілей і завдань пропонується використання збалансованої системи показників, яка дозволяє досягти стратегічні цілі корпорації й максимізувати прибуток в умовах динамічного зовніш-

нього середовища. У якості основного критерію досягнення поставлених цілей пропонується використовувати економічну додану вартість (Economic Value Added). Результатом реалізації запропонованої концепції є застосування адитивної, ультимативної та кратної моделей у рамках побудови імітаційної моделі діагностики фінансового стану банківської установи й «програвання» цієї моделі на конкретному прикладі.

4.3. Основні загрози та порогові значення індикаторів фінансової безпеки банківської установи

Потреби забезпечення фінансової безпеки формуються під впливом цілого ряду чинників: об'єктивних і суб'єктивних, внутрішніх і зовнішніх, прогнозованих і непередбачених. В концентрованому вигляді вони можуть деструктивно впливати на фінансову безпеку. В сучасній літературі виділяють декілька ступенів деструктивної дії чинників:

- поява зони ризику – ймовірність виникнення обставин, здатних спровокувати небезпеку;
- виклик – провокаційні дії або засіб тиску;
- небезпека – реальна можливість нанести шкоду;
- загроза – намір нанести шкоду.

Отже, необхідним є створення дієвої системи фінансової безпеки, що передбачає чітке визначення джерел існуючих і потенційних загроз, а також наявних і необхідних ресурсів для їх нейтралізації. Безперечно, що загроза – це один із самих небезпечних проявів дії деструктивних факторів безпеки, що виявляється у намірі нанести шкоду.

Система реальних і потенційних загроз не є постійною, такі загрози можуть з'являтися та зникати, нарощуватися та зменшуватися, при цьому буде змінюватися їх значимість для фінансової безпеки. Значущість класифікації загроз фінансовій безпеці полягає в необхідності оцінити наявну ситуацію, дати оцінку існуючим негативним моментам і тенденціям їх розвитку, згрупувати негативні і позитивні дії факторів і на цій основі розробити обґрунтовані рекомендації для прийняття конкретних рішень.

В Україні згідно з «Концепцією (основами державної політики) національної безпеки України» [169], до основних можливих загроз національній безпеці в фінансовій сфері відносять:

− неефективність системи державного регулювання економічних відносин;

− наявність структурних диспропорцій, монополізму виробників, перешкод становленню ринкових відносин;

− невирішеність проблеми ресурсної, фінансової та технологічної залежності національної економіки від інших країн;

− економічну ізоляцію України від світової економічної системи;

− неконтрольований відплив за межі України інтелектуальних, матеріальних і фінансових ресурсів;

− криміналізацію суспільства, діяльність тіньових структур.

При класифікації загроз фінансовій безпеці можуть використовуватися різні ознаки. Окремі автори [216] зазначають, що основні загрози фінансовій безпеці можна кваліфікувати як внутрішні та зовнішні, існуючі та можливі. На думку інших дослідників [12], перелік джерел загроз можна поділити на три групи: антропогенні, техногенні та стихійні. При цьому, як зазначається, критерієм розподілу загроз на існуючі та потенційні має бути досягнення або недосягнення порогового значення за тим чи іншим індикатором, що характеризує ту чи іншу загрозу. Ті загрози, по яких вже перевищені порогові значення, слід вважати існуючими або наявними, а ті, по яких такі значення не досягнуті, – потенційними [216].

Отже, система загроз фінансовій безпеці являє собою динамічну систему причинних зв’язків з великою кількістю контурів, зворотних зв’язків, наявність яких може значно посилювати результати реалізації будь-якої конкретної загрози безпеці. Ця особливість проявляється на сучасному етапі розвитку України, який характеризується наявністю великої кількості локальних загроз і швидко зростаючими кризовими ситуаціями внаслідок їх взаємодії. Класифікація загроз фінансовій безпеці в їх взаємодії та динамічному розвитку необхідна для комплексного, системного підходу щодо вирішення питань забезпечення фінансової безпеки на будь-якому рівні управління – держави, регіону чи окремого суб’єкта господарювання.

На нашу думку, доцільно розглядати наступну розгорнуту класифікацію загроз фінансовій безпеці:

– за джерелами: внутрішні та зовнішні;

– за наслідками: загальні та локальні;

– за природою виникнення: політичні, економічні, кримінальні та контрагентські загрози;

– за об’єктом посягання: держава, регіон, юридичні особи та населення (домогосподарства);

– за можливістю прогнозування: загрози, що прогнозуються, та загрози, що не прогнозуються;

– за ймовірністю реалізації: потенційні та реальні.

Звісно, що є й інші критерії класифікації, але саме запропонована класифікація містить оптимальний набір ознак, що необхідні з точки зору використання у корпоративній практиці.

На наш погляд, при більш детальному розгляді загроз фінансовій безпеці слід акцентувати увагу на внутрішніх та зовнішніх загрозах, а також на ступені їх впливу на фінансові інтереси держави і корпорації (табл. 4.1).

До внутрішніх загроз фінансовій безпеці банківської установи слід віднести сукупність дій або бездіяльність (умисна або ненавмисна) інсайдерів, що суперечать інтересам власників компанії, наслідком яких може бути нанесення збитків, розголошення конфіденційної або інсайдерської інформації, підрив ділового іміджу або виникнення конфліктів з ринковими контрагентами, державою та суспільством.

До зовнішніх загроз фінансовій безпеці банківської установи слід віднести протиправну діяльність конкурентів, кримінальних структур, а також сукупність ризиків галузі та макрорівня.

Так, до основних внутрішніх загроз фінансовій безпеці можна віднести правову, організаційну, інституціональну незавершеність реформування фінансово-кредитної сфери і, як наслідок, ті кризові явища, що останнім часом спостерігаються в фінансовій системі України. Крім того, до внутрішніх загроз фінансовій безпеці відносять:

– глибоке падіння виробництва за роки реформування економіки України;

– різке падіння інвестицій у виробництво, переважання вкладення капіталів у посередницьку діяльність та сферу послуг;

– зростання майнової диференціації населення, збільшення числа громадян, які живуть на рівні бідності, безробіття, затримки з виплати заробітної плати і пенсій, соціальна напруженість;

– структурна та галузева деформованість української економіки, посилення паливно-енергетичної направленості економіки, згортання виробництва у життєво важливих галузях промисловості;

– низька конкурентоспроможність вітчизняної продукції;

– високий рівень монополізації економіки, особливо природних монополій;
– криза грошової та фінансово-кредитної систем, інфляційні процеси.

Таблиця 4.1

Внутрішні та зовнішні загрози фінансовій безпеці і ступінь їх впливу на фінансові інтереси держави та корпорацій

Загрози фінансовій безпеці	**Ступінь впливу**	
Внутрішні загрози	**держава**	**корпорація**
Недосконаліть фінансового законодавства	* * *	* * *
Дефіцит Державного бюджету	* * *	*
Низький рівень бюджетної дисципліни	* * *	* *
Надмірні державні витрати на апарат управління	* * *	* *
Неефективність податкової системи, масове ухилення від сплати податків	* * *	* * *
Низький рівень інвестиційної активності	* * *	* * *
Високий рівень інфляції	* * *	* * *
Зростання тіньової економіки, нелегальний переплив капіталу за кордон	* * *	* * *
Криза неплатежів в державі	* * *	* * *
Нерозвиненість страхування підприємницьких і фінансових ризиків	* *	* * *
Штучність курсу національної грошової одиниці	* * *	* *
Неповноцінність фондового ринку	* * *	*
Низький рівень отримання банківських кредитів підприємствами	*	* * *
Падіння виробництва	* * *	* * *
Низька конкурентоспроможність продукції	* * *	* * *
Неефективне використання фінансових ресурсів	* *	* * *
Зростання внутрішнього державного боргу	* * *	*
Зовнішні загрози	**держава**	**корпорація**
Втручання в національну фінансово-кредитну сферу міжнародних фінансових організацій	* * *	*
Залежність національної економіки від отримання іноземних кредитів	* * *	*
Значне від′ємне зовнішньоторговельне сальдо	* * *	* *
Нерегульований приплив іноземного капіталу та надання йому переваги порівняно з вітчизняним	* * *	* * *
Залежність вітчизняного фінансового ринку від світового	* * *	*
Нецільове використання іноземних кредитів	* * *	* * *
Зростання зовнішньої державної заборгованості	* * *	*
Вивезення за кордон валютних запасів	* * *	*
Низький рівень вкладення іноземних інвестицій в економіку держави	* * *	* * *

* слабкий
* * значний
* * * високий

} рівень впливу на фінансові інтереси

Головний зовнішній виклик фінансовій безпеці пов'язаний з тим, що об'єктивний процес інтеграції України у світове співтовариство може супроводжуватися неконтрольованим зростанням зовнішньої заборгованості, обмеженням присутності нашої держави на зарубіжних фінансових ринках, вивезенням за кордон валютних запасів, послабленням фінансової самостійності у вирішенні головних питань соціально-економічного розвитку країни, а також позицій вітчизняних підприємств, організацій і установ.

Також до зовнішніх загроз фінансовій безпеці можна віднести наступні:

- значний зовнішній борг України і пов'язане з цим збільшення видатків бюджету на його обслуговування;
- зростаючі темпи завоювання іноземними фірмами внутрішнього ринку України та, як наслідок, зростання залежності нашої держави від імпорту багатьох, в тому числі й стратегічних, видів продукції;
- дискримінаційні заходи ряду міжнародних організацій та зарубіжних країн у зовнішньоекономічних відносинах з Україною, протекціоністська політика по відношенню до нашої держави, витиснення українських підприємств з традиційних зовнішніх ринків;
- скупка іноземними фірмами вітчизняних підприємств з метою контролю над ними та створення умов для забезпечення власного успіху в конкурентній боротьбі як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринку;
- нерозвиненість інфраструктури експортно-імпортних операцій тощо.

Побудова системи фінансової безпеки неможлива без визначення критеріальних вимог до неї. Проте на сьогодні в економічній літературі відсутні теоретичні комплексні розробки цього питання. Тому за основу при формуванні критеріальних вимог до системи фінансової безпеки можна взяти підходи до визначення критеріїв економічної безпеки в цілому. Слід зазначити, що однозначної думки з приводу цього найважливішого системоутворюючого елементу немає.

Так, А.Городецький [51] вказує, що стан економічної безпеки оцінюється об'єктивною системою параметрів, критеріїв і індикаторів, які визначають порогові значення функціонування економічної системи. За їх межами вона втрачає здатність до динамічного саморозвитку, конкурентоспроможність на внутрішніх і зовнішніх ринках, стає об'єктом експансії національних і транснаціональних монополій, потерпає від корупції, криміналітету, внутрішнього та зовнішнього розграбування національного багатства країни.

Таким чином, досягнення критеріальних вимог щодо економічної безпеки в цілому і фінансової безпеки зокрема визначається системою конкретних індикаторів. Саме за допомогою розробки обґрунтованої системи індикаторів можна оперативно аналізувати стан економічної і фінансової безпеки різних об'єктів, попереджати розвиток негативних тенденцій, вносити необхідні корективи як у повсякденну діяльність, так і на перспективу, прогнозувати розвиток подій.

В економічній літературі мають місце різні підходи до формування системи індикаторів економічної безпеки. Зокрема, пропонується виділяти ключові ресурсні та результативні індикатори, від яких у першу чергу залежить стабільність системи [111; 172], загальні та регіональні [51].

Так, К.Самсонов [190] розбиває останні на загальноекономічні (ВВП, обсяги виробництва по галузях, найважливіших видах продукції тощо); специфічні, що найбільшою мірою відображають економічну ситуацію в країні на даному етапі (рівень інфляції, споживання на душу населення, безробіття, міграція населення, смертність тощо); окремі, які є важливими для характеристики конкретної ситуації в країні (збирання врожаю, ліквідація стихійного лиха чи великомасштабної аварії тощо).

С.Ликшин і А.Свинаренко [137] виділяють групу загальних (рівень і якість життя, темпи інфляції, економічне зростання, дефіцит бюджету, державний борг тощо) та регіональних (доходи населення, рівень роздрібних цін, питома вага регіону в ВВП країни, платіжний баланс регіону тощо) індикаторів.

Колектив авторів [100] пропонує поділяти індикатори безпеки на економічні, що характеризують тенденції розвитку економіки і склалися на основі реалізації принципу ефективності виробництва; соціальні, що базуються на основі реалізації принципу справедливості у розподілі благ; фінансові, що склалися відповідно до вимог економічної безпеки держави.

Значущість чіткого визначення дійсного рівня індикаторів безпеки полягає в тому, що наближення до їх гранично припустимої величини свідчить про нарощування загроз соціально-економічній стабільності суспільства, а перевищення граничних або порогових значень – про входження суспільства в зону нестабільності і соціальних конфліктів, тобто про реальний підрив фінансової безпеки.

