

**ESOMAROVA STUDIJA TRŽIŠTA  
ISTRAŽIVAČKIH USLUGA  
U 2003. GODINI**

Prevela: Ljubica Brajer  
Stručna recenzija: Žozef Lončar

Septembra, 2003. godine

# **PROUČAVANJE CENA U UDRUŽENJU ESOMAR, 2003.**

*Bryan A. Bates, Consultant  
(Brajan A. Beits, konsultant)*

## **Uvod**

### **Prethodno iskustvo**

Prvo proučavanje cena u udruženju ESOMAR izvedeno je 1982. godine i tada je ono bilo ograničeno na države zapadne Evrope. U 1992. godini takvim proučavanjem obuhvaćena su i velika tržišta izvan Evrope, a 1994. ovakva vrsta istraživanja ostvarena je na kompletnom svetskom tržištu. Taj projekat ponovljen je 1997. godine. Ovo proučavanje, peto po redu, takođe izvedeno na bazi svetskog tržišta, dodaje najnovije informacije pomenutom nizu proučavanja cena.

### **Ciljevi**

Cilj proučavanja cena jeste da ukaže na relativno određivanje cena za izvestan broj raznovrsnih istraživačkih projekata na različitim nivoima:

- u granicama jedne države (ukoliko obim uzorka u vidu određenog broja istraživačkih organizacija to dopušta),
- među različitim državama u određenom regionu,
- po raznim regionima sveta.

Namera je da se pomogne istraživačkim organizacijama i kupcima usluga u pogledu istraživanja tržišta pri planiranju i realizaciji istraživanja tržišta, te da se olakša evaluacija cena istraživanja u široj perspektivi.

### **Uzorak i postupci**

Prethodna proučavanja obavljena su poštanskim anketama, a kod poslednje analize cena odlučeno je da se upotrebi Internet. Ovoga puta najpre smo identifikovali sve države iz kojih je više od deset istraživačkih organizacija navedeno u najnovijem Direktorijumu udruženja ESOMAR. Svaka navedena istraživačka organizacija u tim državama predstavljala je zatim osnovni uzorak za istraživanje.

U cilju očuvanja poverljivosti podataka, odlučeno je da se prikažu samo podaci iz onih država iz kojih je dostavljeno najmanje pet upotrebljivih odgovora za bilo koju zadatu specifikaciju projekta. Izabrane su jedino one države iz kojih je deset ili više istraživačkih organizacija navedeno u Direktorijumu, zato što se činilo da je malo verovatno da će iz država sa manje od deset navedenih istraživačkih organizacija dospeti pet ili više upotrebljivih odgovora.

Za ovo istraživanje odabrano je ukupno 1.511 istraživačkih kompanija, a odgovori su stigli od 407 - stopa odgovora iznosi 26,9%.

Svim tim respondentima poslata je e-mail poruka kojom se oni pozivaju da učestvuju u istraživanju. Uz poruku je bio priložen i kompletan primerak specifikacija projekata. Tom prilikom, svi respondenti dobili su i jedinstveni pasvord pomoću kojeg im postaje dostupan njihov primerak „upitnika“ na posebnom veb sajtu koji je uredila Virtual Surveys Ltd. - kompanija koja je obradila sve podatke.

Zamolili smo respondente da svoje odgovore pošalju do određenog datuma. Spisak svih pasvorda iskorišćenih do tog datuma kompanija Virtual Surveys dostavila je Sekretarijatu udruženja ESOMAR, a odatle su, zatim, poslali podsetnici svima onima koji do tada još nisu odgovorili. Drugi podsetnik bio je upućen nedelju dana kasnije, a posle još jedne sedmice poslat je treći podsetnik određenom broju respondenata u deset zemalja za koje se procenilo da su od značaja, ali iz kojih je do 21. februara stiglo manje od pet odgovora. Zahvaljujući ovome dospelo je dovoljno odgovora da bi pet od ovih deset zemalja moglo da bude uključeno u finalnu analizu rezultata. Prvi poziv upućen je 31. januara, a poslednji dan za prijem odgovora bio je 28. februar 2003.

Učinjen je, zatim, značajan napor u cilju očuvanja poverljivosti podataka koje su poslali respondenti. Svaka odabrana istraživačka organizacija dobila je pasvord kojim joj se omogućuje pristup izvesnom prostoru na veb sajtu određenom za proučavanje, putem kojeg je trebalo dostaviti odgovore. Jedino službeno osoblje udruženja ESOMAR, angažovano u radu na proučavanju, imalo je uvid u pasvorde koji omogućuju povezivanje sa određenim kompanijama. Ni autor ovog izveštaja, niti istraživačka agencija angažovana za obradu rezultata, nisu imali pristup glavnom spisku kompanija.

Sa odgovorima na svaki upitnik takođe je postupano tako da se obezbedi poverljivost podataka svih respondenata.

## Projekti

Istraživanje tržišta je posao u razvoju i tehnike koje se primenjuju u izvođenju istraživanja takođe se menjaju. Bilo bi primamljivo ponoviti šest projektnih specifikacija primenjenih 1997. godine jer bi, na taj način, mogla da se zabeleže neka zanimljiva kretanja tokom vremena. Međutim, odlučeno je da se vrednost proučavanja uveća jednim novim sagledavanjem tih projektnih specifikacija i njihovim usklađivanjem sa savremenom praksom koliko god je to moguće. Kada je izrađen nacrt šest revidovanih specifikacija, izvedena je jedna mala e-mail analiza među vodećim licima u industriji istraživanja tržišta, koja su pozvana da daju svoje mišljenje i sugestije za poboljšanje rada na ovim projektima. Tako je pristigao izvestan broj korisnih komentara koji su uzeti u obzir prilikom pripreme finalne verzije projektnih specifikacija. Od šest projekata obuhvaćenih glavnim projektom, samo projekat broj 5 bio je potpuno nov. Specifikacije za većinu drugih projekata znatno su se razlikovale od specifikacija projekta u poslednjem istraživanju i, iz tog razloga, poređenje sa ranijim istraživanjem može imati samo ograničenu vrednost.

Kompletan primerak projektnih specifikacija naveden je u Dodatku ovom izveštaju. Te projektne specifikacije mogu se sažeto prikazati na sledeći način:

- Projekat 1* Proučavanje korišćenja nekog čokoladnog konditorskog proizvoda i mišljenja o njemu, na nacionalnoj osnovi, izvedeno u direktnim razgovorima sa potrošačima u njihovim domovima. Kvotni uzorak bio bi 500 redovnih potrošača datog proizvoda. Zahtevane su dve cene - jedna bi se odnosila samo na direktne razgovore, a u drugu bi bili uračunati i telefonski razgovori koji prethode direktnim razgovorima sa redovnim potrošačima datog proizvoda.
- Projekat 2* Prateća studija o deterdžentima za pranje rublja sa kvotnim uzorkom od 1.000 domaćica, sa kojima bi se razgovaralo tokom dvadeset uzastopnih sedmica - sa po 50 domaćica sedmično. Zamolili smo istraživačke agencije da navedu cenu za istraživanje putem telefonskih razgovora kao i za istraživanje pomoću pristupnog panela.
- Projekat 3* Predtestiranje oglasnih rešenja uz pomoć kompjutera sa tri usaglašena kvotna uzorka od po 100 odraslih lica koja redovno koriste dati proizvod.

- Projekat 4* Četiri grupna razgovora sa redovnim korisnicima određenih bankovnih usluga.
- Projekat 5* Proučavanje stepena udovoljenosti klijentima uz upotrebu veba koje će se izvesti širom sveta među privrednim rukovodiocima odgovornim za kupovinu kompjuterskog softvera na osnovu spiska koji dostavlja klijent i koji sadrži 2.000 imena. Zamolili smo istraživačke agencije da navedu cenu za uzorak od 200 i 300 lica sa kojima bi bio ostvaren kontakt.
- Projekat 6* Istraživanje B2B „biznis-tu-biznis“, putem telefonskih razgovora sa 200 privrednih rukovodilaca odgovornih za ovlašćenu nabavku desktop kompjutera na osnovu uzornog spiska od 2.000 imena koji dostavlja klijent.
- Komercijalne tarife* Prvi put u jednom proučavanju cena u udruženju ESOMAR od respondenata je traženo da navedu koliku naknadu naplaćuju klijentima dnevno, za rad nižih i viših istraživača, kao i za rad viših analitičara podataka i kolika je cena za jedan čas korišćenja nekog centra za posete.

Respondenti su pozvani da navedu cene za svaku od ovih usluga ukoliko takva usluga spada u uobičajen domen njihovog poslovanja. Trebalo je da to budu stvarne komercijalne cene koje bi oni naplatili klijentu u svojoj državi. U te cene ne bi bili uračunati dodatni troškovi koji bi mogli da se naplate inostranom klijentu, kao što je npr. naknada za prevođenje finalnog izveštaja.

Respondente smo takođe zamolili da navedu koliko često vrše svaku od šest vrsta proučavanja: često, povremeno ili gotovo nikada/nikada. Za Projekat 1 zamolili smo ih da odvojeno navedu cenu za pismeni izveštaj. Za Projekat 2 trebalo je da navedu koju vrstu centra za posete koriste (npr. centralna lokacija sa CATI, centralna lokacija bez CATI, itd.). U Projektu 3 navedeno je da nije neophodno da se dostavi pismeni izveštaj, već samo kompjuterski ispis. Za Projekat 4 (grupni razgovori) u cenu je trebalo da bude uračunat i skraćeni izveštaj, kao i audio trake. Za proučavanje stepena udovoljenosti klijentima (Projekat 5) trebalo je dostaviti dva primerka kompjuterskog ispisa i skraćeni izveštaj. Za ovaj projekat zahtevane su i cene za proučavanje koje bi obuhvatilo 200 ili 300 razgovora obavljenih sa licima sa dostavljenog spiska od 2.000 imena i adresa. U Projektu 6 od respondenata je traženo da navedu da li u jednom ovakvom istraživanju žele da koriste CATI sistem ili ne.

## **Analiza i predstavljanje rezultata**

Cene navedene u potpunim upitnicima bile su konvertovane u US dolare. Pri tome su za svaku valutu bile korišćene stope konverzije primenljive na dan 7. marta 2003. (videti Dodatak). Za svaki projekat izračunata je prosečna cena u onim državama iz kojih je dospelo pet ili više cena. Osim toga, izračunata je i srednja cena, zajedno sa cenama za gornje i donje četvrti kao pokazatelj varijacija u cenama.

Verujemo da će u jednoj ovakvoj vrsti proučavanja srednja vrednost biti bolji pokazatelj potencijalne cene koju treba dostaviti klijentu koji namerava da poruči jedan takav projekat u datoj državi.

Sažeti prikaz rezultata za svaku državu iz koje je dospelo pet ili više odgovora sadržan je u izveštaju za svaki projekat zajedno sa regionalnim sažetim prikazom i analizama učestanosti sa kojom su respondenti vršili sva proučavanja.

Zapazićete da se u nekim slučajevima rezultati izvesnih projekata odnose samo na jednu državu, dok za ostale ne važe. To je zbog toga što nisu svi respondenti naveli cene za svaki projekat, tako da je u nekim slučajevima broj povratnih odgovora zadovoljavao ili premašivao minimalan zahtev za odgovorima, a u nekim slučajevima nije. Među podacima prikazanim za pojedinačne države nema podataka o onim državama iz kojih ni za jedan projekat nije dostavljeno pet ili više odgovora respondenata. Međutim, rezultati iz tih država mogli su da se iskoriste i iskorišćeni su u proračunu regionalnih podataka u slučajevima u kojima poverljivost podataka time nije bila naručena.

U proračunu nacionalnih, regionalnih ili drugih sažetih podataka nisu primenjivani faktori ponderisanja.

Proučavanje cena za 2003. godinu osmislio je Brajan A. Beits (Bryan A. Bates) uz pomoć Džona Semjuelsa (John Samuels). Podaci su analizirani u Velikoj Britaniji u kompaniji Virtual Surveys Limited (Virtual Surveys Limited), a izveštaj je napisao Brajan A. Beits (Bryan A. Bates).

## **Sažeti prikaz šest projekata**

Najveći deo vrednosti moći će da se sagleda na osnovu detaljnih rezultata postignutih za svaki projekat, ali korisno je da se izvede i sveobuhvatna procena variranja cena širom sveta, u zavisnosti od države.

U pokušaju da to učinimo, najpre smo izračunali srednju cenu za svaki projekat u svim državama iz kojih je stigao dovoljan broj povratnih odgovora, a potom smo sačinili indeks koji pokazuje kako cene za svaki projekat variraju u zavisnosti od države. Zatim smo izračunati opšti indeks kao prosečan indeksni broj za svaku zemlju, imajući u vidu svih šest projekata. Rezultati ovog proračuna prikazani su u tabeli.

