ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО

ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ И МЕТРОЛОГИИ

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ГОСТ Р ИСО 20252— 2014

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА, ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ И СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ. СЛОВАРЬ И СЕРВИСНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

ISO 20252:2012
Market, opinion and social research — Vocabulary and service requirements
(IDT)

Издание официальное

Москва
Стандартинформ
2014

gost.e-ecolog.ru

Предисловие

1 ПОДГОТОВЛЕН Открытым акционерным обществом «Всероссийский научно-исследовательский институт сертификации» (ОАО «ВНИИС») на основе русской версии стандарта, указанного в пункте 4

2 ВНЕСЕН Техническим комитетом по стандартизации ТК 079 «Оценка соответствия»

3 УТВЕРЖДЕН И ВВЕДЕН В ДЕЙСТВИЕ Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 25 апреля 2014г. № 415-ст.

4 Настоящий стандарт идентичен международному стандарту ИСО 20252:2012 «Исследование рынка, общественного мнения и социальных проблем. Словарь и сервисные требования» (ISO 20252:2012 «Market, opinion and social research — Vocabulary and service requirements»).

При применении настоящего стандарта рекомендуется использовать вместо ссылочных международных стандартов соответствующие им национальные стандарты Российской Федерации и межгосударственные стандарты, сведения о которых приведены в дополнительном приложении ДА

5 ВВЕДЕН ВПЕРВЫЕ

Правила применения настоящего стандарта установлены в ГОСТ Р 1.0—2012 (раздел 8). Информация об изменениях к настоящему стандарту публикуется в ежегодном (по состоянию на 1 января текущего года) информационном указателе «Национальные стандарты», а официальный текст изменений и поправок — в ежемесячном информационном указателе «Национальные стандарты». В случае пересмотра (замены) или отмены настоящего стандарта соответствующее уведомление будет опубликовано в ближайшем выпуске информационного указателя «Национальные стандарты». Соответствующая информация, уведомление и тексты размещаются также в информационной системе общего пользования — на официальном сайте Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии в сети Интернет (gost.ru)

© Стандартинформ, 2014

В Российской Федерации настоящий стандарт не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен в качестве официального издания без разрешения Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии

Содержание

1 Область применения 1
2 Термины и определения 1
3 Требования к системе менеджмента процесса исследования рынка, общественного мнения и социальных проблем 5
3.1 Организация и ответственность 5
3.2 Конфиденциальность исследования 6
3.3 Требования к документации 6
3.4 Компетентность и подготовка 7
3.5 Привлечение субподрядчиков/аутсорсинг 7
3.6 Анализ результативности системы менеджмента процесса исследования рынка, общественного мнения и социальных проблем 8
4 Управление операционными элементами, связанными с проведением исследования 8
4.1 Принятие решений по заявкам, связанным с проведением исследования 8
4.2 График мероприятий проекта 11
4.3 Мероприятия по поддержке и кооперации с клиентами 11
4.4 Анкетные вопросники и организованные планы обсуждений 12
4.5 Управление процессом, связанным с формированием выборок и обработкой данных 14
4.6 Мониторинг выполнения мероприятий исследования 15
4.7 Документы, материалы и продукты исследования рынка, общественного мнения и социальных проблем 15
4.8 Предоставление материалов по результатам исследования 16
4.9 Записи, связанные с исследованием 17
5 Сбор данных 18
5.1 Общие положения 18
5.2 Организация работы, набор и подготовка исполнителей полевого обследования 19
5.3 Проведение сбора в полевых условиях 21
5.4 Валидация работы исполнителей при проведении количественного исследования 23
5.5 Сбор качественных данных 24
5.6 Сбор данных при самостоятельном выполнении задания респондентом 26
5.7 Сбор данных методом наблюдения 28
5.8 Сбор данных из вторичных источников 30
5.9 Записи по сбору данных 30
6 Управление данными и их обработка 30
6.1 Общие сведения 30
6.2 Ввод данных на бумажных носителях 30
6.3 Точность баз данных, не требующих ручного ввода 31
6.4 Кодирование 31
6.5 Редактирование данных 33
6.6 Управление файлами данных 33
6.7 Анализ данных 33
6.8 Передача электронных данных 34
6.9 Архивирование, сохранность и безопасность данных 35
7 Формирование отчетности по проектам, связанным с исследованием рынка, общественного мнения и социальных проблем 35
7.1 Общие положения 35
7.2 Количественное исследование 35
7.3 Качественное исследование 36
7.4 Исследование посредством наблюдения 37
Приложение ДА (справочное) Сведения о соответствии ссылочных международных стандартов национальным стандартам Российской Федерации (и действующим в этом качестве межгосударственным стандартам) 38
Библиография 39

Введение

Одной из основных задач международной стандартизации является содействие развитию деловой активности и повышению показателей экономического роста, в частности, между различными национальными и региональными рынками. Настоящий стандарт намерено придерживается линейной структуры для обеспечения того, чтобы внедрение его положений приводило к постоянному улучшению в области исследования рынка, общественного мнения и социальных проблем, а также позволяло улучшать гармонизацию с другими национальными стандартами, которые уже используются в этой области.

В настоящее время исследование рынка, общественного мнения и социальных проблем является глобальной отраслью экономики. Растущая доля затрат клиентов этой отрасли приходится на реализацию транснациональных проектов, охватывающих множество стран, целью которых является проведение систематического измерения соответствующих показателей на региональном и глобальном уровнях для получения точных и непротиворечивых данных, связанных с объектом исследования. Настоящий стандарт оказывает содействие этой важнейшей экономической и социальной цели, обеспечивая систематическое осуществление элементов процесса такого исследования на уровне, отвечающем самым современным требованиям, позволяя верифицировать полученные результаты. Тем самым создается возможность использовать данные, полученные в ходе таких исследований, проводившихся в соответствии с настоящим стандартом, в качестве ориентира, и руководствоваться этими данными в целях обеспечения граждан и учреждений товарами и услугами на регулярной и транспарентной основе.

Дополнительные цели в процессе разработки настоящего стандарта включали потребность в определении уровня сервисных требований и общих рабочих процедур для применения в процессах, включая такие, реализация которых осуществляется в нескольких странах. Эти требования будут применимы только при предоставлении услуг.

Настоящий стандарт содержит обширный перечень терминов и определений.

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА, ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ И СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ. СЛОВАРЬ И СЕРВИСНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

Market, opinion and social research. Vocabulary and service requirements

Дата введения — 2015—08—01

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.

Нерыночные виды исследований, такие как директ-маркетинг, выходят за рамки области применения настоящего стандарта

2 Термины и определения

В настоящем стандарте применены следующие термины с соответствующими определениями:

2.1 **панель респондентов** (access panel): База данных (2.16) выборки потенциальных респондентов (2.56), 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 **исследование данного случая** (ad hoc): Исследование, которое специально направленно на изучение отдельной цели или вопроса.

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

2.5 **аудит** (audit): Систематический, независимый и документированный процесс получения свидетельств аудита и их объективной оценки для определения степени выполнения критериев аудита (2.6).

2.6 **критерии аудита** (audit criteria): Совокупность политик, процедур или требований, используемых в качестве стандарта или эталона.

2.7 **аудитор** (auditor): Лицо, обладающее необходимой компетенцией для проведения аудита (2.5).

2.8 **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.

2.9 **систематическая погрешность** (bias): Систематическое отклонение оценочного значения параметра от его действительного значения.

2.10 **клиент** (client): Физическое лицо, организация, департамент или подразделение, внутреннее или внешнее, которое запрашивает или заказывает исследовательский проект.

Издание официальное

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

2.12 **кодификатор** (code frame): Перечень (таблица) категорий с соответствующими шифрами (2.11) с целью классифицировать ответы.

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

Пример — Персональное интервьюирование с помощью компьютера (CAPI); телефонное интервьюирование с помощью компьютера (CATI); самоинтервьюирование с помощью компьютера (CASI); интервьюирование с помощью компьютера через Интернет (CAWI).

2.14 **конфиденциальность** (confidentiality): Требование по защите собранных данных, информации и материалов от несанкционированного доступа.

2.15 **систематически проводимое исследование** (continuous research): Исследование, которое включает регулярно проводимый сбор данных.

2.16 **база данных** (database): Централизовано проводимый сбор данных, доступный для пользователей.

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

2.18 **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.

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

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

2.21 **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.

Примечание — Процесс обсуждения может варьироваться от одного интервью к другому по мере охватывания всех тем обсуждения, отраженных в заранее подготовленном общем организованном плане обсуждения (2.23).

2.22 **производная единица данных** (derived data item): Единица данных, используемая в анализе и/или таблицах, взятая из одного или нескольких видов и/или категорий первичных данных.

2.23 **организованный план обсуждения** (discussion guide): Перечень вопросов или предметов, подлежащих рассмотрению в ходе проведения углубленного интервью (2.21) или обсуждения фокус - группой (2.28).

2.24 **документ** (document): Процедура, информация или данные, которые могут быть изменены или модифицированы.

Примечание — Например, анкетный вопросник является документом, но после его заполнения респондентом (2.56) или интервьюером он становится записью (2.51).

2.25 **этнографическое наблюдение** (ethnographic observation): Качественное исследование (2.47), в ходе которого исследователь наблюдает и/или взаимодействует с объектами исследования в их естественной социальной среде по мере того как они выполняют свои обычные действия.

Примечание — Исследователь может участвовать в наблюдении, ограничившись несколькими вопросами или не задавать никаких вопросов, либо участвовать в наблюдении в качестве активного члена социальной общности, в отношении которой проводится наблюдение.

2.26 **исполнитель полевого обследования** (fieldworker): Лицо, занимающееся сбором данных для исследования рынка, общественного мнения и социальных проблем, кроме руководящих сотрудников и исследовательского персонала.

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» (см. 2.36) и других лиц, занимаю-

щихся сбором данных посредством наблюдения, а также аудиторов (2.7), собирающих данные с розничных объектов.

2.27 **фильтр** (filter): Вопрос или инструкция в анкетном вопроснике, позволяющая отделить часть опрашиваемых от других респондентов (2.56).

2.28 **фокус-группа, групповая дискуссия** (focus group, group discussion): Проводимое модератором свободное неформализованное обсуждение в группе, состоящей из небольшого числа отобранных участников (2.35).

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 группы одновременно (например, сеансы работы в чатах), или асинхронными, с передачей информации с задержкой во времени (например, электронные сообщения и/или электронные доски объявлений).

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

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

2.31 **поощрительное средство** (incentive): Подарок, денежная выплата или другие способы вознаграждения, предлагаемые потенциальным респондентам (2.56) в целях повышения степени их сотрудничества.

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

2.33 **экспресс-опрос** (intercept): Тип интервьюирования, когда при личной встрече или интерактивном контакте с респондентом (2.56) ему предлагают ответить на вопросы.

2.34 **логической ввод данных** (logic data entry): Процессы по вводу данных (2.18), которые запрограммированы для проверки пропусков при ответах на вопросы и номенклатуры ответов.

2.35 **модератор** (moderator): Лицо, отвечающее за создание благоприятной обстановки, облегчающей взаимодействие членов фокус-группы (2.28).

2.36 **мнимый покупатель** (mystery shopping): Прием исследования, в ходе которого исполнители полевого обследования (2.26) выступают в роли потребителей/пользователей, призванных оценивать работу/оказание услуги субъекта экономической деятельности.

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

2.38 **ошибка/сбой при ответе на вопрос** (non-responce): Неспособность получить измерения применительно к некоторой выборке или членам переписи для всех или некоторых вопросов или переменных величин.

2.39 **сбор данных посредством наблюдении, исследование методом наблюдения** (observational data collection, observational research): 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.

2.40 **обследование по нескольким критериям** (omnibus survey): Обследование (2.65) и анкетный опрос, охватывающие данные, требуемые для двух или более проектов и/или клиентов (2.10).

2.41 **открытый вопрос, свободный ответ** (open-ended question, open-ended responce): Тип вопроса, когда респондентов (2.56) просят дать ответ своими собственными словами.

2.42 **пропорция желательных респондентов** (participation rate): Отношение числа респондентов (2.56), давших пригодный для использования ответ, к суммарному числу первоначальных приглашений участникам с просьбой принять участие в опросе.

2.43 **глубина исследования** (penetration level): Доля потенциальных респондентов (2.56) или контактных лиц, которые готовы для участия в обследовании (2.65).

2.44 **предварительное тестирование** (pre-testing): Мероприятия по тестированию анкетных вопросников, проводимые в малых масштабах, для проверки эффективности вопросника, перед тем как развертывать полномасштабное полевое обследование.

2.45 **первичная запись** (primary record): Собранные «сырые» данные в электронном виде или на бумажном носителе, включающие неотредактированные заполненные анкетные вопросники, записанные показания, полученные при сборе данных в ходе качественного исследования (2.47), и другие подобные элементы информации.

2.46 **формирование вероятностной (случайной) выборки** (probability sampling, random sampling): Процедура, при которой для каждого члена выборочной совокупности (2.59) есть вероятность попадания в выборку (2.58).

Примечание — Для вероятностной выборки имеются пределы статистической ошибки.

2.47 **качественное исследование** (qualitative research): Анализ внутренней мотивации, стереотипов мышления, суждений, мнений, оценок или поведения посредством применения специальных исследовательских приемов, таких как фокус-группы (2.28) и углубленные интервью (2.21) и качественное этнографическое наблюдение (2.25).

Примечание — На основе изучения качественных данных нельзя утверждать о частотности и распространенности таких признаков в пределах данной совокупности.

2.48 **количественное исследование** (quantitative research): Представление наблюдений в числовых показателях для описания и объяснения изучаемого явления, которое отражают проводимые наблюдения.

Примечание — Такое исследование часто направлено на то, чтобы сделать выводы в отношении изучаемых совокупностей элементов. В большинстве случаев используют формализованные анкеты с заранее заданными вопросами, где большинству ответов уже присвоены шифры.

2.49 **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.

2.50 **квотная выборка** (quota sampling): Метод формирования выборки (2.58), при котором отбор определенных единиц разного типа производится в заранее определенных количествах в соответствии с заданной структурой в отношении известных переменных.

2.51 **запись** (record): Специальный тип документа (2.24), свидетельствующего об имевшем место событии, действии или факте.

2.52 **рекрутер** (recruiter): Лицо, которое идентифицирует и приглашает потенциальных респондентов (2.56) принять участие в исследовательском проекте.

2.53 **менеджмент процесса, связанного с исследованием** (research process management): Процедуры и механизмы, направленные на управление качеством и выполнение требований по его обеспечению.

2.54 **программа исследования** (research proposal): Представленный клиенту (2.10) пакет документов, включающий проектный план проведения исследования.

2.55 **провайдер услуг по проведению исследования** (research service provaider): Организация, реализующая исследовательские проекты или элементы исследовательских проектов в области исследования рынка, общественного мнения и социальных проблем.

Пример — Частные исследовательские учреждения, академические и университетские исследовательские институты, исследовательские подразделения компаний, местные органы и учреждения, официальные статистические агентства или частные лица, осуществляющие исследования в данной области.