Крім того, досить складним питанням є розробка механізму визначення рівня фінансової безпеки у ситуаціях, коли декілька індикаторів досягають

критичної позначки, але залишаються в межах порогових значень. Адже у такому разі теоретично рівень фінансової безпеки можна оцінити як задовільний, але фактично він може вийти за межі збалансованого стану.

Отже, необхідним є постійний і ретельний моніторинг цих індикаторів, що дасть можливість своєчасно розробляти і здійснювати практичні заходи щодо зниження негативного впливу загроз фінансовим інтересам суб'єктів господарювання.

Проте, для формування ефективної системи фінансової безпеки значення мають не самі індикатори фінансової безпеки, а їх порогові значення. На наш погляд, порогове значення фінансової безпеки – це граничний показник, значні відхилення від якого свідчать про наявність тієї чи іншої загрози фінансовій безпеці. Інакше кажучи, порогове значення – це кількісний параметр, що розмежовує безпечну та небезпечну зони в фінансово-кредитній сфері.

Основні індикатори, що характеризують рівень фінансової безпеки держави та корпорацій, а також їх порогові значення представлено в табл. 4.2 [68; 116].

Слід зауважити, що система індикаторів фінансової безпеки специфічна для кожної корпоративної структури і залежить, насамперед, від характеру та масштабів її діяльності.

Порогові значення фінансової безпеки не набувають конкретного змісту, доки вони не будуть порівняні з фактичними показниками, що характеризують фінансову діяльність конкретних суб'єктів господарювання. Наближення до їх граничної величини свідчить про нарощування загроз економічній стабільності корпорації, а значне відхилення від порогових значень – про перехід з критичної зони в зону нестабільності фінансових відносин та соціальних конфліктів, тобто про реальний підрив фінансової безпеки.

Враховуючи специфіку діяльності банківської установи, а також відповідно до фактичних і нормативних її фінансових показників і величини їх відхилення від бар'єрних значень індикаторів фінансової безпеки, стан банківської структури можна охарактеризувати як:

- нормальний, коли індикатори фінансової безпеки знаходяться в межах своїх порогових значень;

- передкризовий, коли перевищується бар'єрне значення хоча б одного з індикаторів фінансової безпеки, а інші наближаються до своїх порогових значень і при цьому не втрачаються технічні можливості покращення умов і

результатів фінансової діяльності шляхом застосування до загроз заходів попереджувального характеру;

- кризовий, коли перевищується бар'єрне значення більшості основних індикаторів фінансової безпеки та з'являються ознаки стрімкого падіння виробництва і рівня фінансових показників;

- критичний, коли порушуються всі (або майже всі) бар'єри, що відокремлюють нормальний та кризовий стан розвитку фінансових відносин, а часткова втрата фінансового потенціалу стає неминучою.

Таблиця 4.2

Індикатори фінансової безпеки та їх порогові значення

Індикатори фінансової безпеки		Порогові значення індикаторів
Загальнодержавний рівень	Дефіцит бюджету, % від ВВП	5 %
	Рівень перерозподілу ВВП через зведений бюджет	45 %
	Обсяг зовнішнього боргу, % від ВВП	25 %
	Річна сума на обслуговування зовнішнього боргу (% від річного експорту; % від загальних валютних надходжень держави)	не > 18 % не > 25 %
	Сукупні платежі на обслуговування внутрішнього боргу, % від доходів бюджету	не > 25 %
	Обсяг внутрішнього боргу, % від ВВП	30 %
	Частка зовнішніх запозичень в покритті дефіциту бюджету	30 %
	Обсяги інвестицій, % від ВВП	25 %
	Річний рівень інфляції	20 %
	Частка населення, що має доходи нижче прожиткового мінімуму	7 %
	Частка тіньової економіки, % від ВВП	50 %
Корпорації	Індекс обсягів виробництва	не < 1
	Коефіцієнт фінансової незалежності	> 0,6
	Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами	> 0,1
	Співвідношення власних та запозичених коштів	1 : 1
	Коефіцієнт прибутковості	> 8,2 %
	Платоспроможність	1 та >
	Коефіцієнт поточної ліквідності	2 та >
	Співвідношення доходу від продажу товарів та абсолютних активів	1,6

Отже, розглядаючи теоретичні основи формування системи фінансової безпеки в цілому та банківської установи зокрема, можна зробити висновок, що її побудова залежить від багатьох факторів. В даній ситуації необхідним виявляється механізм забезпечення фінансової безпеки, що містить сукупність індикаторів, їх бар'єрних значень, а також підсистему виявлення загроз та прогнозування їх впливу на стан фінансової безпеки.

Таким чином, побудова системи забезпечення фінансової безпеки банківської установи неможлива без визначення основних загроз і граничних значень індикаторів фінансової безпеки пропонованої системи. Тому практичне значення мають систематизація фінансових загроз діяльності корпорації, визначення рівня їх впливу на фінансові інтереси корпорації й держави, а також визначення граничних значень індикаторів фінансової безпеки, які були розроблені в рамках дослідження даної проблеми.

У зв'язку з цим все більшої актуальності набуває розробка та реалізація ефективної науково-виваженої концепції формування системи фінансової безпеки банківської установи.

4.4. Оцінювання та регулювання адміністративної гнучкості прийняття рішень в інвестиційній діяльності банку

Сучасне управління банками в умовах посилення впливу динамічного і непередбачуваного зовнішнього середовища набуває все більш нестійкого характеру, що означає необхідність зосередження уваги на пошуку нових можливостей адаптації і швидкого реагування на зміни, що відбуваються. При цьому такі зміни повинні забезпечуватися достатнім рівнем гнучкості прийняття рішень.

Всі процеси управління, пов'язані з вирішенням основних завдань: визначення цілей організації та створення необхідних економічних, організаційних, техніко-технологічних, соціальних, психологічних та інших умов для їх реалізації, стають більш динамічними, вимагають гнучких інструментів розробки та їх обґрунтування. Різні підходи до управління зумовлюють різний ступінь гнучкості прийняття рішень. При цьому більшою мірою це стосується прийняття рішень з оперативного контролю та адміністрування. Тобто гнучкість забезпечується більше в поточному режимі, ніж у процесі стратегічного планування [130].

Отже, одним з найважливіших чинників забезпечення достатньої адміністративної гнучкості прийняття рішень в інвестиційній діяльності банку є організаційна структура управління. Вона визначається структурою підрозділів і служб банку. Основним критерієм організаційної побудови є економічний зміст та обсяг операцій, що виконується банком. Найважливішим завданням маркетингу є вибір організаційної структури, що відповідає внутрішнім і зовнішнім факторам, діяльності банку та його стратегічним цілям.

Низка вчених відзначає, що в останні роки ряд найбільших банків у своїй роботі використовує концепцію центрів отримання прибутку, згідно з якою кожен ведучий відділ прагне максимізувати свій вклад в рентабельність банку і ретельно контролює показники ефективності власної роботи. В організаційній структурі банків реалізуються як оперативні, так і штабні функції [181], у зв'язку з цим, з точки зору організації процесу продажів, банк слід розглядати як функціональні об'єднання, що підтримують і обслуговують підрозділи, та об'єднання, що діють відносно автономно в рамках цілісної системи, виконуючи чітко визначені завдання. Функціональні підрозділи (центри прибутку або бізнес-центри) здійснюють відносно незалежно один від одного реалізацію банківських продуктів і забезпечують прибуток банку з використанням методів управлінського обліку.

Деякі вчені [50; 191] вважають, що організаційна структура банку не відрізняється гнучкістю і адаптивністю, а тип організаційної структури істотно не впливає на основні показники фінансової стійкості та ефективність його роботи, проте насправді процес управління банком неможливий без формування і розвитку внутрішньої організаційної структури. Інші вчені [62] проблему вибору організаційної структури банку справедливо пов'язують зі стратегією його розвитку. Зокрема, наголошується, що якщо стратегія є узагальненою моделлю розвитку банку, то вибір організаційної структури – це вибір порядку групування робіт і напрямів субординації, які повинні забезпечити ефективну реалізацію внутрішніх робочих процесів.

Слід зазначити, що в банках на сьогоднішній день отримали широке розповсюдження найбільш пристосовані до мінливого ринкового середовища адаптивні організаційні структури.

Так як відмітною особливістю більшості банків в Україні є наявність великої філіальної мережі їх установ, то в цих умовах виникає необхідність розмежування функцій між вищими і нижніми ланками управління. Однак

незважаючи на можливі розбіжності між банками, ряд функцій залишається в розпорядженні вищого керівництва, а саме: встановлення цілей і завдань банку, вибір стратегії банку, розробка нормативних документів, визначення перспективних напрямків діяльності, визначення вимог до обліку та звітності.

Ефективність управління адміністративною гнучкістю прийняття рішень в інвестиційній діяльності банків проявляється в результативності функціонування організаційної структури та якості системи контролю, що відображено в різних показниках з кількісної та якісної сторони.

На цій основі вибір показників управління адміністративною гнучкістю прийняття рішень в інвестиційній діяльності банків дозволяє всебічно і об'єктивно оцінити ефективність даного процесу.

Вибір показників здійснюється з позиції оцінки, структури, якості і кількості підсистеми адміністрування банку. При цьому слід враховувати такі фактори адміністративної гнучкості:

- тип організаційної структури банку;
- чисельний і якісний склад персоналу;
- важливість і кількість прийнятих рішень, що відносяться до компетенції нижчих управлінських ланок (в банках з централізованою системою управління керівники середньої та нижчої ланки не можуть приймати важливі рішення);
- ступінь централізації чи децентралізації в банку (при сильно централізованій структурі управління кількість рішень мінімальна на нижніх рівнях);
- ступінь контролю за процесами в банку (контроль числа, якості і швидкості виконання поставлених поточних задач).

Вищевикладені чинники зумовлюють перелік показників адміністративної гнучкості прийняття рішень в інвестиційній діяльності банку, які відображено в табл. 4.3.

Представлені показники є параметрами регулювання адміністративної гнучкості прийняття рішень в інвестиційній діяльності банку. При цьому в таблиці відображені як стимулятори, які призводять до збільшення гнучкості прийняття рішень, так і дестимулятори, які знижують її рівень. Порогові значення в таблиці дають уявлення про потенційні кількісні величин коефіцієнтів.

Таблиця 4.3

Система показників адміністративної гнучкості прийняття рішень в інвестиційній діяльності банку

Фактори адміністративної гнучкості прийняття рішень	Показники адміністративної гнучкості прийняття рішень	Стимулятори і дестимулятори гнучкості прийняття рішень	Порогові значення
Чисельний та якісний склад персоналу банку	Коефіцієнт якості кадрового потенціалу (K_{KP})	+	$0 < K_{KP} \le 1$
	Коефіцієнт підвищення рівня кваліфікації кадрів (K_{PK})	+	$0 < K_{PK} \le 1$
	Коефіцієнт забезпеченості кадровими ресурсами (K_{OK})	+	$0 < K_{OK} \le 1$
	Коефіцієнт стабільності кадрів (K_{SK})	+	$0,08 < K_{SK} \le 1$
	Коефіцієнт плинності кадрів (K_{TK})	-	$0,03 < K_{TK} \le 0,08$
Ступінь централізації чи децентралізації банку	Коефіцієнт централізації функціональної структури управління (K_{CS})	-	$0 < K_{CS} \le 1$
	Коефіцієнт функціональної спеціалізації (K_{FS})	+	$0 < K_{FS} \le 1$
	Коефіцієнт концентрації функцій управління (K_{KF})	-	$K_{KF} \le 1$
Тип організаційної структури банку	Коефіцієнт структурної напруженості (K_{SN})	-	$K_{SN} \le 1$
	Коефіцієнт оперативності роботи апарату управління (K_{OR})	+	$K_{OR} \le 1$
Важливість і кількість прийнятих рішень в банку	Коефіцієнт ефективності виконання рішень (K_{ER})	+	$0 < K_{ER} \le 1$
Ступінь контролю за процесами в банку	Коефіцієнт ступеня контролю (K_{DC})	+	$0 < K_{DC} \le 1$

Так, вплив чисельного та якісного складу персоналу банку на адміністративну гнучкість прийняття рішень відображається в наступних показниках:

– коефіцієнт якості кадрового потенціалу (K_{KP}) характеризує частку професійно-кваліфікованих кадрів у загальній чисельності співробітників банку:

$$K_{KP} = \frac{N_{PK}}{N_F}, \tag{4.6}$$

де N_{PK} – кількість професійно-кваліфікованих кадрів у банку, осіб;

N_F – фактична чисельність співробітників банку згідно зі штатним розкладом, чол.

– коефіцієнт підвищення рівня кваліфікації (K_{PK}) характеризує частку співробітників в інвестиційному відділі банку, які пройшли підготовку та перепідготовку кваліфікаційного рівня з необхідної спеціалізації:

$$K_{PK} = \frac{N_{PPK}}{N_F}, \tag{4.7}$$

де N_{PPK} – чисельність співробітників банку, які пройшли підготовку та перепідготовку кваліфікаційного рівня з необхідної спеціалізації за звітний період, осіб;

N_F – фактична чисельність співробітників у банку згідно зі штатним розкладом, осіб.