## PROJEKAT INDEKSA CENA

Projekti:							Zbir indeksa	Srednja vrednost
Zemlje:	1A	2	3	4	5	6		
<b>100 = (S)</b>	<b>20.000</b>	<b>26.550</b>	<b>11.800</b>	<b>11.650</b>	<b>9.350</b>	<b>10.250</b>		
<b>Grupa 1:</b>								
SAD	305	195	224	217	184	327	1.452	<b>242</b>
JAPAN	258	249	279	173	182	241	1.382	<b>230</b>
<b>Grupa 2:</b>								
Švedska	220	169	204	157	138	190	1.078	<b>180</b>
Velika Britanija	171	150	194	168	114	224	1.021	<b>170</b>
Australija	234	155	181	108	99	220	997	<b>166</b>
Francuska	180	180	153	191	106	139	949	<b>158</b>
Južna Afrika	223	174	191	82	n/a	113	783	<b>157</b>
Nemačka	147	149	134	150	144	187	911	<b>152</b>
<b>Grupa 3:</b>								
Belgija	143	117	114	149	141	161	825	<b>138</b>
Holandija	195	130	114	147	71	164	821	<b>137</b>
Hong Kong	138	106	96	125	n/a	150	615	<b>123</b>
Finska	n/a	131	n/a	100	118	n/a	349	<b>116</b>
Španija	116	137	134	103	84	116	690	<b>115</b>
Austrija	100	100	120	113	105	91	629	<b>105</b>
<b>Grupa 4:</b>								
Južna Koreja	84	94	n/a	110	n/a	n/a	288	<b>96</b>
Italija	110	66	100	117	82	79	554	<b>92</b>
Brazil	80	100	94	79	68	109	530	<b>88</b>
Meksiko	74	65	89	100	88	90	506	<b>84</b>
Grčka	92	74	90	70	n/a	80	406	<b>81</b>
Portugal	105	62	60	83	n/a	74	384	<b>77</b>
Češka Republika	67	87	72	76	n/a	80	382	<b>76</b>
Kina	49	72	50	55	101	91	418	<b>70</b>
Turska	63	59	86	65	53	91	417	<b>70</b>
<b>Grupa 5:</b>								
Poljska	50	62	61	51	33	53	310	<b>52</b>
Rusija	40	25	69	42	63	58	297	<b>50</b>
Ukrajina	33	30	68	50	n/a	59	240	<b>48</b>
Argentina	46	37	63	28	n/a	61	235	<b>47</b>
Indija	28	n/a	n/a	35	n/a	49	112	<b>37</b>
Bugarska	23	35	n/a	35	24	n/a	117	<b>29</b>
Ukupno zemalja	28	28	25	29	20	26		

Na primer, tabela pokazuje da jedno tipično istraživanje u proseku košta gotovo tri puta više ako se izvede u SAD (indeks 242), nego što bi koštalo u Meksiku (indeks 84). Tipično istraživanje putem direktnih razgovora (Projekat 1A) u SAD košta gotovo četiri puta više (indeks 305) nego u Meksiku (indeks 74).

Nije iznenađujuće što, iz podataka prikazanih u tabeli, proizilazi zaključak da od najskuplje do najjeftinije države postoje veoma velike razlike u cenama istraživanja. Ispostavilo se da su SAD u svemu najskuplje, a bile su najskuplje i u četiri od šest pojedinačnih projekata za koje su dostavljene cene. Japan je takođe skup i ove dve države znatno se razlikuju od ostalih. U širem smislu, sve države mogu se podeliti u pet grupa na osnovu srednje cene za istraživanje. ♦

**Grupa 1 Skupe države**

*SAD i Japan sa indeksima 242 i 230.*

**Grupa 2 Države sa visokim cenama**

*Švedska, Velika Britanija, Francuska i Nemačka sa prosečnim indeksima koji se kreću od 180 do 152 (uključujući i Australiju i Južnu Afriku).*

**Grupa 3 Države sa prosečnim cenama +**

*Belgija, Holandija, Finska, Španija i Austrija čiji se indeksi kreću od 138 do 105 (uključujući i Hong Kong).*

**Grupa 4 Države sa prosečnim cenama -**

*Italija, Grčka, Češka Republika, Portugalija i Turska sa indeksima od 92 do 70 (uključujući i Južnu Koreju, Brazil i Meksiko).*

**Grupa 5 Države sa niskim cenama**

*Poljska, Rusija, Ukrajina i Bugarska sa prosečnim indeksima od 52 do 29 u Bugarskoj (uključujući i Argentinu i Indiju).*

Australija i Južna Afrika pripadaju grupi 2, zajedno sa velikim evropskim tržištima koja se istražuju, dok Hong Kong pripada grupi 3 sa prosečnim cenama istraživanja koje su slične gornjem nivou cena srednjeg obima u Evropi.

---

♦ Iz nekih država dospeo je nedovoljan broj povratnih odgovora da bi one mogle da budu uključene u ovu analizu, mada će se neki rezultati iz tih zemalja naći u tabelarnim prikazima pojedinačnih projekata.

Južna Koreja, Brazil, Meksiko i Kina pripadaju grupi 4, zajedno sa jeftinijim zapadnoevropskim državama, dok se Argentina i Indija mogu porediti sa Ukrajinom i Rusijom iz grupe 5.

## **Značaj iskustva u oblasti projekta**

Zamolili smo respondente da za svaki projekat, za koji su dostavili cenu, navedu da li takvu vrstu istraživanja vrše često, povremeno, ili gotovo nikada. Kompletni rezultati sadržani su u detaljnim tabelarnim prikazima, ali sasvim je očigledno da postoji snažna korelacija između navedenih cena i upoznatosti sa vrstom projekta o kojem je reč. Na primer, za Projekat 1A (proučavanje korišćenja nekog proizvoda i mišljenja potrošača o njemu putem direktnih razgovora), istraživačke organizacije u Severnoj Americi koje su izjavile da izvode ovakvo istraživanje često, navele su srednju cenu od \$K 36,0. Oni koji su ovakvo istraživanje vršili povremeno, naveli su srednju cenu od \$K 54,3, a oni koji su izjavili da to nisu činili gotovo nikada, dostavili su srednju cenu od \$K 87,5!

U Evropskoj uniji srednja cena navedena za Projekat 1B (sličan Projektu 1A, s tim što su direktnim razgovorima sa odgovarajućim potrošačima prethodili telefonski razgovori) iznosila je \$K 24,1 kod onih organizacija koje takva ispitivanja vrše često, \$K 29,1 kod onih koje to čine povremeno i \$K 35,2 kod onih koje to ne čine gotovo nikada ili nikada. Broj odgovora na ova pitanja varirao je u zavisnosti od projekta, a za indikaciju ukupne razlike koju iskustvo u određenoj vrsti projekta nameće ceni koja bi mogla da bude dostavljena kupcu usluga u pogledu istraživanja tržišta, mi smo kombinovali rezultate uzevši u obzir sve respondente za Projekat 1A i sačinili indeks na bazi navedenih srednjih cena. Kao što pokazuje tabela koja sledi u daljem tekstu, nivo iskustva neke istraživačke organizacije u datoj vrsti projekta ima drastičan uticaj na cenu koju ta organizacija navodi.

### **Projekat 1A**

Indeks dostavljenih srednjih cena izračunat od strane istraživačkih organizacija koje projekte ovakve vrste izvode:

<i>Često</i>	100
<i>Povremeno</i>	143
<i>Gotovo nikada</i>	162

Prema tome, za projekat kao što je Projekat 1A, istraživačka organizacija koja se ovakvim proučavanjem bavi samo povremeno, verovatno će navesti cenu koja je 43% veća od cene koja bi mogla da se očekuje od istraživačke organizacije koja se ovakvim radom bavi često. Od agencije koja retko izvodi ovakve projekte može se očekivati cena koja je 62% veća od cene istraživačke organizacije koja takva proučavanja vrši često.

Primer naveden u prethodnom tekstu zasniva se na cenama dostavljenim za Projekat 1A - proučavanje korišćenja nekog proizvoda i mišljenja o njemu - ali situacija je ista i sa cenama dostavljenim za sve projekte obuhvaćene istraživanjem.

Istraživačke organizacije sa iskustvom u određenoj oblasti istraživanja ponekad se žale da njihovim cenama konkurišu i ugrožavaju ih agencije koje navode niže cene, a koje imaju malo ili nemaju nimalo iskustva u određenoj vrsti istraživanja. Rezultati ovog našeg proučavanja pokazuju da to nije tačno. U praksi, agencija koja navodi nižu cenu zapravo ima više iskustva u datoj oblasti.

## **Razlike u rasponu cena navedenih u pojedinim državama**

Za svaku državu rezultati navedeni u detaljnim tabelarnim prikazima sadrže srednje cene, kao i cene gornje i donje četvrti za svaki projekat. Kao što smo već pokazali, bilo je znatnih razlika među istraživačkim organizacijama u zavisnosti od toga koliko često rade na projektima određene vrste. Drugi pokazatelj stručnosti istraživača ili njihove upoznatosti sa istraživačkim proučavanjem određene vrste predstavlja raspon cena između gornjih i donjih četvrti. ♦

Moglo bi se očekivati da će raspon između gornjih i donjih četvrti biti srazmerno manji na razvijenijim tržištima za koja je istraživanje mnogo bolje uspostavljeno i gde istraživači imaju mnogo više iskustva u vođenju istraživačkih projekata svake vrste. Međutim, u praksi to nije tako. Na primer, u Projektu 1A (proučavanje korišćenja nekog proizvoda i mišljenja o njemu putem direktnih razgovora), raspon između dve četvrti bio je apsolutno i srazmerno mnogo veći u SAD nego u mnogim drugim državama. Bio je veliki i u Nemačkoj, ali mali u Švedskoj.

---

♦ U gotovo svakoj državi bilo je izvesnih ekstremnih cena koje su bile daleko od srednje cene i koje u velikoj meri premašuju raspon dostavljenih cena. Usredsređivanjem na raspon između gornjih i donjih četvrti, uticaj nekonformističkih cena sveden je na najmanju moguću meru i omogućeno je da se ukaže na veličinu raspona cena od najviših do najnižih kod matičnih agencija čije cene ne prelaze ove granice.

Ovo je u suprotnosti sa činjenicom da je vođenje direktnih razgovora sa potrošačima manje uobičajen postupak u SAD i u Švedskoj nego u Nemačkoj i čini se da nema jasnog objašnjenja za ovu veliku razliku u rasponu dostavljenih cena. U praksi se čini da je to samo još jedan odraz načina na koji cene variraju u zavisnosti od upoznatosti istraživača sa vrstom projekta o kojem je reč. Ukoliko je to tačno, onda se dalje naglašava potreba da kupci usluga u pogledu istraživanja tržišta budu sigurni da istraživačka organizacija koju planiraju da angažuju za određenu vrstu istraživanja ima veliko iskustvo u izvođenju projekata takve vrste.

### **Komercijalne tarife**

U ovom proučavanju zamolili smo istraživačke organizacije da navedu koliku naknadu obično naplaćuju klijentu na dan za rad nižeg istraživača sa manje od dve godine iskustva, za rad višeg istraživača sa pet godina iskustva, za rad višeg analitičara podataka i za jedan sat korišćenja centra za posete, uključujući i troškove za jedno lice koje vodi razgovore i telefonske troškove.

Najviša srednja cena navedena za nižeg istraživača bila je \$ 760 u Švedskoj, zatim \$ 740 u Nemačkoj, a najniža je bila u Bugarskoj - \$ 20. Cena rada nižeg istraživača na dan u SAD bila je samo \$ 500, a osim Švedske i Nemačke, Holandija, Francuska, Austrija, Velika Britanija i Belgija, takođe su navele cene više od ove.

Za rad jednog višeg istraživača na dan cene su bile drugačije. Nemačka je bila najskuplja sa \$ 1.100, Velika Britanija bila je druga po redu sa \$ 1.040, Francuska treća sa \$ 1.030, a SAD su bile četvrte sa cenom od \$ 980, dok su Austrija (\$ 960), Švedska (\$ 950) i Holandija (\$ 940) sledile za njima. Najnižu srednju cenu ponovo je imala Bugarska, od \$ 40 za radni dan jednog višeg istraživača.

Bilo je veoma zanimljivo ustanoviti da je za jedan radni dan višeg analitičara podataka srednja cena koju su navele istraživačke organizacije u SAD bila znatno viša nego u bilo kojoj drugoj zemlji - \$ 1.500, što je mnogo više od cene za višeg istraživača u toj zemlji. Visoka novčana naknada za takvu vrstu rada bila je navedena i u Francuskoj sa srednjom cenom od \$ 1.170, u Švedskoj sa \$ 1.040, Nemačkoj sa \$ 990 i Velikoj Britaniji sa \$ 910. Zapaženo je da je u mnogim državama cena rada jednog višeg analitičara podataka na dan viša nego cena rada višeg istraživača. Takav je slučaj, na primer, u SAD (kao što je već rečeno), Francuskoj, Švedskoj, Španiji, Belgiji, Portugaliji, Brazilu, Češkoj Republici i još nekim državama. Na jeftinijem tržištu, srednja cena za višeg analitičara podataka više je nego dvostruko veća

od cene za višeg istraživača - u Bugarskoj, na primer (\$ 90 nasuprot \$ 40 na dan).

Najviša srednja cena za jedan sat proveden u centru za posete navedena je u Nemačkoj - \$ 70, dok su Švedska, Belgija i Brazil naveli \$ 50 na sat, Španija \$ 40, a većina drugih država \$ 30.