2.56 **респондент** (respondent): Лицо, от которого собираются данные.

Примечание — Респондент может быть гражданским или юридическим лицом.

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

2.58 **выборка** (sample): Подмножество элементов целевой совокупности (2.66), от которых будут собираться данные.

2.59 **выборочная совокупность** (sampling frame): Перечень элементов совокупности или другие подходящие источники, из которых производят выборку (2.58).

2.60 **отбор** (screening): Исходные вопросы в анкетном вопроснике, используемые для определения пригодности респондентов (2.56) для исследования.

2.61 **вторичные данные, кабинетное исследование** (secondary data, desk research): Данные, которые уже были собраны и стали доступными из другого источника.

2.62 **простой ввод данных** (simple data entry): Ввод данных (2.18), не содержащий заложенных механизмов, связанных с логической проверкой.

2.63 **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».

2.64 **привлечение субподрядчиков, аутсорсинг** (subcontracting, outsoursing): Передача ответственности за выполнение какого-либо элемента исследовательского проекта третьей стороне, действующей в роли провайдера услуг в области исследований (2.55).

Примечание — Настоящий стандарт не рассматривает в качестве субподрядчиков самостоятельно занятых (работающих не по найму) лиц, выполняющих полевые обследования (2.26).

2.65 **обследование** (survey): Систематический сбор данных от выборки (2.58) целевой совокупности элементов исследования (2.66), по результатам которого могут делаться выводы и заключения.

2.66 **целевая совокупность элементов исследования** (target population): Совокупность, на которую ориентирован проект социологического исследования и в отношении которой будут сделаны выводы и заключения.

2.67 **валидация** (validation): Процедуры для проверки соответствия спецификации или требованию.

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

2.69 **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 (2.58).

Примечание — Оценочное взвешивание может быть использовано для согласования неодинаковых вероятностей отбора, например, в случаях многоступенчатых выборок, погрешностей (2.9), связанных с областью охвата, и погрешностей (2.38), связанных с ошибками или сбоями в ответах на вопросы.

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

3.1 Организация и ответственность

3.1.1 Система менеджмента процесса исследования рынка, общественного мнения и социальных проблем

Провайдер услуг по проведению исследования должен применять систему менеджмента процесса исследования, которая охватывает все требования настоящего стандарта, включая область применения данной системы относительно коммерческой деятельности данного провайдера услуг по проведению исследования.

Система менеджмента процесса исследования должна быть документально оформленной системой, которая применительно к различным организациям может различаться в зависимости от:

- размера организации и вида ее деятельности;
- сложности и рисков, связанных с процессами и их взаимосвязями;
- компетенции персонала.

Процедуры, инструкции и методы, необходимые для выполнения различных задач согласно требованиям настоящего стандарта, должны быть документально оформлены, внедрены, поддержи-

ваться в рабочем состоянии, контролироваться посредством мониторинга и проверяться в ходе аудитов.

Документы могут охватывать требования для одной или нескольких процедур. Требование к документированной процедуре может содержаться не только в одном, но и в нескольких документах.

Документация может быть представлена в любой форме и/или на любом носителе информации.

3.1.2 Обязанности руководства

Руководство провайдера услуг по проведению исследования должно нести ответственность за:

- выполнение обязательств, связанных с обеспечением качества услуг, предоставляемых клиентам (включая заявление о политике в области качества) в соответствии с целями организации;
- документальное оформление организационной структуры провайдера, включающее должностные обязанности сотрудников, занимающихся предоставлением услуги;
- анализ и улучшение системы менеджмента процесса исследования рынка, общественного мнения и социальных проблем;
- обеспечение предоставления необходимых ресурсов и адекватной информации для системы менеджмента, включая назначение руководителя в области качества;
- обеспечение того, что каждый сотрудник, участвующий в мероприятиях, связанных с исследованием, знает применяемые национальные и международные этические и профессиональные кодексы, законодательные и другие обязательные требования, а также те документированные процедуры и методы, которые главным образом влияют на выполняемую ими работу.

3.1.3 Назначение руководителя в области качества

Руководителем в области качества следует назначить лицо, имеющее достаточный круг полномочий для того, чтобы нести ответственность за организационные аспекты и администрирование в рамках всей системы менеджмента процесса исследования, а также отвечать за организацию внутренних аудитов в целях получения свидетельств о том, что требования настоящего стандарта применяются.

Примечание — В одних условиях руководитель в области качества мог бы совмещать эту работу с выполнением других функций, а в других случаях могло бы быть более эффективным назначение двух или нескольких лиц, отвечающих за положение дел в области качества (т.е разделить служебные обязанности).

3.2 Конфиденциальность исследования

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 (см. также 4.9.3).

Результаты исследования, касающиеся отдельного клиента, полученные провайдером исследования в результате реализации какого-либо исследовательского проекта, не должны использоваться в исследовательских проектах для других клиентов без разрешения исходного клиента, и в отношении этих результатов должны соблюдаться строгие меры по обеспечению конфиденциальности информации.

В отношении данных, предоставленных респондентами, а также их личности (например, заполненные анкетные вопросники) должны соблюдаться строгие меры по обеспечению конфиденциальности, и все заверения, предоставленные респондентам, должны неукоснительно выполняться.

3.3 Требования к документации

3.3.1 Общие требования

Для представления свидетельства в отношении прослеживаемости должны создаваться и поддерживаться в рабочем состоянии записи и документы (которые могут быть в бумажном и/или электронном виде).

Все электронные файлы должны проверяться на наличие компьютерных вирусов посредством новейших версий антивирусных программ.

3.3.2 Управление документами (не связанными с проектом)

Документы, требуемые системой менеджмента процесса исследования рынка, общественного мнения и социальных проблем, должны находиться в управляемых условиях.

На документы должно распространяться действие процедуры по контролю редакций, чтобы можно было четко идентифицировать текущую версию.

3.3.3 Управление документами, связанными с проектом

Для каждого проекта должен существовать проектный файл (который может быть в электронном формате), содержащий спецификацию проекта или ссылки на ее местонахождение, в которой показаны основные требования, предъявляемые к данному проекту.

В дополнение к требованиям 3.3.2 и к особой отличительной идентификации проекта документы должны быть также идентифицированы особым образом, чтобы можно было их отслеживать и определять их местонахождение.

3.3.4 Управление записями

Записи, создаваемые в целях предоставления свидетельства соответствия требованиям системы менеджмента процесса исследования и требованиям проекта, должны сохраняться в условиях, позволяющих обеспечить их защиту от несанкционированного доступа, оставаться пригодными для использования, и их следует сохранять в течение установленных периодов времени (например, посредством резервного копирования или архивации компьютерного файла). См. также 4.9.2.

3.4 Компетентность и подготовка

Провайдер услуг по проведению исследования должен:

- определять необходимый уровень компетентности для персонала, выполняющего работу, влияющую на проектные требования;
- проводить мероприятия по подготовке персонала или предпринимать другие действия, направленные на достижение сотрудниками необходимого уровня компетентности;
- поддерживать в рабочем состоянии соответствующие записи по обучению, профессиональной подготовке, навыкам и опыту работы персонала;
- периодически анализировать результативность стандартов компании в области профессиональной подготовки и уровня компетентности.

3.5 Привлечение субподрядчиков/аутсорсинг

Провайдер услуг по проведению исследования должен сохранять полную ответственность за все услуги, выполняемые в связи с исследовательским проектом, включая любую часть работы, имеющую отношение к настоящему стандарту, которая может быть поручена субподрядчику и/или организации, оказывающей услуги в рамках аутсорсинга, за исключением случаев, когда выбор субподрядчика неподконтролен провайдеру данного исследования.

Провайдер должен определить процедуры для отбора субподрядчиков, установить договорные отношения и контролировать качество предоставляемой услуги.

Провайдер должен обеспечить, чтобы субподрядчикам были понятны требования настоящего стандарта в отношении процессов, переданных им для выполнения, посредством предоставления письменной спецификации, содержащей такие требования.

Примечание — Степень детализации и подробности сведений в спецификации, признаваемую приемлемой, может зависеть от того, выполнял ли когда-нибудь до этого данный субподрядчик подобную работу для провайдера и способен ли он предоставить свидетельство соответствия требованиям настоящего стандарта.

Провайдер должен получить от субподрядчика подтверждение того, что работа будет выполняться в соответствии с требованиями настоящего стандарта. Соответствующее подтверждение должно включать любой элемент из следующего перечня:

- письменное контрактное соглашение о том, чтобы выполнять работу в соответствии с требованиями настоящего стандарта;
- оценка и сертификация третьей стороной на соответствие настоящему стандарту;
- документально оформленное свидетельство от субподрядчика о соответствующей процедуре проверки и валидации требований;
- соответствующая проверка и валидация, проведенная провайдером данного исследования.

Провайдер должен поддерживать в рабочем состоянии соответствующие записи, включая записи о любой неудовлетворительной работе данного субподрядчика и предпринятых действиях. Эти записи должны быть прослеживаемыми по отношению к данному проекту.

3.6 Анализ результативности системы менеджмента процесса исследования рынка, общественного мнения и социальных проблем

3.6.1 Анализ со стороны руководства

Провайдер услуг по проведению исследования должен вести мониторинг и руководить утвержденным процессом исследования и своей системой менеджмента процесса исследования рынка, общественного мнения и социальных проблем посредством:

- анализа функционирования системы менеджмента процесса исследования согласно политике и мониторингу данной системы (например, внутренние аудиты);
- анализа проектов исследований и выходных данных по утвержденным спецификациям клиента;
- мониторинга и анализа удовлетворенности клиента через определенные периоды времени, по меньшей мере, ежегодно, в целях улучшения качества предоставляемой услуги.

Следует вести и сохранять записи согласно тому, как это установлено в 4.9.2.

3.6.2 Управление проблемами и жалобами

В случаях выявления проблем и идентификации жалоб (связанных либо с реализацией процесса, либо с его результатами), их необходимо устранить, и должны быть предприняты соответствующие шаги для того, чтобы предотвратить повторное появление этих проблем.

Следует вести и сохранять записи, содержащие информацию о проблемах, о причинах их появления, о принятых решениях и предпринятых мерах.

3.6.3 Внутренние аудиты

Провайдер услуг по проведению исследований должен осуществлять с запланированной периодичностью мероприятия внутреннего аудита, с тем чтобы проверять:

- соответствие системы менеджмента процесса исследования установленным требованиям;
- согласование спецификаций для проекта с клиентами, включая документированные поправки, вносимые во время реализации данного проекта.

Система аудита должна включать график проведения внутренних проверок, область применения проверок и методологию аудита. Руководитель в области качества несет ответственность за организационные аспекты этой системы (см. 3.1.3).

Все аудиторы, проводящие внутренние проверки, должны пройти соответствующую подготовку, и там, где размеры организации позволяют это сделать, внутренние аудиторы не должны проверять свою собственную работу.

Записи, относящиеся к аудиту, дальнейшим действиям и выходным данным, должны фиксироваться, и там, где это уместно, иметь ссылки на проекты клиентов.

4 Управление операционными элементами, связанными с проведением исследования

4.1 Принятие решений по заявкам, связанным с проведением исследования

4.1.1 Общие положения

Провайдер услуг по проведению исследования должен определить методы для проверки наличия необходимых ресурсов и провести внутреннюю и внешнюю экспертизу, перед тем как принять решения по заявке, связанной с проведением исследования.

Провайдер исследования должен нести ответственность за обеспечение того, что требования клиента правильно понимаются на каждом этапе процесса исследования. Для этого может понадобиться одно или несколько совещаний или коммуникаций. Любые договоренности между провайдером и заказчиком должны быть документально оформлены. Отвечая на запросы, провайдеры услуг по проведению исследования должны четко указывать и обращать внимание клиента, если элементы намеченного исследовательского проекта социологического исследования не были адекватным образом установлены или если любые неопределенности, связанные с проектом, не были адекватно разрешены.

Если это не очевидно из самой заявки, должно быть установлено, требуется ли клиенту программа исследования или ценовое предложение.

Примечание — В ценовом предложении (в отличие от программы) приводится цена проведения исследовательского проекта в соответствии с предопределенной и заданной методологией, которая цитируется или документируется провайдером или клиентом. Требования к ценовым предложениям установлены в 4.1.2.

Если требуется предоставить программу исследования, клиент и провайдер должны согласовать цели, которые необходимо достигнуть, и рекомендуется, чтобы у провайдера была возможность внести поправки или улучшить метод исследования, предложенный клиентом. Программы исследования содержат описания всех необходимых шагов запланированного исследовательского проекта, а также график мероприятий данного проекта (см. 4.2). Сведения о стоимости включают в программу исследования в качестве ее составной части (см. также 4.1.4).

В случаях, когда в связи с выбранным планом исследования необходимо учитывать отдельные аспекты, связанные с обеспечением защиты данных, конфиденциальностью респондентов или профессиональными кодексами, провайдер должен представить подробный доклад по данной проблеме и предлагаемому решению.

В случае, когда программы исследований или ценовые предложения имеют дело с изучением и анализами множества клиентов в любой форме или если для сбора любых данных используется обследование по нескольким критериям, это должно быть явно отражено в программе данного исследования или в ценовом предложении.

Если провайдер не способен до конечного срока подготовить программу исследования или ценовое предложение, он должен об этом проинформировать клиента до наступления упомянутого срока.

4.1.2 Содержание ценового предложения

В ценовом предложении должны определяться, по меньшей мере:

- стоимость (см. также 4.1.4);
- сроки выполнения мероприятий для исследовательского проекта;
- технические спецификации и/или методология, а также все элементы, оказывающие влияние на стоимость (например, формирование выборки, полевое обследование, кодирование/ранжирование, ввод данных, анализ, составление отчетов, число презентаций);
- представляемые материалы исследования (например, отчеты, таблицы данных).

Примечание — Спецификация всех или некоторых элементов в приведенном перечне может включать ссылку на другие документы, известные клиенту, включая инструктаж и/или спецификацию самого клиента, а также предыдущие проекты.

4.1.3 Содержание программ социологического исследования

4.1.3.1 Общие положения

Если между клиентом и провайдером не оговаривалось иное, то в программе исследования должны рассматриваться компоненты, описание которых приводится в 4.1.3.2 — 4.1.3.10.

Примечание — Решение о том, какие компоненты подлежат рассмотрению, зависит от области применения и от типа проводимого исследования, а также от оговоренных потребностей клиента. Могли бы пригодиться контрольные перечни по области охвата программ или шаблоны, приспособленные для тех типов исследования, которые обычно применяют на практике.

4.1.3.2 Цели и методология исследовательского проекта

Программа исследования должна определять, какие требования клиента могут быть выполнены средствами предложенного исследовательского проекта, а какие требования могут быть выполнены только при проведении дальнейшего исследования или другим способом исследования.

Цели и методы социологического исследования должны быть описаны, и они должны соответствовать тем целям, для которых будут использованы выводы и заключения по результатам исследования.