– коефіцієнт забезпеченості кадровими ресурсами (K_{OK}) характеризує відповідність чисельності кадрів у банку до кількості посад за відповідний період часу:

$$K_{OK} = \frac{N_F}{N_D}, \tag{4.8}$$

де N_F – фактична чисельність співробітників у банку згідно зі штатним розкладом, осіб;

N_D – загальна кількість посад, замін і переміщень на існуючих посадах за відповідний період, од.

– коефіцієнт стабільності кадрів (K_{SK}) характеризує частку звільнених співробітників банку з різних причин у загальній їх чисельності:

$$K_{SK} = 1 - \frac{N_Y}{\overline{N} + N_{NEW}}, \tag{4.9}$$

де N_Y – чисельність співробітників банку, що звільнилися за власним бажанням і через порушення трудової дисципліни за звітний період, осіб;

$\overline{N}$ – середньооблікова чисельність співробітників банку за період, що передує звітному, осіб;

N_{NEW} – чисельність новоприйнятих за звітний період співробітників у банку, осіб.

– коефіцієнт плинності кадрів (K_{TK}) характеризує частку співробітників, що вибули за власним бажанням, за порушення трудової дисципліни та з інших причин за звітний період у загальній середньообліковій чисельності співробітників банку:

$$K_{TK} = \frac{N_Y}{\overline{N}}, \tag{4.10}$$

де N_Y – чисельність співробітників банку, які звільнилися з причин, віднесених до плинності кадрів за звітний період, осіб;

$\overline{N}$ – середньооблікова чисельність співробітників банку за період, що передує звітному, осіб.

Вплив рівня централізації і децентралізації функцій управління на адміністративну гнучкість прийняття рішень визначається на основі наступних показників:

– коефіцієнт централізації функціональної структури управління (K_{CS}) характеризує співвідношення обсягу завдань, що виконуються в банку:

$$K_{CS} = \sum_{j=1}^{n} \delta_j \frac{W_j}{W_{j-1}}, \tag{4.11}$$

де W_j, W_{j-1} – відповідно обсяг завдань, що виконуються в банку;

δ_j – зважені коефіцієнти важливості j-го завдання, визначені експертним шляхом.

– коефіцієнт функціональної спеціалізації (K_{FS}) характеризує ступінь сформованості спеціалізованих підрозділів у банку:

$$K_{FS} = \frac{F_S}{F_N}, \tag{4.12}$$

де F_S – число функцій, що виконується спеціалізованими підрозділами в банку;

F_N – загальне число функцій.

– коефіцієнт концентрації функцій управління (K_K) характеризує рівень виконання базових функцій в банку:

$$K_K = \frac{F_B}{F}, \tag{4.13}$$

де F_B – кількість основних функцій управління (визначається на підставі положення про інвестиційний відділ банку та посадових інструкцій співробітників даного підрозділу).

Вплив типу організаційної структури в банку на адміністративну гнучкість прийняття рішень визначається в наступних показниках:

– коефіцієнт структурної напруженості (K_{SN}) характеризує розподіл праці в банку:

$$K_{SN} = \frac{VN}{Y_{RA} \cdot N_R}, \tag{4.14}$$

де VN – загальне число підрозділів апарату управління в банку, од.;

Y_{RA} – питома вага працівників апарату управління в банку, %;

N_R – загальна чисельність співробітників у банку, осіб.

– коефіцієнт оперативності роботи апарату управління (K_{OR}) характеризує швидкість виконання управлінських рішень у банку:

$$K_{OR} = \frac{\sum_{i=1}^{n}(T_d^i - T_o^i) \cdot K_d^i}{\sum_{i=1}^{n} T_d^i}, \tag{4.15}$$

де T_d^i – встановлений термін виконання i-го відповідного управлінського рішення $(i = \overline{1,n})$, дні;

T_o^i – відставання від встановленого терміну виконання i-го управлінського рішення $(i = \overline{1,n})$, дні;

K_d^i – коефіцієнт важливості i-го управлінського рішення $(i = \overline{1,n})$.

Важливість і кількість прийнятих рішень банку визначається на основі наступного показника:

– коефіцієнт ефективності виконання рішень (K_{er}):

$$K_{ER} = \frac{N_{FP}}{N_{AR}}, \tag{4.16}$$

де N_{FP} – число фактично виконаних рішень, од.;

N_{AR} – число прийнятих рішень за певний період, од.

Ступінь контролю за процесами в банку визначається на основі наступного показника:

– коефіцієнт ступеня контролю (K_{DC}) (визначається як відношення числа процесів, задач, рішень під контролем до загального їх числа).

$$K_{DC} = \frac{N_{UN}}{N_C}, \tag{4.17}$$

де N_{UN} – число процесів, задач, рішень під контролем, од.;

N_C – загальне число рішень, од.

Запропоновані в таблиці показники так само можна розглядати як індикатори і важелі управління адміністративною гнучкістю прийняття рішень в інвестиційній діяльності банку. Однак в силу того, що показники мають різноспрямований вплив на адміністративну гнучкість прийняття рішень, доцільне їх інтегрування в узагальнюючий показник. Для розуміння загальної ситуації в банку функцію інтегрування може здійснювати департамент інвестиційної діяльності або відділ управління активами. Покроковий алгоритм процедури інтегрування представлений на рис. 4.10.

При цьому інтегральний показник адміністративної гнучкості прийняття рішень в інвестиційній діяльності банку буде розраховуватися наступним чином:

$$F_A = \frac{1}{n}\Sigma_{i=1}^{n}\gamma_i \cdot K_i \ , \tag{4.18}$$

де, γ – зважені коефіцієнти.

Прийняття управлінських рішень щодо забезпечення адміністративної гнучкості їх прийняття в інвестиційній діяльності банку пов’язане безпосередньо з вибором методів контролю і регулювання. При цьому можна виділити методи контролю за кожним процесом в інвестиційній діяльності, такі як моніторинг, контроль за відхиленнями, нормативний метод, метод «6 сигм» та ін. Слід також зазначити, що контроль за інвестиційними процесами в банку здійснюється в залежності від організаційної структури банку через різне число підрозділів.

Як правило, в банках стратегічна мета інвестиційної діяльності встановлюється заступником голови правління банку, а відповідні регламенти і нормативи такої діяльності розробляються в департаменті кредитно-інвестиційної діяльності при узгодженості дій з відділом фінансового аналізу, службою внутрішнього аудиту, відділом інформаційних та телекомунікаційних технологій, юридичною службою. Крім того можуть залучатися зовнішні служби аудиту та рейтингові агентства для оцінки, наприклад Fitch Ratings.

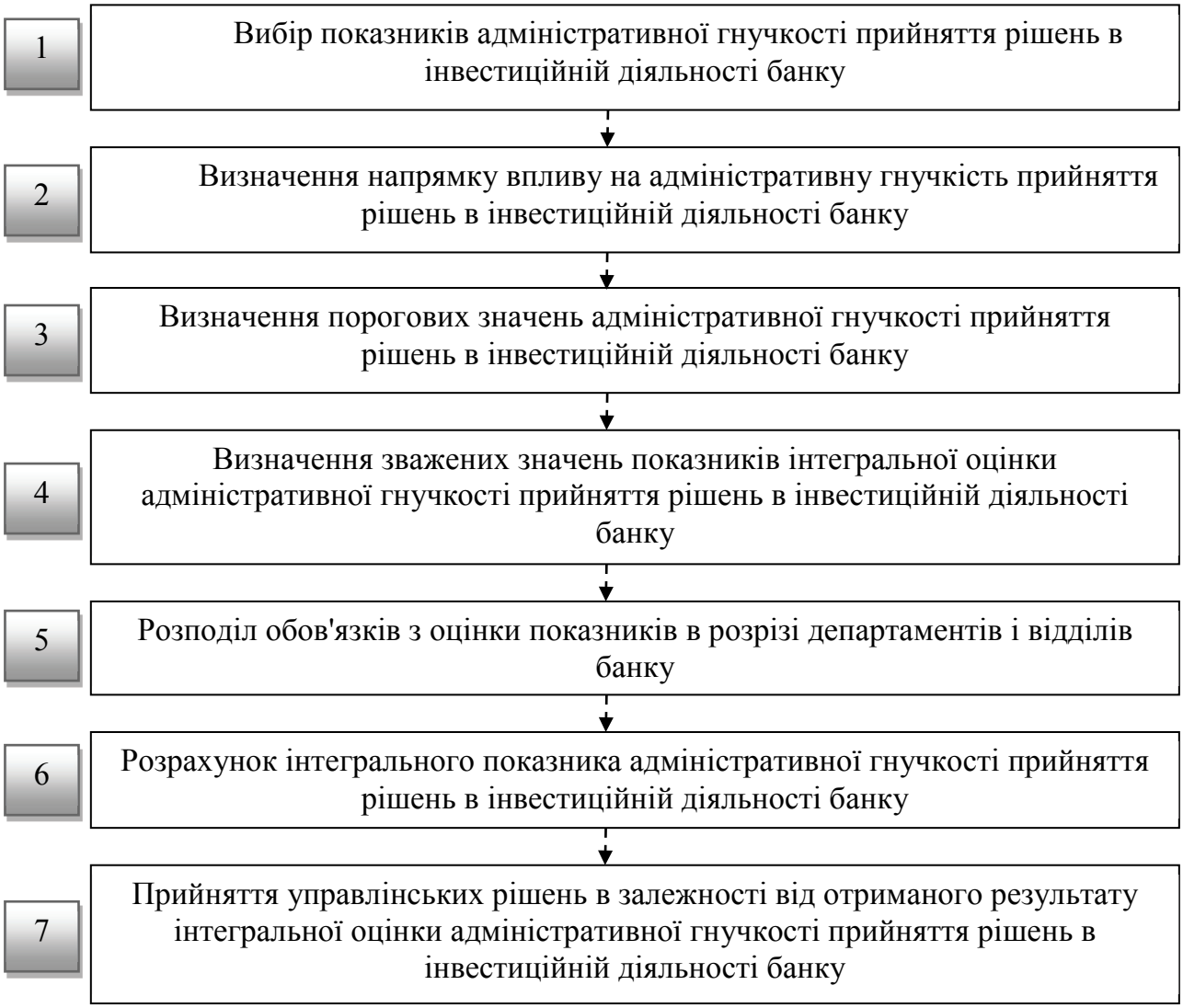

Рис. 4.10. Алгоритм інтегральної оцінки адміністративної гнучкості прийняття рішень в інвестиційній діяльності банку

Таким чином, реалізація запропонованої схеми оцінки і регулювання адміністративної гнучкості прийняття рішень в інвестиційній діяльності банку дозволить забезпечити зниження транзакційних витрат, підвищити прибутковість інвестиційної діяльності банку, знизити рівень інвестиційного ризику, підвищити якість прийнятих рішень, а також забезпечити фінансову безпеку банківської установи.

4.5. Концептуальні основи формування механізму забезпечення фінансової безпеки банку

Як вже зазначалося, фінансова безпека банківської системи є однією з найважливіших складових економічної безпеки держави, що визначає її конкурентні переваги, фінансову незалежність і стабільність, здатність до ефективного функціонування в сучасних умовах і успішного розвитку в майбутньому. Велике значення фінансової безпеки банків в контексті забезпечення національної безпеки обумовлене, перш за все, місцем банківського сектору в економіці країни, визначальною роллю його фінансово-господарської діяльності для всієї держави в цілому.

Економічна ситуація, що склалася в Україні, істотно впливає на фінансову безпеку вітчизняних банківських установ, визначаючи ступінь і характер зовнішніх загроз. З іншого боку, в контексті національної безпеки особлива роль належить саме механізму забезпечення фінансової безпеки банківського сектору, оскільки діяльність банків в цілому і рівень їх фінансової безпеки зокрема важко переоцінити. Тому існує необхідність комплексного підходу до розгляду питання фінансової безпеки банків та розробки ефективного механізму її забезпечення.

Аналіз існуючих підходів до забезпечення фінансової безпеки банку виявив недостатню розробленість внутрішніх механізмів, інструментів і етапів забезпечення його фінансової безпеки. Для вирішення зазначених проблем необхідно розробити концепцію формування механізму забезпечення фінансової безпеки банківської установи.

Авторами запропоновано концепцію формування механізму забезпечення фінансової безпеки банківської установи (рис. 4.11), що заснована на принципах економічності, комплексності, безперервності, гнучкості й адаптивності, оперативності й обґрунтованості.

Принцип економічності передбачає співвідношення результату, отриманого від реалізації заходів щодо забезпечення фінансової безпеки банківської установи, з витратами на проведення таких заходів. Витрати не мають перевищувати ефект, їх розмір має бути раціонально відповідним результату.

Принцип комплексності дозволяє, з одного боку, всебічно оцінити діяльність і стан суб’єкта господарювання на предмет його фінансової безпеки, а з іншого, – передбачає досягнення поставленої мети найбільш оптимальним шляхом за умови узгодженого використання і вдосконалення всіх елементів механізму.

