**НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН**

**ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА, ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ И СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ**

**Словарь и сервисные требования**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Дата введения \_\_\_\_\_**

**1 Область применения**

Настоящий стандарт устанавливает термины и определения, а также сервисные требования для организаций и специалистов, занимающихся исследованием рынка, общественного мнения и социальных проблем, включая выводы и анализ данных (именуемые далее «провайдеры услуг»).

Нерыночные виды исследований, такие как директ-маркетинг, не входят в область применения настоящего стандарта

**2 Термины и определения**

В настоящем стандарте применяются следующие термины с соответствующими определениями:

2.1 **Панель респондентов (**access panel**):** Образец (3.86)базы данных ([2](#bookmark19)) потенциальных респондентов, заявивших о своем намерении сотрудничать с организаторами будущего сбора данных в том случае, если они будут отобраны для участия.

Примечание - Это не включает систематически обследуемые панельные группы (например, панели

для изучения телевизионных рейтингов) и реконтактные базы данных (к которым обращаются повторно для последующих исследований).

2.2 **Точность** (accuracy):Степень расхождения между оцениваемым и реальным значениями.

2.3 Активный член панели (active panel member): Член панели (2.61), который в течение последних 12 месяцев принимали участие, по крайней мере, в одном исследовании, по запросу обновляли данные своего профиля или регистрировались, чтобы присоединиться к панели респондентов (2.1).

2.4 Показ рекламы (ad impression): Отображение рекламы на устройстве.

2.5 Алгоритм (algorithm): Процесс или набор правил, которым необходимо следовать в расчетах или других операциях по решению проблем.

2.6 Анонимность (anonymize): Удаление, скрытие или изменение идентификаторов с целью предотвращения идентификации лиц, к которым первоначально относились данные.

2.7 **Оценка деятельности/аттестация** (appraisal):Процесс мониторинга компетентности работника или группы лиц в процессе выполнения ими своей работы.

2.8 Аттестация (attestation): Декларация о соответствии провайдером услуг (2.92), связанная с заявлением о применимости (SoA).

2.9 **Аудит** (audit):Систематический, независимый и документированный процесс получения свидетельств аудита и их объективной оценки для определения степени выполнения критериев аудита.

2.10 **Аудитор** (auditor):Лицо, обладающее необходимой компетенцией для проведения аудита ([2.9](#bookmark4)).

2.11 **Автоматическое кодирование** (automated coding): Форма кодирования, при которой кодировка вручную полностью или частично заменяется разнообразными формами компьютерного кодирования или кодированием с использованием хранящихся на компьютерных устройствах кодификаторов и словарей, автоматических систем, машинного обучения, искусственного интеллекта или других технологий.

2.12 **Систематическая погрешность** (bias):Систематическое отклонение оценочного значения параметра от его действительного значения.

2.13 Бот (bot): Автономное программное обеспечение, которое действует как агент для пользователя или программы, или моделирует деятельность человека.

2.14 **Клиент** (client): Частное лицо или организация, которые полностью или частично поручают, заказывают исследование или его часть исследователю.

2.15 **Шифр (код)** (code):Цифровое или буквенное обозначение либо комбинация обозначений, связанных с каждой категорией ответов.

2.16 **Кодификатор** (code frame):Перечень (таблица) категорий с соответствующими шифрами ([3.15](#bookmark6)).

2.17 Процент выполнивших работы (completion rate):Количество респондентов (2.62), которые завершили исследовательский проект, поделенное на количество респондентов, которые были приглашены к участию.

2.18 **Интервьюирование с использованием компьютерных устройств** (computer-assisted interviewing. CAI): Опросы, при проведении которых, ответы набирают на клавиатуре и вводят в компьютер, где проведение интервьюирования управляется программой, специально предназначенной для этой цели.

**Пример** - Персональное интервьюирование с помощью компьютера (CAPI); телефонное интервьюирование с помощью компьютера(CATI); самоинтервьюрование с помощью компьютера (CA SI); интервьюирование с помощью компьютера через Интернет (CAWI).

2.19 К**онфиденциальность** (confidentiality): Требование по защите собранных данных, информации и материалов от несанкционированного доступа.

2.20 Согласие (consent): Свободно предоставленные соглашения, основанные на адекватной информации, полученной до сбора/использования данных респондента (2.62)

2.21 Файлы (cookie): Небольшой фрагмент информации (например, программный код), который хранится в браузере с целью идентификации этого браузера во время действий, а также между посещениями или сессиями.

2.22 Информационная панель (dashboard): Программное приложение, с помощью которого можно просматривать и управлять рядом мини-приложений и сообщать о них.

**Пример** - Мини-приложения могут включать приложение для экспорта данных или предоставления доступа к API.

2.23 **Очистка данных** (data cleaning): Процесс идентификации, исправления или удаления ненужных или неточных данных для целей исследования качества.

2.24 Устройство сбора данных (data collection instrument): Устройство, созданное для сбора информации от респондентов (2.62).

**Пример** - Анкета, дискуссионный справочник, биометрическое устройство, технология веб-скрапинга, камера.

2.25 **Редактирование данных** (data editing):Совокупность методов, позволяющих верифицировать собранные данные и при необходимости вносить в них исправления.

2.26 **Ввод данных** (data entry): Шаг процесса, в ходе которого собранные данные преобразуются в форму, пригодную для цифровой обработки и работы с ними на компьютерных устройствах.

Примечания

1 Простой ввод данных - это ввод данных, не содержащий встроенных логических проверок.

2 Логический ввод данных - процесс ввода данных, при котором используются автоматические проверки логики данных для таких элементов, как типы данных, фильтры, пропуски вопросов и варианты ответов.

2.27 **Обработка данных** (data processing):Управление и преобразование данных из исходного первичного состояния в требуемый выходной параметр.

2.28 **Запись, содержащая данные** (data record):Совокупность данных из регистрирующего устройства или модуля программы.

2.29 Удаление дубликатов (de-duplication): Процесс удаления записей данных (2.28) соответствующих респондентов (2.62) или записи (2.76), которая повторяется более одного раза в наборе данных исследований или на панели респондентов (2.1).

2.30 **Углубленное интервью** (depth interview):Неформализованное (неструктурированное) интервью, проводимое в целях выяснения внутренних мотивов, побуждений, суждений, склонностей, а также социальных и эмоциональных установок, связанных с определенным объектом изучения ([2.62](#bookmark18)).

2.31 **Производная единица данных** (derived data item): Единица данных, рассчитанная или записанная из одного или нескольких источников и/или категорий.

2.32 Идентификатор устройства (device ID): Идентификационное устройство ID - отличительная буквенно-цифровая строка, связанная с компьютером, смартфоном, планшетом или другим вычислительным устройством.

Примечания

1 Устройство может иметь несколько идентификаторов устройств для разных целей. К ним относятся идентификаторы устройств для включения Wi-Fi или Bluetooth или для идентификации устройства в сети оператора мобильной связи. Другие идентификаторы устройств, такие как Apple UDID или Android Android ID, используются приложениями, разработчиками и другими компаниями для идентификации, отслеживания и анализа устройств и их пользователей для ряда целей, включая онлайн-рекламу.

2 Для ПК или ноутбука в качестве идентификатора устройства может использоваться адрес MAC (Media Access Control).

3 Идентификатор устройства может быть идентифицирован лично.

2.33 Цифровая аналитика (digital analytics): Анализ и отчетность электронных данных с целью измерения и понимания людей и их поведения.

2.34 **Цифровое устройство мобильное устройство** **(**digital device mobile device): Электронное переносное устройство, способное собирать данные, прямо или косвенно, которые могут быть загружены третьей стороне (2.101) моментально либо после синхронизации с соответствующим программным обеспечением.

Примечание **-** Цифровые устройства включают смартфоны, смарт часы, устройства для фитнеса или отслеживания здоровья, планшеты, устройства геолокации и устройства сбора биометрических данных.

2.35 Цифровой отпечаток пальца, прибор для отпечатка пальца, машина для отпечатков пальцев, программное обеспечение для отпечатков пальцев (digital fingerprint): Информация, собранная о компьютере, планшете, смартфоне или другом вычислительном устройстве для идентификации отдельных участников исследования или устройств.

Примечания

1 Цифровые отпечатки пальцев обычно создаются с использованием параметров конфигурации веб-браузера вместе с другими параметрами устройства, которые можно получить с устройства. Эти параметры используются для создания единой строки, содержащей цифровой отпечаток.

2 Цифровой отпечаток пальца может быть идентифицирован.

2.36 **Организованный план обсуждения** (discusston guide): Перечень вопросов или предметов, подлежащих рассмотрению в ходе проведения углубленного интервью ([2.30](#bookmark10)), или обсуждения фокус - группой ([2.42](#bookmark12)).

2.37 Электронный ключ (dongle): Небольшая часть оборудования, чаще всего USB-устройство, которое может быть подключено к другому электронному оборудованию для предоставления дополнительных услуг, таких как доступ к Интернету.

2.38 Дублирование (duplication): Ситуация, когда респондент (2.62) пытается дать более одного ответа для указанного исследовательского проекта.

2.39 Запрос на исключение (exclusion request): Исключение потенциального респондента (2.62) из исследовательского проекта на основании того, что он уже участвует в проекте, включающем аналогичную продукцию/услугу и /или методологию.

2.40 **Исполнитель полевого обследования** (fieldworker):Лицо, занимающееся сбором данных для исследования рынка, общественного мнения и социальных проблем.

Примечание - Исполнители полевого обследования могут включать интервьюеров, опрашивающих респондентов непосредственно «лицом к лицу» или опосредовано по телефону, лиц, занимающихся рекрутингом для качественного или другого исследования, «мнимых покупателей» ([2.54](#bookmark14)) и других лиц, занимающихся сбором данных посредством наблюдения, а также аудиторов (2.7), собирающих данные с розничных объектов ([2.92](#bookmark24)).

2.41 **Фильтр** (filter):Вопрос или инструкция в анкетном вопроснике, позволяющая отделить ответы по подгруппам респондентов ([2.62](#bookmark18)).

2.42 **Фокус - группа, групповая дискуссия** (focus group,group discussion): Проводимое модератором ([2.53](#bookmark13)) свободное неформализованное обсуждение в группе, состоящей из небольшого числа отобранных респондентов ([2.62](#bookmark18)).

Примечание - Обсуждение в фокус-группе может проводиться при непосредственном общении («лицом к лицу») участников, опосредованно по телефону, с использованием интерактивных средств связи в режиме «он-лайн» или же комбинацией этих способов. Онлайновые фокус-группы могу быть синхронными, когда обсуждение проводится всеми участниками труппы одновременно (например, сеансы работы в чатах), или асинхронными с передачей информации с задержкой во времени (например, электронные сообщения и/или электронные доски объявлений).

2.43 Обманчивый респондент (fraudulent participant): Респондент (2.62) или панель респондентов (2.61), участник, которые намеренно искажают свою личность, личные данные или ответы.

2.44 **Подсчет частотности/встречаемости признака** (frequency count/hole count/marginals): Подсчитанное число отдельных единиц данных в компьютерном файле.

2.45 **Условный расчет/оценка** (imputation):Процедура, где отсутствующие данные заменяют оценочными данными или полученными посредством моделирования.

2.46 Невнимательный респондент/**Невнимательные члены панели** (inattentive participant/inattentive panel member): Члены панели ([2.61](#bookmark17)) или респондент ([2.62](#bookmark18)), который не намеренно искажает свою личность, личные данные или ответы и не дают обдуманных ответов адекватного уровня.

Примечание - Низкое качество ответа не обязательно является ошибкой панели членов (3.61) или респондентов (3.62) и может отражать плохую конструкцию устройства для сбора данных.

2.47 **Поощрительное средство** (incentive):Подарок, денежная выплата или другие способы вознаграждения, предлагаемые потенциальным респондентам ([2.62](#bookmark18)) в целях повышения степени их сотрудничества.

2.48 **Индексирование** (indexing):Цифровая шкала, используемая для сравнения значений одной переменной величины с другой или с эталонной величиной.

2.49 Информационная безопасность (information security): Сохранение конфиденциальности, целостность и доступность информации.

2.50 **Экспресс-опрос** (intercept):Тип интервьюирования, при которой респонденту ([2.62](#bookmark18)) предлагают ответить на вопросы лично или онлайн.

2.51 Внутренний аудит (internal audit): Периодические проверки, проводимые собственными обученными сотрудниками компании, на предмет выполнения проектов внутри компании в соответствии с описанными процедурами.

2.52 Машинное обучение (machine learning): Компьютерные технологии с возможностью автоматического обучения и усовершенствования на основе опыта без явного программирования.

**Пример** - Распознавание речи, прогнозируемый текст, обнаружение спама, искусственный интеллект.

2.53 **Модератор** (moderator):Лицо, отвечающее за создание благоприятной обстановки([2.62](#bookmark18)), облегчающей взаимодействие членов фокус-групп ([2.42](#bookmark12)).

2.54 **Мнимый покупатель** (mystery shopping): исследование при использовании исполнителей полевого обследования (2.40), исследователей или респоднетов (2.62) (потребителей или других), где они выступают в роли потребителей/пользователей, призванных оценивать работу/оказание услуги.

2.55 Связь малого радиуса действия (near field communication) NFC: Беспроводные технологии, обеспечивающие связь между устройствами на небольшом расстоянии.

2.56 **Образование единой схемы** (netting):Метод работы с шифрами, присвоенными вопросам, имеющим различные варианты для ответа, которые могут включать шифры codes ([2.15](#bookmark6)) с открытой нумерацией, где используемая схема обращена ко всем лицам, отвечающим посредством одной и той же группы шифров, даже тогда, когда каждый респондент([2.62](#bookmark18)) дал больше одного ответа в пределах той же самой группы шифров.

2.57 **Ошибка/сбой при ответе на вопрос** (non-responce):Неспособность получить измерения применительно к некоторой выборке ([2.86](#bookmark23)) или членам переписи для всех или некоторых вопросов или переменных величин.

2.58 С**бор данных посредством наблюдении** (observational data collection) **исследование методом наблюдения** (observational research) **наблюдательные методологии** (observational methodologies): Сбор данных посредством наблюдения за поведением, склонностями, особенностями, действиями, отношениями, выражаемыми мнениями или результатами действий отдельных лиц или групп, а также в отношении изучаемого явления, включая использование пассивных приемов, не предусматривающих использование прямого опроса.

Примечание - См. Также пассивный сбор данных (2.64) и физический наблюдаемый сбор данных (2.66).

2.59 **Открытый вопрос** (open-ended question) **свободный ответ** (open-ended responce): Тип вопроса, когда респондентов ([2.62](#bookmark18)) просят дать ответ своими собственными словами.

2.60 Отказ от участия (opt out): Явный запрос на прекращение участия в исследовательской деятельности.

2.61 Члены панели (panel member): Лица, нанятые из документированного источника, которые предоставили личные данные и соответствующую информацию для подтверждения личности и дали явное согласие на участие в исследовании в соответствии с условиями членства и не отказались т участия.

2.62 Респондент (participant): Лицо или организация, от которых или о которых собираются данные для исследования.

Примечание - Респондент может выступать от собственного имени или от имени домохозяйства, организации, группы.

2.63 **Пропорция желательных респондентов** (participation rate):количество респондентов ([2.62](#bookmark18)), давших пригодный для использования ответ, разделенное на число первоначальных приглашений респондентам с просьбой принять участие в проекте.

2.64 Пассивный сбор данных (passive data collection), пассивные методологии (passive methodologies): Процесс сбора данных, который позволяет избежать или минимизировать активное взаимодействие с респондентом (2.62).

2.65 Персональные данные (personal data): Информация, касающаяся живого человека, которая может быть использована для идентификации личности

Примечание - Идентификация может быть сделана, например, посредством ссылки на прямые идентификаторы (например, имя, конкретное географическое местоположение, номер телефона, изображение, звук, видеозапись или биометрические данные) или косвенно путем ссылки на особенности человека физические, физиологические, психические, экономические, культурные или социальные характеристики.

2.66 Физический сбор данных посредством наблюдения (physical observational data collection), физическое исследование методом наблюдения (physical observational research): Сбор данных посредством наблюдения, лично или с помощью видео, включая поведение, привычки, действия, отношения, высказанные мнения или действия отдельных лиц или групп без использования прямого опроса и активности в физической среде.

Примечание - физический наблюдаемый сбор данных исключает онлайн-наблюдения, такое как цифровое поведение.

2.67 Предварительный отбор (prescreening): Первоначальные вопросы в устройстве сбора данных (2.24), используемом для определения права респондентов (2.62).

2.68 **Предварительное тестирование** (pre-testing): мелкомасштабный тест для проверки производительности инструмента сбора данных (3.24) или методологии, перед развертыванием полномасштабного полевого обследования

2.69 **Первичная запись** (primary record):Данные собранные непосредственно из источника, в ходе исследования, в их первоначальном виде.

Примечание - Она включает неотредактированные заполненные анкетные вопросники, записанные показания, полученные при сборе данных в ходе качественного исследования ([2.98](#bookmark27)) и другие подобные элементы информации.

2.70 **Формирование вероятностной (случайной) выборки** (probability sampling, random sampling):случайная выборка (2.86) из совокупности, в которой каждый член имеет известную и ненулевую вероятность попадания в выборку.

**Пример** **-** Простая случайная выборка (SRS); стратифицированная выборка; выборочное обследование; систематическая выборка; и многоступенчатая выборка (в которой некоторые из перечисленных методов объединяются поэтапно).

2.71 Данные профиля (profile data): Описательные характеристики членов панели (2.61).

2.72 **Качественное исследование** (qualitative research**):** Анализ мотиваций, моделей мышления, мнения, отношения, оценки или поведения с помощью таких методов исследования, как фокус-группы (2.42), глубинные интервью (2.30), анализ содержания дискурса и качественные наблюдательные исследования (2.58)

2.73 Количественное исследование (quantitative research): Численное измерение наблюдений с помощью методов исследования, таких как анкетные вопросники (2.74), опросы общественного мнения, обследования (3.98) и экспериментальные исследования.

2.74 **Анкетный вопросник** (questionnaire):Полностью или частично структурированное средство или инструмент, предназначенный для сбора данных, состоящий из серий вопросов.

Примечание - Анкетные вопросники могут заполняться опрашиваемыми лицами самостоятельно или с помощью интервьюера ([2](#bookmark11)).

2.75 **Квотная выборка** (quota sampling):Выборка (2.86), построенная с использованием вероятностного метода, который соответствует предопределенной структуре по отношению к определенным переменным .

Примечания

1 Эти типы выборок не позволяют рассчитывать погрешность.

2 Примеры невероятностных выборок включают удобные выборки, произвольные выборки, случайные и выборки в режиме реального времени.

2.76 **Запись** (record):Специальный тип документа, свидетельствующего об имевшем место и событии, действии или факте.

Примечания

1 Например, вопросник (2.74) является документом, но после заполнения его респондентом (2.64) или исполнителем полевого оборудования, он становится записью.

2 Записи могут быть сделаны физическим или цифровым путем.

2.77 **Рекрутер** (recruiter):Лицо, которое идентифицирует и приглашает потенциальных респондентов ([2](#bookmark18)) принять участие в исследовательском проекте.

2.78 Надежность (reliability): Общая согласованность повторяющихся мер.

Примечание **-** В этом контексте измерение имеет высокую надежность, если его можно повторить с одинаковыми или похожими результатами в тех же или аналогичных условиях.

2.79 Представительность (representativeness): Степень, в которой выборка (2.86) отражает изучаемую целевую совокупность элементов исследования.

Примечания

1 Репрезентативная выборка - это выборка, в которой распределение важных характеристик примерно такое же, как в целевой совокупности элементов исследования.

2 Определение «важных характеристик» обычно является функцией темы исследования.

2.80 Коэффициент реагирования (response rate): Расчет пропорции участников, отвечающих на обследовании (2.98) на основе вероятностной выборки.

2.81 **Розничный аудит** (retail audit):Сбор данных с розничных точек с использованием средств документирования (например, на бумажном или цифровом носителе) и/или методов наблюдения.