4.1.3.3 Область распространения услуг

Основные темы анкетного вопросника или организованного плана обсуждения, который будет задействован при опрашивании, методы для анализа и область его применения должны входить в программу исследования там, где это уместно.

4.1.3.4 Формирование выборки и оценочное взвешивание

Целевая совокупность элементов исследования и процедура формирования выборки должны быть описаны в программе исследования адекватным образом. Оценка доли целевой совокупности

от генеральной совокупности также должна быть указана, если это может каким-либо образом повлиять на стоимость.

Программа исследования должна включать описание выборочной совокупности там, где это применимо, и заявлять о степени репрезентативности выборочной совокупности по отношению к целевой совокупности исследуемого объекта. Степень детализации и содержание данного описания будут зависеть от имеющихся данных, методологического подхода и требований клиента.

Должно быть дано описание размера выборки, метода выборки, процесса рекрутинга или отбора респондентов и любых запланированных процедур по оценочному взвешиванию данных. При объявлении размера выборки должно указываться не только общее число операторов выбора, но также и степень надежности/достоверности результатов, полученных для подгрупп.

Примечание — См. 5.7.2 в отношении вопросов, связанных с формированием выборок в исследовании методом наблюдения, которые может потребоваться отразить в программе исследования.

Из программ для проектов качественного исследования должно быть ясно, каким образом будут набираться респонденты для участия в исследовании (например, из заранее сформированной панели или другими способами). Следует указывать метод, используемый для контроля временно́го интервала, который должен пройти с того момента, когда участники последний раз принимали участие, если это имело место, в проекте качественного исследования (например, групповое обсуждение, персональное углубленное интервью). Подлежит определению число респондентов, намеченных к интервьюированию, и/или число групп и число участников в каждой группе.

4.1.3.5 Описание процесса сбора и обработки данных

Программа исследований должна описывать аспекты, имеющие отношение к сбору данных. Оцениваемый объем вопросника и/или продолжительность интервью или групповых обсуждений должны указываться в программе исследования.

Программа исследования должна описывать все аспекты, имеющие отношение к обработке данных.

В проектах качественного исследования должен быть определен тип места, где происходит встреча с респондентами (и аналог места встречи для онлайновых групп и др.), и должны определяться любые средства для наблюдения или мониторинга, которые предполагается использовать для интервью или группового обсуждения.

4.1.3.6 Вторичный анализ

В случаях, когда предполагается проводить анализ вторичных данных, должен быть описан тип первоисточников и то, каким образом они будут использованы и интегрированы.

Примечание — В некоторых странах анализ вторичных данных называют кабинетным исследованием.

4.1.3.7 Подготовка отчетов и представление результатов

В программах исследования должны определяться все предоставляемые сведения и материалы, включая их формат и средства доставки.

В программе проектов качественного исследования должно специально сообщаться о том, будут ли в отчеты включаться дословные комментарии из интервью и/или групповых обсуждений. В программе должно также сообщаться, будут ли представляться записи по интервью и/или групповым обсуждениям, а также формат этих записей в соответствии с гарантиями в отношении конфиденциальности, данными респондентам.

4.1.3.8 Этапы исследования с привлечением субподрядчиков

Программа исследования должна описывать любые его этапы, где планируется или допускается привлекать в качестве субподрядчиков внешних провайдеров услуг в области исследований.

По запросу клиентам должны называться имена любых субподрядчиков.

4.1.3.9 Соответствие применяемым законодательным нормам и профессиональным и этическим кодексам

Программа исследования должна иметь ссылки на соответствующие кодексы этических норм в области исследования рынка, общественного мнения и социальных проблем.

Должны также соблюдаться соответствующие юридические и этические требования.

4.1.3.10 Соответствие настоящему стандарту

В программе должно сообщаться о том, что провайдер услуг по проведению исследования обязуется соответствовать требованиям настоящего стандарта.

Примечание — Сертификация рассматривается как один из способов предоставления свидетельства о соответствии настоящему стандарту.

4.1.4 Стоимость

В программе исследования или в ценовом предложении должна быть установлена стоимость предлагаемого метода исследования и предоставляемых услуг. В программе также должны быть указаны условия оплаты, валюта платежа и сведения о налоговых отчислениях, если они включены в стоимость в соответствии с местным законодательством. Должен устанавливаться период времени, в течение которого рассчитанные цены будут оставаться действительными.

Должны быть четко идентифицированы ключевые факторы, которые могут привести к изменению стоимости и которые можно заблаговременно предвидеть на момент составления программы или ценового предложения. Клиента следует предупредить о том, что любые изменения, связанные с планированием проекта, могут повлиять на стоимость.

4.1.5 Контракты, связанные с исследованием

Соглашение между провайдером услуг по проведению исследования и клиентом должно быть документировано в письменном виде любой из сторон. В этих целях допустимо использовать конечную редакцию программы и письменное одобрение.

Примечание — В случае, когда услуга по проведению исследования носит комплексный или долгосрочный характер, может возникнуть потребность в заключении специального соглашения об уровне сервиса, где подробно будут описываться предоставляемые материалы и обязательства.

4.2 График мероприятий проекта

Если это уже не включено в программу исследования или в ценовое предложение, клиент должен получить график мероприятий исследовательского проекта, включающий все необходимые сроки и обязательства. Этот график проекта должен включать везде, где это необходимо, следующую информацию:

- срок предоставления клиентом провайдеру документов, материалов и продукции;
- срок одобрения клиентом анкетного вопросника или организованного плана обсуждения, если такое одобрение было оговорено (см. 4.3.4);
- период времени, в течение которого должен осуществляться сбор данных;
- срок одобрения клиентом спецификации для анализа, если такое одобрение было оговорено (см. 4.3.6);
- срок представления результатов исследования и/или других материалов, предусмотренных для передачи клиенту.

Информация обо всех изменениях в сроках, сделанных клиентом или провайдером исследования, должна сообщаться другой стороне, и эти изменения должны быть согласованы в кратчайшие сроки.

Любые упомянутые изменения должны быть документально оформлены.

4.3 Мероприятия по поддержке и кооперации с клиентами

4.3.1 Брифинг/инструктаж, организованный клиентом для провайдера исследования

В том случае если окажется, что цели исследования и/или другие требования в недостаточно полной мере описаны в документах клиента, провайдер услуг по проведению исследования должен попросить клиента о проведении брифинга/инструктажа с предоставлением более подробной информации.

Любое совещание такого рода (брифинг) следует документировать, чтобы потребности клиента могли быть удовлетворены, и чтобы впоследствии это было можно проверить.

Примечание — Для многих исследовательских проектов брифинг/инструктаж, организованный клиентом для провайдера исследования, необходим, чтобы для проблемы, с которой связано исследование, можно было подготовить адекватный план проведения исследования. Такой вариант брифинга может быть желательным для каждого шага процесса исследования, начиная от представления на рассмотрение программы исследования и до представления его результатов.

4.3.2 Субподрядчики, привлекаемые к работе

По запросу клиент должен быть проинформирован о субподрядчиках в том случае, если их планируется привлекать к работе для любой части процесса, связанного с проведением исследования.

Если для клиента определены конкретные субподрядчики, то информация по любым дальнейшим изменениям, связанным с привлечением субподрядчиков, должна также сообщаться клиенту.

Примечание — В некоторых странах идентификация субподрядчиков является требованием местных кодексов.

4.3.3 Изменения в спецификации на работу

Провайдер услуг по проведению исследования должен нести ответственность за согласование с клиентом и подтверждение в письменном виде любых изменений, которые повлияют на требования клиента, в том числе стоимость, сроки и любые другие соглашения, заявленные в программе исследования, ценовом предложении или контракте.

4.3.4 Анализ клиентом анкетных вопросников и организованных планов обсуждения

Клиент должен иметь возможность участвовать в разработке и/или анализе анкетного вопросника или организованного плана обсуждения. Необходимо получить одобрение клиентом анкетного вопросника или организованного плана обсуждения, кроме тех случаев, когда клиент сам отказался от этой возможности. Это одобрение или отказ от соответствующего права следует документально оформить.

4.3.5 Наблюдение и контролирование процесса сбора данных

Клиенту может быть разрешено наблюдать за сбором данных в том случае, если респонденты, участвующие в исследовательском проекте, заранее согласились на это, и при условии, что сведения об их личности будут защищены в соответствии с требованиями законодательства и профессиональных кодексов. Указанные требования также применимы в случае, когда клиент получает копии или записи, сделанные в процессе групповых обсуждений или персональных интервью и/или в случае, когда интервью либо групповые обсуждения, включая интервью и обсуждения, проводимые на удаленном расстоянии, отслеживаются в режиме реального времени. Провайдер исследования должен принять адекватные шаги в целях обеспечения защиты персональных сведений о респондентах и получения согласия клиентов придерживаться этого принципа. Такая договоренность с клиентом должна быть документально оформлена.

Клиенты должны быть проинформированы в том случае, если их наблюдение может повлиять на качество собираемых данных.

Должны быть предприняты все разумные меры предосторожности для обеспечения того, чтобы респондентам и наблюдаемым субъектам (включая тех, которые могут не знать о том, что за ними ведется наблюдение) не был нанесен вред или негативное воздействие вследствие их участия в исследовательском проекте.

4.3.6 Система шифров и анализ данных

По запросу клиента провайдер услуг по проведению исследования должен ознакомить его с системой шифров и с методами, используемыми для анализа собранных данных.

4.3.7 Предоставление результатов клиенту

Необходимо проконсультироваться с клиентом в отношении способа предоставления результатов исследования.

Примечание — Возможно, что консультирование с клиентом в отношении способа представления результатов исследования могло уже проводиться на стадии подготовки программы исследования.

4.4 Анкетные вопросники и организованные планы обсуждений

4.4.1 Содержание и дизайн анкетных вопросников

Содержание, структура и дизайн анкетного вопросника могут повлиять на выводы и заключения проводимого исследования. Возможные последствия формулировок вопросов, последовательность расположения отдельных вопросов и других тем, изучаемых в процессе исследования (например, в сборнике опросных листов), а также число вариантов для ответа и порядок их расположения подлежат учету при разработке анкетного вопросника. Инструкции для самостоятельного заполнения анкетных вопросников респондентами должны включаться в анкетный вопросник в качестве его составной части или во вспомогательный материал.

Примечание — В дополнение к изложенному следует подчеркнуть, что четкая структура фильтров и понятные указания являются важными элементами анкетных вопросников.

В случаях, когда анкетные вопросники, используемые для долгосрочных проектов, подвергаются ревизии в перерывах между циклами сбора данных, необходимо сообщать информацию о последствиях пересмотра в отношении других процессов (например, обработка данных).

4.4.2 Перевод анкетных вопросников и организованных планов обсуждения или любых других документов, связанных с проектом

Перевод должно делать лицо или лица, имеющие лингвистические навыки, которые сопоставимы с компетенцией во владении языком, на котором изложен переводимый источник информации, и с компетенцией во владении языками, на которые переводится документ. По крайней мере, хотя бы один из переводчиков должен иметь опыт перевода и написания документов данного типа.

Проверка и ревизия должны выполняться лицом или лицами (но не самим переводчиком), имеющими необходимый уровень компетенции во владении языком, на котором изложен переводимый источник, и/или во владении языками, на которые переводится документ, чтобы проанализировать сделанный перевод на его пригодность для использования.

У клиента или его представителя должна быть возможность проанализировать перевод. Проверка и ревизия переводов должна оформляться в виде соответствующих записей.

4.4.3 Предварительное тестирование анкетных вопросников

Предварительное тестирование должно проводиться для всех анкетных вопросников (включая вопросники для самостоятельного заполнения респондентами) в том случае, если клиент или провайдер исследования считают это необходимым. В случае, если такой же анкетный вопросник в прошлом подвергался тестированию и использовался в сопоставимой ситуации, то такое тестирование может проводиться в гораздо меньшем масштабе. В случае проведения предварительного тестирования выводы, сделанные по его результатам, должны оформляться в виде записей.

Примечание — Могут выполняться разнообразные формы предварительного тестирования, от учебного интервью, не выходящего за рамки организации, до полномасштабных пилотных/пробных исследований с участием необходимых респондентов. Подход, используемый в таких случаях, как правило, согласуется с клиентом и/или оговаривается в программе исследования вместе с любыми выводами в отношении стоимости мероприятий.

4.4.4 Проведение инструктажей и мероприятий по подготовке, связанных с проектом, для интервьюеров и модераторов

Провайдер услуг по проведению исследования должен обеспечить, чтобы как исполнители полевого обследования, так и любые связанные с проведением исследования субподрядчики были надлежащим образом проинструктированы и снабжены необходимыми инструкциями для использования анкетных вопросников и организованных планов обсуждений. Любой инструктаж должен документироваться (и включаться в качестве электронных записей) независимо от типа инструктирования (например, посредством устных или письменных указаний). См. также 5.3.4.

В случае, когда методологические требования для интервьюеров, проводящих исследовательский проект, выходят за рамки области навыков, которые они получили в рамках программы базового обучения, необходимо провести адекватную подготовку персонала, ориентированную на реализацию соответствующего проекта.

Модераторы групповых дискуссий и углубленных интервью должны быть проинструктированы в отношении тематики и характерных особенностей исследуемых областей.

4.4.5 Электронные анкеты

Провайдер услуг по проведению исследования должен обеспечить, чтобы спецификации по вводу данных или по сбору данных для CATI и/или CAPI, также как и для проектов с использованием онлайновых средств, соответствовали установленным требованиям.

Провайдер исследования должен создать и поддерживать в рабочем состоянии процедуры для тестирования, проводимого как в отношении дизайна, так и внедрения электронных форм анкетных вопросников. Тип тестов/испытаний и лица, задействованные в их проведении, должны документироваться.

Подтверждение приемки клиентом электронной копии анкетного вопросника (там, где это оговорено с клиентом) должно быть документально оформлено.

Изменения, вносимые в электронные анкетные вопросники, должны быть четко документированы, и необходимо внедрить механизм контроля версиями/редакциями документа.

В случае, когда интервьюирование осуществляется в нескольких местах, необходимо иметь одно место, где в анкетный вопросник могут вноситься поправки, где он может тестироваться и через которое он будет распространяться.

Примечание — См. 4.4.1 для разработки дизайна анкеты.

4.5 Управление процессом, связанным с формированием выборок и обработкой данных

4.5.1 Мероприятия, связанные с выборкой и оценочным взвешиванием

4.5.1.1 Требования к формированию выборки

Тип и структура выборки должны основываться на выбранной процедуре отбора (например, стратификационная, кластерная, гнездовая выборка). Метод, используемый для формирования выборки, должен быть документально оформлен.

Характеристики выборки, включая выборки, предоставляемые третьими сторонами (например, выборки, закупаемые у других поставщиков или клиентом), подлежат проверке провайдером исследования на основе критериев формирования выборки, присущих данному исследовательскому проекту, в целях обеспечения соответствия законодательным требованиям и соответствующим кодексам поведения, связанным с проведением социологических исследований. Это в равной мере применимо как к полевому обследованию, выполняемому провайдером, так и к работе, выполняемой субподрядчиками.

