

РЕГУЛЯРНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ УКРАИНСКОГО РЫНКА БАНКОВСКИХ УСЛУГ ДЛЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ: 2017

Предложение, GfK Ukraine



Ирина Сентищева, Irina.Sentischeva@gfk.com

Лидия Кулыба, Lidiya.Kuliba@gfk.com

Задачи и методология исследования

Методология исследования (1)

Цель исследования: регулярное и оперативное получение информации о состоянии рынка банковских услуг для физических лиц.

Исследование рынка банковских услуг проводится по единой лицензированной методике **FMDS (Financial Market Data Service) Personal**. Эта методика используется всеми компаниями группы GfK в Центральной и Восточной Европе.



Методология исследования:

- ежемесячный опрос 1000 респондентов в возрасте от 16 лет по всей Украине;
- квотная маршрутная выборка, с квотами по области, размеру населенного пункта, возрасту и полу респондента;
- метод опроса – личное интервью дома у респондента.

Репрезентативность выборки исследования: по полу, возрасту, региону проживания и размеру населенного пункта согласно данным Государственного комитета статистики.

Методология исследования (2)

В таблице ниже приводится **детальное описание используемой методологии исследования:**

МЕТОД СБОРА ДАННЫХ	Опрос
ГЕОГРАФИЯ	Вся Украина (включая городское и сельское население)
ВОЗРАСТ АУДИТОРИИ	Старше 16 лет
ПЕРИОДИЧНОСТЬ	Ежемесячно (12 волн в году)
РАЗМЕР ВЫБОРКИ 1Й ВОЛНЫ	1 000 интервью
ТИП ВЫБОРКИ	Маршрутная
ОТБОР РЕСПОНДЕНТА В СЕМЬЕ	Квотный
РЕПРЕЗЕНТАТИВНОСТЬ	По возрасту, полу, области и размеру населенного пункта
МЕТОД ОПРОСА	Личное интервью дома у респондента

История исследования

В 2003-2006 годах компания GfK Ukraine проводила регулярное исследование рынка банковских услуг для физических лиц. В рамках этого исследования проводился опрос населения в возрасте от 18 лет в больших городах (больше 50 тыс. жителей). С 2007 года в выборку были включены села и города с населением менее чем 50 тыс. жителей.

Исторические данные о рынке банковских услуг доступны по таким периодам:



- **2003 год:** волна 2 (осень);
- **2004 год:** волна 1 (весна), волна 2 (осень);
- **2005 год:** волна 1 (весна), волна 2 (осень);
- **2006 год:** волна 1 (весна), волна 2 (осень);
- **2007 год:** февраль-декабрь; 4 квартальных отчета;
- **2008 год:** январь-декабрь; 4 квартальных отчета;
- **2009 год:** январь-декабрь; 4 квартальных отчета;
- **2010 год:** январь-декабрь; 4 квартальных отчета;
- **2011 год:** январь-декабрь; 4 квартальных отчета;
- **2012 год:** январь-декабрь; 4 квартальных отчета;
- **2013 год:** январь-декабрь; 4 квартальных отчета;
- **2014 год:** январь-декабрь; 4 квартальных отчета;
- **2015 год:** январь-декабрь; 4 квартальных отчета;
- **2016 год:** январь-декабрь; 4 квартальных отчета.

Структура анкеты

1. Позиции банков:

Знание банков и их рекламы клиентами и не-клиентами

Деловые отношения с банками и какой банк клиенты считают основным

Привлекательность и потенциал банков

Общая удовлетворенность сотрудничеством с банками и лояльность к ним (NPS)

Частота и важность неприятных ситуаций в сотрудничестве с основным банком

2. Пользование финансовыми услугами в банках и других учреждениях:

Позиции банков на рынках разных услуг

Расширенные разделы по наиболее популярным банковским услугам: текущим счетам, платежным картам, кредитам, депозитам и сбережениям, денежным переводам

Планы клиентов и не-клиентов, касающиеся пользования новыми услугами

3. Источники информации о банковских услугах и способы коммуникации с банком



!!! Анкета исследования может быть предоставлена в случае необходимости

Возможность добавления дополнительных вопросов в исследование



По желанию, Заказчик может добавлять дополнительные вопросы в анкету. Вопросы добавляются на условиях конфиденциальности, то есть результаты не будут передаваться другим покупателям результатов исследования.

