



Настоящий документ содержит минимальные стандарты обеспечения качества, приведенные в глобальной программе качества ГфК (GfK),<sup>1</sup> и ее обязательства перед клиентами. ГфК ожидает от своих поставщиков соответствия этим стандартам при предоставлении проектных услуг, при этом в любой ситуации ГфК может потребовать подтверждения применения стандартов к конкретному фрагменту работ.

Поставщик не может передавать на внешнее исполнение или субподряд никакие работы для ГфК. Когда / если поставщику приходится привлекать партнеров для проектов ГфК, он должен уведомить ГфК и получить письменное согласие от ГфК. Поставщик должен сообщить ГфК названия всех субподрядчиков, которых он планирует привлечь, до того, как привлечь их. Уведомление и письменное согласие ГфК должны быть получены до того, как будут использованы услуги каких-либо партнеров. При передаче работы субподрядчику к такому субподрядчику применяются те же стандарты «Обязательств поставщика по обеспечению качества». Поставщик гарантирует, что любой субподрядчик, с которым он работает, будет придерживаться стандартов «Обязательств поставщика по обеспечению качества» ГфК и будет действовать в соответствии с ними. Кроме того, поставщик должен представить ГфК процесс оценки и предварительной проверки, использованный при выборе партнера для субподряда, а также предоставить ГфК данные об управлении качеством субподрядчика и сообщить ГфК о том, как он намерен контролировать и обеспечивать качество работ, выполняемых таким субподрядчиком.

Поставщик признает и соглашается, что условия, описанные в подписанном договоре об оказании услуг между ГфК и Поставщиком, применяются к любым работам, выполненным Поставщиком. В случае, если подписанный договор об оказании услуг между ГфК и Поставщиком отсутствует, Поставщик признает и соглашается, что Условия закупки, представленные по адресу [www.gfk.com/supplier](http://www.gfk.com/supplier), применяются к любым работам, выполненным Поставщиком. Последняя версия «Обязательств поставщика по обеспечению качества» ГфК представлена на той же веб-странице. Поставщик обязан обеспечить работу в соответствии со стандартами качества, представленными в последней версии «Обязательств поставщика по обеспечению качества».

## **I. Передача файлов и данных**

1. Агентство-поставщик обязуется передавать все файлы, включающие данные, надёжным образом.
2. Если файлы содержат идентифицирующие персональные данные (ИПД) или медицинские персональные данные (МПД), файлы должны быть переданы либо с использованием безопасного сайта FTP, либо программного обеспечения для шифрования файлов.
3. В соответствии с Общим регламентом по защите данных (<https://eugdpr.org/>), при пересылке данных, содержащих ИПД и МПД, между ГфК и Поставщиком, между ГфК и Поставщиком должно быть заключено Соглашение об обработке данных. Взаимным обязательством ГфК и Поставщика является обеспечение реализации такого Соглашения об обработке данных.

## **II. Переводы**

1. Агентство-поставщик обязуется поручать переводы профессиональным переводчикам, обладающим языковыми навыками на языке источника и языке перевода, сопоставимыми с таковыми на родном языке.

---

<sup>1</sup> Глобальные стандарты качества ГфК приведены в соответствие с ИСО 20252. Имеющие сертификат ИСО ГфК компании должны пользоваться услугами поставщиков, которые либо имеют сертификат ИСО, либо четко демонстрируют, что они работают на уровне, соответствующем ИСО

# Обязательства поставщика по обеспечению качества



2. Агентство-поставщик гарантирует, что назначенный переводчик обладает необходимым опытом в соответствующей области, напр., технологии, здравоохранение, право и т.д.
3. Агентство-поставщик обязуется проводить оценку качества перевода, прежде чем он будет передан ГфК; оценка качества проводится лицом, отличным от первоначального переводчика, обладающего сходной компетенцией в предметной области и в области языка.
4. ГфК и/или его клиенты оценивают и утверждают переводы до того, как они будут использованы для сбора и/или предоставления данных.
5. Агентство-поставщик обязуется выполнять дополнительную проверку качества после того, как перевод исследования будет применен к нашей программе исследования \ опроса. Эта дополнительная проверка должна быть выполнена первоначальным переводчиком или переводчиком, выполнившим оценку качества. Лицо, проводящее проверку, должно проверить все сценарии / фильтры в исследовании / программе опроса, чтобы гарантировать, что все направления / сценарии исследования / программы опроса будут протестированы, обеспечивая корректность переведенного текста для всех вопросов.

