



РЕЕСТР УСЛУГ

Отдел исследования рынков

Редакция от 21 сентября 2026 года · v2

Документ определяет номенклатуру, базовый объём и результат работ. Коды используются в прайс-листе и задании. Параметры ниже относятся к стартовому объёму; расширение согласуется отдельно.

1. Маркетинговые исследования

Код и наименование услуги	Состав работ и базовые параметры	Передаваемый результат
МИ-01 Программа исследования	Одна задача и один рынок. До 5 исследовательских вопросов; выбор методов, источников, принципов выборки и контроля качества. Сбор данных не входит.	Программа, перечень данных и проект задания на исследование.
МИ-02 Экспресс-обзор рынка	Кабинетный обзор одной товарной категории в одном регионе РФ либо по РФ в целом без региональной детализации. До 5 конкурентов; доступная динамика, факторы спроса, ограничения. Без подробной модели ёмкости.	Краткий отчёт PDF, таблица конкурентов, ссылки и выводы для первичного решения.
МИ-03 Стандартное кабинетное исследование	Одна категория и одна география без региональной детализации; до 3 лет истории при наличии данных. Структура и оценка ёмкости, до 10 конкурентов, ценовой срез, факторы спроса и рекомендации. Полевой сбор не входит.	Отчёт PDF, расчётные таблицы XLSX, источники, допущения и ограничения оценок.
МИ-04 Комплексное или смешанное исследование	Несколько исследовательских задач; кабинетные, качественные и количественные этапы в согласованном сочетании. Выборка, регионы и число волн определяются заданием. Выполнимость полевых этапов проверяется отдельно.	Единый отчёт и приложения по согласованной программе; состав данных и форматы фиксируются заранее.

2. Рынок, отрасль и конкуренты

Код и наименование услуги	Состав работ и базовые параметры	Передаваемый результат
РК-01 Ёмкость и структура рынка	Одна категория, одна география, до 3 сегментов. Проверка доступных источников, оценка рынка сверху и/или снизу, согласование натуральных и денежных единиц. Метод выбирается по достаточности данных.	Модель оценки в XLSX, пояснительная записка PDF, диапазон оценок и ограничения.
РК-02 Конкурентный анализ	До 10 компаний, один рынок, до 10 сопоставимых параметров: продукты, цены, позиционирование, каналы и доступные показатели. Кабинетные источники; запросы и посещения не входят.	Матрица конкурентов XLSX, сравнительный отчёт PDF и выводы о позиционировании.
РК-03 Тенденции и прогноз рынка	Один рынок; до 3 лет истории и до 3 лет прогноза при достаточности исходных рядов. До 3 сценариев, факторы роста и ограничения. Сложные эконометрические модели согласуются отдельно.	Сценарные расчёты XLSX и отчёт PDF с методикой, предпосылками и рисками.
РК-04 Сегменты и перспективные ниши	До 5 сегментов одного рынка. Сравнение доступного спроса, конкуренции, барьеров и соответствия возможностям заказчика. Кабинетные данные и материалы заказчика.	Матрица сегментов, обоснование приоритетов и список гипотез для дальнейшей проверки.

3. Спрос и целевая аудитория

Код и наименование услуги	Состав работ и базовые параметры	Передаваемый результат
СА-01 Профили и сегментация аудитории	До 3 групп покупателей одной категории. Анализ предоставленных материалов и открытых источников; потребности, ситуации выбора, роли в покупке. Профили без нового опроса считаются рабочими гипотезами.	Профили сегментов, критерии различия и перечень вопросов для проверки на аудитории.
СА-02 Исследование спроса и барьеров покупки	Один продукт и до 3 сегментов. Программа, инструментарий и анализ одного согласованного массива: до 500 анкет с 20 вопросами либо до 10 предоставленных расшифровок интервью. Новый полевой сбор оплачивается отдельно.	Отчёт о мотивах, барьерах и условиях покупки; таблицы либо тематическая матрица.
СА-03 Исследование закупок B2B	Одна отрасль, до 3 типов организаций. Анализ закупочного цикла, ролей и критериев поставщика по открытым данным и до 10 предоставленным интервью. Доступ к руководителям, рекрутинг и интервью не входят.	Карта закупочного решения, профили организаций и рекомендации по работе с сегментами.