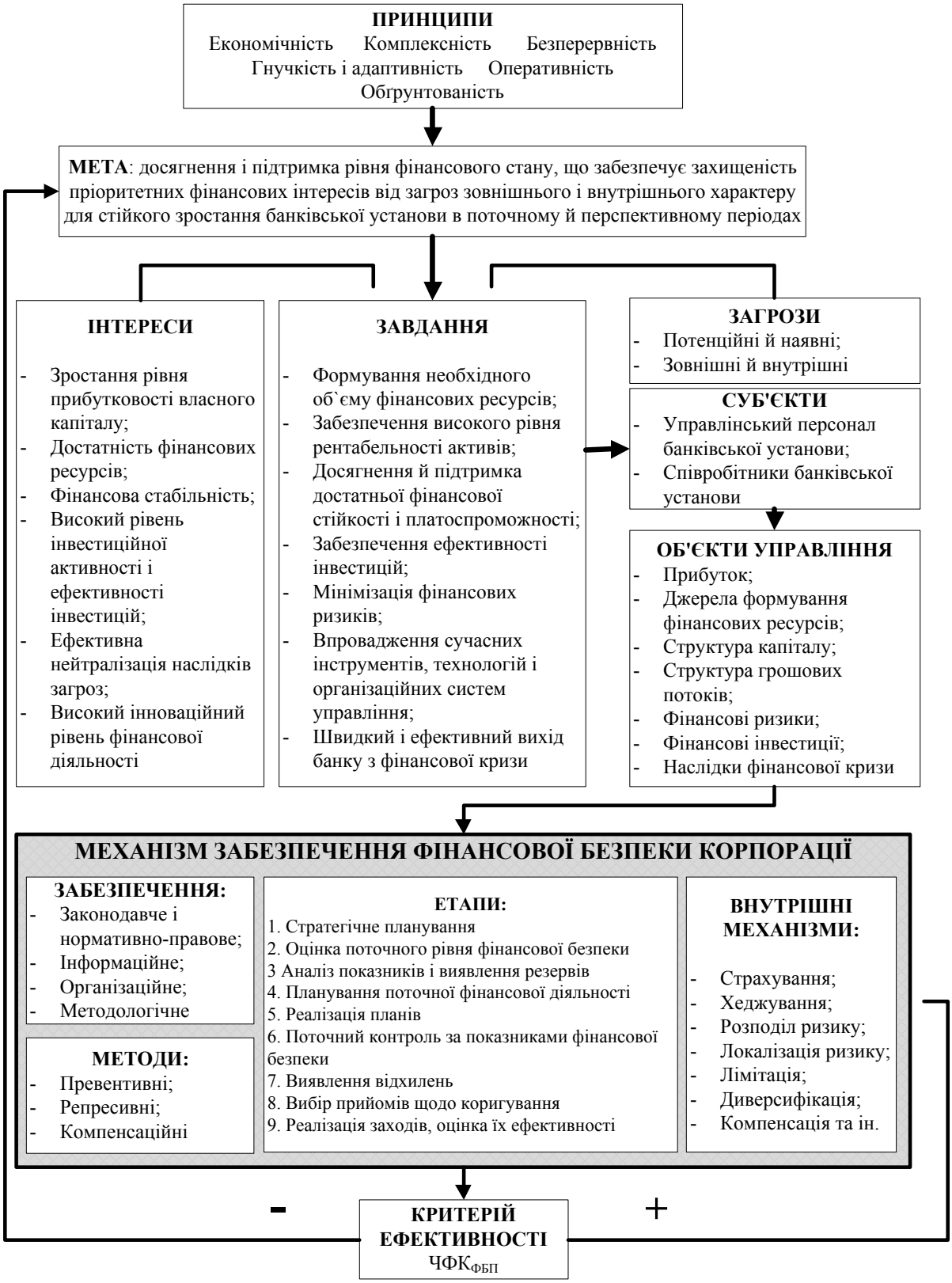

Рис. 4.11. Концепція формування механізму забезпечення фінансової безпеки банківської установи

Принцип безперервності передбачає систематичне здійснення уповноваженими службами і працівниками банку роботи щодо забезпечення фінансової безпеки, що вимагає активного використання планування фінансово-господарської діяльності банківської установи і визначає стабільність і стійкість механізму.

Формування механізму забезпечення фінансової безпеки банківської установи на основі принципу гнучкості і адаптивності обумовлює надійність даного механізму, його здатність ефективно функціонувати в різних умовах, реагувати на нестандартні дії внутрішнього і зовнішнього середовища банку.

Відповідно до принципу обґрунтованості при проведенні заходів щодо забезпечення фінансової безпеки банківської установи необхідно враховувати об'єктивні умови внутрішнього і зовнішнього середовища, а ухвалення рішення про вибір заходів, методів і інструментів забезпечення фінансової безпеки банку має ґрунтуватися на економічній доцільності їх застосування.

Суб'єктами забезпечення фінансової безпеки банківської установи виступають персонал банку та його керівництво.

Метою формування системи забезпечення фінансової безпеки банківської установи виступає досягнення і підтримка рівня фінансового стану, що забезпечує захищеність пріоритетних фінансових інтересів від загроз зовнішнього і внутрішнього характеру для стійкого зростання банку в поточному і перспективному періоді.

Орієнтуючись на мету, інтереси корпорації і загрози цим інтересам, визначимо ряд завдань, які повинні вирішуватися за допомогою запропонованого механізму:

- фінансове забезпечення суми чистого прибутку;
- формування необхідного обсягу фінансових ресурсів із внутрішніх та зовнішніх джерел;
- забезпечення достатньої фінансової стійкості і платоспроможності;
- забезпечення необхідного обсягу і рівня ефективності інвестицій;
- забезпечення мінімізації фінансових ризиків;
- своєчасне впровадження в практику фінансової діяльності сучасних інструментів, технологій і організаційних систем управління;
- швидкий і ефективний вихід банківської установи з фінансової кризи.

Вирішення таких завдань вкрай актуальне для банку внаслідок наявних і потенційних загроз його інтересам. У системі забезпечення фінансової безпеки

банку доцільно розглядати лише пріоритетні фінансові інтереси, які відіграють найбільш важливу роль в забезпеченні його розвитку, причому система цих інтересів повинна охоплювати не тільки поточні, але й довгострокові їх види, що обумовлює стратегічну спрямованість фінансових інтересів в межах його фінансової безпеки.

До основних загроз інтересам банківської установи можна віднести:

- зниження суми чистого прибутку з розрахунку на одиницю власного капіталу;
- зниження суми власних фінансових ресурсів;
- зниження рівня фінансової стійкості;
- недостатній рівень платоспроможності;
- незбалансованість грошових потоків;
- зниження обсягів кредитування;
- зниження рівня ефективності інвестицій;
- розширення портфеля фінансових ризиків, що приймаються;
- підвищення вірогідності реалізації фінансових ризиків;
- зростання суми можливого збитку при реалізації фінансових ризиків;
- використання застарілих фінансових інструментів, технологій;
- зниження ефективності організаційної структури управління фінансовою діяльністю;
- низький рівень організаційної культури фінансових менеджерів;
- виникнення або поглиблення фінансової кризи;
- можливість ворожого поглинання;
- можливість банкрутства і ліквідації банківської установи.

В рамках даної системи інтересів, загроз і завдань доцільно виділити наступні об’єкти управління: прибуток; джерела формування фінансових ресурсів; структуру капіталу; структуру активів; структуру грошових потоків; інвестиції; фінансові ризики; фінансові інновації; фінансову кризу банківської установи.

В економічній літературі сукупність методів боротьби з різними ризиками прийнято розділяти на три групи: превентивні, репресивні, компенсаційні.

Превентивні методи передбачають проведення заходів, спрямованих на попередження непередбачених руйнівних подій з метою зниження вірогідності і розміру збитку. Превентивні заходи ґрунтуються на контролі над ризиком як методі мінімізації збитків.

Репресивні методи управління ризиком спрямовані на зменшення ризику, який вже реалізується.

Компенсаційні методи спрямовані на фінансування збитків, які були зазнані.

В рамках запропонованої концепції формування механізму забезпечення фінансової безпеки банківської установи виділені наступні етапи:

1. Стратегічне планування фінансово-господарської діяльності і показників фінансової безпеки банківської установи.

На цьому етапі для системи забезпечення фінансової безпеки банку необхідно визначити: пріоритетні фінансові інтереси; перелік потенційних і реальних загроз фінансовим інтересам; показники рівня фінансової безпеки банківської установи; нормативні й граничні значення індикаторів фінансової безпеки; перелік можливих заходів та інструментів щодо запобігання загрозам і мінімізації наслідків їх реалізації; методику оцінки збитків по фінансовій складовій економічної безпеки; припустимий рівень витрат на забезпечення фінансової безпеки; розподіл відповідальності за реалізацію заходів щодо забезпечення фінансової безпеки.

2. Оцінка поточного рівня фінансової безпеки банківської установи.

3. Аналіз показників фінансової безпеки і виявлення резервів оптимізації.

4. Планування і прогнозування поточної фінансової діяльності: розробка декількох альтернативних сценаріїв; розрахунок значень критерію фінансової безпеки для кожного зі сценаріїв і вибір найкращого варіанту; розробка оперативних рекомендацій з поточного планування діяльності банківської установи; поточне і оперативне планування діяльності банку.

5. Практична реалізація планів.

6. Поточний контроль за показниками фінансової безпеки в процесі реалізації планів.

7. Виявлення відхилень від нормативних значень і причин їх виникнення.

8. Вибір з переліку заходів щодо корегування рівня фінансової безпеки конкретних прийомів.

9. Реалізація обраних заходів, оцінка результату і витрат, оцінка ефективності проведених заходів.

Реалізація даних етапів передбачає наявність наступних видів забезпечення: законодавче і нормативно-правове забезпечення; інформаційне забезпечення; організаційне забезпечення; методологічне забезпечення.

У якості критерію ефективності механізму забезпечення фінансової безпеки банківської установи передбачається використовувати умову максимізації

часткового функціонального критерію рівня забезпечення фінансової складової економічної безпеки [106; 108]:

$$ЧФК_{фбп} = \frac{У_1}{Р + У_2} \to \max, \quad (4.19)$$

де $ЧФК_{фбп}$ – частковий функціональний критерій рівня забезпечення фінансової складової економічної безпеки банківської установи;

$У_1$ – сукупний збиток, якого вдалося запобігти, по фінансовій складовій економічної безпеки банківської установи;

$У_2$ – загальний збиток, який був зазнаний, по фінансовій складовій економічної безпеки банківської установи;

Р – загальні витрати на реалізацію заходів щодо запобігання збиткам по фінансовій складовій економічної безпеки в аналізованому періоді.

Безумовно, достовірна оцінка всіх можливих збитків, що були зазнані та які вдалося відвернути, по кожному із заходів, що реалізовуються, є складним процесом, проте саме така методика дозволяє співвідносити різні аспекти економічної безпеки корпорації між собою і є найбільш доцільною при розрахунку ефекту від заходів щодо забезпечення фінансової складової економічної безпеки банківської установи.

При цьому основним засобом забезпечення ефективної фінансової безпеки банку виступає застосування методики оцінки збитків як бази і інструменту контролю, яка також є орієнтиром при плануванні й здійсненні фінансово-господарської діяльності банківської установи, а також використання експертних оцінок, що обумовлене складністю, яка виникає при оцінці.

Якщо умови критерію концепції виконуються, то поставлена системою мета досягнута, в іншому випадку – необхідно удосконалювати системи забезпечення, етапи реалізації, комплексно використовувати превентивні, репресивні компенсаційні методи і внутрішні механізми забезпечення фінансової безпеки банку (елементи механізму), доки мета не буде досягнута.

Запропонована концепція механізму забезпечення фінансової безпеки банківської установи дозволить за допомогою узгодженого використання внутрішніх механізмів, методів і систем забезпечення фінансової безпеки комплексно впливати на внутрішні й зовнішні загрози фінансовим інтересам банку, запобігаючи, мінімізуючи і компенсуючи можливі збитки.

Розроблені етапи забезпечення фінансової безпеки припускають активне використання планування та прогнозування рівня фінансової безпеки банківсь-

кої установи як засобу підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності, а також націлені на створення можливостей для оперативного реагування системи на вплив негативних чинників, передбачаючи перелік можливих заходів та інструментів із запобігання загрозам і мінімізації наслідків їх реалізації.

На етапі стратегічного планування фінансово-господарської діяльності і показників фінансової безпеки банківської установи перед фінансовими службами банку ставиться задача розробити методику оцінки збитків по фінансовій складовій економічної безпеки, що дозволить оцінити ефективність заходів щодо забезпечення фінансової безпеки, співвіднести фактичні витрати й вигоди від їх реалізації з припустимим рівнем витрат на забезпечення фінансової безпеки банку.

За допомогою узгодженого використання внутрішніх механізмів, методів і систем на всіх етапах забезпечення фінансової безпеки банку досягається і підтримується рівень його фінансового стану, що обумовлює захищеність фінансових інтересів від загроз зовнішнього і внутрішнього характеру для стійкого зростання в поточному і перспективному періоді.

