

**POLSKIE STANDARDY JAKOŚCI REALIZACJI BADAŃ  
RYNKU I OPINII SPOŁECZNEJ**



**PKJPA**

ze zmianami z dnia 6 czerwca 2023 r.

## Słowo wstępne

PKJPA (dawniej: Program Kontroli Jakości Pracy Ankieterów) powstał z inicjatywy Organizacji Firm Badania Opinii i Rynku i skupia się na najważniejszych elementach i obszarach w ramach procesu realizacji badań.

Jest programem kompleksowym, stworzonym w gronie specjalistów, praktyków rozwijanym od 2001 roku. Wzmacnia i stabilizuje ogólny poziom jakości empirycznych badań społecznych w Polsce.

Został opracowany na podstawie brytyjskiego standardu IQCS, stanowiącego kanon realizacji badań ankietowych. Jest stale rozwijany wraz z powstawaniem nowych metod i warunków realizacji badań oraz w ślad za zmianami prawnymi i technologicznymi. Zawiera zbiór zaleceń, których respektowanie, podobnie jak w przypadku kodeksu ESOMAR, czyni polskie badania opinii i rynku porównywalnymi z badaniami prowadzonymi w innych krajach.

Wysoka jakość badań leży nie tylko w interesie każdej poszczególnej firmy, lecz także w interesie wszystkich badaczy, klientów i końcowych odbiorców badań. Rzetelne badania umacniają zaufanie do wiedzy pozyskiwanej przez firm badające opinię i rynek.

# Spis treści

UWAGI OGÓLNE O PROGRAMIE KONTROLI JAKOŚCI PRACY ANKIETERÓW ORAZ PODSTAWOWE ZASADY.....	5
RODZAJE BADAŃ, KTÓRYCH STANDARDY PKJPA DOTYCZĄ.....	6
KODEKS ESOMAR I OGÓLNE ROZPORZĄDZENIE O OCHRONIE DANYCH.....	7
PROCEDURY ORGANIZACYJNE PROGRAMU .....	7
<i>Zasady przyjmowania firm w poczet członków.....</i>	7
PROCEDURY KONTROLI FIRM UCZESTNICZĄCYCH W PKJPA.....	8
<b>CZĘŚĆ 1 ORGANIZACJA DZIAŁU REALIZACJI BADAŃ.....</b>	<b>9</b>
1    NADZÓR ORGANIZACYJNY NAD PROCESAMI REALIZACJI BADAŃ .....	9
1.1 <i>Cele jakościowe i wymagania dotyczące realizacji badań.....</i>	9
1.2 <i>Wymagania dotyczące dokumentacji .....</i>	10
<b>CZĘŚĆ 2 PRZYGOTOWANIE DO REALIZACJI BADAŃ .....</b>	<b>11</b>
2    REKRUTACJA OSÓB WSPÓŁPRACUJĄCYCH Z FIRMĄ.....	11
2.1 <i>Wymagania ogólne .....</i>	11
3    SZKOLENIA WPROWADZAJĄCE DLA KANDYDATÓW .....	11
3.1 <i>Wymagania ogólne .....</i>	11
3.2 <i>Podręczniki i materiały szkoleniowe.....</i>	11
3.2.1 <i>Zakres szkolenia wprowadzającego dla ankieterów badań ilościowych (w tym CATI) .....</i>	12
3.2.2 <i>Zakres szkolenia wprowadzającego dla rekruterów w badaniach jakościowych.....</i>	12
3.2.3 <i>Zakres szkolenia wprowadzającego dla audytorów badań mystery shopping.....</i>	12
3.2.4 <i>Zakres szkolenia wprowadzającego audytorów retail audit .....</i>	13
3.2.5 <i>Szkolenie wprowadzające zindywidualizowane związane z pojedynczym projektem.....</i>	13
3.3 <i>Uzyskanie minimalnych kwalifikacji.....</i>	14
4    IDENTYFIKATORY DLA OSÓB WYKONUJĄCYCH CZYNNOŚCI W TERENIE.....	14
5    DOKUMENTACJA NA TEMAT OSÓB WSPÓŁPRACUJĄCYCH Z FIRMĄ CZŁONKOWSKĄ, Z WYŁĄCZENIEM KOORDYNATORÓW.....	15
6    ZASADY WSPÓŁPRACY FIRMY CZŁONKOWSKIEJ Z ANKIETERAMI, REKRUTERAMI I AUDYTORAMI .....	15
7    SZKOLENIE PRZYGOTOWUJĄCE DO WYKONYWANIA NOWYCH RODZAJÓW CZYNNOŚCI.....	16
8    WSPÓŁPRACA Z KOORDYNATORAMI REGIONALNYMI .....	16
8.1 <i>Zawarcie umowy z koordynatorem .....</i>	16
8.2 <i>Informacje na temat koordynatorów w dokumentacji .....</i>	16
8.3 <i>Zasady współpracy pomiędzy firmą członkowską a koordynatorem.....</i>	17
8.4 <i>Szkolenie koordynatorów .....</i>	17
<b>CZĘŚĆ 3 REALIZACJA BADAŃ.....</b>	<b>18</b>
9    SZKOLENIE DO KONKRETNEGO PROJEKTU.....	18
9.1 <i>Wymagania ogólne .....</i>	18
9.2 <i>Zawartość standardowych materiałów dotyczących szkoleń do projektów .....</i>	18
9.3 <i>Nadzór nad czynnościami wykonywanymi przez nowe osoby .....</i>	19
10   ZAPEWNIENIE RESPONDENTÓW O POUFNOŚCI BADAŃ.....	19
10.1 <i>Wymagania ogólne .....</i>	19
10.1.1 <i>Zaproszenia dla respondentów badań terenowych.....</i>	19
10.2 <i>Informowanie oraz zbieranie informacji od respondentów w centrach telefonicznych.....</i>	20
11   ZARZĄDZANIE DOKUMENTACJĄ ZWIĄZANĄ Z PROJEKTAMI.....	20
11.1 <i>Dokumentacja przeprowadzonych wywiadów bezpośrednich i spisów w sklepach.....</i>	20
11.2 <i>Dokumentacja wywiadów CATI .....</i>	20
11.3 <i>Dokumentacja badań jakościowych.....</i>	21

