

УТВЕРЖДЕНО  
Решением  
Совета  
Некоммерческого партнерства  
«Объединение исследователей рынка и общественного мнения»  
(Приложение № 2 к Протоколу Общего Собрания членов и Собрания Совета  
№ 43 от «20» декабря 2016 г.)

## **Нормы качества НК-ОИРОМ-2015**

**(Редакция № 2)**

### **1. Вступление**

Настоящий документ определяет базовые нормы качества работ по проведению маркетинговых исследований и изучению общественного мнения. Выполнение норм настоящего стандарта является обязательным для членов ОИРОМ.

Положения настоящего стандарта руководствуются отраслевыми стандартами ISO 20252 (в отношении исследовательских компаний, деятельность которых связана исключительно с интернет-панелями, также признаются отраслевые стандарты ISO 26362), предлагая упрощенный подход к сертификации.

### **2. Основные требования к исследовательской компании**

#### **2.1 Организация и ответственность**

2.1.1. Каждая исследовательская компания (далее, «Компания») самостоятельно разрабатывает «Политику качества», имеющую статус стандарта предприятия. Политика качества содержит перечень основных принципов и процедур, которые Компания выполняет для обеспечения качества предоставляемых услуг. Положения «Политики качества» не должны противоречить требованиям настоящих Норм.

2.2.2. Для контроля за реализацией положений «Политики качества» Компания назначает «Ответственного за качество» из числа своих штатных сотрудников и наделяет его необходимыми полномочиями.

#### **2.2 Конфиденциальность исследований**

2.2.1. Компания обеспечивает конфиденциальность информации, предоставляемой ей клиентами в ходе выполнения проектов. Передача такой информации в любой форме третьим лицам допускается только после получения письменного разрешения клиента.

2.2.2. Хранение конфиденциальной информации должно быть организовано в соответствии с Нормами безопасности, которые разрабатываются и утверждаются Компанией, и исключать возможность ее утечки.

2.2.3. Результаты ad hoc исследований принадлежат Клиенту и не могут быть использованы Компанией в других проектах без письменного разрешения Клиента.

2.2.4. Компания обеспечивает соблюдение режима конфиденциальности среди всего персонала, вовлеченного в проект, в том числе субподрядчиков.

### **2.3 Требования к хранению проектной документации**

2.3.1. Каждое исследование (Проект) должно иметь уникальный идентификационный номер. Записи по исследованиям должны быть адекватно идентифицированы в привязке к проекту для обращения к ним при необходимости восстановления и т.п.

2.3.2. Электронные документы по каждому из проектов хранятся в отдельных папках Проекта.

2.3.3. Материалы проекта должны быть доступны кругу лиц, определяемому Компанией.

2.3.3. Документы по каждому проекту хранятся в соответствии с Нормами безопасности в течение срока, определяемого Приложением 1 настоящих Норм.

### **2.4 Компетентность и обучение**

2.4.1. Компания гарантирует, что ее штатные и внештатные сотрудники, участвующие в проекте, обладают необходимой для выполнения данного проекта компетентностью, уровень которой определяет сама Компания.

2.4.2. Компания сохраняет документы, содержащие информацию об обучении, подготовке и переподготовке, навыках и опыте своих сотрудников, участвующих в Проекте.

### **2.5 Отношения с субподрядчиками (аутсорсинг)**

2.5.1. В случае, если работа по тому или иному этапу Проекта передана стороннему подрядчику, Компания информирует его о необходимости применять настоящие Нормы.

2.5.2. Компания отвечает перед Клиентом за качество услуг субподрядчиков, помимо случаев, когда Клиент сам выбирает подрядчиков:

- переводы;
- обработка данных (ввод данных и т.п.);
- полевые работы, включая работу с провайдерами панелей для исследований CAWI;
- услуги, связанные с выполнением отдельных этапов Проекта;
- консалтинговые услуги.

2.5.3. При выборе подрядчиков, Компания следует списку конкретных профессиональных требований и документально фиксирует выполнение следующих процедур:

- оценка квалификации субподрядчиков;
- установление с ними контрактных (договорных) отношений;
- предоставление субподрядчикам инструкций для выполнения передаваемых им работ;
- контроль соответствия качества услуг субподрядчиков требованиям, установленным Компанией;
- ежегодная оценка работы субподрядчиков в форме, определяемой Компанией.

2.5.4. Компания готовит и систематически обновляет следующие документы:

- список субподрядчиков и их квалификация, определяемая на основании отзывов сотрудников Компании или внутреннего аудита, проводимого Компанией у субподрядчика;
- контрактная документация;
- Периодическая, но не реже одного раза в год оценка работы субподрядчика по методике, определяемой Компанией.

Периодичность обновления документов определяется самой Компанией.

## **2.6 Жалобы, удовлетворенность клиента и аудит**

Компания не реже одного раза в год измеряет и анализирует удовлетворенность Клиентов. Данные таких замеров, включая жалобы клиентов и меры по устранению их причин, документально фиксируют и хранят в течение трех лет.

## **3. Управление Проектом**

### **3.1 Бриф клиента**

Компания документально фиксирует факт получения запроса от Клиента и брифа на исследование. В случае если бриф предоставлен Клиентом в письменном виде, Компания сохраняет его оригинал. Если бриф был предоставлен устно, Компания письменно формулирует его базовые положения и включает их в свое Предложение. Оригинал Брифа или его резюме (в случае устной передачи), включенное в Предложение, хранятся в Папке проекта.

### **3.2 Предложение Исследовательской компании**

3.2.1. Предложение Исследовательской компании должно быть сделано в письменном виде и сохранено в Папке проекта. Его направляют, после того, как Клиент определил в Брифе свои требования к параметрам исследования и необходимым ему результатам.