# REZULTATI PROUČAVANJA CENA U UDRUŽENJU ESOMAR, 2003. GODINE

## PROJEKAT 1

### **Kvantitativno proučavanje korišćenja proizvoda i mišljenja potrošača o tom proizvodu**

*Specifikacija istraživanja: Nacionalno reprezentativan kvotni uzorak od 500 redovnih korisnika nekog konditorskog proizvoda, s pretpostavkom zastupljenosti na tržištu od 67%. Pet minuta uvodnog razgovora, a zatim glavni razgovori u trajanju od po 25 minuta, koji se vode direktno sa potrošačima u njihovim domovima. Još jedna cena traži se za identično proučavanje, ali sa početnim telefonskim razgovorom kojem slede direktni razgovori sa odabranim potrošačima.*

### **Projekat 1A**

#### **Direktni razgovori**

Od 407 respondenata koji su učestvovali u ovom proučavanju, 319 (75%) dostavilo je cene za kvantitativno proučavanje korišćenja nekog čokoladnog konditorskog proizvoda i mišljenja potrošača o njemu. Sa ciljem da se sačuva poverljivost podataka, rezultati za pojedinačne države navedeni su samo ukoliko je iz tih država pristiglo pet ili više povratnih odgovora od istraživačkih organizacija. Međutim, svi povratni odgovori uključeni su u regionalne analize. Sažeti prikaz rezultata za svaku državu dat je u vidu tabele. Prvi put u proučavanje cena u udruženju ESOMAR uvodimo i niz dijagrama koji pokazuju sve rezultate iz onih država koje su dostavile pet ili više potpunjenih upitnika.

Dijagrami pokazuju da su u mnogim državama neke cene daleko od srednje vrednosti. Za ovu pojavu ne postoji objašnjenje, ali kupci usluga u pogledu istraživanja tržišta treba da budu svesni činjenice da nije neuobičajeno da u rasponu od najniže do najviše cene za neki projekat cene variraju za faktor pet ili šest, bez obzira na preciznost specifikacija.

Tabele jasno pokazuju da je najskuplja država za ovakvu vrstu proučavanja SAD sa srednjom cenom od \$ 61.000. Cene su tu, inače, bile veoma raznolike - od gornje četvrti od \$ 93.000 do donje četvrti od \$ 36.000. Zatim sledi Japan sa srednjom cenom od \$ 51.500, ali sa mnogo manje varijacija u cenama - od gornje četvrti u iznosu od

\$ 64.000 do donje četvrti od \$ 51.000, što predstavlja raspon od samo \$ 13.000 u poređenju sa rasponom od čak \$ 57.000 u SAD. Raspon između najviših i najnižih dospelih cena bio je takođe mnogo veći u SAD što se lako može uočiti prilikom poređenja dijagrama za ove dve države. U okviru Evropske unije Švedska je bila najskuplja država kada je u pitanju ovaj projekat, sa srednjom cenom od \$ 43.900, a za njom slede Holandija (\$ 39.000), Francuska (\$ 35.900), Velika Britanija (\$ 34.100) i Nemačka (\$ 29.300).

Na drugom kraju lestvice, najniže cene za ovakvo proučavanje navela je Bugarska sa srednjom vrednošću od \$ 4.600, što je niže i od srednje cene u Indiji (\$ 5.700).

Države istočne i centralne Evrope našle su se na donjem kraju lestvice sa cenama od \$ 13.400 u Češkoj Republici do već pomenute, najniže od svih cena u Bugarskoj.

Među državama u ostalom delu sveta bilo je nekih neočekivanih rezultata. Australija i Južna Afrika znato su skuplje od većine drugih država kada je u pitanju vođenje jednog ovakvog projekta. Sa srednjim cenama od \$ 46.000 i \$ 44.600 one su skuplje od bilo koje evropske države, uključujući i Švedsku.

Podaci do kojih se došlo tokom ovog proučavanja analizirani su i u velikim regionima sveta. 'Severna Amerika' obuhvata Kanadu i SAD. Japan je prikazan kao odvojeni region jer se on veoma razlikuje od ostalog dela Azije. Vrednosti prikazane za „Aziju bez Japana“ odnose se na Kinu i sve države na obali Pacifika, ali ne odnose se na Australiju. Cifre prikazane za Latinsku Ameriku odnose se i na Meksiko.

Najskuplji region za projekat ovakve vrste bila je Severna Amerika sa \$ 58.600, a Japan je zauzeo drugo mesto. Srednja cena dospelila iz država Evropske unije (\$ 29.000) bila je mnogo niža od cena u Svernoj Americi i Japanu. Međutim, ovaj projekat zahteva direktne razgovore sa potrošačima a ta tehnika se sada mnogo manje koristi u Severnoj Americi i to se odražava na navedene cene. Takav je slučaj i u Švedskoj, gde je srednja cena bila znatno viša nego u drugim zemljama Evropske unije.

Zamolili smo respondente da navedu da li su ovakvu vrstu projekta izvodili često, povremeno ili gotovo nikada/nikada. Od 255 odgovora pristiglih na ovo pitanje, 75% glasilo je da je ovakvo proučavanje vršeno često, 20% respondenata navelo je da su proučavanje vršili povremeno, a 5% bavilo se time retko ili nikada. Iako su brojevi u bazi podataka mali, kod istraživačkih organizacija koje izjavljuju da ovakvu vrstu proučavanja vrše često postoji tendencija navođenja znatno nižih cena u odnosu na one koji kažu da takvo proučavanje vrše povremeno ili retko.

## **PROJEKAT 1 - KORIŠĆENJE PROIZVODA I MIŠLJENJE POTROŠAČA O TOM PROIZVODU**

### **Kvota A**

	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
SAD (7)	61.0	93.8	36.0	66.4
Japan (10)	51.5	64.0	51.1	57.3
Australija (7)	46.8	55.5	29.9	42.3
Južna Afrika (7)	44.6	45.2	22.2	36.7
Švedska (5)	43.9	44.8	42.2	44.9
Holandija (5)	39.0	48.8	27.8	36.6
Francuska (10)	35.9	41.3	31.7	39.1
Velika Britanija (15)	34.1	39.4	28.3	35.8
Nemačka (25)	29.3	43.9	24.0	33.3
Belgija (8)	28.5	33.0	22.0	29.8
Hong Kong (5)	27.5	29.6	26.5	27.2
Španija (12)	23.1	26.8	18.6	21.5
Italija (13)	21.9	28.5	20.9	23.8
Portugal (7)	20.9	24.0	12.2	19.3
Austrija (6)	20.0	23.6	18.4	21.5
Grčka (11)	18.3	20.3	14.1	16.7
Koreja (6)	16.8	17.0	16.4	17.4
Brazil (10)	16.0	19.4	11.8	16.5
Meksiko (10)	14.8	17.1	10.8	15.2
Češka Republika (7)	13.4	18.2	8.5	13.4
Turska (13)	12.5	14.0	11.0	12.9
Poljska (10)	9.9	11.8	8.3	9.9
Kina (7)	9.8	13.0	8.4	11.0
Argentina (6)	9.1	12.0	7.3	10.2
Rusija (8)	8.0	9.2	7.5	8.0
Rumunija (5)	7.4	7.5	6.5	7.1
Ukrajina (8)	6.5	11.4	3.8	10.4
Indija (6)	5.7	6.5	4.7	6.2
Bugarska (7)	4.6	6.0	4.3	4.9

Zemlja	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Severna Amerika	58.6	77.1	43.9	61.2
Japan	51.5	64.0	51.1	57.3
EU	29.0	33.6	24.6	29.3
Čitava Evropa	22.8	26.2	19.6	23.2
Azija (bez Japana)	17.2	19.3	15.9	17.8
Latinska Amerika	13.3	16.2	10.0	14.0

### PROJEKAT 1 - Kvota A

ČESTO				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Japan (3)	51.1	51.5	46.0	47.9
Severna Amerika (4)	36.0	65.8	24.2	54.0
EU (84)	26.6	32.9	20.2	27.6
Čitava Evropa (131)	20.3	29.5	11.1	21.5
Azija (bez Japana) (29)	16.7	20.6	9.8	16.4
Latinska Amerika (25)	14.7	17.5	10.4	14.8

POVREMENO				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Japan (4)	67.0	73.5	59.0	65.5
Severna Amerika (2)	54.3	57.7	51.0	54.3
EU (30)	29.8	42.9	20.3	33.4
Azija (bez Japana) (2)	28.8	29.4	28.1	28.8
Čitava Evropa (42)	24.7	36.5	11.0	27.0
Latinska Amerika (1)	7.3	7.3	7.3	7.3

GOTOVO NIKAD/NIKAD				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Severna Amerika (3)	87.5	93.8	76.1	84.0
Čitava Evropa (9)	26.9	35.8	26.3	30.8
EU (9)	26.9	35.8	26.3	30.8

## **Projekat 1B**

### **Telefonski razgovori posle kojih slede direktni razgovori**

Od respondenata je zahtevano da dostave još jednu cenu koja bi se odnosila, pre svega, na jedan drugačiji način obavljanja početnog razgovora sa ciljem da se lociraju odgovarajući potrošači. U ovom alternativnom pristupu predlaže se korišćenje telefona u cilju lociranja odgovarajućih potrošača, ali insistira se na tome da se glavni razgovori vode direktno sa potrošačima. Obično se smatra da telefonski razgovor košta manje od direktnih razgovora, ali u ovom projektu nije bilo uvek tako jer, iako telefonski razgovor može da bude jeftiniji način da se lociraju odgovarajući potrošači, ti potrošači mogu se nalaziti na različitim razdaljinama pa stoga ponovno kontaktiranje sa njima radi glavnih razgovora može biti skuplje od razgovora sa potrošačima sa kojima je i početni razgovor vođen u direktnom kontaktu, te glavni razgovor obavljen u isto vreme.

Troškovi ostvarivanja ponovnog kontakta sa potrošačima zaista su uticali na to da cene mnogih istraživačkih organizacija za ovaj projekat budu više. Srednja cena dospela iz agencija u SAD iznosila je \$ 75.000 (u poređenju sa \$ 61.000 za istraživanje vođeno isključivo putem direktnih razgovora), a srednja cena u Japanu bila je \$ 66.400 (u poređenju sa \$ 51.500 za istraživanje vođeno putem direktnih razgovora). Jedini primetni izuzeci od ovog opšteg pravila bile su Australija, gde je srednja cena za proučavanje putem telefonskih razgovora iznosila \$ 45.900 (u poređenju sa \$ 46.800 za proučavanje izvedeno isključivo putem direktnih razgovora), i Nemačka u kojoj je srednja cena za proučavanje putem telefonskih razgovora bila \$ 27.900 (u poređenju sa \$ 29.300 za proučavanje isključivo putem direktnih razgovora).

Dodatni troškovi za istraživanje putem telefonskih razgovora bili su mnogo veći u Japanu nego u bilo kojoj drugoj zemlji. To ukazuje na činjenicu da telefonski razgovori ovakve vrste u ovoj zemlji još uvek nisu ustanovljeni kao tehnika istraživanja tržišta, kao što je to slučaj na drugim velikim tržištima.

31% istraživačkih organizacija izjavilo je da se bave ovakvom vrstom istraživanja često, 39% povremeno, a 30% retko ili nikada. Zapaženo je da respondenti u SAD ne koriste ovaj pristup kao prioritarnu tehniku i njihove cene za to bile su mnogo više među onima koji ovu tehniku primenjuju retko, a koji, zapravo, čine većinu.

## Projekat 1 - Kvota B

	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
SAD (7)	75.0	100.0	42.2	73.8
Japan (7)	66.4	68.1	60.5	60.3
Australija (5)	45.9	58.7	27.7	41.0
Francuska (7)	38.4	44.7	26.1	36.6
Velika Britanija (8)	37.4	52.8	29.9	42.0
Belgija (7)	35.7	46.9	33.5	41.4
Nemačka (19)	27.9	46.0	21.4	32.6
Italija (9)	27.4	34.3	17.6	24.9
Španija (12)	27.1	33.6	21.4	27.3
Grčka (5)	23.8	25.7	17.4	21.1
Austrija (6)	22.5	24.4	20.1	23.6
Koreja (5)	20.7	21.1	20.0	20.2
Brazil (6)	17.8	21.5	13.6	17.6
Poljska (7)	14.6	15.0	9.9	13.1
Turska (12)	12.3	16.0	8.6	12.7
Portugal (6)	10.8	23.9	7.7	15.0
Češka Republika (7)	10.4	18.3	6.8	12.4
Meksiko (7)	9.9	15.3	4.5	11.4
Kina (6)	8.5	17.1	4.7	11.2
Rusija (6)	6.9	7.4	6.1	7.0
Bugarska (6)	3.5	5.6	3.1	4.0

	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Severna Amerika	69.0	83.6	50.4	68.3
Japan	66.4	68.1	60.5	60.3
EU	31.0	39.5	24.8	32.3
Čitava Evropa	24.5	30.9	20.1	25.8
Azija (bez Japana)	19.5	22.3	17.0	19.4
Latinska Amerika	12.3	16.2	8.0	12.5

## PROJEKAT 1 - Kvota B

ČESTO				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Japan (4)	63.9	69.0	51.5	56.6
Severna Amerika (2)	42.2	49.4	35.0	42.2
EU (30)	24.1	36.3	12.6	25.1
Azija (bez Japana) (5)	21.1	25.0	20.0	21.2
Čitava Evropa (42)	18.1	34.9	8.3	21.6
Latinska Amerika (8)	8.5	16.1	4.5	10.3

POVREMENO				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Japan (2)	67.3	67.7	66.9	67.3
EU (36)	29.2	46.4	23.9	33.9
Čitava Evropa (58)	21.9	31.8	10.4	24.7
Latinska Amerika (3)	21.8	22.7	16.7	18.9
Severna Amerika (1)	17.5	17.5	17.5	17.5
Azija (bez Japana) (13)	17.0	30.1	6.0	17.4

GOTOVO NIKAD/NIKAD				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Severna Amerika (60)	87.5	100.0	72.3	90.1
Japan (1)	61.3	61.3	61.3	61.3
EU (25)	35.2	43.9	24.8	36.6
Čitava Evropa (41)	26.7	38.3	15.8	29.2
Azija (bez Japana) (5)	22.0	23.5	22.0	23.4
Latinska Amerika (6)	12.4	13.2	11.6	13.4

## PROJEKAT 1

### Cena pismenog izveštaja

U specifikacijama za ovo proučavanje od istraživačkih organizacija je zahtevano da navedu kolika bi bila posebna naknada koju bi naplatili klijentu da bi mu obezbedili šest primeraka pismenog izveštaja od oko četrdeset pet strana. Srednja cena za takav izveštaj bila je \$ 6.600 u Francuskoj, dok je u SAD iznosila \$ 5.000, u Holandiji \$ 4.500, a u Japanu \$ 3.800. Srednje cene u Nemačkoj, Velikoj Britaniji i Belgiji kretale su se od \$ 3.300 do \$ 3.100.