Примечания

1 В случае работы, выполняемой субподрядчиками, мероприятия, связанные с проверкой, могут включать установку требуемых характеристик выборки для субподрядчиков и верификацию сформированной выборки по этим требованиям.

2 Для требований качественного исследования см. 5.5.2.

4.5.1.2 Размер выборки

Размер выборки должен устанавливаться таким образом, чтобы полученное при ее формировании расхождение как во всей выборке, так и в подгруппах, требуемых для анализа, было допустимым для целей исследовательского проекта.

4.5.1.3 Критерии качества для вероятностных выборок

Используемый метод выборки должен обеспечивать, чтобы для каждого человека или элемента целевой или выборочной совокупности существовала вычисляемая вероятность быть включенным в данную выборку. Источник информации, используемой для отбора людей и/или элементов выборки, должен быть документально оформлен. Последующее оценочное взвешивание и обобщение записей респондентов можно использовать для того, чтобы препятствовать погрешностям в структуре, возникающим вследствие пропусков/ошибок при ответе на вопросы, недостаточной степени охвата и по другим причинам.

4.5.1.4 Критерии качества для неслучайных выборок

Неслучайные выборки могут включать (но не ограничиваться ими):

- панели респондентов (см. также ИСО 26362);
- экспресс-опросы (онлайновые или внесетевые);
- социальные сети;
- списки (неизвестного охвата, онлайновые или внесетевые);
- другие источники с неизвестным охватом;
- сочетание нескольких источников, включая интервьюирование с использованием множества способов (например, сочетание онлайновых и несетевых автономных выборок, респондентских панелей, онлайновых экспресс-опросов).

При использовании таких источников с целью формирования выборок для исследовательского проекта провайдер должен документировать и предоставлять своему клиенту (см. также 4.8.3 и раздел 7):

a) описание выборочной совокупности или других источников и методов, по которым была сформирована выборка, описание того, каким образом она составлена или приобретена, а также той целевой совокупности элементов исследования, для оценки которой она предназначена;

b) используемый метод формирования выборки, например, процедура, предназначенная для отбора потенциальных респондентов из выборочной совокупности, или ее эквивалент, а также сред-

ства, применяемые для обеспечения репрезентативности выборки в отношении целевой совокупности, включая любые используемые квоты;

c) критерии, используемые в процессе отбора выборки, включая любую информацию, связанную с ошибками при ответах на вопросы;

d) подсчет числа представленных единиц выборки;

e) описание любых проблем, возникших в процессе выборочного отбора, и того, каким образом они разрешались;

f) методы обобщения, оценочного взвешивания и проектирования;

g) метод сбора данных для используемой выборки;

h) пригодность используемой выборки для заданной цели;

i) оценка того, насколько хорошо выборка характеризует целевую совокупность объекта исследования, и связанные с этим выводы в отношении качества данных;

j) подходящие данные из других источников, которые могут быть использованы для оценки возможных отклонений/погрешностей.

В случае выборки методом квоты намеченная целевая совокупность объекта исследования должна быть известна и определена по адекватным критериям. Характеристики, относящиеся к генеральной совокупности, должны включаться в план, связанный с квотной выборкой. Обязательна информация о письменном источнике и дате создания средств контроля в отношении квот. В плане, связанном с квотной выборкой, должно определяться число интервью, требуемых для каждой характеристики, подлежащей контролю.

4.5.1.5 Документирование оценочного взвешивания данных

Если используется процесс, связанный с оценочным взвешиванием данных, его необходимо соответствующим образом задокументировать вместе с используемыми оценочными переменными. По запросу клиента предоставляются сведения о первичном источнике и об исходных данных для оценочного взвешивания. Взвешенные и невзвешенные структуры выборок должны быть документально оформлены.

4.5.2 Кодирование, редактирование и другая обработка данных

В случае проектов количественного исследования провайдер должен обеспечить обработку данных способом, позволяющим минимизировать ошибки, проверку кодирования открытых вопросов на наличие ошибок и корректность анализов и табуляции.

Для этой цели должны быть созданы и документально оформлены стандартизованные средства контроля качества.

Примечание — Полный набор требований см. в разделе 6.

4.6 Мониторинг выполнения мероприятий исследования

Провайдер услуг по проведению исследования должен вести мониторинг наиболее важных процессов социологического исследования, так чтобы они выполнялись в соответствии с утвержденными спецификациями (см. 4.1.2 и 4.1.3). Наиболее важные процессы включают процедуру формирования выборки, разработку анкетных вопросников и организованных планов обсуждения, сбор данных, их обработку, анализ и формирование материалов для предоставления клиенту.

Записи, связанные с проектом, должны охватывать действия, предпринимаемые в отношении любых возникающих проблем.

Примечание — Это требование касается руководства и управления проектом, и оно может выполняться посредством общих универсальных процедур и отдельных инструкций, разработанных для реализации конкретного проекта.

4.7 Документы, материалы и продукты исследования рынка, общественного мнения и социальных проблем

4.7.1 Порядок обращения и хранение материалов и документов, связанных с проектом

Провайдер услуг по проведению исследования должен запросить клиента о необходимых инструкциях по обращению, хранению и содержанию материалов и продуктов, предоставленных клиентом. С клиентом нужно договориться о судьбе материалов по окончании проекта.

Провайдер должен предпринять адекватные меры, чтобы обеспечить бережное обращение, хранение и защиту вверенной ему документации, материалов и продуктов, связанных с реализацией

исследовательского проекта, в соответствии с инструкциями клиента и/или внутренними процедурами.

Если провайдер выполняет транспортировку или отправку материалов или продукции, он должен использовать безопасные формы упаковки и пригодные методы транспортировки. Такие меры могут варьироваться в зависимости от вида материалов (например, цифровые и документированные вручную данные требуют принятия различных мер).

В тех случаях, когда документы, материалы и продукты предоставляются респондентам или когда им предоставляется возможность их использовать, провайдер должен обеспечить, чтобы условия исследования были одинаковы для всех лиц и чтобы продукция не была повреждена, испачкана или каким-либо образом видоизменена по ходу исследовательского проекта, создавая возможность повлиять на полученные результаты. Провайдер должен обеспечить, чтобы необходимая информация о безопасном использовании и обращении с продукцией, используемой в исследовательском проекте, была предоставлена респондентам и/или интервьюерам.

Примечание — Универсальные процедуры могут быть адекватными для широко используемых материалов, продукции и т.д., но в других случаях может понадобиться разработать документированный план по обращению, хранению и использованию материалов, предназначенный для конкретного проекта.

4.7.2 Обеспечение безопасного содержания материалов, связанных с исследованием

Провайдер услуг по проведению исследования должен обеспечить конфиденциальность при обращении с любыми предоставленными клиентом документами, материалами, продукцией и базами данных, имеющими конфиденциальный или уязвимый характер, как у себя под контролем, так и в других местах, где осуществляется работа с данными материалами. Провайдер должен хранить документы, материалы, продукты и базы данных, принадлежащие клиенту, так, чтобы посторонние лица не имели к ним доступа. Возможность доступа следует ограничить кругом лиц, напрямую вовлеченных в исследовательский проект.

По запросу клиента провайдер должен сообщать информацию, содержащую подробные сведения о специальных мерах по защите конфиденциальности.

Примечание — Если клиент требует выполнения специальных мер для защиты конфиденциальности (например, выходящих за рамки обычных практик провайдера), то стороны могут согласовать и документально оформить дополнительные расходы для этих целей. Примеры таких мер описаны в ИСО/МЭК 27001.

4.8 Предоставление материалов по результатам исследования

4.8.1 Представление результатов исследования

Результаты, относящиеся к поставленной цели исследования, должны представляться в полном объеме.

Если цитируются относительные величины, необходимо, чтобы из них можно было напрямую вывести абсолютные значения. В связи с этим, когда приводятся процентные величины, должна указываться база, относительно которой ведется отсчет.

В случае, когда данные подверглись оценочному взвешиванию, результаты исследовательского проекта должны представляться во взвешенной форме вместе с базами как для взвешенных, так и для невзвешенных данных. Если клиент получает запись, содержащую данные, коэффициенты оценочного взвешивания для отдельных респондентов должны также включаться в эту запись. Кроме того, провайдер должен по запросу предоставлять клиенту описание процесса оценочного взвешивания и того, как отбор выборки влияет на оценочное взвешивание.

Сведения о точности всех сообщаемых данных и материалов подлежат проверке провайдером перед тем, как они будут направлены клиенту.

4.8.2 Интерпретация

Интерпретация результатов исследования должна соотноситься с проблемой исследования и подтверждаться эмпирическими выводами исследовательского проекта, а там, где это применимо — другими данными.

Интерпретации и рекомендации на основе эмпирического исследования следует отделять от личных взглядов и мнений.

4.8.3 Документация

Результаты исследования должны предоставляться клиенту в той форме и иметь то содержание, которое уже было оговорено и описано в программе исследования (или ценовом предложении) либо согласовано на более поздней стадии.

Как минимум отчеты должны содержать информацию о размере выборки, времени и методе сбора данных. Провайдер исследования должен также документировать всю методологию исследовательского проекта настолько подробно, чтобы можно было позднее повторно воспроизвести конкретный проект. Эта информация должна сообщаться клиенту, и клиент должен знать о наличии такой информации (например, в отчетных документах или в программе исследования) (см. также 7.1).

Примечания

1 Повторение проекта может приводить к использованию технических приемов, составляющих чью-либо собственность (обычно идентифицированных в методологической документации), которые могут предоставляться только определенными провайдерами и не быть полностью транспарентными.

2 Для получения информации по методологии и для других сведений, требующих документального оформления, см. 7.2 и 7.3.

Для долгосрочных исследований провайдер должен документировать и согласовывать с клиентом содержание и периодичность предоставления отчетной информации.

При направлении клиентам отчетной информации следует сообщать, что реализация проекта осуществлялась в соответствии с настоящим стандартом.

Примечание — Сертификация является одним из способов предоставления свидетельства о соответствии требованиям настоящего стандарта.

4.8.4 Предъявление результатов в устной форме

Для обеспечения того, чтобы на свои вопросы относительно как содержания, так и метода исследования клиент мог получить удовлетворяющие его ответы, в устном оглашении результатов исследования должны участвовать лица, осведомленные в вопросах, связанных с предметом исследовательского проекта, а также знают метод, посредством которого осуществлялся данный исследовательский проект.

4.8.5 Публикация

Провайдер услуг по проведению исследования может публиковать или предъявлять результаты для исследования или для других целей, только если проект проводился на его собственные средства или если такая публикация была оговорена в контракте с клиентом, заказавшим проект, либо если клиент дал согласие на соответствующую публикацию.

При публикации результатов исследования их презентация должна четко отделяться от их интерпретации. Провайдер должен также обратить внимание клиента на его обязательства в отношении публикации результатов исследования, независимо от того, идентифицируется ли данный провайдер или нет.

4.9 Записи, связанные с исследованием

4.9.1 Идентификация

Записи, связанные с исследованием, должны иметь надлежащую маркировку в целях, связанных с идентификацией и восстановлением, и быть прослеживаемыми применительно к конкретному исследовательскому проекту. Записи, связанные с исследованием, должны включать:

- программу исследования и/или ценовое предложение;
- экземпляр окончательной редакции анкетного вопросника, организованного плана обсуждений и поощрительные материалы;
- первичные записи («сырые» данные, включающие неотредактированные заполненные анкетные вопросники и записанные показания качественного исследования);
- спецификации по обработке данных, таблицы шифров, редакционные записи и другой важный материал, относящийся к обработке данных;
- экземпляры материалов (например, отчеты), передаваемых клиенту, кроме первичных записей;
- полный перечень методологических сведений, относящихся к данному исследованию (см. 4.8.3 и раздел 7);
- записи в отношении качества, связанные с мониторингом исследования.

4.9.2 Сохранение

Для возможности суждения о способе проведения исследования или обсуждения его результатов, в том числе и после полного завершения исследовательского проекта, первичные записи (например, заполненные анкетные вопросники, файлы данных, записанные групповые обсуждения) и копии окончательных редакций всей проектной документации или другие записи, связанные с проектом (например, программы анализа) следует сохранять в течение определенного периода времени:

- первичные записи — 12 месяцев;
- копия всех других окончательных редакций документов, связанных с исследовательским проектом — 24 месяца.

Если исследование повторяют позднее или если в рамках этого же проекта до окончания требуемого срока(ов) хранения проводят дальнейшее исследование, отсчет сроков хранения следует установить заново по завершении всего исследовательского проекта.

Провайдер исследования должен информировать клиента о сроках хранения (например, указывать в программе исследования). Провайдер и клиент могут договориться об удлинении или сокращении сроков хранения, но такое соглашение необходимо документировать.

Примечание — Может также понадобиться сохранять записи и более указанных периодов времени в целях проведения аудиторских проверок и/или для соблюдения требований законодательства.

Все записи, связанные с проектом, должны храниться с соблюдением требований безопасности, с особыми мерами предосторожности в отношении записей, содержащих персональные данные о респондентах.

4.9.3 Хранение и удаление

Записи должны храниться в условиях, позволяющих исключить их порчу, и так, чтобы их можно было оперативно извлечь, а также чтобы их конфиденциальность не ставилась под угрозу. Должны существовать процедуры, обеспечивающие для проектных записей, хранящихся в электронном виде вне стен предприятия, архивирование хотя бы второй копии файлов.

Провайдер должен обеспечивать безопасное и конфиденциальное удаление первичных записей, особенно содержащих сведения о личности респондентов.

4.9.4 Обеспечение безопасной сохранности

Если не оговорено иное, все записи, относящиеся к исследованию, должны предоставляться только в целях аудитов по качеству.

Провайдер услуг по проведению исследования должен обеспечить надежную защиту результатов исследований и отчета подходящими средствами от несанкционированного доступа в период их хранении в архивах провайдера. Это также должно включать защиту от несанкционированного доступа и попыток внесения изменений в результаты и в отчеты, сохраняемые на электронных носителях.

4.9.5 Передача клиенту данных, хранящихся в электронном виде

Хранящиеся в электронном виде данные до передачи клиенту подлежат проверке на полноту сведений. В связи с этим следует верифицировать передаваемые записи, содержащие данные, на полноту содержащихся в них сведений, касающихся объема фактического материала (например, число респондентов, число заполненных анкетных вопросников) и измеренных переменных величин, а также проверять содержания в этих записях любой дополнительной информации, оговоренной в контракте.

Передаваемые клиенту данные должны быть в формате, описанном в программе исследования или согласованном на более позднем этапе.

5 Сбор данных

5.1 Общие положения

Провайдер услуг по проведению исследования должен внедрить процедуры для защиты конфиденциальности респондентов и по предоставлению респондентам соответствующих заверений (см. также 5.3.2).

Если иное не согласовано с респондентом, сведения о его личности, содержащиеся в соответствующих записях (например, в анкетных вопросниках), должны использоваться только в целях администрирования и управления качеством исследования, и их следует хранить настолько долго, насколько это необходимо для указанных целей.