3.2.2. Коммерческое предложение Компании включает в себя следующие элементы выполнения проекта:

- метод сбора данных;
- информацию о продолжительности фокус-групп, числе их участников и др.;

- определение выборки или целевой группы;
- критерии отбора респондентов;
- требуемый размер выборки;
- метод обработки данных (если применимо);
- метод инструктирования интервьюеров, если это необходимо;
- продолжительность работ;
- описание вида представления финальных результатов: база данных, письменный отчет, видеозапись, краткие выводы, презентация, участие во внутреннем семинаре, консультирование онлайн, и.т.п.
- стоимость работ.

3.2.3. Компания несет ответственность за то, что предлагаемые ею методы и методики в максимальной степени соответствуют целям Клиента, обозначенным в брифе.

3.2.4. В случае если речь идет о проекте, для реализации которого предполагается использовать стандартные методики или продукты (“multiclient”), Предложение должно содержать полное описание исследовательского продукта и применяемых методологий, или ссылки на описание. Предложение так же должно включать краткое изложение задач клиента. Предлагаемая Компанией методика получения данных должна быть понятна Клиенту и соответствовать целям Проекта и задачам Клиента.

3.2.5. В случае если речь идет об исследованиях “ad hoc”, Предложение Компании помимо сведений, перечисленных в п. 3.2.2. настоящих Норм, должно включать в себя также:

- аналитический обзор целей Клиента (формальное изложение брифа) и описание соответствующих им задач предполагаемого исследования;
- иллюстрацию метода, предлагаемого для проведения исследования (если применимо).

### **3.3 Подтверждение проекта**

3.3.1. Решение о проведении проекта подтверждают письменно. Это может быть сделано в форме письма от Клиента к Компании о подтверждении проекта/контракта, либо в виде письменного согласия Клиента с Предложением/контрактом, ранее представленным Компанией;

3.3.2. В случае если Предложение на проведение исследования содержало несколько опций, то в Подтверждении проекта должны быть упомянуты выбранные Клиентом опции / методики, предлагаемые Компанией.

3.3.3. Исследовательская компания должна убедиться, что Клиент согласен с наиболее важными рабочими элементами проекта, в том числе с планом выборки, анкетой, гайдом, местом для проведения фокус-групп и т.д.

3.3.4. Клиент должен иметь возможность получить всю необходимую информацию в сроки, позволяющие ему обсудить ее с Компанией.

3.3.5. Документацию, касающуюся Подтверждения проекта, хранят в Папке проекта.

### **3.4 Планирование проекта**

3.4.1. Планирование работ на различных стадиях проекта документально фиксируют и хранят в Папке проекта. Компания самостоятельно разрабатывает график выполнения проекта и назначает среди своих сотрудников ответственных за его отдельные этапы.

3.4.2. В документах планирования указывают фамилии Ответственного за проект, а также при необходимости ответственных за его отдельные этапы.

3.4.3. Компания своевременно оповещает Клиента о возможных задержках и других обстоятельствах, которые могут повлиять на соблюдение сроков выполнения Проекта.

### **3.5 Отношения с Клиентом**

3.5.1. Компания предоставляет Клиенту доступ ко всей технической документации Проекта. Клиент должен иметь возможность присутствовать при проведении любого этапа Проекта, если это не нарушает конфиденциальности респондентов и не противоречит действующему законодательству, касающегося конфиденциальности персональных данных.

3.5.2. Документы, касающиеся взаимоотношений с Клиентом (переписка по электронной почте, протоколы встреч, переговоров и т.п., результаты которых влияют на параметры исследования), хранят в Папке проекта. При наличии устных договоренностей, результаты которых влияют на параметры исследования, Компания направляет Клиенту письмо, в котором содержится резюме этих договоренностей. Копии таких писем хранят в Папке проекта.

3.5.3. Клиент имеет право ознакомиться с ходом финальных работ по разработке анкеты (Web-программирование), с кодировочными списками и планами анализа. Клиент должен иметь возможность указать, каким образом ему хотелось бы видеть презентацию данных, даже если в результате этого изменится первоначальный запрос. Исследовательская компания должна принимать подобные требования Клиента, если ей не препятствуют форс-мажорные обстоятельства. В случае необходимости Компания может обоснованно увеличить стоимость проведения проекта и/или время для выполнения непредвиденных дополнительных работ, связанных с требованиями Клиента.

### **3.6 Анкеты и гайды для проведения интервью и групповых дискуссий**

3.6.1. Подготовка анкет и гайдов для интервью является обязанностью Компании, если эти материалы не предоставлены Клиентом.

3.6.2. Анкеты для проведения интервью для количественных исследований и при необходимости гайды для качественных исследований тестируют до их использования. Результаты такого тестирования и описание сделанных изменений должны быть зафиксированы документально.

3.6.3. Анкеты и гайды для проведения групповых дискуссий должны храниться в Папке проекта.

3.6.4. В случае, если Компания и/или Клиент считают необходимым проведение пилотных интервью. Способ проведения пилота (количество интервью, выборка, и т.п.) и результат его проведения, включая записи интервьюеров, документально фиксируют.

3.6.5. Инструкции интервьюерам, способ проведения брифинга (по телефону или лично), приглашения для участия в исследовании документально фиксируют и хранят в Папке проекта.

### **3.7 Выборка и обработка данных**

3.7.1. Документально фиксируют и хранят в Папке проекта следующие документы, касающиеся сбора данных:

- описание генеральной совокупности и согласованный план выборки с указанием ссылки на источники, которые были использованы при расчете генеральной совокупности;
- финальный дизайн выборки;
- документация критериев/признаков для проведения взвешивания данных (если проводилось);
- план чистки и кодировки данных;
- описание работ по обработке данных.

