

Клиент и исследовательская компания: Права и обязанности сторон в поисках ИСТИНЫ

*Олег Фельдман,
Генеральный директор,
КОМКОН-Фарма*



Круглый стол РАФМ, 15 сентября 2005 г.

«Бывают заблуждения, имеющие форму истины»

Сенека

«Скоро ль истиной народа станет истина моя?»

О. Мандельштам

3 этапа во взаимоотношениях заказчик - исполнитель:

- 1. Постановка задачи и разработка дизайна исследования**
- 2. Проведение исследования**
- 3. Интерпретация результатов исследования**

Нулевой этап – поддержка контактов для понимания сути бизнеса сторон

Постпроектный этап – заинтересованность в последствиях проекта (follow up)

Синдикативные (регулярные) исследования

Права заказчика

Знать, за что он платит

Иметь полное представление о:

- Выборке
- Методе опроса
- Системе интерпретации данных
- Перспективах продолжения и развития проекта

Обязанности заказчика

(пожелания с нашей стороны)

Понимать:

- Масштаб и задачи исследования
- Вероятные затраты на проект
- Замысел и структуру
- Естественные ограничения

Обязанности исполнителя

Представлять без запросов всю информацию о:

- Выборке
- Обработке данных
- Методе опроса
- Системе расчетов
- Перспективах развития проекта

Дополнительные обязательства:

Корректность в представлении исходящих данных

Ссылки на выборку, период измерений

Ad Hoc исследования (исследования на заказ)

Права заказчика

- Получить ответы именно на те вопросы, которые его волнуют
- Знать, за что он платит и как варьируется стоимость от постановки задачи
- Контролировать:
 - Дизайн исследования и выборки,
 - Способы рекрутирования респондентов
 - Систему интерпретации данных
- Иметь представление о квалификации интервьюеров и менеджеров проекта, выставлять свои требования (например, по модератору)

Обязанности исполнителя

- Постараться реализовать задачу заказчика
- Предупредить его о проблемах, связанных с первичной постановкой задачи
- Обязательно предложить свой вариант
- Предупредить об ограничениях (Телефонные опросы врачей)
- Объяснить происхождение цены
- Обеспечить приемлемые сроки исполнения
- Быть доступным после завершения исследования



