

ку власники облігацій матимуть змогу оголосити дефолт позичальника та пред'явити цінні папери до погашення. Запропонований підхід забезпечує створення системи ранньої діагностики можливих труднощів з поверненням боргу, коли емітент потрапляє в зону ризику. Таким чином, результати дослідження дозволяють власникам облігацій зменшувати ризик можливих втрат, пов'язаних з дефолтом компанії-позичальника, та в цілому сприятимуть підвищенню рівня захисту інтересів інвесторів, а отже й інвестиційної привабливості облігацій. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. **Кашуба Д.** Кризис заставляет идти на самоограничения / Д. Кашуба // Cbonds Review.– 2008 – № 4.– С. 50 – 53.
2. **Соболев Д.** Ковенанты и события дефолта / Д. Соболев // Cbonds Review.– 2008.– № 4.– С. 44 – 48.
3. **Туктаров Ю.** Как ковенанты работают в российском праве? / Ю. Туктаров, М. Берковская // Cbonds Review.– 2011.– № 12.– С. 70 – 73.

4. Inside The Ratings: What credit Ratings Mean [Electronic recourse] / Fitch Ratings.– 2007.– August.– Mode of access : <http://www.fitchratings.com>.

5. Moody's Approach to Evaluating Indenture Covenants and Assigning Covenant Quality Assessments, Covenant Methodology [Electronic recourse] / Moody's Investors Service.– 2006.– November. Mode of access : <http://www.moody's.com>

6. Moody's Indenture Covenant Research & Assessment Framework, Special Comment [Electronic recourse] / Moody's Investors Service.– 2006.– September.– Mode of access : <http://www.treasurers.org/system/files/MoodyCovenantAssessment-consultationSept06.pdf>

7. **Матвійчук А.** Моделювання фінансової стійкості підприємств із застосуванням теорій нечіткої логіки, нейронних мереж і дискримінантного аналізу / А. Матвійчук // Вісник НАН України.– 2010.– № 9.– С. 24 – 46.

8. **Недосекин А. О.** Лингвистический анализ гистограмм экономических факторов / А. О. Недосекин, С. Н. Фролов // Вестник ВГУ.– 2008.– Серия [«Экономика и управление»].– № 2.– С. 48 – 55.

УДК 336.225.621.1

КОНЦЕПЦІЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕФЕКТИВНОГО ПОДАТКОВОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

ХОДЯКОВА О. В.

ЛУК'ЯНЕНКО А. С.

Донецьк

Загальною метою будь-якої сучасної податкової системи є досягнення ефективної взаємодії між державою та платниками податків, що базується на взаємовигідних умовах та принципах. Підприємництво являє собою особливу категорію платників податків, оскільки воно, з одного боку, є найвагомішим джерелом поповнення державного бюджету, а з іншого – сприяє розвитку ринкових процесів в економіці країни. Недоліком сучасної податкової системи України є гостра потреба в наповненні бюджету, наслідком чого є надмірне податкове навантаження на підприємства. Як результат, високий рівень приховання бази оподаткування сучасними підприємствами, що на 31.12.2011 р. за даними Податкової адміністрації України [1] становив 45% при загальному рівні тіньової економіки 60%. Звідси, актуальним стає питання удосконалення системи оподаткування таким чином, щоб не допускати податкового перевантаження підприємств та водночас забезпечувати планомірне наповнення бюджету. Одним зі шляхів досягнення цього завдання є використання підприємствами легальних та більш гнучких методів у сфері сплати податків. Прийнятий 02.12.2010 р. Податковий кодекс України [2] дає відносну свободу підприємствам у виборі податкового режиму, спираючись на особливості їх основної діяльності, обсяги виробництва, кількість працівників тощо. Те, наскільки підприємству вдається

досягати оптимального рівня податкових зобов'язань, не відхиляючись від закону, і тим самим, за мінімальних витрат підвищувати свою фінансову стійкість залежить від ефективності розробленої на підприємстві системи податкового планування.

Система податкового менеджменту підприємства, у тому числі, аспекти податкового планування є сферою наукових інтересів значної кількості сучасних вітчизняних науковців, серед яких П. К. Бечко [3], Н. І. Редіна [4], А. М. Поддєрьогін [5], С. А. Супруненко [6], Ю. Б. Іванов [7], Т. О. Меліхова [8], М. Підлужний [9], О. В. Білоіван [10], А. Г. Поршневі [11] та інші. Однаково розуміючи сутність податкового планування, кожен з авторів демонструє індивідуальну підхід щодо визначення досліджуваної категорії, що вказує на її дискусійний характер.

