

## ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВНОГО БАНКУ НА ПРИХИЛЬНІСТЬ КЛІЄНТІВ

### THE INFLUENCE OF THE STATE BANK'S MARKETING POLICY ON CUSTOMER LOYALTY

*У статті розглянуто питання впливу маркетингової політики банку на прихильність клієнтів. Визначено дерево цілей існування та діяльності банків. Автором досліджено основні етапи обрання клієнтом банку-партнера. Більш детально розглянуто особливості застосування на практиці основних інструментів комплекс-маркетингу. Проаналізовано маркетингову політику державних банків України.*

**Ключові слова:** маркетингова політика, державний банк, банк-партнер, комплекс маркетингу, банківська послуга.

*В статье рассмотрены вопросы влияния маркетинговой политики банка на благосклонность клиентов. Определено дерево целей существования и деятельности банков. Автором исследованы основные этапы избрания клиентом банка-партнера. Более*

*подробно рассмотрены особенности применения на практике основных инструментов комплекс маркетинга. Проанализировано маркетинговую политику государственных банков Украины.*

**Ключевые слова:** маркетинговая политика, государственный банк, банк-партнер, комплекс маркетинга, банковская услуга.

*The article is devoted the impact of the marketing policy of the bank to customer loyalty. The tree of the purposes of existence and activity of banks has been determined. The author studies the main stages of the selection by the client his bank-partner. The features of application of the mains tools of the marketing complex are considered in details. The marketing policy of state banks of Ukraine is analyzed in the article.*

**Key words:** marketing policy, state bank, bank-partner, marketing complex, bank service.

УДК 336.71

Шумкова О.В.

к.е.н., доцент кафедри статистики, АГД та маркетингу  
Сумський національний аграрний університет

**Постановка проблеми.** Діяльність сучасного банку припускає наявність високорозвиненого комплексу маркетингу, всі елементи якого супроводжуються ретельним аналітичним вивченням, що дозволяє оперативно реагувати на зміни в мікро- і макросередовищі банку. Маркетингова політика будь-якого банку безпосередньо залежить від власної бездоганної репутації, достатньо великої клієнтської бази та значного сегменту на ринку, а також поширеної думки про високий рівень та якість надаваних послуг.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням дослідження маркетингової політики банків та лояльності клієнтів до них займалися такі вчені, як: Є.П. Голубков, І.А. Гонтаренко, Н.В. Куденко, І.О. Лютий, В.О. Ткачук та ін.

**Постановка завдання.** Метою написання статті є дослідження питання обрання клієнтом банку-партнера з точки зору впливу на нього маркетингової політики.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Станом на липень 2017 року в Україні функціонує 90 банків, з яких 38 мають у своїй структурі іноземний капітал, 17 банків мають 100% іноземного капіталу. Також на сьогоднішній момент в Україні працюють три державні банки – ПАТ «Державний ощадний банк України», ПАТ КБ «Приватбанк», Державний експортно-імпорتنний банк України, а також ПАТ АБ «Укргазбанк», 94,94% акцій якого належать державі [6].

Зважаючи на це, державним банкам, які мають власний сегмент на фінансовому ринку України обов'язково необхідно утримувати його та поступово збільшувати, адже відомо, що основною ціллю діяльності банку є одержання прибутку, яке можна досягти

лише збільшенням клієнтської бази та наданням більшої кількості банківських послуг (рис. 1).

Для забезпечення первинної цілі діяльності державним банкам в Україні необхідно залучати нових клієнтів та збільшувати власну присутність на ринку фінансових послуг.

Для залучення нових клієнтів державним банкам треба звертати увагу на основні кроки, що робить клієнт при прийнятті рішення про обрання банку-партнера для співпраці (рис. 2).

Першим елементом упізнання банку є його образ, який включає в себе назву банку, його логотип, слоган банку та фірмовий колір.

Назва банку повинна базуватись на окресленій маркетинговій стратегії бренду банку, передбачати не тільки креативну розробку, а й перевірку майбутньої назви на «фонетичне звучання».

Логотип банку – це своєрідна візитна картка, завдяки якій банк ідентифікується нинішніми і потенційними клієнтами без додаткової інформації. Логотип банку повинен створювати чіткий та зрозумілий образ для банку.

