

## **СОГЛАСОВАННАЯ ТАБЛИЦА ЦЕН на типовые виды исследовательских работ Июнь-июль 2009 года**

Представленная ниже таблица получена в результате расчета средних по регионам присутствия Ассоциации «Группа 7/89» цен на стандартные (наиболее часто встречающиеся) виды полевых и аналитических работ. По этим ценам компании-члены Ассоциации готовы работать в рамках «перекрестных» проектов внутри Ассоциации в регионах своего присутствия.

Средние цены публикуются во исполнение решения XV Съезда Ассоциации региональных социологических центров «Группа 7/89» (Челябинск, 4-6 июня 2008 года).

Данные приводятся по состоянию на июнь-июль 2009 года. Обновление цен на проведение исследовательских работ связано с изменениями методики и оснований классификации исследовательских проектов, которое было предпринято после XV Съезда Ассоциации.



### **Из протокола XV Съезда Ассоциации «Группа 7/89»**

- 16.6.1. Продолжить реализацию проекта «Сводная таблица цен на исследовательские работы в регионах присутствия Ассоциации «Группа 7/89» в 2009–2010 годах.
- 16.6.2. Внести изменения в методику и инструментарий исследования в части классификации видов полевых работ... В то же время «адаптированная» методика должна позволять анализировать динамику цен по основным видам исследований с использованием накопленного ранее массива данных.
- 16.6.4. Сводную таблицу цен средних цен на основные виды исследовательских работ в регионах России разместить на сайте Ассоциации «Группа 7/89» и / или на сайте Председателя Ассоциации.
- 16.6.5. Детализированную таблицу цен по регионам присутствия членов Ассоциации «Группа 7/89» разместить в закрытом разделе сайта Ассоциации «Группа 7/89» и / или в закрытом разделе сайта Председателя Ассоциации.

**Таблица. Средние цены на типовые виды исследовательских работ в регионах присутствия Ассоциации «Группа 7/89»**

##	Вид работ	Объект исследования, характеристика выборки, формат отчетных документов	Объем выборки	Длительность интервью / группы	Длительность цикла работ, число дней	Стоимость за единицу, рублей.	
						Среднее значение без учета Москвы и Санкт-Петербурга	Среднее значение с учетом Москвы и Санкт-Петербурга
1	Поквартирный личный опрос по традиционной маршрутной технологии	Взрослое 18-65 лет население, квоты на пол и возраст. Простая целевая группа. (потребители молока, хлеба и прочее). Контроль 20%. Отчетность – первичные документы (посылка)	100 интервью	30 минут	8	195	215
2	Поквартирный личный опрос по традиционной маршрутной технологии	Взрослое 18-65 лет население, квоты на пол и возраст. Простая целевая группа. (потребители молока, хлеба и прочее). Контроль 20%. Отчетность – первичные документы (посылка)	100 интервью	45 минут	9	230	253
3	Поквартирный личный опрос по традиционной маршрутной технологии	Взрослое 18-65 лет население, квоты на пол и возраст. Целевая группа средней сложности, например, - пользователи банковских услуг (не коммунальные платежи и не зарплатные карты). Контроль 20%. Отчетность – первичные документы (посылка)	100 интервью	45 минут	11	267	294
4	Поквартирный личный опрос по традиционной маршрутной технологии	Взрослое 18-65 лет население, квоты на пол и возраст. Простая целевая группа. (потребители молока, хлеба и прочее). Контроль 20%. Отчетность – первичные документы (посылка)	400 интервью	30 минут	15	189	210

##	Вид работ	Объект исследования, характеристика выборки, формат отчетных документов	Объем выборки	Длительность интервью / группы	Длительность цикла работ, число дней	Стоимость за единицу, рублей.	
						Среднее значение без учета Москвы и Санкт-Петербурга	Среднее значение с учетом Москвы и Санкт-Петербурга
5	Поквартирный личный опрос по традиционной маршрутной технологии	Взрослое 18-65 лет население, квоты на пол и возраст. Простая целевая группа. (потребители молока, хлеба и прочее). Контроль 20%. Отчетность – первичные документы (посылка)	400 интервью	45 минут	17	226	250
6	Поквартирный личный опрос по традиционной маршрутной технологии	Взрослое, только квоты на пол и возраст. Контроль 20%. Отчетность – первичные документы (посылка)	600 интервью	20 минут	16	169	190
7	Уличный опрос по традиционной технологии	Взрослое население 18-65, квоты на пол и возраст. Простая целевая группа (посетители определенной торговой точки). Контроль супервайзерами на точках, телефонный контроль 20%. Отчетность – первичные документы (посылка)	200 интервью	10-15 минут	7	111	117
8	Уличный опрос по традиционной технологии	Взрослое 18-65 лет население, квоты на пол и возраст. Целевая группа средней сложности (пользователи банковских услуг, не коммунальные платежи и не зарплатные карты. Контроль 20%. Отчетность – первичные документы (посылка)	200 интервью	10-15 мин	9	136	144