Брифинги рег. партнеров,
командировки

Методическое сопровождение
проекта

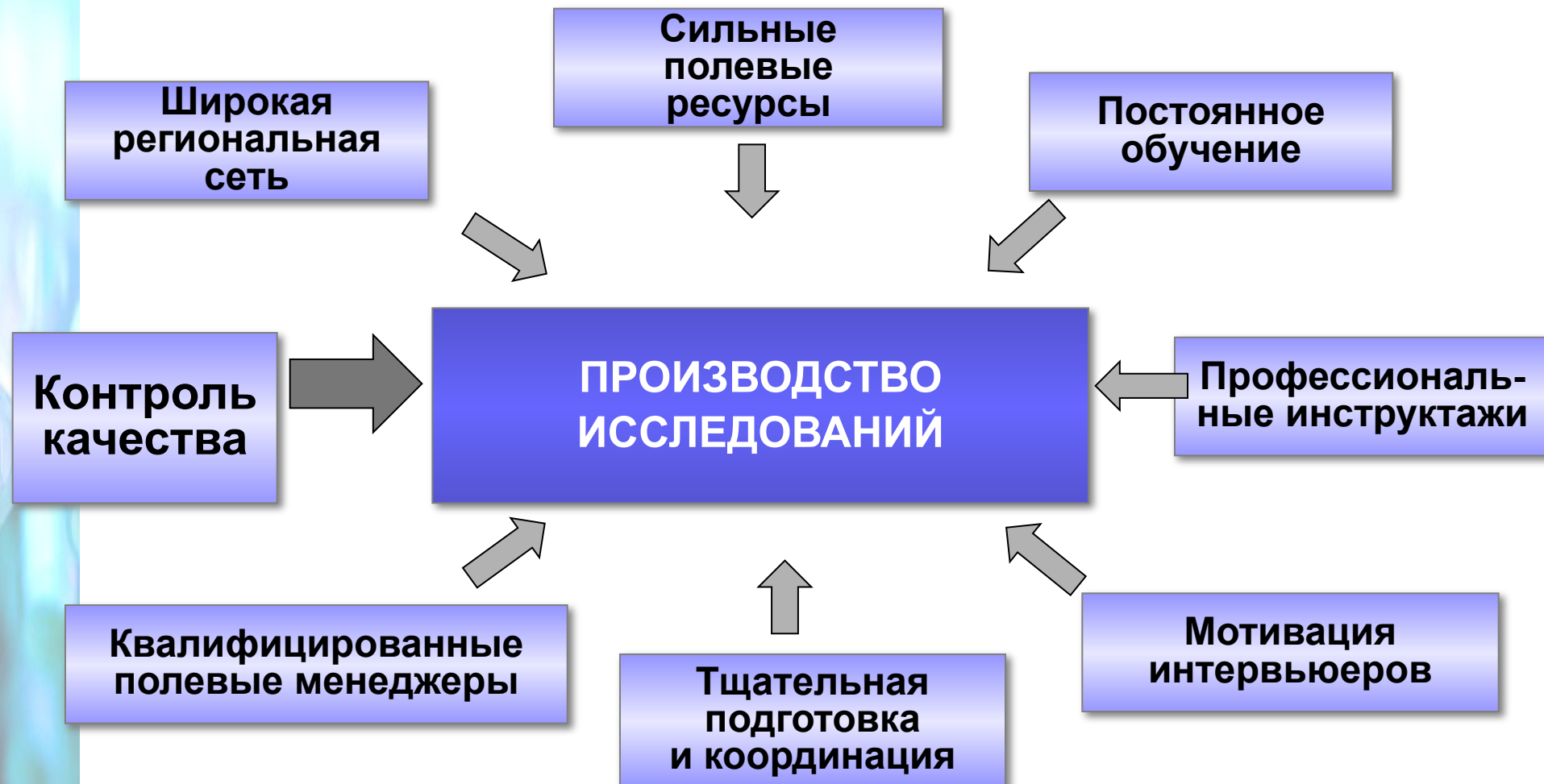
Получение промежуточных и
окончательных отчетов

Организация визуальной
проверки анкет при получении

Организация дополнительного
контроля

Обратная связь с регионами
после выполнения проекта

Fieldwork («поле») в исследовательской компании



Москва

- 400 интервьюеров
- 100 операторов по вводу данных
- 100 операторов САТІ
- 50 кодировщиков и супервайзеров
(визуальная проверка анкет
и кодировка)



Регионы

Постоянно растущая сеть:

- 190 региональных партнеров (Россия и СНГ)
- Свыше 3500 интервьюеров



Принципы:

- Групповой инструктаж обязателен на всех проектах
- Инструктаж накануне проекта
- Командная работа полевых менеджеров
- Участие руководителя проекта/ассистента и руководства производственного департамента



Практическая часть

1. Все интервьюеры участвуют в пилотаже
2. «Игра» (полевой менеджер в качестве респондента дает «хитрые» ответы)
3. Специальное внимание открытым вопросам

Анализ типичных ошибок по предыдущим проектам

100% визуальная проверка анкет

(специальный отдел, обученные люди, работа каждого интервьюера):

стандартные моменты:

- **отбор**
- **пропуски**
- **логика, переходы**

«шпионские штучки»

- **слишком типичные ответы**
- **разные ручки/карандаш**
- **противоречия**
- **повторяющиеся ошибки**
- **слишком аккуратное заполнение**
- **несколько почерков**

В случае сомнений –100% внешний контроль!



Внешний контроль – повторный контакт

- Телефон
- Лично
- Почта

**Принципы**

- Минимум 25-30%, проблемы –100%
- Стандартные и «глубинные» вопросы (до 15-20 вопросов, изнутри)
- Обученная команда контролеров (не знакомы с интервьюерами)
- Использование САТІ
- Параллельные линии для клиентов, супервайзеров
- Первые результаты в течение поля
- Базы банных для поиска отсутствующих/неправильный телефонов

Эти правила выполняются и Региональными партнерами, предоставляются отчетные документы.

