

# ***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

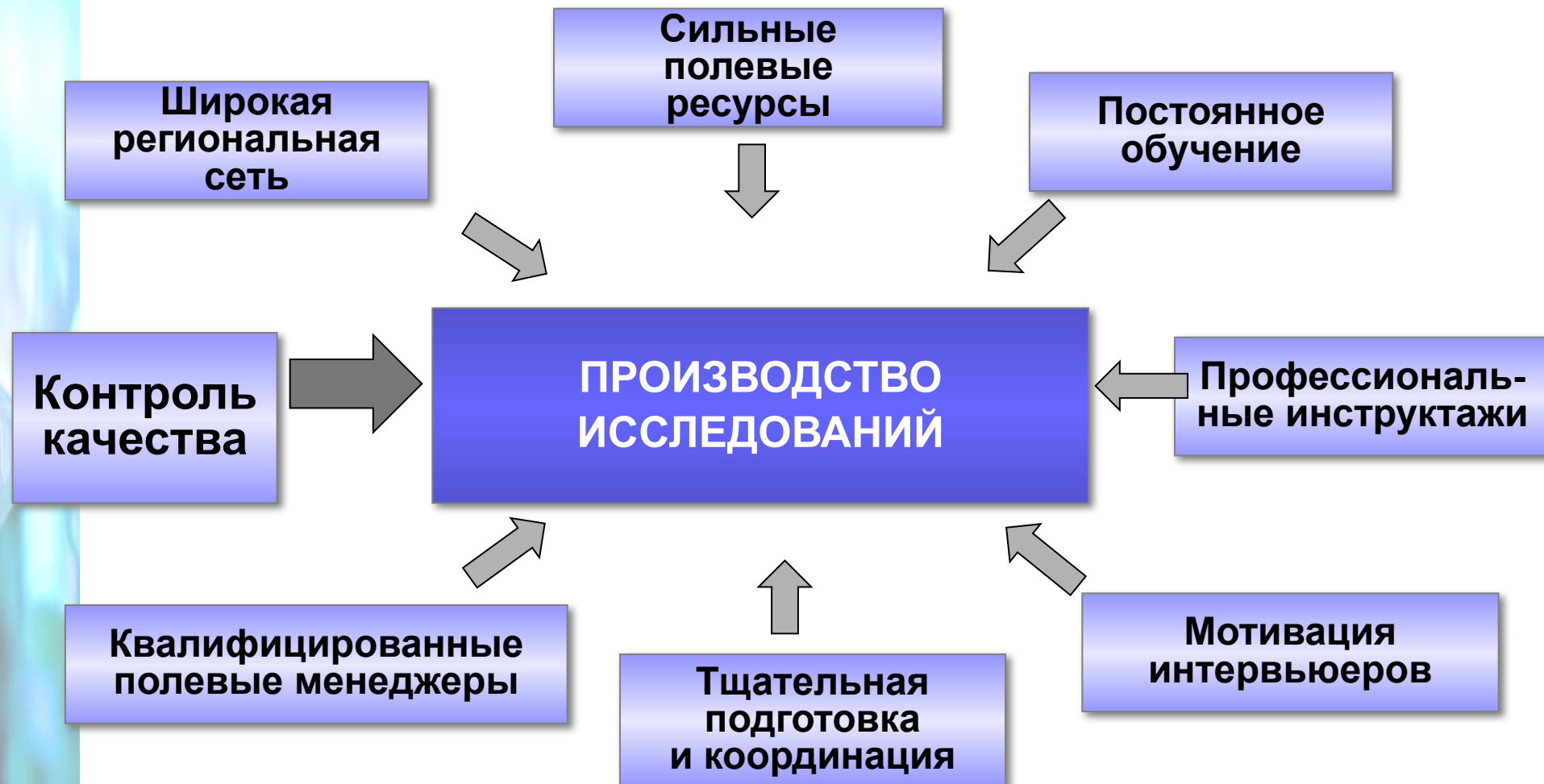
Получение промежуточных и  
окончательных отчетов

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 a 'Выход' (Exit) button.
- Интервьюеры в данном проекте (Interviewers in this project):** A dropdown menu.
- Проект (Project):** Fields for 'Название' (Name: 'Знание марок - март-апрель'), 'Запись N' (Record N: '47'), 'Номер' (Number: '430'), 'Месяц' (Month: 'мар'), 'Тип' (Type: 'А-М'), and 'Год' (Year: '2002').
- Интервьюер (Interviewer):** Fields for 'ФИО' (Full Name: 'Филимонова Ольга Николаевна') and 'Код' (Code: '508').
- Респондент (Respondent):** Fields for 'Адрес' (Address) including 'Тип улицы' (Street Type: 'улица'), 'Улица' (Street: 'Шоссейная ул.'), 'Дом' (House: '2'), 'Корпус' (Corridor: '2'), 'Квартира' (Apartment: '246'), 'Тел. Тип' (Phone Type: 'дом'), and 'Тел. Номер' (Phone Number: '3540020'). It also includes 'Соц-Дем' (Soc-Dem) fields: 'Пол' (Sex: 'жен'), 'Возраст' (Age: '42'), 'Имя' (Name: 'Анна'), 'Отчество' (Patronymic: 'Александрович'), and 'Фамилия' (Surname: 'Бычков').
- Комментарий (Commentary):** A large text area for additional notes.

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 output 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**