3.7.2. В случае, если Компания передает стороннему Подрядчику выполнение любого этапа проекта, она должна письменно согласовать применяемые им методы работы и контроля. Эта документация не обязательна, если существуют стандартные протоколы выполнения работ между Компанией и Подрядчиком.

### **3.8. Документы необходимые для проведения исследования, материалы и продукты тестирования.**

3.8.1. В Папке проекта должны быть сохранены инструкции и требования Клиента, касающиеся работы с продуктами тестирования и стимульными материалами (мок-ап, кассеты, DVD, борды, концепции, и т.д.). В случае отсутствия детальных инструкций от Клиента, следует обратиться к существующим нормам Компании.

3.8.2. Компания гарантирует Клиенту, что все материалы будут использованы ею исключительно в целях данного Проекта и делает все возможное для соблюдения конфиденциальности. Компания уничтожает материалы после завершения проекта или возвращает их Клиенту, если это было предварительно оговорено, оставив себе копию для архива. Действия с материалами Клиента после реализации проекта определяются в Договоре с Клиентом.

3.8.3. В случае необходимости к финальному отчету прикладывают копии использованных стимульных материалов.

### **3.9 Передача результатов исследования**

3.9.1. Копии результатов работ, выполненных в ходе Проекта, в т. ч. файл данных, статистические данные, краткие выводы, результаты исследования, копии или оригиналы анкет и другие материалы, переданные Клиенту, хранят в Папке Проекта в течение срока, определяемого Приложением 1 настоящих Норм.

3.9.2. Клиент имеет право получить первичные данные, включая анкеты, на максимальном желаемом им и технически возможном уровне дизагрегации, если контракт не говорит об обратном.

3.9.3. Документ о передаче результатов исследований, выполненных в ходе Проекта, хранят в Папке проекта.

3.9.4. В случае передачи финального отчета и проведения его презентации Клиенту, в Папке проекта сохраняют копию отчета и указывают дату презентации.

### **3.10 Документы исследования**

3.10.1. Документы, фиксирующие процесс взаимодействия Компании с Клиентом, а также технические детали Проекта хранят в Папке проекта течение срока, определенного Приложением 1 настоящих Норм.

3.10.2. В Папке проекта хранят следующие документы:

- бриф (запрос, полученный от клиента);
- Предложение, включая финальный и промежуточные варианты;
- Подтверждение Предложения Клиентом;
- план выборки или распределение выборки, критерии отбора;
- анкета/гайд, техническое задание (финальная версия);
- инструкции для интервьюеров (если требуется);
- приглашение на участие в интервью/баннер рекрутмента;
- план чистки, кодировки и обработки данных (если требуется);
- файлы, отправленные клиенту, как результат исследования;
- другие материалы/документы, считающиеся важными, включая переписку с Клиентом, касающуюся данного Проекта, результаты которых влияют на параметры.

Компания вправе хранить в Папке проекта и другую документацию, имеющую отношение к данному Проекту.

3.10.3. Для каждого проекта Компания проводит оценку необходимых требований к документации, обеспечивающих прозрачность процедур выполнения Проекта.

3.10.4. Все документы, созданные в цифровом формате, копируют и хранят в соответствии с требованиями Приложения 1 настоящих Норм.

3.10.5. Первичные данные (анкеты) хранят в соответствии со следующими требованиями:

- Анкеты, не содержащие контактных данных респондентов, и дополнительные материалы (аудио и видео материалы, транскрипты, продукты тестирования, и т.п.) хранят не менее 6 месяцев после завершения опроса. Их дальнейшую судьбу – хранение или уничтожение – Компания определяет самостоятельно с учетом пожеланий Клиента;
- контактные данные респондентов должны быть уничтожены сразу же после окончания контроля, за исключением случаев, когда респондент дал согласие на участие в других исследованиях.

3.10.6. Конфиденциальные данные хранят в соответствии с требованиями настоящих Норм и действующего законодательства РФ.

## **4. Сбор данных**

### **4.1 Основные положения**

4.1.1. Исследовательская компания должна использовать процедуры, обеспечивающие сохранение конфиденциальности респондентов, и дать последним соответствующие гарантии.

4.1.2. Данные, идентифицирующие респондентов в анкетах, используют исключительно для целей исследований и контроля качества. Исключение составляют данные респондентов, участвующих в панельных исследованиях. В этом случае, их данные хранят в течение периода, соответствующего действующему законодательству РФ и не противоречащих ему внутренним документам Компании.

## **4.2 Набор, обучение и руководство интервьюерами**

### **4.2.1 Основные положения**

4.2.1.1. Исследовательская компания поддерживает актуальный список своих интервьюеров, в котором указаны их квалификация и перечислены проведенные ими проекты.

4.2.1.2. Если Компания поручает выполнение сбора данных стороннему Подрядчику, то последний должен гарантировать выполнение работ в соответствии с требованиями настоящих Норм.

### **4.2.2 Набор интервьюеров**



4.2.2.1. Исследовательская компания оценивает компетенцию потенциальных интервьюеров на основании их опыта работы и квалификации, учитывая при этом результаты собеседования, если оно проводилось, а также рекомендации с прошлого места работы. Работа конкретному сотруднику поручается только после того, как определен уровень его квалификации.

4.2.2.2. Исследовательская компания заполняет и своевременно актуализирует “карточку интервьюера”, в которую вносятся контактные данные, образование, опыт, специализация и другая необходимая информация.

4.2.2.3. Всю релевантную информацию об интервьюерах (обучение, оценка, и т.п.) документально фиксируют и сохраняют в базе интервьюеров в течение всего времени работы интервьюера в Компании, а также в течение года после ее завершения.