2.82 Обзор (review): Определение пригодности, адекватности или эффективности объекта для достижения поставленных целей.

2.83 [**Приглашение к опросу людей, пользующихся интернетом, в режиме реального времени**](https://www.multitran.com/m.exe?s=%D0%9F%D1%80%D0%B8%D0%B3%D0%BB%D0%B0%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5+%D0%BA+%D0%BE%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%83+%D0%BB%D1%8E%D0%B4%D0%B5%D0%B9,+%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%B7%D1%83%D1%8E%D1%89%D0%B8%D1%85%D1%81%D1%8F+%D0%B8%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%BC,+%D0%B2+%D1%80%D0%B5%D0%B6%D0%B8%D0%BC%D0%B5+%D1%80%D0%B5%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE+%D0%B2%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B8&l1=2&l2=1)(river sampling), **динамическая выборка** (dynamic sampling), **выборка в режиме реального времени** (real-time sampling), **онлайн экспресс-опрос** (web intercept):Динамическая выборка в режиме реального времени, метод онлайн-выборки, который привлекает потенциальных респондентов (2.62) для проведения обследований (2.98) или другой исследовательской деятельности через рекламу в социальных сетях (2.95) и других веб-сайтах до онлайн-портала, где они проверяются для исследовательских проектов в режиме реального времени.

Примечание - В отличие от панелей респондетов, респонденты выборки в режиме реального времени (3.62) не являются частью базы данных людей, которые согласились участвовать в исследовательской деятельности на регулярной основе.

2.84 Файл инструкции робота (robot instruction file): Файл, определяющий порядок взаимодействия поисковой системы Интернета со страницами и файлами веб-сайта, и часто используется для определения того, куда не допускаются автоматизированные системы.

2.85 Маршрутизатор (router): Онлайн-приложение, которое отбирает поступающих респондентов исследования (2.62), а затем использует эти результаты для назначения респондентов исследования одному из множества доступных исследовательских проектов.

Примечания

1 Маршрутизатор также может предложить респондентам (2.62) дополнительные отборы и обследования (2.98) после отказа в квалификационном отборе или завершении обследования (2.98).

2 Оно отличается от «аппаратного маршрутизатора» как коммуникационное оборудование, которое передает данные между двумя или более различными сетями.

2.86 **Выборка** (sample):подгруппа элементов целевой совокупности ([2.99](#bookmark28)), от которых будут собираться данные.

2.87 Смешивание выборки (sample blending): Практика объединения нескольких источников разнородной выборки (3.86) с целью получения более последовательной или более репрезентативной выборки.

2.88 Провайдер выборки (sample provider): Провайдер услуг (2.92), ответственное за предоставление и управление выборки онлайн или офлайн из соответствующих источников, таких как панели, источники, основанные веб-экспресс опросах (включая источники выборки в реальном режиме времени) и списки адресов электронной почты.

2.89 **Выборочная совокупность** (sampling frame):Перечень элементов совокупности или другие подходящие источники, из которых производят выборку ([2.86](#bookmark23)).

2.90 Удовлетворенность (satisficing): Поведение, при котором респондент исследования (2.62) дает меньше когнитивных усилий при участии в исследовательском проекте.

2.91 **Вторичные данные** (secondary data):Данные, которые уже были собраны и стали доступными из другого источника.

2.92 Провайдер услуг (service provider): Организация, реализующая исследовательские проекты или их элементы в области исследования рынка, общественного мнения и социальных исследований, используя статистические данные и/или методы и техники в социальных науках.

**Пример** - Частные исследовательские институты; академические и университетские научно-исследовательские институты; внутрифирменные исследовательские отделы; местные органы власти, официальные статистические агентства или отдельные исследователи, действующие в том же качестве.

2.93 Настроение (sentiment): Состояние, связанное, например, со звуком, изображением или утверждением, обычно переходящее от положительного к нейтральному или отрицательному.

2.94 Немой звонок(silent call)**:** Телефонный звонок, инициированный каким-либо лицом и отвеченный респондентом (2.62), прежде чем исполнитель полевого обследования (2.40) станет доступным

Примечание - устройство набора звонка (оборудование для автоматического набора номера) - это любое оборудование или программное обеспечение, способное набрать номер телефона и сделать вызов доступным для исполнителя полевого обследования (2.40).

2.95 **Социальные масс-медиа** (social media): Онлайновые технологии и практики, используемые людьми для обмена мнениями, идеями, опытом и планами, трансформируя традиционные связи типа «один — многим» к типу «многие — многим».

2.96 Шпионская программа (spyware): Устройства или программное обеспечение, которые фиксируют данные или поведение респондента (2.62) без получения его согласия (2.20).

2.97 **Привлечение субподрядчиков, аутсорсинг** (subcontracting, outsoursing):привлечение внешних организаций или частных лиц для выполнения части функции провайдера (2.92) или процессов, под ответственностью провайдера (2.92)

Примечания

1 Самостоятельно нанятые индивидуальные исполнители полевых обследований (2.40) не определены как субподрядчики для целей настоящего стандарта.

2 Аутсортинговые услуги и/или активы, или иное, включает, панели респондентов (2.62), облачные службы, компьютерное программное и аппаратное обеспечение, другие технологические платформы, электронные или другие безопасные средства хранения данных и центры фокус-групп (2.42).

2.98 **Обследование** (survey):Систематический сбор данных от выборки ([2.86](#bookmark23)) целевой совокупности элементов исследования ([2.99](#bookmark28)), по результатам которого могут делаться выводы и заключения.

2.99 **Целевая совокупность элементов исследования** (target population): интерес населения к исследовательскому проекту, в отношении которого следует сделать выводы .

2.100 Анализ текста, анализ содержания (text analysis)**:** Метод, используемый для описания характеристик сообщения.

2.101 Третья сторона (third party): Независимая организация или частное лицо, не находящееся под ответственностью провайдера услуг (2.92).

2.102 Уникальный пользователь (unique visitor): Отдельное, не дублированное лицо, запрашивающее страницу с веб-сайта в течение определенного периода, независимо от того, как часто они посещают веб-сайты.

2.103 **Валидация** (validation):Процедуры для проверки соответствия спецификации или требованиям на любом этапе исследовательского процесса.

2.104 **Действенность** (validity): Уверенность в том, что результаты исследовательского процесса отражают то, что предполагалось ранее.

2.105 Социально уязвимое лицо (vulnerable person): Лицо, которое постоянно или временно не может представлять свои собственные интересы из-за психических, эмоциональных, социальных или физических причин, которые могут ограничивать его способность принимать добровольные и осознанные решения.

2.106 **Очередной цикл/волна исследования** (wave):Последовательное повторение мероприятий в ходе реализации долгосрочного проекта социологического исследования, цель и генеральный план которого не меняются.

2.107 Веб-анализ (web analysis): Анализ и отчетность поведения, заявлений и настроений (2.93) респондентов / пользователей (2.62) онлайн-платформ

2.108 Веб-жучок (web beacon): Веб-жучок пиксельного трекера, фрагмент кода (2.15), на веб-сайте, используемого для отслеживания активности веб-сайта.

Примечание **-** Веб-жучок отличается от жучка, являющегося передатчиком малой мощности, уведомляющего близлежащие устройства о своем присутствии.

2.109 **Оценочное/статистическое взвешивание** (weighting): Вычислительный процесс, в ходе которого по мере необходимости различные единицы измерения или подгруппы перерассчитывают посредством присваивания числовых значений в целях корректировки и/или улучшения репрезентативности оценок, связанных с выборкой ([2.86](#bookmark23)).

Примечание **-** Взвешивание может использоваться для корректировки неравных вероятностей выбора, таких как многоступенчатая выборка, покрытие систематической погрешности (2.12) и сбой при ответе на вопрос (2.57).

## **3** Требования к системе менеджмента процесса исследования рынка, общественного мнения и социальных проблем

3.1 Основная структура

3.1.1 Заявление о применимости

Провайдер услуг должен применять систему менеджмента процесса исследования, которая охватывает все требования настоящего стандарта. Заявление о применимости (SoA) определяет, какие приложения соответствуют этому документу, какие услуги включены в системы поставщиков услуг.

Примечание - Цель стандарта состоит в том, чтобы провайдер услуг засвидетельствовал большую часть или всю исследовательскую деятельность, посредством настоящего стандарта.

Аттестация должна быть проведена провайдером услуг, при выполнении основных требований (дополнительно см. пункт 4), изложенных в одном из следующих приложений, включая все требования, имеющие перекрестные ссылки на другие приложения.

- [Приложение A](#bookmark53) - Выборка, включая панели респондентов;

- [Приложение](#bookmark58) В - Полевое обследование;

- [[Приложение](#bookmark58) C](#bookmark65) - Физическое наблюдение;

- [[Приложение](#bookmark58) D](#bookmark68) - Электронное наблюдение;

- [Приложение E](#bookmark73) - Самостоятельное завершение;

- [Приложение F](#bookmark76) - Обработка и управление данными.

Для провайдеров услуг, указывающих Приложение A в SoA, должны применяться дополнительные требования, указанные в Приложении A, напрямую или в качестве субподрядных услуг.

Для провайдеров услуг, указывающих Приложение B в SoA, должны применяться дополнительные требования, указанные в Приложении B, напрямую или в качестве субподрядных услуг.

Для провайдеров услуг, указывающих Приложение C в SoA, должны применяться дополнительные требования, указанные в Приложении C напрямую или в качестве субподрядных услуг.

Для провайдеров услуг, указывающих Приложение D в SoA, должны применяться дополнительные требования, указанные в Приложении D, напрямую или в качестве субподрядных услуг.

Для провайдеров услуг, указывающих Приложение E в SoA, должны применяться дополнительные требования, указанные в Приложении E напрямую или в качестве субподрядных услуг.

Для провайдеров услуг, указывающих Приложение F в SoA, должны применяться дополнительные требования, указанные в Приложении F напрямую или в качестве субподрядных услуг.

Соответствие конкретному приложению требуется в том случае, если это приложение указано в SoA, или когда конкретное требование содержит перекрестные ссылки из приложения, указанного в SoA.

В любом сообщении об аттестации должно быть четко и недвусмысленно указано, какие приложения соответствуют провайдеру услуг:

a) SoA (см. рисунок 1) должен зарегистрировать утвержденную область по применению, как четкую и недвусмысленную декларацию о том, какие услуги включены и исключены из области по применению по названию и номеру приложения согласно настоящему документу;

b) SoA должен включать все субподрядные услуги;

c) SoA должен быть утвержден и датирован лицом в высшем руководстве, представляющим утвержденного провайдера услуг;

d) провайдер услуг должен постоянно предоставлять SoA клиентам и другим заинтересованным сторонам (например, на веб-странице);

e) SoA провайдера услуг подлежит оценке в соответствии с настоящим документом;

f) провайдер услуг не должен использовать субъективные, маркетинговые или избыточные фразы в рамках SoA, такие как «высокое качество», «огромная», «крупнейшая глобальная организация» или «высокая точность»;

g) названия продуктов могут быть включены в SoA, если они являются неотъемлемой частью предоставляемой услуги.

SoA должен пересматриваться не реже одного раза в год, чтобы определить необходимость изменений и обеспечить точность деталей.

На рисунке 1 показан пример шаблона применимости SoA.

XYZ (название юридического лица) – это организация, занимающаяся исследованиями рынка, общественного мнения и социальных вопросов (укажите краткое описание организации).

Компания XYZ предоставляет исследовательские услуги (укажите клиента/отраслевую область), где необходимо (укажите основное географическое расположение).

Компания XYZ решила включить (покрываются государственные исследовательские услуги), которые должны быть заверены в этом документе в соответствии с Приложениями A, B, С, D, E и F (в зависимости от ситуации). Компания XYZ решила исключить (государственные исследовательские услуги покрываются), которые должны быть заверены в настоящем стандарте в соответствии с Приложениями F,B,C,D,E и F (в зависимости от ситуации). Компания XYZ решила исключить (государственные исследовательские услуги не покрываются) из утверждения.

Детали аттестованных приложений компаний XYZ описаны следующим образом: Для каждого приложения включите описание предоставляемых услуг, включая любые соответствующие технические характеристики.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ПРИЛОЖЕНИЕ | УТВЕРЖДЕНИЕ | ИСКЛЮЧЕНО | ОБЪЯСНЕНИЕ |
| Приложение А – выборка, включая панели респондентов |  |  |  |
| Приложение B – Полевое обследование |  |  |  |
| Приложение С – Физическое наблюдение |  |  |  |
| Приложение D – Электронное наблюдение |  |  |  |
| Приложение Е – Самостоятельное завершение |  |  |  |
| Приложение F – Обработка и управление данными |  |  |  |

Рисунок 1 - Пример шаблона SoA

3.1.2 Конфиденциальность исследования

3.1.2.1 Общие положения

В отношении всей информации, предоставляемой клиентом провайдеру услуг по проведению исследования для реализации мероприятий исследовательского проекта, должны применяться строгие меры по обеспечению ее конфиденциальности. Она должна быть использована только в связи с проведением исследований и не должна становиться известной какой-либо третьей стороне без разрешения клиента. Конфиденциальная информация должна храниться в условиях, обеспечивающих ее безопасность.

Если базы данных или списки контактов предоставляются третьими сторонами (например, клиентами), провайдер услуг должен запросить, чтобы третьи стороны подтвердили, что использование таких источников соответствует отраслевым кодам.

3.1.2.2 Заверение респондента

Приглашенные или нанятые респонденты должны быть проинформированы провайдером услуг о том, что участие является добровольным.

Провайдер услуг должен обеспечить заверение респондента:

а) во время каждого найма на работу или приглашения согласно персональных данных, предполагаемой работы, а также сохранения и/или повторного использования собираемых данных;

b) во время прямого сбора данных (например, при личной встрече, по телефону) о принципах конфиденциальности, целях, для которых эти данные могут быть использованы, а также идентификационные и контактные данные провайдера услуг и любых субподрядчиков и/или клиента (клиентов), в случае необходимости.

Если провайдером услуг во время сбора данных используются цифровые идентификаторы (например, файлы cookie), они должны сообщаться респондентам, включая назначение предполагаемых идентификаторов.

Если для сбора данных о респондентах используются методы геолокации или гео-ограждения, провайдер услуг должен информировать об этом респондентов и получить их согласие.

В случае отсутствия прямого контакта между провайдером услуг и респондентом (ами) и невозможностью предоставить прямые гарантии, обязательства в отношении конфиденциальности должны выполняться.

Провайдер услуг должен принять меры предосторожности для обеспечения того, чтобы респонденты и наблюдаемые лица (включая тех, кто может не знать, что за ними наблюдают) не были идентифицированы, не понесли ущерб вследствие своего участия.

3.1.2.3 Приглашения для участия в исследовательских проектах

Провайдер услуг должен предоставить каждому потенциальному респонденту, приглашенному для участия в исследовательском проекте, соответствующую информацию, включая:

а) общее описание цели проекта;

b) предполагаемая продолжительность времени их участия;

c) заявление о конфиденциальности ответов каждого респондента;

d) заявление об конфиденциальности и/или идентификации ответов каждого участника;

e) конечную дату для завершенных ответов (если применимо);

f) полное раскрытие условий поощрения, связанных с проектом;

g) информацию о том, отправлено ли приглашение от имени другого провайдера услуг;

h) о возможности отказа от проведения исследовательской деятельности.

Когда респонденты запрашивают вышеуказанные детали проекта, если информация не может быть передана перед участием, провайдер услуг должен предоставить эти данные после участия на любом этапе проекта.

Требования, касающиеся участия детей должны применяться в соответствии с п. 3.1.2.4.

3.1.2.4 Сбор данных от детей или социально уязвимых лиц

При сборе данных от детей или респондентов, которые считаются социально уязвимыми, провайдер услуг должен:

а) получить согласие родителя, опекуна или ответственного взрослого человека после предоставления им достаточной информации о процессе исследования;

b) проявлять осторожность в процессе сбора данных, включая согласие ребенка или социально уязвимого лица на участие.

Осторожность включает в себя особые критерии отбора для участия в опросе детей или респондентов, которые считаются социально уязвимыми (допуск к опросу после собеседования с психологом), а также может включать в себя дополнительное обучение и дополнительные руководства исполнителей полевого обследования.

Разрешение на сбор данных от детей и социально уязвимых лиц должно обновляться не реже одного раза в 12 месяцев или при следующем приглашении на участие, в зависимости от того, что является наиболее частым.

Определения того, что представляет собой ребенок, социально уязвимый человек и ответственный взрослый, отличаются во всех странах, и это должно учитываться в многонациональных исследованиях.

3.1.3 Документация и управление записями

3.1.3.1 Документирование систем и практик

Провайдер услуг должен определить, задокументировать, внедрить и поддерживать необходимые организационные системы и практики для:

а) соответствования настоящему стандарту согласно SoA;

b) выявления, оценивания и устранения рисков, связанных с любыми сложностями и характером проведенного исследования;

c) определения потребности и ожидания заинтересованных сторон и заверить их в том, что их требования учтены (например, клиенты, респонденты, сообщества, регулирующие органы);

d) сохранения конфиденциальности респондентов и предоставление респондентам любых необходимых гарантий;

e) применения поощрительных средств, при необходимости, в том числе их характер, и предоставить респондентам условия поощрения;

f) обеспечения ясности, прозрачности, идентификации и прослеживаемости, для обеспечения возможности аудита и тиражирования исследовательских проектов;

g) обеспечения ясности в отношении сохранения и уничтожения записей. Методы хранения данных должны быть сообщены клиенту.

3.1.3.2 Записи проекта исследовательской деятельности

Конкретные записи проекта исследований, которые необходимы для обеспечения возможности отслеживания и тиражирования проекта, должны храниться не менее 24 месяцев или по согласованию с клиентом.

Отслеживаемость и тиражируемость записей проекта относится к записям, которые хранятся у провайдера услуг и любых субподрядчиков.

Дополнительно:

а) первичные записи должны храниться в течение 12 месяцев или по согласованию с клиентом;

b) данные, используемые для идентификации респондентов, должны храниться в течение любого необходимого периода администрирования и/ или контроля качества или по согласованию с респондентами.

Степень и характер документации отдельных проектов и исследований могут быть гибкими, если они:

- соответствуют требованиям (3.6);

- документы и версии проекта находятся под контролем;

- подвергаются периодической проверке.

3.1.3.3 Управление записями

Степень и характер управления записями, включая ведение, архивирование и уничтожение записей для исследовательской деятельности, проводимой провайдером услуг, должны:

а) контролироваться безопасным образом в той мере, в какой это необходимо для соблюдения требований (3.3);

b) защищены от потери конфиденциальности, приватности и безопасности, как указано в (3.3); и

c) защищены от ненадлежащего использования и потери целостности, как указано в (3.3).

3.2 Ответственность персонала и инфраструктуры

3.2.1 Организационные обязанности и обязанности персонала

Провайдер услуг должен определить роли, обязанности и делегирование полномочий отдельным лицам или группам для удовлетворения потребностей, как указано в 3.1.

Назначенные и задокументированные роли должны включать:

а) высшее руководство, которое отвечает за предоставление ресурсов, политику, соблюдение законов;

b) руководство, которое несет ответственность за предоставление услуг клиентам, включая проекты или их части;

c) контроль качества услуг субподряда или сторонних организаций в соответствии с потребностями проекта;

d) эксплуатационный персонал, который несет ответственность за объем предоставляемых услуг, как указано в 3.1. Провайдер услуг должен подготовить планы, обеспечивающие оказание услуг, в случае изменений в персонале (краткосрочные или долгосрочные);

e) один субъект назначается в качестве представителя для соответствия приложения, как заявлено в SoA.

В тех случаях, когда технологии (например, автоматизированные системы или машинное обучение) используются для выполнения задач, провайдер услуг должен гарантировать, что предоставление услуг соответствует этому стандарту.

Роль управления в соответствии с настоящим стандартом должна являться главной или руководящей ролью.

