

Ефимова Д.М.,
к.э.н., доцент кафедры маркетинга
ФГБОУ ВПО "РЭУ имени Г.В.Плеханова"
Беляева А.К.,
студент кафедры маркетинга
ФГБОУ ВПО "РЭУ имени Г.В.Плеханова"
Васадзе В.Г.
студент кафедры маркетинга
ФГБОУ ВПО "РЭУ имени Г.В.Плеханова"
Воронцова Е.В.
(студент кафедры маркетинга
ФГБОУ ВПО "РЭУ имени Г.В.Плеханова"
Колесова С.В.
студент кафедры маркетинга
ФГБОУ ВПО "РЭУ имени Г.В.Плеханова"
Эл. почта: mkafedra@mail.ru)

**ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОВЕДЕНИЯ СБОРА ПЕРВИЧНЫХ ДАННЫХ
НА ПРИМЕРЕ ИССЛЕДОВАНИЯ СИСТЕМЫ ГОРОДСКОГО
ПАССАЖИРСКОГО ТРАНСПОРТА ГОРОДА МОСКВЫ**

Аннотация

В статье рассматривается общий подход к организации и повышению качества собираемой информации полевого этапа количественного исследования. Также приводится описание работы исследовательской команды обследования системы городского пассажирского транспорта города Москвы, проведенного кафедрой маркетинга РЭУ им. Г.В.Плеханова.

Ключевые слова:

Проект маркетингового исследования, полевые работы, первичные данные, команда исполнителей полевых работ, городской общественный транспорт

RePEC: M30

удк 339.138

Efimova D.,PhD.,
Associate Professor of Marketing
Plekhanov Russian University of Economics
Belyaev A., student
Marketing Department
Plekhanov Russian University of Economics
Vasaladze V., student
Marketing Department
Plekhanov Russian University of Economics
Vorontsov E., student
Marketing Department
Plekhanov Russian University of Economics
Kolesov S., (student
Marketing Department
Plekhanov Russian University of Economics
E-mail: mkafedra@mail.ru

**ORGANIZATION OF PRIMARY DATA COLLECTION SYSTEM ON
THE EXAMPLE OF THE STUDY OF URBAN PASSENGER TRANSPORT IN
MOSCOW**

Abstract

The article discusses the general approach to the organization and improve the quality of information collected field phase of quantitative research. Also, the explanation of the research team survey of urban passenger transport in Moscow, conducted by the Department of Marketing Plekhanov Russian University of Economics.

Keywords:

Project marketing research, field work, the primary data, the team implementing the field work, urban public transport

RePEC: M30

УДК 339.138

Ефимова Д.М.,
к.э.н., доцент кафедры маркетинга
ФГБОУ ВПО "РЭУ имени Г.В.Плеханова"
Беляева А.К.,
студент кафедры маркетинга
ФГБОУ ВПО "РЭУ имени Г.В.Плеханова"
Васадзе В.Г.
студент кафедры маркетинга
ФГБОУ ВПО "РЭУ имени Г.В.Плеханова"
Воронцова Е.В.
(студент кафедры маркетинга
ФГБОУ ВПО "РЭУ имени Г.В.Плеханова"
Колесова С.В.
студент кафедры маркетинга
ФГБОУ ВПО "РЭУ имени Г.В.Плеханова"
Эл. почта: mkafedra@mail.ru)

**ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОВЕДЕНИЯ СБОРА ПЕРВИЧНЫХ ДАННЫХ
НА ПРИМЕРЕ ИССЛЕДОВАНИЯ СИСТЕМЫ ГОРОДСКОГО
ПАССАЖИРСКОГО ТРАНСПОРТА ГОРОДА МОСКВЫ**

Efimova D.,PhD.,
Associate Professor of Marketing
Plekhanov Russian University of Economics
Belyaev A., student
Marketing Department
Plekhanov Russian University of Economics
Vasaladze V., student
Marketing Department
Plekhanov Russian University of Economics
Vorontsov E., student
Marketing Department
Plekhanov Russian University of Economics
Kolesov S., (student
Marketing Department
Plekhanov Russian University of Economics
E-mail: mkafedra@mail.ru

**ORGANIZATION OF PRIMARY DATA COLLECTION SYSTEM ON THE
EXAMPLE OF THE STUDY OF URBAN PASSENGER TRANSPORT IN MOSCOW**

В практике маркетинговых исследований вопрос управления проектом стоит не менее остро чем в общей теории управления предприятием. Грамотная организация способствует повышению достоверности собираемых данных и позволяет уменьшить систематические ошибки при проведении полевых работ.