## **III. Программирование анкеты**

1. Агентство-поставщик осуществляет внутренний контроль программы опроса, прежде чем передать их ГфК; документация внутреннего тестирования со стороны агентства-поставщика должна быть в наличии и предоставляется по требованию. Внутренний контроль качества поставщика должен выполняться лицом, отличным от лица, изначально программирующего программу опроса.
2. Все запросы на изменения, правки и исправления должны быть задокументированы письменном виде.
3. Агентство-поставщик не имеет права передавать программу опроса интервьюерам / респондентам до тех пор, пока ГфК не подтвердит приемку в письменном виде, подтвердив, что программа опроса точна и одобрена для сбора данных.
4. В некоторых случаях клиент ГфК может пожелать протестировать программу опроса. В таких случаях взаимодействие с клиентом, включая запросы об изменениях, будут регулироваться со стороны ГфК.

## **IV. Чистка и программирование выборки / базы данных**

1. Агентство-поставщик чистит и программирует предоставленные ГфК файлы выборки на основе инструкций, предоставленных ГфК.
2. Агентство-поставщик обязуется вести учет всех записей, которые были удалены или скрыты в первоначальном файле.
3. Агентство-поставщик обязуется контролировать результаты в сопоставлении с историческими нормами.
4. Агентство-поставщик обязуется документировать все программы, используемые для независимых логических проверок в целях обеспечения точности логики выборки.
5. Агентство-поставщик обязуется предоставить ГфК отчет после обработки и/или чистки данных / выборки со статусом каждой записи; ГфК может предоставить специальный шаблон отчета.

## **V. Получение выборки (в режиме оффлайн)**

1. Для проектов, выполняемых в режиме оффлайн, поставщик предоставляет ГфК данные о целевой аудитории и источнике выборки, планируемой к использованию.
2. ГфК утверждает план выборки до того, как поставщик приобретет и/или использует выборку для

какого-либо офлайн-проекта.

## **VI. Выборка онлайн**

1. Все поставщики, предоставляющие онлайн выборку, должны применять меры по обеспечению качества и безопасности при рекрутировании респондентов, создании профиля респондентов и предварительном скрининге \ отборочном этапе исследования, которые включают (как минимум): программное обеспечение, препятствующее повторному заходу респондента на анкету, ПО для обнаружения ботов, ПО для выявления мошеннических сетей, контроль выплаты вознаграждений, вопросы-ловушки, проверки скорости прохождения интервью, проверки линейности отмеченных ответов, правила участия респондентов, внесение проблемных респондентов в черный список или карантин, двойная верификация респондента при регистрации в панели, специальные проверки для респондента при заходе и выходе с анкеты.

2. Все поставщики, собирающие онлайн выборку через торговые площадки или иные платформы агрегации, должны использовать документированную системную программу оценки качества поставщика для тех источников данных, которые они допускают на свою торговую площадку / агрегационную платформу. Источники данных, доступ к которым для проектов ГфК осуществляется через торговую площадку поставщика или иную агрегационную платформу поставщика, должны соответствовать мерам обеспечения безопасности и качества, указанным выше в п. 1.

3. Все поставщики, агрегирующие онлайн источники данных / выборку через торговую площадку или иную агрегационную платформу, должны незамедлительно сообщить ГфК после того, как на торговой площадке или иной агрегационной платформе будут обнаружены источники данных, имеющие низкое качества, чтобы ГфК могло принять решение о том, может ли источник данных и далее быть доступен для использования в проектах ГфК.

4. Все поставщики, предоставляющие онлайн выборку напрямую и/или через торговую площадку или иную агрегационную платформу, должны сотрудничать с ГфК при выявлении респондентов-мошенников. ГфК сохраняет за собой право удалять таких респондентов из активных проектов и/или запрещать выявленным респондентам доступ к будущим проектам ГфК.

## **VII. Сбор данных: CAWI (Онлайн)**

1. Подробные требования к сбору данных будут прописаны в PSS (Project Specification Sheet) / Инструкции по проекту или в Инструкции для поставщика. При необходимости будет предоставлена отдельная форма / файл с квотным заданием и распределением выборки.