11.4	Dokumentacja badań mystery shopping .....	21
11.4.1	Informacja dotycząca nagrywania wizyt i wywiadów Mystery Shopping: .....	22
<b>CZĘŚĆ 4 PROCESY KONTROLNE.....</b>		<b>23</b>
12	KONTROLA CZYNNOŚCI WYKONYWANYCH PRZEZ ANKIETERÓW, REKRUTERÓW, AUDYTORÓW I WERYFIKACJA DANYCH.....	23
12.1	Wymagania ogólne .....	23
12.2	Podstawowe zasady prowadzenia kontroli.....	23
12.3	Metody kontroli i weryfikacji danych .....	24
12.4	Dokumentacja kontroli badań .....	25
13	POSTĘPOWANIE W PRZYPADKU WYKRYCIA BŁĘDÓW I ROZBIEŻNOŚCI .....	26
13.1	Wymagania ogólne .....	26
13.2	Nieprawidłowości o charakterze regionalnym.....	26
13.3	Postępowanie w przypadku wykrycia nieprawidłowości proceduralnych.....	27
13.4	Postępowanie w przypadku wykrycia nierzetelności w czynnościach wykonywanych przez ankietera, rekrutera, audytora (zastrzeżenia podstawowe).....	27
13.5	Ocena czynności wykonywanych przez koordynatorów terenowych.....	27
13.5.1	Zasady ogólne .....	27
13.5.2	Źródła oceny koordynatorów terenowych .....	28
<b>CZĘŚĆ 5 STANDARDY REALIZACJI BADAŃ CAWI .....</b>		<b>29</b>
14	ZARZĄDZANIE INTERNETOWYM PANELEM BADAWCZYM .....	29
14.1	Podstawowy zakres Polityki Jakości panelu .....	29
14.2	Regulamin panelu.....	30
14.3	Procedury stosowane w ramach zarządzania panelem .....	30
14.4	Dokumentacja panelistów.....	31
14.5	Wymagania techniczne.....	31
15	REALIZACJA BADAŃ CAWI.....	32
15.1	Wymagania dotyczące narzędzia badawczego (kwestionariusza CAWI).....	32
15.2	Zawartość dokumentacji badań CAWI .....	33
15.3	Raporty z kontroli w badaniach CAWI:.....	33
<b>CZĘŚĆ 6 STANDARDY REALIZACJI BADAŃ Z UŻYCIEM PRZEKAZYWANYCH/ POZYSKIWANYCH DANYCH .....</b>		<b>35</b>
16	BADANIA Z UŻYCIEM PRZEKAZYWANYCH/ POZYSKIWANYCH DANYCH.....	35
16.1	Wymogi dotyczące prowadzenia badań z użyciem przekazywanych/ pozyskiwanych danych... ..	35
16.2	Dokumentacja projektu badawczego z użyciem przekazanych/ pozyskanych danych .....	36
17	ZAŁĄCZNIKI.....	37
17.1	Wzorzec Polityki Jakości. Norma: Zarządzanie Internetowym Panelem Badawczym .....	37

