

Секція: Проблеми менеджменту та маркетингу

Шумкова В.І., к.е.н., старший викладач

кафедри статистики, АГД та маркетингу

Сумський національний аграрний університет

м. Суми, Україна

**ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ ЯК
КОМУНІКАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ
БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ**

Для будь-якої організації або установи реалізація її товарів або послуг з метою отримання максимально можливого прибутку, є найважливішим етапом її діяльності. Комерційні банки це також не оминуло. [1 с.6]

Банківська система являє собою важливу складову глобальної економіки, що здійснює забезпечення функціонування та наявність розширеного відтворення у національній і світовій господарській системі. Рушійним важелем взаємодії цих систем мають слугувати банківські послуги.

Практична діяльність комерційних банків свідчить про важливість та необхідність проведення дослідження банківських послуг як самостійного та відокремленого продукту банківської діяльності. Специфічні риси банківської діяльності відрізняє комерційні банки як суб'єктів ринкових відносин від виробничих підприємств і фінансових установ.

Сутність банківських операцій полягає в залученні тимчасово вільних грошових коштів фізичних та юридичних осіб з метою подальшого розміщення їх від свого імені та на умовах, що являють собою головні принципи кредитування, а також у касовому та розрахунковому обслуговуванні клієнтів та наданні валютних і інших специфічних банківських послуг, що передбачені ЗУ «Про банки і банківську

діяльність».[3 с.200]

Основною ціллю політики діяльності банку є залучення клієнтів та розширення власної сфери впливу на всі можливі сегменти ринку. Саме з цією метою комерційним банкам необхідно у своїй діяльності активно використовувати маркетинг.

Посилення конкуренції, розширення ринків банківських послуг та інші зміни у банківській системі визначають необхідність активного використання банківського маркетингу, а особливо використання елементів комунікаційної політики, що є специфічними безпосередньо для діяльності комерційних банків. [4]

Зазвичай інструменти PR використовуються як допоміжні засоби просування банківських послуг, але слід зазначити, що для виконання одного із принципів ведення бухгалтерського обліку, а саме принципу гласності, всі без виключення комерційні банки складають фінансову звітність.

Фінансова звітність комерційного банку являє собою спеціальну звітність, що подається лише банками та іншими фінансовими посередниками, що здійснюють банківські операції. Дані банківської фінансової звітності являють основу для розроблення грошово-кредитної і банківської статистики, яка використовується для виконання НБУ регулюючих та наглядових функцій. Даний вид звітності є інформацією, якою можуть користуватися зовнішні та внутрішні користувачі з метою прийняття управлінських рішень.

Таким чином, для зовнішніх користувачів така інформація дає змогу ознайомитися зі станом проведення банківських операцій та при здійсненні вибору найкращого для обслуговування банку швидко та ефективно прийняти рішення.

Дана інформація також повинна сприяти прийняттю правильних

економічних та управлінських рішень як зовнішніми, так і внутрішніми користувачами, шляхом оцінки минулих, теперішніх та майбутніх подій, підтвердження чи коригування їх оцінок, зроблених у минулому.

В Україні джерелами регулювання сфери фінансової звітності є не лише внутрішнє, а і зовнішнє законодавство. Уся звітність комерційних банків України складається у відповідності до Міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ). Також на основі цього документу НБУ розробляє внутрішньодержавні положення щодо складання та подання фінансової звітності. Відповідно до нормативних документів, метою складання фінансової звітності є надання достовірної та неупередженої інформації про активи, зобов'язання, власний капітал, доходи та витрати (включаючи прибутки і збитки), рух грошових коштів широкому колу користувачів для прийняття економічно обґрунтованих рішень.

Уся звітність комерційних банків готується згідно з Інструкцією про порядок складання та оприлюднення фінансової звітності банків України, затвердженої Постановою НБУ від 24.10.2011 року № 373.

У відповідності до даної Інструкції банки складають та подають наступні форми звітності:

- 1) звіт про фінансовий стан (баланс), у якому відображаються активи, зобов'язання та власний капітал банку за станом на кінець звітного періоду;
- 2) звіт про прибутки і збитки та інший сукупний дохід (звіт про фінансові результати), у якому банк розкриває основні види доходів і витрат, що групуються за їх характером;
- 3) звіт про зміни у власному капіталі (звіт про власний капітал) – документ, у якому банк відображає рух капіталу за звітний період;
- 4) звіт про рух грошових коштів надає інформацію, що є основою оцінки спроможності банку генерувати та ефективно використовувати грошові

кошти та їх еквіваленти;

5) примітки до фінансової звітності, що є невід'ємною складовою фінансової звітності банку. Банк складає їх самостійно до кожної суттєвої статті фінансової звітності на основі даних синтетичного та аналітичного обліку, згідно з вимогами МСФЗ.[2]

Таким чином, на сучасному етапі розвитку банківської сфери необхідно звернути особливу увагу на використання фінансової звітності комерційного банку як одного із елементів PR та головної складової формування ставлення потенційних клієнтів до банку, адже саме за її допомоги встановлюється з високою точністю ступінь надійності банківської установи.

Література:

1. Антонюк Д.С. Банківський маркетинг і маркетингова стратегія / Д.С. Антонюк, О.О. Романенко // Молодий вчений. – 2015. – № 11(26). – С. 6.
2. Інструкція про порядок складання та оприлюднення фінансової звітності банків України, затв. постановою Правління НБУ від 24.10.2011 р. № 373 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
3. Кльоба Р. Л. Маркетинговий підхід до вдосконалення управління банківською діяльністю / Р. Л. Кльоба // Наук. вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 19.3. – С. 196–214.
4. Микитюк П.П. Комунікації банку – реклама, зв'язки з громадськістю, стимулювання збуту / П.П. Микитюк // Інноваційний менеджмент [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://bibliograph.com.ua/biznes-37/7>.