

Саенко Е.Р., Власенко В.С.
Запорожский национальный университет

ОЦЕНКА НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация

Рассмотрены методологические подходы к оценке влияния налоговой нагрузки на результаты деятельности машиностроительных предприятий. Исследована взаимосвязь между суммой уплаченных налогов и суммой полученной прибыли. Охарактеризована сущность налоговой нагрузки и ее место в системе управления предприятием. Даны рекомендации относительно расчета оценки влияния налогов на формирование прибыли предприятия на основании интегрального коэффициента, который учитывает темпы изменения собственного капитала и инвестиционных ресурсов.

Ключевые слова: налоги, налоговая нагрузка, прибыль, доход, оборот, налогообложение, финансовые результаты, управление.

Sayenko E.R., Vlasenko V.S.
Zaporizhzhya National University

EVALUATION OF TAX LOAD, TO ENSURE ACTIVITY OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES

Summary

Overviewed methodological approaches to assessing the impact of the tax load on the activity of the machine-building enterprises. Investigated the relationship between the amount of taxes paid and the amount of the profits. Described the essence of tax load and its place in the system of enterprise management. Gives recommendations regarding the calculation of assessing the impact of taxes on the formation of the company's profit on the basis of integral factor, which takes into account the pace of changes in equity and investment resources.

Keywords: taxes, tax load, profit, revenue, turnover, taxation, financial results, management.

УДК 658.33:332.7

СУТНІСТЬ, ПРОБЛЕМИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ БІЗНЕСУ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА ПІДСТАВІ ФАКТОРНОГО АНАЛІЗУ

Саенко С.Г., Осипенко Н.В.
Запорізький національний університет

Розглянуто концептуальні положення щодо підходів до оцінки бізнесу суб'єктів малого підприємництва. Досліджені та охарактеризовані існуючі методики оцінки бізнесу. Визначені проблеми, щодо обмеження в застосуванні різних методів, пов'язаних зі специфікою діяльності суб'єктів господарювання. Надані рекомендації щодо застосування факторного аналізу для узгоджень результатів оцінки бізнесу суб'єктів малого підприємництва.

Ключові слова: бізнес, оцінка, факторний аналіз, вартість, суб'єкти малого підприємництва.

Постановка проблеми. Існуючі підходи до оцінки бізнесу, а також різні методи оцінки бізнесу суб'єктів малого підприємництва мають обмеження в застосуванні, пов'язані зі специфікою діяльності та особливостями функціонування даних суб'єктів господарювання. Проблеми застосування методів оцінки бізнесу для суб'єктів малого підприємництва можна звести до наступних: відсутність або викривлення інформаційної бази; нестійкість малого бізнесу; складнощі, пов'язані з вибором підприємств – аналогів; складнощі, пов'язані з організаційно-правовою формою, суб'єктивізм та існування суперечливих ситуацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема оцінки бізнесу, а саме проблема методологічних підходів, як великих компаній, так і суб'єктів малого підприємництва, розглянута у роботах багатьох вчених, вітчизняних та закордонних дослідників, а саме: І.І. Бродська, І.Т. Балабанов, Я.І. Маркус, О.І. Олексюк, Н.О. Павловська,

О.В. Павловська, Огаджанян А.Б., В.П. Красноглазов, С.В. Поліщук, І.М. Рєпіна, Г.І. Сичева, Є.І. Тарасевич, Я.С. Витвицький, В.І. Кошкін, А.М. Турило, Н.П. Лебідь, О.С. Федонін та інших.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на здобутки вітчизняних та зарубіжних науковців щодо розкриття питань, пов'язаних з визначенням оптимальної оцінки бізнесу, до теперішнього часу відсутня методика, яка б допомогла проблеми пов'язані зі специфікою діяльності та особливостями функціонування суб'єктів малого господарювання.