# Uwagi ogólne o Programie Kontroli Jakości Pracy Ankieterów oraz podstawowe zasady

Polskie standardy jakości realizacji badań rynku i opinii społecznej powstały z inicjatywy OFBOR jako Program Kontroli Jakości Pracy Ankieterów. Organizacja ta czuwa nad poprawnością realizacji Programu, wyjaśnia wątpliwości związane z jego realizacją oraz rozstrzyga spory.

Program Kontroli Jakości Pracy Ankieterów (dalej jako: PKJPA) ustala minimalne normy jakości pracy w zakresie realizacji badań, zarówno wykonywanych metodami wymagającymi bezpośredniego lub telefonicznego kontaktu ankietera z respondentem, jak również tych, w których narzędzie badawcze (kwestionariusz) dostępne jest online dla respondentów, bez pośrednictwa ankietera czy badacza, realizowanych na internetowych panelach badawczych, powierzonych bazach respondentów lub w otwartym Internecie (dalej jako: CAWI).

Do Programu mogą przystąpić firmy będące dostawcami lub nabywcami usług badań rynku. Firmy członkowskie muszą przestrzegać zaleceń Programu we wszystkich realizowanych przez nie projektach. Brak zgodności z Programem w prowadzeniu jakiegokolwiek projektu naraża daną firmę na utratę członkostwa w Programie. PKJPA uwzględnia fakt, iż poszczególne firmy członkowskie funkcjonować mogą w oparciu o odmienną strukturę wewnętrzną i odmienne modele sieci ankieterskiej.

PKJPA dopuszcza także, iż mogą wystąpić wyjątkowe sytuacje, w których nie jest możliwe pełne zastosowanie procedur wymaganych przez Program. W sytuacjach takich konieczne jest dokładne udokumentowanie wszystkich powstałych okoliczności i zachowanie tych informacji na potrzeby audytu. Istotną cechą Programu jest fakt, iż jego członkami mogą być wyłącznie osoby prawne. Dlatego też zadaniem poszczególnych członków jest zapewnienie systematycznego i ciągłego stosowania Programu przez wszystkich ankieterów oraz inne osoby biorące udział w procesie przeprowadzania badań, niezależnie od tego, na jakiej podstawie prawnej współpracują z firmą członkowską oraz bez względu na zmiany personelu. Na poziomie firmy członkowskiej, osobą odpowiedzialną za realizację tego wymogu jest osoba podpisująca w imieniu instytucji wnioski o członkostwo w Programie.

W przypadku, gdy osoba ta zaprzestaje współpracy z firmą członkowską, jej kierownictwo musi wyznaczyć osobę ją zastępującą.

# Rodzaje badań, których standardy PKJPA dotyczą

Standardy jakości realizacji badań rynku i opinii społecznej odnoszą się do poszczególnych, wyodrębnionych dziedzin, czyli procesów realizacyjnych stanowiących każdorazowo odrębny zakres certyfikacji:

Nazwy dziedzin	Definicje dziedzin jako wyodrębnionych procesów realizacyjnych
CAWI	Computer Assisted Web Interview - Ogólnie badania realizowane za pośrednictwem Internetu, w których narzędzie badawcze (kwestionariusz) dostępne jest online dla respondentów, bez pośrednictwa ankietera czy badacza (w tym badania na panelach internetowych)
QUAL	Qualitative research - badania jakościowe to rodzaj badań eksploracyjnych, których celem jest identyfikacja i pogłębiona analiza motywów i schematów działania. Badania te realizowane są na małych próbach, które nie dają podstaw do wnioskowania statystycznego.
F2F	Face to Face - badania, w których wywiady przeprowadzane osobiście przez ankietera z użyciem kwestionariusza papierowego (PAPI), lub ze wspomaganie komputerowym (CAPI).
CATI	Computer Assisted Telephone Interviews - badania, w których wywiady telefoniczne prowadzone są przez ankietera z centrum telefonicznego (CATI) lub innego zaadaptowanego miejsca.
MS	Mystery Shopping - badania (tzw. „tajemniczy klient”), które umożliwia obiektywną ocenę poziomu jakości świadczonych usług, wskazując jednocześnie płaszczyzny funkcjonowania punktu sprzedaży produktów i usług wymagające poprawy.
SAQ	Self Assessment Questionnaire - badania w których kwestionariusze ankiety wypełniane są samodzielnie przez respondentów offline.
RA	Retail Audit - badania polegające na zbieraniu danych z punktów sprzedaży detalicznej
Panel CAWI	Online Research Panel - zarządzanie internetowym panelem badawczym, zapewniającym przeprowadzanie badań głównie na reprezentatywnej grupie panelistów.

Sformułowane w dalszej części dokumentu standardy jakości realizacji badań odnoszą się do wszystkich procesów, w których realizację zaangażowane są nie tylko wyspecjalizowane działy w centralach firm badawczych, ale również ankieterzy, audytorzy bądź rekruterzy pracujący w terenie. Włączenie do Programu badań CAWI w podziale na dwa procesy: realizacji badań oraz zarządzania panelem badawczym jest odpowiedzią na rosnące znaczenie tych badań na rynku, a co za tym idzie konieczność standaryzacji procesu badawczego w tej dziedzinie.



# Kodeks ESOMAR i Ogólne Rozporządzenie o Ochronie Danych

Wszelkie założenia PKJPA muszą być realizowane w zgodzie z aktualnymi przepisami prawa, w tym Ogólnym Rozporządzeniem o Ochronie Danych (zwanego dalej „RODO”)<sup>1</sup>, oraz zgodnie z zapisami kodeksu ESOMAR.

## Procedury organizacyjne Programu

### Zasady przyjmowania firm w poczet członków

Nadzór nad Programem sprawuje Zarząd OFBOR. Firma chcąca przystąpić do Programu kieruje wniosek o przyjęcie w poczet członków do tego organu. Wówczas otrzymuje tekst Programu oraz inne niezbędne materiały i wyznaczany jest dwumiesięczny okres na przystosowanie procedur obowiązujących w firmie do wytyczonych przez PKJPA. Firma kandydująca na członka Programu ma prawo umieszczać te informacje w ofertach, informacjach o firmie i innych dokumentach. Po tym okresie Zarząd OFBOR wysyła do firmy kandydującej wyznaczonego przez siebie niezależnego audytora PKJPA, który sprawdza czy spełnia ona wymogi stawiane przez Program. Wydanie pozytywnej opinii przez OFBOR powoduje wpisanie firmy na listę członków Programu. Od tego momentu firma może używać logo Programu, umieszczając je na materiałach badawczych (ankietach, instrukcjach, kartach do pytań itp.), ulotkach informacyjnych o firmie, zaproszeniach do badania, listach i kartach zapowiednich, a także informować o tym w ofertach kierowanych do klientów. Ankieterzy wykonujący czynności na rzecz firmy członkowskiej mogą posługiwać się specjalnym identyfikatorem z logo Programu.

Jeżeli audyt wykryje jakieś nieścisłości, które będą niewielkie, to firma zostanie przyjęta w poczet członków warunkowo i po okresie pół roku ponownie zostanie poddana powtórnemu audytowi.

Natomiast, jeśli wykryte rozbieżności między procedurami obowiązującymi w firmie a zalecanymi przez PKJPA będą znaczące, audytor PKJPA wyznaczy czas na ich dostosowanie i po tym czasie sprawdzi, czy zalecane zmiany zostały wprowadzone. Jeśli tak, firma zostaje przyjęta w poczet firm członkowskich. w przeciwnym razie zostaje wykluczona z grona firm ubiegających się o członkostwo.

Firma wykluczona z grona firm ubiegających się o członkostwo lub firm członkowskich nie może ponownie złożyć wniosku o przyjęcie do Programu wcześniej niż po upływie roku.