Фірмовий колір несе в собі особливі асоціації. Вибір кольору важливий для залучення уваги до банку й для того, щоб управляти емоціями споживачів, викликати в них ті або інші асоціації й стимулювати бажання скористатися послугою.

Слоган – основна ідея, що звичайно виражається в одній короткій фразі. Її суть повинна міцно зв'язувати клієнта із банком і надихати на продовження цього зв'язку [1, с. 78].

Охарактеризуємо образи державних банків за допомогою таблиці 1 [2, 3, 4, 5].

Наступним кроком на етапі упізнання державного банку є встановлення цілей, що полягає

у формуванні їх уявлень про майбутнє і принципи існування об'єкту управління, його цілі і шляхи їх досягнення.

Основними продуктами цієї діяльності є стратегічне бачення банку, місія банку, генеральна ціль та декомпозиція генеральної цілі на цілі нижчого рівня (таблиця 2) [2, 3, 4, 5].

При обранні банку клієнт обов'язково звертає увагу на тривалість присутності банку на ринку.

ПАТ «Державний ощадний банку України» є правонаступником Державного спеціалізованого комерційного ощадного банку України, зареєстрованого Національним банком України 31 грудня



Рис. 1. Цільова система банків

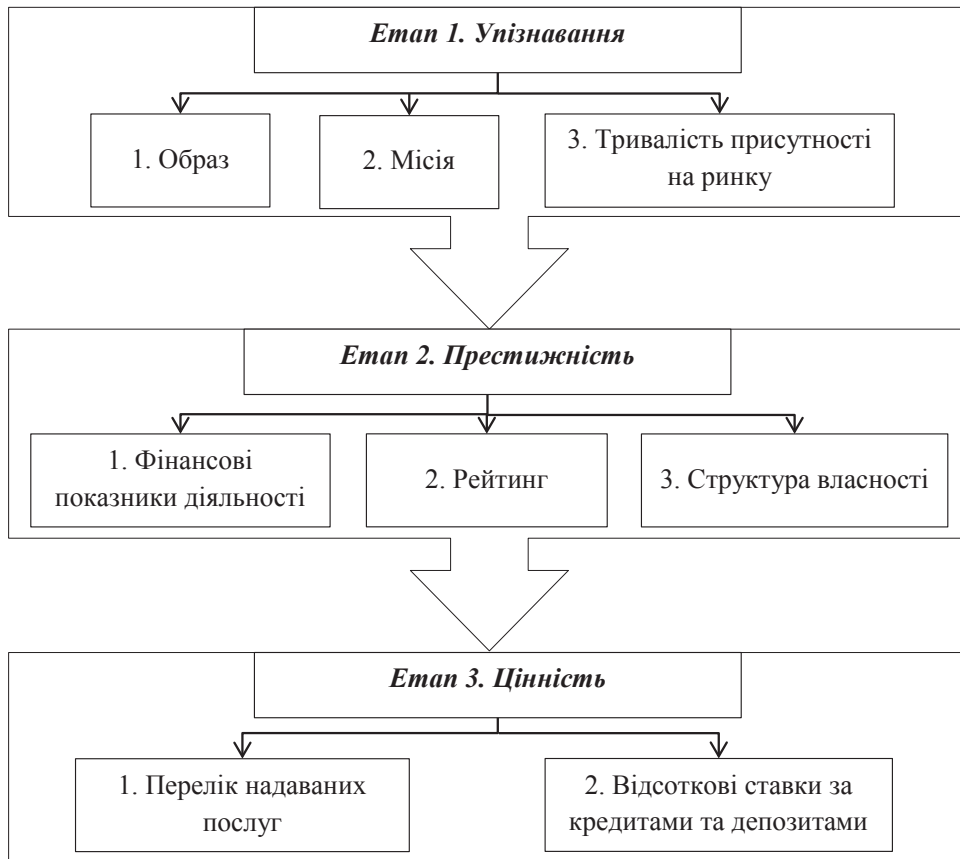


Рис. 2. Етапи обрання клієнтом банку-партнера

1991 року за № 4. Ощадбанк працює на ринку фінансових послуг України 26 років [2].

ПАТ КБ «Приватбанк» заснований у 1992 році. Цей банк було націоналізовано державою у кінці 2016 року. Приватбанк є одним з найбільш інноваційних банків світу [3].