Прийняття Податкового кодексу України змусило привнести деякі корективи щодо управління податковими платежами на українських підприємствах. В умовах пристосування до вимог нового законодавства досить складно розробити ефективну систему податкового планування на підприємстві, яка б допомагала у кожному з податкових періодів досягати оптимальних обсягів податкового навантаження.

Мета дослідження – розробка концепції системи податкового планування на підприємстві, яка покликана забезпечити оптимальний режим сплати податків для сучасного українського підприємства та підвищити ефективність його фінансово-господарської діяльності.

Створення максимально зручних умов господарювання – одне з найактуальніших та, водночас, найменш вирішуваних завдань будь-якого сучасного підприємства. Знаходячись у прямій залежності від багатьох зо-

ФІНАНСИ, ГРОШОВИЙ ОБІГ І КРЕДИТ

ЕКОНОМІКА

вншніх факторів, у тому числі від податкової політики держави, підприємство має чітко дотримуватися встановлених норм. Однак існують гнучкі, легальні способи забезпечення підприємством більш вигідних умов існування, одним з яких, на нашу думку, є розробка системи податкового планування на підприємстві.

Податкове планування представляє собою елемент системи податкової політики підприємства, що виступає одним з інструментів її реалізації на ряду з податковим бюджетуванням, обліком та контролем. Загалом, впровадження податкової політики на підприємстві зводиться до побудови найбільш оптимальних з позиції підприємства відносин з державою щодо питань обчислення та сплати податкових платежів [5, с.48].

Щодо поняття «податкове планування», існує декілька поглядів стосовно його визначення. Наприклад, П. К. Бечко розглядає податкове планування на підприємстві з двох позицій: у широкому сенсі це – інтеграційний процес, що полягає у впорядкуванні фінансово-господарської діяльності відповідно до чинного податкового законодавства і стратегії розвитку підприємства; у вузькому сенсі податкове планування – це попередній розгляд, оцінка рішень у сфері фінансово-господарської діяльності підприємства з урахуванням розміру можливих податкових платежів і вибір якнайкращих із них рішень з позиції напрямів досягнення мети підприємства [3, с. 226 – 227]. Аналогічну точку зору демонструє А. М. Поддєрьогін, який під податковим плануванням розуміє систему заходів підприємства, спрямованих на максимальне використання можливостей чинного законодавства з метою законної оптимізації податкових платежів [5, с. 50].

С. А. Супруненко розглядає податкове планування на підприємстві з позиції малого бізнесу, а саме, як один з факторів його розвитку, тому, на думку автора, податкове планування являє собою інструмент побудови оптимальних параметрів бізнесу, заснований на законодавчо встановлених способах оподаткування, що сприяє підвищенню інвестиційної привабливості підприємства [6, с. 138].

Дещо інший погляд на сутність податкового планування має О. Білоіван, визначаючи його з позиції управління фінансовими ризиками. На думку автора, податкове планування – це комплекс науково обґрунтованих і практично доцільних організаційно-економічних заходів платників податків, спрямованих на максимальне зменшення ризиків, пов'язаних із оподаткуванням господарської діяльності підприємницької структури [10, с. 339].

Узагальнюючи погляди різних економістів [3; 5; 6; 10] з предмету нашого дослідження, пропонуємо визначення податкового планування на підприємстві, яке, на нашу думку, є найбільш повним і відображає алгоритмічний аспект цієї категорії, що є особливо доцільним при подальшій розробці концепції ефективного податкового планування. Отже, податкове планування – це елемент податкової політики підприємства, який представляє собою процес аналізу різних податкових альтернатив і розробку на основі його результатів легальних,

систематичних, планових дій, спрямованих на оптимізацію податкових зобов'язань у поточному та майбутніх податкових періодах з метою підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства.

Таким чином, визначивши сутність податкового планування та з'ясувавши його необхідність для сучасного підприємства, пропонуємо перейти до методики реалізації системи податкового планування на підприємстві.