### **4.2.3 Обучение новых интервьюеров**

4.2.3.1. Исследовательская компания предоставляет своим сотрудникам, принятым на работу в качестве интервьюеров, базовое обучение, за исключением случаев, когда имеется документальное подтверждение того, что такое обучение было пройдено ранее. Методы обучения выбираются Компанией с учетом требований настоящих Норм.

4.2.3.2. Содержание и цель базового обучения должны соответствовать типу работ, который будет выполнять новый интервьюер: личное интервью, телефонное интервью, набор респондентов на фокус-группы, глубинное интервью и т.д. Если планируется привлечение будущего интервьюера для выполнения работ, которым он не обучался при прохождении базового обучения, например, интервьюирование с помощью компьютера (CATI, CAPT), проводят дополнительное обучение.

4.2.3.3. Базовое обучение должно включать:

- основные принципы исследований рынка и опросов общественного мнения;
- требования этики, включая права интервьюируемых и конфиденциальность контактных данных;
- техники интервьюирования;
- если нужно, использование компьютера для интервьюирования (CATI, CAPT);
- практические упражнения и пробное интервью.

4.2.3.4. Первые интервью, проведенные новым сотрудником после завершения им базового обучения, должны быть проконтролированы, а результаты сообщены самому интервьюеру.

4.2.3.5. Рекомендуется проверять эффективность обучения с помощью 100% контроля всех работ, выполненных новым сотрудником в ходе своего первого проекта в данной Компании.

4.2.3.6. Компания ведет карточку оценки работы интервьюера, в которую заносятся результаты его работы. Эту карточку хранят в базе данных интервьюеров.

#### **4.2.4 Организационное обучение интервьюеров**

Компания должна ознакомить интервьюеров со своими внутренними правилами.

#### **4.2.5 Оценка работы интервьюеров**

4.2.5.1. Компания периодически контролирует и оценивает работу каждого интервьюера на основании результатов контроля качества всех выполненных им работ.

4.2.5.2. Система внутреннего контроля должна включать в себя разные уровни частоты контроля, для того, чтобы иметь возможность или время от времени определять квалификацию интервьюера или постоянно наблюдать за его работой, а при необходимости немедленно отстранить от нее. Компания самостоятельно определяет требуемую частоту контроля.

4.2.5.3. Компания должна документировать принятые относительно интервьюеров решения и сохранять информацию в базе данных интервьюеров.

#### **4.3 Сбор количественных данных**

##### **4.3.1. Подбор респондентов**

4.3.1.1. В случае квотной выборки, и если нет иных договоренностей с Клиентом, промежуток времени между двумя интервью для одного и того же респондента не может быть меньше трех месяцев.

4.3.1.2. Компания должна соблюдать ограничения в подборе респондентов и не привлекать для опросов граждан, относящихся к одной из следующих категорий:

- родственники и совместно проживающие с респондентом;
- работающие в рекламе/массовых коммуникациях;
- профессионально занимающиеся исследованиями рынка;
- работающие в той же отрасли, что и Клиент данного Проекта;
- журналисты.

Исключения могут составлять специализированные, например, B2B исследования.

##### **4.3.2 Соглашение об участии респондента в исследовании и неразглашении данных**

4.3.2.1. В ходе контакта с каждым респондентом, ему должно быть объяснены основные принципы сохранения конфиденциальности контактных данных респондентов, основные цели, с которыми могут быть использованы полученные от него сведения, и название Компании. Респонденты должны быть информированы о том, что их участие добровольно.

4.3.2.2. До начала интервью респондентам должно быть предложено для одобрения подготовленное заранее Соглашение об участии и неразглашении данных, включающее в себя контактную информацию Компании. Это Соглашение должно быть оформлено в письменном виде при проведении личных интервью или сообщено устно в случаях, если интервью проводится по телефону. В случае проведения онлайн-опроса (CAWI)

соответствующее Соглашение должно быть прислано респонденту по электронной почте в виде документа или ссылки на сайт.

#### **4.3.3 Сбор данных у несовершеннолетних и социально уязвимых респондентов**

4.3.3.1. Необходимо уделять особое внимание респондентам моложе 16 лет, а также считающихся социально уязвимыми. В таких случаях следует проинформировать об условиях проведения интервью не только самих респондентов, но и их родителей или попечителей, либо приравненных к ним лиц.

4.3.3.2. Регистрационные данные, например, скринер анкеты, необходимо сохранить для подтверждения того, что требования п. 4.3.3.1. настоящих Норм были соблюдены.

4.3.3.3. Исследовательская компания должна учитывать особенности проведения интервью с группой лиц, определяемой настоящим разделом, в Соглашении об участии и неразглашении данных, которое она должна подготовить в соответствии с п. 4.3.2. настоящих Норм.

#### **4.3.4 Брифинг проекта**

4.3.4.1. Перед проведением проекта или его этапа интервьюеры проходят брифинг (короткий инструктаж). Его проводит сотрудник Компании, располагающий необходимой информацией. Компания должна запротоколировать содержание брифинга и хранить этот документ вместе с соответствующими инструкциями.

4.3.4.2. Брифинг и/или письменные или устные инструкции для количественного проекта должны включать в себя:

- даты и время работы опроса;
- критерии отбора респондентов;
- требуемые квоты;
- размер выборки;
- указание о том, будет ли использоваться видео наблюдение;
- методология опроса;
- инструкции/условия для заполнения анкеты;
- специальные требования проекта, если таковые имеются.

#### **4.3.5. Дата опроса и ответственный за проведение опроса**

Даты опроса и идентификатор интервьюера проводившего опрос должны быть запротоколированы.

