

Віта ЗАВЕРУХА
студентка факультету банківського бізнесу
Тернопільський національний економічний університет
Науковий керівник:
к.е.н, доцент кафедри банківської справи Т.Б.Стечишин

MERGERS AND ACQUISITIONS: УРОКИ ДЛЯ УКРАЇНИ

На порозі ХХІ століття на світовій бізнес-арені відбувались кардинальні зміни, які супроводжувались активною появою нових банківських установ, як у світі, так і в Україні. З іншої сторони, оскільки згідно законів економіки, коли одні суб'єкти стрімко розвиваються, а інші – переходять у період стагнації, виникає новий процес – злиття та поглинання (Mergers and Acquisitions).

Злиття та поглинання у світі відбувається з метою отримання нових матеріальних та нематеріальних активів. Ця діяльність є стратегічною для менеджменту багатьох банківських установ, оскільки це дозволяє зменшити витрати на обслуговування, а також здобути більшу частку ринку. Під час злиття два банки об'єднують зусилля, щоб створити нову установу. Це, найчастіше, два потужні банки, які усвідомлюють, що діяти разом вигідніше. У поглинанні відбувається купівля сильнішим банком слабшого, який пізніше стає дочірньою установою. М&А мають безліч різновидів, серед них: *злиття*, *поглинання*, *придбання підприємств*, *LBO* (Leveraged buyout) та *MBO* (Management buyout), *«takeover»* (вороже поглинання або рейдерське захоплення), *рекапіталізація*, *«зворотне злиття»*, *«spin-off»* та решта операцій, які мають на увазі передачу корпоративного контролю з рук одних акціонерів іншим [1].

Укладаючи угоди М&А, переслідують такі цілі [3]:

- Збільшити можливості (розширити науково-дослідні та виробничі можливості, поєднати ресурси, щоб скоротити витрати на виробництво. Розширити можливості можна не лише за рахунок придбання нового банку, а й за рахунок унікальних технологій, які будуть отримані)
- Отримати конкурентні переваги або більшу частку ринку (банки можуть прийняти рішення про об'єднання, з метою отримання кращої збутової мережі, зайняття ніші в іншому сегменті ринку, де вже працює один з банків)
- Урізноманітнити продукти та послуги (дві банківські установи можуть об'єднатись, щоб отримати конкурентну перевагу над іншими банками)
- Скоротити витрати (згідно економіки масштабу: коли загальна вартість виробництва послуг або продуктів знижується в міру збільшення обсягу, тоді компанія збільшує загальний прибуток)
- Вижити (під час фінансової кризи багато банків об'єднувались з метою зниження показників у їх балансі, оскільки в іншому випадку вони могли б просто вийти з ринку).

Яскравим прикладом у світовій банківській сфері є утворення групи Swedbank. Початком цього було зародження у Естонії Hansabank, який почав в

1991 році свою діяльність в якості філії Тартуського комерційного банку, зайняв на ринку молодій держави міцні позиції.

Уже в 1992 році було створено дочірнє підприємство Hansa Liising, а в 1995 році акції підприємства стали котируватися на біржі Гельсінкі. У тому ж році Hansabank почав діяти в Латвії, ставши повноправним власником Deutsche-Lettische банк. У 1996 році Hansabank вийшов на ринок Литви, а в кінці того ж року була створена Група Hansabank, яка складалася з організацій з продажу банківських послуг всіх трьох Балтійських країн.

У 1998 році відбулося об'єднання двох великих банків Естонії – Hansabank став 100%-им власником Ноіурпак і перетворився з досить елітного банку в універсальне банківське підприємство. Але в тому ж році в Естонії вибухнула біржова криза, що почалася з подій в Росії та Азії. У якості останнього важливого моменту, обов'язково слід зазначити, що саме тоді Swedbank придбав 50% акцій Хансабанк. Після декількох менш бурхливих років діяльності Хансабанк в 2001 році придбав у Литві банк ЛТВ, а в 2004 році – московський комерційний банк Квест.

У 2006 році Хансабанк і FöreningSparbank утворили Групу Swedbank [2].

«The Banker» в 2007 році признав Hansabank найкращим банком в номінації «Банк року в Латвії». Він визнав його очевидним лідером латвійського ринку, зазначивши при цьому потужний ріст. В якості важливого фактора була згадана чисельність клієнтів банку – кожен третій житель Латвії. На кінець вересня 2007 Hansabank налічував 855 тисяч клієнтів.

Міжнародне дослідження найбільш шанованих брендів, проведене на початку 2015 естонським аналітичним агентством TNS Емор, показало, що в Латвії лідером споживчих симпатій є Swedbank. В Естонії Swedbank зайняв третє місце в аналогічному списку, в Литві – четверте. Увійшовши в ТОП-10 всіх трьох країн, Swedbank поряд з Google і Максима забезпечив собі місце в трійці найбільш шанованих брендів Балтії.

Процеси М&А в Україні ще до сьогодні не є розвиненими, як у світі, оскільки немає відповідної законодавчої бази, яка б чітко описувала б методологію злиття чи поглинання. У нашій державі ці процеси характеризуються недружністю, тобто рейдерським захопленням, більше того, обсяг таких операцій щорічно оцінюється на рівні 3 млрд.дол.США. Сподіваємось, що згодом Україна у сфері М&А буде рівнятися на світових гігантів, а не пасти задніх.

Літератури:

1. Горювий Д. А. Розвиток ринку М&А в Україні [Електронний ресурс] / Д.А. Горювий // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії і практики. – 2013. №1. – С.183-190. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Fkd_2013_1_28.pdf.
2. Офіційний сайт Swedbank. – [Електронний ресурс]. Режим доступу– <https://www.swedbank.ee/about/contact/story/historicfacts?language=RUS>.
3. The Reasons for Mergers and Acquisitions [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dummies.com/how-to/content/the-reasons-for-mergers-and-acquisitions.html>.