



GfK.Growth from Knowledge



ПРОПОЗИЦІЯ

"Регулярне дослідження іміджу банків в 2010 році"

Пропозиція від 01.07.2010

От: GfK Ukraine

Контактні особи:

Ірина Іпполітова, старший дослідник відділу досліджень ринків послуг

Марія Свирська, дослідник відділу досліджень ринків послуг

Тел: (044) 230-0260

E-mail: Maria.Svirska@gfk.ua

Резюме

Цілі дослідження

Регулярно відслідковувати сприйняття (імідж) найбільших українських банків населенням.

Методологія дослідження

- Опитування суміщене з опитуванням по «Регулярному дослідженню українського ринку банківських послуг для фізичних осіб в 2010 році»
- Опитування проводиться в березні та вересні 2010 року
- Опитування 1000 респондентів віком від 16 років по всій Україні
- Квотна маршрутна вибірка, з квотами по області, розміру населеного пункту, віку та статі респондента
- Метод опитування – особисте інтерв'ю вдома у респондента

Структура опитувальника

Опитувальник складається з постійних питань та питань, що змінюються, добавляються в кожну хвилю.

Постійні питання:

- Загальна оцінка репутації банку;
- Сприйняття різних аспектів роботи банку;
- Сприйняття банку як українського vs сприйняття банку як іноземного.

Питання, що було додано до опитувальнику в березні 2009 року:

- Тестування логотипів банків;
- Персоніфікація банків.

Питання, що було додано до опитувальнику в вересні 2009 року:

- Оцінка іміджу банку;
- «Ідеальний» банк
- Тестування логотипу банку, салогана банку;
- Персоніфікація банків.

Продукти дослідження іміджу найбільших банків

- Аналітичний звіт в форматі PowerPoint;
- Таблиці розподілів у форматі Excel за рік за такими параметрами як вік, стать, освіта, професійний статус, рівень добробуту, регіон проживання, область, місто, розмір населеного пункту, основний банк;
- Масив даних в трекінговому ПЗ DataViewer та в SPSS;
- Презентація звіту в м. Києві (за потребою).

Вартість результатів дослідження іміджу найбільш крупних банків¹

- Пакет даних (дві хвили) 24 200 грн. з ПДВ
- Вартість однієї хвили 14 520 грн. з ПДВ

Терміни приведення різних етапів дослідження

Місяць \ етап дослідження	Внесення змін в анкету до	Полювий етап	Масив даних та таблиці	Короткий звіт
Січень	26.12.2009	14-28.01	10.02	-
Лютий	21.01	2-19.02	9.03	-
Березень	19.02	2-19.03	1.04	20.04
Квітень* ²	20.03	1-16.04	4.05	-
Травень	23.04	11-25.05	15.06	-
Червень	20.05	1-16.06	6.07	22.07
Липень	19.06	1-16.07	3.08	-
Серпень	20.07	3-19.08	7.09	-
Вересень	17.08	1-15.09	5.10	26.10
Жовтень*	21.09	1-17.10	5.11	-
Листопад	20.10	2-17.11	3.12	-
Грудень	19.11	1-16.12	15.01.2011	15.02.2011

¹ Вартість результатів у гривнях чинна у випадку 100% передоплати. У випадку часткової післяплати вартість збільшується на 5% у зв'язку з інфляцією. Вартість у євро не змінюється.

² Зірочками позначені місяці, коли до опитувальника додається розширений блок запитань по страховим послугам.