В нашей статье мы рассмотрим общий подход к процессу организации сбора полевой информации. Особенно подробно мы остановимся на рассмотрении команды участников исследовательского проекта и работах по повышению качества собираемых данных на всех этапах полевых работ.

В практической части мы рассмотрим каким образом был организован сбор данных по проекту, цель которого заключалась в организации маркетингового обследования системы городского пассажирского транспорта города Москвы.

Организация процесса сбора первичных количественных данных.

Сбор первичной информации (количественной и качественной) осуществляется посредством наблюдения, глубинных интервью, фокус-групп, различных видов опроса и эксперимента. Сбор количественной информации имеет главной своей особенностью широкий географический масштаб и большую выборку [1-2].

В общем случае (см. Рис.1), при организации сбора данных прорабатываются такие составляющие как: команда проекта, инфраструктура, к которой относятся средства измерения, помещения, средства записи, формы сбора данных, компьютеры и программные средства для обработки данных и т.д.; география проведения полевых работ, требования и пожелания заказчика относительно сроков, уровня затрат, возможные корректировки методологии проведения полевых работ, формы контроля и т.д., обязательно разрабатывается подневной график полевого этапа, который доводится до сведения всем членам команды; разрабатывается смета затрат, необходимых для проведения полевых работ и порядок возмещения затрат персонала [1-5].



Рисунок 1: Составляющие организации процесса сбора данных

Рассмотрим подробнее роль каждого участника команды исследовательского проекта, схематично представленной ниже на рисунке 2.

Полную ответственность за разработку, реализацию и управление проектами маркетинговых исследований несут руководитель проекта и ответственный исполнитель. Их задача - согласовывать условия проведения проекта с заказчиком, требования и пожелания заказчика, сроки проведения проекта, а так же предоставление материалов и денежных компенсаций



Рисунок 2: Схематичное отображение состава команды проекта маркетингового исследования.

сотрудникам. Ответственный исполнитель проекта так же непосредственно координирует работу менеджера проекта. Менеджер проекта участвует в разработке методологии исследования, контролирует процесс формирования

анкет и электронных форм документов. Менеджер так же формирует рабочие группы и распределяет объем работ между ними. В его обязанности входит систематизация полученных данных, формирование конечных отчетов и их предоставление ответственному исполнителю или руководителю проекта. Менеджер работает как с руководителями проекта, так и непосредственно с супервайзерами, координируя их работу.

Супервайзеры в свою очередь несут ответственность за своевременное предоставление собранных данных, их систематизацию по каждой рабочей группе. Супервайзер отвечает за правильность оформления информации, ее релевантность и достоверность. А так же решает спорные ситуации и проблемы, возникающие на полевом этапе сбора информации. В задачи супервайзера так же входит координирование работы бригадиров.

Бригадиры отвечают за контроль над строго очерченным набором операций, включая полевые работы, редактирование данных, их кодирование, а так же могут быть задействованы в анализе данных.

Бригадиру необходимо вести контроль над работой группы, состоящих из интервьюеров - наблюдателей. Их задачей является сбор информации в соответствии с заявленными требованиями. Наблюдатели работают непосредственно на месте проведения исследования.

Наконец, для обработки всех полученных данных к исследованию подключаются операторы. Они получают данные от бригадиров и супервайзеров, и переводят их в электронный вид для дальнейшего анализа.

Повышение качества собираемой информации.

Следуя [3] качество собираемой полевой информации должно быть обеспечено на всех этапах организации ее сбора: подготовительном, полевом и послеполевом.

На *подготовительном этапе* инструментарий исследования (анкета, карточки, квоты, маршрутные задания и проч.) проходит проверку на логику заполнения; проводится пилотное исследование, целью которого является

доработка инструментария. Все интервьюеры получают детализированные инструкции и проходят инструктаж. Интервьюеров уведомляют о системе поощрений и штрафов. Каждый интервьюер делает 3-5 пробных интервью, не учитываемых в итоговом массиве анкет.

Во время проведения *полевого этапа* работа интервьюеров/ наблюдателей контролируется непосредственно на местах проведения полевых работ. Заказчик заранее уведомляется о графике проведения полевого этапа и может проводить собственный независимый контроль. В ряде случаев интервью с респондентами записывают на цифровой диктофон.