Головною метою цієї роботи є обґрунтування переваг та недоліків існуючих традиційних методів оцінки бізнесу суб'єктів малого підприємництва та розробка практичних рекомендацій щодо її проведення на підставі факторного аналізу на узагальнення результатів оцінки.

Виклад основного матеріалу. Проблеми проведення оцінки бізнесу в підприємницькому серед-

овиці пов'язані з високим ступенем невизначеності ситуації і розбіжності інтересів учасників оцінюючого процесу.

Особливостями малого бізнесу є висока ступінь нестійкості на ринку, обумовлена значним рівнем ризику; підвищена чутливість до змін факторів внутрішнього і зовнішнього економічного середовища; недостатність капіталу; довготерміновість віддачі вкладень, і, як наслідок, низька інвестиційна активність та труднощі в залученні додаткових фінансових ресурсів і отриманні кредитів.

У зв'язку з цим особливого значення набуває необхідність удосконалення поточного управління, що дозволить приймати обґрунтовані управлінські рішення та розробити стратегію розвитку. Показник, що характеризує якісні зміни в даних напрямках є вартість компанії, а оцінка бізнесу виступає інструментом визначення цієї вартості.

Стандарти оцінки встановлюють обов'язкове використання оцінювачами всіх можливих підходів (дохідний, витратний, порівняльний) до її проведення. Одночасне застосування різних підходів дозволяє проаналізувати інформацію про компанію з різних точок зору і отримати зважений, найбільш обґрунтований і максимально достовірний результат, але такий підхід значно збільшує трудові витрати [1, с. 44].

Витратний підхід є загальноприйнятим при проведенні оцінки вартості підприємства. Він ґрунтується на принципі заміщення, який означає, що розумний покупець не заплатитиме за підприємство більше суми витрат на відтворення або придбання аналогічного підприємства з таким же ступенем корисності [2, с. 164].

При такому підході виникають складнощі застосування даного методу на підприємствах, що використовують спрощену систему оподаткування. Це пов'язано з тим, що такі суб'єкти звільнені від ведення професійного бухгалтерського обліку.

Метод ліквідаційної вартості в рамках витратного підходу використовується у випадку, коли передбачається припинення діяльності підприємства. У разі використання даного методу в оцінці суб'єктів малого підприємництва існує обмеження, що пов'язане з достовірністю інформаційної бази підприємств, що знаходяться на спрощеній системі оподаткування [2, с. 164].

Порівняльний підхід в оцінці бізнесу заснований на принципі заміщення, згідно якому покупець не заплатитиме за об'єкт більше вартості аналогічного об'єкта на ринку. Можливість застосування даного підходу залежить від наявності активного фінансового ринку, доступності фінансової інформації і наявності служб, що накопичують цінову та фінансову інформацію. В рамках порівняльного підходу використовуються наступні основні методи: метод ринку капіталу (метод компанії – аналога), метод угод і метод галузевих коефіцієнтів [3, с. 26].

Метод ринку капіталу (метод компанії – аналога) і метод угод можливі тільки при наявності різнобічної фінансової інформації що отримана від підприємств, відібраних в якості аналогів. В випадку з малими підприємствами кількість таких порівнянь може бути обмежена в рамках різних галузей.

Метод галузевих коефіцієнтів використовується безпосередньо для оцінки бізнесу суб'єктів малого підприємництва і полягає в визначенні залежності між ціною продажу і коефіцієнтом, отриманим на основі вивчення практики продажів бізнесу тієї або іншої галузі.

В основі доходного підходу лежить принцип очікування, коли вартість підприємства зводиться до

очікуваної майбутньої прибутку або іншим вигодам, які можуть бути отримані від використання майна підприємства, з урахуванням розмірів грошових коштів від його перепродажу. Для оцінки з використанням доходного підходу використовуються наступні два методи: капіталізації прибутку (доходу) і дисконтування грошових потоків.