##	Вид работ	Объект исследования, характеристика выборки, формат отчетных документов	Объем выборки	Длительность интервью / группы	Длительность цикла работ, число дней	Стоимость за единицу, рублей.	
						Среднее значение без учета Москвы и Санкт-Петербурга	Среднее значение с учетом Москвы и Санкт-Петербурга
9	Уличный опрос по традиционной технологии	Взрослое 18-65 лет население, квоты на пол и возраст. Целевая группа средней сложности (пользователи банковских услуг, не коммунальные платежи и не зарплатные карты. Контроль 20%. Отчетность – первичные документы (посылка)	200 интервью	20 минут	10	151	160
10	Холл-тест	Возраст ограничен (например, 25–50 лет), квоты по полу и возрасту. Простая целевая группа (основной покупатель продуктов в семье). Отчетность - посылка анкет.	100 интервью	20 минут	5	258	273
11	Холл-тест	Возраст ограничен (например, 25–50 лет), квоты по полу и возрасту. Простая целевая группа (основной покупатель продуктов в семье). Отчетность - посылка анкет.	100 интервью	40 минут	6	313	332
12	Холл-тест	Возраст ограничен (например, 25–50 лет), квоты по полу и возрасту. Целевая группа средней сложности (покупатели соков сегмента «премиум» - «Я», «Rich», «J7» и т.д.). Отчетность - посылка анкет.	100 интервью	20 минут	6	323	338

##	Вид работ	Объект исследования, характеристика выборки, формат отчетных документов	Объем выборки	Длительность интервью / группы	Длительность цикла работ, число дней	Стоимость за единицу, рублей.	
						Среднее значение без учета Москвы и Санкт-Петербурга	Среднее значение с учетом Москвы и Санкт-Петербурга
13	Простая фокус-группа	Две группы с приемом 1-2 представителей клиента (чай, кофе, пирожки и т.п.). Простая целевая группа (покупатели молочных продуктов 1 раз в неделю, мужчины и женщины 50:50) Отчетность - видео- и аудио-запись, заполненные скринеры, без модерирования	8 участников, запас – 3-4 человека	2 часа	5	14526	15333
14	Фокус-группа средней сложности	Две группы с приемом 1-2 представителей клиента (чай, кофе, пирожки и т.п.). Целевая группа средней сложности (покупатели соков сегмента «премиум» - «Я», «Rich», «J7» и т.д.). Отчетность - видео- и аудио-запись, заполненные скринеры, без модерирования	8 участников, запас – 3-4 человека	2 часа	6	16816	17595
15	Фокус-группа с представителями узкой целевой группы	Две группы с приемом 1-2 представителей клиента (чай, кофе, пирожки и т.п.). Целевая группа – мамы детей в возрасте от 1 до 3 лет. Отчетность - видео- и аудио-запись, заполненные скринеры, без модерирования	8 участников, запас – 3-4 человека	2 часа	7	17395	18119
16	Транскрипт фокус-группы	Транскрипт фокус-группы в электронном виде. Шаблон транскрипта предоставляется Заказчиком. Без ошибок		Длительность группы – 2 часа	2	1837	1852

##	Вид работ	Объект исследования, характеристика выборки, формат отчетных документов	Объем выборки	Длительность интервью / группы	Длительность цикла работ, число дней	Стоимость за единицу, рублей.	
						Среднее значение без учета Москвы и Санкт-Петербурга	Среднее значение с учетом Москвы и Санкт-Петербурга
17	Массовый телефонный опрос	Взрослое (18+) население регионального центра. Целевая группа средней сложности (покупатели соков сегмента «премиум» - «Я», «Rich», «J7» и т.д.). Случайная выборка. Контроль 20%. Отчетность – первичка (посылка), массив в SPSS или Excel	200 интервью	15-20 минут	7	116	121
18	CATI-опрос	Взрослое (18+) население регионального центра. Целевая группа средней сложности (покупатели соков сегмента «премиум» - «Я», «Rich», «J7» и т.д.). Случайная выборка.	200 интервью	15-20 минут	6	122	131
19	CATI-опрос	Взрослое (18+) население регионального центра. Целевая группа выше среднего уровня сложности (владельцы автомобилей определенных марок). Случайная выборка.	200 интервью	15-20 минут	8	158	163
20	Телефонный B2B – опрос специалистов, формализованное интервью	Формализованное интервью в коммерческих компаниях, квоты на виды деятельности организаций. Целевая группа – «специалисты» (бухгалтер, юрист, системный администратор и т.д.). Контроль 20%. Отчетность - массив в SPSS или Excel	50 интервью	30 минут	9-10	238	262