Послеполевой этап не менее важен чем предыдущие два. Здесь осуществляется проверка отсутствия личных связей между интервьюером и респондентом. Визуальный контроль форм сбора данных на правильность и логику заполнения. Проверка качества работы интервьюеров с помощью статистических методов.

Организация процесса работы команды по сбору первичных количественных данных посредством наблюдения на примере обследования системы городского пассажирского транспорта города Москвы.

Как уже упоминалось ранее, при организации сбора данных прорабатываются различные составляющие. Рассмотрим их далее на примере обследования системы городского пассажирского транспорта города Москвы, проведенного в рамках научно-исследовательской работы кафедры маркетинга «РЭУ им. Г.В.Плеханова» в октябре-декабре 2014 года. Исследование подразумевало оценку выделенных параметров качества предоставления услуги перевозки пассажиров Департаментом транспорта города Москвы, посредством сбора информации методом наблюдения. Исследование проводилось в 2 волны - октябрь и декабрь 2014 года. Всего за одну волну было исследовано 140 маршрутов наземного транспорта (далее НГПТ), 50 станций и 460 вагонов Метро. В каждой волне участвовало 15 супервайзеров, 30 бригадиров и 90 наблюдателей. На каждую исследовательскую группу

(состоящую из 2 человек) в одну волну было выделено 2-3 маршрута НГПТ. 16 исследовательских групп занимались исследованием метро и вагонов.

Помимо строгого соблюдения графика работы, одним из основных *требований заказчика* являлась оценка определенных показателей. На станциях метрополитена оценивались чистота и наличие лиц в пачкающей одежде, входа на станцию, вестибюлей, перрона, а также скорость покупки билетов, количество работающих автоматов и касс, а также время покупки, по 7 замеров на кассы и по 7 – на автоматы. Кроме того, проверялось наличие мобильной и Интернет связи (3G и Wi-Fi).

Объектами исследования НГПТ были остановки и салоны транспортного средства. В салоне изучалась чистота, наличие лиц в пачкающей одежде, наличие листовок/навязчивой рекламы, Интернет и мобильной связи. Также оценивалась навигация: наличие схемы маршрута, возможность подойти и воспользоваться ей, голосовое объявление и электронное табло с названиями остановок.

На остановке оценивалась чистота, наличие лиц в пачкающей одежде, наличие павильонов ожидания, на которых оценивалось следующее: наличие листовок/навязчивой рекламы, наличие граффити, необходимость ремонта, наличие малых архитектурных форм, адаптации для использования маломобильными категориями граждан, стекла с информацией и электронного указателя.

Далее перейдем к рассмотрению выделенных нами ранее участников команды по сбору полевой информации на примере описанного НИР. Спецификой подобных исследований является то, что они являясь научной работой, подразумевают участие Научного руководителя проекта, отвечающего не только за общее управление проектом, но и за его научную новизну и практическую значимость.

Научные руководители проекта и ответственный исполнитель вступали в непосредственный контакт с заказчиком, разрабатывали методологию

исследования и модель распределения маршрутов между участниками, осуществляли согласовывая объем работ, сроки проведения проекта, а так же сообщали заказчику промежуточные результаты исследования и разработали отчеты по результатам каждой волны. Так как рассматриваемый проект содержал две волны исследований, конкретные требования и условия проведения мероприятий были согласованы отдельно по каждому этапу исследования. Также ответственный исполнитель организовал разработку подробных инструкций по сбору и кодировке полевой информации, и донес эти инструкции до супервайзеров. Кроме того, им был определен график дат и времени выхода на маршрут исследовательскими группами.

На *менеджера проекта* были возложены разнообразные обязанности, такие как: разработка инструкций по сбору и кодировке данных, закрепление за каждой группой супервайзера и бригадира; контроль сроков проведения исследования; донесение изменений о формате проекта до супервайзеров; систематизация информации по всему объему работ и предоставление готовых отчетов ответственному исполнителю.

Непосредственным соисполнителем менеджера являлся командир студенческого отряда (далее СНИО), в чьи обязанности входила разработка методологии и форм наблюдения печатного и электронного вида при непосредственной помощи менеджера проекта; проверка и структурирование отчетов каждой рабочей, так же сведение всех данных в единый документ; а так же комплексная оценка работы всех участников проекта.