3.2.2 Управление качеством работ персонала

Провайдер услуг должен рассмотреть роли, чтобы определить квалификацию, компетенцию и знания, необходимые для выполнения требований роли. При наборе персонала провайдер услуг рассматривает кандидатов в соответствии с этим критерием.

Обучение, повышение квалификации персонала и ежегодные обзоры эффективности должны проводиться и документироваться провайдером услуг, чтобы гарантировать, что лица или делегации, выполняющие роли, компетентны и сохраняют этот уровень. Записи и истории заявителя, включая предыдущий опыт, где описана квалификация, оценка производительности, обучение и переподготовка, должны быть сохранены.

Обучение, предоставляемое поставщиком услуг, должно, включать:

а) нормативно-правовые требования, связанные с каждой ролью;

b) специальные методологии исследования, определенные в приложениях и предписанные процедурами и стандартами провайдера услуг соответственно роли;

c) специальные компетенции для лиц, выполняющих операционные роли, относящиеся к сбору данных и другим методологиям.

Провайдер услуг должен обеспечить, чтобы содержание и объем обучения для исследовательских ролей соответствовали характеру и сложности проводимой исследовательской работы; в случае необходимости обеспечить должный надзор за работой и обратную связь.

3.3 Информационная безопасность

3.3.1 Структура риска информационной безопасности

Провайдер услуг должен идентифицировать риски безопасности, связанные с информацией, которую он обрабатывает, и внедрить структуру управления информационной безопасностью для предотвращения несанкционированного доступа, использования, изменения или уничтожения информации. Эта структура должна соответствовать выявленным рискам и должна применяться к сбору, получению, хранению, передаче и удалению этой информации. Эта структура должна включать все форматы и места, в которых может храниться информация.

3.3.2 Обработка информации

Провайдер услуг должен внедрить процесс для определения того, как должны обрабатываться различные типы информации в соответствии со связанными с ними рисками. Процесс должен идентифицировать любые типы информации, которые должны обрабатываться безопасно и/или, доступ к которым должен быть ограничен.

3.3.3 Управление информационной безопасностью

Провайдер услуг должен обеспечить постоянную защиту или контроль информации, которая должна обрабатываться надежно и/или иметь ограничения. Это может включать в себя:

а) административный контроль (включая политики и процедуры, которые включают процессы резервного копирования);

b) технические средства контроля (включая брандмауэры, антивирусное программное обеспечение, шифрование); и

c) физический контроль (включая системы физического доступа, администраторы и охранники, системы видеонаблюдения).

3.3.4 Обучение информационной безопасности и осведомленность

Провайдер услуг должен обеспечить обучение всего персонала правильной и своевременной работе с информацией. Обучение должно:

- быть в контексте структуры управления информацией и выявленных рисков;

- доставляться ежегодно или чаще, если этого требует роль;

- включать осведомленность персонала об их ответственности за защиту информации;

- соответствовать рискам, связанным с обрабатываемой ими информацией или информации, к которой они имеют доступ;

- включить сведения о том, как идентифицировать различные типы информации;

- детализировать, как определить, какая защита требуется для информации, с которой они работают.

3.4 Субподрядные услуги

3.4.1 Общие положения

Провайдер услуг должен гарантировать, что услуги и активы, переданные на аутсорсинг, соответствуют требованиям этого документа и соответствуют заданной цели, независимо от того, были ли они по найму или переданы на аутсорсинг иным образом. Провайдер услуг должен нести ответственность за любую такую работу, актив или деятельность и связанные с ней результаты, поскольку они влияют на услуги, предоставляемые клиенту и этому документу, как описано в SoA.

Обязанности провайдера услуг распространяются на:

a) отбор и мониторинг провайдеров по субподряду, чтобы убедиться, что услуги и активы соответствуют заданной цели и не ставят под угрозу работу, связанную с предоставлением услуг, и этим документом;

b) выявление любой несоответствующей работы или деятельности и принятие соответствующих мер для предотвращения повторения в случае выявления несоблюдения требования;

c) ведение записей для прослеживаемости проекта и внутренних или внешних проверок.

Примечания

1 Примеры аутсорсинга или субподряда включают в себя различные методологии сбора данных, анализ данных, кодирование, аренду объектов, разработку инструментов сбора данных, аренду или аренду активов, включая цифровые устройства, услуги сети или другое программное обеспечение как услугу (SaaS).

2 Несоответствующая работа или несоответствие, как правило, представляет собой проблему или существенную проблему, а именно неспособность доставить этот документ или спецификации проекта. Это также может являться нарушением конфиденциальности или других законодательных, нормативных или кодовых требований.

3.4.2 Субподрядная проектная работа

Если часть исследовательского процесса передается на внешний подряд и аттестуется как часть бизнес-плана, провайдер услуг должен провести достаточную оценку, для подтверждения того, что требования настоящего документа выполнены.

Если субподрядчик не сертифицирован третьей стороной по настоящему документу, проектная работа, выполняемая сторонним поставщиком услуг, должна соответствовать одному из следующих условий:

а) согласование и ведение работ в соответствии с настоящим документом;

b) документальное подтверждение от провайдера услуг подтверждает, что требования настоящего документа по проверке, валидации и информационной безопасности выполнены;

c) был проведен аудит работы по проекту для подтверждения соответствия.

Независимо от того, какой из вышеперечисленных критериев удовлетворяется, работа провайдеров услуг должна отслеживаться и воспроизводиться в соответствии со спецификациями проекта. Провайдер услуг должен делать все возможное, чтобы использовать только субподрядчиков (включая панели респондентов), которые соответствуют определенным требованиям этого документа. Клиенты должны быть проинформированы о внешних соглашениях и статусе соответствия субподрядчика по запросу.

По запросу провайдер услуг должен объявить клиенту характер и часть (и) проекта, которые были переданы на аутсорсинг, включая личность всех субподрядчиков и их местонахождение. Должна быть обеспечена полная прозрачность, во избежание нарушения закона, интересов и /или договора.

Когда внешний провайдер проектных работ назначается клиентом, провайдер услуг должен контролировать и проверять работу настолько, насколько это практически возможно, и должен вести учет результатов.

Примечание - Письменные договорные соглашения с подтверждающей документацией могут быть инициированы как постоянное соглашение. Соглашения не обязательно должны быть специфическими для каждой части работы, если только характер работы не выходит за рамки соглашения.

3.5 Планирование, доставка и отчетность по проектам и исследовательской работе

3.5.1 Общие положения

Провайдер услуг должен осуществлять мониторинг критического планирования, предоставлять методологии исследований, этапов и отчетности, чтобы обеспечить соответствие согласованным спецификациям и настоящему документу.

Провайдер услуг должен хранить все записи, чтобы обеспечить возможность проектной репликации или исследовательской работы, а также отслеживания в целях проверки и/или проверки путем аудита.

Примечание - Проекты начинаются с первоначальных сообщений о запросах на работу, вплоть до планирования проекта/работы, доставки и отчетности клиенту в соответствии с согласованными договоренностями.

3.5.2 Управление взаимоотношениями с клиентами

3.5.2.1 Общие положения

Отношения провайдера услуг с клиентом начинаются после получения запроса о предоставлении исследовательских услуг, переходе к предложению, реализации проекта, отчетности и оценке степени удовлетворенности клиента.

Провайдер услуг должен следить за взаимоотношениями с клиентами, получать обратную связь и обеспечивать постоянное улучшение предоставляемых клиентам услуг.

Провайдер услуг должен обеспечить, чтобы требования клиента были уточнены, согласованы, доставлены и отслежены:

а) при первоначальном представлении клиента и на этапе предложения/ коммерческое предложение по каждому последующему проекту или запросу на работу;

b) во время проекта или другой работы, где определены этапы для рассмотрения или одобрения клиента;

c) когда предлагаются изменения в проектной работе;

d) когда сообщают или иным образом предоставляют результаты по соглашениям или договоренностям, включая любые измененные спецификации.

Провайдер услуг должен контролировать процесс управления жалобами клиентов, где требуется, чтобы жалобы:

- исследовались, документировались и предпринимались определенные действия, включая рассмотрение контракта и проверку соответствия нормативным и отраслевым нормам или уведомлениям о нарушениях; и

- привлекали главное руководство к дальнейшим действиям в зависимости от обстоятельств и в соответствии со значимостью жалобы.

Провайдер услуг должен обеспечить, чтобы жалобы, связанные с нарушением договора, правил или отраслевых нормативно-правовых актов, изучались при ежегодном рассмотрении соответствия на предмет возможностей улучшения (см. пункт 3.6).

Провайдер услуг, по мере необходимости, должен информировать клиентов и другие заинтересованные стороны о соответствующих отраслевых кодексах и правовых и этических требованиях, касающихся характера исследовательской работы, включая соответствие этому документу. Сообщение об этих требованиях клиентам может осуществляться через веб-сайты, электронные письма, предложения /коммерческие предложения, соглашения, условия и положения или другие проверяемые механизмы.

Провайдер услуг должен предоставить клиенту брифинг рабочей программы, если он уже не включен в предложения и другие графики или не запрошен клиентом. Независимо от формата брифинга, они должны отслеживаться, включая любые соглашения или изменения, возникающие в любое время.

В тех случаях, когда провайдер услуг определил и дал согласие на брифинге или в спецификации, клиенты могут просматривать и утверждать инструменты сбора данных, такие как вопросники, руководства для обсуждения, рамки кода и инструменты анализа данных.

Если исследовательский проект требует согласия респондента (например, интервью в прямом эфире или записанные события), клиент должен только наблюдать с дополнительного согласия респондента. Это согласие должно быть задокументировано провайдером услуг и прослеживаться до фактического события проекта.

Любые соглашения о предоставлении работы или другие соглашения между клиентами и провайдером услуг должны быть задокументированы таким образом, чтобы их мог отслеживать клиента и/или работ должны быть проверяемыми.

3.5.2.2 Перемещение товара

Когда клиент предоставляет товары или материалы, провайдер услуг должен приложить все усилия для получения соответствующих инструкций и предупреждений, касающихся перемещения с использованием, хранением, хранением/безопасностью, и обеспечить, чтобы безопасность/сохранность была доведена до сведения всех соответствующих сторон.

Если такие продукты или товары предназначены для использования респондентами или другими заинтересованными сторонами, провайдер услуг должен получить от клиента необходимую информацию, гарантии и спецификации, подтверждающие, что продукты соответствуют назначению и не представляют опасности причинения вреда людям или имуществу, Провайдер услуг должен получить от клиента подтверждение того, что товары или продукты соответствуют всем нормативно-правовым требованиям. Провайдер услуг должен получить подтверждение от клиента о том, как будет осуществляться возврат любых продуктов или товаров при завершении проекта или работ. Как только договоренности будут согласованы и подтверждены, провайдер услуг должен записать эту информацию в проектный файл.

Если продукт имеет цифровой формат, (см. пункт 3.3).

3.5.3 Проект, рабочие запросы или другие ответы для предложения услуг

3.5.3.1 Общие положения

Независимо от того, является ли предложение, коммерческое предложение или другой ответ на запрос на предоставление услуг, провайдер услуг должен документировать следующие минимальные требования в прослеживаемом формате согласно спецификации проекта/работы:

а) предполагаемая область работ;

b) предполагаемые цели или ожидаемые результаты;

c) предполагаемые методологии;

d) предполагаемые технологии, если применимо;

e) сроки или график работы или основные этапы;

f) сборы и/или схемы оплаты;

g) предполагаемые результаты и способ доставки;

h) срок действия предложения, коммерческого предложения или ответа;

i) планы выборки и статистического взвешивания, включая, в зависимости от случая, выборочную совокупность, размер выборки, рекрутинг/подбор выборки и общую надежность предполагаемых результатов;

j) вторичные данные, которые будут использоваться, характер источника данных и метод включения в проект; и

k) любая дополнительная документация, связанная с графиками, включая основные этапы и обязанности по поставке и получению документации между сторонами, согласования различных видов деятельности, включая инструменты сбора данных, спецификации анализа и общее отслеживание проекта.

Для ранее указанной и повторной работы, только измененные элементы из оригинальной или предыдущей работы должны быть переданы клиентам в прослеживаемом формате.

Если проект является мульти клиентским, это должно быть четко указано в объеме работ или предполагаемых методологиях.

3.5.3.2 Доставка проекта или другой работы

Провайдер услуг должен контролировать наиболее важные исследовательские процессы, чтобы убедиться, что они проводятся в соответствии с согласованными спецификациями.

Примечание - Наиболее важные процессы могут включать процедуру выборки, разработку инструментов сбора данных, методологию сбора данных, обработку данных, анализ и производство результатов.

Записи проекта должны охватывать действия, предпринятые для решения любых возникающих проблем.

Изменения и график, сделанные клиентом или провайдером исследования, должны быть своевременно сообщены и утверждены другим договором в одной из сторон. Любые такие изменения должны быть документированы.

3.5.3.3 Концепция и дизайн инструментов сбора данных

При разработке инструментов сбора данных провайдер услуг должен учитывать, что содержание, структура и дизайн инструментов сбора данных, включая формулировку, последовательность отдельных вопросов и другие исследуемые темы (например, в совокупности), количество вариантов ответа и их порядок и другие факторы могут повлиять на результаты исследований.

Инструкции и структуры фильтров для инструментов сбора данных для самостоятельного заполнения должны быть включены как часть инструмента или связанного материала.

В тех случаях, когда инструменты сбора данных, используемые для продолжительных проектов, пересматриваются между циклами сбора данных, провайдер услуг должен сообщать о последствиях для других процессов (например, обработка данных) соответствующим заинтересованным сторонам.

Провайдер услуг должен убедиться, что инструменты сбора данных адаптированы для каждой методологии и устройства, которые будут использоваться.

Если инструменты сбора данных пересматриваются в любой момент, провайдер услуг должен сообщать о последствиях этого клиенту

3.5.3.4 Перевод инструментов сбора данных и других документов, связанных с проектом

При необходимости перевода, провайдер услуг должен соблюдать соответствие следующим минимальным требованиям:

а) Перевод должен выполнять лицо или лица, обладающие знанием родного языка или эквивалентными навыками на исходном и целевом языках. По крайней мере, один из переводчиков должен иметь опыт работы с документами этого типа. Если используется автоматический перевод, должны применяться пункты b) и c).

b) Проверка и пересмотр пригодности должны выполняться людьми, не являющимися переводчиком, с соответствующей компетенцией в отношении исходного и/ или целевых языков.

c) Проверка и пересмотр переводов должны быть записаны.

В тех случаях, когда вторичная проверка невозможна, провайдер услуг должен обеспечить компетентность переводчика.

Клиенту или его представителю должна быть предоставлена возможность ознакомиться с переводом.

3.5.3.5 Предварительное тестирование инструментов сбора данных

Предварительное тестирование должно быть проведено для всех инструментов сбора данных (включая самостоятельное заполнение), если клиент или провайдер исследовательских услуг посчитают это необходимым. Если один и тот же инструмент сбора данных ранее был испытан и использовался в сопоставимой ситуации, такое тестирование может иметь более ограниченный масштаб. Если было проведено предварительное тестирование, результаты должны быть зарегистрированы.

Примечание - Можно рассмотреть различные формы предварительного тестирования, начиная от внутренних фиктивных интервью и заканчивая полными системами с соответствующими респондентами. Используемый подход обычно согласовывается с клиентом и/или рассматривается в предложении вместе с любыми последствиями для цены.

3.5.3.6 Поощрительные средства

Поощрительные средства могут быть использованы в качестве средств для поощрения в участие. Если предоставляются поощрительные средства, провайдер услуг должен документировать характер поощрительных средств как часть записей проекта.

Провайдер услуг должен выбрать более нейтральные поощрительные средства в отношении исследовательского проекта и целевых групп, чтобы избежать предвзятости.

Там, где предлагаются поощрительные средства, документированное заявление на поощрение для респондентов должно включать детали о вознаграждении.

В заявлении о поощрении респондентов должны быть указаны, в зависимости от случая:

а) характер поощрительных средств (например, наличные, ваучеры, баллы, тотализаторы);

b) типы участия, для которых предлагаются поощрительные средства, например членство в группе, участие в обследовании (с определением участия), другие исследовательские действия, лояльность;

c) как и когда выдаются или могут быть использованы поощрительные средства;

d) методы разрешения вопросов или споров о поощрительных средствах.

Если в число респондентов входят дети или социально уязвимые лица, провайдер услуг должен информировать родителя, опекуна или ответственного взрослого о схеме поощрения и требовать отчетливого разрешения этого лица на предоставление поощрительных средств до того, как разрешить ребенку или незащищенным лицам участвовать в любом исследовании.

По запросу провайдер услуг должен сообщить клиенту, когда респондентам будут предложены поощрительные средства, и указать характер любых поощрительных средств, включая любые изменения в предоставляемых поощрительных средствах (например, по регионам, возрасту)

3.5.4 Предоставление результатов работ клиенту

3.5.4.1 Общие положения

Провайдер услуг должен предоставить клиенту результаты по согласованию. Конечные результаты могут предоставляться полностью или частично по завершению работ или по согласованным этапам в соответствии с заранее запланированными договоренностями.

Результаты, предоставляемые поставщиком услуг, должны быть в формате, согласованном с клиентом или заинтересованными сторонами (в соответствии с 3.3), такими как:

а) официальный письменный отчет в печатном или электронном виде;

b) очная презентация;

с) доставка цифровых данных;

d) информация, сообщаемая закрытой группе через веб-сайт сообщества или другую цифровую презентацию;

е) видео презентации или другое;

f) копии интервью или переводов;

g) информационные панели.

Независимо от метода, используемого для предоставления результатов работ для клиента, провайдер услуг должен обеспечить, чтобы методологии, используемые для проекта и результатов работ, были доступны в полном объеме и отслеживались для будущей тиражируемости по запросу клиента в течение периодов хранения записей, определенных в [3.1.3.2](#bookmark40). Провайдер услуг должен сообщить клиенту, что эта документация доступна по запросу.

Кроме того, в процессе отчетности провайдер услуг должен:

- предотвратить двусмысленность, сообщая любые относительные значения (например, проценты, пропорции) вместе с базовыми данными или с ссылкой на базовые данные;

- проверить правильность сообщаемых данных и материалов перед доставкой клиенту.

3.5.4.2 Отчетность предоставления работ клиенту

Если провайдер услуг доставляет исходящие данные клиенту перед завершением сбора данных, должны быть включены соответствующие уведомления и предупреждения об ограничениях данных, основанных на частичных и неподтвержденных ответах.

Провайдер услуг не должен представлять результаты исследований с большей достоверностью, чем те, которые могут поддержать данные.

Провайдер услуг должен предоставить клиентам достаточную информацию, чтобы они могли понимать анализ, любые потенциальные источники ошибок и системные погрешности, а также средства контроля над такими системными погрешностями.

Провайдер услуг должен интерпретировать результаты исследования в связи с проблемой исследования, подкрепленной результатами эмпирическими исследованиями и, где это применимо, другими данными. Интерпретации и рекомендации, основанные на результатах эмпирических исследований, следует отличать от личных взглядов и мнений.

Требования к отчетности должны учитывать область применения проекта и согласованные договоренности с клиентом.

Отчетность или предоставление результатов клиентам по завершению проектов должны охватывать следующие минимальные требования плюс дополнительные требования, специфичные для приложения:

а) имя клиента и имя провайдера услуг по проведению исследований;

b) цели исследования;

c) идентификация полных или частичных субподрядных услуг, если требуется;

d) целевая совокупность элементов исследования;

д) методы сбора данных;

f) даты проведения полевых исследований или сбора данных;

g) типы поощрительных средств, где это применимо;

h) методы статистического анализа, где это применимо;

i) допустимая погрешность выборки, где это применимо;

j) где это уместно, заявление об основных ограничениях, влияющих на достоверность выводов.

Там, где это возможно, заявление о том, что исследование проводилось в соответствии с этим документом, должно быть включено в отчет клиенту.

Примечание - См. B.8, C.4 и F.7.3 для дополнительных требований к отчетности, применимых для каждого метода сбора данных.

Требования к отчетности для конкретного приложения должны включать:

- процессы валидации, проверки и /или мониторинга;

- достоверность выводов и исходящее из этого влияние на точность и согласованность данных.

