



GfK.Growth from Knowledge



## **ПРЕДЛОЖЕНИЕ**

### **“Ежегодное регулярное исследование украинского рынка банковских услуг для юридических лиц — 2010”**

Предложение от 1 июля 2010 г.

**От:** GfK Ukraine

**Контактные лица:**

Ирина Ипполитова, старший исследователь отдела финансовых исследований

Тел: (044) 230-0260

E-mail: [iryna.ippolitova@gfk.com](mailto:iryna.ippolitova@gfk.com)



## **Содержание**

<b>1. Цель и задачи исследования .....</b>	<b>2</b>
<b>2. Формат исследования .....</b>	<b>3</b>
2.1 Опрос .....	3
2.2 Анализ данных .....	3
2.3 Структура отчета .....	4
<b>3. Исходные материалы .....</b>	<b>5</b>
<b>4. Обязательства GfK Ukraine.....</b>	<b>6</b>
<b>5. Сроки предоставления исходных материалов .....</b>	<b>6</b>
<b>6. Стоимость .....</b>	<b>6</b>

## 1. Цель и задачи исследования

Украинский рынок банковских услуг для юридических лиц динамично изменяется в зависимости от темпов экономического роста и структурных изменений в экономике. Каждый год компания GfK Ukraine проводит опрос предприятий об отношении к банкам и использовании банковских услуг. Данные исследования могут сравниваться с данными группы GfK по другим странам Восточной Европы, поскольку используется общая лицензированная методика FMDS Corporate.

Задачей исследования является предоставление клиентам такой информации:

- текущее положение банков на рынке корпоративных клиентов
  - деловые отношения с банками: с какими банками сотрудничают, намерения относительно смены банка, причины смены банка, интенсификация и сокращение работы с банками, изменение долей банков по количеству клиентов на рынке по сравнению с 2003-09 годами;
  - состояние банковских брендов: знание банков, знание банковской рекламы, привлекательность банков, какие банки ассоциируются с предприятиями различных размеров и отраслей, динамика по сравнению с 2003-2009 годами;
- состояние рынка банковских услуг для юридических лиц (использование предприятиями различных услуг, намерения использования в будущем, использование услуг в разрезе банков), динамика состояния рынка по сравнению с 2003-09 годами;
- расширенные блоки по характеристикам используемых кредитных и депозитных продуктов, а также зарплатному проекту;
- факторы выбора банка;
- имидж банков и факторы, которые влияют на формирование имиджа банка;
- лояльность предприятий к банку и факторы, которые определяют лояльность;
- удовлетворенность предприятий сотрудничеством, услугами и обслуживанием в основном банке, динамика этих показателей по сравнению с 2003-09 годами;
- ситуации, которые более всего раздражают в ежедневной работе с банком – насколько они часто случаются, динамика этих показателей по сравнению с 2003-09 годами;
- использование различных способов коммуникации с банком и электронного банкинга;
- источники информации о банковских услугах;
- сегментация юридических лиц по пользованию банковскими услугами, особенности различных групп клиентов.

В отчете эти показатели будут сравниваться с показателями предыдущих волн исследования:

- Волна 4 – осень 2006 года;
- Волна 5 – весна 2008 года;
- Волна 6 – весна 2009 года.

## 2. Формат исследования

### 2.1 Опрос

Опрос предприятий Украины будет проводиться в феврале-марте 2010 года.

Метод опроса – интервью по телефону с представителями предприятий, которые непосредственно принимают участие в выборе банков и банковских услуг (то есть, финансовый директор, главный бухгалтер, руководитель или владелец предприятия).

Выборка составляет 1000 предприятий с ненулевым доходом, которые зарегистрированы во всех регионах и типах населенных пунктов Украины.

Выборка исследования будет соответствовать структуре предприятий Украины по таким параметрам:

- Предприятия будут разделены на 4 группы по размерам чистого дохода в 2008 году (до 2,5 млн. грн., 2,5-40 млн. грн., 40-200 млн. грн., более 200 млн. грн.). В каждой из этих групп будет опрошено соответственно 300, 300, 300 и 100 предприятий, что обеспечивает возможность анализа каждой группы по доходам отдельно. Для анализа всей выборки она будет перевзвешена таким образом, чтобы доля каждой группы по доходу в выборке соответствовала ее доле среди всех предприятий Украины;
- доля в выборке предприятий разных секторов экономики (промышленность, сельское хозяйство, оптовая и розничная торговля, транспорт и другие отрасли) отвечает долям этих секторов среди всех предприятий Украины. Из выборки, как и в предыдущих волнах исследования, исключены юридические лица, действующие в сферах государственного управления и банки;
- доля в выборке предприятий разных областей Украины соответствует долям этих областей среди всех предприятий Украины.