Srednja cena u Italiji od \$ 1.600 bila je iznenađujuće niska, a među državama Evropske unije jedino je Portugalija imala nižu cenu - \$ 1.100.

### PROJEKAT 1 - Izveštaj

	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Francuska (7)	6.6	7.7	4.4	6.5
SAD (8)	5.0	5.4	3.6	5.0
Holandija (5)	4.5	4.8	3.3	8.6
Japan (7)	3.8	7.7	3.0	5.1
Nemačka (21)	3.3	4.3	2.7	3.7
Hong Kong (5)	3.3	5.1	3.2	4.1
Velika Britanija (14)	3.2	5.4	2.4	4.4
Australija (7)	3.1	3.9	2.2	2.9
Belgija (7)	3.1	3.8	2.3	5.1
Austrija (6)	2.9	3.9	2.7	3.1
Koreja (6)	2.8	3.3	2.5	2.9
Španija (10)	2.7	3.2	2.2	2.7
Turska (12)	2.3	3.2	1.9	2.5
Brazil (8)	2.2	2.6	1.7	2.6
Češka Republika (6)	2.0	2.3	1.7	2.0
Kina (7)	2.0	3.5	1.8	2.6
Meksiko (9)	2.0	2.7	1.0	2.0
Italija (12)	1.6	2.1	1.1	1.8
Grčka (9)	1.6	1.8	1.1	1.4
Južna Afrika (6)	1.4	2.2	0.9	2.1
Indija (5)	1.3	1.5	1.0	1.4
Poljska (9)	1.3	1.6	1.0	1.3
Rusija (7)	1.1	1.4	1.1	1.2
Argentina (5)	1.0	2.0	0.6	1.3
Ukrajina (7)	1.0	1.1	0.9	0.9
Bugarska (6)	0.8	1.1	0.6	1.2

	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Južna Amerika	4.0	4.2	3.3	4.0
Japan	3.8	7.7	3.0	5.1
EU	3.6	4.5	2.9	4.2
Čitava Evropa	2.8	3.5	2.3	3.2
Azija (bez Japana)	2.7	3.9	2.3	3.2
Latinska Amerika	1.7	2.1	1.2	1.8

## PROJEKAT 2

### Prateća studija - deterdženti za pranje rublja

**Specifikacija istraživanja:** Nacionalno reprezentativan kvotni uzorak od 1.000 domaćica starosnog doba između 18 i 65 godina. Razgovore treba voditi tokom dvadeset uzastopnih sedmica i razgovarati sa po 50 domaćica sedmično. Razgovori treba da traju po dvanaest minuta sa svim domaćicama, plus dodatnih osam minuta sa onima koje su makar jednom koristile deterdžent marke X - pretpostavlja se da će to biti 67% svih kontakata. Od istraživačkih organizacija zahtevano je da navedu cenu za istraživanje vršeno putem telefonskih razgovora i alternativno, za istraživanje vođeno putem pristupnog panela potrošača. Od istraživačkih organizacija takođe je zahtevano da u pogledu istraživanja putem telefonskih razgovora navedu da li će primenjivati razgovore sa centralne lokacije uz upotrebu CATI sistema, sa centralne lokacije bez CATI sistema, ili neku drugu metodu istraživanja putem telefonskih razgovora. U pogledu pristupnog panela od istraživačkih organizacija traženo je da se izjasne da li će primenjivati istraživanje putem pošte pomoću olovke i hartije, ili putem onlajn panela koristeći Internet.

### Istraživanje putem telefonskih razgovora

Za ovaj projekat cene je dostavilo ukupno 303 (72%) respondenta. Srednja cena za istraživanje putem telefonskih razgovora, a u saglasnosti sa navedenim specifikacijama, u Japanu je bila \$ 66.000, znatno veća od cene u SAD koja je druga po visini i iznosi \$ 51.800. Srednja cena u Francuskoj iznosila je \$ 47.800, a za njom slede, u Evropskoj uniji, Velika Britanija sa \$ 39.900, Nemačka \$ 39.500, Španija \$ 36.300, Finska \$ 34.800, Holandija \$ 34.500, Belgija \$ 31.000 i Austrija sa srednjom cenom od \$ 26.600. Među zapadnoevropskim zemljama Italija je bila najjeftinija (\$ 17.600).

U drugim krajevima sveta, Južna Afrika i Australija ponovo su se pojavile kao relativno skupe zemlje sa srednjim cenama od \$ 46.300 i \$ 41.200.

Najniže cene dospele su iz Rusije (\$ 6.600), a ostale istočnoevropske zemlje takođe su imale niske cene poput zemalja kao što su Argentina i Meksiko.

Od svih respondenata koji su odgovorili na pitanje koliko često se bave istraživanjem ovakve vrste, 57% izjavilo je da to čine često, 35% povremeno, a 8% retko ili nikada. Organizacije koje su izjavile da često vrše proučavanja ovakve vrste, opet su navele niže cene u odnosu na organizacije koje su tvrdile da to čine povremeno ili retko.

Oni koji su odgovorili na pitanje koju vrstu centra za posete žele da koriste, uglavnom su izjavili da bi to bio sistem centralne lokacije sa CATI (75%). 14% izjavilo je da bi koristili neku centralnu lokaciju bez CATI, a 11% je kazalo da bi upotrebili neki drugačiji sistem kao što je onaj u kojem lica koja obavljaju razgovore sa potrošačima pozivaju sagovornike iz vlastitih domova. Očigledno je da preovlađuju CATI sistemi uprkos činjenici da su troškovi izvođenja jednog proučavanja prema navedenim specifikacijama mnogo veći uz primenu CATI nego bilo kojeg drugog sistema vođenja razgovora. U Evropskoj uniji srednja cena za istraživanje uz pomoć sistema CATI iznosila je \$ 32.900 u odnosu na cenu od \$ 24.100 za centralnu lokaciju bez CATI i \$ 24.400 za druge sisteme vođenja istraživanja putem telefonskih razgovora. U Severnoj Americi svaka agencija izjavila je da bi koristila CATI, a u Japanu, oni koji su izjavili da bi koristili CATI, naveli su srednju cenu od \$ 77.700, a oni koji bi koristili neku centralnu lokaciju bez CATI dostavili su srednju cenu od \$ 59.600.

### **Istraživanje putem pristupnog panela**

Istraživači koji nisu odustajali od pristupnog panela, naveli su za takav način rada dosta niže cene nego za istraživanje putem telefonskih razgovora. U Velikoj Britaniji, na primer, srednja cena za istraživanje putem telefonskih razgovora iznosila je \$ 39.900, ali ako je korišćen pristupni panel, srednja cena je padala na \$ 38.500. Slično je i u Nemačkoj (\$ 39.500 za istraživanje putem telefonskih razgovora, ili \$ 38.100 za upotrebu pristupnog panela). SAD zauzimaju treće mesto po visini cene za ovakav način istraživanja (\$ 34.500).

Pristupni panel srazmerno se malo koristi u nekim zemljama kao što je Japan, a i iz zemalja zapadne Evrope dospelo je premalo cena za upotrebu pristupnog panela da bi rezultati mogli da se prikažu tabelarno. Od 109 respondenata koji su odgovorili na pitanje o učestalosti vršenja istraživanja putem pristupnih panela, samo 31% njih izjavilo je da to čini često, 35% povremeno, a 34% retko ili nikada.

**PROJEKAT 2 - PRATEĆA STUDIJA**  
**Telefonski intervju**

	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Japan (8)	66.0	77.0	55.2	63.2
SAD (12)	51.8	68.5	35.0	55.9
Francuska (6)	47.8	58.3	37.2	51.2
Južna Afrika (6)	46.3	57.0	35.6	45.5
Švedska (5)	44.8	49.6	35.0	43.1
Australija (7)	41.2	44.1	36.9	45.9
Velika Britanija (13)	39.9	46.5	32.7	41.3
Nemačka (17)	39.5	48.5	28.0	39.2
Španija (12)	36.3	43.9	28.6	36.4
Finska (5)	34.8	36.5	32.9	36.4
Holandija (9)	34.5	42.8	26.6	35.0
Belgija (8)	31.0	37.3	28.4	37.8
Hong Kong (5)	28.2	30.0	24.5	28.1
Austrija (6)	26.6	38.3	21.5	30.4
Brazil (10)	26.5	31.9	17.6	28.7
Koreja (5)	25.0	31.3	16.9	24.9
Češka Republika (7)	23.0	28.7	14.3	21.7
Grčka (11)	19.6	21.1	16.7	19.4
Kina (7)	19.2	24.0	13.1	19.1
Italija (13)	17.6	21.9	16.5	20.7
Meksiko (10)	17.2	26.2	13.7	21.0
Portugal (7)	16.5	26.6	14.1	22.4
Turska (13)	15.1	21.0	13.4	19.4
Poljska (9)	13.7	16.6	13.3	14.9
Argentina (6)	9.9	14.6	8.7	12.2
Bugarska (7)	9.3	11.2	4.1	8.1
Ukrajina (7)	7.9	12.8	4.7	9.7
Rusija (7)	6.6	9.8	6.0	8.8

	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Japan	66.0	77.0	55.2	63.2
Severna Amerika	52.1	60.9	43.2	54.1
EU	34.0	41.1	28.1	36.1
Čitava Evropa	27.6	33.4	22.6	29.1
Azija (bez Japana)	25.1	32.1	20.5	27.5
Latinska Amerika	17.9	24.2	13.3	20.6

## PROJEKAT 2 - Telefonski intervju

ČESTO				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Japan (3)	58.8	65.6	51.7	58.6
Severna Amerika (10)	50.3	73.5	34.9	55.6
EU (74)	33.2	44.2	21.9	34.6
Čitava Evropa (99)	29.5	41.3	16.5	30.4
Azija (bez Japana) (15)	23.1	29.1	20.6	24.8
Latinska Amerika (15)	21.5	31.0	11.9	24.7

POVREMENO				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Japan (3)	74.9	79.0	67.3	72.5
Severna Amerika (3)	54.4	59.0	52.4	56.1
EU (31)	30.2	39.9	21.5	32.5
Azija (bez Japana) (10)	26.5	32.6	21.8	27.7
Čitava Evropa (60)	20.8	32.6	13.2	24.1
Latinska Amerika (10)	16.5	17.8	13.7	18.3

GOTOVO NIKAD/NIKAD				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Japan (1)	85.2	85.2	85.2	85.2
Severna Amerika (1)	50.7	50.7	50.7	50.7
Azija (bez Japana) (1)	40.0	40.0	40.0	40.0
EU (10)	30.6	52.9	28.2	38.1
Čitava Evropa (17)	28.8	32.9	14.9	28.9
Latinska Amerika (1)	17.0	17.0	17.0	17.0

## PROJEKAT 2 - Telefonski intervju

CENTRALNA LOKACIJA UZ UPOTREBU CATI SISTEMA				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Japan (4)	77.7	83.6	65.5	71.3
Severna Amerika (14)	51.8	65.4	38.1	55.4
EU (98)	32.9	43.2	23.9	34.9
Čitava Evropa (137)	29.0	39.9	17.1	30.2
Azija (bez Japana) (15)	23.6	30.6	20.2	23.7
Latinska Amerika (17)	17.0	31.0	13.0	22.6

CENTRALNA LOKACIJA BEZ UPOTREBE CATI SISTEMA				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Japan (3)	59.6	67.3	59.2	64.4
Azija (bez Japana) (8)	28.5	41.3	27.3	34.5
EU (10)	24.1	29.1	18.1	26.5
Čitava Evropa (17)	19.6	28.8	13.5	22.6
Latinska Amerika (8)	17.4	25.3	12.5	20.8

NEKI DRUGI SISTEM				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
EU (7)	24.4	43.6	20.5	32.1
Azija (bez Japana) (1)	17.7	17.7	17.7	17.7
Čitava Evropa (19)	13.8	22.7	6.5	19.0

## PROJEKAT 2 - Pristupni Panel

	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Velika Britanija (9)	38.5	41.7	34.2	39.2
Nemačka (8)	38.1	43.7	34.3	38.5
SAD (9)	34.5	50.0	30.0	45.5
Španija (5)	23.7	34.0	21.4	34.1
Holandija (8)	22.1	26.1	15.8	22.4
Meksiko (6)	16.3	29.5	6.4	20.4
Turska (7)	15.0	20.5	10.0	16.6
Kina (5)	15.0	15.8	6.4	13.7
Bugarska (5)	6.8	17.3	6.1	10.4

	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Severna Amerika	32.6	40.3	30.3	38.1
EU	28.9	31.9	26.3	29.8
Čitava Evropa	22.2	26.1	19.7	23.4
Latinska Amerika	21.1	29.6	14.2	23.1
Azija (bez Japana)	18.8	20.0	17.1	19.2

## PROJEKAT 3

### Predtestiranje oglasnih rešenja uz pomoć kompjutera

*Specifikacija istraživanja:* Reprezentativan kvotni uzorak od 300 razgovora koji treba da se vode sa odraslim licima starosnog doba između 18 i 65 godina, na nekoj centralnoj lokaciji, uz pomoć kompjutera, podeljen na tri odgovarajuća poduzorka od po 100 razgovora. Sagovornici treba da budu redovni korisnici proizvoda (zastupljenost od 67%). Sagovornicima treba da se prikažu na ekranu četiri oglasne poruke od kojih jedna predstavlja test-oglasno rešenje. Svakom poduzorku treba da se prikaže drugačija test-oglasna poruka sa iste tri kontrolne oglasne poruke. Razgovori treba da traju deset minuta.