3.5.4.3 Публикация результатов исследования

Провайдер услуг не должен публиковать результаты исследований, если:

a) исследование было проведено за счет провайдера услуг или согласовано с клиентом иным образом с учетом соответствующих правовых и нормативных требований; и

b) провайдер услуг предпринял все разумные попытки, чтобы убедиться, что выводы были адекватно подтверждены соответствующими данными.

При публикации результатов презентация провайдера услуг должна четко отделяться от их интерпретации. Провайдер услуг также должен обратить внимание клиента на его обязанности в отношении публикации результатов исследований, независимо от того, определен ли провайдер услуг.

3.6 Анализ управления и улучшения

3.6.1 Входные данные

Провайдер услуг должен контролировать и проверять ежегодно положения о предоставлении услуг, процессы, внутренние системы документирования и SoA.

Обзор должен включать требования базовой структуры и каждого приложения, которые утверждает провайдер услуг. Обзор должен предоставить доказательства:

а) соответствие или несоответствие вышесказанному, включая результаты аудита и оценки;

b) действия, предпринимаемые, когда это необходимо, для устранения и предотвращения повторения любого несоответствия;

c) сделанные и/или запланированы улучшения;

d) осведомленность высшего руководства обо всех нарушениях и несоответствиях, связанных с юридическими, нормативными или отраслевыми вопросами, включая любые возникающие действия;

е) оценка удовлетворенности клиентов;

f) рассмотрение жалоб и контроль над жалобами (например, клиент, респонденты).

Провайдер услуг также должен проводить обзор SoA, чтобы убедиться, что он остается представителем предоставляемых услуг, и, если это не так, вносить изменения. Обзор должен включать требования базовой структуры и каждого приложения, включенного в SoA.

3.6.2 Исходящие данные

Результаты проверки должны быть проверяемыми и содержать доказательства согласованных результатов работ, включая сроки, где это применимо.

3.7 Внутренние аудиты

Программа внутреннего аудита должна планироваться и выполняться провайдером услуг не реже одного раза в год, чтобы подтверждать соответствие настоящему стандарту и информировать провайдера услуг о текущей работе и определять возможности для улучшения.

Приложения, указанные в SoA, должны быть включены в программу внутреннего аудита. В рамках программы внутреннего аудита проекты или составные части проектов должны подлежать аудиту.

Аудиты, расследования или другие результаты испытаний, последующие действия и результаты работ должны регистрироваться провайдером услуг и, при необходимости, указываться в соответствующих проектах клиентов.

Внутренние аудиторы должны пройти соответствующее обучение у провайдера услуг и, где позволяют условия, они должны проводить аудит своей собственной работы.

3.8 Нормативные требования

Провайдер услуг должен установить, внедрить и поддерживать процедуру:

- определять юридические требования, применимые к предлагаемой деятельности;

- определять, как эти требования применяются к предлагаемой деятельности.

Провайдер услуг должен обеспечить соблюдение этих применимых нормативных требований.

Приложение A

(обязательное)

Выборка, включенная в панель респондентов

A.1 Общие положения

Провайдер услуг, который предлагает услуги выборки, напрямую или в качестве субподрядных услуг, должен соответствовать приложению А.

Приложение А охватывает важные требования для панели респондентов. Дополнительные требования к панели респондентов приведены в приложениях E и F.

Приложение А следует читать в контексте пункта 4.

Провайдер услуг должен документировать методы и процессы, связанные с методологиями выборки и источниками выборки.

Провайдер услуг должен информировать клиентов о том, как были набраны участники для участия в исследовании, четко различая два основных типа выборки:

а) вероятностная выборка; и

b) не вероятностная выборка; и четыре основных типа источников:

1) панели респондентов, состоящие из участников, которые согласились стать членами для участия в деятельности по сбору данных исследований;

2) базы данных, созданные для любых целей, отличных от участия в деятельности по сбору данных исследования, например клиентские базы данных для маркетинговых целей;

3) статистические данные (например, национальная перепись, географические данные, данные о доставке по почте, национальный регистр идентификации); и

4) другие источники, включая, но, не ограничиваясь этим, выборка в режиме реального времени.

A.2 Выборка

A.2.1 Общие положения

Провайдер услуг должен подтвердить с клиентами дизайн исследования и методы, которые будут использоваться для выборки проб для целей исследования. Процесс должен быть задокументирован для обеспечения дальнейшей репликации при необходимости. Провайдер услуг должен регистрировать и сообщать клиентам о любых соответствующих фактах, таких как системные погрешности выборки, которые могут уменьшить проекцию выборки на определенную целевую совокупность исследования/потребительскую группу.

Во время цитирования и/или планирования проекта провайдер услуг должен информировать клиента, если должна использоваться целевая выборка, то есть, если должна использоваться информация с личными данными для целей целевых совокупностей исследования.

Провайдер услуг должен обеспечить, чтобы в проекте выборки использовалась указанная процедура выбора (например, стратификация, кластеризация, назначения) и ее можно было отслеживать. Провайдер услуг должен четко представлять типы вопросов предварительного отбора и их предполагаемое использование. Провайдер услуг должен проверить характеристики выборки, включая выборку, предоставленную третьими сторонами, на соответствие критериям отбора образцов исследовательского проекта. Требование проверки применяется к полевым работам, проводимым провайдером услуг и или субподрядчиками.

Когда используются клиентские базы данных, провайдер услуг должен согласовать с клиентами, каким образом используются базы данных, и устранить любые потенциальные ограничения.

Примечание - В случае работы субподрядчиков проверка может включать информирование субподрядчиков о требуемых характеристиках выборки и проверку полученных проб на соответствие этим спецификациям.

А.2.2 Размер выборки

Провайдер услуг, ответственный за разработку исследования или анализ данных, должен порекомендовать размеры выборки на основе достаточно подробных данных от клиентов, чтобы обеспечить допустимость изменений выборки и в любых подгруппах, имеющих отношение к анализу, для предполагаемых целей. Провайдер услуг должен описать сильные стороны и ограничения рекомендуемых размеров выборки.

Примечания

1 Это требование не применяется, если провайдер выборки не разрабатывает исследование или не анализирует данные.

2 Входные данные от клиентов могут включать степень риска, с которой они совместимы, ожидаемые размеры и конкретные под выборки, в которых они заинтересованы.

A.2.3 Отбор выборки и конструкция

Провайдер услуг должен обеспечить:

а) завершенные интервью, содержащиеся в окончательных наборах данных, представляющие целевые совокупности исследования и цели любых исследований; и

b) прослеживание квот или целевых критериев, используемых в выборках. Это включает предоставление информации о смешивании источников выборки, использовании технологии маршрутизации выборки и поощрительные средства, предлагаемые участникам.

A.2.4 Прозрачность выборки

A.2.4.1 Провайдер прозрачности выборки

Провайдер услуг должен предоставлять клиентам информацию о любых типовых процессах разработки выборки по запросу. В зависимости от конкретного подхода к отбору проб это должно включать:

а) описание структур выборки или источников, из которых взяты пробы, включая:

- тип используемых источников выборки (например, панель респондентов, выборка в режиме реального времени, динамическая выборка, интернет-трафик, клиент, списки ассоциаций);

- как новые выборки интегрируются в структуру выборки, как создаются или отбираются пробы, включая любых используемых субподрядчиков;

- методы аттестации и количество случаев, которые были исключены в результате проверки данных, включая методы, используемые для замены отсутствующих случаев так, чтобы данные отражали целевые совокупности исследования (в случае не случайных выборок);

b) процедуры, используемые для набора потенциальных участников панели, сообществ или текущих исследовательские программы;

c) приглашение (я) для участия, напоминания и используемые устройства сбора данных;

d) процедуры, используемые для очистки и обновления выборки, включая любой мониторинг эффективности участия отдельных исследователей, контроль качества для минимизации удовлетворительных или мошеннических действий и шаги, предпринимаемые при выявлении такого поведения;

e) процедуры поддержки респондентов (например, обследование или панель технической поддержки);

f) тип (ы) поощрительных средств, предлагаемых респондентов, и то, как эти поощрительные средства применяются;

g) методы выборки, используемые для отбора потенциальных респондентов из структур выборки или из эквивалентов, и используемые методы, для обеспечения того, чтобы выборка представляла или описывали (в случае не случайных выборок) целевые совокупности исследования, включая любые используемые квоты или методы смешивания выборок;

Примечание - Провайдеры выборок могут предлагать некоторые или все следующие услуги:

- панели респондентов;

- посредническая выборка (практика покупки и перепродажи проб);

- агрегация выборки (практика объединения или объединения нескольких источников выборок); и

- технология маршрутизации или доступ к технологии маршрутизации.

h) конкретные критерии, используемые при отборе выборки, такие как квоты или другие критерии фильтрации;

i) любые существующие процедуры для максимизации последовательности выборки для отслеживания или последовательного выполнения проектов;

j) если необходимо, информацию об ошибке выборки или другую информацию, которая может использоваться для описания качества выборки;

k) где приглашены выборки респондентов:

- подсчет количества единиц выборки, отобранных и запрошенных;

- количество отклоненных писем (которые могут быть подсчитаны и удалены на уровне панели);

- количество частичных интервью; и

- количество полных, завершенных интервью и причины любой разницы в запланированных и достигнутых выборках и способы решения любых проблем в этом вопросе;

l) где приглашены выборки респондентов, пропорции желательных респондентов, включая метод определения и расчета для неслучайных выборок, или коэффициенты ответов, включая метод определения и расчета для случайных выборок;

m) где используются маршрутизаторы или аналогичные методы:

- подсчет количества прошедших отбор потенциальных респондентов;

- любые конкретные используемые критерии;

- количество квалифицированных респондентов;

- правила, касающиеся количества респондентов исследовательских проектов; и

- время, проведенное в маршрутизаторах;

n) документация о методах, которые известны или предположительно вызывают системную погрешность при выборе респондентов;

o) утверждение относительно способности панелей или выборок точно представлять или описывать (в случае неслучайных выборок) любые предполагаемые целевые совокупности исследования и, в зависимости от случая, тип и степень ошибок, связанных с использованием случайных и неслучайных выборок;

р) утверждения о возможных ошибках выборки.

A.2.4.2 Прозрачность выборки для пользователей

Провайдер услуг должен информировать клиента о том, что доступна и предоставляется по запросу следующая информация:

а) структуры выборки или эквивалент, источники и используемые методы выборки;

b) даты проведения полевых работ;

c) средний анкетный вопросник или продолжительность интервью;

d) общее количество проведенных интервью;

e) любые квоты или другие спецификации, используемые при отборе выборки;

f) отборщики, анкетные вопросники, руководства для дискуссий и другие соответствующие устройства и документы для сбора данных;

g) подсчет количества респондентов, чья личность была успешно подтверждена, при проведении личной аттестации личности;

h) описания любых используемых методов устранения дублирования, количества удаленных в результате ответов, а также мер, принятых для замены удаленных ответов;

i) использованные меры по вовлечению респондентов и анонимная учетная запись каких-либо удаленных или замененных респондентов, вследствие плохого исследовательского поведения;

j) информация об исключении;

k) пропорции желаемых респондентов (где это возможно) и методы, используемые для их расчета; l) показатели завершения; и

m) по запросу, была ли утверждена какая-либо часть проекта с субподрядчиком и, если да, то с какими организациями.

A.3 Случайная выборка

Провайдер услуг должен гарантировать, что конкретный используемый метод выборки гарантирует, что каждый человек или единица в пределах целевой совокупности исследования или структуры выборки имеет вычисляемую ненулевую вероятность включения в выборку. Источники данных, используемые для выбора точек выборки и / или отдельных лиц или единиц, должны быть документированы. Провайдер услуг исследования может использовать последующее оценочное взвешивание записей респондентов, чтобы противодействовать системным погрешностям в структуре из-за отсутствия ответа, недостаточного покрытия и других причин. Это должно быть прослежено для целей будущей репликации.

A.4 Неслучайные выборки

A.4.1 Общие положения

Неслучайные выборки могут включать, но не ограничиваются, следующим:

а) панели респондентов (онлайн или офлайн);

b) экспресс-опросы (онлайн или офлайн);

c) социальные масс-медиа (онлайн или офлайн);

d) списки или другие источники неизвестного освещения (онлайн или офлайн);

e) смешивание нескольких источников, включая интервьюирование в нескольких режимах (например, объединение онлайн и автономных выборок, панелей респондентов, сетевых экспресс-опросов); и

f) технология маршрутизатора (онлайн).

A.4.2 Критерий качества для неслучайных выборок

Когда используются случайные источники для отбора выборки для исследовательских проектов, провайдер выборки должен документировать и предоставлять клиентам:

a) описания структур выборки или других источников и методов, из которых была взята, построена и/или получена выборка, и целевые совокупности исследования, которые должна представлять выборка;

b) используемые методы выборки, то есть процедура, используемая для отбора желаемых респондентов из структур выборки или эквивалентных, и методы, используемые для обеспечения того, чтобы выборки представляли целевые совокупности исследования, включая любые используемые квоты;

c) критерии, используемые при отборе выборки, включая любую информацию, относящуюся к выборке отсутствия ответа на вопрос;

d) подсчет количества отобранных единиц выборки;

e) описания любых проблем, возникающих при отборе выборки, и способов решения проблем;

f) методы оценочного взвешивания и прогнозирования;

g) методы сбора данных для выборок;

h) соответствие образцов для этой цели;

i) оценка того, насколько хорошо выборки представляют целевые совокупности исследования и любые связанные с этим последствия для качества данных;

j) по возможности, соответствующие данные из других источников, которые могут быть использованы для оценки потенциального системного смещения; и

k) информация, необходимая для панелей респондентов, когда используется панель респондентов.

В случае выборки квот провайдер услуг должен знать и определять целевые совокупности исследования в соответствии с определнными критериями. Провайдер услуг должен включать характеристики, относящиеся к общей численности населения, количеству интервью, а также источникам и датам начала контроля квот в планах квот.

A.4.3 Повторение выборки, идентификатор устройства ID, файлы cookies и подобные объекты

A.4.3.1 Общие положения

Провайдер услуг должен предпринять разумные усилия для удаления повторяющихся респондентов, некоторые из которых могут появляться в результате использования нескольких источников (например, панелей, социальных сетей, выборки в режиме настоящего времени) для разработки образцов.

A.4.3.2 Идентификатор устройства ID

Если идентификатор устройства ID используется для удаления повторяющихся респондентов в выборках, провайдер услуг должен использовать технологию идентификатора устройства ID, которая способна поддерживать идентификацию географического местоположения, а также, по возможности, дублирование и идентификацию прокси-сервера. Провайдер услуг должен обладать прозрачностью в отношении точности своей методики и информировать пользователей о ее ограничениях.

Провайдер услуг должен информировать пользователей о требованиях защиты данных, связанных с использованием, передачей и хранением идентификаторов устройств ID.

A.4.3.3 Файлы Cookies и подобные объекты

Провайдер услуг должен использовать или сотрудничать только с третьими сторонами, которые используют файлы cookie и другие подобные объекты, включая общие локальные объекты (например, «флэш-файлы cookie») и веб-жучки (включая прозрачные или чистые файлы GIF) для законных исследовательских целей. Эти цели включают в себя:

a) идентификацию респондентов или списки панелей, как это требуется для услуг, запрашиваемых респондентами (то есть для участия в панелях и исследованиях);

b) проверка и предотвращение мошенничества, включая законное использование в технологиях идентификаторах устройств ID; и

c) отслеживание действий, таких как исследования по оценке рекламы и другие соответствующие виды исследований.

При использовании файлов cookie и других подобных объектов, провайдер услуг должен соблюдать применимые отраслевые коды, включая разделение исследовательской и маркетинговой деятельности. В некоторых нормативных документах это включает получение согласия респондента на размещение файлов cookie и других подобных объектов на устройствах впервые и размещение уведомлений о файлах cookie на любых связанных веб-сайтах.

Провайдер услуг должен информировать респондентов о характере, наличии и назначении файлов cookie и других подобных объектов. Эта информация должна быть представлена простым языком, чтобы респонденты и списки панелей могли дать согласие.

A.4.3.4 Другой метод

Если провайдер услуг использует альтернативы технологии идентификатора устройства ID, файлы cookie и другие подобные объекты, эти альтернативы должны выполнять эквивалентные функции с таким же или лучшим уровнем точности и эффективности. Эти методы включают в себя другие технологические решения, а также технологические решения.

Провайдер услуг должен полностью документировать результаты процесса удаления дубликатов, который предоставляется клиентам по запросу в анонимной форме.

А.4.4 Перемешивание выборки

Провайдер услуг должен использовать смешивание выборки, включая источники, проценты и методы, используемые для смешивания выборки с призрачностью.

Всякий раз, когда провайдер услуг проводит смешивание источника выборки, включая идентификацию имени с помощью компьютера, он должен внимательно следить за тем, чтобы не передавать личные данные члена панели третьей стороне без согласия респондента.

Примечание - Эта практика иногда использует методы балансировки при отборе выборки и может использовать методы профилирования, оценки или сопоставления техник.

A.4.5 Автоматизация выборки

Провайдер услуг, использующий или работающий с технологией для автоматизированных процессов выборки (включая маршрутизаторы и обмены источниками выборки), должен быть полностью прозрачен в отношении процесса автоматизации выборки, включенных источников и используемых технологий.

Провайдер услуг, использующий маршрутизаторы, должен предоставить или иметь доступ к следующей информации:

а) используются ли в маршрутизаторах последовательный или параллельный дизайн;

b) количество потенциальных респондентов, прошедших отбор;

c) используемые особенные критерии, количество подготовленных респондентов; и

d) правила, используемые в отношении количества запросов исследования, которые делают респонденты.

Когда известно, что использование определенных маршрутизаторов вызывает систематическую погрешность при выборе респондентов, провайдер услуг должен документировать эту информацию и предоставлять ее клиентам.

Примечание - Маршрутизаторы обычно определяются как последовательные или параллельные:

- последовательный маршрутизатор обычно использует процесс, посредством которого респондент последовательно проверяется на наличие доступных исследований в среде маршрутизации;

- параллельный маршрутизатор обычно использует процесс, в котором респондент подвергается предварительной серии предвыборных вопросов из всех или подгруппы исследовательских проектов, выполняемых в среде маршрутизации.

**А.4.6 Смешивание образцов, автоматизация выборки, технологические решения и личные данные**

Провайдер услуг должен гарантировать, что персональные данные не будут передаваться при использовании методов смешивания выборки, обследования и автоматизации выборки или технологических решений для измерения качества, пока не получено согласие респондента.

A.4.7 Фальшивые и невнимательные ответы

Перед началом опроса Провайдер вправе с целью получения от Респондента как можно более достоверной информации, минимизации воздействия фальшивого или невнимательного участия Респондента, получить от Респондента письменное обязательство о добросовестном участии в опросе (подписание Обязательства установленной формы).

Провайдер услуг должен проделать процедуру для выявления фальшивого или невнимательного участия и минимизировать его воздействия на данные и качество исследований, которые могут включать в себя любое из следующего:

а) время заполнения анкеты-вопросника, если применимо;

b) доля не отвеченных вопросов и, если применимо, остаются ли конкретные основные вопросы без ответа;

c) сравнение между хотя бы одним элементом данных профиля (например, возраст, физический адрес) респондентов и данных из других источников;

d) перекрестные ссылки и перекрестная проверка на внешние данные (например, данные об использовании и отношении);

e) степень выбора несущественных ответов, таких как «Не знаю» или «Отказываюсь»;

f) шаблонные ответы в матричных или сеточных вопросах (например, прямолинейность, случайные ответы);

g) обнаружение противоречивых ответов (например, сравнение ответов как на положительно, так и на отрицательно сформулированные вопросы в одной и той же атрибутной батарее);

h) вопросы, включающие категории маловероятных или вымышленных ответов;

i) ставить вопросы, такие как «Поставить флажок в крайнем правом углу», в матрицах или вопросах о навыках;

j) соответствующие ответы на открытые вопросы; и

k) цифровые отпечатки пальцев.