2. Агентство-поставщик собирает как минимум 10% завершенных / успешных интервью в ходе предварительного / «мягкого» запуска полевых работ. Итоговое число необходимых завершенных / успешных интервью подтверждается полевым менеджером ГфК перед запуском, поскольку итоговый процент представляет собой лишь предварительную оценку. После того, как в результате предварительного / «мягкого» запуска будет получено необходимое число завершенных / успешных интервью, агентство-поставщик получает указание приостановить сбор данных, чтобы ГфК могло провести необходимые проверки по обеспечению качества и валидации данных.

3. Агентства-поставщики должны осознавать, что при сборе данных в целях предотвращения дубликации и/или использования ботов в дополнение к инструментам агентства-поставщика будут или могут использоваться следующие инструменты / программы.

а. Запатентованный идентификационный инструмент ГфК (используемый для предотвращения дублирования между панелями респондентов) будет использоваться для большинства онлайн выборок в исследованиях, проходящих контроль ГфК на дублирование данных. (Только для потребителей). Наш запатентованный идентификационный инструмент не будет использоваться для выборок в области здравоохранения, в корпоративном / B2B сегменте и для клиентских списков / баз.

б. Все исследования проверяются с тем, чтобы удостовериться, что они соответствуют минимальным требованиям к длине опроса. Случаи, которые не удовлетворяют этому требованию, не рассматриваются как завершённые интервью.

с. Внедрен полностью автоматизированный публичный тест Тьюринга для различения компьютеров и

людей / CAPTCHA , чтобы снизить риск участия ботов и защитить качество данных.

4. Отчет / статус о состоянии сбора данных должен быть доступен по квотной ссылке. Агентство-поставщик несет ответственность за контроль хода работ, используя эту квотную ссылку. Отчет о состоянии / статус репорт должен включать достигнутые / выполненные квоты, длину интервью, достижимость, количество прерванных интервью и иную диагностическую информацию, помогающую выявлять проблемы с выборкой, например, где необходимо принять меры. ГфК может установить дополнительные критерии для включения в отчет о проделанной работе в начале проекта.

5. Мошеннические интервью или опросы, которые не соответствуют нашим стандартам качества, не будут приниматься и должны быть заменены / переделаны поставщиком без дополнительных затрат со стороны ГфК. Кроме того, поставщик несет ответственность за покрытие любых дополнительных затрат ГфК, связанных с разбором мошенничества / проблем качества.

## **VIII. Сбор данных: Обучение интервьюеров**

1. Агентство-поставщик обеспечивает надлежащий уровень обучения всех интервьюеров, прежде чем они будут назначены на проект ГфК.

2. Базовая подготовка должна составлять не менее 6 часов для интервьюеров, работающих по телефону, и не менее 12 часов для тех, кто проводит интервью лично.

3. Базовая подготовка интервьюеров должна как минимум охватывать темы, указанные в **Приложении 1**.

4. Агентство-поставщик обеспечивает переподготовку интервьюерам, которые не участвовали в проектах в течение 6 месяцев и более, до того, как получить назначение на проект ГфК; переподготовка охватывает, как минимум, темы профессионального отношения, скрининга / отбора респондентов, управления выборкой, а также классификацию / социальную оценку

5. Агентство-поставщик должно принимать участие в клиентских тренингах и / или тренингах по специфическим отраслям (напр., тренинг по нежелательным явлениям) при необходимости, а также по требованию должно предоставлять подтверждающую информацию о прохождении тренинга.

## **IX. Сбор данных: Организация проекта, инструктаж и назначение интервьюеров.**

1. ГфК проводит брифинг для агентства-поставщика, а также отправляет агентству-поставщику письменные инструкции по инструктажу интервьюеров.

2. ГфК сохраняет за собой право присутствовать/участвовать в инструктаже интервьюеров и/или направлять конечных клиентов присутствовать/участвовать в таком инструктаже.

3. По запросу инструктаж интервьюеров должен быть записан (в идеале посредством видеозаписи). Если это невозможно, поставщик должен уведомить ГфК. Запись инструктажа должна быть выполнена в соответствии с требованиями Общего регламента по защите данных.

4. Агентство-поставщик гарантирует, что каждый интервьюер, назначенный на проект ГфК, будет проинструктирован по проекту, используя предоставленные ГфК материалы по инструктажу, прежде чем проводить интервью с респондентами.