#### **4.3.6 Подарки респондентам**

В случаях, когда респондентам выдают подарки, это должно быть запротоколировано, причем, указано, что именно давалось в подарок.

#### **4.4 Контроль качества**

#### **4.4.1 Основные положения**

4.4.1.1. Целью контроля качества является определение соответствия реальной процедуры сбора данных соответствующим инструкциям данного Проекта.

4.4.1.2. Контроль проводят по возможности до момента обработки данных и/или их презентации клиенту.

4.4.1.3. Дата контроля должна быть по возможности ближе к дате сбора данных.

4.4.1.4. Контроль организуют полевые сотрудники. Контроль проводят третьи лица, т.е. должна быть исключена ситуация, когда контроль проводят те же интервьюеры, работа которых проверяется.

4.4.1.5. Записи интервьюеров, использованные Компанией и хранящиеся в базе интервьюеров, должны содержать информацию о контроле, включая даты и проекты, к которым они относятся.

4.4.1.6. Результаты проведенного контроля документально фиксируют и хранят в соответствии с требованиями настоящих Норм.

4.4.1.7. Объемы контроля и действия по исправлению обнаруженного брака назначают в зависимости от вида сбора данных в соответствии с настоящими Нормами и не противоречащими им внутренними регламентами Компании.

4.4.1.8. В случае обнаружения брака Компания предпринимает действия, направленные, как на исправление текущей ситуации, так и на недопущение ее в будущем. Для исправления текущей ситуации Компания проводит повторное выполнение процедур, в которых была найдена ошибка, и увеличивает объем контроля в соответствии с указаниями настоящих Норм. Для повышения качества своей работы, Компания принимает решение об административном наказании сотрудника, допустившего ошибку, включая его отстранение от работы, или/и о проведении его дополнительного обучения.

#### **4.4.2 Методы контроля**

4.4.2.1. В зависимости от метода сбора данных, контроль проводится с помощью следующих процедур:

- Одновременное наблюдение;
- Повторное обращение к респонденту;
- Прослушивание записей интервью;
- Проверка продолжительности заполнения анкеты;
- В случае CAWI исследований, проверка соответствия данных респондента имеющимся в профиле;
- Проверка заполненности анкет;
- Контроль собранных данных;

- Анализ массива данных для выявления максимальных отклонений от средних значений («выбросов»).

4.4.2.2. Контроль заполненности анкет должен включать в себя для каждой анкеты проверку заполнения всех вопросов, соответствие квотам выборки, логичность ответов. Для PAPI исследований контроль заполнения анкет производится вручную или с использованием электронных методов, там, где это возможно. При использовании электронных методов сбора данных (CAPI, CATI, CAWI, CAI и т.д.) анкета создается таким образом, чтобы исключить возможность появления пустых форм в готовых анкетах.

#### **4.4.3 Объемы контроля интервью, проведенных интервьюерами**

4.4.3.1. Все проекты, данные для которых собираются интервьюерами, контролируются методами, установленными разделом 4.4.2 настоящих Норм.

4.4.3.2. Минимальный объем контроля равен 10% интервью от общего числа всех законченных интервью. Доля забракованных анкет по итогам этого вида контроля не должна превышать 3% от числа проверенных интервью. В случае, если число забракованных анкет превышает указанную долю, увеличивают объем контроля до 100%.

4.4.3.3. Компания самостоятельно устанавливает и документально фиксирует, что именно считается браком в данном Проекте.

4.4.3.4. Результаты выполненного контроля заносят в регистрационные листы, которые должны содержать следующую информацию:

- Фамилию и имя контролера;
- Описание использованного метода, включая, что именно контролировалось при повторном контакте с респондентом;
- Фамилию, имя и идентификационный номер интервьюера, чья работа контролировалась;
- Описание всех обнаруженных нарушений;
- Принятые меры.

4.4.3.5. Идентификационный номер каждого регистрационного листа должен содержать в себе номер Проекта (этапа Проекта) и интервьюера, чья работа контролировалась.

4.4.3.6. В случаях использования компьютеризованных анкет (CAPI, CATI, CAWI и т.д.), Компания должна предусмотреть возможность автоматизированного логического контроля анкеты и впоследствии предложить интервьюеру возможные варианты исправления ответов.

### **4.5 Сбор качественных данных**

#### **4.5.1 Рекрутирование респондентов**

Контактная информация респондентов и способ, которым они были привлечены к участию в исследовании, должны быть занесены в анкету пререкрута и храниться в соответствии с правилами хранения документов, содержащих контактные данные.

#### **4.5.2. Контроль рекрутирования респондентов**

4.5.2.1. Основной целью контроля рекрутирования респондентов является подтверждение социо-демографических и других критериев, необходимых для участия в исследовании.

4.5.2.2. Соответствие данных пререкрутированных респондентов требованиям данного Проекта должно быть проконтролировано в объеме 100%. Респонденты, рекрут которых проходил с нарушениями установленных процедур, не должны попадать в исследование.

4.5.2.3. Контактные данные респондента должны быть подтверждены в месте проведения интервью/фокус-группы.

4.5.2.4. Контроль рекрутирования респондентов проводят методом повторного контакта или мониторинга.

4.5.2.5. Повторный контакт с респондентом проводят между датой рекрутирования и датой проведения фокус-группы или глубинного интервью включительно.

#### **4.5.3 Проведение (модерация) качественных исследований**

4.5.3.1. Модерацию фокус-групп/глубинных интервью и качественных онлайн-исследований проводят обученные сотрудники.

4.5.3.2. Модераторы должны документировать проведенную работу (фокус-группа/глубинное интервью/ качественные онлайн исследования) в соответствии с внутренними инструкциями Компании или полученными от Клиента.