Провайдер услуг должен работать с клиентами, чтобы определить меры для использования.

A.4.8 Особые соображения

A.4.8.1 Мобильность

A.4.8.1.1 Непредусмотренные мобильные респонденты

Провайдер услуг должен раскрыть, разрешено ли респондентам отвечать с помощью мобильных устройств в исследовательском проекте, не предусматривающем мобильные устройства.

а) Кроме того, провайдер услуг должен, по запросу, раскрывать количество заполнений или попыток на мобильных устройствах и последствия для репрезентативности выборок для целевых совокупностей элементов исследования.

b) Провайдер услуг должен стремиться оптимизировать исследования в форме онлайн, чтобы они хорошо отображались на любом цифровом устройстве.

A.4.8.1.2 Новые источники выборки для мобильного исследования рынка

Провайдер услуг должен быть прозрачным в отношении источников выборки для мобильных исследований и предоставлять отчеты, указанные в А.2.4.1.

**А.4.8.2 Категория и другие виды исключений**

Отвечая на запрос о категории или метода исключения, провайдер услуг должен раскрыть конкретный используемый метод (ы).

**A.5 Панели респондентов**

**А.5.1 Общие требования к панелям респондентов**

Провайдер услуг должен активно управлять панелями респондентов. Такое управление должно включать постоянную связь между провайдером услуг и членами панели.

На этапе приглашения на участие в проекте, провайдер услуг должен получить согласие членов панели на участие в исследовательских проектах.

Панели респондентов должны содержать набор данных профиля членов панели (см. А.5.5.3).

Провайдер услуг должен убедиться, что активные члены панели отвечают следующим критериям:

а) они набираются из документированных источников;

b) они предоставили соответствующую информацию для первоначального подтверждения личности;

c) они предоставили данные профиля при приеме в исследование; и

d) они дали явное согласие на участие в исследовании в соответствии с условиями членства в панели.

Чтобы оставаться активным членом комиссии, провайдер услуг должен обеспечить выполнение хотя бы одного из следующих критериев:

- член панели выполнил, хотя бы, один исследовательский проект, если он был запрошен, в течение последних 12 месяцев, включая квалифицированное завершение, прекращение из-за отсутствия квалификации или прекращения в связи с заполнением квот;

- член панели обновил данные своего профиля за последние 12 месяцев.

A.5.2 Приглашение в проект новых членов панели

A.5.2.1 Конфиденциальность и прозрачность для панелей респондентов

Во время и после процесса приглашения в проект провайдер услуг должен сообщать и быть прозрачным с членами панели относительно общих целей панелей респондентов, режимах работы и характере использования данных, собранных от членов панели.

Провайдер услуг должен подготовить и сделать легкодоступными документированные заявления о конфиденциальности для членов комиссии во время и после приглашения в проект.

Провайдер услуг должен добавлять в панель только тех людей, которые согласны с условиями членства и согласны с будущим участием в исследовательских проектах.

Провайдер услуг должен объяснить родителям или законным опекунам, какие исследования следует проводить, чтобы получить согласие на добавление детей или социально уязвимых лиц в панели.

A.5.2.2 Приглашение в панель респондентов

На этапе приглашения в проект исследования провайдер услуг должен получить от членов панели их согласие на участие в исследовательских проектах.

Провайдер услуг должен проинформировать членов панели об общих условиях участия, включая:

а) секретность и конфиденциальность;

b) политика стимулирования поощрения и наград;

c) режимы работы (например, использование домашнего тестирования, онлайн-сообщества);

d) общий характер того, как собираются данные от членов панели во время приглашения в проект или посредством исследовательских проектов панели;

е) как могут быть переданы данные.

Во время приглашения в проект провайдер услуг должен обеспечить, чтобы потенциальные члены панели были проинформированы о том, что сотрудничество и членство в панелях респондентов является добровольным и что по запросу в любое время после набора они могут быть удалены из панелей респондентов.

A.5.2.3 Методы приглашения в проект исследования

Провайдер услуг должен раскрывать клиентам, по запросу, используемые методы приглашения в проект исследования. Провайдер услуг должен информировать клиентов об использовании открытого или закрытого приглашения. Считается, что панель респондентов закрыта, если новые члены панели не могут зарегистрироваться по собственной инициативе (например, люди не могут зарегистрироваться на общедоступном веб-сайте).

Примечание - Использование существующей базы данных может привести к систематической погрешности в панелях (например, приглашение в проект из базы данных покупателей конкретной марки автомобиля может привести к системной погрешности в будущем исследовании используемой марки автомобиля). Поэтому важно понимать источники баз данных и используемые методологии приглашения в проект исследования.

A.5.2.4 Источник приглашения в проект исследования

Чтобы дать оценку соответствия источников приглашения в проект исследования и определить, могут ли эти источники вызывать какие-либо проблемы систематических погрешностей или достоверности, провайдер услуг должен сообщать клиентам по запросу:

а) типы источников, использованных для приглашения в проект исследования в панель респондентов;

b) является ли приглашение в проект исследования результатом репрезентативных выборок целевых совокупностей исследования; и

c) количество и характер источников.

**А.5.3 Подтверждение идентификации данных**

**А.5.3.1 Общие положения**

Провайдер услуг должен подтвердить заявленные идентификационные данные новых членов панели (см. A.5.3.2). Провайдер услуг должен:

а) документировать процесс подтверждения идентификационных данных новых членов панели;

b) записывать любые результаты и предпринятые действия; и

c) сделать процесс, анонимные результаты и предпринятые действия доступными для клиентов по запросу.

**А.5.3.2 Подтверждение личности на этапе приглашения в проект исследования**

Провайдер услуг должен удостовериться, что личность потенциальных членов панели проверена во время приглашения в проект исследования. См. E.3.2 для конкретных изменений, которые могут использоваться при проверке.

A.5.3.3 Последующее подтверждение личности

Провайдер услуг должен подтверждать личность, используя соответствующие документированные методы, каждый раз, когда члены панели участвуют в исследовании.

Работая с клиентами, провайдер услуг должен внедрить процессы для выявления и устранения фальшивых и невнимательных респондентов, документирования этих процедур и предпринятых действий. Обязанности в этом вопросе могут быть разделены между провайдером услуг, клиентами и / или субподрядчиками, так как они могут быть не в состоянии полностью удовлетворить это требование.

В зависимости от характера проекта и использования панели респондентов провайдер услуг должен включить один или несколько методов проверки, указанных в E.3.2.

**A.5.4 Запрос на отписку или отказ от панели респондентов**

Провайдер услуг должен предоставить членам панели простой метод удаления из панелей респондентов, если они того пожелают. Провайдер услуг должен выполнить запрос на удаление как можно скорее, но не позднее, чем через 30 дней после запроса. Провайдер услуг не должен выбирать членов панели для будущих научных исследований из каких-либо соответствующих панелей респондентов, если только поставщик услуг не получит новых одобрений от бывших членов панелей для возобновления участия в будущих наборах или исследованиях.

A.5.5 Структура и размер панели респондентов

A.5.5.1 Структура панели респондентов

Провайдер услуг должен описать структуру панелей респондентов и предоставить эту информацию клиентам по запросу и в той степени, в которой это имеет отношение к конкретным исследовательским проектам. Описание должно включать:

а) группы населения, включенные и/или исключенные из панелей респондентов (например, домашние потребители, специалисты-практики, бизнес-группа); и

b) любые подгруппы в панелях респондентов, из которых могут быть выбраны конкретные выборки или подвыборки, а также размер относительно общего размера любой панели респондентов.

Если цель приглашения в проект исследования для панелей респондентов состоит в отражении профилей целевых групп (например, по возрасту или социально-экономическому классу), провайдер услуг должен продемонстрировать это с помощью соответствующих вспомогательных данных.

A.5.5.2 Размер панели респондентов

A.5.5.2.1 Общие требования

Провайдер услуг должен определить и сделать прозрачными для клиентов размер и возможности панели респондентов, учитывая, что:

а) только активные члены панели должны быть включены;

b) другие члены потребительских панелей не должны быть включены, хотя также могут быть предоставлены оценки общего количества домохозяйств;

c) типичные пропорции желаемых респондентов (и методы расчета) должны быть включены только для проектов, выполненных в течение последних 12 месяцев;

d) размеры панели респондентов должны быть указаны в конкретную дату, поскольку члены панели могут постоянно выходить и присоединяться.

Примечания

1 Качество панели респондентов, а следовательно, и качество выборок, взятых из нее, в основном определяются процедурой приглашения в проект исследования и процедурой отбора членов панели, структурой панели респондентов, а также обслуживанием и использованием панели респондентов, а не по количеству членов панели.

2 Если провайдер услуг, в дополнение к источникам из своей панели, использует такие техники, как отбор выборки в режиме реального времени, маршрутизацию или другие техники, более подходящими могут быть дополнительные меры оценки пропускной способности панели.

A.5.5.2.2 Повторный контакт

При необходимости провайдер услуг должен указать свою способность предоставлять доступ к одним и тем же членам панели более одного раза, чтобы помочь клиентам оценить способность поставщика услуг выполнять повторные контакты, а также эффективно отслеживать проекты. Это рассчитывается как процент списков панели, которые завершили первый исследовательский проект набора, которые впоследствии также завершили второй исследовательский проект в течение 30-дневного периода. Другие сроки, которые будут сочтены целесообразными, рассчитываются таким же образом.

**A.5.5.3 Данные профиля членов панели**

Провайдер услуг должен обеспечить надлежащую валидацию изменений профилирования на основе панели, которые будут использоваться в анализе.

Во время приглашения в проект исследования, а также в любое время в течение участия в панелях респондентов, провайдер услуг должен собирать и обновлять данные профиля всех членов группы. Провайдер услуг может собирать не все типы данных профилирования от всех членов панели. Провайдер услуг должен предоставить определения данных профиля клиентам. Соответствующие определения данных членов панели могут включать:

а) контактные детали (например, адрес электронной почты, домашний адрес, номер телефона);

b) демографические и социально-экономические переменные (например, пол, возраст, семейное положение, достигнутый уровень образования, социально-экономическая группа); и

c) использование или владение продуктом и услугой, а также другие поведенческие данные. Для специализированных панелей респондентов могут подойти другие эквивалентные классификации.

Примечание - Данные профиля собираются для различных целей, таких как проверка активного членства в панели; предоставлять информацию для использования при валидации и аудите членов панели; предоставить соответствующие данные стратификации для использования в проекте выборки; ориентировать исследовательские возможности на списки панелей; и избегать контакта с членами панели, которые не соответствуют спецификациям, определенным в проекте образца

A.5.6 Управление панелью респондентов

A.5.6.1 Общие положения

Провайдер услуг должен документировать процедуры управления панелью респондентов, и краткое изложение этих процедур должно предоставляться клиентам по запросу.

A.5.6.2 Поощрительные средства

Провайдер услуг должен документировать процедуры управления панелью доступа, и краткое изложение этих процедур должно предоставляться клиентам по запросу.

A.5.6.3 Техническое обслуживание

Провайдер услуг должен взаимодействовать с членами панели не реже одного раза в 12 месяцев, будь то в рамках участия в проекте исследования, обновления данных профиля или иным образом. Такое взаимодействие со стороны провайдера услуг должно предусматривать двустороннюю связь между провайдером услуг и членов панели, и это должно быть задокументировано.

Провайдер услуг должен хранить данные об истории участия членов панели. Соответствующие изменения участия члена комиссии могут включать в себя:

а) продолжительность времени на панели респондентов;

b) количество и продолжительность проектов исследования, на которые приглашены члены панели, а также количество проектов, ответы на которые были предоставлены;

c) темы проектов, на которые ответили члены панели;

d) когда данные профиля были последний раз обновлены.

Провайдер услуг должен информировать клиентов, по запросу, о политиках, связанных с обслуживанием панели респондентов, включая переменные, доступные для анализа участия панели доступа.

Не реже одного раза в 12 месяцев провайдер услуг должен идентифицировать членов панели, которые более не соответствуют требованиям, предъявляемым к активным членам панели. Провайдер услуг должен определить эти списки панели как неактивных в соответствии с четкой политикой, основанной на их истории сотрудничества (например, количество последовательных приглашений в проект исследования без участия).

Провайдер услуг должен вести учет истории участия членов панели в течение двух лет.

A.5.6.4 Обновление данных профиля членов панели

Провайдер услуг должен попросить членов панели обновлять информацию своего профиля не реже одного раза в 12 месяцев и разрешать участникам панели обновлять свою информацию (например, адрес электронной почты, телефон, адрес), если они запрашивают ее в другое время.

Если в профилях не требуется никаких изменений, провайдер услуг может рассмотреть это как обновление и подтвердить его, записав дату подтверждения. В этой ситуации провайдер услуг должен зафиксировать, что члены группы имели возможность обновить свой профиль.

A.5.6.5 Системные требования

Провайдер услуг должен иметь доступные эффективные системы (на базе компьютеров или иные) для реализации требований этого документа и предоставления соответствующих данных о приглашении в проект исследования, структуре и размере профилей членов панели, управление панели респондентов и участии в исследованиях (например, наборы ответов и поведение).

A.5.6.6 Поддержка членов панели

Провайдер услуг должен предоставлять услуги технической поддержки / службы поддержки членам панели по электронной почте, посредством Интернета, по почте, телефону или другими способами. Провайдер услуг должен подтвердить и обработать запросы в течение разумного периода времени и записать эти сообщения. Служба поддержки провайдера услуг должна принимать форму одного из следующих действий, включая, по крайней мере, тех, кто не требует от членов панели нести дополнительные расходы:

а) поддержка по электронной почте;

b) телефонная поддержка; или

c) интерактивный чат через веб-сайт провайдера панели или любой другой цифровой канал.

A.5.7 Использование панели респондентов и частота участия

Провайдер услуг должен контролировать частоту участия членов группы и внедрять методы для:

а) определить, какие члены панели и в каких исследовательских проектах приняли участие; и

b) рассчитать среднее количество респондентов на одного члена панели.

Провайдер услуг должен предоставлять клиентам среднее количество участий на члена панели по запросу как для панелей респондентов, так и для конкретных выборок, которые участвовали в клиентских проектах.

Подробные записи, включая дату участия в исследовании, должны быть сохранены для каждого члена панели, включая:

- в каких исследовательских проектах им было предложено принять участие (например, тип анкеты-вопросника, категория продукта); и

- ответы на приглашения (например, попытка участия, такая как дисквалификация, прекращение, отмена, отказ от участия или подобное).

Провайдер услуг должен иметь политику в отношении количества напоминаний, которые члены панели могут получать в связи с каждым приглашением на исследование. Эта политика должна указывать число, которое не считается слишком большим.

Примечание - Частота участия членов панели может повлиять на тип и величину ошибки в определенных типах исследований.

Приложение B

(обязательное)

Полевое обследование

B.1 Общие положения

Провайдер услуг, который предлагает сбор данных с использованием методологий полевых обследований, будь то напрямую или в качестве субподрядных услуг, должен соответствовать приложению B.

Приложение B настоящего документа следует читать в контексте пункта 4.

B.2 Менеджмент, приглашение в проект исследования и обучение исполнителей полевого обследования

B.2.1 Приглашение в проект исследования исполнителя полевого обследования

Провайдер услуг должен оценить пригодность потенциальных исполнителей полевого обследования на основе их предыдущего опыта, работы и квалификации, требований к конкретным проектам и собеседования при приеме на работу и/или рекомендаций с предыдущего места работы.

Уровни соответствующего опыта заявителей, если таковые имеются, должны быть установлены для работы, в том числе для конкретных проектов. Оценка должна включать языковую компетенцию, включая способность следовать инструкциям на языках, которые будут использоваться для сбора данных, и компетентность, эквивалентную родному языку.

Провайдер услуг должен документировать соответствующую информацию, касающуюся исполнителей полевого обследования, полученную во время набора или впоследствии (например, записи об обучении, результаты валидации). Эта документация хранится до тех пор, пока исполнители полевого обследования выполняют работу для провайдера услуг и в течение одного года после проекта.

Если исполнители полевого обследования приглашаются в проект через агентство по трудоустройству, записи о найме, хранящиеся у провайдера услуг, могут быть менее подробными, но в них должны быть указаны все соответствующие навыки и предыдущий опыт.

B.2.2 Базовое обучение для новых исполнителей полевого обследования

Содержание и область применения базового обучения должны соответствовать характеру и сложности работы, выполняемой провайдером услуг (например, личное интервьюирование, телефонное интервью, качественный набор респондентов, исследование наблюдений). Если исполнители полевого обследования впоследствии используются для различных видов работы (т.е. работ, которые отличаются от типа, охваченного в уже полученном базовом обучении), включая использование компьютерных интервью (CAI), провайдер услуг должен провести соответствующее дополнительное базовое обучение.

Базовое обучение, предоставляемое провайдером услуг, должно включать следующее:

а) общие принципы исследования рынка, общественного мнения и социальных проблем;

b) этические и правовые требования, включая гарантии респондентов и вопросы защиты данных;

c) соответствующие требования любых национальных или международных кодексов, которых придерживается провайдер услуг;

d) обращение с детьми или социально уязвимыми лицами;

e) навыки интервьюирования, обучение основам поведенческой психологии и/или другие соответствующие методы;;

f) где это уместно, использование технологии (например, CAI);

g) ролевые игры и испытания для интервью или соответствующие виды обучения для других методов сбора данных.

Персонал по сбору данных провайдера услуг должен сопровождать или контролировать, в зависимости от случая, исполнителей полевого обследования в первый день их работы (например, следить за телефонными интервью). Кроме того, провайдер услуг должен валидировать первые назначения исполнителей полевого обследования после базового обучения, включая предоставление обратной связи. Если провайдер услуг не осуществляет такой мониторинг или сопровождение, работа с первого назначения должна быть валидирована.

Провайдер услуг должен записывать базовое обучение, предоставляемое исполнителям полевых обследований, включая содержание, продолжительность и личность преподавателей. Провайдер услуг должен обеспечить, чтобы обучаемые и преподаватели аутентифицировали записи обучения по подписи или эквивалентным образом.

Примечания

1 Когда данные собираются респондентами, требования, относящиеся к базовому обучению, продолжению обучения и оценке, не применяются.

2 Респонденты не являются исполнителями полевого обследования.

B.2.3 Продолжение обучения и аттестация исполнителей полевого обследования

Провайдер услуг должен проводить оценку производительности не реже одного раза в год для исполнителей полевого обследования, которые регулярно используются провайдером услуг (например, для пяти проектов /волн исследования или более в течение календарного года или для других сопоставимых распределений работы). Провайдер услуг должен проводить аттестацию не так часто используемых исполнителей полевого обследования с интервалами, которые посчитает целесообразными провайдер услуг, и эта политика должна быть задокументирована.

Кроме того, провайдер услуг должен обеспечивать постоянную обратную связь с исполнителями полевого обследования в течение года, по мере необходимости.

Любые аттестации, проводимые провайдером услуг, должны позволять вести диалог между исполнителями полевого обследования и управляющим персоналом по сборам данных провайдера услуг (например, личные интервью, по телефону, другими цифровыми методами), и должны включать обратную связь от валидации работы.

Аттестации, проводимые провайдером услуг, должны выявить необходимость дальнейшего обучения отдельных исполнителей полевого обследования, при необходимости. Например, потребность в обучении может быть определена различными способами. В результате редактирования анкетного вопросника, валидации полевых обследований или сопровождаемых или контролируемых интервью.

Провайдер услуг должен отличать дальнейшее обучение, как описано выше, от необходимости дополнительного обучения, когда исполнители полевого обследования назначаются для новых видов работы или обязанностей (например, собеседование со специалистом, надзорная работа).

Провайдер услуг должен документировать отчеты об аттестации и сведения о любом дополнительном обучении и сохранять эти записи вместе с записями персонала исполнителей полевого обследования.

Исполнители полевого исследования, успешно работавшие в одном исследовании и изъявившие желание работать в следующем исследовании, могут претендовать при согласии Провайдера на особые условия поощрения.

