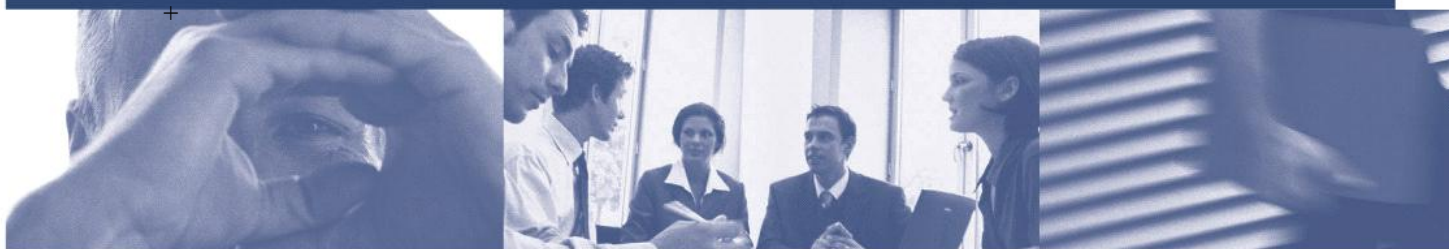




GfK.Growth from Knowledge



## **ПРЕДЛОЖЕНИЕ**

### **“Ежегодное регулярное исследование украинского рынка банковских услуг для юридических лиц — 2012”**

Предложение от 27 декабря 2011 г.

**От:** GfK Ukraine

**Контактные лица:**

Дмитрий Яблоновский, руководитель отдела финансовых исследований

Тел: (044) 230-0260

E-mail: [Dmytro.Yablonovskyy@gfk.com](mailto:Dmytro.Yablonovskyy@gfk.com)



**Содержание**

- Содержание..... 1**
- 1. Цель и задачи исследования..... 2**
- 2. Формат исследования..... 3**
  - 2.1 Опрос ..... 3
  - 2.2 Анализ данных ..... 3
  - 2.3 Структура отчета..... 4
- 3. Исходные материалы ..... 5**
- 4. Обязательства GfK Ukraine..... 6**
- 5. Сроки предоставления исходных материалов ..... 6**
- 6. Стоимость ..... 7**
- 7. Дополнительные выборки клиентов банков ..... 8**

## 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 2003-11 годами;
  - состояние банковских брендов: знание банков, знание банковской рекламы, привлекательность банков, динамика по сравнению с 2003-2011 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 2003-11 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 2003-11 годами;
- ситуации, которые более всего раздражают в ежедневной работе с банком – насколько они часто случаются, динамика этих показателей по сравнению с 2003-11 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 6 – весна 2009 года;
- Волна 7 – весна 2010 года;
- Волна 8 – весна 2011 года.

## 2. Формат исследования

### 2.1 Опрос

Опрос предприятий Украины будет проводиться в феврале-марте 2012 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 2010 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 2012 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 языке (отчет – также на 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 или 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 2012 года будут предоставлены до 30 апреля 2012 года.

## 6. Стоимость

Стоимость результатов исследования дифференцирована в зависимости от возможностей анализа данных, которые получает каждый банк.

Группа	Банки, вошедшие в группу	Возможности анализа данных	Стоимость в 2012 году, грн. с НДС
1	ПриватБанк, Райффайзен Банк Аваль	Возможно анализировать особенности своих клиентов в разрезе СМБ и КБ, включая удовлетворенность, лояльность и имидж	62 615
2	Ощадбанк, Проминвестбанк, Укрэксимбанк, УкрСиббанк, Укрсоцбанк	Возможно анализировать особенности своих клиентов, включая удовлетворенность, лояльность и имидж (без разделения на СМБ и КБ)	59 895
3	Альфа-Банк, VAB Банк, ВТБ Банк, Креди Агриколь Банк, Кредобанк, Надра, ОТП Банк, ПУМБ, Пивденный, Правэкс- банк, Укргазбанк, Финансы и Кредит, Форум, Ерсте	Возможно анализировать особенности своих клиентов, кроме удовлетворенности, лояльности и имиджа (без разделения на СМБ и КБ)	54 450
4	Другие банки	Только доли банка по разным показателям, ситуация на рынке в целом, нет возможности анализировать особенности своих клиентов	46 280

## 7. Дополнительные выборки клиентов банков

В рамках регулярного исследования рынка банковских услуг для предприятий у банков есть возможность заказать опрос дополнительной выборки своих клиентов.

Опрос дополнительной выборки своих клиентов позволит банкам получить больше данных о своих клиентах в рамках исследования: сравнивать своих клиентов и клиентов других банков, определяя таким образом свои сильные и слабые стороны в обслуживании разных групп клиентов, определять уровень лояльности и удовлетворенности своих клиентов, анализировать подгруппы клиентов (например, КБ и СМБ, региональные группы, по отраслям и т.д.). Проведение таких опросов особенно интересны банкам из группы 3 и 4, так как наличие этих данных значительно расширит возможности использования Регулярного исследования.

Опрос дополнительной выборки будет проводиться на правах **ЭКСКЛЮЗИВНОСТИ**, т.е. результаты опроса будут доступны только банку, заказавшему опрос.

Для проведения опроса банку необходимо предоставить идентификационные коды своих клиентов (коды ЕГРПОУ). Количество предоставляемых кодов должно в 10 раз превышать количество интервью, которое необходимо сделать. GfK Ukraine гарантирует конфиденциальность всех предоставленных банком данных.

Объем выборки и длительность интервью для дополнительного опроса клиентов определяется каждым банком индивидуально. Стоимость опроса зависит от количества интервью и средней длительности интервью. Ниже приводятся ориентировочная стоимость дополнительной выборки различного дизайна.

Кол-во интервью в дополнительной выборке	Возможности для анализа	Средняя длительность интервью	Стоимость проведения дополнительного опроса, грн. с НДС
200	Сравнение банка с рынком по всем показателям, включая уровень удовлетворенности, лояльности и имидж. Возможно разбивать выборку на 3-4 группы.	15 мин. (задаются только наиболее важные вопросы)	34 760
200		30 мин. (полная анкета)	50 160
400	Сравнение банка с рынком по всем показателям, включая уровень удовлетворенности, лояльности и имидж. Возможно разбивать выборку на 7-8 групп.	15 мин. (задаются только наиболее важные вопросы)	52 030
400		30 мин. (полная анкета)	81 290



Возможны дополнительные опросы с другим количеством интервью и/или с другой средней длительностью интервью. Стоимость проведения дополнительного опроса в этом случае рассчитывается отдельно.

Результаты дополнительного опроса клиентов:

- Массив данных в SPSS и/или Dataviewer, включая также данные Регулярного исследования;
- Таблицы Excel со сравнением показателей для банка и рынка по всем вопросам анкеты.