---

<sup>1</sup> <https://uodo.gov.pl/pl/131/224> stan na 26.05.2023 r.

# Procedury kontroli firm uczestniczących w PKJPA

Raz do roku każda firma uczestnicząca w Programie jest wizytowana przez niezależnego inspektora wyznaczonego przez Zarząd OFBOR. Jest to audytor PKJPA niezwiązany z żadną z firm członkowskich.

Audyty przeprowadzane są zgodnie z Regulaminem Kontroli Zgodności z PKJPA udostępnianym przez OFBOR. Audytor PKJPA zbiera informacje na temat zgodności pracy firmy członkowskiej z Programem, a uzyskane wyniki przedstawia Zarządowi OFBOR. We wszystkich wnioskach przedkładanych Zarządowi firma poddana kontroli oznaczona jest wyłącznie numerem, w celu zapewnienia pełnej poufności danych. Wszystkie agencje poddane kontroli są informowane o jej wynikach. Firmy, co do pracy których wysunięto zastrzeżenia, informowane są o tym fakcie oraz proszone są o dokonanie analizy i korekty stosownych procedur działania.

W przypadku wskazania przez audytora niezgodności, audytowana firma ma 30 dni kalendarzowych licząc od daty otrzymania protokołu audytora na wypełnienie przyjętych zobowiązań, o czym poinformuje audytora. Komisja będzie rozpatrywać wnioski uzupełnione o potwierdzone przez audytorów wywiązanie się z zobowiązań audytowanych firm.

Po wyznaczonym okresie firma przechodzi ponowny audyt dotyczący wcześniejszych zastrzeżeń. Jeżeli nie dostosuje swoich procedur działania do obowiązujących standardów, to taka firma zostaje wykluczona z Programu i traci przysługujące jej z tytułu członkostwa przywileje (jeżeli firma członkowska nie zgadza się z oceną, może się odwołać od wyników kontroli do Zarządu OFBOR).



# Część 1

## Organizacja Działu Realizacji Badań

### 1 Nadzór organizacyjny nad procesami realizacji badań

#### 1.1 Cele jakościowe i wymagania dotyczące realizacji badań

Struktura firmy badawczej włączając odpowiedzialność osób zaangażowanych w realizację i kontrolę badań, powinna być udokumentowana. Procedury, metody oraz zakresy uprawnień i odpowiedzialności działów realizacji i kontroli oraz osób współpracujących z firmą członkowską wymagane do wykonywania różnych zadań zgodnie z obowiązującymi wymaganiami PKJPA powinny być udokumentowane, wdrożone, utrzymywane i poddawane kontroli.

Kierownictwo firmy badawczej:

- powinno w ramach zaangażowania w jakość obsługi klienta, opracować deklaracje o polityce jakości i ustanowić cele dotyczące jakości w ramach realizacji badań,
- powinno zapewnić, że system zarządzania jakością jest odpowiednio udokumentowany, że tylko zaakceptowane i aktualne dokumenty są stosowane,
- powinno zapewnić zasoby adekwatne dla wdrożenia PKJPA, w tym licencję lub prawo własności do oprogramowania wykorzystywanego przez firmę członkowską do prowadzenia wywiadów i zbierania danych a także realizować procesy badawcze z udziałem specjalistów co najmniej w następującym zakresie:
  - 1 realizator projektów, którym jest osoba fizyczna dedykowana do projektu badawczego, wpisana w dokumentację projektu, której zadaniem jest koordynacja projektu, która pozostaje z firmą członkowską w stosunku pracy lub współpracuje z firmą członkowską w oparciu o umowę cywilnoprawną lub umowę o współpracy,
  - 1 osoba zatrudniona w firmie członkowskiej w stosunku pracy, która zajmuje się zarządzaniem siecią ankieterską i koordynacją działań ankietarów w celu realizacji projektów badawczych firmy członkowskiej, lub co najmniej 1 podmiot stale współpracujący z firmą członkowską w ramach działalności biznesowej, który zobowiązany jest do świadczenia usług polegających na zarządzaniu siecią ankieterską i koordynacji działań ankietarów w celu realizacji projektów badawczych zleczanych na bieżąco przez firmę członkowską, przy czym wymaganie to dotyczy firm wnioskujących o certyfikację w następujących dziedzinach: F2F, SAQ, RA, MS, i QUAL,
  - 10 osób fizycznych zatrudnionych w firmie członkowskiej w stosunku pracy lub współpracujących z firmą członkowską lub podmiotem zajmującym się zarządzaniem siecią ankieterską w oparciu o umowę cywilno-prawną lub umowę o współpracy, które zajmują się prowadzeniem wywiadów terenowych w ramach projektów badawczych firmy członkowskiej, przy czym wymaganie to dotyczy firm wnioskujących o certyfikację w następujących dziedzinach: F2F, RA, MS,
  - 5 osób fizycznych zatrudnionych w firmie członkowskiej w stosunku pracy lub współpracujących z firmą członkowską w oparciu o umowę cywilno-prawną lub umowę o współpracy, które zajmują się prowadzeniem wywiadów telefonicznych w ramach projektów badawczych firmy członkowskiej wnioskującej o certyfikację w dziedzinie CATI,