Cene za ovaj projekat dostavilo je 267 ispitanika (63%). Zapaženo je da je u pogledu srednje cene za ovaj projekat među državama bilo manje razlika nego kod ostalih projekata. Najviša srednja cena dospela je iz Japana u iznosu od \$ 32.900, a zatim je sledila srednja cena iz SAD od \$ 26.400. Švedska zauzima treće mesto po visini srednje cene (\$ 24.100), a Velika Britanija četvrto (\$ 22.900). Južna Afrika i Australija našle su se opet među prvih šest država sa cenom od \$ 22.500 i \$ 21.400.

U Evropi, Francuska, Nemačka i Španija bile su relativno jeftine (\$ 18.100 u Francuskoj, \$ 15.800 u Nemačkoj i Španiji), dok su Austrija, Holandija, Belgija i Italija bile još jeftinije, sa srednjom cenom u Italiji od samo \$ 11.800 - što se nije mnogo razlikovalo od cene dospele iz Brazila i Meksika.

Najjeftinija od svih država u pogledu jednog ovakvog istraživanja jeste Kina sa srednjom cenom od \$ 5.300. Od ukupno 232 respondenta koji su naznačili učestanost vođenja ovakve vrste istraživanja, 45% izjavilo je da su to činili često, 44% povremeno, a 11% retko ili nikada. Kao što je već istaknuto, kada je bilo reči o drugim projektima, istraživačke organizacije koje su dobro upoznate sa izvođenjem ovakve vrste istraživanja, obično su navodile nižu cenu (ponekad i dosta nižu cenu) od onih organizacija koje takvu vrstu istraživanja vrše retko ili gotovo nikada.

### PROJEKAT 3 - PREDTESTIRANJE OGLASNIH REŠENJA

	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Japan (8)	32.9	42.6	28.7	34.5
SAD (12)	26.4	30.8	12.8	24.7
Švedska (7)	24.1	25.7	11.8	21.2
Velika Britanija (14)	22.9	25.5	21.4	23.0
Južna Afrika (5)	22.5	28.3	13.2	22.3
Australija (6)	21.4	23.5	16.2	19.3
Francuska (6)	18.1	21.4	15.6	18.8
Nemačka (19)	15.8	22.0	13.0	17.4
Španija (11)	15.8	19.8	8.9	15.7
Austrija (5)	14.2	15.9	13.2	13.9
Holandija (8)	13.5	15.0	12.4	13.5
Belgija (7)	13.5	16.0	12.4	14.2
Italija (10)	11.8	13.6	8.6	11.4
Hong Kong (5)	11.3	14.3	9.8	12.7
Brazil (9)	11.1	12.3	10.5	12.4
Grčka (10)	10.6	13.9	9.2	10.8
Meksiko (9)	10.5	22.0	8.7	15.4
Turska (12)	10.2	12.4	7.7	10.0
Češka Republika (7)	8.5	8.8	6.9	8.0
Rusija (9)	8.2	8.7	6.5	7.3
Ukrajina (5)	8.0	8.2	4.2	7.6
Argentina (5)	7.4	7.8	6.5	9.6
Poljska (9)	7.2	9.7	6.4	7.9
Portugal (5)	7.1	15.8	5.5	11.6
Kina (6)	5.3	8.9	4.8	7.7

	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Japan	32.9	42.6	28.7	34.5
Severna Amerika	29.2	31.7	22.1	28.3
EU	17.6	21.0	14.5	18.1
Čitava Evropa	14.5	17.2	11.9	14.9
Azija (bez Japana)	13.2	16.2	10.7	13.6
Latinska Amerika	9.7	14.0	8.6	12.5

### PROJEKAT 3

ČESTO				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Japan (3)	23.8	33.2	23.8	30.1
Severna Amerika (8)	21.6	30.8	11.4	22.8
EU (54)	15.8	19.5	12.3	16.4
Čitava Evropa (73)	13.6	17.6	9.0	14.3
Azija (bez Japana) (11)	9.4	13.2	6.8	11.5
Latinska Amerika (10)	8.1	12.0	6.6	10.2

POVREMENO				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Japan (2)	32.2	33.1	31.3	32.2
Severna Amerika (6)	28.7	32.4	26.2	29.7
EU (43)	15.8	23.1	10.2	17.0
Azija (bez Japana) (12)	13.9	18.6	8.4	13.0
Latinska Amerika (9)	12.1	21.0	9.4	15.1
Čitava Evropa (72)	11.2	19.1	8.0	13.6

GOTOVO NIKAD/NIKAD				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Japan (2)	37.2	39.9	34.4	37.2
Azija (bez Japana) (4)	17.9	25.4	11.3	18.7
EU (12)	14.2	19.8	11.8	15.2
Čitava Evropa (16)	14.0	17.8	10.8	14.5
Latinska Amerika (4)	10.7	16.1	9.7	15.1

## PROJEKAT 4

### Grupni razgovori - bankovne usluge

*Specifikacija istraživanja:* Četiri grupna razgovora sa redovnim korisnicima određenih bankovnih usluga - dve grupe muškaraca i dve grupe žena, pri čemu u svakoj grupi ima po 8 učesnika. U cenu treba da bude uračunata i izrada skraćenog izveštaja od oko četrdeset strana, kao i audio kaseta (ali ne prepisi). Razgovore u svim grupama treba da vodi isti ispitivač koji je dužan i da pribavi informacije od klijenta i da napiše izveštaj.

Od 407 ispitanika koji su učestvovali u istraživanju cena, 364 (86%) dostavilo je cene za projekat grupnih razgovora - što je više nego za bilo koji drugi projekat. Najviša srednja cena dospela je iz Švajcarske (\$ 27.000), druga po visini bila je iz SAD (\$ 25.000), a treća iz Francuske (\$ 22.000). Japan je bio četvrti (\$ 20.400), a Velika Britanija peta (19.300). Većina drugih zapadnoevropskih zemalja dostavila je srednje cene u rasponu od \$ 18.100 (Švedska) do \$ 11.500 (Finska). Portugalija i Grčka dostavile su najniže cene od svih zemalja Evropske unije - njihove srednje cene za ovaj projekat iznosile su \$ 9.600 u Portugaliji i \$ 8.000 u Grčkoj.

Kina i države istočne Evrope ubrajaju se među najjeftinije, ali najniža od svih cena za istraživanje ovakve vrste dospela je iz Argentine, gde je srednja cena iznosila samo \$ 3.200. Na osnovu tabela, može se zaključiti da su cene za ovaj projekat, od najnižih do najviših, u većini zemalja varirale za faktor x2 (kod drugih projekata taj faktor bio je x5 ili x6).

Većina respondenata (315) naznačila je učestanost vršenja ovakve vrste istraživanja i 86% izjavilo je da to čine često, 13% povremeno, a 1% retko. Za ovaj projekat bilo je malo rizika između cena dostavljenih od strane onih istraživačkih organizacija koje su tvrdile da ovakvu vrstu istraživanja vrše često, i cena istraživačkih organizacija koje to ne čine često.

## PROJEKAT 4 - GRUPNI RAZGOVORI

	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Švajcarska (5)	27.0	28.5	24.9	26.3
SAD (15)	25.0	30.4	21.2	25.4
Francuska (16)	22.0	22.3	19.7	21.5
Japan (10)	20.4	21.7	20.3	21.3
Velika Britanija (25)	19.3	20.1	16.7	18.5
Švedska (11)	18.1	20.0	15.7	17.9
Nemačka (32)	17.3	19.5	15.5	18.0
Belgija (9)	17.1	18.3	14.1	18.0
Holandija (12)	16.9	19.3	15.7	17.3
Irska (5)	14.9	16.2	14.0	15.3
Hong Kong (5)	14.4	14.5	13.0	13.9
Italija (17)	13.4	14.8	12.6	13.6
Austrija (6)	12.8	16.9	10.6	13.5
Koreja (5)	12.7	12.7	11.1	12.3
Australija (8)	12.4	15.4	11.3	13.3
Španija (12)	11.8	12.3	11.2	12.2
Finska (5)	11.5	12.7	11.0	12.5
Meksiko (8)	11.5	12.3	10.5	11.3
Portugal (7)	9.6	11.9	6.8	10.0
Južna Afrika (7)	9.4	10.3	8.5	9.9
Brazil (10)	9.1	10.6	7.5	9.0
Češka Republika (6)	8.7	9.8	8.1	8.8
Grčka (10)	8.0	8.7	7.5	8.1
Turska (14)	7.5	9.5	6.6	8.0
Kina (7)	6.3	9.4	5.9	7.7
Poljska (10)	5.9	6.3	5.2	5.8
Ukrajina (7)	5.8	7.9	5.2	6.7
Rumunija (5)	5.1	5.5	4.8	5.2
Rusija (8)	4.8	5.9	4.6	5.2
Indija (7)	4.0	5.6	3.0	4.4
Bugarska (7)	4.0	4.4	3.2	3.7
Argentina (7)	3.2	3.7	2.8	3.7

	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Japan	20.4	21.7	20.3	21.3
Severna Amerika	19.1	22.3	16.3	19.0
EU	15.1	16.6	13.4	15.3
Čitava Evropa	12.7	14.1	11.3	12.8
Azija (bez Japana)	10.1	11.4	9.0	10.3
Latinska Amerika	7.9	8.8	6.9	8.0

## PROJEKAT 4

ČESTO				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Severna Amerika (17)	24.0	30.3	19.6	23.5
Japan (7)	20.4	21.3	20.4	20.5
EU (142)	16.7	19.8	12.6	16.3
Čitava Evropa (192)	14.3	18.7	8.8	14.1
Azija (bez Japana) (33)	11.6	12.8	6.0	9.7
Latinska Amerika (20)	9.2	11.4	6.9	8.5

POVREMENO				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Japan (2)	24.4	27.1	21.7	24.4
Severna Amerika (1)	20.0	20.0	20.0	20.0
EU (22)	14.5	17.2	11.0	15.6
Čitava Evropa (36)	11.5	15.9	8.5	12.9
Latinska Amerika (3)	7.2	9.3	5.0	7.1

GOTOVO NIKAD/NIKAD				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Čitava Evropa (4)	18.0	20.7	14.0	16.7
EU (3)	16.5	20.3	11.6	15.8

## PROJEKAT 5

### Proučavanje stepena udovoljenosti klijentima uz upotrebu veba

***Specifikacija istraživanja:** Istraživanje na svetskom nivou među privrednim rukovodiocima odgovornim za kupovinu kompjuterskog softvera za kompanije u kojima rade. Respondenti su stvarni klijenti određene kompanije i njima treba poslati e-mail poruku kojom se pozivaju da posete određenu stranicu veba i odgovore na pitanja u upitniku kojem će pristupiti pomoću specifičnog kodnog broja. Za popunjavanje upitnika biće dovoljno osam minuta. Potrebno je obezbediti i skraćeni izveštaj od četrdeset strana i dva primerka kompjuterskog ispisa.*

Upotreba veba za istraživanje tržišta rapidno se širi i 222 (52%) respondenta smatraju da ovakav način istraživanja spada u domen njihovih uobičajenih aktivnosti i dostavili su cene za ovaj projekat.