Державний експортно-імпорتنний банк України створений 3 січня 1992 року згідно з Указом Президента України № 29 та 23 січня того ж року банк отримав свою першу ліцензію від Національного банку України [4].

ПАТ АБ «Укргазбанк» є правонаступником ЗАТ «Інтергазбанк», АКБ «Сервіс», АКБ «Укрнафто-

газбанк», АКБ «Народний банк» та АТЗТ «Хаджибейбанк», зареєстрованого Національним банком України 21 липня 1993 року. З 2009 року банк було рекапіталізовано Урядом України [5].

Другий етап, що являє собою престижність державного банку, може бути охарактеризована з трьох базових позицій – фінансові результати діяльності банку за поточний рік; рейтинг банку та структура власності.

Для досягнення поставлених цілей кожен із державних банків охоплює власний сегмент на ринку та надає власні специфічні послуги. Обсяг надаваних банком послуг залежить від обся-

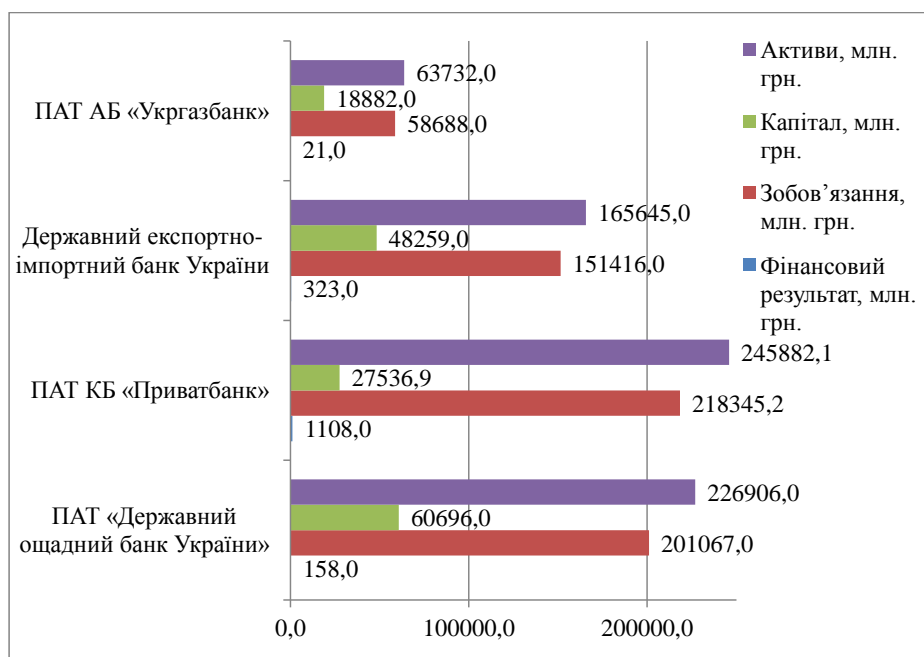


Рис. 3. Ренкінг державних банків у 2017 році

Таблиця 1

### Образ державних українських банків

Назва банку (повна та скорочена)	Логотип банку	Фірмовий колір	Слоган
ПАТ «Державний ощадний банк України» (Ощадбанк)		Зелений та жовтий. Символізує зростання, розвиток, гроші, процвітання та благополуччя, мудрість та розум	Мій банк. Моя країна #ощадбанкдіє
ПАТ КБ «Приватбанк»		Зелений та чорний. Символізує зростання, розвиток, гроші, процвітання та благополуччя. Чорна крапка означає точку опори	Банк, що любить Україну
Державний експортно-імпорتنний банк України (Укрексімбанк)		Синій – чесність, відвертість, відданість	Класика банківського мистецтва
ПАТ АБ «Укргазбанк»		Синій – чесність, відвертість, відданість	Належить державі

гів наявних активів та прибутків від надаваних послуг.

На рисунку 3 наведено ренкінг державних банків України, який складається з показників балансів банків та фінансових результатів їх діяльності за даними НБУ у 2017 році [6].

Також при визначенні ренкінгу державного банку важливе значення має структура його кредитного

портфеля, який являє собою сукупність усіх банківських позик, що структуровані за певними параметрами відповідно до завдань визначеної банком кредитної політики (таблиця 3) [2, 3, 4, 5].

