

### Заявка на участие в конкурсе КУБОК-789

Дата заполнения заявки	19 июня 2014
ФИО автора/авторов проекта (в случае подачи заявки физическим лицом или группой авторов )	ООО "Базис ИГ"
Название компании (в случае подачи заявки организацией)	
Название проекта	Как создать экскаватор, оптимальный для российских условий
Тема исследования (краткое описание проекта, 2000-3000 знаков)	<p>Гусеничные экскаваторы считаются высокотехнологичной машиной, которую могут производить не все компании. Поэтому этот тип техники долгое время не был подвержен конкуренции со стороны Китая. Однако сегодня китайские заводы освоили производство гидравлической составляющей и начали экспансию на российский рынок. Заказчик исследования поставил цель – изучить своих клиентов, чтобы разработать оптимальную машину и стратегию ее продвижения на российском рынке, тем самым подготовиться к конкуренции со стороны Китая. Соответственно, в рамках проекта нужно было решить две задачи: выяснить требования к технической составляющей экскаватора и собрать информацию, на основе которой можно было разработать стратегию продвижения.</p> <p>Для решения обеих задач мы порекомендовали использовать две методологии: полуструктурированные и этнографические интервью. С главными инженерами и директорами компаний в ходе полуструктурированных интервью мы обсуждали стратегию выбора машины (тем самым решалась задача разработки стратегии продвижения). Этнографическая часть заключалась в проведении интервью с оператором экскаватора, прямо в ходе его эксплуатации. Для сокращения потери информации на пути от респондента до клиента, мы предложили Заказчику присутствовать на всех интервью.</p> <p>Заказчик был заинтересован в проведении интервью с владельцами экскаваторов конкретных марок и моделей, что усложнило процесс рекрута. В итоге 10 интервью проводились в разных городах: от Урала до Центрального федерального округа. Поэтому проект был интересен не только методологически, но и организационно: модератор, заказчик и синхронный переводчик путешествовали по России в поисках владельцев нужной техники.</p>
	<p>Изначально заказчик не хотел разглашать название своей компании на этапе рекрута. Однако наша компания пропагандирует соблюдение кодекса ESOMAR в России, а в соответствии с ним, при проведении личных визитов с клиентом респондент должен быть осведомлен о названии компании-заказчика. Мы не зря убеждали клиента открыть свое название. Это положительно сказалось на результатах. Российские респонденты оказались настолько заинтересованными в исследовании, что часть из них по своей инициативе подготовили краткие эссе о слабых сторонах своих экскаваторов. С таким интересом со стороны респондентов сталкиваешься не часто.</p> <p>В результате заказчик получил достаточно информации для разработки стратегии продвижения нового экскаватора. Собранные данные о требованиях к техническим характеристикам машины были проанализированы техническим департаментом завода-производителя</p>
Общественная, научная, экономическая значимость темы	<p>Проект показал, что совмещение методологий дает максимальный эффект для решения мультизадачных проектов. Проект объединял две методологии: полуструктурированные и этнографические интервью. Информация, собранная в ходе полуструктурированного интервью проверялась и дополнялась в ходе этнографического интервью с оператором экскаватора</p>

Время проведения проекта (с разбивкой по этапам)	февраль 2014 года - обсуждение проекта с клиентом март 2014 года - рекрут респондентов апрель 2014 года - проведение интервью и написание отчета
Цели исследования	1. Выявить требования к техническим характеристикам гусеничного экскаватора 2. Собрать информацию, достаточную для разработки стратегии продвижения нового экскаватора на рынке
Задачи исследования	1. В ходе интервью с главным инженером/владельцем компании обсудить стратегию выбора экскаватора 2. Выявить недостатки гусеничного экскаватора с точки зрения главного инженера/директора 3. В ходе этнографического интервью с оператором обсудить нюансы работы на экскаваторе
Предмет исследования	Требования к новому гусеничному экскаватору
Объект исследования	Карьеро-добывающие предприятия
Методология исследования:	В ходе исследования использовалась комбинация методов: первая часть беседы - полуструктурированное интервью с главным инженером/директором; вторая часть - этнографическое интервью (оператор экскаватора работал на машине и параллельно комментировал свою работу)
1.Общее описание методологии	Качественные методы сбора данных. Комбинация полуструктурированного и этнографического интервью. Привлекалось два респондента от каждой компании: человек, участвовавший в выборе экскаватора, и человек, работающий на этом экскаваторе. Продолжительность обеих частей - до 90 минут
<b>2.Этап сбора данных:</b>	
2.1.Обоснование методов сбора данных	Полуструктурированное интервью позволило собрать информацию о всем процессе покупки экскаватора: от возникновения потребности до доставки машины на площадку предприятия. Этнографическое интервью позволило выявить требования к техническим характеристикам, преимущества и недостатки текущего экскаватора на всех этапах работы
2.2.Обоснование и характеристика выборки (тип, объем, география, ошибка и т. д.)	Было проведено 10 интервью в следующих городах: Екатеринбург, Пермь, Владимир, Москва, подмосковные города. Данный объем выборки является оптимальным для проведения этнографических интервью (при увеличении количества количество новой информации резко сокращается). Кроме того, мы были ограничены сроками - клиент находился в России в течение 7 дней.
3. Аналитический этап (обоснование и описание методов анализа)	В данном исследовании мы делали анализ полуструктурированных интервью. Этнографическая часть анализировалась заказчиком. При анализе мы использовали метод аналитического сравнения: выявляли сходные ответы респондентов, а также различия по преимуществам/недостаткам конкретных моделей экскаваторов
Почему решили выставить проект на конкурс?	Проект интересен с точки зрения совмещения методологий и организационной части (провести максимальное количество интервью за минимальный срок)
Краткая информация о биографии, профессиональной деятельности автора/авторов проекта, достижениях	Руководитель проекта - Анна Шульгина, работает в ООО "Базис ИГ" в течение 5 лет. Образование - магистр социологии, НИУ ВШЭ
<b>Контактная информация:</b>	
1.Ответственное лицо	Анна Шульгина
2. Адрес	Екатеринбург, Мамина-Сибиряка 58-509
3.Телефон/факс	7(343)350-83-58
4.Электронная почта	<a href="mailto:shulgina_av@basisgroup.com">shulgina_av@basisgroup.com</a>
<b>Для организаций дополнительно указывается:</b>	
1.Юридическое название	ООО "Базис ИГ"
2.Юридический адрес	620219 Россия, Екатеринбург, ул. Мичурина 239-93