Якщо підприємство отримує незначний прибуток, але володіє великими розмірами матеріальних активів, то застосування доходного методу оцінки призведе до заниження оціночної вартості бізнесу, а застосування витратного підходу може перевищувати попередню величину в в десятки і сотні разів. Можливі й зворотні ситуації [4].

Для узагальнення значення вартості, одержаної на основі традиційних підходів, необхідно провести узгодження результатів, отриманих із застосуванням різних підходів до оцінки, шляхом їх зважування та порівняння:

$$B_{\text{відсум}} = (B_{\text{вп}} \times K_1) + (B_{\text{дп}} \times K_2) + (B_{\text{пп}} \times K_3) \quad (1)$$

де $B_{\text{відсум}}$ – підсумкова вартість об'єкта оцінки;

$B_{\text{вп}}$ – вартість визначена витратним підходом;

$B_{\text{дп}}$ – вартість визначена доходним підходом;

$B_{\text{пп}}$ – вартість визначена порівняльним підходом;

K_1, K_2, K_3 – відповідні вагові коефіцієнти, обрані для кожного підходу до оцінки.

При проведенні оцінки бізнесу малих підприємств, які часто купуються або продаються особливих проблем не виникає. Якщо інформації про ціни на подібні підприємства достатньо, то основним критерієм вартості бізнесу є ціни продажів аналогічних підприємств.

А якщо дохід підприємства стабільний, то вартість може визначитися методом капіталізації доходу, що є ключовою характеристикою вартості такого бізнесу. У разі відсутності чинників нестабільності та високої вартісної оцінки очікуваних стабільних доходів можна знехтувати незначною вартістю майна. Але кількість таких підприємств дуже незначна, до того ж можлива зміна виробництва продукції спричинить нестабільність грошових потоків [5, с. 98]. Зазвичай оцінювач доводиться працювати в ситуації, коли складно визначити ступінь внеску кожного підходу в підсумкову вартість, а відмова від результатів якогось підходу може стати помилкою.

Отже, при виборі вагових коефіцієнтів всі значущі параметри повинні враховуватися на основі експертної думки оцінювача. В цьому проявляється елемент суб'єктивізму, який серйозно впливає на підсумкове значення вартості.

Для усунення протиріч і елементів суб'єктивізму в оцінці рекомендована модель використання факторного аналізу при погодженні результатів оцінки бізнесу.

Необхідно враховувати що, через нерозвиненість ринку, специфічність об'єкта або недостатність доступної інформації деякі з підходів в конкретному випадку неможливо застосувати. При оцінці більшості українських малих підприємств це відноситься до порівняльного підходу, тому при визначенні підсумкової величини вартості найчастіше доводиться узгоджувати результати витратного і доходного підходів. Тоді аналіз вартості підприємства передбачає розрахунок двох показників:

- вартості підприємства як майнового комплексу (B_B), який визначається з використанням витратного підходу як різниця між ринковою вартістю активів і поточною вартістю зобов'язань;

- вартості підприємства як джерела доходів (B_D), який визначається з використанням доходного під-

ходу як дисконтована вартість прогнозових грошових потоків (капіталізація доходу використовується рідко через значні коливання потоків доходу по роках).

В якості основного узагальнюючого показника оцінки бізнесу малого підприємства розглянемо показник неузгодженості результатів розрахунку вартості на основі дохідного і витратного підходів (ΔB), який визначається як різниця результатів цих підходів (B_d і B_B , відповідно) за формулою:

$$\Delta B = B_d - B_B, \quad (2)$$

Розрахунок вартості підприємства на основі дохідного підходу проводиться методом дисконтування грошових потоків за формулою:

$$B_d = \sum_{i=1}^n \frac{ГП_i}{(1+CD)^i} + \frac{ВМ_{рев}}{(1+CD)^n}, \quad (3)$$

де n – число років обраного прогнозного періоду; $ГП_i$ – грошовий потік і-го року прогнозного періоду;

CD – ставка дисконтування;

$ВМ_{рев}$ – вартість майна в постпрогнозовий період (реверсія).