- 1 kontroler projektów, tj. osoba fizyczna dedykowana do projektu badawczego, wpisana w dokumentację projektu, której zadaniem jest kontrola projektu, która pozostaje z firmą członkowską w stosunku pracy lub współpracuje z firmą członkowską w oparciu o umowę cywilnoprawną lub umowę o współpracy
- 1 moderator, tj. osoba fizyczna dedykowana do projektu badawczego, wpisana w dokumentację projektu, której zadaniem jest moderacja wywiadów w ramach badań jakościowych, która pozostaje z firmą członkowską w stosunku pracy lub współpracuje z firmą członkowską w oparciu o umowę cywilnoprawną lub umowę o współpracy, przy czym wymaganiem to dotyczy firm wnoszących o certyfikację w zakresie badań jakościowych.
- powinno powołać Pełnomocnika ds. jakości, z odpowiednimi uprawnieniami do przyjęcia odpowiedzialności za opracowanie i wdrożenie wymagań jakościowych oraz z przypisaną odpowiedzialnością za ich stosowanie w praktyce.

Niezależnie od kontroli zewnętrznych Pełnomocnik powinien zorganizować system kontroli wewnętrznych po to, aby zapewnić, że ustalenia zawarte w opracowanych wymaganiach są stosowane w praktyce. Wszystkie główne procesy powinny być przeglądane pod kątem zgodności z obowiązującymi procedurami działania i zakresem uprawnień i odpowiedzialności działów realizacji i kontroli oraz osób współpracujących z firmą członkowską. Przeglądów powinny dokonywać osoby współpracujące z firmą członkowską, które nie są odpowiedzialne za kontrolowany proces.

## 1.2 Wymagania dotyczące dokumentacji

Procedury opisujące działania w tych procesach, które są objęte wymaganiami PKJPA, powinny być ustanowione i przechowywane tak, aby dostarczyć dowód, że wykonywane działania są zgodne z wymaganiami.

W szczególności w przypadku kontroli zaplanowanych w tych procesach powinno być ustanowione każdorazowo wymaganie odnośnie udokumentowania ich wyników, przypisania odpowiedzialności za ich wykonanie, podjęcia działań w przypadku wykrycia nieprawidłowości.

Każdy realizowany projekt badawczy powinien posiadać jednoznaczny identyfikator, a każdy zapis powinien umożliwiać jednoznaczne określenie projektu, którego dotyczy.

Zapisy stanowiące dokumentację projektową powinny być zabezpieczone, możliwe do użytku i zachowane na określony czas (np. back-up plików komputerowych).

Wszystkie dokumenty i zapisy powinny mieć system kontroli wersji tak, by aktualna wersja mogła być jednoznacznie zidentyfikowana.

## Część 2

# Przygotowanie do realizacji badań

## 2 Rekrutacja osób współpracujących z firmą

### 2.1 Wymagania ogólne

Uprawnienia do podejmowania decyzji dotyczących rekrutacji oraz podstawowe wymagania stawiane kandydatom na ankieterów, rekruterów, audytorów i koordynatorów, takie jak poziom wykształcenia, stopień dyspozycyjności, dostęp do środka lokomocji, posiadanie własnego konta, itp. ustala indywidualnie firma członkowska lub zatwierdza w przypadku opracowania ich przez koordynatora dla swojego regionu. Zasady te powinny być spisane i przechowywane w dokumentacji.