4. Цены и коммерческие условия

Код и наименование услуги	Состав работ и базовые параметры	Передаваемый результат
ЦК-01 Анализ цен и ценового позиционирования	Одна категория, до 30 сопоставимых товарных позиций и до 10 поставщиков; одна волна кабинетного сбора. Приведение цен к одинаковым единицам, комплектации, дате и условиям НДС по доступным сведениям.	Ценовая матрица XLSX, диапазоны и отчёт PDF о позиции продукта.
ЦК-02 Сравнение коммерческих условий	До 10 предложений по одной категории: объём партии, оплата, доставка, гарантия и сервис. Используются открытые или предоставленные предложения. Получение закрытых коммерческих предложений согласуется отдельно.	Таблица условий и сопоставимой стоимости покупки, выводы о различиях предложений.
ЦК-03 Ценовая чувствительность и готовность платить	Один продукт, до 2 сегментов, одна методика измерения. Инструментарий, анализ массива до 500 анкет и интерпретация допустимых ценовых ориентиров. Сбор ответов не входит; метод и выборка согласуются.	Таблицы и графики ценовой чувствительности, рекомендации с ограничениями применимости.

5. Продукт, бренд и клиентский опыт

Код и наименование услуги	Состав работ и базовые параметры	Передаваемый результат
ПБ-01 Тестирование продукта или концепции	До 3 концепций, одна аудитория. Разработка критериев и инструментария, анализ до 300 анкет либо 8 готовых расшифровок. Производство образцов, рекрутинг, площадка и тестирование оплачиваются отдельно.	Сравнение концепций, причины выбора и рекомендации по доработке продукта.
ПБ-02 Восприятие и узнаваемость бренда	Один бренд и до 5 конкурентов, одна аудитория, одна волна. Инструментарий и анализ массива до 500 анкет. Спонтанная и подсказанная узнаваемость, ассоциации и различия сегментов при достаточной базе. Сбор ответов не входит.	Отчёт о показателях бренда и восприятии; таблицы с базами ответов и ограничениями.
ПБ-03 Удовлетворённость и лояльность клиентов	Один продукт или сервис, до 3 сегментов. Инструментарий и анализ до 500 анкет; NPS и/или CSAT по согласованным шкалам, причины оценок. Рассылка, обзвон и привлечение клиентов не входят.	Показатели с методикой расчёта и базой ответов, причины неудовлетворённости и приоритеты улучшений.
ПБ-04 Клиентский путь и точки потерь	Один путь покупки и до 2 сегментов. Анализ данных заказчика и до 10 готовых расшифровок; этапы, ожидания, препятствия и точки контакта. Новые интервью и контрольные покупки не входят.	Карта клиентского пути, перечень проблем и гипотез улучшения; подтверждённые данные отделены от предположений.

6. Выход на рынок и каналы продаж

Код и наименование услуги	Состав работ и базовые параметры	Передаваемый результат
ВР-01 Оценка выхода на новый рынок	Один продукт и один целевой рынок РФ. Кабинетная оценка спроса, конкурентов, барьеров, каналов и вариантов входа. До 3 сценариев действий. Финансовая модель, юридическое заключение и внедрение не входят.	Аналитический отчёт, матрица вариантов и последовательность проверки ключевых гипотез.
ВР-02 Анализ каналов и партнёрской среды	До 3 каналов, одна категория, до 15 организаций по открытым данным. Условия доступа, роли посредников, структура предложения. Контактное, лидогенерация и переговоры не входят.	Сравнение каналов, перечень потенциальных партнёров и рекомендации по приоритетам проверки.
ВР-03 Геомаркетинговая оценка локаций	До 3 адресов в одном городе; доступность, окружение, конкуренты и доступные демографические данные. Кабинетный этап без натурного замера трафика и платных геоданных.	Сравнение локаций, карты или схемы, выводы и перечень необходимых натурных проверок.

7. Полевые методы — после проверки возможностей

Полевые исследования проводим в пределах наших организационных и профессиональных возможностей. До подтверждения заказа обсуждаем задачу и проверяем географию, доступ к аудитории, выборку, сроки, ресурсы и бюджет. При необходимости привлекаем наших контрагентов; заранее согласуем их участие, распределение работ, контроль качества и конфиденциальность.

Код и наименование услуги	Состав работ и базовые параметры	Передаваемый результат
ПЛ-01 Количественные опросы	Онлайн, телефонные или личные опросы. Согласуются аудитория, размер и структура выборки, длительность, география, доступ, пилот и контроль качества. Инструментарий и отчёт отражаются в смете явно.	Очищенный обезличенный массив и описание поля; аналитический отчёт — если включён в задание.
ПЛ-02 Глубинные и экспертные интервью	Согласуются тип респондентов, число и длительность интервью, рекрутинг, вознаграждения, модерация и расшифровки. Интервью с редкими специалистами — после проверки доступа.	Обезличенные расшифровки или протоколы; записи при согласованной возможности; аналитика по заданию.
ПЛ-03 Фокус-группы	Онлайн или очно. Согласуются число групп и участников, состав, длительность, рекрутинг, поощрения, модерация, площадка и фиксация результатов.	Протоколы и материалы групп; записи и аналитический отчёт в согласованном составе.
ПЛ-04 Тайный покупатель и проверки сервиса	Сценарий, число точек и визитов, каналы обращения и контроль проверок. Расходы на покупки, связь, поездки и специальные условия перечисляются отдельно.	Заполненные формы проверок, сводная таблица и подтверждающие материалы в согласованном объёме.