Od istraživačkih organizacija zahtevano je da dostave cene za istraživanje u kojem bi se izvelo 200 razgovora i za još jedno istraživanje u kojem bi se obavilo 300 razgovora na osnovu dostavljenog spiska sa 2.000 imena i e-mail adresa. Ova specifikacija odnosi se na način istraživanja koji ranije nije bio zastupljen u proučavanju cena u udruženju ESOMAR. Neki respondenti primetili su da je stopa odgovora od 10% do 15%, prema njihovom iskustvu, prilično optimistička. Međutim, ove specifikacije bile su bliske onim učesnicima u proučavanju ESOMAR za koje je zabeležena stopa odgovora od 27%.

Srednja cena za najskuplju zemlju (SAD) iznosila je \$ 17.200. Sledio je Japan sa \$ 17.000. Cene koje su navele zemlje Evropske unije bile su uglavnom znatno niže i kretale su se od \$ 13.500 u Nemačkoj, do \$ 6.600 u Holandiji. Srednja cena za Evropsku uniju kao celinu iznosila je \$ 9.600 u poređenju sa \$ 14.800 u Severnoj Americi i, kao što je već navedeno, \$ 17.000 u Japanu.

Od svih respondenata koji su učestvovali u istraživanju, a koji su naveli i učestanost vršenja istraživanja ovakve vrste, 26% izjavilo je da to čine često, 52% povremeno, a 23% retko ili nikada. Bilo je relativno malo razlika u cenama koje su navele one istraživačke organizacije koje ovakvu vrstu projekta izvode često, u odnosu na cene onih istraživačkih organizacija koje to ne rade često.

**PROJEKAT 5 - PROUČAVANJE STEPENA UDOVOLJNOSTI  
KLIJENATA UZ UPOTREBU VEBA  
200 razgovora - intervjuja**

	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
SAD (11)	17.2	24.7	9.0	17.7
Japan (8)	17.0	18.4	14.8	17.4
Nemačka (16)	13.5	16.5	9.9	13.6
Belgija (6)	13.2	17.3	7.4	13.0
Švedska (6)	12.9	15.3	9.4	13.4
Finska (5)	11.0	13.7	10.4	12.3
Velika Britanija (14)	10.7	12.2	9.0	11.1
Francuska (6)	9.9	13.7	7.3	10.6
Austrija (5)	9.8	10.0	7.7	8.8
Kina (6)	9.4	12.5	5.7	9.9
Australija (5)	9.3	11.5	8.3	9.9
Meksiko (5)	8.2	9.5	5.0	9.0
Španija (7)	7.9	8.6	4.4	6.9
Italija (9)	7.7	11.0	6.4	8.3
Holandija (9)	6.6	10.1	5.5	7.6
Brazil (8)	6.4	8.0	5.5	9.5
Rusija (5)	5.9	6.0	2.5	5.7
Turska (9)	5.0	6.5	4.7	5.4
Poljska (6)	3.1	4.2	2.4	3.5
Bugarska (5)	2.2	3.1	2.0	3.9

	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Japan	17.0	18.4	14.8	17.4
Severna Amerika	14.8	18.9	10.4	15.1
EU	9.6	12.6	7.4	10.3
Azija (bez Japana)	8.3	9.6	6.5	8.1
Čitava Evropa	8.0	10.1	6.3	8.6
Latinska Amerika	6.0	7.9	4.5	7.8

## PROJEKAT 5 - 200 razgovora-intervjua

ČESTO				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Severna Amerika (7)	17.2	24.7	10.1	18.0
Japan (4)	15.1	19.5	12.8	17.1
EU (25)	9.8	11.2	7.1	10.5
Čitava Evropa (30)	9.6	11.7	6.7	10.1
Azija (bez Japana) (4)	6.0	7.0	5.1	6.1
Latinska Amerika (2)	4.5	5.0	4.0	4.5

POVREMENO				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Japan (3)	17.0	19.2	17.0	18.5
Severna Amerika (6)	12.4	17.4	8.1	15.6
EU (48)	9.7	12.8	6.6	10.2
Azija (bez Japana) (13)	8.5	11.5	7.3	9.5
Čitava Evropa (66)	8.1	11.4	5.4	8.8
Latinska Amerika (8)	5.9	9.5	5.2	9.1

GOTOVO NIKAD/NIKAD				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
EU (20)	12.0	14.0	8.3	11.7
Čitava Evropa (32)	8.2	12.8	5.6	9.1
Azija (bez Japana) (5)	8.0	12.8	3.0	8.4
Latinska Amerika (6)	7.9	8.6	6.8	8.8

Kao što se na osnovu tabela može zaključiti, većina respondenata u ovom istraživanju priznaje da ima veoma malo, ili čak nimalo, razlike u cenama za istraživanje čiji rezultat bi bio 200 razgovora, u odnosu na istraživanje sa 300 razgovora. Međutim, nije uvek bilo tako i ispostavlja se da su neki istraživači možda povećali svoje cene zbog broja ostvarenih efektivnih razgovora. Ostaje nejasno da li su ovi respondenti samo pogrešno razumeli specifikacije, ili su sledili opštu politiku naplaćivanja naknade prema postignutim rezultatima, a ne prema stvarnim troškovima.

### PROJEKAT 5 - 300 razgovora-intervjua

	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Nemačka (15)	16.5	20.7	10.7	16.5
Belgija (6)	15.0	18.9	8.1	14.7
Švedska (6)	13.8	18.4	9.9	15.6
SAD (9)	13.5	29.7	8.7	19.0
Finska (5)	12.9	16.5	11.0	13.8
Kina (6)	12.6	17.5	7.7	12.0
Meksiko (5)	11.9	14.0	7.0	11.4
Italija (9)	11.0	13.2	6.5	10.1
Velika Britanija (13)	11.0	12.8	9.0	11.7
Australija (5)	10.8	12.9	8.6	10.8
Austrija (5)	9.8	11.9	8.2	9.5
Španija (7)	9.5	12.5	5.5	9.0
Francuska (5)	9.4	16.5	7.7	12.7
Brazil (8)	8.5	10.8	7.0	11.9
Rusija (5)	8.4	8.4	3.0	7.2
Holandija (9)	7.1	11.0	6.1	8.6
Turska (8)	6.7	7.7	5.4	7.3
Poljska (6)	3.3	4.3	2.8	3.7

	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Severna Amerika	14.3	22.5	11.9	17.0
EU	11.0	15.1	8.1	12.2
Azija (bez Japana)	9.9	12.4	7.8	10.1
Čitava Evropa	9.0	11.8	6.9	9.9
Latinska Amerika	8.5	11.2	6.0	10.1

## PROJEKAT 5 - 300 razgovora-intervjua

ČESTO				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Severna Amerika (6)	17.0	27.4	12.0	19.8
EU (24)	10.9	12.2	8.4	11.8
Čitava Evropa (28)	10.4	12.2	7.1	11.1
Azija (bez Japana) (4)	6.5	7.3	5.9	6.8
Latinska Amerika (2)	5.7	5.9	5.4	5.7

POVREMENO				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Severna Amerika (5)	15.0	15.3	7.3	16.4
Azija (bez Japana) (11)	11.3	15.0	8.1	11.6
EU (47)	10.7	16.5	7.5	11.9
Čitava Evropa (62)	9.6	14.2	6.3	10.7
Latinska Amerika (8)	7.3	12.2	6.8	11.7

GOTOVO NIKAD/NIKAD				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
EU (19)	12.8	18.8	10.5	13.9
Latinska Amerika (6)	11.2	12.6	9.8	11.3
Azija (bez Japana) (5)	10.0	19.2	4.2	13.0
Čitava Evropa (31)	9.8	15.7	6.1	10.8

## PROJEKAT 6

### Istraživanje „biznis-tu-biznis“ u pogledu nabavke desktop kompjutera

*Specifikacija istraživanja:* Izvršiti istraživanje putem telefonskih razgovora sa 200 privrednih rukovodilaca s odgovornošću u pogledu ovlašćene kupovine desktop kompjutera za kompanije u kojima rade. Klijent je dužan da obezbedi uzorni spisak, a očekivana stopa odgovora bila bi 10%. Razgovori će trajati petnaest minuta. Treba obezbediti i skraćeni izveštaj od četrdeset strana i dva primerka tabela izraženih na kompjuteru.

Za ovu vrstu proučavanja, cene je poslalo 307 (72%) respondenata. Najviša srednja cena dospela je iz SAD u iznosu od \$ 33.500, zatim sledi cena iz Japana sa srednjom vrednošću od \$ 24.700, a za njom srednja cena iz Velike Britanije od \$ 23.000. U Evropi, Velika Britanija je imala najviše srednje cene za ovaj projekat, a zatim slede Švedska sa \$ 19.500 i Nemačka sa \$ 19.200. Srednje cene koje su navele istraživačke organizacije iz Francuske bile su znatno niže - \$ 14.200, a srednja cena pristigla iz Italije iznosila je samo \$ 8.100.

Od ukupno 263 respondenta koji su naznačili i učestanost vršenja ovakve vrste istraživanja, 58% izjavilo je da to čine često, 38% povremeno, a 11% retko ili nikada.

Na pitanje da li njihova kompanija radi sa sistemom CATI ili ne, 78% od 254 respondenta odgovorilo je potvrdno, a 22% odrično.

**PROJEKAT 6 - ISTRAŽIVANJE BIZNIS TU BIZNIS U  
POGLEDU NABAVKE DESKTOP KOMPJUTERA**

	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
SAD (12)	33.5	40.4	27.8	32.8
Japan (10)	24.7	29.8	21.3	25.9
Velika Britanija (15)	23.0	27.4	17.3	22.2
Australija (6)	22.6	23.5	16.3	20.9
Švedska (9)	19.5	21.5	11.9	19.7
Nemačka (24)	19.2	21.0	14.2	18.4
Holandija (9)	16.8	20.2	15.1	16.1
Belgija (9)	16.5	23.6	12.5	19.2
Hong Kong (5)	15.4	15.8	12.8	13.8
Francuska (8)	14.2	17.8	12.9	15.0
Španija (10)	11.9	16.1	8.9	12.5
Južna Afrika (6)	11.6	16.6	8.0	12.1
Brazil (10)	11.2	12.7	9.4	10.7
Austrija (5)	9.3	10.8	9.2	10.4
Turska (13)	9.3	9.9	4.0	8.0
Kina (7)	9.3	11.3	6.8	9.1
Meksiko (7)	9.2	12.2	6.6	10.5
Grčka (11)	8.2	9.3	6.5	7.9
Češka Republika (7)	8.2	12.2	7.3	9.3
Italija (12)	8.1	14.5	7.1	11.4
Portugal (6)	7.6	10.2	7.6	9.0
Argentina (6)	6.3	7.9	5.4	6.5
Ukrajina (7)	6.0	8.3	4.0	6.3
Rusija (9)	5.9	8.5	3.2	6.1
Poljska (9)	5.4	6.6	4.5	5.7
Indija (6)	5.0	7.1	4.2	5.7

	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Severna Amerika	30.9	36.6	25.7	30.5
Japan	24.7	29.8	21.3	25.9
EU	14.7	17.9	11.9	15.2
Čitava Evropa	12.0	14.8	9.4	12.3
Azija (bez Japana)	11.2	12.6	9.1	10.8
Latinska Amerika	8.9	10.9	7.1	9.2

## PROJEKAT 6

ČESTO				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Severna Amerika (12)	33.5	40.4	27.8	32.8
Japan (3)	23.8	27.7	22.1	25.3
Velika Britanija (78)	14.7	20.6	10.0	15.6
Čitava Evropa (109)	12.1	17.6	7.6	13.5
Latinska Amerika (15)	9.2	11.2	5.4	8.5
Azija (bez Japana) (14)	9.1	12.3	7.8	9.6

POVREMENO				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Severna Amerika (1)	37.4	37.4	37.4	37.4
Japan (4)	29.0	32.8	25.8	29.6
Velika Britanija (46)	16.2	20.2	10.0	16.0
Čitava Evropa (73)	11.0	18.7	7.7	12.9
Latinska Amerika (7)	9.0	13.9	8.4	11.8
Azija (bez Japana) (14)	9.0	13.4	7.3	9.9

GOTOVO NIKAD/NIKAD				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Azija (bez Japana) (1)	22.0	22.0	22.0	22.0
Japan (1)	21.3	21.3	21.3	21.3
Severna Amerika (1)	19.0	19.0	19.0	19.0
Velika Britanija (5)	12.4	16.5	11.0	15.7
Čitava Evropa (7)	11.0	14.4	8.3	12.7
Latinska Amerika (1)	9.0	9.0	9.0	9.0

CATI				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Severna Amerika (12)	33.7	40.4	27.8	33.1
Japan (6)	22.6	26.4	20.7	23.7
EU (105)	14.5	19.8	9.6	15.2
Čitava Evropa (145)	12.1	18.4	7.8	13.4
Azija (bez Japana) (17)	10.8	13.5	8.4	11.2
Latinska Amerika (19)	9.2	11.7	5.5	9.0

BEZ CATI-a				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Japan (3)	30.7	35.0	26.0	30.4
Severna Amerika (2)	26.5	30.3	22.8	26.5
EU (18)	17.6	20.8	12.7	18.1
Čitava Evropa (36)	9.2	17.4	5.2	11.9
Latinska Amerika (4)	9.0	12.7	8.5	12.2
Azija (bez Japana) (10)	7.8	11.4	6.1	9.4

## Komercijalne tarife

**Specifikacija istraživanja:** Od respondenata je zahtevano da navedu koliku naknadu naplaćuju klijentima za osmočasovno radno vreme jednog nižeg istraživača, višeg istraživača, te višeg analitičara podataka, i koliki su troškovi za jedan sat korišćenja nekog centra za posete, uključujući i troškove za lice koje vodi razgovore i telefonske troškove.

