



АССОЦИАЦИЯ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ
ЦЕНТРОВ



Фонд «Социум»

Уважаемые коллеги!

17-18 июня 2011 года в г. Екатеринбурге по инициативе Ассоциации «7/89» состоится открытый Форум исследовательских компаний, работающих в России и СНГ. Организаторами Форума являются Ассоциация «7/89» и Фонд «Социум» (г. Екатеринбург).

Приглашаем Вас принять участие в открытом Форуме исследовательских компаний.

Место проведения

Мероприятие будет проходить в живописных окрестностях г. Екатеринбурга, на базе отдыха «Солнечный остров» (30 км от города).

Точный адрес: Свердловская область, Верхнепышминский район, с. Мостовское, б/о «Солнечный остров». Телефон: (343)355-55-25

Схема проезда прилагается.

Местом сбора участников в г. Екатеринбурге является офис Фонда «Социум».

Точный адрес: г. Екатеринбург, ул. Антона Валека, д.8, 4-й этаж.

Ориентир для таксистов: недалеко от площади имени 1905-го года, рядом с Домом культуры УВД.

Схема проезда прилагается.

Тема Форума: «Управление качеством социологических и маркетинговых исследований»

Отечественная социология представляет собой сегодня не только академическую научную дисциплину, но и крайне важную для общества динамично развивающуюся отрасль по оказанию информационных услуг.

Сегодня результаты социологических исследований рассматриваются как информационное обеспечение разработки законопроектов, стратегий ведения бизнеса и реализации социальных программ. В связи с этим актуализируется проблема **управления качеством в социологических исследованиях**. Пользователи социологической информации - органы государственной власти, бизнес-структуры - хотят иметь четкие ориентиры, позволяющие оценить качество результатов исследования, а исследовательские компании стремятся сформировать сильный бренд на рынке информационных услуг, обеспечивающий им стабильность и процветание.

В рамках Форума предлагается обсуждение следующих вопросов:

1. Проблема репутации профессии социолога, маркетолога в обществе и проблема доверия к социологической информации.
2. Что значит управлять качеством в исследовательском процессе?
3. Каковы эффективные способы управления качеством социологической и маркетинговой информации в мировой и отечественной практике?
4. Как управление качеством сказывается на репутации исследовательской компании.
5. Что значит сильный бренд исследовательской компании, как его выстроить?
6. Какими могут быть стандарты и регламенты, гарантирующие обеспечение качества исследовательского процесса и его результатов?
7. Процедурные и организационные нормы, регламентирующие процесс управления качеством социологического исследования: опыт региональных исследовательских агентств.
8. Стандартизация документации социологического исследования: номенклатура документов, регламентирующих процесс и формат продукта социологического исследования.
9. Управление качеством при организации полевых работ:
10. Построение и реализация выборки: работает ли сегодня территориальная, телефонная выборки? Возможны ли альтернативы?
11. Выборка для онлайн-опросов – проблема качества.
12. Российский и международный опыт стандартизации социологического исследования и перспективы участия российских социологов в программе ISO.
13. Социологические исследования, выполняемые по госзаказам: проблемы контроля качества от участия в тендере до отчета по исследованию. Типичные конфликтные ситуации и пути их разрешения, судебная практика.

Кроме докладов, дискуссий, обмена мнениями предполагается проведение мастер-классов:

Мастер-класс. Регламент полевых работ при организации и проведении тестирования: холл-тест, хоум-тест. Практика управления качеством исследовательского процесса.

Мастер-класс: управление базами данных. Знакомство с новыми возможностями обработки и анализа социологических данных известной отечественной программы VORTEX.

Программа открытого Форума

17 июня:

8⁰⁰ – 9³⁰ Трансфер до места проведения Форума.

9³⁰ – 10⁰⁰ Регистрация участников.

10⁰⁰ – 14⁰⁰ Пленарное совещание.