*Дополнительно в каждом региональном проекте
100% контроль одного из городов.*

Специальная база данных всех респондентов (25 параметров о респонденте и проекте)

The screenshot shows a Microsoft Word window titled 'База по Респондентам' (Database by Respondents). The main window contains a form titled 'Ввод и просмотр информации об респондентах' (Input and viewing of respondent information). The form is organized into several sections:

- Проекты (Projects):** Includes a dropdown menu for 'Проекты' and 'Интервьюеры в данном проекте' (Interviewers in this project), and a 'Выход' (Exit) button.
- Проект (Project):** Fields include 'Название' (Name) with value 'Знание марок - март-апрель', 'Запись N' (Record N) with value '47', 'Номер' (Number) with value '430', 'Месяц' (Month) with value 'мар', 'Тип' (Type) with value 'А-М', and 'Год' (Year) with value '2002'.
- Интервьюер (Interviewer):** Fields include 'ФИО' (Full Name) with value 'Филимонова Ольга Николаевна' and 'Код' (Code) with value '508'. There is also a field for 'Анкета' (Questionnaire) with value '184'.
- Респондент (Respondent):** This section is divided into 'Адрес' (Address) and 'Соц-Дем' (Socio-Demographic) data.
 - Адрес:** Fields include 'Тип улицы' (Street Type) with value 'улица', 'Улица' (Street) with value 'Шоссейная ул.', 'Дом' (House) with value '2', 'Корпус' (Corridor) with value '2', 'Квартира' (Apartment) with value '246', 'Тел. Тип' (Phone Type) with value 'дом', and 'Тел. Номер' (Phone Number) with value '3540020'. There is also a 'Комментарий' (Comment) field.
 - Соц-Дем:** Fields include 'Пол' (Sex) with value 'жен', 'Возраст' (Age) with value '42', 'Имя' (Name) with value 'Анна', 'Отчество' (Patronymic) with value 'Александрович', and 'Фамилия' (Surname) with value 'Бычков'.

At the bottom of the form, there are buttons for 'Переход на запись N:' (Go to record N:) and 'Поиск дублей и вывод в Эксель' (Search for duplicates and export to Excel). The status bar at the bottom indicates 'Record: 47 of 787'.

РЕАЛИИ ПРАКТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ - ИНТЕРВЬЮЕРЫ

Пол

- женщины - 99%
- мужчины - 1%)

Возраст

- 20-30 лет- 12%
- 31-40 лет- 26%
- 41-55 лет- 47%
- 56 и старше- 15%

Образование

- Среднее- 8%
- Среднее специальное- 27%
- Незаконченное высшее- 9%
- Высшее- 56%

Работают

- Не работают - 67%
- Работают – 33%

Семейное положение

- Не замужем/разведены - 44%
- Замужем- 56%

Работают в КОМКОНе

- С 1992-99 г.- 10%
- С 2000-01г. - 14%
- С 2002 г.- - 24%
- С 2003 г.- - 34%
- С 2004 г.- - 18%

Практически не принимаем на работу студентов, так как это самая ненадежная, необязательная категория людей

Таким образом, ветераны составляют 10%, новички-18 %, имеющие стаж работы от года до 3 лет- 76%.

Черты характера:

- *гиперобщительность*
- *умение убеждать*
- *эмоциональная уравновешенность*
- *резистентность к хамству*
- *умение работать в жестких временных рамках*
- *умение воспринимать инструкции и следовать им*
- *определенный ум и ловкость, чтобы находить возможность решения непосильных задач...*

1. **Проблема выбора исследовательской компании**
(процедура тендеров и их суть)
2. **Неизбежный рост затрат – внутренние причины**
(квалифицированные специалисты стоят с каждым годом дороже)
3. **Неизбежный рост затрат – внешние причины**
(инфляционные показатели)
4. **Неизбежный рост запросов респондентов**
5. **Погруженность в исследовательские проблемы менеджеров заказчика**