Очікувану вартість майна в постпрогнозовий період прийнято розраховувати відповідно з моделлю Гордона:

$$ВМ_{рев} = \frac{ГП_{(n+1)}}{CD-t}, \quad (4)$$

де $ГП_{(n+1)}$ – грошовий потік у перший рік постпрогнозного періоду;

t – довгострокові темпи зростання грошового потоку в постпрогнозовому періоді.

З урахуванням формули 4 формула 1 набуде вигляду:

$$B_d = \sum_{i=1}^n \frac{ГП_i}{(1+CD)^i} + \frac{ГП_{(n+1)}}{(CD-t) \times (1+CD)^n}, \quad (5)$$

Введемо нові показники:

- сумарний грошовий потік по роках прогнозного періоду і першого року постпрогнозного періоду:

$$ГП_{\Sigma} = \sum_{i=1}^{n+1} ГП_i \quad (6)$$

- коефіцієнт структури грошового потоку по роках:

$$k_i = \frac{ГП_i}{ГП_{\Sigma}} \quad (7)$$

де $i = 1, 2, \dots, (n+1)$.

Сумарний дисконтований грошовий потік по роках прогнозного періоду і першого року постпрогнозного періоду визначимо наступним чином:

$$ГП_{\Sigma} = \begin{cases} \frac{ГП_{\Sigma}}{(1+DC)^i}, & \text{якщо } i=1,2,\dots,n, \\ \frac{ГП_{\Sigma}}{(DC-t) \times (1+DC)^{i-1}}, & \text{якщо } i=n+1 \end{cases} \quad (8)$$

де $i = 1, 2, \dots, (n+1)$

З урахуванням введення нових показників формула 6 прийме вигляд:

$$B_d = \sum_{i=1}^{n+1} k_i \times ГП_{\Sigma} \quad (9)$$

Формула 9 являє собою класичну двофакторну детерміновану модель, яка визначає вплив на узагальнюючий показник (вартість підприємства) наступних факторів:

- структури грошових потоків (k_i), що характеризує нестабільність функціонування підприємства в прогнозовий період і перший постпрогнозовий рік;

- сумарного грошового потоку ($ГП_{\Sigma}$), який характеризує рівень прибутковості господарської діяльності.

Для аналізу впливу факторів на вартість підприємства враховують базові та фактичні значення узагальнюючого показника і величин факторів моделі.

Базовим значення узагальнюючого показника є значення:

$$B_d^{(0)} = B_B \quad (10)$$

При цьому значення $ГП_{\Sigma}^{(0)}$ визначаються відповідно до формули 8, а $ГП_{\Sigma}^{(0)}$ в першому наближенні розраховується за формулою:

$$ГП_{\Sigma}^{(0)} = \frac{B_B \times (1+n)}{\sum_{i=1}^n \frac{1}{(1+DC)^i} + \frac{1}{(DC-t) \times (1+DC)^n}} \quad (11)$$

Застосування базового значення узагальнюючого показника, представленого виразом 10, передбачає зміну структури базових сумарних дисконтованих грошових потоків залежно від величини зміни залишкової вартості необоротних активів підприємства, тобто величини амортизаційних відрахувань. Уточнені базові значення коефіцієнтів структури грошового потоку отримуємо з рішення системи лінійних рівнянь:

$$M \times k = C \cdot LP \quad (12)$$

де $M = \{a_{ij}\}$ – матриця коефіцієнтів рівняння;

$k = \{k_i^{(0)}\}$ – вектор-стовпець базових коефіцієнтів структури грошових потоків;

$C \cdot LP = \{b_i\}$ – вектор-стовпець правих частин системи лінійних рівнянь;

$$b_i = \begin{cases} A, & \text{якщо } i < n+1 \\ ГП_{\Sigma}^{(0)}, & \text{якщо } i = n+1 \end{cases} \quad (13)$$

де A – сума річних амортизаційних відрахувань.