Важливою складовою ресурсної бази банку є залишки коштів на поточних рахунках клієнтів, тобто депозити до запитання та строкові депозити, які у сукупності виступають найбільш сутте-

Таблиця 2

**Характеристики стратегічних бачень державних банків України**

ПАТ «Державний ощадний банк України»	<p><b>Стратегічне бачення</b> – зміцнювати свої лідерські позиції на ринку</p> <p><b>Місія</b> – забезпечення населення надійним фінансовим інструментом тривалого та гарантованого заощадження, а також підтримка економічного розвитку держави шляхом надання сучасних банківських послуг</p> <p><b>Генеральна ціль</b> – докорінна модернізація</p> <p><b>Цілі діяльності</b> – запровадити масштабну просвітницьку програму з переходу клієнтів в online-канали обслуговування, збільшити кількість банкоматів та терміналів самообслуговування, наростити кредитування фізичних осіб, мікро-, малого й середнього бізнесу</p>
ПАТ КБ «Приватбанк»	<p><b>Стратегічне бачення</b> – бути надійним універсальним міжрегіональним платіжним банком України, що орієнтований на інтереси клієнтів всіх форм власності</p> <p><b>Місія</b> – надавати банківські послуги з найкращою якістю обслуговування на прозорих і справедливих умовах усім жителям і компаніям країни</p> <p><b>Генеральна ціль</b> – бути лідером в Україні з надання населенню і юридичним особам усіх форм власності платіжних та інших банківських послуг, маючи показники доходності, прибутковості і надійності найкращі серед найбільших банків країни</p> <p><b>Цілі діяльності</b> – неухильно дотримуватися балансу залучених коштів і активів по кожному middle-office, віддаючи пріоритет нарощуванню пасивів; максимально ефективна робота з проблемними активами</p>
Державний експортно-імпортний банк України	<p><b>Стратегічне бачення</b> – зміцнення та реалізація виробничого і торгового потенціалу галузей економіки та підприємств, що є експортоорієнтованими або провадять діяльність, пов'язану з виробництвом імпортозамінної продукції</p> <p><b>Місія</b> – створення сприятливих умов для розвитку економіки та підтримки вітчизняного товаровиробника, обслуговування експортно-імпортних операцій, кредитно-фінансова підтримка процесів структурної перебудови</p> <p><b>Генеральна ціль</b> – фінансування та гарантування експортно-імпортних операцій підприємств</p> <p><b>Цілі діяльності</b> – надання кредитно-фінансової підтримки суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності з метою просування товарів вітчизняного виробництва на зарубіжні ринки; здійснення комплексу заходів щодо фінансування інвестиційних проектів</p>
ПАТ АБ «Укргазбанк»	<p><b>Стратегічне бачення</b> – підвищення енергоефективності та енергетичної незалежності України, а також для всебічної підтримки проектів, пов'язаних з ефективним використанням енергоресурсів та зменшенням шкідливого впливу на довкілля</p> <p><b>Місія</b> – кредитування вітчизняних підприємств та населення і надання їм повного спектру високоякісних банківських послуг для забезпечення відновлення економіки України, стабільного зростання ВВП</p> <p><b>Генеральна ціль</b> – робота з корпоративним, малим та середнім бізнесом, а також робота з фізичними особами у сфері енергозбереження</p> <p><b>Цілі діяльності</b> – робота щодо підписання угод для майбутнього спрощення доступу до фінансування для компаній, що бажають запровадити відновлювальні та енергозберігаючі технології і допомогти розкрити «зелений» економічний потенціал країни</p>

Таблиця 3

**Склад кредитного портфеля державних банків у 2016 році**

Загальний розмір кредитного портфеля, тис. грн	Міжбанківські кредити, тис. грн	Комерційні кредити, тис. грн	Цінні папери, тис. грн
ПАТ «Державний ощадний банк України»			
83879019,0	31131774,0	35598482,0	17148763,0
ПАТ КБ «Приватбанк»			
325987710,0	50000,0	225937720,0	99999990,0
Державний експортно-імпортний банк України»			
153827882,0	1544476,0	104089857,0	48193549,0
ПАТ АБ «Укргазбанк»			
54605125,0	6521927,0	28086441,0	19996757,0

вим і важливим джерелом формування та збільшення ресурсної бази комерційних банків. Склад та структура депозитів державних банків також суттєво впливає на фінансові результати його діяльності (табл. 4) [2, 3, 4, 5].

