

# РЕГУЛЯРНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ УКРАИНСКОГО РЫНКА БАНКОВСКИХ УСЛУГ ДЛЯ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ: 2017

Предложение, GfK Ukraine



Анастасия Косович, [Anastasia.Kosovych@gfk.com](mailto:Anastasia.Kosovych@gfk.com)

Лидия Кулыба, [Lidiya.Kuliba@gfk.com](mailto:Lidiya.Kuliba@gfk.com)

# Задачи и методология исследования

## Задачи исследования (1)

*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.*

Заданием исследования является предоставление клиентам следующей информации:

Текущее положение банков на рынке предприятий:

- деловые отношения с банками: с какими банками сотрудничают, намерения относительно смены банка, причины смены банка, интенсификация и сокращение работы с банками;
- состояние банковских брендов: знание банков, знание банковской рекламы, привлекательность банков

Состояние рынка банковских услуг для юридических лиц (использование предприятиями различных услуг, намерения использования в будущем, использование услуг в разрезе банков)

Расширенные блоки по характеристикам используемых кредитных и депозитных продуктов, а также зарплатному проекту

## Задачи исследования (2)

Заданием исследования является предоставление клиентам следующей информации (продолжение):



Факторы выбора банка для сотрудничества



Оценка сотрудничества с основным банком: его имиджа, удовлетворенности сотрудничества с ним и лояльности к нему (NPS); оценка факторов, которые влияют на эти показатели; оценка частоты возникновения различных неприятных ситуаций при обслуживании в основном банке



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:***

- 2008-2016 гг.

# Методология исследования



**!!! Опросник исследования может быть предоставлен в случае необходимости**

## Формирование выборки исследования

ВЫБОРКА КВОТИРУЕТСЯ ПО:

Размеру годового чистого дохода предприятий

Отрасли предприятий

Области регистрации предприятий

### Предприятия разделены на 4 группы:

- до 2,5 млн. грн. – опрашивается 300 предприятий;
- 2,5-35 млн. грн. – опрашивается 300 предприятий;
- 35-200 млн. грн. – опрашивается 300 предприятий;
- более 200 млн. грн. – опрашивается 100 предприятий;

*А также довыборка размером в 200 интервью по крупным предприятиям*

Для анализа всей выборки она будет перевзвешена таким образом, чтобы доля каждой группы по доходу в выборке соответствовала ее доле среди всех предприятий Украины.

- **Промышленность, сельское хозяйство, оптовая и розничная торговля, транспорт и связь, услуги и строительство:** доля опрошенных предприятий по отраслям будет отвечать долям этих секторов среди всех предприятий Украины.
- Из выборки исключаются юридические лица, действующие в сферах государственного управления и банки.
- Доля в выборке предприятий разных областей Украины соответствует долям этих областей среди всех предприятий Украины.

# 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

# Анализ результатов исследования



## Анализ результатов исследования

ДАННЫЕ ОПРОСА  
АНАЛИЗИРУЮТСЯ  
СЛЕДУЮЩИМ ОБРАЗОМ:

сравнение показателей различных банков

сравнение данных 2017 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.

# Структура стандартного отчета

## 1. ВОСПРИЯТИЕ БАНКОВ:

### 1.1. 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 контактировании с потенциальными клиентами

Привлекательность и потенциал банков

Намерения смены банка и причины смены; банк, на который планируют сменить нынешний банк

### 1.2. Факторы выбора, лояльность, удовлетворенность и имидж основного банка

Факторы выбора банка

Net Promoter Score и причины высоких/низких его оценок

Удовлетворенность отдельными характеристиками банков

Неприятные ситуации в работе с банками

## 2. УСЛУГИ БАНКОВ

### 2.1. Пользование услугами банков

Текущее пользование различными банковскими услугами

Планы пользования новыми банковскими услугами

Пользование услугами в разрезе банков

Характеристики используемых кредитов

Характеристики используемых депозитов

### 2.2. Способы коммуникации с банком

### 2.3. Электронный банкинг

## 3. ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ О БАНКОВСКИХ УСЛУГАХ

## 4. АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ РАЗЛИЧНЫХ ГРУПП ПРЕДПРИЯТИЙ (по размеру, отрасли, региону, специфике использования банковских услуг)

# Формат и сроки предоставления результатов

# Возможные опции предоставления результатов исследования



## ОПЦИИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ:

**Опция №1: приобретение стандартизированных результатов исследования**

Результаты предоставляются в целом по рынку юридических лиц в стандартизированном виде.