У загальному вигляді реалізація податкового планування полягає у складанні податкових планів, кожен з яких включає як мінімум чотири ключових пункти:

- 1) календар платника за кожним видом податків;
- 2) перелік заходів з оптимізації податкових потоків, часові параметри реалізації оптимізаційних заходів, уповноважені виконавці, ресурси та інструментарій, необхідні для зазначених заходів;
- 3) графік податкових виплат за кожним видом податків з урахуванням заходів з оптимізації податкового портфелю;
- 4) перелік заходів з інформатизації та підвищення компетентності уповноважених та відповідальних за податкове планування осіб.

Відповідальність за реалізацію податкового планування на більшості українських підприємств покладено на фахівців фінансового відділу (служби) або бухгалтерії. Рационально, коли на підприємстві, зокрема в його фінансовій службі (а в великих холдингових структурах – у спеціально створеній податковій службі) управлінням податками займаються податкові менеджери.

Загальним недоліком на сьогодні є відсутність на практиці комплексного підходу у сфері податкового планування, що проявляється у нездатності багатьох підприємств ефективно та зручно здійснювати податкове планування. Як рішення зазначеної проблеми, пропонуємо розроблену нами концепцію реалізації ефективного податкового планування на підприємстві (рис. 1).

Принциповою рисою будь-якої концепції є комплексний підхід до предмету дослідження, що базується на системі поглядів [12, с.189-190]. Методологічною основою запропонованої нами концепції є система принципів, що визначає її якість та ефективність. Як вже зазначалося, ключовим принципом у системі реалізації податкового планування є принцип законності. Використання цього принципу дозволяє розмежувати податкове планування та ухилення від оподаткування. Згідно з ним усі методи, прийоми та засоби податкового планування знаходяться виключно у правовому полі, тобто строго відповідають діючому законодавству. Принцип плановості витікає з самого формулювання теми дослідження та свідчить про чітке дотримання підприємством розроблених ним раніше планів заходів щодо управління податковими платежами. Принцип комплексності зобов'язує підприємства здійснювати планування усіх податкових платежів системно, з урахуванням їх взаємного впливу. Зміст принципу оптимальності полягає в тому, що кінцевим результатом податкового планування повинен бути той варіант організації фінансово-господарської діяльності, який є оптималь-