Процедура формирования выборки состоит из 2 этапов:

- Этап 1 — построение матрицы квот для отбора предприятий из генеральной совокупности по областям, секторам экономики и размерам предприятия.
- Этап 2 — получение от Госкомстата базы данных предприятий Украины для наполнения квот. Отбор конкретных предприятий для опроса в рамках определенных квот происходит случайным образом.

Интервью будут проводить опытные бизнес-интервьюеры компании GfK Ukraine. Длительность результативного интервью – около 30 минут.

Опросник исследования прилагается к этому предложению.

### 2.2 Анализ данных

Данные опроса будут анализироваться таким образом:

- сравнение показателей различных банков;

- сравнение данных 2010 года с данными предыдущих волн исследования;
- сравнение данных по различным группам респондентов (группы по размеру предприятия, сектору экономики, региону регистрации, основному банку и сегменту, к которому будет отнесено предприятие).

При помощи методов многомерного анализа (регрессионный, кластерный, факторный анализ) в отчете решены такие задачи, как сегментация пользователей банковских услуг, определение факторов, влияющих на лояльность к банкам, и имидж банков.

Для анализа спроса на банковские услуги мы используем элементы методики GfK Navigator®, которая позволяет эффективно выявить сегменты рынка, в которых спрос не является удовлетворенным, а также имеющиеся на рынке ниши. Также при помощи элемента методики GfK Loyalty Plus® мы просчитываем комплексный показатель лояльности клиента к банку, а также масштаб влияния на него различных факторов.

### 2.3 Структура отчета

Аналитический отчет по результатам проекта имеет такую ориентировочную структуру:

#### 1. Банки

- Знание и деловые отношения с банками
  - Знание банков и их рекламы
  - Деловые отношения и основной банк предприятия
  - Расширение и сворачивание деловых отношений
  - Активность банков в контактах с потенциальными клиентами
  - Привлекательность и потенциал банков
  - Намерения смены банка и причины смены; банк, на который планируют сменить нынешний банк
- Факторы выбора, лояльность и удовлетворенность банком
  - Факторы выбора банка
  - Лояльность к банкам и факторы лояльности
  - Удовлетворенность отдельными характеристиками банков
  - Неприятные ситуации в работе с банками
- Имидж банков

#### 2. Услуги

- Пользование услугами
  - Пользование различными банковскими услугами
  - Планы пользования новыми банковскими услугами

- Пользование услугами в разрезе банков
- Характеристики используемых кредитов
- Характеристики используемых депозитов
- Способы коммуникации с банком
- Электронный банкинг

### 3. Источники информации

#### 4. Клиенты

- Анализ различных групп клиентов
  - Размер предприятия
  - Отрасль предприятия
  - Регион регистрации предприятия
  - Сегменты предприятий по пользованию услугами

### 3. Исходные материалы

Все исходные материалы проекта будут предоставлены в электронном виде на украинском и/или английском языке.

По результатам проекта будут предоставлены исходные материалы в таком формате:

- Аналитический отчет в формате PowerPoint с анализом результатов согласно задачам исследования;
- Статистические приложения (таблицы распределений по количественному опросу) в формате Excel;
- Массив данных опроса в форматах SPSS и DataViewer;
- Презентация результатов исследования для клиента в г. Киев (при необходимости).



#### **4. Обязательства GfK Ukraine**

В течении выполнения данного проекта GfK Ukraine совершает следующие работы:

- Разработка плана исследования и руководство проектом
- Разработка анкеты и выборки
- Подготовка интервьюеров
- Проведение опроса
- Обработка данных
- Анализ результатов исследования, который будет совершен с использованием двумерных и многомерных методов анализа
- Подготовка отчета в определенном формате

#### **5. Сроки предоставления исходных материалов**

Исследование рынка банковских услуг для юридических лиц осуществляется раз в год. Результаты исследования 2010 года будут предоставлены до 30 апреля 2010 года.

#### **6. Стоимость**

Стоимость участия в синдикате для одного банка составляет 49 500 грн. (с НДС). Банкам, которые не входят в топ-10 банков по размеру активов на 1 октября 2009 года, предоставляется 10% скидка на приобретение результатов исследования.