## 3 Szkolenia wprowadzające dla kandydatów

### 3.1 Wymagania ogólne

Przed przystąpieniem do wykonywania czynności kandydaci powinni zostać zapoznani z rodzajem wykonywanych czynności, ich metodologią i sposobem przeprowadzania. Informacje te przekazywane są przez firmy członkowskie w formie szkolenia wprowadzającego.

Każda firma członkowska winna mieć opracowany scenariusz szkoleń dla poszczególnych typów ankieterów, rekruterów, audytorów i koordynatorów oraz przygotować materiały szkoleniowe. Szkolenie wprowadzające powinno być przygotowane przez koordynatora lub przedstawiciela firmy członkowskiej, posiadającego odpowiednie doświadczenie i przygotowanie do prowadzenia szkoleń.

Po odbyciu szkolenia wprowadzającego kandydat może zostać skierowany na dalsze szkolenia do konkretnych projektów.

### 3.2 Podręczniki i materiały szkoleniowe

Firma członkowska powinna wszystkim kandydatom wskazać lub dostarczyć przed rozpoczęciem wykonywania czynności rekomendowane przez nią podręczniki oraz przekazać wszelkie obowiązujące w niej materiały szkoleniowe. Materiały szkoleniowe powinny być opracowane w centrali firmy członkowskiej i dostarczone osobom odpowiedzialnym za szkolenie kandydatów.

W przypadku sieci dwustopniowej firma członkowska może zaakceptować materiały szkoleniowe opracowane przez koordynatora dla własnego regionu pod warunkiem, że ich zakres tematyczny jest zgodny z wymaganiami PKJPA dla poszczególnych kategorii badań realizowanych w danym ośrodku oraz zawierają ustrukturyzowaną informację na temat firmy członkowskiej i jej działalności.

Komplet aktualnie wykorzystywanych materiałów szkoleniowych należy przechowywać łącznie z datą zatwierdzenia do stosowania. Materiały te powinny być aktualizowane i uzupełniane w trakcie trwania współpracy o nowe pozycje bądź to dostępne na rynku bądź

tworzone przez samą firmę członkowską. W ramach materiałów szkoleniowych szczególne znaczenie mają i zawsze obowiązują: kodeks ESOMAR, PKJPA oraz RODO.

W ramach szkolenia wprowadzającego każdy kandydat musi zapoznać się z aktualną wersją kodeksu ESOMAR, RODO oraz PKJPA przynajmniej w zakresie odnoszącym się do odpowiedzialności względem badanych oraz odpowiedzialności względem społeczeństwa i środowisk gospodarczych, a ponadto z RODO oraz PKJPA i ich konsekwencjami dla pracy terenowej.

Pozostały zakres materiałów szkoleniowych zależy od specyfiki prowadzonych badań i specjalizacji osoby biorącej udział w szkoleniu.

### 3.2.1 Zakres szkolenia wprowadzającego dla ankieterów badań ilościowych (w tym CATI)

- krótka informacja o firmie członkowskiej,
- rola koordynatora i centrali firmy,
- rola ankietera w procesie badawczym,
- wyjaśnienia dotyczące rodzajów prowadzonych badań,
- wywiad kwestionariuszowy jako technika standaryzowana,
- metody doboru próby i rodzaje prób,
- technika przeprowadzania wywiadu,
- rodzaje pytań, w tym pytania wspomagające oraz dopytywanie,
- metryczka i klasyfikacja społeczna,
- zapewnienie poufności danych zebranych od respondentów,
- zachowanie ankietera,
- kontrola wykonywanych przez ankieterów czynności (PKJPA),
- terminologia stosowana w dziedzinie badań rynku,
- zajęcia praktyczne z przeprowadzania wywiadów.

### 3.2.2 Zakres szkolenia wprowadzającego dla rekruterów w badaniach jakościowych

- krótka informacja o firmie członkowskiej,
- rola koordynatora i centrali firmy,
- wyjaśnienia dotyczące typów prowadzonych badań,
- znaczenie badań jakościowych, jak „sprzedać” respondentom uczestnictwo, co się dzieje podczas dyskusji grupowej, dynamika wywiadu grupowego, rola moderatora,
- metody rekrutacji,
- metryczka i klasyfikacja społeczna,
- zapewnienie poufności danych przekazanych przez respondentów,
- zachowanie rekrutera
- kontrole doboru kwotowego i realizacja wymaganej próby (PKJPA),
- terminologia stosowana w dziedzinie badań rynku,
- zajęcia praktyczne z rekrutacji.