Таким чином, запропонована концепція передбачає визначення комплексу цілей, завдань, принципів і інструментів їх реалізації, а також критеріїв оцінки ефективності запропонованого механізму. У якості головного критерію оцінки ефективності механізму забезпечення фінансової безпеки передбачається використання показника максимізації часткового функціонального критерію рівня забезпечення фінансової складової економічної безпеки банківської установи.

Розроблена концепція формування механізму забезпечення фінансової безпеки банківської установи дозволяє на підставі узгодженого використання внутрішніх механізмів, методів і систем комплексно впливати на внутрішні та зовнішні загрози фінансовим інтересам банку, уникаючи, мінімізуючи або компенсуючи можливі збитки в умовах динамічного зовнішнього середовища.

ВИСНОВКИ

Дослідження систем корпоративних відносин у банківському секторі знайшло своє відображення в розробці комплексу методологічних і практичних рекомендацій щодо формування й розвитку національної банківської системи та дозволило зробити наступні висновки:

1. Формування корпорації обумовлене об'єктивними процесами розвитку продуктивних сил, поділу й кооперації праці. У сучасній економічній літературі досі не сформовано єдиного бачення проблеми генезису корпоративних відносин, що є причиною невизначеності сутності корпорації як економічної категорії, її соціально-економічного змісту та функціонального призначення.

2. Корпорація як інституціональна економічна одиниця може приймати різні організаційно-правові форми. Але, якими б не були ці форми, головними ознаками корпорації є механізм формування корпоративного капіталу та відсторонення власників капіталу від процесу поточного управління компанією.

3. Корпоративні відносини – це економічна категорія, яка відображає складну систему корпоративних конфліктів, що виникають між суб'єктами корпоративного управління, а саме:

− між суб'єктами внутрішнього інституціонального середовища (суб'єктами корпоративних відносин щодо участі на паях у формуванні капіталу корпорації, участі у поточному управлінні, виробництві та розподілі створеного продукту);

− між суб'єктами зовнішнього інституціонального середовища – стейкхолдерами із приводу використання економічних ресурсів виробництва та привласнення створеного продукту. Особливе місце тут займають конфлікти, що виникають з приводу корпоративного контролю інсайдерської ренти;

− між корпорацією та суспільством із приводу виконання певних соціальних зобов'язань та дій в межах норм і правил корпоративної культури;

− між корпорацією та державою із приводу розподілу створеного корпорацією доходу й участі у формуванні дохідної частини бюджету держави.

4. Цінність клієнта для комерційного банку відображається в довгостроковості їх стосунків, плануванні свого майбутнього паралельно з фінансовою установою, надання клієнтом банку рекламних послуг у вигляді рекомендацій, залучення до банку на обслуговування нових клієнтів, збільшення його портфелів у результаті розміщення депозитів та отримання кредитів тощо. Результатом таких дій клієнтів є розвиток філіальної мережі, вплив на стабільність банку, а отже і на його конкурентоспроможність.

5. У сучасних умовах підвищення конкуренції як на вітчизняному ринку банківських послуг, так і на світовому, вартість банківської клієнтської бази відіграє провідну роль у процесі проведення оцінки фінансової установи, оскільки вона впливає на підвищення конкурентоспроможності комерційного банку.

6. Маркетингова стратегія підвищення конкурентоспроможності банку полягає в необхідності створення умов, які б вплинули на поведінку клієнтів та врахували їх потреби (вимоги). Одним із таких важелів є впровадження нових більш конкурентних банківських послуг внаслідок їх специфічної місії та особливостей формування залучених банківських ресурсів.

7. Запропонована модель проведення оцінки та визначення фінансової цінності клієнтської бази банку призвела до розробки більш детальної системи моніторингу клієнтів, які обслуговуються в банку, та продуктів, якими вони користуються. Такі дані відповідно вплинули на формування нової маркетингової стратегії банку, яка спрямована на розробку та впровадження нових більш конкурентних банківських послуг як методу утримання клієнта в комерційному банку. Результатом є отримання деталізованих даних про клієнтську базу банку, фінансову цінність кожного клієнта окремо, контроль роботи та виконання планів кожним із співробітників, прогнозування поведінки клієнтів та збільшення або зменшення портфелів, контроль над втратою клієнтів у результаті звільнення співробітника, аналіз та розробка нових і більш конкурентних продуктів, які враховують потреби клієнтів. Визначення фінансової цінності клієнтської бази банку є життєвою необхідним. У процесі визначення вартості фінансової установи отримані дані в подальшому можуть бути використані для проведення інших досліджень, спрямованих на подальший розвиток комерційного банку та вплив на його стабільність, конкурентоспроможність, а відповідно – вартість.

Таким чином, цільові орієнтири банку – прибуткова інноваційна діяльність, мінімізація ризиків та соціальна відповідальність перед суспільством, як і раніше, залишаються в основі побудови системи корпоративних відносин. Але для ефективної діяльності банківського сектору вже не вистачає простої адміністративної системи, тому необхідні нові підходи до активізації діяльності банків.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамовська А. Банківська діяльність Європейського Союзу : поняття та принципи / А. Абрамовська // Юридичний вісник національного університету «Одеська юридична академія». – № 4. – 2013. – С. 175–179.

2. Авдеев С. Н. Оценка рыночной стоимости клиентеллы – нематериального актива компании / С. Н. Авдеев, Н. А. Козлов, В. М. Рутгайзер. – М. : Международная академия оценки и консалтинга, 2006. – 73 с.

3. Акофф Р. Планирование в больших экономических системах / Р. Акофф. – М. : Наука, 1972. – 219 с.

4. Алаев Э. Б. Эффективность комплексного развития экономического района / Э. Б. Алаев. – М. : Знание, 1965. – 173 с.

5. Алампиев П. М. Экономическое районирование СССР / П. М. Алампиев. – Кн. 2. – М. : Экономиздат, 1963. – 248 с.

6. Александров И. А. Оценка финансовой безопасности промышленного предприятия / И. А. Александров, Е. А. Орлова, А. В. Половян // Наукові праці ДНТУ. – Сер. Економічна. – 2002. – № 46. – С. 12–19.

7. Андриссен Д. Невесомое багатство : определите стоимость вашей компании в экономике нематериальных активов [Электронний ресурс] / Д. Андриссен, Р. Тиссен. – М. : Изд-во «Олимп-Бизнес», 2008. – Режим доступа: http://www.cfin.ru/finanalysis/value/study_yourcompany.shtml?printversion.

8. Арсентьев М. Экономическая безопасность / М. Арсентьев // Обозреватель. – 1998. – №5. – С. 5–9.

9. Багров Н. В. Проблемы развития и размещения производительных сил Северного Причерноморья / Н. В. Багров, Г. Л. Градов. – М. : Мысль, 1974. – 151 с.

10. Балабанов И. Т. Основы финансового менеджмента. Как управлять капиталом : учеб. пособ. / И. Т. Балабанов. – М. : Финансы и статистика, 1996. – 384 с.

11. Бандурин А. В. Управление деятельностью корпораций в России : моногр. / А. В. Бандурин. – М. : Дело, 2002. – 374 с.

12. Барановський О. І. Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механізми забезпечення) : моногр. / О. І. Барановський. – Київський нац. торг.-екон. ун-т. – К., 2004. – 759 с.

13. Баранский Н. Н. Краткий курс экономической географии / Н. Н. Баранский. – Вып. 2. – М.-Л., 1928. – 160 с.

14. Батлер У. Э. Основные черты российского открытого акционерного общества и американской корпорации / У. Э. Батлер // Государство и право. – 1998. – № 7. – С. 79–86.

15. Беем-Баверк Е. Австрийская школа в политической экономии / Е. Беем-Баверк. – М. : Экономика, 2004. – 375 с.

16. Белопольский Н. Г. Основы производственно-хозяйственной энвирониками / Н. Г. Белопольний. – М. : Экономика, 1990. – 189 с.

17. Белопольский Н. Г. Энвириника – наука о развитии и совершенствовании общества и мира / Н. Г. Белопольский. – Донецк-Мариуполь : ИЭП НАН Украины, 1997. – 331 с.

18. Береговой В. А. Финансово-промышленные группы – основа инновационной экономики в условиях глобализации [Электронный ресурс] / В. А. Береговой, А. С. Кудаков // Проблемы современной экономики. – 2000. – № 3. – Режим доступа : http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=474.

19. Берзон Н. И. Акционерное общество : капитал, правовая база, управление : практ. пособ. / Н. И. Берзон, А. П. Ковалев. – М. : Финстатинформ, 1995. – 155 с.

20. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр : Эльга, 2004. – 776 с.

21. Бланк І. О. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. / І. О. Бланк. – К. : Ельга, 2008. – 724 с.

22. Богачев С. В. Этапы совершенствования функционирования акционерных обществ / С. В. Богачев // Проблемы повышения эффективности функционирования предприятий различных форм собственности. – Донецк : ИЭП НАН Украины, 1997. – С. 59–67.

23. Богачев С. В. Исторические аспекты развития акционерных обществ / С. В. Богачев // Економічні проблеми і перспективи стабілізації економіки України. – Донецьк : ІЕП НАН України, 2001. – С. 5–15.

24. Богачева Г. Н. О многообразной трактовке категории «капитал» / Г. Н. Богачева, Б. А. Денисов // Менеджмент в России и за рубежом. – 2000. – № 1. – С. 8–10.

25. Большой экономический словарь / Под ред. А. Н. Азрилияна. – М. : «Институт новой экономики», 2002. – 864 с.

26. Большой коммерческий словарь / Под. ред. Т. Ф. Рябовой. – М., 1996. – 645 с.

27. Бочаров В. В. Корпоративные финансы : учеб. пособ. / В. В. Бочаров. В. Е. Леонтьев. – Спб. : Питер, 2004. – 592 с.

28. Бочаров В. В. Корпоративные финансы : учеб. пособ. / В. В. Бочаров. – СПб. : Питер, 2008. – 272 с.

29. Бритченко И. Г. Банковский маркетинг : организация процессов инвестирования : моногр. / И. Г. Бритченко. – Донецк : ИЭПИ НАН Украины, 1997. – 200 с.

30. Брітченко І. Г. Реальний капітал в сучасних умовах / І. Г. Брітченко, В. А. Товстик // Схід. − № 3 (27). – 1999. – С. 17–24.

31. Бритченко И. Г. Виртуальные банки и их связь с реальной банковской системой / И. Г. Бритченко // Наука, релігія, суспільство. − № 2. – 2001. – С. 3–10.

32. Бритченко И. Г. Региональные аспекты банковского рынковедения / И. Г. Бритченко. – Донецк : ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2003. – 291 с.

33. Бритченко И. Г. Управление банковским рынковедением / И. Г. Бритченко [под ред. В. В. Финагина]. – Донецк : ИЭПИ НАН Украины, 2003. – 368 с.

34. Брітченко І. Г. Маркетинг у банках : навч. посіб. / І. Г. Брітченко, М. І. Бєлявцев, Н. М. Тягунова [під ред. проф. І. Г. Брітченко]. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 345 с.

35. Брітченко І. Г. Економічні проблеми розвитку підприємницької функції в секторах економіки національного господарства / І. Г. Брітченко, О. М. Момот, В. Г. Саєнко. – Під наук. ред. проф. І. Г. Брітченко. – Донецьк-Полтава : ООО «Техсервіс», 2012. – 640 с.

36. Брітченко І. Г. Контролінг : навч. посіб. / І. Г. Брітченко, А. О. Князевич. – Рівне : Волинські обереги, 2015. – 280 с.

37. Брітченко І. Г. Механізми управління інноваційними ризиками в АПК [Електронний ресурс] / І. Г. Брітченко, О. В. Крайчкук, Т. Г. Плисюк // Ефективна економіка. – № 1. – 2016. – Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua.

38. Бродель Ф. Матеріальна цивілізація, економіка і капіталізм, XV-XVIII ст. [пер. з фр.] / Ф. Бродель – Т. 2 : Ігри обміну. – К. : Основи, 1997. – 585 с.

39. Ван Хорн Дж. К. Основы управления финансами / Дж. К. Ван Хорн ; пер. с англ. Я. В. Соколов. – М. : Финансы и статистика, 1999. – 800 с.

40. Вартанов А. С. Экономическая диагностика деятельности предприятия : организация и методология / А. С. Вартанов. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 81 с.

41. Веблен Т. Теория праздного класса : экономическое исследование об институтах / Т. Веблен. – М. : Прогресс, 1984. – 367 с.

42. Вільямсон О. Економічні інституції капіталізму : фірми, маркетинг, укладання контрактів [пер з англ.] / О. Вільямсон. – К. : Вид. "АртЕк", 2001. – 457 с.

43. Выборова Е. Н. Финансовая діагностика : вопросы методологии / Е. Н. Выборова // Вестник СПбГУ. – 2005. – № 4. – С. 10–15.