Если для проведения полевого обследования привлекаются субподрядчики, в том числе и теми провайдерами, которые выполняют часть полевого обследования внутри организации, следует руководствоваться требованиями 3.5 для обеспечения того, что компании, привлекаемые для работы в режиме аутсорсинга, соблюдают практики и стандарты в указанном разделе.

5.2 Организация работы, набор и подготовка исполнителей полевого обследования

5.2.1 Персонал, руководящий процессом сбора данных

Персонал, руководящий процессом сбора данных, должен иметь подготовку, необходимую для выполнения поставленных задач, включая распределение работы, управление ходом работ, обучение и аттестацию исполнителей полевого обследования и валидацию работы, проводимой на местах.

Указанный персонал также подлежит регулярной оценке и повышению своей квалификации, продолжая участвовать в соответствующих программах по обучению. Сведения о полученной подготовке и компетенции персонала, руководящего процессом сбора данных, должны быть документально оформлены провайдером. См. также 3.4.

Примечание — Персонал, руководящий процессом сбора данных, включает, например, руководителей головного офиса и руководителей филиалов (включая лиц, отвечающих за набор исполнителей), супервайзеров на местах, супервайзеров телефонных узлов, руководителей групп исполнителей полевого обследования и персонал, обеспечивающий организационную поддержку мероприятий по сбору данных.

5.2.2 Рекрутинг исполнителей полевого обследования

Провайдер услуг по проведению исследования должен оценивать компетентность потенциальных исполнителей полевого обследования, исходя из их предыдущего опыта работы и квалификаций и/или посредством интервьюирования в ходе набора исполнителей для работы и/или справок с предыдущих мест работы.

Для работы, которую предстоит выполнять, включая работу для отдельных проектов, должен быть установлен уровень профессионального опыта, требуемый для соискателей (если он необходим).

Оценка включает компетентность, связанную с навыками владения языком, включая способность соблюдать инструкции, изложенные на языках, которыми предстоит пользоваться для сбора данных, и компетентность, соответствующую родному языку.

Вся нужная информация об исполнителях, полученная в ходе процесса рекрутинга или впоследствии (например, записи об обучении и профессиональной подготовке, результаты валидации), должна быть документально оформлена и сохраняться все время, пока работник выполняет работу для провайдера и после этого в течение одного года.

В случае, когда исполнителей набирают через агентства по подбору персонала, записи, связанные с рекрутингом, могут быть менее подробными, но при этом они должны показывать необходимые навыки и опыт предыдущей работы.

5.2.3 Базовая подготовка для исполнителей, принятых на работу

5.2.3.1 Общие положения

Для всех исполнителей полевого исследования необходимо проводить базовую подготовку, направленную на достижение требуемого уровня компетентности в соответствии с 5.2.3.2–5.2.3.4. Такая подготовка должна проводиться провайдером услуг по проведению исследования, кроме тех случаев, когда получено подтверждение того, что необходимая базовая подготовка, отвечающая требованиям настоящего стандарта (для заданий, которые предстоит выполнять), уже проводилась. Методы базовой подготовки должны быть выбраны провайдером в соответствии с требованиями 5.2.3.2 — 5.2.3.4.

Примечание — Обычно считается хорошей практикой предоставлять по запросу другого провайдера услуг по проведению исследования рынка, общественного мнения и социальных проблем подтверждение базовой подготовки, полученной сотрудниками.

5.2.3.2 Содержание

Область и содержание и базовой подготовки должна соответствовать характеру и сложности работы, которая будет выполняться (например, персональное интервьюирование, интервьюирование по телефону, качественный набор респондентов, исследование методом наблюдения). В случаях, когда исполнителя привлекают последовательно для различных типов работы (т.е. отличных от того типа работы, которая охватывалась уже проведенной базовой подготовкой), включающих проведение

интервьюирования с помощью компьютера (CAI), следует провести соответствующую дополнительную базовую подготовку.

Как минимум, базовая подготовка должна включать следующее:

- общие принципы исследования рынка, общественного мнения и социальных проблем;
- этические требования (для получения информации о применимых международных кодексах, см. Библиографию), включая меры по обеспечению безопасности респондентов и вопросы, связанные с защитой данных;
- работа с детьми или другими социально уязвимыми группами респондентов;
- навыки интервьюирования и/или другие требуемые технические приемы;
- использование компьютеров, где это может понадобиться (например, для CAI);
- исполнение роли интервьюера и пробные интервью (или другие формы сбора данных).

В первый день своей работы исполнители полевого обследования должны работать в сопровождении сотрудников, руководящих процессом сбора данных (или же работа исполнителей должна отслеживаться другим способом, например, для телефонного интервьюирования), и необходимо проверить правильность выполнения (провести валидацию) их первого после базовой подготовки задания в качестве исполнителя полевого обследования (см 5.4 и 5.5.3), обсудив затем результаты валидации с исполнителем. Если такой мониторинг или сопровождение исполнителя не будет осуществляться, то должна проводиться валидация всей работы, выполненной для первого задания, в соответствии с 5.4 и 5.5.

5.2.3.3 Продолжительность

Минимальная продолжительность базовой подготовки для персонального (лицом к лицу) и телефонного интервьюирования, а также для интервьюирования в целях набора респондентов для качественного исследования (не включая дополнительную организационную подготовку, см. 5.2.4) должна составлять шесть часов. Примерно половина этой подготовки должна проходить в режиме взаимодействия наставника и обучаемого лица, чтобы они могли вести диалог.

В редких случаях, когда задачи, связанные со сбором данных, считаются очень простыми, минимальная продолжительность базовой подготовки может быть короче упомянутого периода и ее могут объединять с инструктажами по проекту. Причины для такой укороченной подготовки должны быть документально оформлены и если впоследствии исполнитель будет участвовать в другом проекте, то тогда ему придется пройти базовую подготовку в полном объеме.

Для исследования методом наблюдения минимальная продолжительность базовой подготовки не установлена. Длительность подготовки должна быть адекватна тому объему навыков и знаний, которые необходимы для задания.

Продолжительность периодов времени, установленных для базовой подготовки, следует считать минимальными уровнями, и в зависимости от вида работы может потребоваться больший объем подготовки.

5.2.3.4 Документация по подготовке персонала

Базовая подготовка, проведенная для исполнителей полевого обследования, должна оформляться в виде записей, включающих сведения о содержании, длительности подготовки, а также о лице, проводившем подготовку. Наставник и обучаемое лицо должны заверить своей подписью или другим эквивалентным способом записи, свидетельствующие о проведенной подготовке.

Примечание — В случае, когда провайдер услуг по проведению исследования сначала внедряет настоящий стандарт, имеющиеся на тот момент в организации исполнители полевого обследования могут рассматриваться как уже получающие подготовку, если содержание и документация такой подготовки будут адекватными. Это практикуется в том случае, если нет записей по подготовке лиц, привоекаемых в качестве исполнителей полевого обследования.

5.2.4 Организационная подготовка исполнителей полевого обследования

В дополнение к базовой подготовке согласно 5.2.3 провайдер услуг по проведению исследования должен обучать всех исполнителей полевого обследования (независимо от любых проводившихся ранее мероприятий по подготовке этих исполнителей в других организациях) своим требованиям, которые характерны для деятельности этого провайдера, включающим организационные аспекты процесса сбора данных. Методы проведения подготовки данного типа и содержание ее мероприятий могут определяться самим провайдером, но в записях, содержащих данные о персонале, следует указывать сведения о проведении организационной подготовки и то, каким образом она была предоставлена.

Примечание — Организационная подготовка может объединяться с базовой подготовкой или проводиться вместе с инструктажем по выполнению первого задания.

Ключевые требования и универсальные указания для исполнителей полевого обследования должны быть также включены в документ, предоставляемый провайдером для пользования всем исполнителям полевого обследования.

5.2.5 Непрерывное обучение и оценка работы исполнителей полевого обследования

В отношении исполнителей, регулярно привлекаемых провайдером исследования (например, для пяти или более проектов/циклов в календарном году или для других подобных работ), по меньшей мере, один раз в год должна проводиться оценка работы (аттестация). Для исполнителей, привлекаемых к исследованиям с меньшей периодичностью, следует проводить аттестацию с адекватной периодичностью.

Примечание — Провайдер должен сам определять, какая периодичность будет адекватной для интервьюеров, привлекаемых с меньшей периодичностью, и документировать свою политику в этой области.

Каждая упомянутая аттестация должна проводиться в режиме диалога между исполнителем и руководящим персоналом по сбору данных провайдера (посредством персонального контакта или по телефону) и она должна включать обратную связь по результатам валидации работы.

Аттестация может основываться, например, на результатах редактирования анкетных вопросников, на валидации работы в полевых условиях или на тех интервью, которые проводятся в присутствии руководящих лиц или отслеживаются средствами мониторинга. Аттестации могут определять потребность в дальнейшем обучении исполнителей или же потребность для такого обучения может определяться другими способами.

Дальнейшее обучение, направленное на постоянное повышение квалификации персонала, следует отличать от потребности в дополнительной подготовке в случаях, когда исполнителю поручают новые виды работы или новые должностные обязанности (например, интервьюирование квалифицированных специалистов, работу, связанную с выполнением надзорных функций) (см. 5.2.3).

Примечание — Оценка работы исполнителей может быть непрерывной, когда персонал, руководящий сбором данных, поддерживает обратную связь с исполнителями после проведения валидации их работы (например, посредством мониторинга телефонных интервью, метода с исполнением роли тайного покупателя); в этих случаях последующие формализованные ежегодные аттестации могут не понадобиться.

Отчеты по аттестации (включая непрерывные оценки согласно предыдущему примечанию) и сведения о любой дополнительной подготовке должны быть документально оформлены и сохраняться вместе записями, содержащими данные об исполнителях полевого обследования.

5.3 Проведение сбора в полевых условиях

5.3.1 Документ, идентифицирующий личность исполнителя полевого обследования

Для исполнителей полевого обследования, за исключением лиц, работающих только на телефоне, провайдер услуг по проведению исследования должен подготовить идентификационный документ, желательно — с фотографией исполнителя. В этом документе должен быть указан срок действия (например, дата выпуска и дата истечения срока действия или год, в течение которого этот документ является действующим), наименование и контактные данные провайдера, выдавшего идентификационный документ. Подлежат сохранению записи о лицах, для которых были изданы идентификационные документы, а также срок действия выданных документов.

5.3.2 Заверения, адресуемые респондентам

Все методы, применяемые для работы с респондентами, должны включать краткое описание принципов конфиденциальности в отношении респондентов, основные цели исследования, для которых собранные данные могут использоваться, и название провайдера услуг по проведению исследования, субподрядного агентства и/или клиента (клиентов), если это необходимо. Респондентов следует проинформировать о добровольном характере их сотрудничества.

Респондентам, с которыми осуществляется непосредственный контакт, должны быть предъявлены документально оформленные заверения, включая контактные сведения о провайдере услуг по проведению исследования. Телефонным респондентам по запросу также должны предоставляться контактные данные провайдера.

5.3.3 Сбор данных при работе с детьми или социально уязвимыми группами респондентов

В случаях, когда респондентами являются дети (определенные законодательством в качестве несовершеннолетних в том регионе, где проводится сбор данных) или когда респонденты рассматриваются в качестве социально уязвимых лиц, должны применяться особые меры, и это может включать дополнительную подготовку интервьюеров. В указанных случаях следует предпринять соответствующие шаги в целях обеспечения того, чтобы родители, опекуны или другие ответственные взрослые лица, а также сами респонденты имели ясное понимание в отношении того, с чем сопряжено их участие в проводимом исследовании, и дали свое согласие, основанное на адекватной информации. В целях демонстрации соблюдения этого требования подлежат хранению соответствующие записи (например, они могут быть составной частью анкетного вопросника).

Примечание — Определения того, каких лиц следует считать детьми или социально уязвимыми лицами, могут отличаться в разных странах, и это следует принимать в расчет при организации исследования, проводимого сразу в нескольких странах.

В случаях, когда исследования проводятся с использованием специализированных выборок, в которых, скорее всего, значительную долю участников будут составлять дети или социально уязвимые респонденты (например, пациенты медицинских учреждений), могут потребоваться специальные методические указания или инструкции, которые должны применяться в ходе реализации мероприятий исследовательского проекта.

5.3.4 Проведение инструктажей, связанных с проектом

Исполнители полевого обследования должны пройти инструктаж и/или получить указания для каждого проекта (или информацию о характерных особенностях для каждого цикла проекта) даже в том случае, если они начинают работать в проекте после того, как полевое обследование уже началось. За проведение инструктажа и/или сообщение указаний должен отвечать сотрудник, имеющий полное понимание требований реализуемого проекта.

В целях демонстрации области охвата инструктажа и указаний, а также того, что все исполнители полевого обследования, которым поручено выполнять мероприятия в рамках реализации проекта, прошли инструктаж и/или получили все необходимые указания, следует вести и поддерживать соответствующие записи.

Инструктаж и/или инструкции для проекта, связанного с проведением количественного исследования, должен включать (при необходимости) следующую информацию:

- время и место проведения полевого обследования;
- процедуры по формированию выборок;
- квоты (целевые группы), которые охватывает исследование;
- технические приемы по сбору данных;
- другие специальные требования проекта;
- инструкции по работе с анкетным вопросником.

Инструктаж и/или инструкции для проекта, связанного с проведением качественного исследования, должны включать (при необходимости) следующую информацию:

a) время и место проведения полевого обследования;

b) ключевые критерии по набору респондентов;

c) требуемые квоты/целевые группы;

d) число респондентов, которых предстоит набрать для каждого группового обсуждения или углубленного интервью;

e) допустимые и недопустимее методы набора респондентов;

f) характерные для данного исследования исключения и ограничения, применяемые в отношении респондентов;

g) будут ли использоваться технические средства/оборудование в целях наблюдений.

5.3.5 Время проведения и продолжительность полевого обследования

Время проведения и продолжительность каждого интервью, а также личность исполнителя, ответственного, например, за сбор данных или за проведение наблюдения, должны оформляться в виде записей.

Примечание — Указанные элементы относятся и к валидации интервью (см. 5.4 и 5.5.3).

5.3.6 Поощрительные средства для повышения мотивации респондентов

В случаях, когда респондентам предлагаются поощрительные средства, тип этих средств должен документироваться в качестве составного элемента записей, связанных с проектом.

5.4 Валидация работы исполнителей при проведении количественного исследования

5.4.1 Общие положения

Валидация должна проводиться настолько быстро, насколько это практически выполнимо, во время или по завершении периода исследования в полевых условиях (и не позднее шести недель после проведения интервью) и везде, где это возможно, до того как выходные данные будут обработаны и/или сообщены клиентам.

Валидация должна проводиться вторыми лицами (т.е. не самим исполнителем, работа которого проверяется на правильность выполнения).