#### **4.5.4 Конфиденциальность контактных данных респондентов в качественных исследованиях**

4.5.4.1. Полные записи фокус-групп или глубинных интервью сохраняют обычно в аудио-или видеозаписи. В случае качественных онлайн исследований (интервью, группы, форумы) сохраняют гайд тестируемых продуктов.

4.5.4.2. До начала работы с респондентами их необходимо поставить в известность о том, что будет идти запись. Необходимо получить от каждого респондента его письменное согласие на участие в записи и ее возможное использование (в том числе и третьими сторонами) и на любую передачу данных, например, Клиенту.

4.5.4.3. Использование и передача записи должно производиться только после окончания исследования.

4.5.4.4. Респондентов информируют о намерении третьих лиц, включая сотрудников Клиента, наблюдать за фокус-группой, глубинным интервью или качественным онлайн-исследованием и вести записи.

4.5.4.5. Записи должны быть промаркированы для идентификации проекта и респондентов, даже если даты нескольких записей пересекаются, и включать дату проведения фокус-группы или глубинного интервью.

4.5.4.6. Компания хранит аудио/видеозаписи, а также материалы онлайн групп в соответствии с требованиями Приложения 1 настоящих Норм.

## **4.6 Сбор данных методом самозаполнения**

### **4.6.1 Основные положения**

4.6.1.1. В случае самозаполнения применяются стандартные процедуры, используемые при проведении количественных исследований. Ситуации, регулируемые разделом 4.6. настоящих Норм, касаются количественных исследований, в ходе которых респонденты в момент сбора данных/ответа на вопросы не имеют прямого контакта (личного или по телефону), с интервьюером или другим представителем Компании, и включают в себя:

- Исследование онлайн (интернет или CAWI).
- Исследование на мобильных девайсах (CAMI).
- Почтовые исследования.
- Дневники.
- Обмен электронными данными (EDI), когда исследователи получают данные напрямую из записей, хранящихся на компьютере компании.
- Анкеты на самозаполнение, которые респондент самостоятельно получает по электронной почте, заполняет и так же самостоятельно отправляет в исследовательскую компанию.
- Заполнение touch-tone, когда респондент отвечает на вопросы, задаваемые компьютером, нажимая на соответствующие кнопки телефона.
- Сбор данных с помощью голосового распознавания, когда респондент отвечает по телефону и компьютер проверяет ответы, повторяя их.
- Онлайн-группы и другие методы с использованием сети Интернет (по спискам, предоставленным клиентом, пререкруту и т.п.).

4.6.1.2. В случае анкет CAWI, Компания по возможности автоматизирует контроль и предлагает самому респонденту исправить возможные неточности в заполненной им анкете.

### **4.6.2 Рекрутирование в панель и процесс регистрации**

4.6.2.1. Панелистами считают людей, добровольно и лично давших согласие на участие в панельных исследованиях. В момент дачи согласия на участие в панельных исследованиях панелиста необходимо проинформировать:

- о формах и способах его возможного участия в панельных исследованиях;
- о том, как Компания будет хранить его контактные данные;
- о возможности прекратить участие в панели;
- о системе мотивации, если таковая в данной панели существует;
- о правилах участия в панели, контроле за панелистами со стороны Компании, а также возможных санкциях по отношению к панелисту.

4.6.2.2. В случае выхода из панели контактные данные панелиста уничтожают из действующей панели.

4.6.2.3. Данные профилей панелистов и материалы заполненных анкет можно хранить, только если они анонимны, т.е. их нельзя соотнести с конкретным человеком.

4.6.2.4. Исследовательская Компания документально фиксирует следующую информацию по каждому панелисту:

- возможность использовать данного панелиста для участия в других типах исследований;
- соответствие условиям, установленным процедурой вступления в панель;
- действия, предпринятые Компанией для предупреждения/противодействия повторных или обманных записей при наличии таковых.

4.6.2.5. На стадии регистрации Компания собирает базовую социо-демографическую информацию по каждому панелисту. Эту информацию используют для контроля/идентификации участника, документирования состава панели, а также при решении конфликтных вопросов при определении выборки для конкретных исследовательских проектов.

4.6.2.6. Компания, управляющая панелью, по запросу должна сообщить Клиенту какие переменные были выбраны для профилирования панели по конкретному проекту, а также актуальную статистику, характеризующую величину и структуру панели.

4.6.2.7. В профиле каждого панелиста должна присутствовать следующая минимальная информация:

- пол;
- возраст;
- место жительства;
- профессия/область деятельности, в которой панелист работает/учится;
- образование;
- семейное положение;
- сколько человек проживает в семье совместно;
- наличие детей/подростков до 18 лет;
- тип доступа в интернет;



- частота выхода в Интернет данного панелиста.

#### **4.6.3 Управление панелью и опросами**

4.6.3.1. Исследовательская компания/управляющий панелью провайдер должны документально фиксировать и не реже одного раза в год актуализировать следующие данные:

- Полный размер и состав панели, оценивая данные на активных панелистах по существенным параметрам профиля: пол, возраст, место проживания, доход и т.п.. Для этого Компания или провайдер панели должны дать определение активного участника панели.
- Статус активного участника по каждому панелисту, имевшему такой статус.
- Условия выплаты вознаграждения панелистам и характер этого вознаграждения;
- Критерии допустимой интенсивности участия панелистов в исследованиях, например, максимальное количество приглашений или максимальное число проектов, в которых панелист принимал участие за конкретный период времени, критерии исключения из выборки, и т.п..

4.6.3.2. По каждому панелисту Компания хранит в установленном порядке информацию, касающуюся его участия в исследованиях, в т.ч.:

- дата приглашения;
- результат приглашения;
- результат контроля действий панелиста, проведенного Компанией.