B.3 Идентификационный документ (ID) исполнителя полевого обследования

Провайдер услуг должен выдавать исполнителям полевого обследования, проводящим личное интервью, идентификационный документ, (ID), предпочтительно с фотографией. Документ должен включать в себя период действия (например, дату выдачи и дату истечения срока действия, год, в течение которого действителен идентификационный документ), а также имя и контактные данные субъекта (например, провайдера услуг, исполнителя полевого обследования), которому он принадлежит.

B.4 Проведение инструктажей, связанных с проектом

B.4.1 Общие положения

Провайдер услуг должен предоставить брифинг и /или инструктаж для каждого проекта (или специфику для каждой волны исследования) исполнителям полевого обследования, даже если они начинают работу после того, как полевые обследования уже начались. Ответственность за брифинг и/или инструктаж несет лицо, оказывающее услуги, которое полностью понимает требования к каждому проекту.

B.4.2 Количественные проекты

В брифингах и/или инструктажах для количественных проектов провайдер услуг должен включать, при необходимости, следующую информацию:

а) даты и время проведения полевых обследований;

b) процедуры выборки;

c) требуемые квоты;

d) методы сбора данных;

e) инструкции по администрированию анкет-вопросников или других устройств для сбора данных и поощрительных средств;

f) приемлемые и неприемлемые методы рекрутинга;

g) конкретные исключения и ограничения, применимые к респондентам;

h) любые особые требования.

B.4.3 Качественные проекты

В брифингах и/или инструктажах для качественных проектов провайдер услуг должен включать, при необходимости, следующую информацию:

а) даты и время проведения полевых обследований;

b) ключевые критерии набора персонала;

c) требуемые квоты;

d) количество респондентов, которые будут приглашены для каждой групповой дискуссии или углубленного интервью;

е) приемлемые и неприемлемые методы найма;

f) конкретные исключения и ограничения, применимые к респондентам;

g) будет ли использоваться оборудование для наблюдения;

h) должно ли происходить наблюдение клиента;

i) инструкции по администрированию анкет-вопросников или других устройств сбора данных и поощрительных средств;

к) любые особые требования.

B.5 Сбор данных по телефону/CATI

B.5.1 Общие положения

Провайдер услуг должен определить максимальное количество попыток вызова на отдельные телефонные номера в течение одного дня, одной недели и всего для проекта и убедиться, что оно не превышено.

Провайдер услуг должен определить и обеспечить, чтобы системы CATI имели минимальное время ожидания для каждого вызова, прежде чем вызываемый телефонный номер будет считаться без ответа/ попытка вызова.

Примечание - Во многих странах существуют точные требования к максимальному количеству попыток вызова. Эти цифры либо являются законодательными показателями, либо они определяются стандартами / отраслевыми кодексами.

Если проекты CATI выполняются в стране или странах, где списки без вызова являются обязательными, провайдер услуг должен включить эти списки в системы до начала полевых обследований.

B.5.2 Номера стационарных и мобильных телефонов

Перед началом работы над проектом провайдер услуг должен сообщить клиенту, как будут смешиваться номера стационарных и мобильных телефонов.

**B.5.3 Интеллектуальный набор и немые звонки**

При использовании оборудования для интеллектуального набора номера провайдер услуг должен обеспечить строгое соблюдение стандартов и отраслевых кодов. Провайдер услуг должен установить:

а) минимальное время ожидания от начала вызова с телефонного номера респондента и завершения вызова из-за отсутствия ответа. Это время ожидания должно быть определено и задокументировано;

b) приемлемое время для доступных исполнителей полевого обследования, чтобы начать проводить интервью с респондентами, которые ответили на звонок. Провайдер услуг должен определить и задокументировать приемлемое время для завершения «немых вызовов», когда вызовы прекращаются, если нет доступных исполнителей полевого обследования;

c) программирование систем интеллектуального набора номера, чтобы гарантировать, что немые вызовы являются минимальной долей совершаемых вызовов.

Примечание - Во многих странах существуют четкие правила, связанные с немыми звонками, например, максимальное количество немых звонков, разрешенное в рамках одного исследовательского проекта. Это количество может быть даже нулевым.

Когда исследовательские проекты провайдера услуг генерируют немые звонки, необходимо записать следующее:

- установка конфигурации любого оборудования автоматического набора;

- методы управления, используемые для любых сгенерированных немых звонков;

- процедуры рассмотрения жалоб на немые звонки. Эти процедуры должны включать в себя информирование получателей о немых звонках телефонных номеров, с которых были сгенерированы вызовы.

B.5.4 Жалобы и обратные звонки

Провайдер услуг должен установить и документировать процедуры рассмотрения жалоб. Это должно включать информирование получателей вызовов о номере телефона, с которого были сгенерированы вызовы.

Провайдер услуг должен гарантировать, что респондентам, которые перезванивают, предоставляется возможность подключиться к живому человеку или записи, где они проинформированы о следующем:

а) личность исследовательских организаций, которые сделали вызов;

b) заверения в том, что звонки были сгенерированы для исследовательских целей.

B.6 Сбор количественных данных

B.6.1 Общие положения

Этот раздел охватывает сбор качественных данных от респондентов, которые согласились участвовать специально обученными модераторами или исполнителями полевых обследований.

При сборе качественных данных в режиме онлайн взаимодействие между респондентом и модератором или исполнителем полевого обследования может осуществляться через различные цифровые интерфейсы. Цифровые качественные методы могут проводиться в режиме реального времени или в течение продолжительного периода времени (асинхронного), в течение которого респонденты и модераторы / исполнители полевых работ имеют гибкость при входе в систему для просмотра, участия и/или публикации контента (например, сессий доски объявлений).

B.6.2 Приглашение в проект количественных респондентов

Провайдер услуг должен предоставить модераторам информацию о респондентах, порядке набора респондентов и из каких источников они набираются (например, базы данных рекрутера, панели респондентов). Эти детали подлежат конфиденциальности респондентов.

B.6.3 Качественная валидация приглашений в проект исследований

Провайдер услуг должен обеспечить, чтобы основная цель валидации набора респондентов состояла в том, чтобы подтвердить демографические и другие критерии набора ресондентов и работу исполнителейполевого обследования, а также избегать участия респондентов помимо того, что указано в программах исследования.

Если респондентов приглашают исполнители полевого обследования (например, личное интервью, интервью по телефону), провайдер услуг должен подтвердить свою работу, как указано в R7, в соответствии с требуемыми уровнями валидации. Провайдер услуг должен обеспечить, чтобы методы валидации включали повторный контакт или мониторинг (например, для набора по телефону из центральных пунктов). Провайдер услуг должен обеспечить проведение валидации; она может проходить до, во время или после сбора качественных данных. Провайдер услуг должен принять меры в случае обнаружения расхождений.

Примечания

1. Валидация путем повторного контакта может быть проведена во время сбора качественных данных. В таких случаях могут использоваться самодостаточные или самостоятельно вводимые анкетные вопросники дли валидации при условии, что они вводятся лицами, которые не участвовали в первоначальном наборе.

2. В некоторых случаях единственным критерием для набора является то, что респондент включен в список набора (например, списки клиентов). В таких случаях проверка может быть ограничена гарантией того, что приглашенные в проект респонденты действительно были в списке, и повторный контакт или мониторинг могут быть сочтены ненужными.

Если респонденты набираются в режиме онлайн, в том числе из панелей респондентов, провайдер услуг должен гарантировать, что валидация выполняется, как указано в Приложении Е. В ситуациях, когда набор и проверка выполняется одними и теми же людьми, провайдер услуг должен обеспечить, чтобы записи валидации были доступны модераторам.

Провайдер услуг должен подтвердить личность и исключить «профессиональных» респондентов на качественных интервью/групповых дискуссиях, используя соответствующую документацию респондента. Модераторы также должны подтвердить, что респонденты отвечают соответствующим критериям отбора.

Провайдер услуг должен определить, как подтверждена личность и как модераторы должны подтвердить, что они соответствуют критериям найма.

B.6.4 Качественная модерация

Провайдер услуг должен обеспечить, чтобы модераторы были проинформированы и полностью подготовлены, в том числе при использовании любых методов, не указанных в руководствах по обсуждению.

Провайдер услуг должен обеспечить, чтобы модераторы ознакомились с целями любого данного исследовательского проекта, проблемами, которые необходимо изучить, материалами для стимулирования и конкретными методами, которые будут использоваться до начала полевых исследований.

Провайдер услуг должен гарантировать, что модераторы предоставляют обратную связь, связанную с любыми проблемами, обнаруженными во время групп или интервью, включая следующее:

а) соответствие респондентов критериям отбора;

b) пригодность средств, в которых проводятся групповые дискуссии или интервью (например, физические помещения, функциональность онлайн-хостинга), аудиовизуальные услуги или техническая поддержка;

c) производительность хостов или отдельных лиц, которые получили группы, или как онлайн-сервисы управляли респондентами, прибывающими на сессии.

Провайдер услуг должен обеспечить отслеживание этой обратной связи.

B.6.5 Записи качественных исследований интервью и конфиденциальность респондентов

См. [4.1.2](#bookmark36), [4.1.3](#bookmark39) и [4.5.3](#bookmark46).

Провайдер услуг должен обеспечить, чтобы записи групп или ответов на углубленные интервью проводились только с согласия и использовались только для целей, для которых было дано согласие.

Записи, как правило, представляют собой аудио, видео или стенограммы типизированного или загруженного контента в онлайн-сессиях, но могут включать и другие. Провайдер услуг должен обеспечить, чтобы респонденты были осведомлены и дали свое согласие на записи, а также на любое предполагаемое использование информации (например, использование третьими лицами) и любые передачи данных (например, клиентам).

Провайдер услуг должен обеспечить, чтобы записи были помечены для идентификации проектов, респондентов (в том числе путем перекрестной ссылки на другие записи) и дат сбора данных.

Если записи передаются клиентам, провайдер услуг должен обеспечить, чтобы клиенты подписывали соглашения о том, что они будут использовать записи только для целей исследования, если иное не согласовано с респондентом.

Примечание - Соглашение может быть частью программы.

a) Если третьи стороны (включая клиентов) должны наблюдать за сбором качественных данных, провайдер услуг должен обеспечить, чтобы респонденты были осведомлены об этом и согласились с ним во время набора персонала и перед процессом любых наблюдений или записей.

b) Провайдер услуг должен информировать клиентов, будь то в программах или в специальных соглашениях, о том, что клиентам не разрешается использовать какие-либо личные данные о каких-либо отдельных респондентах в любых задачах наблюдения.

B.7 Валидация данных

B.7.1 Общие положения

Провайдер услуг должен провести валидацию как можно скорее во время или после периода полевых исследований (и не позднее, чем через шесть недель) и, где это возможно, до обработки полученных данных и /или представления их клиентам.

Провайдер услуг должен гарантировать, что проверка данных проводится независимым лицом (то есть кем-то, кроме исполнителя полевых работ, чья работа проверяется).

Провайдер услуг должен проверить сбор данных каждого проекта (или волны исследования), используя методы в соответствии с B.7.2, принимая во внимание:

а) необходимость валидации работы недавно принятых на работу исполнителей полевого обследования по их первому проекту;

b) необходимость частой валидации работы регулярно используемых исполнителей полевого обследования, но не обязательно для каждого проекта (положительные или отрицательные результаты валидации могут влиять на частоту последующих валидаций).

Если при валидации выявляется расхождения или проблемы, провайдер услуг должен предпринять корректирующие действия на двух уровнях:

- уровень проекта (например, замена интервью, проверка дополнительной работы, квалификация использования данных);

- уровень исполнителя полевого обследования (например, переподготовка, распределение будущей работы). В случае серьезных расхождений (например, риск фальшивой деятельности), недавняя или одновременная работа отдельных лиц должна быть подвергнута перепроверке и валидации

B.7.2 Методы валидации

B.7.2.1 Проверка записей, содержащих данные

В зависимости от рассматриваемого типа сбора данных валидация может осуществляться в соответствии с требованиями, указанными в [B.7.2.2](#bookmark61) — [B.7.2.3](#bookmark62), посредством проверки сделанных записей, содержащих проверяемые данные (например, анкетные вопросники, файлы данных интервьюирования, выполненные с помощью компьютерных устройств (CAI)) и/или посредством повторной связи с респондентом (также называемой обратной связью) и/или посредством мониторинга.

Примечание - Проверка записей, содержащих данные, может использоваться совместно с другими методами, но для некоторых видов сбора данных это может быть единственной практически реализуемой формой валидации (например, для исследования посредством наблюдения, таким как выступление в роли покупателя (тайный покупатель) и аудиты розничных объектов). Проверка записей, содержащих данные, может включать, когда это необходимо, проверку полноты записей, соблюдение требуемых выборок и/или квот, непротиворечивость ответов и сравнение ответов со среднестатистическими данными или данными других исполнителей. Проверки записей могут проводиться собственноручно или с помощью компьютера. Они могут объединяться с проверкой других сопутствующих записей (например, квитанции покупок тайных покупателей).

B.7.2.2 **Повторный контакт с респондентом (обратная проверка)**

Провайдер услуг должен обеспечить, чтобы повторный контакт с респондентом включал подтверждение того, что были проведены интервью или аналогичные мероприятия, что были соблюдены инструкции, продолжительность интервью и ответов на ключевые вопросы, включая демографические, и другие уточняющие вопросы, связанные с квотами. Повторный контакт может быть осуществлен любым средством, связанным с непосредственным общением с респондентами, например, личное интервью, по телефону, почтой, электронной почтой, GPS - трекерами или средствами удаленного прослушивания на устройствах (например, планшетах, записывающих устройствах).

B.7.2.3 Мониторинг для проведения качественного контроля

Провайдер услуг должен обеспечить, чтобы мониторинг включал интервью путем прослушивания или наблюдения во время, прослушивание записей интервью после проведения мониторинга или сопровождение руководителей для личных интервью. Там, где это технически возможно, провайдер услуг также может осуществлять мониторинг из удаленных мест. В таких случаях интервьюеры и респонденты должны быть четко слышны провайдеру услуг.

Провайдер услуг должен информировать исполнителей полевого обследования о том, что любое интервью может контролироваться. Исполнители полевого обследования не должны знать, отслеживается ли конкретное интервью (за исключением сопровождения супервайзера) провайдером услуг.

В тех случаях, когда интервью проводится на нескольких языках, провайдер услуг должен обеспечить, чтобы сотрудники обладали компетенцией в родном языке или владели эквивалентным языком для проведения мониторинга.

B.7.3 Уровни валидации

Провайдер услуг должен гарантировать, что валидация выполняется, по крайней мере, до уровней, указанных в этом пункте, в зависимости от типа проверки. Провайдер услуг должен рассчитать уровни проверки на основе общей достигнутой выборки.

В случаях, когда проверка записей, содержащих данные, является единственным методом валидации, который может быть использован провайдером услуг(например, при исследовании методом наблюдения, при розничных аудитах), требуемый уровень валидации должен составлять 100 %. В случаях, когда проверка записей, содержащих данные, проводится совместно с другими методами, отдельный уровень валидации не устанавливается.

Для всех проектов, при реализации которых сбор данных проводится посредством интервьюирования, независимо от того, проверяются ли записи, содержащие данные, валидация должна прово­диться провайдером услуг либо посредством повторного контакта с респондентами, либо мониторингом для следующих процентных уровней:

a) минимальный уровень валидации через повторный контакт должен составлять 10 % от интервью или фактов;

b) минимальный уровень валидации посредством мониторинга должен составлять 5 % от интер­вью или фактов, с прослушиванием или мониторингом примерно 75 % всего интервью. Мониторинг может быть выбран по все продолжительности интервью;

c) у провайдера услуг должна быть процедура для реагирования и решения любых выявленных проблем с помощью интервью на местах по конкретному проекту.

В исключительных случаях может оказаться организационно невыполнимым проведение повторных контактов или мониторинга на требуемых уровнях (или совсем невыполнимо) или это может вступать в противоречия с интересами респондентов. В таких случаях провайдер услуг должен сохранять записи, связанные с проектом, объясняя причину такой ситуации и информировать о других предпринятых шагах в целях валидации работы по сбору данных (например, проверка записей, содержащих данные).

B.7.4 Отчеты по проведению валидации

Для каждого проекта или очередного цикла проекта провайдер услуг должен составляться отчеты по валидации. Эти отчеты должны включать:

a) сведения о лице, проводившем валидацию;

b) описание использованных методов валидации, включая сведения о том, что было охвачено в процессе повторных контактов с респондентами, если это применимо;

c) сведения об исполнителе, работа которого подвергалась валидации;

d) описание любых выявленных отклонений или несоответствий;

e) запись по корректирующим или предупреждающим действиям, предпринятым или запланиро­ванным как на уровне проекта, так и на уровне исполнителя полевого обследования;

f) подтверждение того, что требуемый уровень валидации был достигнут (например, суммарное число интервью и число проверенных в процессе валидации).

g) Степень ответственности, которая будет возложено на исполнителя в случае выявления отклонений или несоответствий в проделанной им работе.

B.8 Отчетность клиентов по методологиям полевых обследований

B.8.1 Количественные исследования

В дополнение к минимальной информации, указанной в 4.5.4.2, следующая информация должна быть доступна клиентам по количественным исследованиям, проводимым на местах:

а) метод полевых исследований (например, лично, от двери к двери, экспресс-опрос торгового центра, CAPI, телефон, CATI);

b) детали отбора проб, включая:

- описание выборочной совокупности или ее эквивалента и то, как была отобрана выборка;

- оценка того, насколько хорошо выборка представляет целевую совокупность исследования и последствия этого;

- размер запланированной и достигнутой выборки и причины любой разницы в запланированной и достигнутой выборках и как были решены любые проблемы в этом отношении;

- пропорции ответов, где использовались вероятностные выборки, и метод его определения и расчета, или пропорции желательных респондентов, где использовались не случайные выборки;

c) количество исполнителей полевого обследования, если применимо;

d) методы валидации исполнителя полевого обследования, если применимо;

e) анкетные вопросники, любые визуальные экспонаты или демонстрационные карточки и другие соответствующие документы для сбора данных;

f) процедуры взвешивания, если применимо;

g) процедуры оценки и исчесления, если применимо;

h) количество дел, использованных в анализе подгрупп;

i) достоверность результатов, включая (если использована случайная выборка) оценку выборочную дисперсию и оценки ошибок, не связанных с выборкой.

B.8.2 Качественное исследование

В дополнение к минимальной информации, указанной в 4.5.4.2, следующая дополнительная информация должна быть доступна клиентам о качественных исследованиях, проводимых на полевых обследованиях:

а) метод полевого обследования (например, личное, телефонное или онлайн, индивидуальное или групповое интервью, синхронное или асинхронное);

b) метод или методы найма (например, экспресс-опрос торговых центров, телефон, онлайн, телефон в Интернете);

c) количество исполнителей полевого обследования или модераторов, если применимо;

d) методы валидации исполнителя полевого обследования или модератора, если применимо;

e) документы, материалы или продукты, использованные в исследовании, если применимо;

е) интервью или руководство для обсуждения;

g) утверждение, что результаты качественного исследования не могут быть спроецированы на всю популяцию из-за отбора выборки, методов интервьюирования и размера выборки.

Приложение C

(обязательное)

Физическое наблюдение

C.1 Общие положения

Провайдер услуг, который предлагает сбор данных с использованием методик физического наблюдения, будь то напрямую или в качестве субподрядных услуг, должен соответствовать Приложению С.

Приложение С к настоящему документу следует читать в контексте пункта 4.

Провайдер услуг должен документировать методы и записи, связанные с использованием методов сбора данных посредством физического наблюдения, независимо от того, проводились ли они внутри компании или вне ее. Сбор данных посредством физических наблюдений может включать такие действия, как подсчет трафика, поведение при покупках и наблюдение внутри проекта.

В случае физического наблюдения, выполняемого исполнителями полевого обследования, провайдер услуг должен соблюдать соответствующие требования Приложения B.