Вся работа по сбору данных в рамках реализации каждого проекта (или очередного цикла) должна проверяться на правильность выполнения с использованием методов в соответствии с 5.4.2. При проведении валидации надлежит учитывать:

- необходимость валидации работы всех недавно принятых исполнителей для первого их проекта;
- необходимость валидации работы регулярно привлекаемых исполнителей, чтобы их работа периодически проверялась, но необязательно для каждого проекта (результаты валидации могут влиять на периодичность последующей валидации работы того или иного исполнителя).

Документированные записи в отношении исполнителей, привлекаемых к работе провайдером, должны содержать сведения о валидации работы (включая время, место и проекты) каждого сотрудника.

В случаях, когда валидация выявляет отклонения или проблемы, должны предприниматься корректирующие действия на двух уровнях:

a) на уровне проекта (например, замена интервью, дальнейшая валидация, анализ правомочности полученных данных);

b) на уровне исполнителей (например, повторное обучение, будущие рабочие поручения). В случае выявления серьезных несоответствий (например, фальсификация интервью) вся недавно выполненная или текущая работа такого исполнителя должна перепроверяться и подвергаться валидации.

Примечание — Цель валидации — установить факт, что сбор данных исполнителями был проведен в соответствии с указаниями для проекта, включая число интервью, отбор респондентов, соблюдение указаний в анкетном вопроснике и основных требований (например, изучаемых в рамках подготовки исполнителей полевого обследования).

5.4.2 Методы валидации

5.4.2.1 Общие положения

В зависимости от рассматриваемого типа сбора данных валидация может осуществляться в соответствии с требованиями, указанными в 5.4.2.2 — 5.4.2.4, 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.

5.4.2.2 Проверка записей, содержащих данные

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).

5.4.2.3 Повторный контакт с респондентом (обратная проверка)

Повторный контакт с респондентом должен включать подтверждение того, что интервью или аналогичное событие имело место и что все необходимые указания соблюдались; подтверждение сведений о продолжительности/числе затронутых вопросов, а также ответов на ключевые вопросы, включая демографические и другие вопросы, позволяющие квалифицировать данные, связанные с квотами. Повторный контакт может проводиться любыми медиа-средствами, включая прямую связь с респондентом (например, личный контакт, контакт по телефону, контакт посредством почтовых отправлений или сообщений по электронной почте).

Повторный контакт с респондентом может быть адекватным методом валидации для всех типов интервьюирования, особенно для личного интервьюирования «лицом к лицу», включая интервью с центральной локализацией (где повторный контакт «лицом к лицу» может следовать сразу после проведения интервью).

5.4.2.4 Мониторинг

Мониторинг должен включать прослушивание интервью во время его проведения, с использованием подходящего оборудования или прослушивание записей интервью, сделанных на записывающие устройства, после того как интервью было проведено, либо посредством присутствия супервайзеров во время проведения личного интервьюирования респондентов. С помощью соответствующих сетевых соединений мониторинг может также проводиться на местах, расположенных на удаленном расстоянии. Должны быть слышимы голоса как интервьюера, так и респондента. Интервьюеры должны знать о том, что любое интервью может подвергаться мониторингу, но они не должны знать о том, какое именно интервью будет прослушиваться (кроме тех случаев, когда присутствует супервайзер). В тех случаях, когда при интервьюировании участников беседа ведется на нескольких языках, мониторинг должен проводить персонал, свободно владеющий соответствующими языками.

5.4.3 Уровни валидации

Валидация должна проводиться, как минимум, на уровнях, установленных далее (в зависимости от типа валидации). Уровни валидации должны быть рассчитаны на основе суммарной выборки, которая достигнута.

В случаях, когда проверка записей, содержащих данные, является единственным методом валидации, который может быть использован (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 либо посредством повторного контакта с респондентами, либо мониторингом для следующих процентных уровней:

- минимальный уровень валидации через повторный контакт должен составлять 10 % от интервью или фактов;
- минимальный уровень валидации посредством мониторинга должен составлять 5 % от интервью или фактов, с прослушиванием или мониторингом примерно 75 % всего интервью.

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 записи, связанные с проектом, должны объяснять причину такой ситуации и информировать о других предпринятых шагах в целях валидации работы по сбору данных (например, проверка записей, содержащих данные).

В случае, когда размер выборки для проекта является адекватным, следует проводить валидацию или мониторинг работы каждого исполнителя полевого обследования.

5.4.4 Отчеты по проведению валидации

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

- сведения о лице, проводившем валидацию;
- описание использованных методов валидации, включая сведения о том, что было охвачено в процессе повторных контактов с респондентами, если это применимо;
- сведения об исполнителе, работа которого подвергалась валидации;
- описание любых выявленных отклонений или несоответствий;
- запись по корректирующим или предупреждающим действиям, предпринятым или запланированным как на уровне проекта, так и на уровне исполнителя полевого обследования;
- подтверждение того, что требуемый уровень валидации был достигнут (например, суммарное число интервью и число проверенных в процессе валидации).

Отчеты по валидации должны быть восстанавливаемыми как по проекту и/или очередному циклу, так и по исполнителю полевого обследования.

5.5 Сбор качественных данных

5.5.1 Общие положения

Этот раздел охватывает процесс сбора качественных данных специально обученными модераторами или интервьюерами от респондентов, согласившихся участвовать в проведении социологического исследования.

Сбор качественных данных может включать, но не ограничиваться, фокус-группами, углубленными интервью и этнографическим наблюдением, проводимыми при личной встрече с респондентами, по телефону или с использованием сетевых ресурсов.

При сборе качественных данных посредством онлайновых технологий взаимосвязь между респондентом и модератором или интервьюером осуществляется через множество цифровых интерфейсов. Онлайновые фокус-группы или углубленные интервью могут проводиться в режиме реального времени (например, интерактивные телеконференции в чатах) или с задержкой во времени (асинхронно), когда респондент(ты) и модератор/интервьюер имеют возможность выбора времени, когда они будут знакомиться с информацией или вносить соответствующие данные (например, через электронные доски объявлений).

5.5.2 Набор респондентов

Сведения о респондентах, о том, каким образом они были набраны и из каких источников (например, метод случайной выборки, рекрутерские базы данных, панели респондентов), должны быть записаны на анкетах по рекрутингу или посредством эквивалентных записей, и они должны сообщаться модераторам и сохраняться в качестве записей, относящихся к проекту, согласно условиями по конфиденциальности сведений о респондентах (см. 5.1).

Примечание — Обычно стадия исследования, связанная с набором респондентов для качественного исследования, отделена от качественной модерации групп или от углубленных интервью. Как правило, работа по набору респондентов чаще проводится исполнителями полевого обследования (например, при личной встрече или через телефонный контакт) или же это может быть онлайновая панель или хостинговая организация, нежели исследовательский персонал, участвующий в модерационной стадии.

5.5.3 Валидация рекрутинга респондентов

Основная цель валидации работы по набору респондентов должна состоять в подтверждении демографических и других критериев по набору респондентов и в утверждении работы исполнителей.

Примечание — Другая цель валидации может заключаться в том, чтобы избежать участия респондентов сверх пределов, установленных в программе исследования (см. 4.1.3.4). Могут быть также задействованы совместные инициативы провайдеров в целях предотвращения излишнего участия респондентов.

В случаях, когда набор респондентов производится исполнителями полевого обследования (при личной встрече или по телефону), их работа должна проверяться в соответствии с 5.4, включая требуемые уровни валидации, установленные в 5.4.3. Методы валидации могут включать повторный контакт с респондентами или мониторинг (например, для телефонного рекрутинга, проводимого из центрального офиса). Такая валидация может проводиться до начала, во время или после завершения сбора качественных данных. При выявлении отклонений необходимо предпринимать соответствующие меры в соответствии с 5.4.1. Записи по валидации должны делаться в соответствии с 5.4.4.

Примечания

1 Валидация посредством повторного контакта с респондентом может проводиться во время сбора качественных данных. В этом случае может использоваться валидационная анкета, предусматривающая самостоятельное заполнение или под руководством сотрудника, при условии, что такое руководство осуществляется не тем лицом, которое первоначально проводило рекрутинг.

2 В некоторых случаях единственным критерием для рекрутинга может быть то, что конкретный респондент включен в список, из которого будет производиться набор респондентов (например, список потребителей). В этом случае валидация может быть сведена к тому, чтобы удостовериться в том, что набранные респонденты входили в данный список, и повторный контакт или мониторинг может не проводиться.

В случаях, когда набор респондентов производится онлайновыми сетевыми средствами, включая панели респондентов, валидация должна проводиться согласно 5.6.5. В ситуациях с использованием сетевых ресурсов, где и рекрутинг, и валидация выполняются одним и тем же лицом в онлайновой хостинговой фирме, записи, связанные с данной валидацией, должны сообщаться модератору для проведения анализа.

В ходе интервью/групповых обсуждений личности респондентов должны быть подтвердены для исключения так называемых «профессиональных» респондентов. Модератор должен также подтвердить, что участвующие в опросе респонденты отвечают критериям набора.

Примечание — Провайдер услуг по проведению исследования должен сам определять, каким образом будет удостоверяться личность респондента и как модератор будет подтверждать соответствие критериям рекрутинга.

Удостоверение личности по идентификационному документу респондента часто будет наилучшим способом, но в некоторых ситуациях это может оказаться неподходящим. Подтверждение модератором соответствия респондента критериям рекрутинга может включать использование анкет, предназначенных для самостоятельного заполнения респондентами, или формализованное опрашивание респондентов либо оно может основываться на мнении самого модератора (что, скорее всего, будет составной частью модерационного процесса, хотя важно учитывать его субъективный характер).

5.5.4 Качественная модерация

Формирование групп и углубленная модерация должны проводиться обученным персоналом, имеющим необходимые навыки и опыт.

Требования по подготовке исполнителей полевых обследований согласно 5.2 неприменимы к лицам, осуществляющим качественную модерацию.

Модераторы должны быть проинструктированы и полностью подготовлены, в том числе к использованию любых технических приемов, не определенных в организованном плане обсуждения.

До начала полевого обследования модераторы должны ознакомиться с целями проекта социологического исследования, с вопросами, с которыми им предстоит работать, с материалами, поощряющими респондентов к сотрудничеству, и теми техническими приемами, которые предстоит использовать.

Модераторы должны подготовить письменный отчет о любых проблемах или характеристиках, выявленных в группах или в интервью, включая следующие аспекты:

- соответствие респондентов критериям рекрутинга;
- пригодность помещений и технических приспособлений, в которых/посредством которых проводилось интервьюирование (например, аудитории или функциональность онлайновых хостинговых устройств) и их аудиовизуальных сервисов или технической поддержки;
- результативность работы хоста или сотрудника, взявшего группу, или данные о том, как онлайновое устройство вело работу с респондентами, которые участвовали в телеконференции.

5.5.5 Осуществление записей качественного исследования и конфиденциальность респондентов

Для групповых или углубленных интервью должны быть сделаны полные записи ответов респондентов, как правило, посредством записывающих устройств (например, аудио-, видеозапись, копирование набранных или загруженных данных во время проведения интерактивных телеконференций).

Респондентов нужно оповестить и получить от них согласие на проведение самой записи, а также в отношении намеченного использования записанной информации (включая использование любыми третьими сторонами) и любой передачи данных (например, клиентам). Согласие респондентов должно быть соответствующим образом оформлено.

Использование и передача записанной информации должны производиться только для целей проводимого исследования.

В случае, когда какие-либо третьи стороны (включая клиента провайдера услуг по проведению исследования) будут наблюдать за проведением групповых или углубленных интервью, респондентам должно быть об этом известно (см. 4.3.5).

Записанная информация должна иметь маркировку в целях идентификации проекта и типов респондентов (включая перекрестные ссылки на другие записи) и даты проведения группового или углубленного интервью.

5.6 Сбор данных при самостоятельном выполнении задания респондентом

5.6.1 Общие положения

Этот подраздел охватывает процесс сбора данных, когда респондент в момент сообщения данных и/или ответов не находится в режиме прямого диалога («лицом к лицу», контакт по телефону или интерактивный контакт) с исполнителем полевого обследования или другим представителем провайдера исследования. Самостоятельное выполнение задания может включать следующее, но не ограничиваться им:

- почтовое исследование, например, обследования посредством почтовых сообщений или другие ситуации, в которых напечатанные на бумаге анкетные вопросники оставляют респондентам для самостоятельного заполнения;

- обследования, в которых респондент заполняет и возвращает анкетный вопросник с помощью сетевых ресурсов;

- обследования, в которых респондент использует мобильное устройство;

- обследования с занесением данных в соответствующие тетради;

- ввод данных касанием кнопки, когда респондент использует кнопочную панель телефона для ответа на вопросы, задаваемого компьютерным устройством;

- ввод данных голосовым сообщением (известный также как интерактивный голосовой ответ), когда респондент дает устные звуковые ответы на вопросы, задаваемые компьютерным устройством, и затем в компьютере применяется технология распознавания и записывания голосовых сообщений для регистрации ответов.

5.6.2 Приглашение к участию в исследовательских проектах

Каждому респонденту, приглашенному принять участие в каком-либо проекте (т.е. члену отобранной выборки), должна сообщаться соответствующая информация, в том числе:

- общее описание цели реализуемого проекта;

- прогнозируемая продолжительность интервью;

- заявление о конфиденциальности и анонимности сведений об ответах каждого респондента (см. также 5.6.4);

- последняя дата для завершения ответов на вопросы (если это установлено);

- открытие информации в отношении всех условий, связанных с поощрением или мотивированием участников в рамках данного проекта (см. также 5.6.3);

- разъяснение в том случае, если приглашение рассылается от имени другого провайдера услуг по проведению исследования;

- для членов панельной группы — возможность отказаться или не принимать участия в будущем исследовании;

- соответствующая политика или заявление об обеспечении конфиденциальности.

Примечание — Для участия детей и других социально уязвимых респондентов применяются требования 5.3.3.

5.6.3 Поощрительные средства

В случаях, когда респондентам предлагаются какие-либо поощрения, вид этих поощрений должен документироваться в качестве записей, связанных с проектом, и исследователи должны иметь надлежащим образом оформленное заявление о поощрительных средствах.

Заявление в отношении поощрительных средств должно охватывать, если это уместно, следующее:

- вид поощрений (например, деньги, ваучеры, балы) и процесс организации выплат;

- как и когда выдаются или выплачиваются поощрения;

- честное и беспристрастное отношение ко всем респондентам;

- методы разрешения спорных ситуаций или разногласий, связанных с поощрениями.

Заявление в отношении поощрительных средств должно доводиться до всех потенциальных респондентов либо в качестве составной части вопросника и/или связанного с опросом материала, либо посредством ссылки и организации доступа к отдельному заявлению о поощрительных средствах, предлагаемых в рамках реализуемого проекта. Респонденты должны иметь возможность проверить те поощрения, которые им полагаются.

В случаях, когда респондентами являются дети (см. 5.3.3), их родители, опекуны или по закону отвечающие за их действия взрослые должны знать об используемой системе поощрений и дать свое разрешение до начала проведения исследования с участием детей.