5. Интервьюеры/рекрутеры должны дословно придерживаться формулировок и логики отборочной анкеты ГфК. Это также касается всей анкеты полностью. Поставщик не может вносить изменения в отборочную анкету в ходе привлечения / рекрута респондентов и/или сбора данных. Если агентство-поставщик понимает, что имеются причины для изменения вопросов отборочной анкеты в ходе привлечения / рекрута респондентов и опроса их в основном интервью, они должны получить письменное одобрение ГфК.

6. Агентство-поставщик гарантирует, что каждый интервьюер выполнит как минимум одно тестовое интервью по назначенному проекту в рамках инструктажа; агентство оценит проведение письменных тестовых интервью, прежде чем интервьюер будет проводить опросы респондентов. Что касается волновых / трекинг-проектов, при внесении каких-либо изменений в анкете интервьюеры должны

## Обязательства поставщика по обеспечению качества



пройти повторный инструктаж по проекту. ГфК может потребовать доказательства проведения тестовых интервью.

7. Поставщик должен присвоить всем интервьюерам, назначенным на проекты ГфК, уникальные идентификационные номера (ID). Эти уникальные ID должны использоваться только теми интервьюерами, которым они были присвоены (запрещается совместное или повторное использование идентификационных номеров разными интервьюерами в рамках одного проекта, а также и в разных проектах). Присвоенные уникальные идентификационные номера должны использоваться всеми интервьюерами, назначенными на проекты ГфК.

8. Идентификационные номера для всех интервьюеров, назначенных на проекты ГфК, должны быть переданы ГфК до начала каждого проекта (и обновлены по мере того, как новые интервьюеры будут назначаться на проекты).

9. Каждый завершённый опрос должен содержать уникальный идентификационный номер интервьюера. К ситуациям, когда партнеры-поставщики привлекают субподрядчиков (после получения согласия ГфК), используются такие же требования к уникальным идентификационным номерам интервьюеров.

10. Для проектов, в которых опросы проводятся лично, поставщик предоставляет ГфК подробный план исполнения проекта с указанием данных по выборке, таргетированию и привлечению / рекруту респондентов. ГфК утверждает этот план. Любые изменения плана исполнения проекта должны быть одобрены ГфК.

### **X. Сбор данных: Валидация привлеченных / зарекрутированных респондентов**

1. Агентство-поставщик проводит валидацию всей информации по привлечении респондентов до даты начала исследования (фокусная группа, IDI, Hall Test, «клиника» и т.д.) и во время исследования.

2. Перед началом исследования рекрут респондентов проходит валидацию с применением соответствующих методов повторного контакта, в случае рекрута по телефону живой \ личный контроль может быть использован вместо повторного контакта.

3. Во время исследования подтверждается личность респондента при помощи физического документа, идентифицирующего личность.

4. Валидация осуществляется лицом, отличным от рекрутера.

5. ГфК имеет право оценить правильность привлечения респондентов и/или потребовать от агентства-поставщика предоставить подтверждение такой оценки. Документация по валидации является необходимой и должна храниться в течение не менее чем года.

### **XI. Сбор данных: Валидация опроса и отчет о проведении опроса – личные \ F2F интервью**

1. Агентство-поставщик должно проверить правильность хотя бы 10% (20% интервью для опросов медиа аудитории) личных интервью. Оценка проводится лицом, отличным от интервьюера. Необходимо попытаться оценить пропорциональную долю работы каждого интервьюера. При оценке следует применять соответствующий метод повторного контакта, необходимо использовать сценарий / программу валидации, созданный ГфК. О методе валидации необходимо сообщить ГфК в целях утверждения этого метода со стороны ГфК. Если поставщик сам разрабатывает / программирует сценарий / программу валидации, он должен сосредоточиться на отборочных вопросах и демографической информации, а также должен получить одобрение ГфК, прежде чем начать валидацию. Подтверждение выполненной валидации и отчет об итогах всех попыток валидации должны быть переданы ГфК в отношении всех проектов.

2. Для случайной маршрутной / случайной адресной выборки необходимо контролировать начальный

## Обязательства поставщика по обеспечению качества



пункт и навигационную процедуру случайного маршрута при помощи карт, например, карт Гугл. Запланированные маршруты должны быть обсуждены с ГфК и утверждены ГфК. Поставщик должен предоставить подтверждение того, что согласованный план случайной маршрутной / случайной адресной выборки был выполнен.

3. Агентство-поставщик начинает валидацию после первой передачи данных по исследованию и продолжает валидацию на протяжении всего периода сбора данных.