C.2 Методология сбора данных посредством физического наблюдения

Провайдер услуг по проведению исследования должен документировать сведения, касающиеся используемой методологии. В их состав входят:

a) целевая группа генеральной совокупности;

b) способ отбора людей или объектов наблюдения для включения в проводимое исследование;

c) критерий выборки;

d) знали ли респонденты, что за ними наблюдают;

e) использовалось ли записывающее оборудование;

f) присутствуют ли наблюдатели физически на местах.

Для всех методов провайдер услуг должен дать объяснение того, как были учтены потенциальные ошибки выборки. Степень, в которой результаты могут или не могут быть обобщены для больших групп населения, также должны обсуждаться.

C.3 Проведение инструктажей, связанных с проектом

Если исполнители полевого обследования имеют опыт работы со сбором данных посредством физического наблюдения, им должны быть предоставлены брифинги и/или инструктаж для каждого проекта (или специфика для каждой волны исследования), даже если они начинаются после того, как сбор данных посредством физического наблюдения уже начался. Ответственность за брифинг и/или инструктаж несет лицо, полностью понимающее требования касательно проекта.

Брифинг и/или инструктаж для проекта посредством физического наблюдения под руководством исполнителя полевого обследования должны включать, где это применимо и уместно, следующую информацию:

а) даты и время сбора данных посредством физических наблюдений;

b) ключевые критерии набора персонала;

c) фокус наблюдения;

d) требуемые квоты;

e) приемлемые и неприемлемые методы и поведение наблюдения, включая инструкции по тому, как избежать систематичной погрешности;

f) конкретные исключения и ограничения, применимые к респондентам;

g) будет ли использоваться оборудование для наблюдения;

h) инструкции по управлению поощрительными средствами;

i) любые другие специальные требования.

C.4 Отчетность клиентов по методикам посредством физического наблюдения

В дополнение к минимальной информации, указанной в 4.5.4.2, следующая дополнительная информация должна быть доступна клиентам относительно исследований посредством физического наблюдения:

a) целевая группа генеральной совокупности;

b) способ отбора людей или объектов наблюдения для включения в проводимое исследование;

c) критерий выборки;

d) объяснение того, как были решены потенциальные проблемы с выборкой и степень, в которой результаты могут или не могут быть обобщены для больших целевых групп;

e) подробности того, как процесс сбора данных контролировался, чтобы обеспечить его выполнение по назначению и, как следствие, повлиять на точность и согласованность данных.

Приложение D

(обязательное)

Электронное наблюдение

D.1 Общие положения

Провайдер услуг, который предлагает сбор данных с использованием пассивных методологий, напрямую или в качестве субподрядных услуг, должен соответствовать Приложению D.

Приложение D к настоящему документу следует читать в контексте пункта 4.

Требования к сбору данных с использованием пассивных методологий, рассмотренные в Приложении D, соответствуют требованиям, указанным в ISO 19731:2017, с 5.1-6.5.

D.2 Предложения и тендеры

D.2.1 Предложения и тендеры клиентам от провайдера услуг

Предложения и тендеры должны быть оформлены в письменной форме, онлайн или офлайн.

В случае неопределенности на брифинге провайдер услуг должен связаться с клиентом касательно этих вопросов.

Предложения и тендеры должны четко описывать обязанности клиента и провайдера услуг в отношении используемых инструментов и реализации результатов.

В предложениях и тендерах должны быть освещены следующие темы:

а) Информационные требования клиента;

Примечание - Возможно, что определенные информационные потребности могут быть конкретно определены только во время выполнения проекта.

b) методы или техники цифровой аналитики или веб-анализа, рекомендованные провайдером услуг;

c) цифровые источники для анализа, а также критерии, которые должны использоваться при выборе источников. Поскольку провайдер услуг и субподрядчики используют разные определения в отношении цифровых источников, в предложение или тендере должны уточняться, какие определения используются;

d) четкое изложение технических аспектов и параметров выборки, которые связаны с источником, подлежащим анализу, и которые могут определять качество данных;

e) точный период (ы) времени, который будет охватывать цифровая аналитика или веб-анализ;

f) область применения, тип и частота предоставления результатов;

g) способ и продолжительность хранения данных, которые должны храниться стороной, собирающей данные;

h) право собственности на результаты, представленные после проведения проекта.

i) затраты на выполняемые действия, включая отчет о любых возможных переменных затратах, сумма которых может быть определена только после выполнения анализа. Способ и время выставления счета должны быть указаны;

j) любые отдельные шаги, которые должны быть или могут быть заключены по субподряду с другими внешними провайдерами услуг. По запросу клиенты должны сообщить личность любого субподрядчика. Если выясняется, что после предоставления комиссии, определенные услуги необходимо приобретать у субподрядчиков, если это не указано в предложении или тендере, провайдер услуг должен немедленно уведомить об этом клиента;

k) соответствующее законодательство и правила, а также применимый профессиональный кодекс поведения;

l) заявление о том, что при выполнении проектов цифровой аналитики и веб-анализа, провайдер услуг соответствует настоящему документу;

Выдача предложения или тендера, запрошенного потенциальным клиентом, является деятельностью, которая должна быть классифицирована как «конфиденциальная», даже если предложение или тендер не приводят к комиссии.

D.2.2 Другие аспекты, которые должны быть установлены провайдерами услуг

D.2.2.1 Общие положения

Чтобы облегчить прозрачность и понимание проекта и его возможностей и/или ограничений, провайдер услуг должен подготовить и иметь в наличии для обсуждения (если требуется) с клиентами информацию, данную в пунктах [D.2.2.2](#bookmark69), [D.2.2.3](#bookmark70) и [D.2.2.4](#bookmark71).

D.2.2.2 Очистка и редактирование данных

Провайдер услуг должен документировать и иметь в своем распоряжении процессы очистки данных, относящиеся к цели исследования.

В зависимости от целей очищаемые данные могут включать:

а) омонимы (например, яблочный пирог против яблочного компьютера, целевая практика против целевого запаса);

b) данные, полученные от клиентов и их конкурентов, в отличие от данных, полученных от потребителей (например, твиты клиента);

c) рекламные объявления, купоны и рекламные материалы посредством третьих лиц (например, обувной магазин, рекламирующий их собственную продажу для обувного бренда);

d) спам (например, комментарий в блоге может гласить: «купить кроссовки купить кроссовки купить кроссовки купить кроссовки»), фальшивые аккаунты в социальных сетях;

e) данные, поступающие из новостных каналов (например, твит со ссылкой на статью в журнале).

При необходимости провайдер услуг должен указать, будут ли его процессы идентифицироваться и удаляться недопустимым/не принадлежащий человеку типом трафика, таким как:

- боты и пауки;

- недопустимые браузеры;

- внутренний траффик;

- стимулированный браузер с целью обмана рекламодателей/ издателей;

- другие источники недопустимого траффика.

Провайдер услуг должен подготовить и иметь для обсуждения (по запросу) с клиентами следующую информацию:

1) сведения о степени очистки данных вручную, с использованием автоматических алгоритмов или их комбинации;

2) объяснение ожидаемых эффектов предполагаемой стратегии очистки данных, степени и процессов, с помощью которых могут быть идентифицированы и очищены неподходящие записи, а также кто может выполнять такие задачи;

3) критерии удаления данных из активного набора данных;

4) критерии, определяющие, как обрабатывать данные с заполненными пропущенными значениями (например, заполнение «0», «нейтрализация данных», заключение).

Примечание - Существует множество способов сбора и очистки данных. Некоторые методы могут привести к миллионам записей, низкой достоверности и высоким показателям ложных положительных пропорций, в то время как другие методы приводят к тысячам записей, высокой достоверности и высоким показателям ложных отрицательных пропорций.

D.2.2.3 Анализ настроение и/или текста

Там, где это применимо, провайдер услуг должен подготовить и иметь в наличии для обсуждения (если требуется) с клиентами следующую информацию:

а) проводится ли анализ настроения и/или текста вручную (включая кодирование с помощью программного обеспечения), автоматически с использованием алгоритмов (при котором человек не кодирует лично каждый фрагмент данных) или какой-либо комбинации (например, машинное обучение);

b) объяснение типа и метода проведенного анализа настроений;

c) объяснение типа и метода проведенного анализа текста;

d) типы данных, которые будут проанализированы (например, короткие предложения, длинные предложения, не-предложения, смайлики, сленг, ненормативная лексика, сарказм, аббревиатуры, слова с орфографическими ошибками);

e) частота и процесс оценки надежности, точности и достоверности анализа (например, еженедельно или ежегодно, количество и тип проверенных записей, было ли использовано слепое кодирование), включая предварительные валидации;

f) настроен ли анализ на индивидуальную работу;

g) возможно ли определить возможные ошибки кодирования и/или кто будет выполнять перекодировку данных;

h) языки, включенные или исключенные, многоязычные сообщения;

i) результаты любых измерений качества в отношении настроения или анализа текста, таких как оценки/индексы надежности межкодирования (в случае ручного кодирования), а также ручное перекодирование первоначально автоматизированного кодирования.

D.2.2.4 Использование веб-сайта и аналитика измерений

Провайдер услуг должен подготовить и иметь для обсуждения (по запросу) с клиентами следующую информацию:

а) тип собираемых данных (например, IP-адрес, операционная система, пользовательский агент браузера, уникальный идентификатор файла cookie, географическое местоположение, метки данных/времени для записанных событий);

b) отражают ли данные:

- уникальные файлы cookie (недублированные файлы cookie, которые показывают посещения интернет-контента в течение периода измерения и могут включать в себя несколько пользователей на устройстве, использующих одну и ту же учетную запись);

- уникальные браузеры (результат подсчета уникальных файлов cookie после корректировки на удаление файлов cookie);

- уникальные устройства (результат подсчета уникальных браузеров после учета использования нескольких браузеров на отдельном компьютере); или

- уникальные пользователи (3.102);

c) основа отчетности (например, ежедневно, еженедельно, ежемесячно), часовые пояса, если применимо, и как определяются пользователи/затраченное время;

d) где происходит кодирование, какие правила используются для решения, например, отказа, обработки нескольких тегов и неправильных тегов, определения продолжительности использования и поддержки такой корректировки данных;

e) получены ли данные из доступной среды или из показателей выборки, их состав, уровень доступных демографических данных и предлагается ли сопоставление/обогащение данных;

f) рассматривается ли совместное использование, удаление или отклонение файлов cookie и, если да, то каким образом;

g) любые ограничения на предоставленные данные и/или возможность проверки или аудита, такие как ограничения на периоды хранения и/или накопления данных.

D.3 Выполнение проектов

D.3.1 Цифровая аналитика и сбор данных веб-анализа

D.3.1.1 Методология сбора данных

Провайдер услуг должен документировать детали использованной методологии. Что должно включать:

а) методология сбора онлайн-комментариев с сайтов и/или социальных сетей, например:

- включает в себя множество веб-сайтов и других социальных сетей;

- каким образом сайты, отдельные лица или авторы внутри, а также их комментарии или посты были отобраны для включения в исследование;

- как были собраны комментарии и/или сообщения (например, из анкет или пользовательского контента);

- где это уместно, описание алгоритма (ов) поиска;

- количество сайтов, авторов и комментариев или постов, включенных в анализ;

b) методология наблюдения и/или измерения поведения цифровыми средствами:

- целевая группа генеральной совокупности;

- как отдельные лица или подразделения были отобраны и набраны для включения в исследование;

- определение изучаемых единиц(например, устройства, сайты, отдельные лица);

- как были собраны данные (например, файлы cookie, веб-жучки, браузеры, коммуникация ближнего поля);

- количество единиц, включенных в анализ.

При проведении очистки данных должны применяться требования D.2.2.2.

Для всех методов должна быть обсуждена степень, в которой результаты могут или не могут быть обобщены для больших групп населения.

D.3.1.2 Валидация процесса сбора данных

Детали должны быть задокументированы относительно того, как процесс сбора данных контролируется для обеспечения того, чтобы он осуществлялся, как предполагалось, и обсуждаемое влияние на точность и согласованность данных должно быть обсуждено. Мониторинг может включать проверки перевода и проверки согласованности.

D.3.1.3 Меры безопасности респондентов

Если респонденты были набраны в проект и согласились участвовать, подходы к респондентам должны включать краткое описание принципов конфиденциальности респондентов, общие исследовательские цели, для которых должны использоваться данные, а также название провайдера услуг, субподрядного агентства и/или клиент (ы), в зависимости от обстоятельств. Респонденты должны быть проинформированы о том, что сотрудничество является добровольным, и респонденты могут отказаться в любое время.

D.3.1.4 Оценочное взвешивание

Если существует необходимость оценочного взвешивания результатов цифровой аналитики или веб-анализа для исследуемой целевой совокупности обследования, то должен записываться способ и средства коэффициентов оценочного взвешивания.

D.3.2 Защита отдельных лиц

Чтобы гарантировать, насколько это возможно, анонимность отдельных лиц, данные которых подлежат анализу, возможные квоты должны быть анонимными во время отчетности таким образом, чтобы идентификация больше не была разумно возможной в любой момент.

Насколько это возможно, провайдер услуг должен обеспечить, чтобы те, чьи заявления или настроения, выраженные в социальных медиа, или те, чье поведение зарегистрировано при посещении веб-сайтов, не будут иметь неблагоприятные или прямые личные последствия, например, несогласованные сообщения с адресованные лично, в результате сбора данных, независимо от того, было ли заинтересованному лицу предложено разрешение на сбор указанных данных. Провайдер услуг должен информировать клиента об этом требовании.

Если комбинация данных из разных источников может привести к потенциальной идентификации респондентов, должны быть предприняты разумные усилия для защиты анонимности респондентов в соответствии с соответствующими профессиональными кодексами поведения.

3.3 Устройство мониторинга

Провайдер услуг должен обеспечить справедливую основу для мониторинга устройств, включая сбор и обработку персональных данных.

Провайдер услуг должен указать типы данных, которые могут быть собраны с помощью устройства мониторинга, и, при необходимости, получить согласие. Это может включать в себя:

а) информацию на веб-сайте, например, показы рекламы, клики по рекламе, клики по изображениям, клики по ссылкам, прокрутки, загрузки, посещения страниц и посещения, онлайн-транзакции, регистрация нажатий клавиш, дата и время;

b) информация об устройстве, такая как геолокация, загруженные приложения, какие приложения используются и как часто, содержимое приложений, посещаемые и/или добавленные в закладки веб-сайты, аудио, изображения, видео, воспроизводимые и/или сохраненные на устройствах;

c) входящие, исходящие и пропущенные звонки, отправленные и полученные текстовые сообщения/электронные письма, снятые аудио и видеоизображения, запись звонков;

d) окружающий звук, изображения и видео, во время использования и отключения устройства;

e) IP-адреса, операционные системы, пользовательские агенты браузера, уникальные идентификаторы файлов cookie;

f) ) личные данные, которые будут переданы третьим лицам и с какой целью.

Провайдер услуг должен информировать участников о любых возможных последствиях мониторинга устройства, таких как значительное использование памяти устройства, заряд батареи или влияние на доступ в Интернет, и получать согласие в случае, если устройства, загруженное программное обеспечение, приложения или другие программы могут удалять, пересматривать, деактивировать или иным образом влиять на любое другое программное обеспечение или настройки.

Провайдер услуг должен получать согласие на каждую установку любого устройства, программного обеспечения, приложения или другого программного обеспечения, такого как файлы cookie или веб-маяки, которые можно использовать для отслеживания поведения; или где мониторинг устройства осуществляется с помощью аппаратного обеспечения, такого как USB-накопитель или ключ. Провайдер услуг должен получать согласие через регулярные и разумные промежутки времени, по крайней мере, ежегодно, для продолжения сбора данных в зависимости от проекта и нормативных требований.

Провайдер услуг должен информировать респондентов о следующем (в зависимости от обстоятельств):

- предварительное уведомление о каждом обновлении, исправлении, деактивации и удалении любого устройства, программного обеспечения или приложения;

- конкретные временные рамки в том случае, если срок действия мониторинга истечет и время истекания срока, и будет ли мониторинг осуществляться в определенные моменты времени или непрерывно;

- процессы отмены разрешений, удаления и деактивации сервисов и устройств в любое время, а также полного и разумного упрощения, в зависимости от ситуации.

Провайдер услуг должен придерживаться файлов инструкций роботов с веб-сайтов, касающихся того, какие типы информации разрешено собирать.

Провайдер услуг никогда не должен использовать шпионское программное обеспечение.

Приложение E

(обязательное)

Самостоятельное завершение

E.1 Общие положения

Провайдер услуг, который предлагает сбор данных с использованием методологий самостоятельного завершения с использованием или без использования панелей (включенных или отключенных), независимо от того, предоставляются ли они провайдером услуг напрямую или в качестве субподрядных услуг, должен соответствовать Приложению Е.

Приложение E к настоящему документу следует читать в контексте пункта 4.

Провайдер услуг должен документировать методы и записи, связанные со сбором данных, с помощью методов самостоятельного заполнения, независимо от того, ведутся ли они внутри компании или на стороне. Самостоятельное заполнение охватывает сбор данных, когда участники во время предоставления данных и/или ответов не имеют прямого диалога (например, лицом к лицу, по телефону, в цифровой форме) с полевым работником или другим представителем поставщика услуг. Методологии самостоятельного заполнения могут включать, но не ограничиваются следующим:

а) исследовательские проекты, в которых респонденты заполняют и возвращают анкеты онлайн;

b) исследовательские проекты, в которых респонденты используют цифровое устройство;

c) проекты, связанные с ведением дневников;

d) ввод данных тональным набором, когда респонденты используют телефонные клавиатуры для ответа на вопросы, сгенерированные цифровым способом;

e) запись распознавания голоса (также известная как интерактивный голосовой ответ, IVR), где респонденты дают устные ответы на вопросы, сгенерированные цифровым способом, а цифровая система применяет технологию распознавания голоса для записи любых ответов;

f) почтовые исследования, такие как почтовые опросы или другие ситуации, в которых опросные листы оставляются респондентам для самостоятельного заполнения.

Пассивные методы сбора данных, методы, при которых респонденты не имеют прямого диалога с исполнителями полевого обследования и не принимают активного участия в процессе предоставления данных (например, люди, которые согласились установить программный трекер в своих устройствах просмотра), не охватываются данным Приложением (см. Приложение C или D в зависимости от ситуации).

E.2 Сбор данных

Провайдер услуг должен предоставлять соответствующую информацию клиентам о том, как данные были собраны.

Если использовались анкетные вопросники, эта информация должна включать, по запросу:

а) средняя длина анкеты;

b) формулировка вопросов и любые фильтры или инструкции для респондентов;

c) даты начала и окончания сбора данных;

d) количество и даты напоминаний;

e) были ли анкетные вопросники разработаны для респондентов, использующих различные устройства, и, если нет, были ли эти лица исключены из исследования или участвовали в исследовательских проектах, не оптимизированных для их устройства; и

f) должны ли респонденты выполнять специальные задачи, такие как загрузка программного обеспечения, или делиться конфиденциальной информацией или личными данными.

E.3 Валидация самостоятельного заполнения

E.3.1 Общие положения

На этапе предложения или разработки проекта исследования, в отчете клиентам или по запросу провайдер услуг должен документировать детали, объясняющие, как респонденты прошли или должны пройти валидацию, включая проблему отсутствия контроля над тем, кто предоставил ответы при самостоятельном заполнении, а также сбор цифровых данных. Провайдер услуг должен сообщить о влиянии этих проблем на качество получаемых данных.

Если панели респондентов не используются (например, выборка в режиме реального времени, социально-мидийая выборка, процедуры маршрутизации), провайдер услуг должен сделать прозрачными для клиентов, по запросу, какие меры для валидации личности респондента и качества данных были применены.

E.3.2 Валидация личности

Провайдер услуг должен провести валидацию заявленных личностей респондентов в панелях респондентов и обеспечить исключение ботов. Для других выборок респондентов услуг должен проверить заявленные личности респондентов, где это возможно.

Конкретные изменения, используемые при валидации, будут различаться в зависимости от типов выборки, используемых методов валидации и источников, доступных для проверки.

a) полное имя;

b) почтовый адрес;

c) номер телефона;

d) год/дата рождения;

e) Индивидуальный идентификационный номер (ИИН);

f) год/дата рождения;

g) email;

h) данные валидации через провайдеров услуг заинтересованной стороны.