5.6.4 Меры защиты в отношении респондентов

Для всего процесса сбора данных посредством самостоятельного выполнения задания респондентом должны быть внедрены соответствующие процедуры в целях обеспечения безопасности и конфиденциальности респондентов и предоставляемых ими данных. Такие процедуры должны учитывать услуги, предоставляемые любыми поставщиками, которых провайдер исследования задействует для проведения мероприятий этого типа сбора данных.

Респондентам должны быть даны гарантии безопасности и конфиденциальности, будь это заявление, формирующее составную часть вопросника или связанного с опросом материла, или ссылка и ознакомление с отдельным документом о политике по обеспечению конфиденциальности, или же программное заявление в отношении безопасности и конфиденциальности.

5.6.5 Валидация респондентов и данных

5.6.5.1 Общие положения

На стадии составления программы или разработки проектного плана исследования либо в процессе информирования клиентов должны быть документально оформлены сведения о том, каким образом в отношении респондентов проводилась или будет проводиться валидация, включая информацию о том, как поступать в отношении проблемы, связанной с отсутствием контроля за лицами, давшими ответы в ходе самостоятельного заполнения вопросников и в процессе сбора данных по интернету. Так же как и в случае формирования выборок, следует рассмотреть влияние этих факторов на качество итоговых данных.

5.6.5.2 Валидация личности

Исследователь должен проводить валидацию личности респондентов в соответствии с заявляемыми ими сведениями в тех случаях, когда это выполнимо.

Должны использоваться соответствующие методы, позволяющие предотвратить повторное включение лиц в процессе реализации проекта (например, дедупликация).

Исследователь должен документировать процесс валидации личности респондентов и фиксировать в виде записей результаты и предпринятые действия. По запросу клиента информация об этом документированном процессе должна предоставляться клиенту.

Технические приемы и переменные могут включать (но не сводиться) к следующему:

- номер телефона респондента;
- имя и почтовый адрес респондента;
- банковские сведения респондента;
- официальный номер документа, идентифицирующего личность респондента.

Примечания

1 Одного адреса электронной почты будет недостаточно для валидации личности респондента.

2 Не во всех типах обследований с самостоятельным заполнением вопросников респондентами требуется собирать сведения о личности респондентов. В этом случае требования 5.6.5.2 не применяются.

5.6.5.3 Валидация данных, полученных в ответах

В случаях, когда валидация выполнима, исследователь должен предпринять процедуры для идентификации и отбраковки недобросовестных респондентов. Эти процедуры и предпринятые действия необходимо документировать.

Данные для валидации должны включать:

a) срок заполнения анкетного вопросника, если это предусмотрено;

b) число вопросов без ответа и, если это необходимо, были ли получены ответы на наиболее важные вопросы;

c) по возможности, сравнение хотя бы для одного элемента данных профиля респондентов с данными из другого источника (например, возраст, почтовый индекс).

Кроме того, данные, по которым следует проводить валидацию, могут включать:

- перекрестные ссылки и перекрестную валидацию по внешним данным;
- проверку на согласованность и отсутствие противоречивости в данных внутри своего массива и такую же проверку исходя из какого- либо другого массива данных, будь это внешние данные или какое-либо множество из общего файла данных;
- ответы, полученные на открытые вопросы.

По запросу клиента его следует проинформировать относительно любого редактирования или отсеивания (будь это файл выборки или файл исследовательских данных) предпринятого в целях исключения недобросовестных, невнимательных или каким- либо другим образом нежелательных респондентов.

5.7 Сбор данных методом наблюдения

5.7.1 Общие положения

Этот подраздел охватывает сбор данных, осуществляемый посредством наблюдения в отношении мнений, суждений, склонностей, поступков или результатов действий отдельных лиц или групп

без использования прямого опрашивания, анкетных вопросников или организованных планов обсуждения.

Субъекты, в отношении которых проводится наблюдение, могут знать или не знать о том, что за ними наблюдают. Сбор данных методом наблюдения может включать следующие операции, но не должен сводиться к ним:

- физическое наблюдение за тем или иным видом деятельности (например, подсчет потока пассажиров, транспортных средств, грузов, наблюдение за поведением покупателей);
- сбор комментариев и/или частоты встречаемости признаков в онлайновых социальных сетях;
- наблюдение или отслеживание поведения пользователей сетевых ресурсов с использованием поддержки cookie в браузере пользователя, а также другие методы.

Примечание — Для физического наблюдения требования, предъявляемые к исполнителям полевого обследования, изложены в 5.2, 5.3 и 5.4.

5.7.2 Методология сбора данных посредством наблюдения

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

a) для физического наблюдения:

- целевая группа генеральной совокупности;
- способ отбора людей или объектов наблюдения для включения в проводимое исследование;
- размер используемой выборки;

b) для сбора комментариев из социальных масс-медиа:

- совокупность изучаемых вебсайтов и других форумов социальных медиа-ресурсов;
- способ отбора сайтов, использующих их лиц или авторов, а также их комментариев или постов, для включения в проводимое исследование;
- способ отбора комментариев и/или постов (например, из анкетных вопросников или контента, созданного пользователями);
- сфера применения и описание алгоритма (ов) поиска;
- число сайтов, авторов, комментариев или постов, включенных в анализ;

c) для наблюдения и/или отслеживания поведения пользователей онлайновых сетевых ресурсов:

- целевая группа генеральной совокупности;
- способ отбора лиц или единиц наблюдения и способ их набора для включения в проводимое исследование (там, где это применимо, должны применяться требования к набору респондентов согласно 5.6.2);
- определение изучаемых единиц наблюдения (например, отметки cookie, браузеры, физические лица);
- способ сбора данных;
- число единиц наблюдения, включенных в анализ.

Для всех методов следует давать объяснение в отношении того, каким образом рассматривались потенциальные проблемы, связанные с выборкой. Также должна анализироваться степень, с которой полученные результаты могут или не могут быть обобщены применительно к более крупным группам или совокупностям.

5.7.3 Валидация процесса сбора данных

Необходимо документировать сведения о том, каким образом проводится мониторинг процесса сбора данных, в целях удостоверения того, что он проводится согласно намеченному плану, и следует рассматривать результирующее влияние на точность и согласованность собранных данных.

5.7.4 Меры по обеспечению безопасности респондентов

После того как респонденты были набраны и согласились на проведение наблюдения, должны применяться требования 5.3.2 и 5.6.4 в той степени, в какой это применимо.

В случае, когда лица и группы могут не знать о том, что за ними проводится наблюдение, должны быть предприняты разумные меры предосторожности для обеспечения того, чтобы участникам не было нанесено вреда или любого негативного воздействия в результате проведения любых мероприятий в рамках исследовательского проекта.

Примечание — Местами наблюдений могут выступать вебсайты, блоги, онлайновые чаты, торговые центры, розничные сети и др.

5.8 Сбор данных из вторичных источников

Источники вторичных данных (например, опубликованный материал, базы данных, экспертные интервью), а также сведения об их характере и надежности должны оформляться в виде записей. В случаях, когда эти данные используются для информирования клиента, эти источники следует проверять на подлинность и достоверность.

5.9 Записи по сбору данных

На стадии сбора данных должны делаться записи в полном объеме, включая сведения о том, что было запланировано и что в действительности было достигнуто.

Примечание — Указанные записи не обязательно хранить отдельно от других записей, связанных с проектом, т.е. не требуется, чтобы они специально сохранялись службой по сбору данных. По меньшей мере, часть записей по сбору данных будет включать сведения, требуемые для повторения/воспроизведения исследования согласно изложенному в 4.8.3.

Там, где это применимо к проекту, записи, включая и те из них, которые ведутся субподрядчиками, должны включать следующее:

- копии всех материалов по сбору данных, используемых в проекте, включая анкетные вопросники, организованные планы обсуждения и поощрительные материалы (или перечисление этого материала, если его нельзя сохранить), материалы по инструктажу исполнителей полевого обследования и выборка интервью по группам;
- используемые методы формирования выборки, включая выборочные совокупности и другие источники, отбор и квоты;
- личности всех исполнителей полевого обследования или модераторов, объем порученной или выполненной ими работы (например, число проведенных интервью) и тип этой работы (например, личные интервью, телефонные интервью, количественные или качественные методы исследования, индивидуальные или групповые интервью);
- полный массив записей по валидации сбора данных и по любым предпринятым корректирующим действиям (см. также 5.4.1, 5.5.3 и 5.6.5);
- пропорция желательных респондентов и уровни глубины исследования или эквивалентный показатель;
- суммарные расхождения между запланированным процессом сбора данных и тем, что было реально сделано, включая размеры выборок в целом и по важным подгруппам (эти расхождения и их значение может понадобиться сообщить клиенту);
- в случае фиксации интервью или групповых обсуждений на записывающие средства, необходима четкая маркировка записей с идентификацией даты и проекта (на записывающем средстве должна быть указана продолжительность записи);
- данные о руководящих сотрудниках, отвечающих за сбор данных в ходе конкретного проекта;
- любые другие записи, относящиеся к проекту, в частности, требуемые разделом 5, включая записи согласно требованиям, установленным для сбора данных при самостоятельном заполнении материалов респондентом (см. 5.6) и для исследования посредством наблюдения (см. 5.7);
- указание о том, передавались ли все или часть процессов по сбору данных субподрядчикам и имена любых субподрядчиков, принимавших участие в сборе данных.

6 Управление данными и их обработка

6.1 Общие сведения

Провайдер услуг по проведению исследования должен владеть процедурами, охватывающими процессы ввода данных, кодирования, редактирования, оценочного взвешивания, подготовки и табуляции файлов, а также все другие аспекты, связанные с управлением и обработкой данных. Факт выполнения таких процедур должен быть засвидетельствован.

6.2 Ввод данных на бумажных носителях

6.2.1 Спецификации

В случаях, когда используется логический ввод данных, встроенные проверяющие средства должны быть задокументированы и испытаны в тестовом режиме до начала их использования. Све-

дения о характере использованных тестов и полученные результаты должны быть документально оформлены.

Данные, которые не удается ввести (которые не принимаются вследствие встроенных проверочных средств по контролю), должны направляться руководителю проекта или исполнительному лицу, отвечающему за реализацию проекта, с целью принятия решения о том, как следует поступать с этими данными, при этом следует сохранять записи о любых изменениях, сделанных в отношении этих данных.

Если не установлено иное, в случае использования простого ввода данных они должны набираться в том виде, в каком они были записаны в анкетном вопроснике. Запись о любых указаниях должна сохраняться в файле.

Примечание — Документирование проверяющих средств по вводу данных или другой обработки данных может быть адекватным образом обеспечено посредством сохранения последней версии используемой программы, при этом цель состоит в обеспечении воспроизводимости процессов.

6.2.2 Валидация ввода данных для бумажных документов

В ходе выполнения проекта или стадии/очередного цикла исследования должен применяться системный метод валидации в отношении минимального процентного уровня для работы, связанной с вводом данных. В случае логического ввода данных минимальный суммарный процентный уровень валидации должен составлять 5 % вводимых данных, а для простого ввода данных этот уровень должен составлять 10 % вводимых данных. Процедуры должны обеспечивать применение систематического метода валидации вместе с ведением записей, содержащих адекватный объем сведений о работе каждого оператора, и валидация должна проводиться вторым лицом.

В случае, когда в работе отдельного оператора встречаются многочисленные ошибки, работа такого оператора должна проверяться на правильность выполнения в полном объеме (100%-ный уровень валидации работы оператора), и если потребуется, ее следует выполнить заново. При необходимости следует провести соответствующую повторную подготовку данного оператора до тех пор, пока его уровень ошибок не станет допустимым. Результативность повторной подготовки подлежит анализу и документированию в виде записи.

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

6.3 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:

- сканирования;
- электронного сбора данных (например, обследования с использованием интерактивных систем записи голосовых сообщений, онлайновые обследования, обследования на основе интернет-ресурсов);
- баз данных CAI (создаваемых с помощью компьютерных устройств);
- баз данных, создаваемых путем внесения или объединения данных с одного источника или программы на другой.

Процесс автоматического сбора данных (например, сканирование) должен подвергаться валидации при реализации каждого проекта или стадии. Провайдер исследования должен создать и поддерживать процедуры в целях тестирования как разработки, так и внедрения процесса автоматического ввода данных. Сведения о виде используемых тестов и об участвующих в тестировании сотрудниках должны быть документально оформлены.

Если используются процедуры сканирования, должны оцениваться процент брака и процент субституции (замены). Должны быть записаны процедуры, устанавливающие порядок действий с забракованными при вводе данными, или в отношении процентных уровней субституции.

Примечание — Для электронных анкетных вопросников см. 4.4.5.

6.4 Кодирование

6.4.1 Общие положения

Если используются автоматизированные кодирующие программные средства, то должен быть рассчитан процент ошибок. В случае, когда процент ошибок является недопустимым, должны производиться ревизии в отношении используемого словаря.

6.4.2 Разработка систем кодирования для ручного и полуавтоматического кодирования

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

- общие сведения о проекте;
- идентификацию вопросов или переменных величин, подлежащих кодированию;
- сведения о материале, показанном респондентам (видео, концепт), когда это применимо;
- минимальное соотношение или число выборки (и ее состав), используемой для создания систем кодирования;
- там, где это необходимо или целесообразно, отдельные подгруппы, требуемые для разработки систем кодирования (например, по региону, по пользователям или не пользователям);
- руководящие указания по включению шифров в систему кодирования;
- любое предполагаемое использование систем кодирования от предыдущего проекта или стадии;
- любые другие требования или специальные указания, характерные для данного проекта;
- 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 провайдер исследования может использовать имеющиеся на данный момент классификации, получившие распространение, например, в промышленности, в профессиональной деятельности и образовании.

6.4.3 Утверждение системы кодирования

Руководитель проекта или лицо, отвечающее за реализацию проекта, должно утвердить систему кодирования до того, как начинать проведение операций, связанных с кодированием, и оформить это утверждение в виде соответствующей записи. Оно должно также охватывать, там где это уместно, процессы, связанные с образованием единой схемы, присвоением сокращенных названий (аббревиатур), переформулировкой, перекодировкой или удалением шифров.

6.4.4 Проведение инструктажей, связанных с кодированием

Лица, осуществляющие процессы, связанные с кодированием, должны быть проинструктированы о том, каким образом следует использовать систему кодирования (например, посредством ознакомления с решениями или правилами, касающимися того, что должно быть включено или исключено из заданного шифра).

6.4.5 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.

6.4.6 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.

6.4.7 Валидация

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.

Примечание — Существует два варианта валидации: зависимая и независимая. Зависимая валидация означает, что второму лицу доступны сведения о первичном кодировании. Независимая валидация означает, что второму лицу недоступны сведения о первичном кодировании. При независимой валидации первоначальная кодировка и кодировка, сделанная в рамках валидации, сравниваются между собой, и если они разли-

чаются, то в ходе анализа принимается решение о правомочности кодирования. Независимая валидация выявляет больше ошибок, чем зависимая валидация.