### **Форматы предоставления результатов:**

- Аналитический отчет в Power Point в стандартизированном формате (см. сл. 10)
- Таблицы в Excel (распределение ответов респондентов по всем вопросам исследования);
- Массив данных опроса в форматах SPSS или DataViewer;
- Презентация результатов исследования для клиента в г. Киев (при необходимости).

**Опция №2: подготовка специального отчета**

Подготовка отчетности по сегменту рынка юридических лиц, который в наибольшей степени интересует заказчика (это может быть определенный размер предприятий, отрасль и т.д.)

### **Форматы предоставления результатов:**

- Аналитический отчет в Power Point в согласованном с клиентом формате;
- Таблицы в Excel;
- Массив данных опроса в форматах SPSS или DataViewer.

*Все исходные материалы проекта будут предоставлены в электронном виде на украинском языке (стандартизированный отчет – также на английском языке).*

# Возможность опроса дополнительных выборок

## Дополнительные выборки

ОПРОС КАКИХ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ВЫБОРОК МОЖЕМ ПРОВЕСТИ В РАМКАХ ИССЛЕДОВАНИЯ:

Довыборка клиентов банка

Довыборка предприятий  
определенного сегмента  
(определенной отрасли,  
размера и т.д.)

**Опрос дополнительной выборки клиентов определенного банка позволит** 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 опроса такой довыборки особенно интересно меньшим по размеру банкам, так как ее наличие значительно расширит возможности использования Регулярного исследования.

**Опрос дополнительной выборки предприятий определенного сегмента позволит** более детально проанализировать финансовое поведение этих сегментов.

Проведение опроса таких довыборок необходимо для анализа данных по отраслям, размерам предприятий, размер выборки по которым в рамках основного опроса недостаточный для анализа.

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

*Для проведения опроса по клиентам определенного банка 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.*

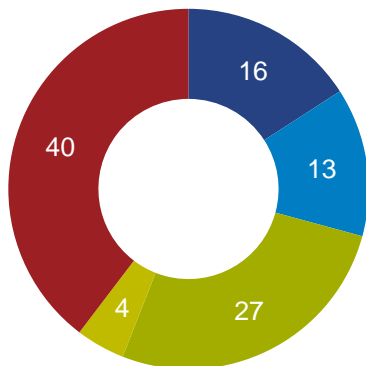
*Объем выборки и длительность интервью для дополнительного опроса определяется каждым банком индивидуально. Стоимость опроса зависит от количества интервью и средней длительности интервью.*

# Приложения

# Распределение предприятий по отраслям, регионам и количеству сотрудников

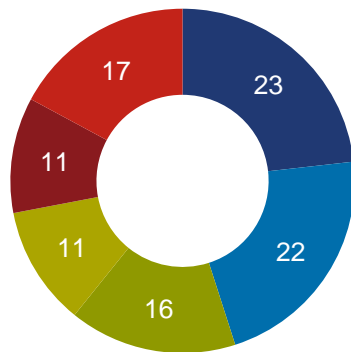


ОТРАСЛЬ



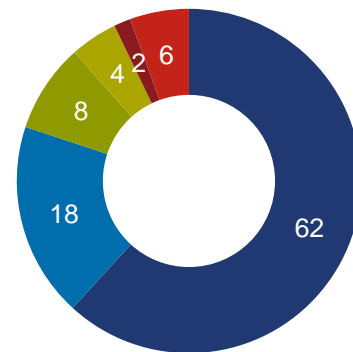
- Сельское хозяйство
- Промышленность
- Торговля
- Транспорт
- Услуги и строительство