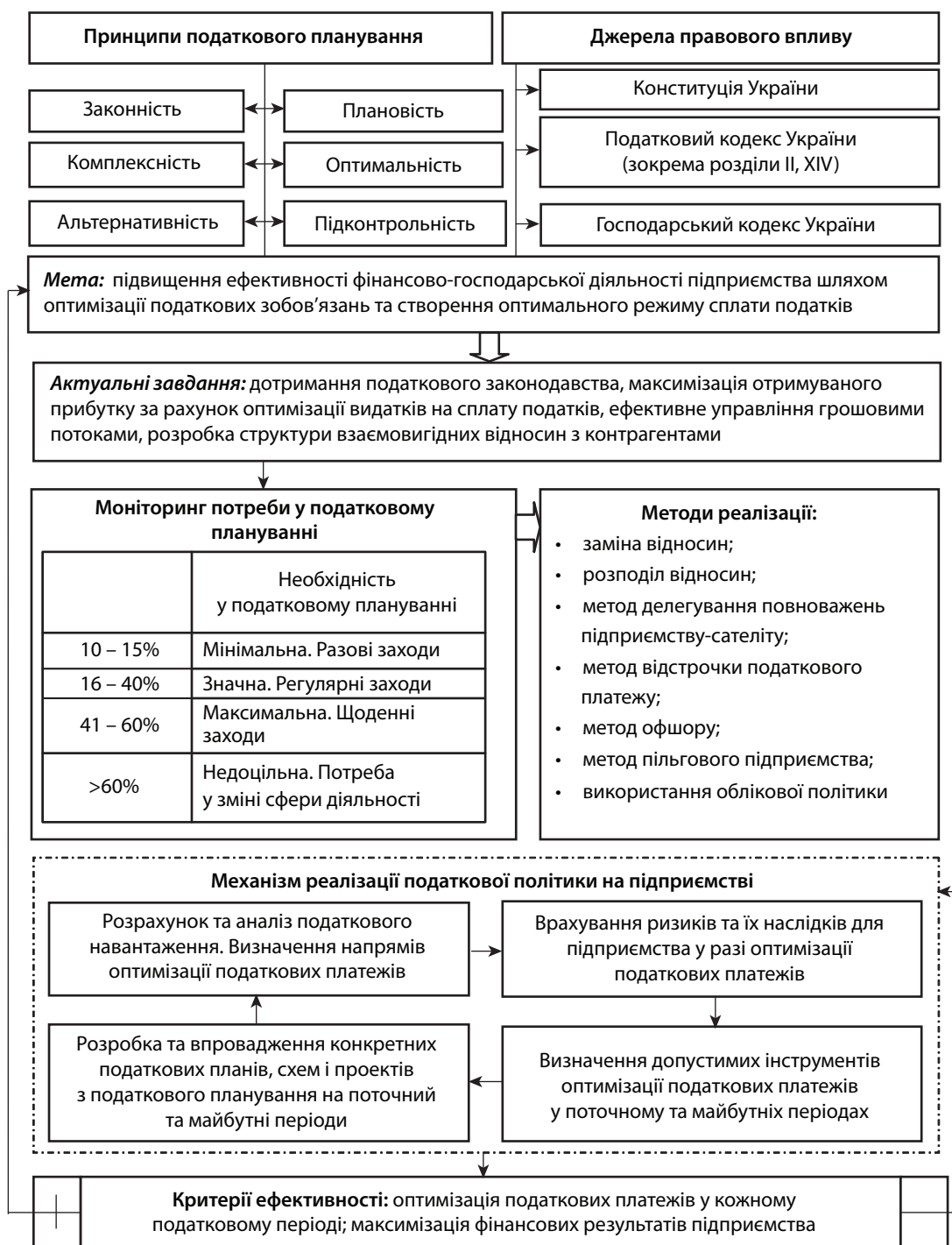


Рис. 1. Концепція реалізації ефективної системи податкового планування на підприємстві

ним в наявних умовах. Згідно з принципом альтернативності, обґрунтування якнайкращого варіанту заходів з оптимізації податків повинно здійснюватися на альтернативній основі за різними варіантами. Принцип підконтрольності пов'язаний з тим, що на кожному етапі реалізації податкове планування має супроводжуватися додатковими контрольними заходами, що направлені на виявлення можливих відхилень [13, с. 11 – 12].

Перший з вищезазначених принципів свідчить про значний вплив законодавчих норм на процес реалізації податкового планування. Джерелами такого впливу є положення Конституції України, Податкового та Господарського кодексів.

Метою підприємства при реалізації системи податкового планування має бути підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності шляхом оптимізації податкових зобов'язань та створення оптимального режиму сплати податків. Загальна мета реалізується через сукупність завдань, що витікають з неї. Серед завдань виділяють такі:

- ✦ дотримання податкового законодавства;
- ✦ максимізація отриманого прибутку за рахунок оптимізації видатків на сплату податків;
- ✦ ефективне управління грошовими потоками;
- ✦ розробка структури взаємовигідних відносин з контрагентами тощо.

Важливо розуміти, що реалізація податкового планування не може проводитися за однією моделлю на усіх підприємствах. Інтенсивність заходів з податкового планування, яких потребує те чи інше підприємство, залежить від того, наскільки високий рівень податкового тиску воно на собі зазнає. Щоб отримати таку інформацію, потрібно знати суму загального податкового навантаження на підприємство за звітний період та суму валової доданої вартості, що була створена підприємством за відповідний період.

Отже рівень податкового тиску на підприємство визначається за формулою:

$$i_{Пт} = \frac{\sum ПН}{\sum ВДв}, \quad (1)$$

де $i_{Пт}$ – рівень податкового тиску;
 $\sum ПН$ – податкове навантаження (сума податкових окладів за усіма видами податків, що сплачується підприємством у певний податковий період);

$\sum ВДв$ – сума валової доданої вартості підприємства за відповідний період (включає валовий прибуток, видатки на оплату праці та амортизацію).

Рівень податкового тиску є параметром, за яким здійснюється моніторинг потреби підприємств у впровадженні заходів різної інтенсивності з податкового планування. У зв'язку з тим охарактеризуємо заходи за рівнями податкового планування залежно від ступеню податкового тиску (табл. 1).