Ovo je prvi put da se u proučavanju cena u udruženju ESOMAR respondenti pozivaju da navedu cene za jedan radni dan koje naplaćuju za različite kategorije zaposlenih lica. Od 407 istraživačkih organizacija koje su učestvovala u proučavanju, 297 (73%) odgovorilo je na pitanje o komercijalnim tarifama. Najviša srednja cena za nižeg istraživača navedena je u Švedskoj u iznosu od \$ 760 na dan, a zatim slede Nemačka sa \$ 740, Holandija sa \$ 670 i Francuska sa \$ 660. U Velikoj Britaniji ta cifra iznosila je \$ 580, a u SAD \$ 500. Na drugom kraju lestvice, sve istočnoevropske zemlje navele su srednje vrednosti manje od \$ 200, a neke, kao što su Rusija i Bugarska imale su srednju cenu znatno nižu od \$ 100 na dan za ovu kategoriju zaposlenog lica.

Najviša srednja cena za višeg istraživača dospela je iz Nemačke u iznosu od \$ 1.100, a zatim slede Velika Britanija i Francuska sa \$ 1.040 i \$ 1.030. Srednja cena iz SAD iznosila je \$ 980, a iz Austrije \$ 980, Švedske \$ 960 i Holandije \$ 940. Najniža srednja cena u Evropskoj uniji dospela je iz Grčke u iznosu od \$ 290. Portugalija je dostavila sednju cenu od \$ 440, a Italija od \$ 550.

Tražene su i cene za dnevni rad jednog višeg analitičara podataka i tu su postignuti neki naročito zanimljivi rezultati. SAD su poslale najvišu srednju cenu za ovu kategoriju zaposlenog lica u iznosu od \$ 1.500 na dan. Francuska je bila druga po visini cene sa srednjom cenom od \$ 1.170, a Švedska treća sa \$ 1.040. Većina drugih zemalja Evropske unije dostavila je srednje cene u rasponu od \$ 990 do \$ 790 na dan, osim Italije i Portugalije u kojima je srednja cena iznosila \$ 550, i Grčke u kojoj je taj iznos bio samo \$ 360. Kao i u slučaju drugih kategorija zaposlenosti, zemlje istočne i srednje Evrope navele su mnogo niže cene.

Kada su u pitanju cene za sat vremena korišćenja nekog centra za posete, dospelo je nedovoljno odgovora da bi rezultati mogli da se prikažu odvojeno za različite zemlje. Među onima koji se mogu zabeležiti, najviša cena dospela je iz Nemačke u iznosu od \$ 70 na sat, a zatim slede Švedska i Belgija sa cenom od \$ 50 na sat. Brazil je takođe naveo cenu od \$ 50.

Što se tiče drugih velikih tržišta, srednja cena koju su navele istraživačke organizacije iz Velike Britanije iznosila je \$ 30 na sat - isto kao i u Holandiji, Turskoj, Grčkoj, SAD i Francuskoj. Italija i Portugalija bile su najjeftinije sa cenom od \$ 20 na sat.

Na osnovu tabela koje prikazuju pojedinačne cene, može se zaključiti da su viši analitičari podataka uglavnom plaćeni isto kao viši istraživači ili više od njih. Iako smo u ovom izveštaju govorili uglavnom o srednjim cenama, iz tabela se takođe može videti da postoje velike razlike u cenama za svaku kategoriju zaposlenog lica, čak i u granicama jedne države. Najviša cena vrlo često je pet ili šest puta veća od najniže cene za istu vrstu posla kod neke druge istraživačke organizacije.

## KOMERCIJALNE TARIFE

NIŽI ISTRAŽIVAČ				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Švedska (7)	0.76	0.85	0.63	0.74
Nemačka (30)	0.74	0.81	0.46	0.69
Holandija (12)	0.67	0.79	0.58	0.66
Francuska (15)	0.66	0.86	0.49	0.68
Austrija (5)	0.61	0.69	0.35	0.51
Velika Britanija (25)	0.58	0.76	0.40	0.61
Belgija (9)	0.55	0.60	0.33	0.48
SAD (12)	0.50	0.93	0.38	0.60
Australija (6)	0.49	0.54	0.31	0.44
Finska (5)	0.47	0.66	0.44	0.53
Španija (12)	0.38	0.58	0.26	0.49
Italija (15)	0.29	0.36	0.22	0.35
Portugal (7)	0.27	0.47	0.13	0.34
Češka Republika (6)	0.22	0.30	0.12	0.20
Poljska (8)	0.19	0.24	0.14	0.23
Meksiko (8)	0.19	0.36	0.12	0.26
Turska (11)	0.16	0.33	0.12	0.35
Grčka (9)	0.16	0.27	0.07	0.19
Brazil (7)	0.15	0.23	0.10	0.17
Kina (6)	0.12	0.33	0.10	0.27
Rusija (7)	0.08	0.12	0.07	0.09
Argentina (5)	0.06	0.06	0.05	0.05
Bugarska (5)	0.02	0.03	0.02	0.02

	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
EU	0.55	0.69	0.39	0.56
Severna Amerika	0.49	0.79	0.32	0.52
Čitava Evropa	0.40	0.51	0.29	0.42
Azija (bez Japana)	0.35	0.54	0.27	0.43
Latinska Amerika	0.13	0.22	0.09	0.16

## KOMERCIJALNE TARIFE

VIŠI ISTRAŽIVAČ				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Nemačka (30)	1.10	1.40	0.88	1.10
Velika Britanija (28)	1.04	1.37	0.80	1.09
Francuska (16)	1.03	1.48	0.86	1.15
SAD (12)	0.98	1.46	0.83	1.21
Austrija (5)	0.96	0.97	0.50	0.74
Švedska (9)	0.95	1.31	0.88	1.10
Holandija (12)	0.94	1.05	0.79	0.90
Australija (6)	0.92	1.11	0.60	0.86
Finska (5)	0.88	1.10	0.88	0.92
Danska (5)	0.83	1.37	0.22	0.82
Belgija (9)	0.77	0.86	0.44	0.69
Španija (12)	0.66	1.15	0.45	0.81
Italija (15)	0.55	0.71	0.44	0.76
Turska (11)	0.44	0.79	0.27	0.79
Portugal (7)	0.44	0.70	0.25	0.65
Meksiko (8)	0.41	0.67	0.30	0.53
Kina (6)	0.38	0.69	0.23	0.50
Češka Republika (6)	0.36	0.47	0.25	0.47
Brazil (7)	0.34	0.43	0.18	0.34
Poljska (8)	0.30	0.45	0.25	0.37
Grčka (9)	0.29	0.47	0.13	0.37
Rusija (7)	0.25	0.34	0.20	0.29
Švajcarska (5)	0.19	0.82	0.17	0.59
Argentina (5)	0.11	0.12	0.09	0.10
Bugarska (5)	0.04	0.07	0.03	0.04

	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
EU	0.85	1.15	0.61	0.91
Severna Amerika	0.80	1.22	0.60	0.95
Azija (bez Japana)	0.72	1.05	0.55	0.82
Čitava Evropa	0.64	0.90	0.46	0.73
Latinska Amerika	0.29	0.41	0.19	0.32

VIŠI ANALITIČAR				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
SAD (11)	1.50	1.65	1.20	1.46
Francuska (13)	1.17	1.43	1.08	1.25
Švedska (9)	1.04	1.15	0.72	1.01
Nemačka (27)	0.99	1.32	0.88	1.11
Velika Britanija (22)	0.91	1.20	0.80	0.99
Finska (5)	0.88	0.99	0.88	0.92
Australija (6)	0.85	1.06	0.57	0.83
Španija (10)	0.84	0.99	0.64	0.86
Holandija (10)	0.83	0.97	0.73	0.89
Belgija (9)	0.82	0.88	0.38	0.63
Austrija (5)	0.79	1.03	0.69	0.87
Italija (15)	0.55	0.71	0.47	0.70
Portugal (6)	0.55	0.60	0.19	0.45
Brazil (7)	0.44	0.63	0.25	0.53
Češka Republika (6)	0.40	0.48	0.22	0.36
Kina (6)	0.39	0.53	0.26	0.48
Grčka (8)	0.36	0.44	0.15	0.33
Turska (10)	0.36	0.44	0.20	0.40
Meksiko (8)	0.35	0.52	0.19	0.47
Poljska (8)	0.34	0.44	0.24	0.38
Rusija (7)	0.19	0.21	0.17	0.19
Argentina (5)	0.09	0.16	0.08	0.13
Bugarska (5)	0.09	0.12	0.03	0.08

	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Severna Amerika	1.28	1.60	0.88	1.26
EU	0.83	1.01	0.65	0.86
Azija (bez Japana)	0.64	1.13	0.46	0.86
Čitava Evropa	0.63	0.78	0.48	0.66
Latinska Amerika	0.29	0.44	0.17	0.38

## KOMERCIJALNE TARIFE

1 SAT U CENTRU ZA POSETE				
	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Nemačka (7)	0.07	0.09	0.04	0.08
Švedska (6)	0.05	0.09	0.04	0.12
Belgija (7)	0.05	0.25	0.04	0.29
Brazil (5)	0.05	0.05	0.03	0.17
Španija (5)	0.04	0.05	0.03	0.08
Velika Britanija (13)	0.03	0.04	0.03	0.05
Turska (7)	0.03	0.11	0.02	0.11
Holandija (9)	0.03	0.04	0.03	0.03
Grčka (6)	0.03	0.03	0.02	0.03
SAD (7)	0.03	0.03	0.03	0.04
Francuska (7)	0.03	0.05	0.02	0.06
Italija (9)	0.02	0.03	0.02	0.04
Portugal (5)	0.02	0.03	0.01	0.05

	Srednja cena	Gornja četvrt	Donja četvrt	Prosek
Azija (bez Japana)	0.30	0.36	0.29	0.33
Latinska Amerika	0.04	0.06	0.03	0.09
EU	0.04	0.09	0.03	0.09
Čitava Evropa	0.04	0.10	0.03	0.09
Severna Amerika	0.03	0.03	0.02	0.03

# **DODATAK 1**

## **Upitnik**

*Amsterdam, 27. januar 2003.*

### **Predmet**

#### **PROUČAVANJE CENA NA MEĐUNARODNOM NIVOU**

U tekstu koji sledi prikazane su specifikacije za šest ad hoc proučavanja cena. Ovih šest primera obuhvata tri kvantitativna istraživačka projekta u pogledu potrošnje robe, jedan kvalitativni projekat u pogledu potrošnje robe i dva istraživačka projekta tipa „biznis-tu-biznis“ (uključujući i jedno proučavanje putem vebe).

Želeli bismo da nam dostavite cene za svih šest projekata. Ukoliko bilo koji od ovih projekata ne spada u domen vašeg poslovanja, nemojte popunjavati upitnik za njega - međutim, poželjno je da popunite što više upitnika i navedete stvarne komercijalne cene koje biste naplatili klijentima u svojoj zemlji, na bazi uobičajenog proračuna cena.

Bili bismo vam veoma zahvalni kad biste što pre popunili ovaj obrazac. Svi podaci koje budete dostavili udruženju ESOMAR u odgovoru na ovaj naš zahtev ostaće strogo poverljivi i biće obrađeni i objavljeni u vidu prosečnih ili srednjih vrednosti za svaki pojedinačni projekat u svakoj zemlji. Nazivi agencija koje dostavljaju podatke biće poznati isključivo licima koja rade u sekretarijatu Udruženja ESOMAR. Biće objavljeni jedino podaci iz onih zemalja koje dostave pet ili više odgovora.

# PROJEKAT 1

## Proučavanje u pogledu korišćenja proizvoda i mišljenja potrošača o njemu čokoladni konditorski proizvod

### Specifikacija:

- Nacionalno reprezentativan kvotni uzorak od 500 redovnih korisnika proizvoda sa kojima treba ostvariti kontakt (zastupljenog proizvoda na tržištu - 67%);
- Direktni razgovori sa potrošačima u njihovim domovima;
- Glavni razgovor treba da traje u proseku 25 minuta (N = 500), ne mnogo duže od toga;
- Tokom glavnog razgovora postaviti jednu bateriju pitanja koja se odnose na mišljenje potrošača o datom proizvodu, sa deset stavki za svaku od tri trgovinske marke, pri čemu treba primeniti skalu od pet poena za istraživanje saglasnosti/nesaglasnosti potrošača;
- 2 otvorena pitanja koja će se kodirati u fazi analiziranja; ostala pitanja su unapred kodirana (30 upitnih jedinica - npr. 30 ukupno, uključujući i potpitanja);
- Lica koja vode razgovore dobiće pisane instrukcije pripremljene od strane istraživačke agencije;
- Naknadna provera kod 10% rada na terenu (minimalno);
- Istraživački institut treba da dovede proučavanje do faze kompjuterskog ispisa (120 kompjuterski izrađenih tabela); potrebna su dva kompleta tabela sa naslovima na engleskom jeziku.

