

# **Онлайн-банкінг: вплив війни на зростання актуальності діджитал каналів та дистанційного обслуговування**

За результатами попередніх досліджень компанії CBR, ми відзначаємо, що початок повномасштабної війни Росії проти України, активна фаза якої почалась 24 лютого 2022 року, зумовив трансформацію у банківських потребах **як фізичних осіб, так і бізнесу**:

- Так, серед найбільш поширених причин для початку співпраці з банком для фізичних осіб після 24 лютого 2022 року є **мобільний банкінг**;
- **Забезпечення роботи мобільного додатку та інтернет-банкінгу без збоїв** після 24 лютого стало одним із факторів, який має найбільший вплив на плани фізичних осіб продовжувати користування послугами банків в майбутньому;
- Для бізнесу **можливість дистанційного обслуговування у банку** стала більш критичною, що у свою чергу було зумовлено відсутністю можливості фізичного відвідування відділень банків, необхідністю дистанційного відновлення електронного підпису, який був втрачений під час евакуації тощо;

Усе це, у свою чергу, призвело до зростання важливості онлайн-каналів взаємодії з банками – як для фізичних осіб, так і для бізнесу. **Онлайн-банкінг стає ще популярнішим способом взаємодії з банком, проте потребує швидкості та більшої зручності, аніж до 24 лютого. (!)** Саме тому надзвичайно важливо знати усі больові точки та потреби українців у банківській сфері на сьогодні. Для цього ми пропонуємо до Вашої уваги наше синдиковане дослідження по онлайн-банкінгу, котре націлено на дві аудиторії:

## Аудиторія: «Населення»

**Цільова аудиторія:** користувачі Інтернет-банкінгу 16 років і старше;

**Географія:** міста та села України, які знаходяться під контролем української влади (квотування за регіоном, розміром населеного пункту, віком та статтю респондента)

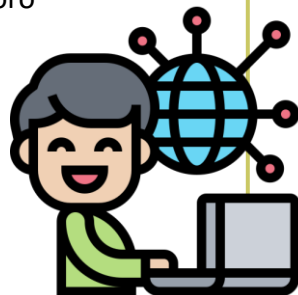
**Метод опитування:** онлайн-опитування (CAWI);

**Розмір основної вибірки 1-ї хвили:** 500 інтерв'ю;

**Розмір можливої довибірки по клієнтам Банку:** 100 інтерв'ю;

**Наступна хвиля дослідження:** вересень 2022 року;

**Попередні хвилі дослідження:** 2018-2021 рр.;



## Аудиторія: «Бізнес»

**Цільова аудиторія:** офіційно зареєстровані юридичні особи, що ведуть комерційну діяльність, та ФОП, користувачі Інтернет-банкінгу для бізнесу;

**Географія:** міста та села України, які знаходяться під контролем української влади (квотування за регіоном, видом діяльності, розміром по доходу, типом – фізичні особи-підприємці та юридичних особи);

**Метод опитування:** телефонне опитування (CATI);

**Розмір основної вибірки 1-ї хвили:** 150 з юр. особами та 150 з ФОП);

**Розмір можливої довибірки по клієнтам Банку:** 150 інтерв'ю;

**Наступна хвиля дослідження:** вересень 2022 року;

**Попередні хвилі дослідження:** 2019-2021 рр.;



**Контакти:** керівник відділу досліджень у сфері фінансів та ритейл: Лідія Кулиба (Lidiya.Kuliba@cbr.com.ua) та менеджер проекту: Анастасія Косович (Anastasia.Kosovych@cbr.com.ua).