Время	Тема	Докладчик
10 ⁰⁰ – 10 ¹⁰	Приветствие Форуму от Ассоциации «Группа 7/89»	Татьяна Немтинова, Председатель Ассоциации «Группа 7/89»
10 ¹⁰ – 10 ³⁰	Проблема репутации профессии социолога в обществе. Доверие населения к результатам социологических опросов.	Нелли Романович, Институт общественного мнения «Квалитас», г. Воронеж
10 ³⁰ – 10 ⁵⁰	Сила бренда исследовательской компании.	Владимир Звоновский, к.с.н., Президент Фонда социальных исследований, г. Самара
10 ⁵⁰ – 11 ²⁰	Факторы трансформации исследовательских программ в ведущих опросных центрах: посткризисная перспектива.	Иван Климов, к.с.н., доцент, заместитель декана факультета социологии ГУ-ВШЭ по магистратуре, г. Москва
11 ²⁰ – 11 ⁴⁰	Кофе-брейк	
11 ⁴⁰ – 12 ²⁰	Эффективные способы управления качеством социологической и маркетинговой информации в мировой и отечественной практике.	Сергей Проценко, директор Южно-Российского исследовательского центра «ФАКТОР», г. Ростов-на-Дону
12 ²⁰ – 12 ⁵⁰	Процессный подход к разработке стандартов управления качеством исследовательского процесса и его результатов.	Ольга Рыбакова, к.ф.н, директор Центра маркетинговых исследований Фонда «Социум», г. Екатеринбург
12 ⁵⁰ – 13 ³⁰	Построение и реализация выборки: «работают» ли сегодня территориальная, телефонная выборки? Перспективы развития выборочного метода	Уточняется
13 ³⁰ – 14 ⁰⁰	Методическое сопровождение социологических исследований - опыт работы с транснациональной корпорацией	Ирина Козина, к.с.н., зав. кафедрой методов сбора и анализа социологической информации, факультет социологии ГУ-ВШЭ, г. Москва
14 ⁰⁰ – 15 ⁰⁰	Обед	

15 ⁰⁰ -17 ⁰⁰	Сессия 1. Разработка новых российских стандартов социологического исследования: про и контра. Потребности в стандартизации и перспективы разработки Профессионального кодекса. Опыт разработки стандартов и документирования процедур социологического исследования в практике компаний	Анжела Смелова, директор ИК «Инфоскан», г. Новосибирск Обмен мнениями представителей региональных исследовательских организаций
17 ⁰⁰ –19 ⁰⁰	Сессия 2. Социологические исследования, выполняемые по гос. заказам. Проблемы контроля качества: ОТ конкурса ДО отчета. Типичные конфликтные ситуации и пути их разрешения, судебная практика.	Обмен мнениями представителей региональных исследовательских организаций

19⁰⁰ –20⁰⁰ Ужин, свободное время.

18 июня:

Время	Мероприятие	Модераторы
10 ⁰⁰ – 12 ⁰⁰	Мастер класс I: Регламент полевых работ при организации и проведении тестирования: холл тест. Практика управления качеством.	Марина Епифанцева, к.п.н., доцент, ведущий аналитик Фонда «Социум» Светлана Суханова, рук. отдела полевых исследований Фонда «Социум»
12 ⁰⁰ – 12 ³⁰	Кофе-брейк	
12 ³⁰ -14 ⁰⁰	Мастер класс II : управление базами данных. VORTEX.	Денис Шкурин, к.с.н., доцент УрФУ Мария Бурлуцкая, к.с.н., доцент, рук. отдела аналитики Фонда «Социум»
14 ⁰⁰ – 15 ⁰⁰	Обед	
15 ⁰⁰ – 17 ⁰⁰	Итоговое пленарное совещание	
15 ⁰⁰ – 16 ⁰⁰	Перспективы развития отечественного рынка социологических /маркетинговых исследований: проблема и способы повышения качества результатов. Доклад по итогам экспертного опроса. Обмен мнениями.	Ольга Рыбакова Мария Бурлуцкая
16 ⁰⁰ – 16 ²⁰	Кофе-брейк, общение.	
16 ²⁰ - 18 ⁰⁰	Дискуссия участников форума относительно потребности в стандартизации и перспектив разработки Профессионального кодекса.	Николай Соколов, зав. Лабораторией Центра социологических исследований СПбГУ, г. Санкт-Петербург Игорь Задорин, к.с.н., ген. директор ИГ «Циркон», г. Москва Татьяна Немтинова, директор агентства «Коммерческие консультации и исследования», г. Пермь