Molimo vas da u pogledu ovog projekta navedete cenu za sledeće:

- a) Direktni razgovor (uključujući i uvodni razgovor)
- Sa kvotnim uzorcima na 50 uzornih mesta;
  - Sa kvotnim kontrolnim uzorcima koji međusobno nemaju dodirnih tačaka, u pogledu pola (2), starosnog doba (4) i ekonomskog statusa (3);
  - Razgovor putem kojeg se ostvaruje kontakt traje 5 minuta - kratak uvodni razgovor i demografija;

- Kompletan razgovor od 30 minuta podrazumeva 5 minuta uvodnog razgovora i dodatnih 25 minuta za glavni razgovor.

Cena (molimo vas da naznačite valutu) \_\_\_\_\_

Da li vaša agencija vrši proučavanje ove vrste na ovakav način:

**Često**                      **Povremeno**                      **Gotovo nikada/nikada**

b) Razgovor kojim prethodi uvodni razgovor putem telefona, da bi se pronašlo 500 redovnih korisnika sa kojima će se obaviti glavni direktni razgovori

- 5 minuta uvodnog razgovora - kratak uvod i demografija;
- Kvotni kontrolni uzorci koji međusobno nemaju dodirnih tačaka, u pogledu pola (2), starosnog doba (4) i ekonomskog statusa (3);
- Direktne razgovore treba da obavlja najmanje 50 lica.

Cena (molimo vas da naznačite valutu) \_\_\_\_\_

Da li vaša agencija vrši proučavanje ove vrste na ovakav način:

**Često**                      **Povremeno**                      **Gotovo nikada/nikada**

Dodatna cena za pismeni izveštaj  
(6 primeraka) od oko 45 strana na vašem vlastitom jeziku \_\_\_\_\_

Napomene \_\_\_\_\_

## PROJEKAT 2

### Prateća studija - deterdženti za pranje rublja

#### Specifikacija:

- Nacionalno reprezentativan uzorak od 1.000 domaćica starosnog doba između 18 i 65 godina; 50 razgovora sedmično tokom 20 uzastopnih sedmica (N = 50x20);
- Kvotni kontrolni uzorci koji međusobno nemaju dodirnih tačaka, u pogledu pola (2) i ekonomskog statusa (2) za razgovore u svakoj sedmici;
- Svim sagovornicima treba postaviti pitanja u vezi sa obimom primene proizvoda, trgovinskom markom koju kupuju i pitanja iz oblasti demografije - razgovori treba da traju 12 minuta;
- Onima koji su samo „probali“ proizvod marke „X“ (N = 670) treba postaviti i bateriju pitanja koja se odnose na njihovo mišljenje o imidžu datog proizvoda, sa 10 stavki za svaku od tri trgovinske marke (da li je imidž proizvoda u svakom slučaju bitan/nije bitan), kao i pitanja koja se tiču pamćenja oglasnih poruka - dodatnih 8 minuta razgovora sa ovakvim sagovornicima;
- 2 otvorena pitanja (pamćenje sadržaja oglasnih poruka) koja će se kodirati u fazi analiziranja; sva druga pitanja kodirana su unapred;
- Licima koja vode razgovore/sagovornicima treba dostaviti pisane instrukcije pripremljene od strane istraživačke agencije;
- Naknadna provera kod 10% rada na terenu (minimalno);
- Istraživački institut treba da dovede istraživanje do faze kompjuterskog ispisa u pogledu analize ukupnog uzorka i analize podgrupa putem uobičajene demografije (120 tabela izrađenih na kompjuteru), kao i u pogledu tabela za svaku kombinaciju sedmica koju klijent navede (npr. ukupni rezultati za sedmice 1-5 u poređenju sa rezultatima iz sedmica 16-20 itd.); potrebno je obezbediti dva kompleta tabela sa naslovima na engleskom jeziku;
- U cenu treba da bude uračunato i 6 primeraka pismenog izveštaja od oko 45 strana na vašem vlastitom jeziku.

Molimo vas da navedete cenu, naznačivši i valutu, za sledeće:

1. Telefonski razgovor \_\_\_\_\_

2. Korišćenje pristupnog panela (tj. panela koji je već angažovan za učešće u istraživanju) \_\_\_\_\_

Da li vaša agencija vrši ovakvu vrstu proučavanja putem telefona:

**Često**                      **Povremeno**                      **Gotovo nikada/nikada**

Da li vaša agencija vrši ovakvu vrstu proučavanja putem pristupnog panela:

**Često**                      **Povremeno**                      **Gotovo nikada/nikada**

Za istraživanje putem telefonskih razgovora, da li će vaša agencija koristiti:

Centralnu lokaciju sa CATI sistemom \_\_\_\_\_

Centralnu lokaciju bez CATI sistema (npr. uz upotrebu kopije upitnika) \_\_\_\_\_

Neki drugi sistem (npr. lica koja obavljaju razgovore pozivaju sagovornike telefonom iz sopstvenih domova) \_\_\_\_\_

Kada je u pitanju pristupni panel, da li će vaša agencija koristiti:

Poštanski panel uz pomoć olovke i hartije \_\_\_\_\_

Onlajn panel pomoću interneta \_\_\_\_\_

Napomene \_\_\_\_\_

## PROJEKAT 3

### Predtestiranje oglasnih rešenja uz pomoć kompjutera

#### Specifikacija:

- Reprezentativni kvotni uzorak od 300 razgovora vođenih uz pomoć kompjutera sa odraslim licima starosnog doba između 18 i 65 godina, podeljen u 3 usaglašena poduzorka od po 100 sagovornika koji redovno koriste dati proizvod (proizvod ima zastupljenost od 67% kako među muškarcima, tako i među ženama); razgovori se vode na centralnoj lokaciji;
- Kvotne kontrolne uzorke koji međusobno nemaju nikakvih dodirnih tačaka treba odrediti za svaki poduzorak od 100 sagovornika, u pogledu pola, starosnog doba i društveno-ekonomskih grupa (8 grupa);
- Sagovornicima iz svakog poduzorka od 100 lica biće prikazane četiri oglasne poruke na ekranu kompjutera, uključujući i jednu od tri test-oglasne poruke;
- Razgovor treba da traje 10 minuta i u njemu treba postaviti pitanje koje se odnosi na pamćenje trgovinskih naziva, tri pitanja u vezi sa imidžom proizvoda i jedno otvoreno pitanje;
- Lica koja vode razgovore sa potrošačima dobiće pisane instrukcije pripremljene od strane istraživačke agencije;
- Naknadna provera kod 10% rada na terenu (minimalno);
- Potreban kompjuterski ispis u kojem se porede tri test-oglasne poruke (ukupno 60 tabela), ali nije potreban pismeni izveštaj.

Cena (molimo vas da navedete valutu) \_\_\_\_\_

Da li vaša agencija vrši ovakvu vrstu proučavanja

**Često**

**Povremeno**

**Gotovo nikada/nikada**

Napomene \_\_\_\_\_

## PROJEKAT 4

### Grupni razgovori - bankovne usluge

- Četiri grupna razgovora sa redovnim korisnicima određenih bankovnih usluga - 2 grupe muškaraca i 2 grupe žena - sa po osam učesnika u svakoj grupi;
- Po 2 grupe oformiti u 2 grada/zajednice;
- 2 grupe (1 grupa muškaraca i 1 grupa žena) sa sagovornicima starosnog doba od 25 do 34 godine i 2 grupe sa sagovornicima starosnog doba između 35-44 godine;
- Razgovori treba da budu uglavnom eksploratorne prirode, vođeni uz pomoć tematskih smernica pripremljenih od strane istraživačke agencije na osnovu klijentovog spiska regiona koje treba obuhvatiti projektom;
- Razgovor sa svakom grupom treba da traje oko dva sata;
- Grupe treba da budu smeštene u nekom istraživačkom objektu sa TV sistemom zatovorenog tipa, za klijente, na lokaciji koja se za sagovornike nalazi na pristojnoj udaljenosti;
- Razgovore sa svim grupama treba da vodi isti ispitivač, koji je dužan da pribavi informacije od klijenta i da napiše izveštaj;
- Uračunati i dva sastanka između klijenta i istraživačkog instituta u prostorijama instituta radi dogovora o proučavanju;
- Skraćeni izveštaj (6 primeraka na vašem vlastitom jeziku) od oko 40 strana, uključujući oko 10 strana doslovnog izveštaja;
- Audio kasete (ali ne prepise) sa snimljenim razgovorima dostaviti klijentu.

Cena (molimo vas da navedete valutu) \_\_\_\_\_

(U cenu treba da bude uračunato i iznajmljivanje prostorije u objektu istraživačke organizacije)

Da li vaša agencija vrši ovakvu vrstu proučavanja

**Često**

**Povremeno**

**Gotovo nikada/nikada**

Napomene \_\_\_\_\_

## PROJEKAT 5

### Proučavanje stepena udovoljenosti klijentima uz upotrebu veba

- Proučavanje na svetskom nivou među privrednim rukovodiocima odgovornim za kupovinu kompjuterskog softvera za kompanije u kojima rade; istraživanje voditi na engleskom jeziku;
- Ispitanici su postojeći kupci kod klijenta koji će obezbediti uzorni spisak od 2.000 imena i e-mail adresa na osnovu kojeg će se izabrati uzorak;
- Za popunjavanje upitnika biće potrebno oko 8 minuta, a upitnik će sadržati i jedno otvoreno pitanje;
- Istraživačka agencija treba da programira upitnik i da ga objavi na vlastitom serveru;
- Od ispitanika se očekuje da posete posebnu stranicu veba i pristupe upitniku pomoću jedinstvenog pasvorda koji će biti prosleđen svakom potencijalnom ispitaniku;
- Obezbediti dva primerka kompjuterski izrađenih tabela (60 tabela);
- Skraćeni izveštaj (6 primeraka na engleskom jeziku) od oko 40 strana.

Cena (molimo vas da navedete valutu) \_\_\_\_\_

Za 200 razgovora \_\_\_\_\_

Za 300 razgovora \_\_\_\_\_

Da li vaša agencija vrši ovakvu vrstu proučavanja

**Često**                      **Povremeno**                      **Gotovo nikada/nikada**

Napomene \_\_\_\_\_

## PROJEKAT 6

### Proučavanje „biznis tu biznis“ u pogledu desktop kompjutera

- Razgovore treba obaviti telefonom sa 200 privrednih rukovodilaca koji su odgovorni za ovlašćenu kupovinu desktop kompjutera;
- Uzorni spisak treba da dostavi klijent (sa pretpostavkom stope odgovora od 10%);
- Sve razgovore treba obaviti pozivanjem sagovornika na njihovim radnim mestima;
- Razgovori treba da traju 15 minuta;
- Upitnik će biti uglavnom unapred kodiran, ali sadržaće i dva otvorena pitanja koja će se naknadno kodirati i analizirati;
- Lica koja vode razgovore moraju imati pisane instrukcije pripremljene od strane istraživačke agencije;
- Moraju se obezbediti dva primerka kompjuterski izrađenih tabela (60 tabela);
- Istraživački institut dužan je da pripremi pismeni izveštaj od oko 40 strana, na vašem vlastitom jeziku; potrebno je obezbediti 6 primeraka pismenog izveštaja.

Cena (molimo vas da naznačite valutu) \_\_\_\_\_

Da li vaša kompanija koristi sistem CATI  
(Telefonski razgovori pri čemu se koristi  
i kompjuter)? \_\_\_\_\_

Da li vaša agencija izvodi ovakvu vrstu proučavanja:

**Često**

**Povremeno**

**Gotovo nikada/nikada**

Napomene \_\_\_\_\_

## KOMERCIJALNE TARIFE

Koliko naplaćujete svojim klijentima za jedan radni dan (8 sati):

Nižeg istraživača (s osnovnim istraživačkim sposobnostima i do 2 godine iskustva)

\_\_\_\_\_

Višeg istraživača (koji može samostalno da organizuje projekte, da započne novi posao i koji ima 5 godina iskustva)

\_\_\_\_\_

Višeg analitičara podataka (koji može da analizira složene istraživačke projekte i razgovara sa klijentima)

\_\_\_\_\_

Za jedan sat proveden u centru za posete (uključujući i troškove za lice koje vodi razgovore i telefonske troškove)

\_\_\_\_\_

Na koju državu se odnose sve navedene cene?

\_\_\_\_\_

HVALA VAM NA SARADNJI

## DODATAK II - DEVIZNI KURSEVI

Australijski dolar .....	0,61501
Britanska funta .....	1,6041
Kanadski dolar .....	0,68018
Evro .....	1,0974
HK dolar .....	0,12807
Japanski jen .....	0,008517
NZ dolar .....	0,56533
Singapurski dolar .....	0,5762
Južnoafrički rand .....	0,12523
US dolar .....	1
Argentinski pezo .....	0,31546
Brazilski real .....	0,28612
CZK .....	0,0345
Danska kruna .....	0,1478
Mađarska forinta .....	0,004483
Indijska rupija .....	0,02101
Korejski von .....	0,000823
Norveška kruna .....	0,1399
Švedska kruna .....	0,11937
Švajcarski franak .....	0,74979
Tajvanski dolar .....	0,02884
Meksički pezo .....	0,08973

**7. marta 2003.**