4. 10% работы каждого интервьюера проходит валидацию в форме сопровождения интервьюера руководителем и/или методом повторного контакта \ обращения. В рамках каждого проекта первые два завершённых интервью каждого интервьюера оцениваются руководителем в целях обеспечения качества. Если это невозможно, следует уведомить ГфК.

5. Агентство-поставщик предоставляет ГфК отчеты о валидации на еженедельной основе на протяжении всего процесса сбора и валидации данных. Отчет о валидации включает данные, собранные в ходе процесса валидации, наряду с результатом всех попыток валидации (напр., отсутствие ответа, неправильный номер и т.д.). Поставщик предоставляет идентификационный номер интервьюера в рамках отчета о валидации. ГфК может потребовать доказательства проведения валидации. Доказательства проведения валидации (не записи) должны храниться в течение не менее чем 1 года.

6. Если агентство-поставщик сам программирует и размещает исследование на своем сервере или если поставщик использует свои планшеты/устройства для проведения исследования, агентство-поставщик должно предоставить ГфК отчетность, включающую следующие статистические данные:

- число завершённых интервью каждого интервьюера в день
- средняя длительность опроса каждого интервьюера
- число прерванных интервью каждого интервьюера в день
- IP-адрес (при невозможности предоставления ГфК этой информации, поставщик должен предупредить ГфК)
- Определение местоположения при помощи GPS должно быть всегда включено на каждом устройстве, используемого для проведения каждого опроса (при невозможности предоставления ГфК этой информации, поставщик должен предупредить ГфК)
- Идентификационный номер интервьюера, а также время начала и конца всех завершённых, частичных и прерванных интервью.
- Иную отчетность, рассматриваемую по каждому проекту отдельно.

7. Если поставщик собирает контактную информацию респондентов для целей валидации, агентство-поставщик должно предоставить ГфК отчет, содержащий число контактных данных, собранных каждым интервьюером.

8. В случае выявления проблем в работе интервьюера, ГфК будет тесно сотрудничать с поставщиком и командой в целях исследования \ выявления данной проблемы, при этом агентство-поставщик проводит валидацию 100% работы этого интервьюера.

9. В случае задержки отчета поставщика по валидации, ГфК сохраняет за собой право увеличить требования к проценту валидации поставщика.

10. ГфК может проводить валидацию работы агентства-поставщика и/или привлечь третьих лиц для проведения валидации.

11. Агентство-поставщик проверяет записи данных, при необходимости, чтобы обеспечить полноту записей данных, набор выборки / квот, последовательность ответов и сопоставимость ответов для разных исследователей, рынков и т.д.

12. Если проверка записей данных является единственным надежным методом валидации, которым можно воспользоваться, например, в случае исследований наблюдений, самозаполнения, проверок \ аудита розничных магазинов и т.д., необходимый уровень валидации составляет 100%. Если проверка

## Обязательства поставщика по обеспечению качества



записей данных осуществляется совместно с другими методами валидации, указанными выше, конкретный уровень валидации не требуется.

13. Мошеннические интервью не будут приниматься и должны быть заменены \ переделаны поставщиком без дополнительных затрат со стороны ГфК. Кроме того, поставщик несет ответственность за покрытие любых дополнительных затрат ГфК, связанных с разбором мошенничества / проблем качества.

14. Если выяснится, что интервьюеры делают мошеннические интервью, такие интервьюеры должны быть немедленно отстранены от текущих проектов ГфК и занесены в черный список в отношении будущих проектов ГфК.

### **XII. Сбор данных: Валидация опроса и отчет о проведении опроса – телефонные \ САТІ интервью**

1. Агентство-поставщик должно проверить правильность хотя бы 10% (20% интервью для опросов медиа аудитории) телефонных интервью при помощи персонального личного контроля или сохранением 75% записей контролируемых интервью. Персональный личный контроль может рассматриваться как валидация, только если контролер как слушает, как проводится интервью, так и может наблюдать, какие ответы вводятся в программу опроса интервьюерами. Записи интервью могут рассматриваться в качестве валидации только тогда, когда контролер слушает запись и сопоставляет то, что он слышит на записи, с тем, что введено в программу опроса.