##	Вид работ	Объект исследования, характеристика выборки, формат отчетных документов	Объем выборки	Длительность интервью / группы	Длительность цикла работ, число дней	Стоимость за единицу, рублей.	
						Среднее значение без учета Москвы и Санкт-Петербурга	Среднее значение с учетом Москвы и Санкт-Петербурга
21	Телефонный B2B – опрос специалистов, формализованное интервью	Формализованное интервью в коммерческих компаниях, квоты на виды деятельности организаций. Целевая группа – «руководители» (директора, заместители директоров определенного сегмента рынка, например, - магазины, аптеки). Контроль 20%. Отчетность - массив в SPSS или Excel	50 интервью	30 минут	11	351	509
22	Телефонный B2B – опрос специалистов, формализованное интервью	Формализованное интервью в коммерческих компаниях, квоты на виды деятельности организаций. Целевая группа – директора и топ-менеджеры крупных и средних компаний. Контроль 20%. Отчетность - массив в SPSS или Excel	50 интервью	30 минут	14	494	645
23	Личный B2B – опрос специалистов, формализованное интервью	Формализованное интервью в коммерческих компаниях, квоты на виды деятельности организаций. Целевая группа – «специалисты» (бухгалтер, юрист, системный администратор и т.д.). Контроль 20%. Отчетность - массив в SPSS или Excel	50 интервью	30 минут	15-16	885	925

##	Вид работ	Объект исследования, характеристика выборки, формат отчетных документов	Объем выборки	Длительность интервью / группы	Длительность цикла работ, число дней	Стоимость за единицу, рублей.	
						Среднее значение без учета Москвы и Санкт-Петербурга	Среднее значение с учетом Москвы и Санкт-Петербурга
24	Личный B2B – опрос специалистов, формализованное интервью	Формализованное интервью в коммерческих компаниях, квоты на виды деятельности организаций. Целевая группа – «руководители» (директора, заместители директоров определенного сегмента рынка, например, - магазины, аптеки). Контроль 20%. Отчетность - массив в SPSS или Excel	50 интервью	30 минут	16-17	1258	1376
25	Личный B2B – опрос специалистов, формализованное интервью	Формализованное интервью в коммерческих компаниях, квоты на виды деятельности организаций. Целевая группа – директора и топ-менеджеры крупных и средних компаний. Контроль 20%. Отчетность - массив в SPSS или Excel	50 интервью	30 минут	21-22	2063	2271
26	Модерирование фокус-группы	Модерирование группы по гайду, предоставленному Заказчиком	8 чел.	2 часа	-	3500	3750
27	Ритейл-аудит, товарная категория, например, «молочная продукция» или «колбасы»	Розничные магазины, торгующие продуктами питания (в том числе сети). Одна товарная категория, например, «молочная продукция» или «колбасы». Квоты по типам торговых точек (супермаркет, магазин, и т.д.). Массив данных в MS Access (шаблон Заказчика)	30 торговых точек	30-40 строк в анкете (SKU).	7-8	166	183

##	Вид работ	Объект исследования, характеристика выборки, формат отчетных документов	Объем выборки	Длительность интервью / группы	Длительность цикла работ, число дней	Стоимость за единицу, рублей.	
						Среднее значение без учета Москвы и Санкт-Петербурга	Среднее значение с учетом Москвы и Санкт-Петербурга
28	Аналитика (написание отчета) по результатам количественного исследования	Исходные данные: массив данных в Excel и/или SPSS, ТЗ, шаблоны и структура отчета. Результат: текст в электронном виде, массивы данных (таблицы, диаграммы).			7	20895	22467
29	Аналитика (написание отчета) по результатам качественного исследования	Исходные данные: транскрипты, аудио и видеозаписи фокус-групповых интервью. Результат: текст в электронном виде, массивы данных (таблицы, диаграммы).			8	20842	22429