44. Герасимова С. В. Інституційні основи управління акціонерним товариством / С. В. Герасимова // Держава та регіони. – Серія : Економіка та підприємництво. – 2006. – № 4. – С. 84–90.

45. Глазов М. М. Функциональная диагностика предприятий в управлении деятельностью предприятия / М. М. Глазов – Спб : СПГТУ, 2000. – 425 с.

46. Глазьев С. Основа обеспечения экономической безопасности страны – альтернативный реформационный курс / С. Глазьев // Российский экономический журнал. – 1997.– № 1. – С. 4–5.

47. Гладченко Т. Н. Экономическая безопасность предпринимательской деятельности / Т. Н. Гладченко // Менеджер : Вестник Донецкой государственной академии управления. – 2000. – № 3. – С. 11–12.

48. Гмурман В. Е. Руководство к решению задач по теории вероятностей и математической статистике / В. Е. Гмурман. – М. : Наука, 1979. – 400 с.

49. Голиков В. И. Управление и система экономических отношений / В. И. Голиков. – К. : Наукова Думка, 1984. – 247 с.

50. Гончаров В. Н. Оценка эффективности организационной структуры управления интегрированных предприятий / В. Н. Гончаров, И. С. Николаенко, А. В. Заргарян // Проблеми підвищення ефективності діяльності підприємств в сучасних умовах : матер. Всеукр. наук.-практ. конф., 6–8 жовтня 2005 р. / Севастоп. нац. техн. ун-т. – Севастополь. – С. 87–88.

51. Городецкий А. Вопросы безопасности экономики России / А. Городецкий // Экономист. – 1995. – № 10. – С. 44–50.

52. Господарський кодекс України : Затверджено Законом України від 16.01.2003 р. № 436-IV : Офіційний текст. – К. : Кондор, 2003. – 208 с.

53. Градов А. П. Стратегия и тактика антикризисного управления фирмой / А. П. Градов, В. И. Кузин. – Спб. : Специальная литература, 2006. – 511 с.

54. Грегори А. Стратегическая оценка компаний : практическое руководство / А. Грегори ; пер. с англ. Л. И. Лопатников. – М. : Квинто-консалтинг, 2003. – 224 с.

55. Грідчіна М. В. Корпоративні фінанси (зарубіжний досвід і вітчизняна практика) : навч. посіб. / М. В. Грідчіна. – К. : МАУП, 2002. – 323 с.

56. Грузинов В. П. Экономика предприятия : учеб. пособ. / В. П. Грузинов, В. Д. Грибов. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 336 с.

57. Грязнова А. Г. Оценка бизнеса / А. Г. Грязнова, М. А. Федотова. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 512 с.

58. Гурков И. Б. Стратегия и структура корпорации : учеб. пособ. / И. Б. Гурков. – К. : Дело, 2006. – 320 с.

59. Данилочкина Н. Г. Контроллинг как инструмент управления предприятием / Н. Г. Данилочкина. – М. : Издательское объединение “ЮНИТИ”, 2002. – 279 с.

60. Дима О.О. Маркетинг у формуванні стосунків банку з клієнтами : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук : «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана» / О. О. Дима. – К., 2008. – 29 с.

61. Довбня С. Б. Діагностика рівня економічної безпеки підприємства / С. Б. Довбня, Н. Ю. Гічова // Фінанси України. – 2008. – № 4. – С. 89–97.

62. Дубінін В. О. Вибір оптимальної організаційної структури банку / В. О. Дубінін // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. – Т. 7. – Суми : ВВП «Мрія-1» Лтд, 2003. – С. 289–294.

63. Дынкин А. Интегрированные бизнес-группы в российской экономике / А. Дынкин, А. Соколов // Вопросы экономики. – 2002. – № 4. – С.78–95.

64. Ельмеев В. Я. Воспроизводство общества и человека / В. Я. Ельмеев. – М. : Мысль, 1988. – 235 с.

65. Європейський банк реконструкцій та розвитку [Електронний ресурс] // Офіційний сайт. – Режим доступу: http:/www.ebrd.com.

66. Єгорова О. В. Динамізм організаційних структур / О. В. Єгорова // Вісник Донецького університету. – 2000. – № 1. – С. 63–65.

67. Євтушевський В. А. Основи корпоративного управління : навч. посіб. / В. А. Євтушевський. – К. : Знання-Прес, 2002. – 317 с.

68. Єрмошенко М. Фінансова безпека / М. Єрмошенко // Віче. – 1998. – № 11. – С. 61-73.

69. Загородній А. Г. Акції. Акціонерні товариства : термінологічний словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. – К. : Кондор, 2007. – 84 с.

70. Загородній А. Г. Фінансово-економічний словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. – К. : Знання, 2007. – 1072 с.

71. Задихайло Д. В. Корпоративне управління : навч. посіб. / Д. В. Задихайло, О. Р. Кібенко, Г. В. Назарова. – Х. : Еспада, 2003. – 688 с.

72. Зайцев І. Щоб збільшити вартість бізнесу в кілька разів, інколи достатньо взяти на баланс уже існуючі нематеріальні активи [Електронний ресурс] / І. Зайцев // Український діловий тижневик «Контракти». – 2006. – № 16 – Режим доступу: http://kontrakty.com.ua/show/ukr/print_article/7235/1620067235.html.

73. Зомбарт В. Современный капитализм. Хозяйственная жизнь в эпоху развитого капитализма / В. Зомбарт. – Т. 3. – М.- Л. : ОГИЗ, 1931. – 604 с.

74. Іонін Є. Є. Стандартизована фінансова звітність – нові можливості аналізу / Є. Є. Іонін // Финансы, учет , банки ; под. общ. ред. П. В. Егорова. – Д. : «КИТИС», ДонГУ. 2000. – С. 157–166.

75. Иванов В. Н. Институциональные особенности менеджмента в высокотехнологичных организациях / В. Н. Иванов, В. В. Тучкова // Право. Экономика. Маркетинг. – 2001. – № 4. – С. 45–48.

76. Имхофф К. Жизненный цикл клиента [Электронный ресурс] / К. Имхофф, Д. Гайджер, Л. Лофтис // DM Review. – 2000. – Режим доступа : http://consulting.ru/econs_wp_5059.

77. История экономических учений (Современный этап) : учеб. / под общ. ред. А. Г. Худокормова. – М. : ИНФРА-М, 1998. – 733 с.

78. Каминка А. И. Акционерные компании. Юридическое исследование / А. И. Каминка. – Т. 1. – СПб. : Типо-Литогр. А. Е. Ландау, 1902. – 473 с.

79. Капустин Н. Экономическая безопасность отрасли и фирмы / Н. Капустин // Бизнес-информ. – 1999. – №11–12. – С. 45–47.

80. Карелин В. С. Финансы корпораций : учеб. / В. С. Карелин. – М. : Изд.-торг. корпор. «Дашков и К», 2005. – 620 с.

81. Кашанина Т. В. Корпоративное право (Право хозяйственных товариществ и обществ) : учеб. / Т. В. Кашанина. – М. : НОРМА–ИНФРА-М, 1999. – 815 с.

82. Кейлер В. А. Экономика предприятия / В. А. Кейлер. – М. : ИНФРА-М, Новосибирск : НГАЭиУ, 1999. – 132 с.

83. Кендюхов О. В. Ефективне управління інтелектуальним капіталом / О. В. Кендюхов. – Донецьк : ДонУЕП, 2008. – 363 с.

84. Кибенко Е. Проведение общего собрания акционеров без содействия правления акционерного общества – миф или реальность? / Е. Кибенко, Т. Доля // Підприємництво, господарство і право. – 2001. – № 8. – С. 12–14.

85. Кизим М. О. Стратегічні альянси як форма інтеграції капіталу / М. О. Кизим, В. М. Горбатов // Економіка розвитку. – 2005. – № 1. – С. 9–11.

86. Князевич А. О. Механізми управління інноваційним розвитком : моногр. / А. О. Князевич, О. В. Крайчук. – Рівне : РДГУ, 2011. – 133 с.

87. Князевич А. Формирование и функционирование инновационной инфраструктуры Украины : моногр. / А Князевич. – Под научн. ред. д.э.н., проф. И. Бритченко. – Ровно : «Волинські обереги», 2016. – 272 с.

88. Ковалев Д. Количественная оценка уровня экономической безопасности предприятия /Д. Ковалев, И. Плетникова // Экономика Украины. – 2001. – №5. – С. 35–40.

89. Ковалева А. М. Финансы фирмы : учеб. / А. М. Ковалева, М. Г. Лапуста, Л. Г. Скамай. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 522 с.

90. Козаченко А. В. Основы корпоративного управления : учеб. пособ. / А. В. Козаченко, А. Е. Воронкова, Е. Н. Коренева. – Луганск : СУНУ, 2001. – 479 с.

91. Козаченко Г. В. Корпоративне управління : підруч. / Г. В. Козаченко, А. Е. Воронкова. – К. : Лібра, 2004. – 368 с.

92. Козер Л. А. Функции социального конфликта / Л. А. Козер / Американская социологическая мысль. – М. , 1996. – 556 с.

93. Козлов Р. К. К вопросу о природе корпоративных конфликтов в российских компаниях / Р. К. Козлов // Управление компанией. – 2005. – № 11. – С. 70–73.

94. Козырева А. Н. Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности / А. Н. Козырева, В. Л. Макарова. – М. : РИЦ ГШ РФ, 2003. – 268 с.

95. Конституція України // Відомості Верховної Ради. – 2011. – № 10.

96. Концепція економічної безпеки України / Національна Академія Наук України, Інститут економічного прогнозування. – К., 1998. – 57 с.

97. Корнєєв В. В. Банківські послуги на кредитному ринку України : оцінка використання позикових ресурсів / В. В. Корнєєв // Український соціум. – № 3. – 2012. – С. 97–104.

98. Корнійчук Л. Я. Історія економічних учень : підруч. / Л. Я. Корнійчук, Н. О. Татаренко та ін. – К. : КНЕУ, 1999. – 562 с.

99. Корпоративне управління : підруч. / Т. Л. Мостенська, В. О. Новак, М. Г. Луцький, Ю. Г. Симоненко. – К. : Каравела, 2008. – 384 с.

100. Корпоративні відносини : методологія дослідження та механізми функціонування : моногр. / Л. І. Дмитриченко, А. М. Хімченко, М. О. Кужелєв, М. П. Калиниченко. – Донецьк : «Східний видавничий дім», 2012. – 160 с.

101. Корпоративное управление крупным промышленным комплексом : моногр. / [Ю. Г. Лысенко, В. Н. Тимохин, В. М. Стасюк и др.]; под общ. ред. проф. Ю. Г. Лысенко. – Д. : ООО «Юго-Восток, Лтд», 2003. – 243 с.

102. Корпорация в системе общественного производства : моногр. / Л. И. Дмитриченко, Т. С. Чунихина, Л. А. Дмитриченко, А. Н. Химченко. – Донецк : ООО «Східний видавничий дім», 2010. – 184 с.

103. Кочеврин Ю. Крупная корпорация как объект исследования / Ю. Кочеврин // Мировая экономика и международные отношения. – 1988. – № 11. – С. 23.

104. Коупленд Т. Стоимость компании : оценка и управление / Т. Коупленд, Т. Коллер, Дж. Муррин ; пер. с англ., науч. ред. Н. Н. Барышникова. – 2-е изд., стер. – М. : Олимп-Бизнес – (Серия «Мастерство»), 2005. – 578 с.

105. Кронрод Я. А. Производительные силы и общественная собственность / Я. А. Кронрод. – М. : Наука, 1987. – 352 с.

106. Кужелев М. А. Методология принятия корпоративных решений на основе интеграции бизнеса и информационных технологий / М. А. Кужелев / Вісник Донецького університету. – Серія «Економіка і право». – Д. : ДонГУ, 2000. – № 2. – С. 118–121.

107. Кужелев М. А. Экономическая безопасность Украины на финансовом рынке / М. А. Кужелев // Вісник Донецького університету. – Серія «Економіка і право». – Д. : ДонГУ, 2000. – № 1. – С. 140–143.

108. Кужелев М. А. Аналитическая обработка и анализ финансовой информации / М. А. Кужелев // Финансы, учет, банки. – Вып. 5. – Д. : УкрНТЭК, 2001. – С. 36–41.

109. Кужелєв М. О. Механізм взаємовідносин «центр – регіон» у

контексті забезпечення фінансової безпеки регіону / М. О. Кужелєв // Вісник Донецького університету. – Серія «Економіка і право». – Д. : ДонГУ, 2001. – № 1. – С. 192–196.

110. Кужелев М. А. Финансовая безопасность : государство, регион, личность / М. А. Кужелев, Е. А. Маковская // Ломоносов – 2001: Международная конференция, МГУ им. М.В. Ломоносова, 9–14 апреля 2001 р. (сб. науч. тр.). – М. : МАКС Пресс, 2001. – С. 129–130.