Фактичним значенням узагальнюючого показника $B_d^{(i)}$ є результат розрахунку вартості бізнесу на основі дохідного підходу. Фактичними значеннями факторів $k_i^{(i)}$ та $ГП_{\Sigma}^{(i)}$ є результати розрахунку показників за формулами 12 і 13 при врахуванні в них значень, що були використані при розрахунку вартості підприємства дохідним підходом.

Вплив чинників визначається на підставі розрахунку структурних змін з урахуванням відхилення від середньої і розраховується за формулами [2, с. 23]:

- вплив фактора структури грошового потоку:

$$\Delta B_d^{ki} = \sum_{i=1}^{n+1} (k_i^{(i)} - k_i^{(0)}) \times (ГП_{\Sigma}^{(0)} - B_d) \quad (14)$$

- вплив фактора сумарного грошового потоку (фактора прибутковості):

$$\Delta B_d^{ГП_{\Sigma}} = \sum_{i=1}^{n+1} k_i^{(i)} \times (ГП_{\Sigma}^{(i)} - ГП_{\Sigma}^{(0)}) \quad (15)$$

Результати розрахунків можуть бути перевірені шляхом складання наступного рівняння:

$$\Delta B = B_d - B_B = \Delta B_d^{ki} + \Delta B_d^{ГП_{\Sigma}} \quad (16)$$

Отримані величини впливу факторів дозволяють визначити реальну вартість бізнесу (B_p), яка знаходиться між B_B і B_d .

Треба пам'ятати, що величина $\Delta B_d^{ГП_{\Sigma}}$ визначає додану вартість до вартості бізнесу, отриману за рахунок наявного доходу. Тоді для розрахунку реальної вартості бізнесу використовується формула:

$$B_p = B_B + \Delta B_d^{ГП_{\Sigma}} \quad (17)$$

Проілюструємо застосування даної методики при визначенні вартості реального підприємства. Основні показники аналізованого підприємства:

$B_B = 645,0$ тис. грн.; $B_d = 1508,0$ тис. грн.; $n = 3$ роки; $DC = 33\%$; $T = 2\%$;

$A = 3$ тис. грн.

Підсумкові результати розрахунків впливу факторів на вартість підприємства представлені в таблиці 1.

Таким чином, реальна величина вартості бізнесу, що включає вартість чистих активів і добавку, сформовану рівнем його прибутковості, становить:

$$B_p = B_B + \Delta B_d^{ГП_{\Sigma}} = 645,0 + 401,7 = 1046,7 \text{ тис. грн.}$$

Таблиця 1

**Підсумкові розрахунки впливу факторів
на вартість підприємства**

i	$k_i^{(0)}$	$k_i^{(1)}$	$ПП_{\Sigma}^{(0)}$ тис. грн.	$ПП_{\Sigma}^{(1)}$ тис. грн.	$\Delta B_{\Sigma}^{(1)}$ тис. грн.	$\Delta B_{\Sigma}^{(1)2}$ тис. грн.
1	0,2096	0,2301	747,87	1133,87	- 8,87	88,82
2	0,2840	0,2527	562,27	852,47	19,42	73,33
3	0,3849	0,2560	422,82	641,05	97,76	55,70
4	0,1215	0,2613	1 36 3, 94	2 067, 91	25,62	183,85
Разом	1,0000	1,0000	-	-	133,93	401,70

Проведене дослідження показало, що у практиці оціночної діяльності дана задача вирішується в рамках так званого узгодження результатів оцінки витратного і дохідного підходів. При цьому використовується система вагових коефіцієнтів, одержувані експертним шляхом. В результаті величина реальної вартості бізнесу значною мірою формується на основі суб'єктивних оцінок (інтересів) оцінювача. До того ж результати підходів розрізняються більш ніж удвічі, що розглядається багатьма оцінювачами як необхідність повної відмови від результатів одного з підходів, а це суперечить сутності підприємства як функціонуючого майнового комплексу, що діє в умовах нестабільності грошових потоків. Запропонована методика дозволяє виключити фактор суб'єктивізму і протиріч при узгодженні результатів оцінки бізнесу.