З табл. 1 зрозуміло, що рівень податкового тиску та інтенсивність заходів з податкового планування, яких потребує підприємство, мають пряму залежність. Слід зауважити, що розрахунок рівня податкового тиску здійснюється за показниками звітного періоду, а заходи з податкового планування, що впроваджуються відповідно до визначеного рівня податкового тиску мають

носити перспективний характер, з метою поліпшення фінансового стану підприємства у майбутніх періодах. Теоретично оптимальним вважається рівень податкового тиску в інтервалі 10 – 15% [3; 8], але фактично на кінець 2010 р. рівень податкового тиску на більшості українських підприємств складав 30 – 35%, а на кінець 2011 р. – 35 – 40% [1]. Збільшення зазначеного показника обумовлено значним збільшенням суми усіх податків, зборів, плати, внесків і мита, що стягується з підприємств до державного та місцевих бюджетів податковими органами (як результат посилення податкового контролю у межах податкової реформи), а також незначним на фоні цього збільшенням валової доданої вартості, створеної підприємствами, яка включає прибуток, видатки на оплату праці та амортизацію. Отже, можна зробити висновок, що в Україні більшість підприємств потребує регулярних заходів з податкового планування як частини загального фінансового управління та контролю.

Податкове планування, з одного боку, виступає однією зі складових внутрішнього планування на підприємстві, а з іншого – має специфічний предмет – податкові платежі. Саме тому на ряду із загальними методами, у податковому плануванні використовуються спеціальні методи, серед яких:

- ★ *метод заміни відносин.* Діюче законодавство не обмежує господарюючого суб'єкта у виборі форми угоди, контрагента тощо. Підприємець вправі самостійно обирати будь-який з допустимих варіантів, приймаючи до уваги його ефективність як у загальноекономічному плані, так і з точки зору оподаткування. Даний метод полягає в тому, що операція, яка підлягає більш жорсткому оподаткуванню, замінюється іншою операцією, яка дозволяє досягнути ту ж саму мету, але в пільговому порядку оподаткування;

Таблиця 1

Заходи за рівнями податкового планування [3;8]

Рівень податкового тиску	Рівень податкового планування	Необхідність у податковому плануванні
10 – 15%	Чітке ведення бухгалтерського обліку, внутрішнього документарного обороту, використання прямих пільг, підвищення професійного рівню відповідальних осіб разовими консультаціями зовнішнього податкового консультанту	Мінімальна. Разові заходи
16 – 40%	Впровадження податкового планування як частини загальної системи фінансового управління та контролю, спеціальна підготовка типових схем крупних довгострокових планів, спеціальне підготування персоналу, контроль та керівництво з боку фінансового директору	Значна. Регулярні заходи
41 – 60%	Впровадження податкового планування як найважливішого елементу стратегічного планування діяльності організації та її поточної щоденної діяльності за усіма внутрішніми та зовнішніми напрямками, спеціальне підготування персоналу та організація тісної взаємодії з усіма службами організації, контроль з боку Ради директорів, постійна робота із зовнішніми податковими консультантами, спеціальна програма розвитку, обов'язковий аналіз та експертиза будь-яких організаційних та фінансових заходів	Максимальна. Щоденні заходи
> 60%	Зміна сфери діяльності підприємства та/або податкової юрисдикції	Недоцільна. Потреба у зміні сфери діяльності

- ✦ *метод розподілу відносин.* З метою оптимізації суми податкових зобов'язань одна господарська операція або окрема її частина замінюється декількома іншими. Наприклад, з метою зменшення соціальних внесків, що підлягають сплаті, договір підряду з фізичною особою на виконання робіт з використанням підрядника може бути замінений двома договорами: договором надання послуг та договором купівлі-продажу матеріалів;
- ✦ *метод делегування повноважень підприємству-сателіту.* Полягає в передачі об'єкта оподаткування іншому суб'єкту підприємницької діяльності, що пов'язаний з платником податків. Даний метод передбачає проведення окремих видів підприємницької діяльності на інших підприємствах, які контролюються платником, за умовою, якщо це веде до певної економії;
- ✦ *метод відстрочки податкового платежу.* Даний метод дозволяє перенести момент виникнення об'єкта оподаткування на наступний податковий період. Наприклад, підприємство може укласти договір комісії із залученням посередника замість укладання договору поставки, що дозволяє перенести момент збільшення валового доходу у продавця;
- ✦ *метод офшору.* Сутність цього методу полягає в переносі об'єкта оподаткування (окремих операцій, видів діяльності, майна) під юрисдикцію з більш м'яким режимом оподаткування. Широко застосовується не тільки у зовнішньоекономічній діяльності, але й на територіях з особливими умовами оподаткування;
- ✦ *метод пільгового підприємства.* Застосовується шляхом переносу об'єкта оподаткування (окремих операцій, видів діяльності, майна) або видів діяльності під пільговий режим оподаткування, що пов'язаний з особливим податковим статусом деяких суб'єктів підприємницької діяльності, наприклад, суб'єктів малого бізнесу, які застосовують спрощену систему оподаткування;
- ✦ *метод використання облікової політики.* Даний метод оснований на взаємозалежності податкового та бухгалтерського обліку та полягає у тому, що за допомогою змін облікової політики можуть бути змінені розміри податкових баз. Наприклад, правильний вибір методу амортизації основних засобів дозволяє зменшити об'єкт оподаткування при продажу основних засобів.