РЕГИОН\*



- Киев
- Центр
- Запад
- Восток
- Север
- Юг

КОЛИЧЕСТВО СОТРУДНИКОВ\*



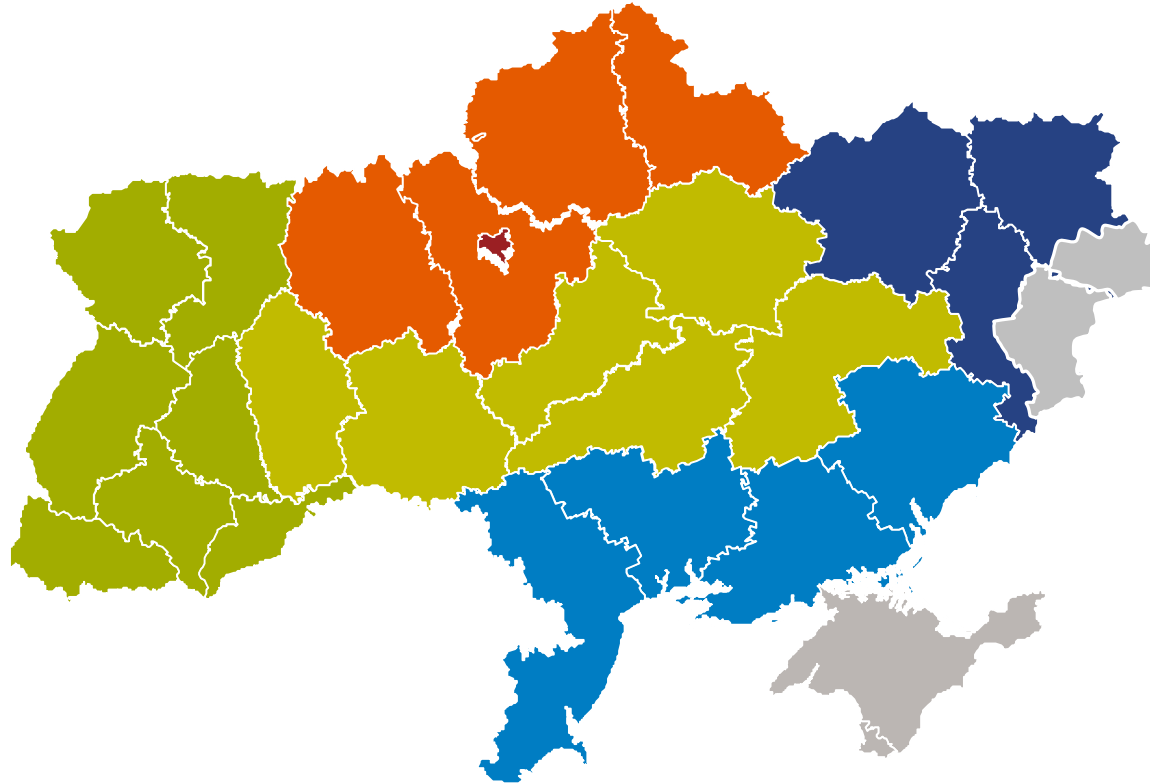
- До 10 сотрудников
- 11-25 сотрудников
- 26-50 сотрудников
- 51-250 сотрудников
- Больше 250 сотрудников
- Отказ от ответа

\* Соответствие областей регионам приведено на следующем слайде

Источник данных: регулярное исследование украинского рынка банковских услуг для юридических лиц (2016 год).



# Соответствие областей регионам



-  - Киев
-  - Север
-  - Запад
-  - Центр
-  - Юг
-  - Восток

 - Крым и населенные пункты из «зоны АТО» исключены из выборки исследований

# Распределение предприятий по размеру чистого годового дохода

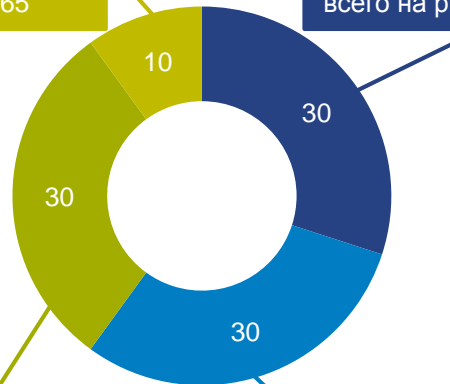


\* Показатель, который используется для квотирования выборки: чистый годовой доход предприятия  
(опрашиваются только предприятия с доходом >0)

**ВЫБОРКА:** % ко всем опрошенным

**Больше 200 млн. грн.:**  
в выборке: 100  
всего на рынке: ~2 165

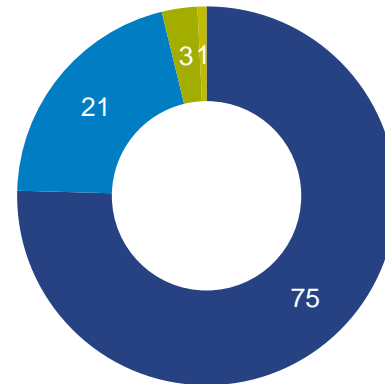
**До 2,5 млн. грн.:**  
в выборке: 300  
всего на рынке: ~176 510



**35-200 млн. грн.:**  
в выборке: 300  
всего на рынке: ~8 123

**2,5-35 млн. грн.:**  
в выборке: 300  
всего на рынке: ~51 126

**ВЫБОРКА:** % ко всем опрошенным перевзвешенной выборки



■ До 2,5 млн. грн.  
■ 2,5-35 млн. грн.  
■ 35-200 млн. грн.  
■ Больше 200 млн. грн.