Если работа лица, выполняющего кодирование, содержит многочисленные ошибки, то такая работа должна проверяться на правильность выполнения в полном объеме (100%-ный уровень валидации для работы оператора), и если потребуется, ее следует выполнить заново. При необходимости следует организовать соответствующую повторную подготовку конкретного оператора до тех пор, пока его процент ошибок не станет приемлемым. Результативность повторной подготовки подлежит анализу и документированию в виде соответствующих записей.

Провайдер исследования должен определить допустимое значение многочисленных ошибок и документально оформить это определение.

6.5 Редактирование данных

6.5.1 Редактирование до ввода данных

В случаях, когда в бумажные документы вносятся ручные поправки до осуществления ввода данных, необходимо обеспечить, чтобы можно было отличить исходные ответы респондента или интервьюера от тех шифров или ответов, которые вносятся в документ лицом (лицами), выполняющим его редактирование.

При использовании этого типа редактирования алгоритм и применяемые правила должны быть документально оформлены, и любые сотрудники, выполняющие такую работу в проекте, должны быть проинструктированы относительно тех типов проверок и исправлений, которые могут ими выполняться.

6.5.2 Редактирование после ввода данных

О любых изменениях, сделанных в исходном массиве данных, должна сохраняться запись. Без ведома и разрешения, полученного от руководителя проекта, не должны производиться какие–либо операции, связанные с присваиванием или моделированием в отношении данных, связанных с проектом. Должна обеспечиваться сохранность первоначальных исходных данных (например, для проведения сравнения с отредактированным набором данных). Любые процессы, связанные с условной оценкой/интерполяцией данных, должны документально оформляться и сообщаться клиенту по его запросу. Все отредактированные спецификации должны документироваться.

В случаях, когда используется принудительное (по умолчанию) исправление, его алгоритм должен быть задокументирован, и должны проводиться пробные тестовые запуски этого режима с последующей регистрацией результатов для демонстрации того, что принудительное редактирование дает положительный эффект.

Примечание — Ответы на открытые вопросы (когда респондент отвечает своими словами на поставленный вопрос) и аналогичные данные часто проверяются, например, на правильность правописания и пунктуацию. Такие процессы не считаются редактированием в целях настоящего стандарта.

6.6 Управление файлами данных

При управлении файлами необходимо принимать меры для обеспечения того, чтобы:

- файлы или записи в пределах файла не дублировались;
- использовалась последняя действующая версия файла;
- можно было без труда идентифицировать исходные и отредактированные массивы данных;
- до и после редактирования данных делались подсчеты частоты встречаемости признака или события или другие проверки, чтобы можно было проводить сравнения.

6.7 Анализ данных

6.7.1 Спецификации для анализа данных

Там, где это целесообразно, аналитик или исследователь должен проводить анализ данных в соответствии с предоставленными спецификациями.

6.7.2 Анализ записей

Провайдер услуг по проведению исследования должен вести и сохранять записи, содержащие точные и подробные сведения о процессе анализа для обеспечения того, чтобы любые действия, предпринятые в ходе анализа, можно было позднее повторить.

Примечание — Некоторые программные средства, предназначенные для анализа, могут способствовать реализации этого процесса.

6.7.3 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:

- завершенности, т.е. что представлены все таблицы в соответствии с предусмотренным;
- адекватность любых сокращений (аббревиатур), используемых для рубрик/заголовков или свободных ответов в отношении точности отражения всего содержимого;
- верности базы для каждой таблицы по отношению к другим таблицам или подсчетам частоты повторяемости признака;
- проверки строки для заполнения и/или отмеченных мест по исходным вопросам;
- проверки выведенных/производных единиц данных согласно их первоисточнику;
- верности всех величин для подгрупп и схем;
- отсутствия пустых клеток (т.е. без данных), кроме случаев, когда этому можно найти объяснение;
- любых процессов, связанных с оценочным взвешиванием (например, посредством тестовых таблиц);
- орфографии и читабельности текста;
- адекватности и корректности любого используемого статистического анализа.

Примечание — В качестве проверочного средства рекомендуются подсчеты частоты встречаемости прежде всего сводных таблиц как для обеспечения точности данных, так и для определения размеров баз для подгрупп.

Для любых последующих выходных данных должны применяться адекватные проверки.

6.7.4 Таблицы данных

В случаях, когда для передачи клиенту данных используются таблицы, независимо от того, представляют ли они собой отдельный самостоятельный отчет или являются частью более пространного отчета, необходимо, чтобы были представлены (насколько это необходимо):

- ссылка на фактический исходный вопрос, к которому относятся представляемые данные;
- сведения в отношении любого метода оценочного взвешивания, применяемого к данным;
- как взвешенная развертка данных, так и развертка данных без весовой обработки;
- четкая идентификация любых используемых подгрупп;
- соответствующие развертки (базы) для каждого вопроса таким образом, чтобы было определимо число респондентов, фактически ответивших на вопрос;
- число или доля респондентов, ответивших «не знаю» или «нет ответа», в случае, когда эти ответы относятся к разным категориям;
- 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;
- типы используемых статистических тестов;
- информация в отношении блокировок элементов или ячеек таблицы, а также о других мерах, направленных на обеспечение конфиденциальности;
- предупреждения о тех результатах, которые из-за чрезмерно малых размеров выборок являются ненадежными.

6.8 Передача электронных данных

В случае, когда данные передаются клиенту непосредственно в электронном виде, перед выпуском этих данных подлежит проверке:

- совместимость формата файла с техническими характеристиками программных средств, согласованных с клиентом;
- завершенность (т.е. правильное число файлов и записей в каждом файле);

- сведения о структурной компоновке файлов, где это применимо;
- маркировка содержимого файла и включение указаний, связанных с ограничениями по использованию, где это применимо;
- шифрование файлов по запросу;
- присутствие вирусов в файле.

6.9 Архивирование, сохранность и безопасность данных

Все данные должны храниться безопасным образом в целях предотвращения несанкционированного доступа, повреждения или случайной потери.

Провайдер услуг по проведению исследования должен обеспечить, чтобы все данные хранились и поддерживались в соответствии с профессиональными кодексами (см. Библиографию), применимыми законодательными нормами и другими обязательными правилами, а также в соответствии с любым заключенным соглашением с клиентом. Это должно включать данные, которые содержатся субподрядчиками от имени провайдера услуг по проведению исследования.

Данные, относящиеся к обработке и анализу информации, могут включать (но не ограничиваться этим):

- файлы первичных «сырых» данных;
- другие электронные файлы;
- бумажные экземпляры анкетных вопросников и наглядные материалы;
- кодификаторы;
- файлы, связанные с проектом, включая информацию, относящуюся к менеджменту проекта;
- сообщения электронной почты и другую корреспонденцию.

Провайдер исследования должен разработать и поддерживать в рабочем состоянии процедуры для обеспечения четкой идентификации компьютерных файлов, используемых для обработки данных.

В случаях, когда данные подвергались редактированию, сортировке, записи или изменялись каким-либо другим способом относительно первоначального формата, содержания и компоновки этих данных, тогда исходные данные, конечные данные и программные файлы, изменяющие данные (как минимум) должны сохраняться таким образом, чтобы массив конечных данных можно было без труда воссоздать.

Может понадобиться провести дополнительные анализы после завершения основной обработки данных, и такие анализы должны соответствовать требованиям настоящего стандарта, предъявляемым к обработке данных.

Для любого предполагаемого опубликования таблиц или данных должны существовать специальные процедуры, чтобы минимизировать риски, связанные с разглашением информации о респондентах, кроме тех случаев, когда респонденты дали на это свое согласие.

7 Формирование отчетности по проектам, связанным с исследованием рынка, общественного мнения и социальных проблем

7.1 Общие положения

Провайдер услуг по проведению исследования должен записывать полную методологию и другие сведения, связанные с проектом, в объеме, достаточным для того, чтобы позднее можно было повторить данный проект. Эта документация должна быть доступной для клиента, и клиент должен знать о ее доступности (см. 4.8.3).

В зависимости от типа проведенного исследования и методологии, связанной с формированием отчетности, документация должна соответствовать требованиям 7.2, 7.3 или 7.4.

7.2 Количественное исследование

Для количественного исследования должны фиксироваться следующие сведения:

a) имя клиента;

b) имя провайдера услуг по проведению исследования;

c) сведения о любых процессах исследования, которые полностью или частично поручались для исполнения субподрядчикам;

d) цели исследовательского проекта;

e) целевая совокупность для исследовательского проекта;

f) сведения в отношении выборки, включая:

1) описание выборочной совокупности или эквивалентных элементов исследования и то, каким образом из них производился отбор в выборку для исследования;

2) оценку в отношении репрезентативности исследуемой выборки по отношению ко всей целевой совокупности, и вытекающие из этого выводы;

3) запланированный и достигнутый размер выборки, причины любых расхождений в запланированной и полученной выборках и то, каким образом решались связанные с этим проблемы;

4) там, где использовались вероятностные выборки, пропорция желательных респондентов, ее определение и метод ее расчета, или в случае использования не вероятностных выборок — доля респондентов, согласившихся принять участие в социологическом исследовании;

g) дата полевого исследования;

h) метод сбора данных;

i) тип поощрительных средств, если это применимо;

j) число интервьюеров, если это применимо;

k) методы валидации работы интервьюеров или самостоятельного заполнения респондентами анкетных вопросников, если это применимо;

l) анкетные вопросники, любые визуальные экспонаты или наглядные публикации, а также необходимые документы, связанные со сбором данных;

m) процедуры оценочного взвешивания, если это применимо;

n) оценочные и интерполяционные процедуры, если это применимо;

o) число фактов или событий, использованных в ходе анализа подгрупп;

p) сведения о надежности заключений, включая там, где использовались вероятностные выборки, оценки среднего отклонения/дисперсии для выборки, и оценки ошибок, не связанных с выборкой;

q) заявление о том, что данный проект проводился в соответствии с требованиями настоящего стандарта.

7.3 Качественное исследование

Для качественного исследования должны записываться следующие сведения:

a) имя клиента;

b) имя провайдера услуг по проведению исследования;

c) сведения о любых процессах исследования, которые полностью или частично передавались для исполнения субподрядчикам;

d) цели исследовательского проекта;

e) целевая совокупность для исследовательского проекта;

f) число опрошенных респондентов или число групп и лиц, входивших в такие группы;

g) дата полевого исследования;

h) метод сбора данных (например, персональное, телефонное или онлайновое интервьюирование, индивидуальные или групповые, одновременные (синхронные) или с разделением по времени (асинхронные) интервью);

i) методы рекрутинга респондентов (например, обращения на улице, по телефону, в онлайновом режиме или через интернет);

j) тип поощрительных средств, если это применимо;

k) число интервьюеров или модераторов, если это применимо;

l) методы валидации работы интервьюеров или модераторов, если это применимо;

m) документы, материалы или продукты, используемые при проведении исследования, если это применимо;

n) организованный план интервью или обсуждения;

o) заявление о том, что результаты качественного исследования не могут переноситься на всю генеральную совокупность вследствие отбора выборки, методов интервьюирования и размера выборки;

p) заявление о том, что данный проект проводился в соответствии с требованиями настоящего стандарта.

7.4 Исследование посредством наблюдения

Для социологического исследования методом наблюдения должны записываться следующие сведения:

a) для физического наблюдения:

1) целевую группу генеральной совокупности;

2) каким образом люди или объекты наблюдения были отобраны для включения в проводимое исследование;

3) размер используемой выборки;

b) для сбора комментариев из социальных масс-медиа:

1) совокупность изучаемых веб-сайтов и других форумов социальных медиа-ресурсов;

2) число сайтов, авторов, комментариев или постов, включенных в анализ;

3) каким образом сайты, использующие их лица или авторы, а также их комментарии или посты были отобраны для включения в проводимое исследование;

4) каким образом собирались комментарии и/или посты (например, из анкетных вопросников или из контента, созданного пользователями), и там, где применимо, описание алгоритма(ов) поиска;

c) для наблюдения и/или отслеживания поведения пользователей онлайновых сетевых ресурсов:

1) целевая группа генеральной совокупности;

2) число единиц наблюдения, включенных в анализ;

3) каким образом лица или единицы наблюдения отбирались и как производился их набор для включения в исследование;

4) определение изучаемых единиц наблюдения (например, отметки cookie, браузеры, физические лица);

5) каким образом собирались данные;

d) для всех методов:

1) объяснение в отношении того, каким образом рассматривались и решались потенциальные проблемы, связанные с выборкой, а также степень, с которой полученные результаты могут или не могут быть обобщены применительно к более крупным группам или совокупностям.

2) сведения о том, каким образом осуществлялся мониторинг процесса сбора данных, чтобы удостоверится в том, что он проводился согласно намеченному плану, а также результирующее влияние на точность и согласованность данных;

3) заявление о том, что данный проект проводился в соответствии с требованиями настоящего стандарта.

Приложение ДА
(справочное)

Сведения о соответствии ссылочных международных стандартов национальным стандартам Российской Федерации (и действующим в этом качестве межгосударственным стандартам)

Таблица ДА

Обозначение ссылочного международного стандарта	Степень соответствия	Обозначение и наименование соответствующего национального стандарта
ИСО 26362	-	*
ИСО/МЭК 27001	IDT	ГОСТ Р ИСО/МЭК 27001-2006 «Информационная технология. Методы и средства обеспечения безопасности. Системы менеджмента информационной безопасности. Требования»

* Соответствующий национальный стандарт отсутствует. До его утверждения рекомендуется использовать перевод на русский язык данного международного стандарта. Перевод данного международного стандарта находится в Федеральном информационном фонде технических регламентов и стандартов.

Библиография

[1] ISO 9000 «Quality management systems — Fundamentals and vocabulary» (ИСО 9000 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь»).

[2] ISO 9001 «Quality management systems — Requirements» (ИСО 9001 «Системы менеджмента качества. Требования»).

[3] ISO 26362 «Access panels in market, opinion and social research — Vocabulary and Service requirements» (ИСО 26362 «Группы доступа при изучении рынка, мнений и социального аспекта. Требования к словарю и услугам»).

[4] ISO/IEC 27001 «Information technology — Security techniques — Information security management systems — Requirements» (ИСО/МЭК 27001 «Информационные технологии. Методы защиты. Системы управления информационной безопасностью. Требования»).

[5] Международный кодекс ICC/ESOMAR по практике маркетинговых и социальных исследований, 2007.

[6] Кодекс WAPOR по профессиональной этике и профессиональным практикам, 2003.

[7] Декларация ISI о профессиональной этике, 1985.

УДК 658.562.014:006.35 ОКС 03.120.10 Т59 ОКСТУ 0025

Ключевые слова: исследование рынка, общественное мнение, социальные проблемы, сервисные требования, респонденты, аудит

Подписано в печать 02.12.2014. Формат 60x84⅛.
Усл. печ. л. 5,12. Тираж 36 экз. Зак. 5183

Подготовлено на основе электронной версии, предоставленной разработчиком стандарта

ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ»,
123995 Москва, Гранатный пер., 4.
www.gostinfo.ru

gost.e-ecolog.ru

gost.e-ecolog.ru