4.6.3.3. По запросу для каждого исследовательского проекта, Исследовательская компания или провайдер панели должны предоставить Клиенту следующую информацию:

- использовалась ли ею собственная панель или к участию в проекте был привлечен внешний провайдер панели; если он привлекался, то какую часть исследований он выполнял;
- текст приглашения, рассылаемого панелистам по электронной почте;
- продолжительность полевых работ;
- процедура составления выборки: общее количество приглашений, количество повторных рассылок, количество и динамика незаконченных интервью;
- виды и число проведенных проверок для определения брака в ответах респондентов и выявления «профессиональных респондентов».

#### **4.6.4 Выборка для опросов на самозаполнение и для исследований с помощью Интернета**

На стадии предложения/планирования исследования и во время написания финального отчета клиенту, необходимо, чтобы Компания:

- представила определение генеральной совокупности;
- описала выборку и критерии отбора респондентов;

описала способ рекрутирования респондентов.

#### **4.6.5 Подтверждение личности респондентов**

На стадии предложения/планирования исследования или в презентации Клиенту, Компания должна кратко описать метод контроля панелистов, привлекаемых к исследованию, и подтвердить их соответствие критериям отбора. Это требование применимо для исследований, в которых Компания отвечает за сбор данных.

#### **4.6.6 Инструкции для самозаполнения**

Инструкции для самозаполнения должны быть включены в анкету/скринер.

#### **4.6.7. Обеспечение конфиденциальности данных респондентов**

4.6.7.1. Компания должна обеспечить конфиденциальность информации, полученной от респондентов, включая как их контактные данные, так и материалы исследований, и безопасность ее получения, особенно, если для этого используется Интернет. Аналогичные процедуры должны использоваться любыми подрядчиками, привлеченными Компанией к проекту для сбора данных.

4.6.7.2. Гарантии Компании о безопасности и конфиденциальности информации, полученной от респондентов, включают в анкету или приложение к ней.

4.6.7.3. Респондентов необходимо уведомить о тематике исследования и времени необходимом для заполнения анкеты до начала опроса (их участия в данном проекте). При объяснении тематике исследования необходимо обратить особое внимание на то, чтобы не повлиять при этом на позицию респондента в отношении темы опроса.

#### **4.7 Сбор данных из вторичных источников**

Использованные в ходе выполнения проекта открытые источники вторичной информации, включая посты в социальных медиа и публикации на вэб-сайтах и т.п., должны быть упомянуты в Приложении к отчету, передаваемом Клиенту, с указанием источника информации или ссылки (url) на него, если речь идет публикации в Интернете. В случае, когда данные из вторичных источников цитируются в Отчете, источники должны быть упомянуты в отчете рядом с местом цитирования.

#### **4.8 Документирование процедуры сбора данных**

4.8.1. Этап сбора данных должен быть полностью документирован, включая материалы, существующие в электронном виде. При этом регистрируют как то, что было запланировано, так и то, что было в конечном итоге достигнуто. Документацию хранят в Папке Проекта.

4.8.2. Когда это актуально для проекта, по возможности документально фиксируют следующие данные:

- копии всех использованных в проекте материалов, касающихся этапа сбора данных, включая анкеты, скрипты, инструкции и стимульные материалы, документы брифинга интервьюеров, список с квотами;
- реализованные в данном проекте методы формирования выборки, критерии отбора, квоты, и т.п.;
- идентификационные номера всех интервьюеров, количество интервью проведенных каждым из них, а также тип работы порученной и выполненной каждым;
- действия по контролю за работой интервьюеров и меры, принятые по результатам этого контроля;
- доля полностью законченных и незаконченных интервью (если были);
- краткое объяснение величины отклонений между достигнутой и запланированной выборкой, включая общее число интервью и значимых подгрупп; в этом случае, допустимый предел недобранных интервью – 3%;
- материалы глубинных интервью или фокус-групп, которые регистрировались с помощью аудио или видео, должно быть маркированы датой записи и номером проекта (продолжительность сессии должна быть понятна по записи);
- объяснение причин передачи всей или части выборки субподрядчику.

## **5. Обработка данных**

### **5.1 Основные положения**

5.1.1. Компания проводит следующие виды работ с данными:

- написание скрипта;
- ввод данных;
- чистка;
- кодировка;
- взвешивание (при необходимости);
- подготовка файла данных;
- обработка данных/построение таблиц, согласно процедурам, указанным в п. 5 настоящих Норм.

5.1.2. Вся документация, на которую делаются ссылки, хранят в Папке проекта.

### **5.2 Процедуры, используемые при написании скрипта**

5.2.1. Перед проведением опросов с использованием CATI, CAPI или CAWI, Компания проводит предварительное тестирование анкеты (скрипта), если Клиент или Компания считает это необходимым.

5.2.2. Результаты предварительного тестирования, равно как и любых сделанных на его основании изменений в анкете, должны быть зафиксированы документально.

5.2.3. Все изменения в анкете (скрипте), сделанные на основании предварительного тестирования, должны быть одобрены Ответственным за Проект.

### **5.3 Ввод данных бумажных анкет**

5.3.1. Должно быть проконтролировано качество ввода не менее 5% анкет от общего числа по данному Проекту. В случае обнаружения частых ошибок работы вводчика (более 20% от общего объема анкет, введенных по данному проекту), его работа по проекту должна быть проверена на 100% или, если необходимо, выполнена заново.

5.3.2. В Папке проекта хранят как исходный файл с данными, так и конечный, в котором учтены результаты чистки. Там же хранят материалы, описывающие примененные Компанией процедуры контроля данных.