18 ⁰⁰ – 18 ³⁰	Принятие резолюции. Завершающее доброе слово.	Александр Долганов, генеральный директор Фонда «Социум»
18 ³⁰ – 19 ⁰⁰	Свободное общение участников Форума. Прогулки на свежем воздухе	
19 ⁰⁰ –22 ⁰⁰	Банкет	

Содержание мастер-классов:

Мастер-класс I

Регламент полевых работ при организации и проведении тестирования: холл-тест. **Практика управления качеством исследовательского процесса.**

1. Определение ключевых проблем подготовки и организации холл-тестов. Процедуры обеспечения и контроля качества на разных этапах холл-теста.
 - Подготовка инструментария и образцов
 - Подготовка помещения в соответствии со спецификой темы исследования
 - Подготовка интервьюеров
 - Отбор респондентов, скринирование
 - Опрос
2. Примеры реализации некоторых исследовательских задач в рамках холл-тестов.
 - Тестирование рекламных концепций
 - Тестирование дизайна упаковки
 - Тестирование потребительских характеристик продуктов
 - Тестирование цены
 - Тестирование рекламных роликов

Модераторы:

Марина Епифанцева, к.п.н., ведущий специалист отдела аналитики Фонда «Социум», доцент кафедры социологии УрГПУ

Светлана Суханова, руководитель отдела полевых исследований, Фонд «Социум».

Мастер-класс II

Как обеспечить качество данных: возможности программы Vortex.

1. Организация матрицы данных в Vortex, типы переменных – ознакомительная часть.
2. Этап ввода данных и возможности контроля за качеством ввода данных. Организация переходов, контроль за качеством ввода данных, проблема соединения данных введенных независимыми операторами (слив файлов).
3. Применение программы в ситуации параллельного опроса и ввода данных (телефон и интернет). Практический пример..
4. Технический контроль работы интервьюеров и качества данных.
 - Показатели работоспособности инструмента (заполняемость вопросов, открытые вопросы, табличные вопросы и т.д.)
 - Оценка качества и автокоррекция выборки
 - Оценка качества вторичных показателей (Пример - интегральные индексы из исследования)
5. Анализ данных
 - Учет погрешности выборки в выводах
 - Специальные маркетинговые показатели (определение кривой спроса, оптимальной цены, атрибутивный анализ) – демонстрация с примерами.
 - Мониторинговые исследования. Построение рядов динамики и прогнозирование.
 - Вывод информации на карту территории. Практические примеры.

6. Представление базы данных Заказчику, хранение и дальнейшее использование. Совмещение базы данных с программами SPSS и Excel.

Идея: Качество данных можно рассматривать на нескольких уровнях:

1. *Качество «входящих данных», т.е. надежность данных, собранных в поле. Конечно, мы контролируем работу интервьюеров разными способами, но один из возможных – **технический контроль**.*
2. *«Чистота данных», введенных в базу данных. Обеспечивается корректным вводом и чекингом данных. Возможности автоматического чекинга, которые предоставляет Vortex.*
3. *Маркетинговое понимание качества – удовлетворенность Заказчика. Поэтому важный аспект – представление данных, те аналитические возможности, которые есть у программы.*

Модераторы:

Денис Шкурин, к.с.н, разработчик программы обработки социологической информации «VORTEX», к.с.н, доцент кафедры прикладной социологии УрФУ.

Мария Бурлуцкая, к.с.н, начальник отдела аналитики Фонда «Социум», Екатеринбург, доцент кафедры социологии УрГПУ.

Докладчиками на Форуме, модераторами дискуссионных сессий и ведущими мастер-классов будут известные социологи, руководители и специалисты крупнейших московских и региональных исследовательских компаний.

Будущим участникам Форума, а также **всем исследовательским компаниям** предлагается **принять участие** в актуальном для нашего профессионального сообщества **экспертном исследовании на тему: «Перспективы развития отечественного рынка социологических /маркетинговых исследований».**

ИТОГИ ИССЛЕДОВАНИЯ БУДУТ ОЗВУЧЕНЫ НА ФОРУМЕ.

Проведение форума планируется в одном из загородных пансионатов в живописных окрестностях г. Екатеринбурга в течение 2-х дней.

Проезд до г. Екатеринбурга (самолетом, поездом или автобусом) – оплачивается участниками самостоятельно.