Код и наименование услуги	Состав работ и базовые параметры	Передаваемый результат
ПЛ-05 Холл-тесты и домашние тесты	Согласуются аудитория, выборка, продукт, образцы, помещения или доставка, длительность, инструкции и контроль выполнения. Выполнимость зависит от характера продукта и ресурсов.	Массив оценок или протоколы теста; сравнительный анализ — по согласованному заданию.
ПЛ-06 Наблюдение и замеры трафика	Число точек, даты, интервалы, наблюдаемые события, доступ к площадке и способ фиксации. Повторные замеры и сезонное покрытие оговариваются отдельно.	Журнал наблюдений, сводные таблицы и ограничения переноса результатов на другие периоды.

8. Дополнительная аналитика и сопровождение

Код и наименование услуги	Состав работ и базовые параметры	Передаваемый результат
ДП-01 Обработка готового массива данных	Один обезличенный массив до 1 000 строк и 30 содержательных переменных. Проверка структуры, пропусков и дублей, описательные и перекрёстные таблицы. Сложное моделирование и восстановление исходных данных не входят.	Очищенный массив, таблицы XLSX, краткие аналитические выводы и перечень ограничений.
ДП-02 Повторный мониторинг рынка	Обновление ранее согласованного наблюдения: до 10 игроков и 20 показателей, одна география. Цена за одну волну без изменения методики; первичная настройка и новые источники согласуются отдельно.	Обновлённая таблица и краткая записка об изменениях относительно предыдущей волны.
ДП-03 Презентация и обсуждение результатов	По готовому согласованному исследованию: до 15 слайдов и одна онлайн-встреча до 60 минут. Новое исследование и дополнительный сбор не входят. Если презентация уже в основном задании, повторно не начисляется.	Презентация PDF/PPTX и обсуждение выводов и ограничений исследования.

9. Общие условия и границы работ

Для каждого проекта согласуются задача, объект, география, период данных, методы, объём и форматы результата. Базовый объём не означает автоматического наличия всех требуемых сведений: достаточность источников проверяется до подтверждения задания.

Кабинетное исследование использует опубликованные сведения и материалы заказчика. Полевое исследование собирает новые первичные данные. Качественные, количественные и смешанные методы выбираются под вопрос исследования. Повторные волны, панели и мониторинг требуют отдельного плана.

Для аналитических этапов СА-02, СА-03, ЦК-03 и ПБ-01–ПБ-04 новый сбор данных не входит в стартовую цену. Инструментарий, поле, обработка и отчёт перечисляются в смете отдельно либо включаются в комплексную позицию с явным составом. Одни и те же работы повторно не начисляются.

В аналитическом результате указываются источники, даты, методика, допущения и ограничения. При наличии поля — параметры набора, фактическая выборка и исключения. Качественные наблюдения и кабинетные гипотезы не выдаются за статистически репрезентативные выводы.

Платные данные и отчёты, доступ к специализированным базам, рекрутинг, вознаграждения, аренда, поездки, образцы и работы контрагентов включаются только по согласованной смете. Передача исходных материалов определяется заданием и доступными правами использования.

Исследование помогает принять решение; оно не гарантирует продажи, инвестиции или достижение рыночной доли. Рекламное производство, юридические заключения, разработка бизнес-плана и финансовой модели в эти услуги не входят, если не согласованы отдельно.

Количество раундов уточнений, порядок приёмки и изменения задания фиксируются в договоре. Реестр не заменяет согласованное задание и действующие договорные документы.

Реквизиты исполнителя

Исполнитель	Реквизиты и контакты
ИП Егорова Елена	ИНН 772989135527 · ОГРНИП 325774600197781 119330, г. Москва, Ломоносовский проспект, д. 34 +7 915 484-83-08 Oleg-Yegorov-62@inbox.ru orders@egorov-consulting.ru

Утверждение документа

Представитель Индивидуального предпринимателя Егоровой Елены по доверенности № 01 от 16.09.2025 — Егоров Олег Александрович.

Подпись _____ Дата: 19.09.2026

Место печати