Не останнє місце при обранні надійного та стабільного комерційного банку займає визначення його рейтингової позиції серед інших банків.

Рейтинг банків – ранжування банків України на підставі комплексної оцінки їх стресостійкості та лояльності вкладників. Рейтинг враховує найбільш важливі показники з відкритих джерел інформації, що впливають на вибір банку для вкладу.

При проведенні рейтингової оцінки державних банків України було використано методику розрахунку, що використовує три показники і розраховується, як середнє арифметичне балів, отриманих банком за 3-х груп чинників: стресостійкість банку – здатність банку протистояти внутрішнім і зовнішнім ризикам; лояльність вкладників – прихильність клієнтів банку до його депозитними

продуктами і успішність діяльності банку на роздрібному сегменті депозитного ринку; оцінка аналітиків – середня оцінка надійності банку з точки зору пулу експертів [6].

Рейтинги державних банків України наведено в таблиці 5.

Окрім рейтингів, що складаються НБУ для всіх банків України складаються рейтинги і міжнародними рейтинговими агенціями (такими, як Fitch Ratings, Standard & Poor's та Moody's) також. При проведенні оцінки рейтингові агенції використовують власну шкалу для оцінки довго- та короткострокових інвестицій. Відповідно до існуючої шкали компанії Fitch Ratings всі банки відносять за буквенною шкалою до стабільного рівня. Рівень А(4) – надійний, В(3) – стабільний, С(2) – задовільний, D(1) – поганий, F – катастрофічний (табл. 6) [2, 3, 4, 5].

3 2 березня 2015 року набули чинності зміни до Закону України «Про банк та банківську діяльність», відповідно до якого банки зобов'язані відкривати імена власників, а НБУ розмішувати цю

Таблиця 4

### Депозити державних банків у 2016 році

Депозити фізичних осіб всього, тис. грн.	Кошти до запитання, тис. грн.	Строкові депозити, тис. грн.	Депозити юридичних осіб всього, тис. грн.	Кошти до запитання, тис. грн.	Строкові депозити, тис. грн.
ПАТ «Державний ощадний банк України»					
70498396,5	1335370,5	69163026,0	51051035,5	1335370,5	49715665,0
ПАТ КБ «Приватбанк»					
151203000,0	31684000,0	119519000,0	29925000,0	15250000,0	14675000,0
Державний експортно-імпортний банк України					
24498896,0	3516537,0	20982359,0	56860170,0	17638652,0	39221518,0
ПАТ АБ «Укргазбанк»					
13558053,0	3347815,0	10210238,0	32409626,0	18580599,0	13829027,0

Таблиця 5

### Рейтинг державних банків

	Загальний рейтинг	Стресостійкість	Лояльність вкладників	Оцінка аналітики	Місце в ренкінгу
ПАТ «Державний ощадний банк України»	3,95	3,80	3,90	4,41	2
ПАТ КБ «Приватбанк»	3,50	3,00	3,60	4,33	1
Державний експортно-імпортний банк України	3,49	3,40	3,40	3,96	3
ПАТ АБ «Укргазбанк»	3,81	3,10	4,30	4,48	7

Таблиця 6

### Міжнародні рейтинги Fitch Ratings державних банків України

Fitch Ratings	ПАТ «Державний ощадний банк України»	ПАТ КБ «Приватбанк»	Державний експортно-імпортний банк України	ПАТ АБ «Укргазбанк»
Довгостроковий рейтинг за національною шкалою	AA+	AAA	AA	AA+
Рейтинг стійкості	ссс	f	b-	b
Рейтинг підтримки	5	5	5	5
Прогноз	Стабільний	Стабільний	Стабільний	Стабільний

інформацію у відкритому доступі. Таким чином, при обранні банку клієнт звертає увагу і на структуру власності майбутнього банку-партнера (рис. 4) [2, 3, 4, 5].

Ощадбанк не бере участь у Фонді гарантування вкладів фізичних осіб, адже повернення вкладів стовідсотково гарантується державою відповідно до законодавства України. Укргазбанк, Приватбанк та Укрексімбанк є учасниками цього Фонду і в разі недоступності вкладу в комерційному банку фізичній особі гарантується відшкодування за вкладом, включаючи відсотки, у розмірі вкладу, але не більше 200 тис. грн. Але, не зважаючи на участь Приватбанк у Фонді гарантування вкладів держава гарантує повне повернення вкладу фізичної особи в цьому банку [2, 3, 4, 5].

