

СОГЛАСОВАННАЯ ТАБЛИЦА ЦЕН на типовые виды исследовательских работ Июль 2011 года

«Согласованная таблица цен на типовые виды исследовательских работ» - инициативный проект Ассоциации «Группа 7/89». Проект проводится внутри Ассоциации, начиная с 2004 года. С 2008 года результаты проекта (в части средних цен на исследования в регионах присутствия компаний-членов Ассоциации) публикуются на сайте Ассоциации и сайтах компаний, входящих в «Группу 7/89».

В 2011 Ассоциацией региональных социологических центров «Группа 7/89» было принято решение о расширении масштабов проекта и привлечении к участию в нем региональных исследовательских компаний, не входящих в Ассоциацию. Одновременно с анкетой проекта «Профессиональный рейтинг исследовательских компаний» (апрель-май 2011 г.) потенциальным респондентам были разосланы анкеты проекта «Согласованная таблица цен». Всего по итогам исследования было получено 72 анкеты, заполненные компаниями, расположенными в 40 регионах России. Представленная ниже таблица получена в результате расчета средних по всем компаниям цен на стандартные (наиболее часто встречающиеся) виды полевых и аналитических работ. По этим ценам региональные компании готовы работать в рамках «перекрестных» проектов (по заказам других региональных компаний) в регионах своего присутствия. Респондентам, приславшим заполненные анкеты, также будут высланы результаты исследования с детализацией по регионам и федеральным округам.

Средние цены публикуются во исполнение решения XVII Съезда Ассоциации региональных социологических центров «Группа 7/89» (Екатеринбург, 17-19 июня 2011 года). Данные приводятся по состоянию на май-июнь 2011 года. Приглашаем региональные исследовательские компании принять участие в следующей волне проекта «Согласованная таблица цен».



Таблица. Средние цены на типовые виды исследовательских работ в регионах России

##	Вид работ	Объект исследования, характеристика выборки, формат отчетных документов	Объем выборки	Длительность интервью / группы	Длительность цикла работ, число дней	Средняя стоимость с учетом Москвы и Санкт-Петербурга, руб.	Средняя стоимость без учета Москвы и Санкт-Петербурга, руб.	Нижний квартиль распределения, руб.	Верхний квартиль распределения, руб.
РАБОТЫ В МАСШТАБЕ РЕГИОНА									
1	Поквартирный личный опрос по традиционной маршрутной технологии	Взрослое (18+) население региона. Отчетность - первичные документы (посылка), массив в Excel. Квоты на пол, возраст, тип поселения. Контроль 20%. Транспортные расходы включены в стоимость. География выборки - разумно-достаточная для Вашего региона. Цена - полная, как на конкурсе в региональной администрации	600 интервью	30 минут	16	259	252	208	283
РАБОТЫ В РЕГИОНАЛЬНОМ ЦЕНТРЕ									
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	30 минут	8	222	218	200	240
3	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	253	250	220	280

##	Вид работ	Объект исследования, характеристика выборки, формат отчетных документов	Объем выборки	Длительность интервью / группы	Длительность цикла работ, число дней	Средняя стоимость с учетом Москвы и Санкт-Петербурга, руб.	Средняя стоимость без учета Москвы и Санкт-Петербурга, руб.	Нижний квартиль распределения, руб.	Верхний квартиль распределения, руб.
4	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	295	290	250	313
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	30 минут	15	221	217	200	240
6	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	16	253	249	218	280
7	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	202	198	180	220

#	Вид работ	Объект исследования, характеристика выборки, формат отчетных документов	Объем выборки	Длительность интервью / группы	Длительность цикла работ, число дней	Средняя стоимость с учетом Москвы и Санкт-Петербурга, руб.	Средняя стоимость без учета Москвы и Санкт-Петербурга, руб.	Нижний квартиль распределения, руб.	Верхний квартиль распределения, руб.
8	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	127	126	100	140
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	10-15 мин	8	152	151	130	170
10	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	9	170	169	148	180
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	20 минут	5	272	269	223	310

##	Вид работ	Объект исследования, характеристика выборки, формат отчетных документов	Объем выборки	Длительность интервью / группы	Длительность цикла работ, число дней	Средняя стоимость с учетом Москвы и Санкт-Петербурга, руб.	Средняя стоимость без учета Москвы и Санкт-Петербурга, руб.	Нижний квартиль распределения, руб.	Верхний квартиль распределения, руб.
12	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	343	340	268	400
13	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	332	327	260	400
14	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, за пас – 3-4 человека	2 часа	5	16139	15665	14000	17000
15	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, за пас – 3-4 человека	2 часа	6	18541	18021	16000	19850

##	Вид работ	Объект исследования, характеристика выборки, формат отчетных документов	Объем выборки	Длительность интервью / группы	Длительность цикла работ, число дней	Средняя стоимость с учетом Москвы и Санкт-Петербурга, руб.	Средняя стоимость без учета Москвы и Санкт-Петербурга, руб.	Нижний квартиль распределения, руб.	Верхний квартиль распределения, руб.
16	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	20794	20246	18000	22000
17	Транскрипт фокус-группы	Транскрипт фокус-группы в электронном виде. Шаблон транскрипта предоставляется Заказчиком. Без ошибок	1 группа	Длительность группы – 2 часа	2	2337	2310	1763	2550
18	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	137	136	120	150
19	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	151	144	110	173

#	Вид работ	Объект исследования, характеристика выборки, формат отчетных документов	Объем выборки	Длительность интервью / группы	Длительность цикла работ, число дней	Средняя стоимость с учетом Москвы и Санкт-Петербурга, руб.	Средняя стоимость без учета Москвы и Санкт-Петербурга, руб.	Нижний квартиль распределения, руб.	Верхний квартиль распределения, руб.
20	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	203	198	150	220
21	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	11	398	316	250	373
22	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	13	566	460	310	550

##	Вид работ	Объект исследования, характеристика выборки, формат отчетных документов	Объем выборки	Длительность интервью / группы	Длительность цикла работ, число дней	Средняя стоимость с учетом Москвы и Санкт-Петербурга, руб.	Средняя стоимость без учета Москвы и Санкт-Петербурга, руб.	Нижний квартиль распределения, руб.	Верхний квартиль распределения, руб.
23	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	15	713	587	448	713
24	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	14	903	767	500	1000
25	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	1245	1102	750	1500

##	Вид работ	Объект исследования, характеристика выборки, формат отчетных документов	Объем выборки	Длительность интервью / группы	Длительность цикла работ, число дней	Средняя стоимость с учетом Москвы и Санкт-Петербурга, руб.	Средняя стоимость без учета Москвы и Санкт-Петербурга, руб.	Нижний квартиль распределения, руб.	Верхний квартиль распределения, руб.
26	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	19	1816	1642	913	2200
27	Модерирование фокус-группы	Модерирование группы по гайду, предоставленному Заказчиком	8 чел.	2 часа		4166	3816	3000	5000
28	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)	8	268	262	200	300
29	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	24908	22603	18000	30000
30	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).			7	24354	22460	15000	30000