5.3.3. Вводу данных может предшествовать визуальная проверка анкет, если Компания считает необходимым её произвести.

### **5.4 Чистка данных**

5.4.1. Изменения, сделанные в исходном файле, должны быть согласованы с Ответственным за проект и документально зафиксированы.

5.4.2. Оператор, проводящий чистку, должен вносить изменения таким образом, чтобы ответы респондентов, на бумажной анкете оставались видимыми, распознаваемыми и легко отличимыми от записей, внесенных оператором.

5.4.3. Сотрудники, проводящие чистку, должны быть предварительно обучены видам проверки и исправлениям, которые могут быть сделаны.

5.4.4. Полный список всех изменений, внесенных в исходный файл в ходе чистки, должен быть предоставлен Клиенту по его требованию.

5.4.5. В случае применения логической (принудительной) чистки, использованную логику документально фиксируют, предварительно протестировав её на эффективность.

5.4.6. После завершения процедуры проводят контроль качества данных, прошедших чистку, в объеме 100%. Все обнаруженные бракованные анкеты переделывают. Результаты контроля, включая этапы переделки брака (если таковые были), а также фамилии сотрудников, допустивших брак, документально фиксируют.

### **5.5 Кодировка**

5.5.1. Кодировку документально фиксируют.

5.5.2. В случае если использовалась программная автоматическая кодировка, уровень достоверности системы документируют.

5.5.3. Кодировщики должны пройти соответствующий инструктаж.

5.5.4. Брифинг кодировщиков содержит следующую информацию:

- описание проекта;
- вопросы, требующие кодировки;
- руководящие принципы для включения новых кодов;
- описание кодов с примерами.

5.5.5. Ответственный за Проект утверждает план кодировки и согласовывает все вносимые в него изменения.

5.5.6. В случае добавления новых кодов, ранее закодированные анкеты должны быть проверены заново.

5.5.7. План кодировки хранят в Папке проекта.

5.5.8. Клиент должен иметь доступ к плану кодировки по требованию.

5.5.9. Готовые закодированные анкеты проверяют в объеме не менее 5%. В случае обнаружения частых ошибок работы кодировщика (более 20% от общего объема анкет, закодированных им по данному проекту), то его работа по проекту должна быть проверена на 100% или, если необходимо, выполнена заново.

## **5.6 Анализ данных**

5.6.1. Результаты статистического анализа данных хранят в Папке проекта.

5.6.2. Статистические таблицы должны включать:

- общее количество респондентов;
- количество ответов “Нет ответа” и “Не знаю”;
- тест на статистическую значимость, если использовался.

## **5.7 Программное обеспечение**

5.7.1. Компания должна документально фиксировать вид программного обеспечения (ПО), используемого для построения выборки, написания скрипта анкеты, чистки данных, кодировки и обработки данных.

5.7.2. В случае использования существующего на рынке и протестированного ранее ПО, разработанного сторонним производителем, Компания указывает в документах его название и происхождение и хранит техническое описание предоставленное производителем.

5.7.3. В случае использования ПО, созданного самой Компанией, в документации Проекта сохраняют его техническое описание, а также материалы, подтверждающие его способность выполнять необходимые для данного проекта операции.

## **6. Отчет**

### **6.1 Документация**

6.1.1. Компания документально фиксирует в отчете о проведенном исследовании, следующую информацию:

- цели исследования;
- генеральная совокупность исследования;
- размер выборки (если набранная выборка меньше по сравнению с запланированной выборкой, то объясняются причины различий между ними);
- даты проведения полевых работ;
- способ создания выборки и критерии отбора респондентов;
- метод рекрутирования;
- характеристики панели в случае исследования с использованием панели (если применимо или такая информация запрошена Клиентом);
- процент ответивших;
- количество интервьюеров (если применимо или такая информация запрошена Клиентом);
- количество приглашений разосланных для участия в исследовании онлайн (если применимо или такая информация запрошена Клиентом);
- методы контроля работы интервьюеров (если применимо или такая информация запрошена Клиентом);
- ссылку на то, что анкеты и возможные стимульные материалы, если они использовались, могут быть пересланы клиенту по запросу;
- документы, материалы или продукты тестирования, использованные в исследовании (если применимо или такая информация запрошена Клиентом);
- процедуры взвешивания (если применимо);
- статистический уровень значимости полученных данных (если применимо).

6.1.2. Ответственный за Проект письменно гарантирует, что было проконтролировано:

- соответствие брифа с проектом исследования,
- следование методологии на всех этапах исследования,
- точность, корректность и полнота информации содержащейся в отчете.

## **Приложение 1.**

### **Сроки хранения документов**

1. Первичные записи должны храниться не менее 12 месяцев, финальные – не менее 2 лет, бумажные – не менее 12 месяцев, электронные – не менее 2 лет, если в договоре с Клиентом не сказано иное.
2. Бумажные анкеты (без контактных данных респондентов) и дополнительные материалы (аудио, видео, транскрипты, продукты и т.п.) должны быть уничтожены не ранее, чем через шесть месяцев после окончания Проекта, если нет договоренности с Клиентом об иных сроках.
3. Контактные данные респондентов должны быть уничтожены сразу же после окончания этапа контроля, за исключением случаев, когда от респондента получено согласие на повторное участие и/или включение в панель.
4. Конфиденциальные данные должны храниться в течение двух лет с момента завершения Проекта. Документы, касающиеся панелистов, хранят до момента его выхода из панели.
5. Информацию, относящуюся к интервьюерам, вне зависимости от того, была ли она получена во время рекрутмента или впоследствии (обучение, оценка и т.п.), хранят в Компании в течение периода работы интервьюера, а также в течение года после того, как интервьюер прекратил сотрудничество с Компанией.