Объем опросника ограничен, поэтому **возможность включения вопросов должна согласовываться предварительно.**

Ниже приведена стоимость включения вопросов в одну волну исследования (цена указана для таблиц Excel с данными по соответствующему вопросу в разрезе основных социально-демографических групп выборки исследования).

ТИП ВОПРОСА	ЦЕНА, ГРН. (С НДС)
Закрытый (2-5 альтернатив)	4 240
Закрытый (6-10 альтернатив)	5 335
Каждые дополнительные 10 альтернатив	1 215
Открытый (количество, сумма и т.п.)	6 255
Открытый (список марок и т.п.)	7 070
Открытый (отношение, описательный и т.п.)	9 740
Шкала оценок/суждений (за каждое утверждение)	1 215
Ранжирование до 5 позиций	5 685
Ранжирование 6 + каждая следующая позиция	125

Опции исследования

ОПЦИИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ:

Опция №1: **ежемесячный мониторинг**

- **Ежемесячно** – массив с ответами всех респондентов на все вопросы исследования в SPSS или Data Viewer на украинском языке
- Ежеквартально – отчет в Power Point на украинском и английском языке
- Ежеквартально – таблицы по всем вопросам исследования в Excel на украинском языке
- При необходимости – одна презентация результатов в г. Киев

Опция №2: **квартальный мониторинг**

- **Ежеквартально** – массив с ответами всех респондентов на все вопросы исследования в SPSS или Data Viewer на украинском языке
- Ежеквартально – отчет в Power Point на украинском и английском языке
- Ежеквартально – таблицы по всем вопросам исследования в Excel на украинском языке
- При необходимости – одна презентация результатов в г. Киев

Опция №3: **годовая отчетность**

- **В конце года** – массив с ответами всех респондентов на все вопросы исследования в SPSS или Data Viewer на украинском языке
- В конце года – отчет в Power Point на украинском и английском языке
- В конце года – таблицы по всем вопросам исследования в Excel на украинском языке
- При необходимости – одна презентация результатов в г. Киев

Опция №4: **специальная отчетность**

- По отдельному запросу клиентов может быть подготовлена специальная отчетность (таблицы / отчет / массив) согласно параметрам Заказчика (по отобранному сегменту респондентов и интересующему списку вопросов исследования)
- Параметры и стоимость такой отчетности согласовываются с клиентами дополнительно

Сроки проведения разных этапов исследования

МЕСЯЦ ОПРОСА	ВНЕСЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ В АНКЕТУ ДО	ПОЛЕВОЙ ЭТАП	МАСИВ ДАННЫХ И ТАБЛИЦЫ	ОТЧЕТ
Январь	До 29.12.2016	09.01-22.01	До 16.02	До 27.02
Февраль	До 22.01.2017	01.02-14.02	До 07.03	До 15.03
Март	До 23.02.2017	01.03-16.03	До 12.04	До 25.04
Апрель	До 24.03.2017	03.04-16.04	До 12.05	До 16.05
Май	До 21.04.2017	04.05-18.05	До 09.06	До 23.06
Июнь	До 25.05.2017	01.06-15.06	До 12.07	До 25.07
Июль	До 23.06.2017	01.07-16.07	До 07.08	До 15.08
Август	До 21.07.2017	01.08-15.08	До 07.09	До 15.09
Сентябрь	До 25.08.2017	01.09-15.09	До 12.10	До 25.10
Октябрь	До 23.09.2017	01.10-16.10	До 07.11	До 15.11
Ноябрь	До 24.10.2017	01.11-15.11	До 07.12	До 15.12
Декабрь	До 24.11.2017	01.12-15.12	До 18.01.2018	До 31.01.2018

Цветом обозначены периоды предоставления стандартизированной квартальной отчетности

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.)



Спасибо за внимание!

Ирина Сентищева, Irina.Sentischeva@gfk.com
Лидия Кулыба, Lidiya.Kuliba@gfk.com