Трансфер от центра Екатеринбурга (офис Фонда «Социум») до места проведения форума, проживание в пансионате (с питанием), обзорная экскурсия по Екатеринбургу, банкет - входит в стоимость участия в форуме (ориентировочно до 10000 руб.).

Участие в мастер-классах, дополнительные экскурсии – оплачиваются дополнительно.

Анкета исследовательской организации

Для подготовки Форума и экспертного исследования необходима информация от потенциальных участников. Поэтому мы убедительно просим Вас в течение ближайшей недели ознакомиться с данным анонсом и прислать нам ответы на вопросы короткой анкеты:

1. Приходилось ли Вам (представителям Вашей организации) принимать участие в мероприятиях, на которых собирались представители региональных исследовательских организаций?

1. Да (назовите наиболее интересные, запомнившиеся)

2. Нет

2. Готовы ли Вы принять участие в экспертном исследовании на тему: «Перспективы развития отечественного рынка социологических /маркетинговых исследований». Исследование планируется проводить в апреле-мае в несколько итераций с использованием метода Дэльфи.

1. Да, мы примем участие в исследовании
2. Нет, мы не будем принимать участия в исследовании

3. Готова ли Ваша организация принять участие в Форуме 17-18 июня в г. Екатеринбурге?

1. Да
2. Нет

4. Сколько представителей Вашей организации смогут принять участие в Форуме?

5. Какие вопросы (темы) из вышеперечисленных Вы считаете наиболее актуальными для обсуждения на Форуме? (обведите порядковые номера заинтересовавших Вас тем)

1. Проблема репутации профессии социолога, маркетолога в обществе и проблема доверия к социологической информации.
2. Что значит управлять качеством в исследовательском процессе?
3. Каковы эффективные способы управления качеством социологической и маркетинговой информации в мировой и отечественной практике?
4. Как управление качеством сказывается на репутации исследовательской компании.
5. Что значит сильный бренд исследовательской компании, как его выстроить?
6. Какими могут быть стандарты и регламенты, гарантирующие обеспечение качества исследовательского процесса и его результатов?
7. Процедурные и организационные нормы, регламентирующие процесс управления качеством социологического исследования: опыт региональных исследовательских агентств.
8. Стандартизация документации социологического исследования: номенклатура документов, регламентирующих процесс и формат продукта социологического исследования.
9. Управление качеством при организации полевых работ:
10. Построение и реализация выборки: работает ли сегодня территориальная, телефонная выборки? Возможны ли альтернативы?
11. Выборка для онлайн-опросов – проблема качества.
12. Российский и международный опыт стандартизации социологического исследования и перспективы участия российских социологов в программе ISO.
13. Социологические исследования, выполняемые по госзаказам: проблемы контроля качества от участия в тендере до отчета по исследованию. Типичные конфликтные ситуации и пути их разрешения, судебная практика.

6. Какие еще вопросы (темы) Вы хотели бы предложить для обсуждения на Форуме?

7. Планируете ли Вы посетить заявленные мастер-классы?

1. Да
2. Нет

8. Какие еще темы Вы могли бы предложить для проведения мастер-классов?

9. Какие дополнительные мероприятия (экскурсии, встречи и т.п.) Вы хотели бы предложить для их включения в программу Форума?

10. Кого из представителей московских исследовательских компаний Вы хотели бы видеть в качестве докладчиков (ведущих сессий) на Форуме?

11. Пожалуйста, сообщите следующие данные о Вашей организации:

Город _____

Название _____

Год основания _____

Почтовый адрес _____

Телефоны _____

Факс _____

Электронный адрес _____

Сайт _____

Руководитель компании (должность, ФИО) _____

Заместитель руководителя (должность, ФИО) _____

Убедительно просим Вас выслать заполненную анкету до 15 апреля 2011 г.

С уважением,

Председатель ассоциации региональных социологических центров «Группа 7/89»

Немтинова Т.С.

Генеральный директор Фонда «Социум»

Долганов А.Е.

Просим Вас выслать заполненную анкету в электронном виде на следующие адреса:

office@socium.ur.ru

forumsoc@mail.ru

Справки по телефону 8-912-600-46-12

Контактное лицо: Алена Бардина

Телефоны: (343)378-90-05, 378-90-18, 359-88-21

Сайт: www.fsocium.ru

Спасибо!