

ПОЛОЖЕНИЕ О ПРОВЕДЕНИИ ИССЛЕДОВАНИЯ «МОНИТОРИНГ СТОИМОСТИ ПОЛЕВОГО ПЕРСОНАЛА»

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящее Положение о проведении Исследования «Мониторинг стоимости полевого персонала» (далее по тексту Исследование), определяет цели, задачи и методологию Исследования, реализуемого Российской Ассоциацией Маркетинговых Услуг (РАМУ), в соответствии с ситуацией и потребностями рынка маркетинговых услуг и стандартами проведения исследований.

1.2. Пункты Положения являются обязательными для всех участников, задействованных в процессе проведения Исследования.

1.3. Все решения по изменению данного Положения принимаются Комитетом региональных агентств РАМУ и утверждаются председателем комитета.

1.4. Исследование проводится совместно с АКАР

2. ИНФОРМАЦИЯ ОБ АССОЦИАЦИЯХ

2.1. Российская Ассоциация Маркетинговых Услуг (РАМУ) - крупнейшая в России профессиональная ассоциация, объединяющая компании, специализирующиеся на маркетинговых услугах.

2.2. Главной задачей РАМУ является продвижение и формирование положительного образа индустрии, и ее популяризация. В связи с этим, РАМУ проводит ряд исследований своего рынка совместно с авторитетными игроками рынка.

2.3. Ассоциация Коммуникационных Агентств России (АКАР до 2000 г. - РАРА) - крупнейшая профессиональная ассоциация, объединяющая ведущих участников рынка рекламы и маркетинговых коммуникаций (ранее - Российская Ассоциация Рекламных Агентств, РАРА).

2.4. Члены АКАР предоставляют услуги в сфере рекламы (ATL, BTL, TTL), паблик рилейшнз, директ маркетинга, спонсорства, маркетинговых исследований, дизайна и упаковки, организуют мероприятия по сейлз промоушн, оформляют места продаж, создают и размещают рекламу в прессе, на радио, телевидении, в кинотеатрах, на улицах и площадях, на транспорте, в Интернете.

3. ГЕОГРАФИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

3.1. География: Россия, города 500+

4. ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

4.1. Получение актуальных данных о средней стоимости часа полевого персонала

5. ПЕРИОД ПРОВЕДЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

5.1. Исследование проводится 1 раз в 2 года

6. ЦЕЛЕВАЯ ГРУППА

6.1. Федеральные и региональные агентства, работающие на рынке маркетинговых услуг

7. ИНСТРУМЕНТАРИЙ

7.1. **Список Агентств** – участников Исследования формируется на основании:

7.1.1. Списка членов профессиональных ассоциаций РАМУ, АКАР и других агентств-участников рынка маркетинговых услуг

7.1.2. Списка участников проекта РАМУ «Карта сертифицированных региональных агентств России» <https://www.ramu.ru/regiony/>

7.1.3 Desk-research – открытые данные (рекрутинговые агентства/ соц.сети)

7.2. Таблица:

7.1.1. Таблица заполняется уполномоченными представителям агентства

7.1.2. Таблица содержит следующие позиции для оценки и заполнения:

- a) Город.
- b) Обычный промоутер - 18+, без требований к внешности, опыту работы и коммуникативным навыкам, для работы в помещениях от 4 часов в день.
- c) Промоутер-консультант - 18+, требования к внешности согласно профайлу, хорошие коммуникативные навыки, опыт работы, работа в помещениях от 4 часов в день.
- d) Промоутер модельного типа – возраст 18+, внешность близка к модельной, рост 170+, размер одежды 40-44, ухоженные руки и волосы (длина ниже плеч), умение носить обувь на высоком каблуке (9-13 см), с коммуникативными навыками. Как правило, привлекается на более премиальные бренды, event, в канал HoReCa. Опыт работы в модельном агентстве приветствуется, но не обязателен.
- i) Профессиональная модель - возраст 18+, внешность модельная, рост 175+, размер одежды 40-44, ухоженные руки и волосы (длина ниже плеч), умение носить обувь на высоком каблуке (9-13 см) и подавать себя, с коммуникативными навыками. Опыт работы в мод.; hv v нельном агентстве на имиджевых event и бизнес-мероприятиях, фотосессиях и показах. Наличие профессионального портфолио обязательно.
- f) Супервайзер с а/м – для работы на собственном автомобиле с 10 00 до 20 00, от 4 до 6 часов в день
- g) Супервайзер без а/м – для работы с 10 00 до 20 00, от 4 до 6 часов в день
- h) Супервайзер-аудитор с а/м - разовое посещение для обеспечения размещения POSM или мониторинга их наличия, наличия продукции и ее стоимости (небольшой список sku). Не занимается выкладкой продукции. Занятость на точке от 20 минут до 1 часа.
- i) Таинственный покупатель - специалист, соответствующий целевой аудитории рекламируемого продукта (пол, возраст, статус и т.д.), с хорошими коммуникативными данными, выполняет функцию аудитора. Занятость на точке не более 20 минут.