Висновки і пропозиції. Таким чином, проблеми застосування методів оцінки бізнесу для суб'єктів малого підприємництва можна звести до наступним:

- відсутність або викривлення інформаційної бази, що можна вирішити шляхом використання в оцінці управлінської звітності підприємства;
- нестійкість малого бізнесу, що можна вирішити за допомогою аналізу більш короткого періоду при прогнозуванні грошових потоків;
- складнощі, пов'язані з вибором підприємств – аналогів, що можна вирішити за допомогою вибору зарубіжних компаній при використанні методу угод і методу ринку капіталу з відповідними поправками;
- виключення елементу суб'єктивізму при узгодженні результатів оцінки бізнесу можна вирішити за допомогою запропонованого факторного аналізу.

Список літератури:

1. Бродська І.І. Основні принципи оцінки вартості підприємства / І.І. Бродська // Становлення та розвиток обліку, контролю і аналізу в Україні: міжнар. наук. конф., 16-17 берез. 2006 р.: тези доп. / Відп. за вип. В.Г. Лінник – К.: КНЕУ, 2006. – С. 44-49.
2. Патрікі Н.П. Методичні підходи до оцінювання вартості бізнесу / Н.П. Патрікі // Вісник національного університету «Львівська політехніка». – 2009. – С. 163-170.
3. Єрофеева Т.А. Підходи до оцінювання вартості бізнесу: проблеми їх використання / Т.А. Єрофеева // Наукові записки. – 2007. – Т. 68. Економічні науки. – С. 25-30.
4. Бутиріна В.М., Васильєва М.С. Проблеми оцінки вартості бізнесу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rusnauka.com/2_KAND_2011/Economics/78594.doc.htm.
5. Турило А.М. Оцінка вартості підприємства в системі фінансово-економічної стратегії його розвитку / А.М. Турило // Фінанси України: Науково-теоретичний та інформаційно-практичний журнал. – 05/2009. – № 5. – С. 95-100.
6. Огаджанян А.Б. Ретроспективна оцінка вартості об'єкта / А.Б. Огаджанян // Держ. інформ. бюл. про приватиз. – 2006. – № 2. – С. 14-16.

Саенко С.Г., Осипенко Н.В.

Запорозький національний університет

СУЩНОСТЬ, ПРОБЛЕМЫ И ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ БИЗНЕСА СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ОСНОВАНИИ ФАКТОРНОГО АНАЛИЗА

Аннотация

Рассмотрены концептуальные положения относительно подходов к оценке бизнеса субъектов малого предпринимательства. Исследованы и охарактеризованы существующие методики оценки бизнеса. Определены проблемы, по ограничению в применении различных методов, связанных со спецификой деятельности субъектов хозяйствования. Даны рекомендации по применению факторного анализа для согласования результатов оценки бизнеса субъектов малого предпринимательства.

Ключевые слова: бизнес, оценка, факторный анализ, стоимость, субъекты малого предпринимательства.

Sayenko S.G., Osypenko N.V.
Zaporizhzhya National University

ESSENCE, PROBLEMS AND SPECIFICS OF BUSINESS VALUATION, OF SMALL BUSINESS BASED ON FACTOR ANALYSIS

Summary

Overviewed, conceptual provisions regarding to approaches to valuation of subjects of small business. Studied and characterized the existing methods of business valuation. Identified problems about limitations in the application of various techniques associated with the specific activities of economic entities. Given recommendations on the use of factor analysis for the evaluation of coordination of business small businesses.

Keywords: business, evaluation, factor analysis, cost, subjects of small business.