Примечание - Одного адреса электронной почты недостаточно для подтверждения личности.

Если перечисленные выше показатели недоступны, применимые законы и правила запрещают их использование или местный культурный/социальный контекст препятствует их использованию, провайдер услуг может использовать другие подходящие методы, включая пассивные методы.

Расширенный набор показателей, которые могут потребоваться при работе со специализированными группами, такими как врачи или другие специалисты, может включать, но не ограничивается:

- служебный почтовый адрес;

- рабочий телефонный номер;

- рабочая электронная почта;

- соответствующие имеющиеся профессиональные идентификационные номера (если они актуальны и доступны); и

- профессиональная специальность (при необходимости и наличии). Несколько источников данных должны использоваться там, где они существуют.

Примечание - Источники данных, используемые для валидации, могут варьироваться в зависимости от таких факторов, как тип целевой совокупности респондентов или изучаемый географический район. Источники данных, доступные и полезные в одной стране, могут быть недоступны и неполезны в других странах. Кроме того, источники данных, используемые для валидации, редко бывают инклюзивными, и методы автоматического сопоставления идентифицирующей информации, полученной от респондентов, с такими источниками могут привести к ложным положительным и ложным отрицательным результатам.

Провайдер услуг должен документировать конкретные источники, используемые для валидации, и предоставлять их клиентам по запросу.

Провайдер услуг должен рассмотреть ошибки валидации личности, чтобы определить, какие респонденты должны быть удалены из впроекта исследования. Поскольку методы валидации личности могут приводить как к ложным положительным, так и ложным отрицательным результатам, провайдер услуг должен проявлять осторожность в этой практике и быть прозрачным с клиентами и пользователями данных.

Провайдер услуг должен сообщать, по запросу, клиентам и пользователям данных конкретные детали любых используемых процессов валидации.

E.3.3 Валидация ответных данных

Там, где возможна валидация, провайдер услуг должен внедрить процедуры для выявления и удаления фальшивых и невнимательных респондентов. Провайдер услуг должен задокументировать процедуры и предпринятые действия и поделиться этими процедурами с клиентами по запросу.

Провайдер услуг должен проконсультироваться с субподрядчиками, заинтересованными сторонами и клиентами, чтобы определить конкретные меры, которые могут быть использованы каждой стороной, а также пороговое значение, определяющее, будут ли удалены данные, если таковые имеются, от респондентов. Провайдер услуг должен быть готов заменить любых респондентов, чьи данные считаются неприемлемыми для клиентов, при условии, что критерии «неприемлемых» были предварительно согласованы.

В зависимости от характера проектов инструменты валидации провайдера услуг должны включать один или несколько из следующих критериев:

а) время заполнения анкеты, если применимо;

b) пропорция оставшихся без ответа вопросов и, если применимо, являются ли конкретные основные вопросы без ответа;

c) сравнение одного элемента данных профиля респондентов (например, возраст, почтовый индекса) и данных из других источников;

d) перекрестные ссылки и перекрестная валидация на внешние данные (например, данные об использовании и отношении);

e) степень выбора неопределенных ответов, таких как «Не знаю» или «Отказ»;

f) шаблонные ответы в матричных или сеточных вопросах (например, прямолинейные, случайные ответы);

g) обнаружение противоречивых ответов (например, сравнение ответов как на положительно, так и на отрицательно сформулированные вопросы в одной и той же характеристике);

h) вопросы, включающие несколько элементов ответов с низкой вероятностью или вымышленные категории ответов;

i) затрудняющие вопросы, как «Поставьте флажок справа» в матрицах;

j) ответы на открытые вопросы; и

k) цифровые отпечатки пальцев.

Провайдер услуг должен предоставить клиентам по запросу описание любой очистки или редактирования файла выборки или файла данных исследования для устранения фальшивых, невнимательных или других нежелательных респондентов.

Приложение F

(обязательное)

Управление и обработка данных

F.1 Общие положения

Провайдер услуг, который предлагает услуги по управлению и обработке данных, включая прямые или субподрядные услуги, должен соответствовать Приложению F.

Приложение F к настоящему документу следует читать в контексте пункта 4.

Провайдер услуг должен документировать методы и записи, связанные с вводом данных, очисткой, кодированием, редактированием, оценочным взвешиванием, подготовкой файлов, табулированием и другими аспектами управления и обработки данных, как предписано в 4.1.3.

В частности, документация провайдера услуг, связанная с очисткой и оценочным взвешиванием данных, должна включать:

а) соответствующие методы, используемые для очистки данных;

b) были ли удалены завершенные интервью и обоснование их удаления;

c) оценочное взвешивание и другие корректировки;

d) любые используемые вменения, вменяемые показатели, степень вменения и методология.

Методологии управления и обработки данных провайдера услуг должны подлежать аудиту для проекта или исследовательской деятельности.

Провайдер услуг должен обеспечить, чтобы обработка данных выполнялась таким образом, чтобы свести к минимуму ошибки, а вопросы, анализ и таблицы проверялись на точность с использованием стандартизированного контроля качества.

F.2 Ввод данных в письменном виде

F.2.1 Спецификации

При использовании логического ввода данных провайдер услуг должен документировать встроенные проверки и проверять эти проверки перед использованием, включая характер испытаний и полученные результаты. Нерешаемые попытки ввода, которые не принимаются из-за встроенной логической проверки, должны направляться исполнительному лицу, ответственному за проект или работу, с целью принятия решения.

Провайдер услуг должен обеспечить, чтобы при использовании простого ввода данных данные вводились так, как они записаны в анкетном вопроснике, если не указано иное.

Примечание - документирование проверок ввода логических данных или другой обработки данных может быть адекватно достигнуто путем сохранения окончательной версии используемой программы, целью которой является обеспечение возможности репликации процессов.

F.2.2 Валидация ввода данных для документов на бумажном носителе

Провайдер услуг должен применять системный метод валидации минимального процента уровня работ по вводу данных по проектам, этапам или волнам исследования. Провайдер услуг должен подтвердить минимум 5% записей ввода логических данных и 10% записей простого ввода данных. Провайдер услуг должен обеспечить и задокументировать, что существует систематический метод валидации работы каждого оператора, и валидация должна проводиться вторым лицом.

В случае, если в работе отдельного оператора встречаются частые ошибки, провайдер услуг должен подтвердить полностью работы этого человека (относительно проекта или работа в целом). При необходимости провайдер услуг должен убедиться, что работа переделана правильно. Если потребуется, соответствующая работа должна проводиться этим оператором до тех пор, пока частота ошибок не станет допустимой.

Провайдер должен определить допустимое значение многочисленных ошибок, и документировать это определение

F.3 **Точность баз данных, не требующих ручного ввода**

Провайдер услуг по проведению исследования должен определить процессы, обеспечивающие требуемую точность массивов данных, создаваемых средствами, отличными от ручного ввода данных с бумажных носителей. Эти массивы могут включать, но не сводиться к массивам данных, созданных посредством:

a) сканирования;

b) электронного сбора данных (например, обследования с использованием интерактивных систем записи голосовых сообщений, онлайновые обследования, обследования на основе интернет ресурсов);

c) баз данных CAI (создаваемых с помощью компьютерных устройств);

d) баз данных, создаваемых путем внесения или объединения данных с одного источника или программы на другой.

Провайдер услуг должен провести валидацию процесса автоматического ввода данных (например, сканирование) на каждом проекте или стадии.

Провайдер услуг должен создать и поддерживать документацию для валидации как проекта, так и реализации процесса автоматического ввода данных. Провайдер услуг должен оформлять тип используемых тестов и задействованных в тестировании участников.

Если используются процедуры сканирования, провайдер услуг должен оценить процент брака и замены. Должны быть записаны процедуры, устанавливающие порядок действий с забракованными при вводе данными.

F.4 Кодирование

F.4.1 Общие положения

При использовании программного обеспечения для автоматического кодирования провайдер услуг должен оценить процент ошибок. Если частота ошибок является недопустимой, провайдер услуг должен внести изменения в систему кодирования программного обеспечения.

F.4.2 **Разработка систем кодирования для ручного и полуавтоматического кодирования**

Провайдер услуг по проведению исследования должен обеспечить, чтобы кодировщики, участвующие в проекте, были снабжены указаниями, которые должны включать:

a) общие сведения о проекте;

b) идентификацию вопросов или переменных величин, подлежащих кодированию;

c) сведения о материале, показанном респондентам (видео, концепт), когда это применимо;

d) минимальное соотношение или число выборки (и ее состав), используемой для создания систем кодирования;

d) минимальное соотношение или число выборки (и ее состав), используемой для создания систем кодирования;

e) там, где это необходимо или целесообразно, отдельные подгруппы, требуемые для разработки систем кодирования (например, по региону, по пользователям или не пользователям);

f) руководящие указания по включению шифров в систему кодирования;

g) любое предполагаемое использование систем кодирования от предыдущего проекта или стадии;

h) любые другие требования или специальные указания, характерные для данного проекта;

i) если были собраны в качестве различных вариантов ответы «не знаю» или «затрудняюсь ответить», нужно, чтобы эти ответы были различимыми между собой.

Примечание - Для некоторых переменных величин провайдер исследования может использовать имеющиеся на данный момент классификации, получившие распространение, например, в промышленности, в профессиональной деятельности и образовании

F.4.3 **Утверждение системы кодирования**

Провайдер услуг должен определить руководителя, ответственного за систему кодирования до начала операций, связанных с кодированием, и записать это утверждение. Это утверждение должно также охватывать, где это уместно, процессы, связанные с образованием единой схемы, присвоением сокращенных названий (аббревиатур), переформулировкой, перекодировкой или удалением шифров.

F.4.4 **Проведение инструктажей, связанных с кодированием**

Провайдер услуг должен проинформировать кодера (ов) о том, как использовать систему кодирования (например, путем ознакомления с решениями или правилами относительно того, что может быть включено или исключено из заданного шифра).

F.4.5 **Актуализация шифров**

После того как система шифров утверждена, в случаях присваивания дальнейших шифров в процессе кодирования все копии системы кодирования должны подвергаться актуализации, и в любые анкетные вопросники, уже прошедшие кодировку и формирующие часть данных для реализуемого в данный момент проекта или очередного цикла проекта исследования, находящиеся в процессе обработки, должны быть внесены соответствующие поправки.

F.4.6 **Другие категории**

Провайдер исследования должен иметь ясные правила или руководящие указания по работе с ответами, относящимися к категории «другое» или включающими сразу несколько или все варианты ответа. В случае, если доля ответов в категориях «другое» или охватывающих все варианты для ответа, превышает 10 % от общего числа ответов, подлежащих кодированию, такие ответы необходимо проанализировать с позиций целесообразности уменьшения размера исследуемой группы.

F.4.7 Валидация системы кодирования

Провайдер исследования должен установить процедуры и поддерживать необходимые записи для валидации работы, связанной с кодированием и осуществляемой для каждого проекта. Процеду­ры должны обеспечивать применение систематического метода валидации для каждого проекта, как минимум, 5 % анкетных вопросников, прошедших кодирование, и такая валидация должна прово­диться вторым лицом.

Документация провайдера услуг должна определять, были ли подходы к проверке зависимыми (т. е. второе лицо имеет доступ к первичному кодированию) или независимыми (т. е. второе лицо не имеет доступа к первичному кодированию и, если отмечены различия, принимается решение о правомочности кодирования; этот метод выявляет больше ошибок).

Если работа лица, выполняющего кодирование, содержит многочисленные ошибки, провайдер услуг должен подтвердить 100% работы этого оператора (в проекте) и, если потребуется, работу следует выполнить правильно. При необходимости провайдер услуг должен провести соответствующую переподготовку для этого оператора до тех пор, пока частота ошибок не станет допустимой.

Провайдер услуг должен определить и задокументировать допустимое значение частых ошибок.

F.5 Редактирование данных

F.5.1 Редактирование до ввода данных

В случае, когда бумажные документы редактируются вручную перед вводом данных, необходимо обеспечить, чтобы исходные ответы респондента или исполнителя полевых обследований от шифров или ответов, которые вносятся в документ лицом (лицами), выполняющим его редактирование от имени провайдера услуг.

Когда провайдер услуг использует этот тип редактирования, применяемая логика и правила должны быть оформлены документально, и любой персонал, работающий над этим элементом проекта или работы, должен быть проинформирован о типах проверок и исправлений, которые могут ими выполняться.

F.5.2 **Редактирование после ввода данных**

Провайдер услуг не должен предпринимать какие-либо действия, связанные с изменениями в отношении данных без ведома и согласия ответственного лица. Исходные источники данных должны быть сохранены (например, для сравнения с отредактированным набором данных). Провайдер услуг должен оформить документально любые процессы изменения и предоставлять эти процессы клиентам по запросу. Провайдер услуг должен документировать все отредактированные спецификации.

Там, где используется принудительное редактирование, провайдер услуг должен быть задокументирован, и должны проводиться тестовые запуски этого режима с последующей регистрацией результатов для демонстрации того, что принудительное редактирование дает положительный эффект.

Примечание - Ответы на открытые вопросы и аналогичные данные часто пересматриваются, например, для исправления орфографии и пунктуации. Такие процессы не рассматриваются как редактирование в контексте F.5.2.

F.5.3 Документация по очистке данных

Провайдер услуг должен оформлять документально, как проходит очистка данных, удаляются ли из данных завершенные интервью и почему, а также информацию о других корректировках. Если провайдер услуг использует изменения, должно быть ясно, какие переменные были внесены, в какой степени, а также используемые методы вменения.

F.5.4 Документация по оценочному взвешиванию

Если провайдер услуг использует оценочное взвешивание, оно должно быть соответствующим образом задокументировано вместе с применяемыми таблицами по оценочному взвешиванию. Источники и ссылочные данные целевых данных оценочного взвешивания и весовых матриц должны сообщаться клиентам.

F.6 **Управление файлами данных**

Провайдер услуг при управлении файлами данных должен принимать меры для обеспечения того, чтобы:

a) файлы или записи в пределах файла не дублировались;

b) использовалась последняя действующая версия файла;

c) можно было без труда идентифицировать исходные и отредактированные массивы данных;

d) до и после редактирования данных делались подсчеты частоты встречаемости признака или события или другие проверки, чтобы можно было проводить сравнения.

F.7 Анализ данных

F.7.1 **Спецификации для анализа данных**

При необходимости провайдер услуг должен провести анализ данных в соответствии со спецификациями, согласованными с клиентами.

Провайдер услуг должен документировать процесс анализа, чтобы гарантировать, что любой предпринятый анализ может быть воспроизведен позднее.

F.7.2 Валидация анализа данных

Провайдер услуг по проведению исследования должен внедрить процедуры в целях обеспече­ния выполнения проверок таблиц и других выходных данных. Провайдер должен регистрировать в виде записей сведения, связанные с проверочными мероприятиями (например, используя контрольные листы для обеспечения того, что все необходимые валидационные проверки в отношении анали­за данных были надлежащим образом завершены).

Эти проверки должны обеспечивать валидацию:

a) завершенности, ( т.е. что представлены все таблицы в соответствии с предусмотренным);

b) любые используемые сокращения точно отражают полное содержание;

c) базовые размеры для каждой таблицы соответствуют другим таблицам или подсчетам частоты повторяемости признака;

d) проверки строки для заполнения и/или отмеченных мест по исходным вопросам;;

e) элементы производных данных соответствуют их первоисточнику;

f) цифры для подгрупп и схем правильные;

g) отсутствие пустых таблиц (т.е. без данных), если только это не может быть логически ожидаемым;

h) любые процессы оценочного взвешивания (например, с помощью тестовых таблиц) являются правильными;

i) орфография и читабельность текста;

j) любой используемый статистический анализ является уместным и правильным.

В качестве проверочного средства следует использовать подсчеты частоты встречаемости прежде всего сводных таблиц, чтобы обеспечить точность данных и определить базовые размеры для подгрупп.

Для любых последующих выходных данных должны быть применены соответствующие проверки.

F.7.3 Таблицы данных

Когда провайдер услуг сообщает данные клиентам в форме таблиц, независимо от того, представлены ли таблицы в виде отдельного отчета или как часть более полного отчета, при необходимости должно быть предоставлено следующее:

a) ссылка на фактический исходный вопрос, к которому относятся представляемые данные;

b) сведения в отношении любого метода оценочного взвешивания, применяемого к данным;

c) как взвешенная развертка данных, так и развертка данных без весовой обработки;

d) четкая идентификация любых используемых подгрупп;

e) соответствующие развертки (базы) для каждого вопроса таким образом, чтобы было определимо число респондентов, фактически ответивших на вопрос;

f) число или доля респондентов, ответивших «не знаю» или «нет ответа», в случае, когда эти ответы относятся к разным категориям;

g) понятное и полное определение и объяснение всех переменных, используемых в ходе анализа данных, включая любые значительные действия, связанные с тестированием, индексированием, вычислением, шкалированием и расчетами средних значений, срединных значений выборки, режимов и средних квадратических отклонений;

h) типы используемых статистических тестов;

i) информация в отношении блокировок элементов или ячеек таблицы, а также о других мерах, направленных на обеспечение конфиденциальности;

j) предупреждения о тех результатах, которые из-за чрезмерно малых размеров выборок явля­ются ненадежными.

F.8 Управление файлами данных

F.8.1 Общие положения

Для обеспечения конфиденциальности исследований см. 4.1.2, для обеспечения информационной безопасности см. 4.3.

В случае кодирования данных, если данные были отредактированы, очищены, перекодированы или изменены каким-либо образом по сравнению с форматом, содержанием и своей первоначальной формы, провайдер услуг должен сохранить первоначальные данные, окончательные данные и программные файлы, которые изменяют данные, чтобы окончательный набор данных можно было легко восстановить.

Дополнительные анализы могут быть запрошены после основной обработки, и такие анализы, проводимые провайдером услуг, должны соответствовать требованиям обработки данных этого документа.

Для любого предлагаемого выпуска таблиц или данных провайдер услуг должен внедрить процессы для минимизации рисков разглашения личных данных респондента, за исключением случаев, когда респонденты дали свое согласие.

F.8.2 Передача данных клиентам

В случае, когда данные передаются клиенту непосредственно в электронном виде, перед выпуском этих данных подлежит проверке:

а) совместимость формата файла с техническими характеристиками программных средств, согласованных с клиентом;

b) завершенность (т.е. правильное число файлов и записей в каждом файле);

c) сведения о структурной компоновке файлов, где это применимо;

d) маркировка содержимого файла и включение указаний, связанных с ограничениями по использованию,

e) шифрование файлов по запросу.

Библиография

[1] ISO 19731:2017, Аналитическая обработка данных и веб-анализ для исследования рынка, общественного мнения и социальных проблем - Словарь и сервисные требования (Digital analytics and web analyses for purposes of market, opinion and social research - Vocabulary and service requirements).

**МКС 01.040.03; 03.020**

**Ключевые слова:** Исследование рынка, общественное мнение, менеджмент, аудит, социальные проблемы, респондент

Разработчик:

Республиканское государственное предприятие на праве хозяйственного ведения «Казахстанский институт стандартизации и сертификации» Комитета технического регулирования и метрологии Министерства торговли и интеграции Республики Казахстан

**Заместитель генерального директора**

**РГП на ПХВ «Казахстанский институт**

**стандартизации и сертификации» И. Хамитов**

**Начальник центра стандартизации РГП на ПХВ «Казахстанский институт**

**стандартизации и сертификации» А.Кудайбергенова**

**Заместитель начальника центра стандартизации РГП на ПХВ «Казахстанский институт**

**стандартизации и сертификации» Е.Кулешова**

**Главный специалист центра стандартизации РГП на ПХВ «Казахстанский институт**

**стандартизации и сертификации» С.Кайликперова**

**Главный специалсит Восточно-Казахстанского Филиала**

**РГП на ПХВ «Казахстанский институт**

**стандартизации и сертификации» А. Аскарова**