2. Если персональный личный контроль / оценка записей невозможны и / или не соответствуют указанным требованиям, не менее 10% (20% интервью для опросов медиа аудитории) завершенных интервью должны пройти валидацию при помощи повторного обзвона респондентов. Необходимо провести валидацию пропорциональной доли работы каждого интервьюера. Валидация при помощи повторного обзвона респондентов осуществляется лицом, отличным от интервьюера, при этом следует применять соответствующий метод повторного обзвона, и необходимо использовать сценарий \ программу валидации, созданный \ запрограммированный ГфК. Если поставщик сам разрабатывает \ программирует сценарий \ программу валидации, он должен сосредоточиться на отборочных вопросах и демографической информации, а также должен получить одобрение своего сценария \ программы валидации со стороны ГфК, прежде чем начать валидацию. Подтверждение выполненной валидации и отчет об итогах всех попыток валидации должны быть переданы ГфК в отношении всех проектов.

3. 10% работы каждого интервьюера должно проходить валидацию в форме личного персонального контроля, оценки \ прослушивания записей и/или повторного обращения \ контакта. В рамках каждого проекта первые два завершенных интервью каждого интервьюера оцениваются руководителем \ менеджером в целях обеспечения качества. Если это невозможно, следует уведомить ГфК.

4. Требуется как минимум один руководитель \ менеджер на каждых 15 интервьюеров.

5. Агентство-поставщик контролирует телефонные интервью на протяжении всего периода сбора данных, а также контролирует определенную долю работы каждого интервьюера. Агентство-поставщик начинает валидацию после первой передачи данных по исследованию и продолжает валидацию на протяжении всего периода сбора данных.

6. В случае выявления проблем в работе интервьюера, ГфК будет тесно сотрудничать с поставщиком и командой в целях исследования \ выявления данной проблемы, при этом агентство-поставщик проводит валидацию 100% работы этого интервьюера.

7. В случае задержки отчета поставщика по валидации, ГфК сохраняет за собой право увеличить требования к проценту валидации поставщика.

8. ГфК может контролировать интервьюеров по запросу. ГфК может проводить валидацию работы агентства-поставщика и/или привлечь третьих лиц для проведения валидации.

9. Агентство-поставщик предоставляет ГфК отчеты о валидации на еженедельной основе на протяжении всего процесса сбора и валидации данных. Отчет о валидации включает данные, собранные в ходе процесса валидации, наряду с результатом всех попыток валидации (напр.,

отсутствие ответа, неправильный номер и т.д.). Поставщик предоставляет идентификационный номер интервьюера в рамках отчета о валидации. ГфК может потребовать доказательства проведения валидации и/или записи интервью. Доказательства проведения валидации (не записи) должны храниться в течение не менее чем года.

10. Если агентство-поставщик сам программирует и размещает исследование на своем сервере, агентство-поставщик должно предоставить ГфК отчетность, включающую следующие статистические данные:

- число завершенных интервью каждого интервьюера в день
- средняя длительность опроса каждого интервьюера
- число прерванных интервью каждого интервьюера в день
- иную отчетность, рассматриваемую по каждому проекту отдельно.

11. Если поставщик собирает контактную информацию респондентов для целей валидации, агентство-поставщик должно предоставить ГфК отчет, указывающий % контактных данных, собранных каждым интервьюером.

12. Агентство-поставщик проверяет записи данных, при необходимости, чтобы обеспечить полноту записей данных, набор выборки/квот, последовательность ответов и сопоставимость ответов для разных исследователей, рынков и т.д.

13. Мошеннические интервью не будут приниматься и должны быть заменены \ переделаны поставщиком без дополнительных затрат со стороны ГфК. Кроме того, поставщик несет ответственность за покрытие любых дополнительных затрат ГфК, связанных с разбором мошенничества / проблем качества.

14. Если выяснится, что интервьюеры делают мошеннические интервью, такие интервьюеры должны быть немедленно отстранены от текущих проектов ГфК и занесены в черный список в отношении будущих проектов ГфК.

### **XIII. Сбор данных: Контроль и отчетность по сбору данных**

1. Агентство-поставщик контролирует ход сбора данных и предоставляет ГфК отчет о ходе выполнения работ по графику, установленному в начале проекта, но не реже одного раза в неделю.

2. Отчет о состоянии / статус репорт должен включать достигнутые / выполненные квоты, длину интервью, достижимость, количество прерванных интервью и иную диагностическую информацию, помогающую выявлять проблемы с выборкой, например, где необходимо принять меры. ГфК может установить дополнительные критерии для включения в отчет о проделанной работе в начале проекта.