УДК: 336.71

БАНКІВСЬКІ ПОСЛУГИ ТА ЇХ РОЛЬ У ФОРМУВАННІ ДОХОДІВ БАНКУ

Самородов Б.В., Нижеборець А.І.

Харківський інститут банківської справи
Університету банківської справи Національного банку України

У статті розглянуто роль банківських послуг у формуванні доходів банку. Обґрунтовано пріоритет стабільних та майже без ризикових доходів від банківських послуг. Запропоновані варіанти розширення банківських послуг у банках. Розглянутий банківський маркетинг. Виділені напрямки для докорінної зміни ситуації на ринку банківських послуг.

Ключові слова: банківські послуги, доходи банку, види банківських послуг, стабільний дохід.

Постановка проблеми. Крім операцій, пов'язаних з формуванням банківських пасивів та активів, банки займаються і іншими видами діяльності, які дістали назву банківських послуг. Банківські послуги є невід'ємною частиною сучасного ринку. Мета їх функціонування – підвищення доходів банків і поліпшення задоволення потреб клієнтів, розширення їх купівельних можливостей. Але досягнення цієї мети вимагає використання наукових принципів і ефективних методів управління банківськими послугами.

Банківським послугам на відміну від банківських операцій не притаманні процентний, валютний, кредитний, портфельний та інші ризики, вони не пов'язані безпосередньо з формуванням та використанням ресурсів. Послуги приносять банкам значні доходи, які нерідко перевищують доходи від операцій.

Частка послуг в діяльності українських банків теж неухильно зростає і вже забезпечує чверть їх доходів. Тому все більшого значення набуває вивчення банківських послуг як різновиду банківських продуктів, їх специфічної природи та місця в діяльності банків, механізму їх формування і розвитку.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Найважливішою умовою успіху будь-якого банку є раціональна система управління його діяльністю, важливою складовою якої є стратегія банку на ринку банківських послуг. Стратегічна модель управління домінує над тактичною, оскільки стратегія управління – це активна позиція банку на ринку банківських послуг, яка передбачає розробку стратегічної політики, що, у свою чергу, є підставою для визначення механізму тактичної дії. Розробляючи стратегію, керівництво банку ставить перед собою і колективом питання: «Як досягти цілей?», «Як добитися переваг в конкурентній боротьбі?», «Як підсилити довгострокові позиції банку?»

Стратегія банку постійно змінюється. Виникають нові обставини, які не можна не брати до уваги, отже – відкриваються нові стратегічні ніші. Удосконаленню стратегії немає меж, вона повинна поєднувати в собі заплановану і зважену лінію поведінки, а також можливість адекватного реагування на зміни у внутрішній і зовнішній середовищі функціонування банку.

Зростання конкуренції в банківському секторі економіки України потребує вдосконалення стратегії управління банком на ринку банківських послуг на основі впровадження маркетингу в його діяльність. Особливості банківської стратегії обумовлені специфікою банківського продукту: абстрактністю, вартісною формою вираження, договірним характером відносин з «покупцями», тривалістю у часі акту використання банківської послуги, а також головними цілями діяльності комерційного банку – стабільною прибутковістю, універсальністю, міжнародним визнанням, провідним місцем у обслуговуванні національної економіки, високою якістю банківських продуктів, повною довірою клієнтів, надійністю.

Кожний окремих банк стикається з необхідністю розробки та проведення власної стратегії, до першочергових завдань якої нерідко входить створення банком свого неповторного іміджу. Ключовими напрямками тут є модернізація банківської техніки та обладнання, приміщень банку, а також постійна робота з персоналом на всіх рівнях.

Важливим фактором є можливість постійних контактів з клієнтами для всіх працівників банку. Під час розробки своєї стратегії банки зазвичай враховують сильні та слабкі сторони конкурентів: як банків, так і інших кредитно-фінансових установ, а також можливості самого банку порівняно з можливостями його конкурентів.

Незважаючи на значну увагу, яка приділяється теоретичним і практичним аспектам