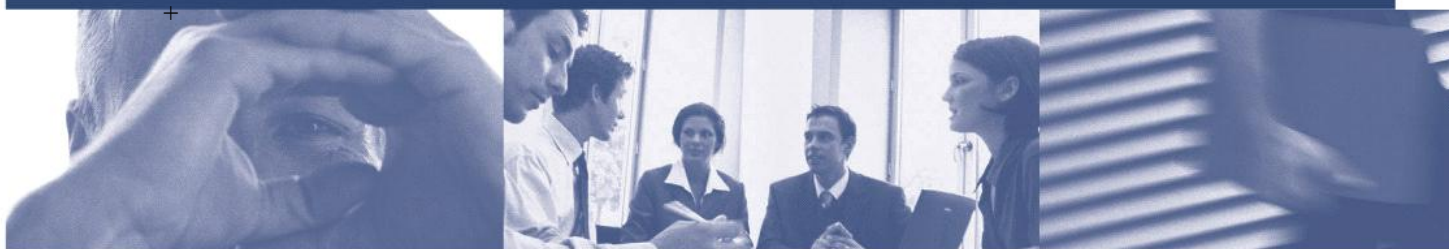




GfK.Growth from Knowledge



ПРОПОЗИЦІЯ

“Регулярне дослідження іміджу найбільш крупних банків в 2012 році”

Пропозиція від 28.12.2011

От: GfK Ukraine

Контактні особи:

Дмитро Яблонівський, керівник відділу досліджень ринку
фінансових послуг

Лідія Кулиба, дослідник відділу досліджень ринку фінансових послуг

Тел: (044) 230-0260

E-mail: Lidiya.Kuliba@gfk.com

Резюме

Цілі дослідження

Регулярно відслідковувати сприйняття (імідж) найбільших українських банків населенням.

Методологія дослідження

- Опитування суміщене з опитуванням по «Регулярному дослідженню ринку банківських послуг для фізичних осіб в 2012 році».
- Опитування проводиться в березні та вересні 2012 року.
- Опитування 1000 респондентів (у кожній хвили) 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 додаються в кожную хвилю.

Постійні питання:

- Обізнаність про банки;
- Загальна оцінка репутації банку;
- Сприйняття різних аспектів роботи банку;
- Сприйняття банку як українського vs сприйняття банку як іноземного.
- Чинники впливу на наміри користування послугами банку (факторний аналіз);
- Критерії вибору банку;
- Довіра до різних соціальних інституцій.

Питання, що додається до опитувальнику в березні 2012 року:

- Знання слоганів банків;

Питання, що додається до опитувальнику в вересні 2012 року:

- Асоціація банків з кольорами;

Продукти дослідження іміджу найбільших банків

- Аналітичний звіт в форматі PowerPoint;
- Таблиці розподілів у форматі Excel за рік за такими параметрами як вік, стать, освіта, регіон, розмір населеного пункту, рівень добробуту, професійний статус, 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) 29 285 грн. з ПДВ
- Вартість однієї хвили 17 570 грн. з ПДВ

Терміни приведення різних етапів дослідження

Місяць \ етап дослідження	Внесення змін в анкету до	Польовий етап	Масив даних та таблиці	Короткий звіт
Березень	20.02	01-16.03	06.04	30.04
Вересень	21.08	03-14.09	05.10	30.10

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