3. На протяжении полевых работ агентство-поставщик предоставляет ГфК регулярные отчеты, включающие число попыток дозвона на запись и использование каждой записи в выборке. Отчеты предоставляются в соответствии с согласованным графиком. ГфК может предоставить собственный шаблон отчета.

4. При завершении сбора данных \ полевых работ поставщик предоставляет финальный отчетный файл выборки / данных, который содержит идентификационный номер интервьюера, а также время начала и конца всех завершенных, частичных и прерванных интервью, а также содержит количество попыток по каждой записи в базе \ выборке и результат \ статус окончательной попытки контакта (код окончательной попытки контакта). Коды окончательной попытки контакта должны быть одобрены ГфК. Возможные отклонения от этих требований в контексте опросов по бумажной анкете при личном контакте с респондентом необходимо обсудить с ГфК и получить одобрение ГфК для каждого конкретного проекта.

5. Агентство-поставщик контролирует производительность каждого конкретного интервьюера и

качество его работы на протяжении всего сбора данных.

6. Если агентство-поставщик сам программирует и размещает программу исследования на своем сервере, оно должно предоставить ГфК статистику по уровню производительности и качеству работы интервьюера (шаблон отчета определяется по каждому проекту).
7. Если ГфК программирует и размещает программу исследования на своем сервере, агентство-поставщик запрашивает и получает отчеты по уровню производительности и качеству работы интервьюера для управления \ контролирования сбора данных (шаблон отчета определяется по каждому проекту).
8. Каждый интервьюер выполняет не более 10% от общего количества интервью в рамках проекта. При необходимости корректировки этого процентного отношения, агентство-поставщик должно обсудить этот вопрос и получить разрешение от команды проекта ГфК.
9. ГфК может запрашивать проведение регулярных собраний в целях оценки статуса проекта.

## **XIV. Печать и почтовые рассылки**

1. Агентство-поставщик предоставляет ГфК физическое подтверждение всех материалов на утверждение перед печатью.
2. Агентство-поставщик выборочно проверяет каждую партию печатных материалов в целях проверки качества печати.
3. Агентство-поставщик выборочно проверяет 5% каждой почтовой рассылки \ партии, чтобы исключить возможность рассылки бракованных писем.
4. Агентство-поставщик при необходимости проверяет недоставленные возвращенные материалы \ письма в целях обеспечения качества и точности, напр., корректность адреса, почтовая оплата и т.д.
5. Агентство-поставщик при необходимости предоставляет ГфК отчет о возврате почтовых отправлений на еженедельной основе или по запросу.
6. Агентство-поставщик обязуется немедленно уведомить ГфК в письменном виде в случае выявления проблем с качеством.

## **XV. Ввод данных**

1. Агентство-поставщик будет придерживаться инструкциям по вводу, предоставленным ГфК, независимо от используемой программы ввода данных.
2. Агентство-поставщик проводит верификацию ввода на всех указанных ниже уровнях. Верификация осуществляется лицом, отличным от оператора, производившего ввод данных.
3. При использовании логической программы ввода данных минимальный уровень верификации составляет 5%.
4. При использовании простой программы ввода данных минимальный уровень верификации составляет 10%.
5. При обнаружении чрезмерного количества или постоянных ошибок в работе конкретного оператора проверка подвергается 100% работы этого оператора.
6. При использовании программного обеспечения для сканирования агентство-поставщик должно проверить эту программу заранее, используя соответствующие методики.
7. Документация результатов проверки является необходимой, может быть запрошена и должна

храниться в течение не менее чем 1 года.

## **XVI. Кодирование**

1. Агентство-поставщик делают кодировку, используя одобренный или предоставленный ГфК кодификатор.
2. Для проектов в области здравоохранения агентство-поставщик должно пройти подготовку для того, чтобы придерживаться процедур отчетности ГфК о нежелательных явлениях и/или специфических клиентских процедур отчетности о нежелательных явлениях. ГфК может запросить доказательства проведения \ прохождения такой подготовки.
3. Агентство-поставщик проверяет ответы, закодированные как «Другое», если к ним относится 10% и более от общего числа ответов. Агентство-поставщик проверяет ответы, закодированные как «Другое», для того, чтобы определить, нужен ли новый код.
4. Агентство-поставщик четко отмечает или выделяет новые коды, чтобы их можно было легко увидеть \ опознать.
5. Агентство-поставщик проводит проверку как минимум 5% закодированных ответов. Проверка проводится лицом, отличным от лица, производившего кодировку.
6. При обнаружении чрезмерного количества или постоянных ошибок в работе конкретного кодировщика проверке подвергается 100% работы этого кодировщика.
7. Документация результатов проверки является необходимой, может быть запрошена и должна храниться в течение не менее чем 1 года.

