

## **СОГЛАСОВАННАЯ ТАБЛИЦА ЦЕН на типовые виды исследовательских работ Январь-февраль 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 XIV Съезда Ассоциации региональных социологических центров «Группа 7/89» (Волгоград, 23-26 мая 2008 года).

Данные приводятся по состоянию на январь–февраль 2009 года. Обновление цен на проведение исследовательских работ связано с необходимостью оценки изменений, произошедших на исследовательском рынке в условиях экономического и финансового кризиса.



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

- 6.2. Ассоциация является профессиональным клубом, элементом инфраструктуры исследовательского рынка, ее деятельность направлена на развитие и совершенствование рынка исследований, на повышение уровня квалификации, профессионализма, рыночных возможностей компаний–членов Ассоциации.
- 6.3. Публичная активность Ассоциация связана с вопросами развития «цивилизованного» рынка маркетинговых исследований и его инфраструктуры и не должна быть направлена на продвижение Ассоциации как субъекта рынка.
- 13.3. Опубликовать на сайте средние цены на проведение полевых работ в регионах присутствия Ассоциации «Группа 7/89» (без детализации по регионам), обозначив их как **«цены, которые члены Ассоциации считают разумными и цивилизованными на проведение полевых работ определенных видов в регионах России».**

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

##	Вид работ	Объект исследования, тайминг, характеристика выборки, формат отчетных документов	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+) население регионального центра, 100 респондентов, квоты на пол и возраст. Длительность интервью 30 минут. Контроль 20%. Отчетность – первичные документы (посылка), массив в Excel	7	213	241
2	Поквартирный личный опрос по традиционной маршрутной технологии	Взрослое (18+) население региона, 600 респондентов, квоты на пол и возраст. Длительность интервью 30 минут. Контроль 20%. Отчетность – первичные документы (посылка), массив в Excel	15	217	248
3	Уличный опрос по традиционной технологии	200 респондентов, квот нет, скринер, «отсекающий» примерно 50% половозрастной группы, 10-15 минут, контроль супервайзерами на точках, телефонный контроль 20%, массив SPSS или Excel	7	125	129
4	Холл-тест	Потребители / не потребители определенной ТМ, возраст ограничен (например, 25–50 лет), 100 респондентов, квоты по полу и возрасту, разрешен пререкрут Отчетность - посылка анкет	5	293	309
5	Фокус-группа средней сложности	Потребители / не потребители определенной ТМ, длительность 120 минут. Две группы Отчетность - видео- и аудиозапись, заполненные скринеры, без модерирования	6	15632	16190
6	Модерирование фокус-группы	Фокус-группа в формате п. 5, около 120 минут	2	3868	3857
7	Транскрипт фокус-группы	Транскрипт фокус-группы в формате п. 5 в электронном виде. Шаблон предоставляется Заказчиком. Без ошибок	3	1879	1890
8	Массовый телефонный опрос	Взрослое (18+) население регионального центра, 200 респондентов, квоты на пол и возраст. Контроль 20%. Длительность интервью 10-15 минут. Отчетность – первичка (посылка), массив в SPSS или Excel	6	109	110

##	Вид работ	Объект исследования, тайминг, характеристика выборки, формат отчетных документов	Длительность цикла работ, число дней	Стоимость за единицу, руб-лей.	
				Среднее значение без учета Москвы и Санкт-Петербурга	Среднее значение с учетом Москвы и Санкт-Петербурга
9	CATI-опрос по методике п. 8.	Взрослое (18+) население регионального центра, 200 респондентов, квоты на пол и возраст. Контроль 20%. Длительность интервью 10-15 минут. Отчетность – массив в SPSS или Excel	4	119	126
10	Телефонный B2B опрос	Главные бухгалтеры (юристы, системные администраторы и т.д.) коммерческих предприятий и организаций. 200 респондентов, квоты на виды деятельности организаций. Контроль 20%. Длительность интервью – 20-25 минут. Первичка (посылка), массив в SPSS или Excel	14	256	275
11	Личный B2B – опрос специалистов, формализованное интервью	Руководители (директора, заместители) предприятий определенного сегмента рынка (например, магазины, аптеки). 30 респондентов, квот нет. Длительность интервью – 30-40 минут. Отчетность – первичка (посылка), массив в Excel	15	1051	1117
12	Личный B2B – опрос специалистов, глубинное интервью	Руководители (директора, заместители) предприятий определенного сегмента рынка (например, магазины, аптеки). 30 респондентов, квот нет. Длительность интервью – 60 минут. Отчетность - аудиозапись интервью, транскрипт	18	2187	2431
13	Ритейл-аудит, товарная категория, например, «молочная продукция» или «колбасы»	Розничные магазины, торгующие продуктами питания (в том числе сети). 30 точек, квоты по типам торговых точек (супермаркет, магазин, и т.д.). 30-40 строк в анкете (SKU). Массив данных в MS Access (шаблон Заказчика)	7	189	189
14	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).	8	20000	21905
15	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	18833	20950