111. Кужелев М. А. Рейтинговая оценка инвестиционных возможностей крупного производственного комплекса / М. А. Кужелев, Э. Ю. Копп // Финансы, учет, банки (сб. науч. тр.). – Вып. 7. – Д. : 2002. – С. 51–55.

112. Кужелев М. А. Оценка составляющих экономической безопасности производственно-экономических комплексов / М. А. Кужелев, Е. А. Маковская / Ломоносов – 2002 : Международная конференция, МГУ им. М.В. Ломоносова, 9-12 апреля 2002 (сб. науч. тр.). – М. : МАКС Пресс, 2002. – С. 52–53.

113. Кужелев М. А. Корпоративное управление : сущность и элементы / М. А. Кужелев // Економіка і організація управління. – Вип. 3. – Донецк : ДонНУ, Каштан, 2008. – С. 51–58.

114. Кужелев М. А. Капитал корпорации : теоретический и методологический аспекты / М. А. Кужелев, О. В. Коник // Финансы, учет, банки. – Донецк : ДонНУ, Каштан, 2008. – № 14. – С. 40–48.

115. Кужелев М. А. Проблемы развития корпоративного сектора в условиях экономической рецессии / М. А. Кужелев // Матеріали наукової конференції Донецького національного університету за підсумками науково-дослідної роботи за період 2007-2008рр. – Донецьк : Цифрова типографія, 2009. – С. 330–331.

116. Кужелев М. А. Экономическое содержание финансовой безопасности предприятия / М. А. Кужелев, Е. Ю. Купырева // Фінансовий і банківський менеджмент : досвід та проблеми ; матер. XI між нар. наук. конф. – Д. : ТОВ «Юго-Восток», 2009. – С. 71–73.

117. Кужелев М. А. Корпоративные конфликты : сущность, виды и механизм защиты интересов собственников / М. А. Кужелев // Економіка і організація управління. – Вип. 7. – Донецьк : ДонНУ, ТОВ «Норд Комп'ютер», 2010. – С. 32–40.

118. Кужелев М. А. Механизмы принятия инвестиционных решений в системе управления корпорацией / М. А. Кужелев, Е. О. Антоненко //

Науковий вісник : фінанси, банки, інвестиції. – Випуск 3(8). – Сімферополь : НАПСК, 2010. – С. 62–68.

119. Кужелев М. О. Концептуальні основи формування механізму забезпечення фінансової безпеки корпорації / М. О. Кужелев // Проблемы повышения эффективности функционирования предприятий различных форм собственности : сб. науч. тр. – Вып. 3. – Т. 3 / НАН Украины, Ин-т экономики пром-сти. : редкол. И. П. Булеев (отв. ред.) и др. – Д., 2010. – С. 83–91.

120. Кужелев М. А. Формирование системы корпоративного управления на предприятии (на примере ОАО «Коровай») / М. А. Кужелев, А. И. Копань // Материали за VII международна научна практична конференция «Новината за напреднали наука – 2011» (17-25-ти май, 2011). – Икономики. – Том 3. – София, «Бял ГРАД-БГ» ООД. – С. 26–28.

121. Кужелєв М. О. Корпоративні конфлікти : механізм захисту інтересів власників на основі теорії мета-інтересів / М. О. Кужелєв // Світ фінансів. Науковий журнал Тернопільського національного економічного університету. – 2011. – Вип. 4. – С. 162–166.

122. Кужелев М.А. Механизм управления финансовой устойчивостью в системе обеспечения финансовой безопасности корпорации / М. А. Кужелев // Нове в економічній кібернетиці : зб. наук. пр. – Вип. 4 : Моделі і механізми управління безпекою економічних систем / під заг. ред. Ю. Г. Лисенко ; Донецький нац. ун-т. – Д. : «Юго-Восток», 2011. – С. 45–56.

123. Кужелєв М. О. Основні загрози фінансовій безпеці корпорацій та держави / М. О. Кужелєв // зб. матер. Міжнар. наук.-практ. конф. «Фінансова безпека та економічне зростання : домогосподарство, підприємство, регіон, держава». – Полтава : Інтерграфіка, 2011. – С. 222–225.

124. Кужелєв М. О. Концептуальні основи розвитку корпоративних відносин : моногр. / М. О. Кужелєв. – Донецьк : ТОВ «Східний видавничий дім», 2012. – 260 с.

125. Кужелєв М. О. Концептуальні основи розвитку корпоративних відносин : моногр. / М. О. Кужелєв. – Донецьк : ТОВ «Східний видавничий дім», 2012. – 260 с.

126. Кужелев М. А. Стратегические аспекты влияния динамичных условий внешней среды на проведение оценки финансового состояния корпорации / М. А. Кужелев, В. В. Меженська // БізнесІнформ. – 2012. – № 2. – Харків : ВД «ІНЖЕК», 2012. – С. 180–183.

127. Кужелєв М. О. Діагностика фінансового стану корпорації в умовах динамічного зовнішнього середовища / М. О. Кужелєв, В. В. Меженська // Схід. – Д. : Східний видавничий дім, 2012. – № 1. – С. 62–67.

128. Кужелев М. А. Дивидендная политика корпорации в условиях динамической внешней среды / М. А. Кужелев // Нове в економічній кібернетиці : зб. наук. пр. – Вип. 1 : Моделі управління фінансовими системами / під загал. ред. Ю. Г. Лисенко; Донецький нац. ун-т. – Д. : «Юго-Восток», 2012. – С. 44–53.

129. Кужелєв М. О. Передумови та напрямки інтеграції комерційних банків та страхових компаній / М. О. Кужелєв, О. А. Шакура // Формування ринкової економіки в Україні. – Вип. 31. – Ч. 1. – Львів : Львівський національний університет ім. Івана Франка, 2014. – С. 447–454.

130. Кужелєв М. О. Оцінювання та регулювання адміністративної гнучкості прийняття рішень в інвестиційній діяльності банків // М. О. Кужелєв, М. О. Житар / Науковий вісник НЛТУ України. – Вип. 24.9. – Львів: РВВ НЛТУ України. – 2014.– С. 328–336.

131. Куприйчук В. Новые формы банковских отделений / В. Куприйчук // Банковская практика за рубежом. – 2004. – № 4. – С. 47–50.

132. Леусский А. И. Теория корпоративных финансов : учеб. / А. И. Леусский, П. И. Гребенников, Л. С. Тарасевич. – М. : Высшее образование, 2008. – 237 с.

133. Лехтинен Л. Право товариществ и акционерных обществ в Финляндии и России (сравнительно-правовой аспект) / Л. Лехтинен // Государство и право. – 1996. – № 3. – С. 38–45.

134. Литвиненко Я. В. Маркетинговий підхід дослідження ринку банківських послуг в Україні / Я. В. Литвиненко // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». – Серія «Економіка». – № 21. – 2013. – С. 52–55.

135. Лоскутов В. Д. Теория и практика формирования отношений собственности / В. Д. Лоскутов // Сибирская финансовая школа. – 2006. – № 2. – С. 45–54.

136. Луценко А. И. Теория вероятностей : учеб. / А. И. Луценко. – Феникс, 2009. – 251 с.

137. Лыкшин С. Развитие экономики России и ее реструктуризация как гарантия экономической безопасности / С. Лыкшин, А. Свинаренко // Вопросы экономики. – 1994. – № 12. – С. 115–125.

138. МакКоннелл К. Р. Экономикс. Принципы, проблемы и политика / К. Р. МакКоннелл, С. Л. Брю. – М. : Инфра, 1999. – 484 с.

139. Мальчик М. В. Банківський маркетинг у конкурентному середовищі / М. В. Мальчик, С. І. Коваль // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». – Серія «Економіка». – Вип. 24. – Острог : Вид-во Національного університету «Острозька академія», 2013. – С. 225–229.

140. Маркс К. Капитал. Т. III / К. Маркс, Ф. Энгельс. – 2-е изд. – Т. 25. – М., 1961. – 545 с.

141. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т.1. Кн. 1. Процесс производства капитала / К. Маркс. – М. : Политиздат, 1983. – 905 с.

142. Маршалл Д. Ф. Финансовая инженерия : полное руководство по финансовым нововведениям / Д. Ф. Маршалл, К. Бансал Винул. – М. : ИНФРА-М, 1998. – 497 с.

143. Матросова Л. Н. Формирование организационно-экономического механизма управления инновационными процессами в промышленности / Л. Н. Матросова. – Луганск : ВУГУ, 2000. – 462 с.

144. Международные стандарты оценки / [под ред. Г. И. Микерина, А. И. Артеменкова ; 8-е изд.]. – М. : Российское общество оценщиков, 2009. – 422 с.

145. Меженская В. В. Стратегическое управление предприятием в условиях рыночной трансформации / В. В. Меженская // матер. XI Всеукр. наук.-метод. конф. «Проблеми економічної кібернетики» 2-4 жовтня 2006 р. м. Алушта – Партеніт. – Д. : ТОВ «Юго-Восток, Лтд.». – 2006. – 303 с.

146. Мещеряков А. А. Вплив іноземного капіталу на банківську систему України та шляхи підвищення конкурентоспроможності вітчизняних банків / А. А. Мещеряков // Вісник Академії митної служби України. – 2009. – № 2. – С. 30–34.

147. Милль Дж. С. Основы политической экономики / Дж. С. Милль. – Т.1. – М., 1989. – 535 с.

148. Могилевская О. Ю. Обеспечение экономической безопасности деятельности предприятия / О. Ю. Могилевская // Економіка та держава. – 2008. – № 5. – С. 47–50.

149. Момот О. М. Інтегровані банківські послуги та конкурентоспромож-ність банківської системи / О. М. Момот, І. Г. Брітченко. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 315 с.

150. Мунтіян В. І. Економічна безпека України : моногр. / В. І. Мунтіян. – К. : КВІЦ, 1999. – 464 с.

151. Національний банк України [Електронний ресурс] // Офіційний сайт НБУ. – Режим доступу : http:/www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=66234.

152. Никольский И. В. Роль отраслей хозяйства в формировании районных производственных комплексов / И. В. Никольский // Вестник Московского университета, сер. геогр. – М. : Мысль, 1970. – № 2. – С. 3–8.

153. Никонова И. А. Стратегия и стоимость коммерческого банка / И. А. Никонова, Р. Н. Шамгунов. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 3-е изд. – 304 с.

154. Нікітін А. В. Перспективи використання інструментів фінансового інжинірингу на банківському ринку України / А. В. Нікітін // Фінанси, облік і аудит. – Вип. 19. – К. : КНЕУ, 2012. – С. 111–119.

155. Основы предпринимательской деятельности. Экономическая теория. Маркетинг. Финансовый менеджмент : учеб. пособ. / Ред. В. М. Власова. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 528 с.

156. Основы экономической безопасности (Государство, регион, предприятие и личность) / Под ред. Е. А. Олейникова. – М. : ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1997. – 288 с.

157. Паламарчук М. М. О системе показателей и структуре районного комплекса / Проблемы размещения производительных сил в период развернутого строительства коммунизма. – М. : 1970. – 645 с.

158. Пасічник Т. О. Концентрація акціонерного капіталу в українській промисловості / Т. О. Пасічник // Фінанси України. – 2004. – № 3(100). – С. 128–134.

159. Пастернак-Таранушенко Г. Економічна безпека держави / Г. Пастернак-Таранушенко. – К. : Наукова думка, 1994. – 140 с.

160. Петухов Р. М. Экономическая эффективность и организация производства / Р. М. Петрухов, Е.С. Лазуткин. – М. : Экономика, 1972. – 220 с.

161. Пілецька С. Т. Стратегічний аналіз потенціалу підприємства в обґрунтуванні стратегії економічного розвитку / С. Т. Пілецька // Економічний вісник НГУ. – № 1. – 2009. – С. 100–106.

162. Питання Міжвідомчої комісії з питань фінансової безпеки при Раді національної безпеки і оборони України [Електронний ресурс] : Указ Президента України № 912/2007 від 24.09.2007 р. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1.

163. Поддєрьогін А. М. Фінансовий менеджмент : підруч. / А. М. Поддєрьогін. – К. : КНЕУ, 2005. – 536 с.

164. Полонский В. Г. Корпоративное управление в непроизводственной сфере / В. Г. Полонский, С. В. Белоусова, А. М. Белоусов. – Херсон : Олди–плюс, 2003. – 460 с.

165. Попов К. П. Экономическая безопасность предприятия как составная часть экономической безопасности государства / К. П. Попов // Менеджер : Вестник Донецкой государственной академии управления. – 2000. – № 3. – С. 53–55.

166. Про господарські товариства : Закон України № 1576-XII від 19 вересня 1991 р. / Верховна Рада України // Загальне законодавство [Електронний ресурс]. – 1991. – Режим доступу : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi.

167. Про Міжвідомчу комісію з питань фінансової безпеки при Раді національної безпеки і оборони України [Електронний ресурс] : Положення № 294/2001 від 7 травня 2001 р. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/U294_01.html.

168. Про банки та банківську діяльність : Закон України № 2121-III від 7 грудня 2000 р. / Верховна Рада України // Загальне законодавство [Електронний ресурс]. – 2000. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2121-14.