Третій етап при обранні банку – це визначення його цінності шляхом дослідження якості надаваних послуг та порівнянні відсоткових ставок за кредитами та депозитами.

При визначенні якості надаваних послуг клієнт звертає особливу увагу на такі елементи, як: корпоративна культура та персонал, процес надання послуги та безпосередньо сам банківський продукт.

Надання послуг вимагає безпосереднього контакту між персоналом банку і споживачем. Якість обслуговування є значимим чинником для клієнта при ухваленні рішення про обслуговування в державному банку. Якщо первинний контакт можливий навіть при досить низькому рівні якості обслуговування, вірогідність повторного звернення до банку істотно знижується. При першому зверненні клієнт прискіпливо ставиться до компетентності персоналу, його доступності, ввічливості та доброзичливості.

У процесі надання банківської послуги клієнт завжди повинен бути залученим у цей процес. Саме тому швидкість обслуговування, стандартизовані алгоритми і процедури, у тому числі технічні мають велике значення при формуванні задоволеності і лояльності споживача.

Банківська послуга в державному банку являє собою банківську операцію з обслуговування клієнта, тобто, по суті, це кінцевий результат здійснення банківської операції [1, с. 189].

Всі державні банки у відповідності до Закону України «Про банк і банківську діяльність» надають три основні послуги: залучення коштів фізич-

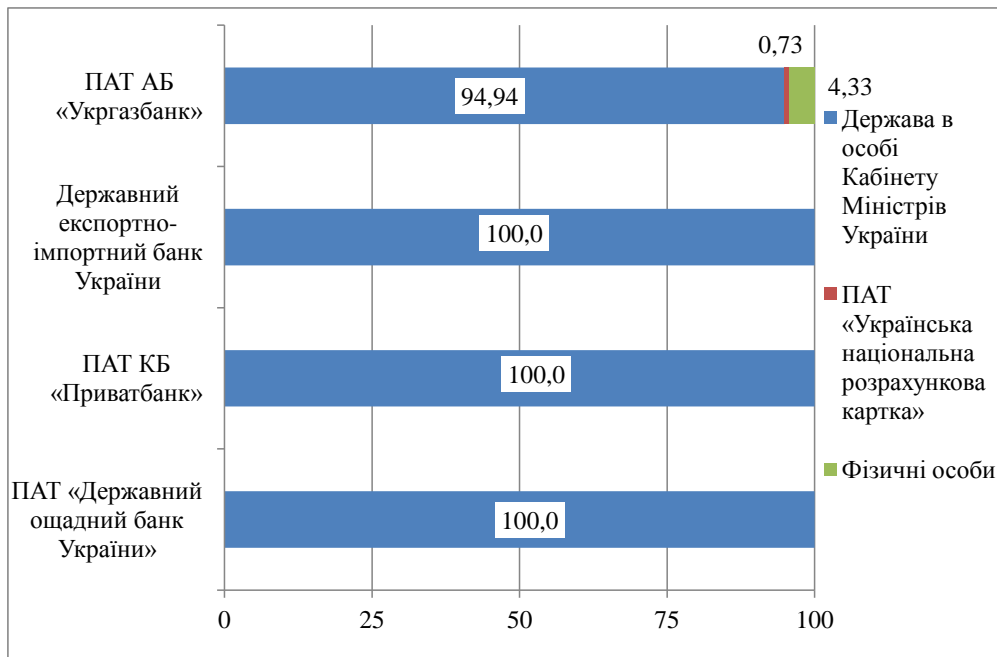


Рис. 4. Структура власності банків

Таблиця 7

Мережева структура державних банків у 2016 році

Банк	Відділення, од.	Працівники, ос.	Термінали самообслуговування, од.	Власні банкомати, од.
ПАТ «Державний ощадний банк України»	4042	30775	1200	2100
ПАТ КБ «Приватбанк»	2445	19500	6748	7322
Державний експортно-імпортний банк України	83	3665	50	528
ПАТ АБ «Укргазбанк»	231	3438	43	543