В ходе дальнейшего исследования, основной контроль и сопровождение работы исследовательских групп возлагался на *супервайзера* проекта. Данную должность мог получить преподаватель РЭУ им. Г.В.Плеханова, изъявивший инициативу участия в проекте. В конечном счете, в проекте приняло участие 14 супервайзеров. В основные обязанности данной группы входили: донесение инструкций по сбору и кодировке информации до супервайзеров и членов исследовательских групп, контроль и сопровождение работы

исследовательских групп, контрольные замеры на маршрутах их работы, обеспечение мотивации и качества замеров, оптимизация исследования остановок наземного транспорта с использованием автомобиля, свод данных и передача их командиру СНИО, оперативное решения проблем исследовательских групп . Супервайзеры также осуществляли главенствующие коммуникации с менеджером проекта и ответственным исполнителем НИР, а также сбор и передачу первичных анкет наблюдения и фотографий отчета по проделанным полевым работам.

Под контролем каждого супервайзера в рамках проекта находилось два *бригадира*. Бригадиром являлся руководитель двух исследовательских групп студентов, а также одновременно и участником одной из таких групп. В его обязанности входило обеспечение своевременного выхода наблюдателей на маршрут, раздача листов наблюдений, свод данных по исследовательским группам, передача данных и фотографий по электронной почте для их объединения командиру отряда. По завершению работ, бригадирам было необходимо передать оригиналы листов наблюдений и полный фото-отчет об обследованных объектах своим супервайзерам.

Членами *исследовательских групп* в ходе проекта производились все транспортные замеры и оценки подлежащих объектов согласно разработанной методике. Данные группы состояли из двух студентов РЭУ им. Г.В.Плеханова, которые по совместительству выполняли роль интервьюеров и наблюдателей. По завершению полевых работ, участники исследовательских групп заполняли листы наблюдений по осмотренным видам транспорта. Далее, в их обязанности входило внесение полученных данных в электронные базы данных, для дальнейшей передачи бригадирам. Важно отметить, что в ходе исследования, каждый наблюдатель фотографировал обследуемый объект, который, в итоге вошел в общий фото-отчет по всему проекту. Наличие фото-отчета является необходимым для подтверждения действительности полученной информации, а

также стимулирует участников исследовательских групп к более качественному выполнению своих обязанностей.

Отметим, что в проекте отсутствовали операторы, поскольку их функции выполняли члены исследовательских групп.

В качестве *средств измерения* использовались смартфоны (или планшеты) и фотоаппараты. Как уже упоминалось ранее, исследователям были выданы листы наблюдения, которые они должны были заполнять по мере прохождения маршрута.

Таким образом, мы рассмотрели ключевые составляющие процесса организации сбора информации посредством проведения полевых исследований, и привели пример, иллюстрирующий организацию работы команды проекта полевого этапа с приведением описания роли каждого участника.

Следует отметить, что несмотря на наличие общего случая состава исследовательской команды, на практике, при проведении научно-исследовательского проекта, появляются особые участники которые, кроме прочего, должны обеспечивать научную обоснованность и новизну исследовательского проекта.

Библиография

1. Черчилль Г., Браун Т. Маркетинговые исследования. 5-е издание. - СПб.: Питер, 2007.
2. Нэреш К. Малхотра. маркетинговые исследования. 4-е издание. - М.: Вильямс, 2007
3. Полевые маркетинговые исследования. Исследовательское агентства Field's factory: <http://www.fieldresearch.ru/files/Fieldresearch-in-Russia.pdf> Дата просмотра 20 декабря 2014 года.
4. Бурлов С.К. Подводные камни полевых исследований // Маркетинг и маркетинговые исследования . - 2004 - № 1.

5. European Pharmaceutical Market Research Association. Managing a research project:
http://www.ephmra.org/user_uploads/ephmra%20managing%20a%20research%20project%20final%202012.pdf . Дата просмотра 20 декабря 2014 года.

References

Churchill G., Brown T. (2007) Marketing research. 5-th edition, Peter, Sanct Peterburg.

Naresh K. Malhotra (2007) Marketing research. 4-th edition., Williams, Moscow

The field of marketing research. Research Agency Field's factory:

<http://www.fieldresearch.ru/files/Fieldresearch-in-Russia.pdf> Revision Date 20.12.2014

Burlov S. K. (2004) Pitfalls of field studies, Marketing and marketing research, 1.

European Pharmaceutical Market Research Association. Managing a research project:
http://www.ephmra.org/user_uploads/ephmra%20managing%20a%20research%20project%20final%202012.pdf. Revision Date 20.12.2014