Узагальнюючи усі можливі варіанти проведення податкового планування підприємства, доцільно зауважити, що у будь-якому випадку застосування заходів з податкового планування здійснюється за стандартним механізмом дій. У найбільш широкому вигляді цей механізм представляє собою послідовність чотирьох етапів заходів, серед яких:

1) *розрахунок та аналіз податкового навантаження, а також визначення напрямів оптимізації податкових платежів.* Цей етап зводиться до системи дій,

що були розглянуті при аналізі моніторингу потреби у податковому плануванні;

2) *врахування ризиків та їх наслідків для підприємства у разі оптимізації податкових платежів.* При проведенні податкового планування підприємство завжди зустрічається з різного роду ризиками, що стримують ефективність податкового планування. До таких ризиків можна віднести можливість втрати фінансових ресурсів підприємством або частини доходу (фінансові ризики), можливість змін законодавчих і нормативних актів (законодавчі ризики), можливість виникнення конфліктних ситуацій з контрагентами в результаті перекладання на них податкових зобов'язань (комерційні ризики), можливість залучення до фінансової або адміністративної відповідальності підприємства або його посадових осіб (ризики податкового контролю);

3) *визначення допустимих інструментів оптимізації податкових платежів* (податкових пільг, спеціальних режимів оподаткування тощо);

4) *розробка та впровадження конкретних податкових планів, схем і проектів* з податкового планування на поточний та майбутні періоди.

Критеріями ефективності системи заходів з податкового планування є підвищення ефективності фінансового господарської діяльності підприємства шляхом оптимізації податкових платежів. Іншими словами, ефективним буде податкове планування, у результаті якого було досягнуто головної його мети.

ВИСНОВКИ

Таким чином, податкове планування представляє собою достатньо новий аспект податкового менеджменту на підприємстві. У Податковому кодексі України міститься норма обов'язкового податкового планування, що, з одного боку, оцінюється позитивно, оскільки дозволяє суб'єктам господарювання грамотно будувати фінансову діяльність, але, з іншого боку, економіка нашої держави недостатньо сформована для ефективної дії цього нововведення.

Підбиваючи підсумки вищесказаного, доцільно зробити висновок, що податкове планування є одним з базових інструментів, що активізує показники ефективності функціонування підприємства. Оскільки фінансовий стан сучасних підприємств не є однорідним, кожне з них має розробляти індивідуальну систему податкового планування, що базується на власній методології. З нашої точки зору, легальна, системна та оптимальна організація податкового планування надасть можливість підприємству збільшити прибуток, оптимізувати податкові зобов'язання, синхронізувати грошові потоки та не отримувати штрафних санкцій. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Офіційний веб-сайт Державної податкової служби України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sta.gov.ua/control/uk/index>
2. Податковий кодекс України / Уклад. В. Кузнєцов. – Х. : Фактор, 2011. – 496 с.

3. Бечко П. К., Лиса Н. В. Податковий менеджмент: навч. посіб. / П.К. Бечко, Н.В. Лиса – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 288 с.

4. Дєєва Н. М., Редіна Н. І., Дулік Т. О. та ін. Оподаткування в Україні: Навч. посіб. / За ред. Н. І. Редіної.– К. : Центр учбової літератури, 2009.– 544 с.

5. Поддєрьогін А. М., Черненко В. К. Корпоративне податкове планування у фінансовому управлінні підприємством // Фінанси України.– 2011.– № 4.– С. 47 – 54.

6. Супруненко С. А. Податкове планування на підприємствах малого бізнесу // Актуальні проблеми економіки.– 2009.– № 4(94).– С. 135 – 144.

7. Иванов Ю. Б., Карпова В. В., Карпов Л. Н. Налоговый менеджмент: Учебное пособие.– Х. : ИД «ИНЖЭК», 2006.– 488 с.