169. Про Концепцію (основи державної політики) національної безпеки України : Постанова Верховної Ради України від 16 січня 1997 р. № 3/97-ВР (із змін. і доповн.) // Урядовий кур'єр. – 1997. – № 21–22.

170. Про акціонерні товариства : Закон України № 514-VI від 17 вересня 2008 р. / Верховна Рада України // Загальне законодавство [Електронний ресурс]. – 2008. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/514-17.

171. Проблеми економічної безпеки в Україні : аналітична доповідь. – К. : УЦЕПД, 1997. – 54 с.

172. Проблемы повышения эффективности функционирования предприятий различных форм собственности : Взгляд лиц, принимающих решения / Под ред. В. Н. Амитана. – Донецк : ИЭП НАН Украины, 2000. – 116 с.

173. Радыгин А. Корпоративное управление: ограничения, противоречия и особенности регулирования / А. Радыгин // Проблемы теории и практики управления. – 2004. – № 2. – С. 90–97.

174. Раздина Е. Коммерческая информация и экономическая безопасность

предприятия / Е. Раздина // Бизнес-информ. – 1997. – № 24. – С. 63–65.

175. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – 2-е изд., испр. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 479 с.

176. Ребрик М. А. Валютний ризик в умовах глобалізації банківських послуг / М. А. Ребрик // Вісник Академії митної служби України. – 2010. – № 1. – С. 135–140.

177. Реверчук С. К. Управління концентрацією банківського капіталу в Україні : моногр. / С. К. Реверчук, О. Д. Вовчак, Ю. О. Бойко. – Л. : Вид-во «Растр-7», 2012. – 220 с.

178. Рекомендації з найкращої практики корпоративного управління для акціонерних товариств України від 02 червня 2002 р. № 190 // Бюлетень «Цінні папери України». – 2002. – № 3. – С. 1–16.

179. Решоткин К. А. Оценка рыночной стоимости коммерческого банка / К. А. Решоткин. – М. : ТЕИС, 2002. – 286 с.

180. Рєзанова Н. С. Корпоративне управління на порозі XXI століття / Н. С. Рєзанова // Фінанси України. – 2002. – № 1. – С. 13–19.

181. Рид Э. Коммерческие банки / Э. Рид, Р. Коттер, Э. Гилл, Р. Смит. – М. : СП «Космополис», 2006. – 504 с.

182. Розенберг Д. М. Бизнес и менеджмент. Терминологический словарь / Д. М. Розенберг. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 105 с.

183. Ромашко М. В. Проблема финансовой безопасности промышленных предприятий / М. В. Ромашко, Т.Б. Сайгина // Наукові праці ДНТУ. – Сер. Економічна. – 2002. – № 46. – С. 31–36.

184. Руденко Л. В. Управління потоками капіталів у сучасній бізнес-моделі функціонування транснаціональних корпорацій : моногр. / Л. В. Руденко. – К. : Кондор, 2004. – 477 с.

185. Рудык Н. Б. Структура капитала корпораций : теория и практика : учеб. пособ. / Н. Б. Рудык. – М.: Дело, 2004. – 272 с.

186. Румянцев С. А. Українська модель корпоративного управління : становлення та розвиток / С. А. Румянцев. – К. : Т-во „Знання”, КОО, 2003. – 149 с.

187. Рутгайзер В. М. Оценка рыночной стоимости коммерческого банка : методические разработки / В. М. Рутгайзер, А. Е. Будицкий. – М. : Маросейка, 2007. – 224 с.

188. Савченко В. Феномен предпринимательства / В. Савченко // Русский экономический журнал. – 1995. – № 9. – С. 45–50.

189. Садовский В. Н. Исследования по общей теории систем / В. М. Садовский, Э. Г. Юдин. – М. : Прогресс, 1969. – 350 с.

190. Самсонов К. Элементы концепции экономической безопасности / К. Самсонов // Вопросы экономики. – 1994. – № 12. – С. 14–24.

191. Сергєєва Л. Моделювання й аналіз структури діяльності банку / Л. Сергєєва, Т. Блаженкова // Банківська справа. – 2003. – № 5. – С. 17–24.

192. Сірко А. Корпоративна власність у транзитивній економіці / А. Сірко // Економіка України. – 2003. – № 2. – С. 57–64.

193. Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М. : Соцэкгиз, 1962. – 684 с.

194. Сокиринська І. Г. Діагностика фінансового забезпечення діяльності підприємства / І. Г. Сокоринська // Фінанси України. – 2007. – № 1. – С. 88–95.

195. Соколовская З. Н. Диагностика хозяйственных ситуаций в деятельности предприятия : моногр. / З. Н. Соколовская. – Одесса : ОЦНТ и ЭИ; ОКФА, 2005. – 120 с.

196. Сокуренко П. І. Дивідендна політика акціонерних товариств в Україні / П. І. Сокуренко // Економіка : проблеми теорії та практики. – 2006. – № 211. – С. 922–927.

197. Судакова О. Фінансова складова економічної безпеки підприємства / О. Судакова // Схід. – 2007. – № 6. – С. 17–19.

198. Суховірський Б. І. Регіональна стратегія економічного розвитку України (теоретичні та прикладні основи геоекономіки) / Б. І. Суховірський. – К. : КНЕУ, 2000. – 154 с.

199. Тарнавська Н. Вплив міжнародної мобільності капіталу на формування конкурентного середовища в Україні / Н. Тарнавська // Вісник ТАНГ. – 2004. – № 5–1. – С. 151–161.

200. Тимохин В. М. Методологія моделювання економічної динаміки : моногр. / науч. ред. проф. Ю. М. Лисенко. – Д. : ТОВ « Юго-Восток, Лтд», 2007. – 269 с.

201. Трансформація моделі економіки України (ідеологія, протиріччя, перспективи) / Інститут економічного прогнозування: за ред. академіка НАН України В. М. Гейця. – К. : Логос, 1999. – 500 с.

202. Трикозенко А. Г. Клієнтела комерційного банку / А. Г. Трикозенко ; під наук. ред. І. Г. Брітченко. – Полтава : РВЦ ПУЕТ, 2011 – 270 с.

203. Туган-Барановський М. І. Паперові гроші та метал / М. І. Туган-Барановський. – К. : КНЕУ, 2004. – 200 с.

204. Українська Л. О. Особливості розвитку корпоративних структур у транзитивній економіці України / Л. О. Українська, І. І. Ткачук // Бізнес Информ. – 2010. – № 11(2) – С. 99–101.

205. Українська Л. О. Характеристика структурної побудови системи управління акціонерним капіталом промислового підприємства / Л. О. Українська, Н. О. Волошко // Бізнес Информ.– 2011 (407). – № 12. – С. 159–162.

206. Українська Л. О. Дослідження економічної природи та особливостей виникнення корпоративних відносин / Л. О. Українська, Н. О. Волошко // Економічний простір. – Дніпропетровськ : ПДБА, 2012. – №55. – С. 274–284.

207. Управленческий учет / Под. ред. В. Палия и Р. Вандер Вила. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 480 с.

208. Уткин Э. А. Конфликтология (теория и практика) / Э. А. Уткин. – М. : ЭКМОС, 1998. – 264 с.

209. Фишмен Д. Руководство по оценке стоимости бизнеса / Д. Фишмен, Ш. Пратт, К. Гриффит, К. Уилсон ; пер. с англ. Л. И. Лопатникова. – М. : Квинто-Консалтинг, 2000. – 388 с.

210. Фомін І. Рейтингова оцінка комерційного банку в системі діагностики його конкурентоспроможності / І. Фомін // Вісник НБУ. – № 4. – 2002. – С. 11–13.

211. Франк Э. Об ответственности совета директоров с экономических позиций / Э. Франк // Проблемы теории и практики управления. – 2003. – № 11. – С. 100-105.

212. Функ Я. И. Акционерное общество : история и теория (Диалектика свободы) / Я. И. Функ, В. А. Михальченко, В. В. Хвалей. – Мн. : Амалфея, 1999. – 608 с.

213. Хвесюк Н. Г. Роль психологического фактора в развитии корпоративного управления : моногр. / Н. Г. Хвесюк. – Юж.-Урал. гос. ун-т. – Челябинск : ЮУрГУ, 2000. – 46 с.

214. Черваньов Д. М. Економічна природа та формування механізму корпоративного управління в Україні / Д. М. Черваньов, І. В. Бондарчук // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. – 1998. – Вип. 39. – С. 3–6.

215. Чухно А. Институционализм : теория, методология, значение / А. Чухно // Экономика Украины. – 2008. – № 7. – С. 4–12.

216. Шевченко В. Концепція національної безпеки : методологічний аспект / В. Шевченко, Г. Костенко // Голос України. – 1996. – С. 8–13.

217. Шлемко В. Т. Економічна безпека України : сутність і напрямки забезпечення / В. Т. Шлемко, І. Ф. Бінько. – К. : НІСД, 1997. – 144 с.

218. Шумпетер Й. Теория экономического развития (исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры). История экономических учений (Современный этап) : учеб. / Й. Шумпетер ; Под общ. ред. А. Г. Худокормова. – М. : ИНФРА-М, 1998. – 733 с.

219. Ядгаров Я. С. История экономических учений : учеб. / Я. С. Ядгаров. – 3-е изд. – М. : Инфра-М, 1999. – 320 с.

220. Ampuero M. Solving the Measurement Puzzle : How EVA and Balanced Scorecard Fit Together / M. Ampuero, J. Goranson, J. Scott // The Gap Gemini Ernst & Yong Center for Business Innovation. – Issue 2 «Measuring Business Performance». – 1998. – 252 p.

221. Beer S. The heart of enterprise / S. Beer. – John Wiley & Sons Ltd. – 1990. – 584 p.

222. Bell D. The Cultural Contradictions of Capitalism / D. Bell. – Journal of Aesthetic Education. – vol. 6. – no. 1/2. – Jan.–Apr. – 1972. – P. 11–38.

223. Blaug M. Ugly currents in modern economic // Facts and in Economics. Models, Realism and Social Constraction. – Ed. By U. Maki. Cambridge : Cambridge University Press, 2002. – 530 p.

224. Britchenko I. The bases of functioning and development of innovative infrastructure of Ukraine / I. Britchenko, A. Kniazevych // Списание «Икономически изследвания». – Институт за икономически изследвания при БАН, София (България). – № 4. – 2015. – С. 43-66.

225. Christyansen J. K. Competence strategies in organizing product development / J. K. Christyansen // Creativity and Innovation Management. – 2005. – P. 384–392.

226. Commons J. R. The Legal Foundations of Capitalism / J. R. Commons. – N.Y. : MacMillan, 1924. – 394 p.

227. Coser L. Conflict : Social aspects / L. Coser // International Encyclopedia of Social Sciences. – N.Y., 1968. – vol. 3. – P. 76.

228. Drucker P. The New Society : The Anatomy of Industrial Order /

P. Drucker // The American Political Science Review. – vol. 45. – no. 1. – Mar., 1951. – P. 219–221.

229. Feurer R. Aligning Strategies, Processes, and it : A Case Study / R. Feurer, K. Chaharbaghi, M. Weber, J. Wargin // IS Management. – 2000. – 17 (1). – P. 1–12.

230. Kaplan R. S. The Balanced Scorecard : Translating Strategy into Action / R. S. Kaplan, D. P. Norton. – Boston (M., USA) : Harvard Graduate School Press. – 1996. – 561 p.

231. Means G. Collective Capitalism and Economic Theory / G. Means // Science. –1957. – August 16. – vol. 126. – no. 3268. – P. 287–293.

232. Sullivan P. Value-driven Intellectual Capital. How to Convert Intangible Corporate Assets into Market Value / P. Sullivan // Wiley. – 2000. – P. 238–244.

233. Thurow L. C. The Future of Capitalism : How Today's Economic Forces Shape Tomorrow's World / L. C. Thurow. – USA : Penguin books, 1996. – 385 p.

234. Webster's Encyclopedic Unabridged Dictionary of the English Language, 1996. – 1452 p.

Наукове видання

кандидат економічних наук, професор
ГАВРИЛКО Петро Петрович

доктор економічних наук, професор
КУЖЕЛЄВ Михайло Олександрович

доктор економічних наук, професор
Брітченко Ігор Геннадійович

КОРПОРАТИВНІ ВІДНОСИНИ В БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ: ФІНАНСОВІ МЕХАНІЗМИ ТА МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ

Монографія

Підписано до друку 29.03.2016 р. Формат 60х84 1/16. Папір офсет.
Ґарнітура «Times». Друк офсет. Ум. друк. арк. 13,25. Наклад 300 пр. Зам. 19.
Видавництво «Волинські обереги».
33028 м. Рівне, вул. 16 Липня, 38; тел./факс: (0362) 62-03-97;
e-mail: oberegi@mail15.com
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єкта
видавничої справи ДК № 270 від 07.12.2000 р.
Надруковано в друкарні видавництва «Волинські обереги».