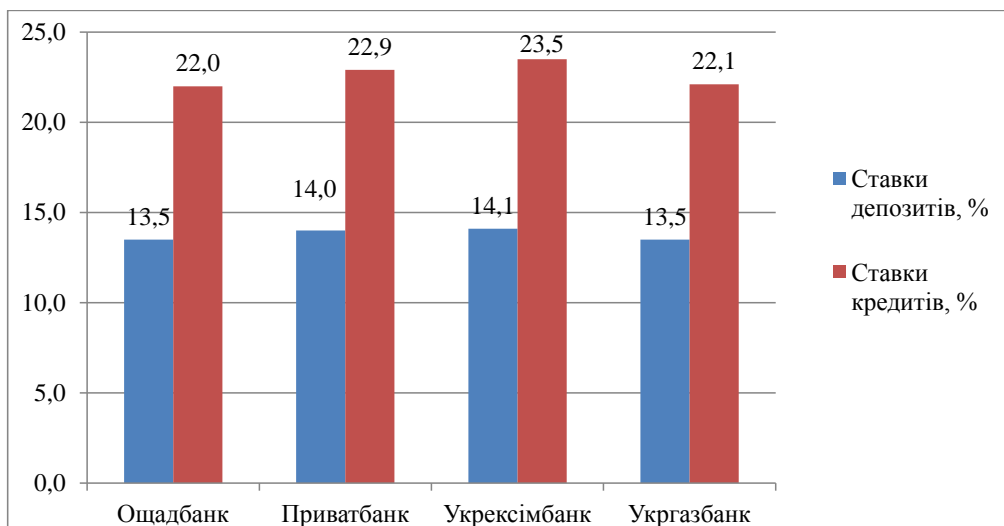


Рис. 5. Середній розмір відсоткових ставок за кредитами та депозитами державних банків

них та юридичних осіб (депозити); кредитування фізичних та юридичних осіб та розрахунково-касове обслуговування. Відповідно до базового переліку банківських послуг кожен банк надає власний перелік існуючих послуг, варіюючи їх на основі специфіки власної клієнтури та нових можливих клієнтів.

Для якісного надання банківських послуг та їх доступності кожен державний банк має власну мережу з відділень, кваліфікованих працівників, банкоматів та терміналів самообслуговування (табл. 7) [2, 3, 4, 5].

За віянням часу інноваційна політика державних банків орієнтована на впровадження на українському ринку принципово нових, передових банківських послуг, які надають клієнтам нові можливості управління своїми фінансами та надавати власним клієнтам послуги з віддаленого банкінгу. Що більше послуг надається через системи Інтернет та мобільного банкінгу і що якісніші вони є, то привабливішим державний банк буде для нового і наявного клієнта.

Використання державними банками сучасних Інтернет-технологій як стратегічного інструменту, що сприяє зміцненню їх позицій на ринку фінансових послуг, дає змогу з мінімальними інвестиціями створювати нові фінансові продукти та опанувати нові сегменти фінансового ринку.

Кожен із державних банків має свою систему Інтернет-банкінгу:

– Ощадбанк – Ощад 24/7 – сучасний програмний комплекс, що дає змогу контролювати стан своїх рахунків та здійснювати банківські операції без відвідування установи банку в режимі 24 години на добу, 7 днів на тиждень, з будь-якої точки світу, де є доступ до мережі Internet [2].

– Приватбанк – Приват24 – дає клієнтам цілодобовий доступ до рахунків. Клієнт може: перевіряти стан рахунку; поповнювати мобільний теле-

фон; робити перекази; сплачувати комунальні платежі та ін. [3].

– Укрексімбанк – Enter EXIM – система Інтернет-банкінгу, яка надає можливість керувати своїми коштами, контролювати власні рахунки та платіжні картки через мережу Інтернет. Звичайний комп'ютер, нетбук, планшетний ПК або, навіть, мобільний телефон, підключений до мережі Інтернет, дозволить з будь-якого місця в світі переглядати виписки, сплачувати рахунки, переказувати кошти, змінювати ліміти та блокувати платіжні картки [4].

– Укргазбанк – iTiny – високотехнологічна, сучасна, багатофункціональна система, що активно розвивається, забезпечує високий ступінь захисту інформації та рівень безпеки, легка у використанні. Система дозволяє клієнтам дистанційно, оперативно та безпечно розпорядитися власними банківськими рахунками в режимі реального часу, перебуваючи в будь-якій точці світу [5].