8. Мєліхова Т. О. Удосконалення методів аналізу податкового навантаження господарської діяльності підприємств // Наукові праці КНТУ.– 2010.– № 7.– С. 16 – 24.

9. Підлужний М. Довгостроковий контракт як засіб оптимізації податків // Податкове планування.– 2010.– № 4.– С. 31 – 33.

10. Білоіван О. В. Податкове планування підприємницької діяльності // Економіка та підприємство.– 2006.– № 5.– С. 339 – 345.

11. Поршнев А. Г. Налоговый менеджмент : Учеб. / А. Г. Поршнев, Д. Г. Черник, Б. И. Замятин.– М. : ИНФРА-М, 2003.– 566 с.

12. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь.– 4-е изд., перераб. и доп.– М. : ИНФРА-М, 2005.– 480 с.

13. Иванов Ю. Суть, принципы и методы в налоговом планировании // Бухгалтерия.– 2005.– № 9.– С. 7 – 12.

Науковий керівник:

Лактіонова Олександра Анатоліївна – кандидат економічних наук, доцент, завідувач наукової лабораторії кафедри фінансів і банківської справи Донецького національного університету

УДК 336.717:339.138

ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ БАНКУ

ВАСИЛЬЄВА Т. А.

доктор економічних наук

Суми

Висновки різноманітних досліджень, які проводяться вітчизняними та західними спеціалістами, свідчать про те, що в сучасних умовах формування та реалізація маркетингової стратегії банку стає основним інструментом конкурентної боротьби в умовах постійних змін на ринку. Необхідність формування маркетингової стратегії в банківській сфері пояснюється тим, що в процесі взаємодії між банком і клієнтом у останнього складається відношення до даної установи: позитивне або негативне – це неминуче. Отже метою уникнення створення негативного іміджу банку необхідним є визначення чіткої послідовності дії, у процесі яких здійснюється спрямування емоцій споживачів у вигідне для банку русло, тобто формування маркетингової стратегії банку.

Проблеми маркетингу в банківській сфері досліджені у працях таких зарубіжних та вітчизняних вчених, як: Р. Акофф, І. Ансофф, Є. Голубкова, М. Стоун, Н. Гузь, П. Друкер, М. Лепа, О. Свіжак, Ф. Котлер, В. Домнін, Т. Аверішкінова та інші [1 – 12].

Метою статті є аналіз існуючих етапів формування маркетингової стратегії та визначення на їх основі сучасних підходів щодо формування маркетингової стратегії в банківській сфері.

Так, Ф. Котлер [7] виокремлює три етапи маркетингової стратегії: створення іміджу товару або послуги, виведення товару або послуги на ринок, утримання ринкових позицій даної торгової марки. Інші автори – Є. Голубков, П. Друкер – у визначеній галузі зазначають [3, 5], що основними складовими процесу формування

маркетингової стратегії є: цілеутворення (формування місії та цілей компанії); аналіз (зовнішнього, внутрішнього середовища); визначення позицій торгової марки компанії (позиціонування брєнда, вибір конкурентної позиції брєнда); формування стратегії розвитку брєнда (визначення атрибутів товару та атрибутів брєнда).

Узагальнюючи визначене [3, 5, 7], формування маркетингової стратегії, зокрема, у банку, розпочинається з аналізу послуги – як товару, що пропонується споживачам для споживання.

Отже, по-перше, призначення послуги як товару визначається тими бажаннями або потребами, які вона може задовольнити, а також нестійкістю та дефіцитом чогось важливого, що заповнює споживач за допомогою саме цієї послуги. По-друге, якість послуги, яка, з точки зору виробника та споживача, також може відрізнитися. Різниця полягає в тому, що продають одне (пропонують покупцю), а купують інше (що насправді необхідно споживачу).

Важливо наголосити, що, виходячи зі специфічної природи банківських послуг як об'єкта споживання, на їх якість мають вплив такі характеристики банку. Далі розглянемо їх.

1. Залежно від походження банку:

- ✦ банк є українським;
- ✦ банк є іноземним.

2. Залежно від територіального розміщення та графіку роботи мережі відділень банку:

- ✦ банк розташований близько до місця, де ви мешкаєте;
- ✦ банк розташований близько до місця, де ви працюєте;
- ✦ зручний графік роботи та здійснення платежів;
- ✦ банк має багато відділень.

3. Залежно від відносин з персоналом банку:

- ✦ персонал банку є компетентним;
- ✦ персонал банку є особливо привітним.