## **XVII. Обработка данных**

1. Агентство-поставщик создает \ разрабатывает файлы данных и/или таблицы данных на основании стандартов и инструкций, предоставленных ГфК.
2. Агентство-поставщик создает \ разрабатывает и выполняет программу валидации данных, прежде чем подготовить файлы или таблицы данных. Чистка данных проводится в соответствии с инструкциями, предоставленными ГфК. Перед чисткой исходный файл должен быть сохранен и передан ГфК по запросу.
3. Агентство-поставщик осуществляет внутренний контроль качества баз данных и таблиц, прежде чем предоставить их ГфК; документация о проведении внутренней проверки должна быть в наличии и предоставляется по требованию.
4. Там, где применимо, агентство-поставщик включает структурное описание файлов, содержание ярлыков файлов, предоставляет указания и сообщает об ограничениях использования и/или шифрования файлов.
5. ГфК предоставляет письменное подтверждение того, что базы данных и/или таблицы данных соответствуют требованиям, полны и точны.

## **XVIII. Чартинг \ Charting**

1. Агентство-поставщик делает чартинг в соответствии с инструкциями ГфК, используя предоставленные шаблоны.
2. Агентство-поставщик проверяет чартинг с точки зрения качества и точности, прежде чем отправить их ГфК; проверка чартинга осуществляется лицом, отличным от лица, делающего чартинг.
3. ГфК предоставляет письменное подтверждение того, что чартинг соответствуют требованиям и

# Обязательства поставщика по обеспечению качества



точн.

## Приложение 1 – Основные требования к подготовке интервьюеров

### История компании

1. Вводная информация об организации, персонале и администрации
2. Использование руководств организации по найму и обучению
3. Роль группы контроля и головного офиса

### Общая информация

1. Цели и ценность маркетинговых исследований
2. Кодекс этики при проведении маркетинговых исследований
3. Важность точного и этичного сбора данных
4. Соответствующие аспекты норм по защите данных
5. Соответствующие компоненты руководств по охране труда и безопасности
6. Разъяснение того, какие типы исследований будут проводиться
7. Разъяснение методов составления выборки и рекрута респондентов
8. Терминология и жаргон маркетинговых исследований

### Методики \ техника интервьюирования

1. Профессионализм, вежливость и общий тон \ манеры поведения
2. Порядок вступления \ вступительных слов, включая использование идентификационных карточек, если это необходимо
3. Обеспечение конфиденциальности и анонимности респондентов
4. Стимулирование респондентов на участие
5. Инструкции по соблюдению особых мер осторожности при интервьюировании детей, пожилых людей и т.д.
6. Использование благодарственных буклетов / листовок, там, где это применимо.

## Приложение 1 – Основные требования к подготовке интервьюеров (продолжение)

### Составление, управление и распределение выборки

1. Как работать с выборкой на бумажных носителях, если применимо
2. Как распределять попытки по выборке, в том числе, как оценивать все распределения и определения выборки, а также как / когда использовать их

### Работа с анкетой

1. Выявление и отбор \ рекрут необходимых респондентов
2. Типы вопросов и категории ответов
3. Пилотирование и разъяснение
4. Демографические данные, классификация и/или социальное ранжирование
5. Контроль интервью, общие проблемы и то, как необходимо реагировать
6. Использование визуальных средств, карточек и/или продуктов, в зависимости от того, что применимо
7. Контроль квот и использование листов \ списков контроля квот, при необходимости
8. Техническое обучение при использовании необходимого оборудования для телефонных \ CATI опросов и \ или личных опросов с использованием планшетов \ ноутбуков
9. Практический опыт проведения интервью с использованием тестового / установочного проекта

### Контроль и оценка качества

1. Система контроля выполнения индивидуальных работ
2. Процедуры контроля качества, включая персональный личный контроль, валидацию и сопровождение интервьюеров на местах проведения опроса.
3. Методика и периодичность оценки