7.1.2. Порядок заполнения таблицы:

- a) В столбец «города» вносятся названия городов, в которых ваше агентство напрямую предоставляет услуги промо персонала;
- b) В ячейки с позицией промоутера/«стоимость часа» вносятся суммы, соответствующие профайлу персонала на руки. Если за последние 6 месяцев ваше агентство не работало с какой либо из указанных позиций (описание на листе «описание позиций», оставьте ячейку пустой);
- c) В ячейки «коэффициент» вносятся цифры увеличивающих коэффициентов, если это применимо в вашей практике:
 - коэффициент «сезонность»- в центральных и северных районах России учитывается с 1 ноября до 31 марта, а в южных регионах- при температуре выше 30 градусов С;
 - коэффициент «ночь»- за работу в ночное время суток;
 - коэффициент «праздники» - за выход на работу в государственные праздничные дни;
 - коэффициент «спецтребования» - применяется при дополнительных требованиях к промоперсоналу, например таких как: возраст (25 + или 35+), знание иностранных языков, типажность и прочее).

8. МЕТОДОЛОГИЯ

8.1. Предложенная методика сбора усредненных ставок с агентств предполагает определенную погрешность, связанную с разным количеством агентств-респондентов в разных городах, принявших участие в исследовании

8.2. Расчет данных происходит следующим образом:

Из полученных данных удаляются экстремумы (минимальные и максимальные значения, отличающиеся от среднего более чем на 50%). Далее вычисляется средняя ставка промоутера по каждой позиции по каждому городу.

8.3. Полученные средние ставки пересчитываются с учетом всех налогов и оверхедов по формуле:

- **Оформление по ГПХ: Ставка на руки/0,87 (НДФЛ) x1,302 (налоги)x 1,05 (документооборот) x1,0382 (кредитование)x 1,025 (банковская комиссия за транзакции)**
- **Оформление как самозанятый: Ставка на руки /0,94 (налог)x1,05 (документооборот)x1,0382(кредитование)x1,025(банковская комиссия за транзакции)**

Договор ГПХ (расшифровка — гражданско-правового характера) — договоренность между исполнителем и заказчиком, при котором они не вступают в трудовые отношения. В этом соглашении определены работы и их результат, за который исполнитель получает вознаграждение. Примеры договора ГПХ: подряд, оказание услуг, авторский договор.

Согласно закону **самозанятый** — это человек, который платит специальный налог на профессиональный доход (НПД). При этом не нужно дополнительно отчислять подоходный налог или налог на прибыль.

Ставка для самозанятых:

- 6% — если оплата поступила от юридического лица или индивидуального предпринимателя.

Эти ставки не будут меняться до конца 2028 года.

Сейчас получить статус самозанятого могут жители 23 регионов России: Москвы, Санкт-Петербурга, Московской, Ленинградской, Калужской, Воронежской, Волгоградской, Нижегородской, Новосибирской, Омской, Ростовской, Самарской, Сахалинской, Свердловской, Тюменской и Челябинской областей, Красноярского и Пермского краев, Ненецкого, Ханты-Мансийского, Ямало-Ненецкого автономных округов, Башкирии и Татарстана.

8.4. Обработка и верификация данных производится Комитетом региональных агентств РАМУ

9. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

9.1. Результаты представлены на сайте Ассоциаций www.ramu.ru; www.akarussia.ru, а также направлены всем участникам исследования, клиентам и СМИ.