Источник данных: регулярное исследование украинского рынка банковских услуг для юридических лиц (2016 год).

## Возможный объем выборки по размеру предприятий

\* Показатель, который используется для квотирования выборки: чистый годовой доход предприятия  
(опрашиваются только предприятия с доходом >0)

	Сколько таких предприятий было в выборке 2016 г.	Сколько таких предприятий на рынке
До 2,5 млн. грн.	309	~176 510
До 5 млн. грн.	435	~196 490
До 10 млн. грн.	546	~211 609
До 15 млн. грн.	578	~217 979
До 20 млн. грн.	599	~221 935
До 25 млн. грн.	614	~224 508
До 30 млн. грн.	622	~226 271
До 35 млн. грн.	630	~227 636
До 40 млн. грн.	709	~228 732
До 50 млн. грн.	801	~230 234
До 60 млн. грн.	866	~231 320
До 70 млн. грн.	916	~232 182
До 100 млн. грн.	995	~233 754
До 200 млн. грн.	1100	~235 759
До 300 млн. грн.	1134	~236 447
Больше 300 млн. грн.	71	~1 477



Как узнать: какой размер выборки получим по интересующему Вас сегменту?

**Допустим Вы работаете на рынке предприятий с чистым год. доходом 5-60 млн. грн.:**

- сколько таких в выборке исследования за 2016 год:  
 $866 - 435 = 431$
- сколько таких на рынке:  
 $218\ 189 - 184\ 073 = 34\ 830$
- какое max кол-во таких можем опросить:  
 $34\ 830 / 10 = 3\ 483$   
(нужен запас базы для опроса: 1X10\*)

\*дополнительный опрос возможен на условиях, прописанных на сл.14

# «Размер предприятия по чистому годовому доходу» vs. «количество сотрудников» / «отрасль»



\* Показатель, который используется для квотирования выборки: чистый годовой доход предприятия  
(опрашиваются только предприятия с доходом >0)

		РАЗМЕР ЧИСТОГО ГОДОВОГО ДОХОДА ПРЕДПРИЯТИЯ			
		До 2,5 млн. грн., col%	2,5-35 млн. грн., col%	35-200 млн. грн., col%	Больше 200 млн. грн., col%
ОТРАСЛЬ	Сельское хозяйство				
	Промышленность				
	Торговля				
	Транспорт и связь				
	Услуги и строительство				

		РАЗМЕР ЧИСТОГО ГОДОВОГО ДОХОДА ПРЕДПРИЯТИЯ			
		До 2,5 млн. грн., col%	2,5-35 млн. грн., col%	35-200 млн. грн., col%	Больше 200 млн. грн., col%
КОЛИЧЕСТВО РАБОТНИКОВ	Меньше 10 работников				
	11 – 25 работников				
	26 – 50 работников				
	51 – 100 работников				
	101 – 250 работников				
	Больше 250 работников				

Источник данных: регулярное исследование украинского рынка банковских услуг для юридических лиц (2016 год).

Наиболее низкое значение в строке

Наиболее высокое значение в строке

# Почему GfK Ukraine?

## GfK Ukraine: наш опыт в сфере исследований

GfK Ukraine работает на рынке маркетинговых исследований с **1995** года.

С 1998 года – часть группы GfK.

### GfK Ukraine - лидер маркетинговых исследований в Украине:

- 180 сотрудников
- более 1 000 интервьюеров по всей стране
- 150 операторов на студии CATI
- 40 региональных бригадиров

CATI студия – 70 мест

CAPI – более 40 планшетов для проведения интервью

CAWI – 34 000 участников онлайн-панели

Consumer Panel – 5 000 домохозяйств

Retail & Technology panel – 4 502 торговых точек



### Ежемесячно:

- 15 000 личных интервью
- 15 000 телефонных интервью (CATI)
- 6 000 онлайн интервью (CAWI)
- 60 ФГД и 40 ГИ

# GfK Ukraine: наши клиенты (2010-2016 гг.)



**УКРСИББАНК**  
BNP PARIBAS GROUP



Спасибо за внимание!

Анастасия Косович, [Anastasia.Kosovych@gfk.com](mailto:Anastasia.Kosovych@gfk.com)  
Лидия Кулыба, [Lidiya.Kuliba@gfk.com](mailto:Lidiya.Kuliba@gfk.com)