Не менш важливим критерієм при обранні банку-партнера є порівняння відсоткових ставок за депозитами та кредитами, що може дуже чітко дати уявлення про фінансовий стан банківської установи (рис. 5) [2, 3, 4, 5].

Як відомо банки працюють наступним чином: кошти, які клієнти банку поклали на депозит, він видає у вигляді кредитів. Відсоток за кредит більший, ніж за депозит, різниця – дохід банку. Занадто високі ставки за депозитами свідчать про незначну кількість коштів, що банк може надати у вигляді кредиту.

**Висновки з проведеного дослідження.** Процес обрання надійного банку-партнера завжди довгий та відповідальний, тому керівникам та працівникам банківських установ необхідно значну увагу приділяти правильному позиціонуванню банку, що буде мати вплив на прихильність клієн-

тів та збільшенні власного впливу на ринку, а й на фінансові показники діяльності банку.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Макарова Г. П. Маркетинг та його специфіка в банківській сфері / Г. П. Макарова // – К.: Просвіта, 2015. – 380 с.
2. Офіційний сайт Ощадбанку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.oschadbank.ua/ua/>
3. Офіційний сайт ПриватБанку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://privatbank.ua>
4. Офіційний сайт Укргазбанку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrgasbank.com>
5. Офіційний сайт Укрексімбанку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.eximb.com/ukr/personal/>
6. Фінансовий портал Мінфін [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minfin.com.ua>

#### REFERENCES:

1. Makarova H. P. (2015) Marketynh ta yoho spetsyfika v bankivskii sferi [Marketing and its specifics in the banking sector]. Kyiv: Prosvita, p. 380 (in Ukrainian).
2. Ofitsiyni sait Oshchadbanku (The official website of Oschadbank) Available at: <https://www.oschadbank.ua/ua/> (accessed 11 August 2017).
3. Ofitsiyni sait PryvatBanku (The official website of PrivatBank) Available at: <https://privatbank.ua> (accessed 11 August 2017).
4. Ofitsiyni sait Ukrhazbanku (The official website of Ukgasbank) Available at: <http://www.ukrgasbank.com> (accessed 11 August 2017).
5. Ofitsiyni sait Ukreksimbanku (The official website of Ukreksimbank) Available at: <https://www.eximb.com/ukr/personal/> (accessed 11 August 2017).
6. Finansovyi portal Minfin (Financial portal of the Ministry of Finance) Available at: <http://minfin.com.ua> (accessed 09 August 2017).

**Shumkova O.V.**

Candidate of Economic Sciences,  
Senior Lecturer at Department of Statistics, AGD and Marketing,  
Sumy National Agrarian University

### THE INFLUENCE OF THE STATE BANK'S MARKETING POLICY ON CUSTOMER LOYALTY

The marketing policy of any bank depends on its own impeccable reputation, a sufficiently large client base and a significant segment of the market, as well as a widespread perception of the high level and quality of the services provided by it.

There are 90 banks in Ukraine, 38 of which have foreign capital in their structure, 17 banks have 100% foreign capital. There are also three state-owned banks in Ukraine and a bank, 94.94% of which belongs to the state.

It is imperative for state banks to maintain and gradually increase their own customer base and segment in the market of financial services.

For an increment of the customer base, state banks should pay attention to the main steps that the client makes when deciding to elect a partner bank for cooperation. There are three of them 1) identification of the bank (this step has such elements as image of the bank, mission of the bank, time of existence in the market financial services); 2) prestige of the bank (this step has such elements as financial indicators, rating, structure of owners); 3) value of the bank (this step has such elements as list of services, which bank provides for its customers, rates on loans and deposits).

To achieve the goals, each state bank covers its own market segment and provides its own specific services. The volume of services provided by the bank depends on the volume of available assets and the income from the services, which the bank provides.

Not the last place in the selection of a reliable and stable bank is determining its rating position among other banks. Usually, the rating takes into account the most important indicators from open sources of information that influence the choice of the bank-partner. Such as stress resistance of the bank, customer loyalty and analytical assessment of the pool of experts.

The process of selecting a reliable bank-partner is always long and responsible. Thus, managers and employees of the bank should pay a considerable attention to the correct positioning of the bank in the financial services market.