### 3.2.3 Zakres szkolenia wprowadzającego dla audytorów badań mystery shopping.

- krótka informacja o firmie członkowskiej,
- wyjaśnienia dotyczące rodzajów prowadzonych badań,
- rola koordynatora i centrali firmy,

- rola audytora w badaniach mystery shopping,
- charakterystyka badań mystery shopping,
- stosowane techniki badań mystery shopping,
- scenariusze, raporty i inne materiały towarzyszące badaniom mystery shopping,
- zapewnienie poufności danych zebranych podczas realizacji badania,
- zachowanie audytora, sposoby prowadzenia obserwacji, postępowanie i konsekwencje w sytuacji zidentyfikowania,
- kontrola czynności wykonywanych przez audytorów,
- terminologia stosowana w dziedzinie badań rynku,
- obsługa techniczna potrzebnego sprzętu audio/wideo,
- zajęcia praktyczne z przeprowadzania audytów.

#### 3.2.4 Zakres szkolenia wprowadzającego audytorów retail audit

- krótka informacja o firmie członkowskiej,
- rola koordynatora i centrali firmy,
- rola audytora w procesie badawczym,
- wyjaśnienia dotyczące rodzajów prowadzonych badań,
- technika przeprowadzania spisów w sklepach,
- zachowanie audytora,
- kontrola czynności wykonywanych przez audytorów,
- terminologia stosowana w dziedzinie badań rynku,
- zajęcia praktyczne z przeprowadzania spisów w sklepach.

#### 3.2.5 Szkolenie wprowadzające zindywidualizowane związane z pojedynczym projektem.

Mogą zaistnieć wyjątkowe sytuacje, w których wyznacza się/rekrutuje osoby do pracy nad jednym konkretnym projektem, dla potrzeb którego pełne szkolenie wprowadzające uznaje się za nieuzasadnione lub niekonieczne ze względu na ograniczony lub specyficzny charakter badania.

Wymagane jest jednak, aby w dokumentacji projektu zostało opisane uzasadnienie dla takiej decyzji i przez kogo została ona podjęta. Powinien powstać stosowny zindywidualizowany materiał szkoleniowy, którego treść oraz terminy i forma przeprowadzenia zostaną udokumentowane.

Wymagany jest również wykaz osób bezpośrednio zaangażowanych do realizacji zadania.

W przypadku realizacji projektu o specyficznym czy wyjątkowym charakterze, dla potrzeb którego rekrutuje się do współpracy ankietera, rekrutera, audytora do realizacji jednego, konkretnego badania dopuszcza się możliwość odstąpienia od pełnego szkolenia wprowadzającego i przeprowadzenia szkolenia wprowadzającego zindywidualizowanego, adekwatnego do zadań stawianych przed ankieterem, rekruterem, audytorem współpracującym jednorazowo. Fakt skorzystania z ankietera/rekrutera/audytora jednorazowo powinien zostać odnotowany w dokumentacji badania, w szczególności dokumentacja powinna zawierać program szkolenia wprowadzającego zindywidualizowanego, dane o terminach, czasie trwania i treści szkolenia.

### 3.3 Uzyskanie minimalnych kwalifikacji

Firma członkowska powinna określić minimalny poziom znajomości dokumentów omawianych podczas szkolenia wprowadzającego oraz upewnić się, że uczestnicy szkolenia znają i rozumieją wymagania wynikające z Kodeksu ESOMAR, RODO oraz PKJPA oraz wynikające z nich konsekwencje dla czynności wykonywanych w terenie.

Przed przystąpieniem do wykonywania czynności wszystkie osoby współpracujące z firmą członkowską powinny wykonać przynajmniej jeden wywiad szkoleniowy, którego realizacja powinna zostać szczegółowo omówiona przez koordynatora lub przedstawiciela firmy członkowskiej, jeżeli w ramach nawiązanej współpracy zobowiązane one będą do przeprowadzania wywiadów. Po szkoleniu wprowadzającym uczestniczące w nim osoby powinny zostać poddane testom sprawdzającym. Zapis zawierający potwierdzenie przebycia szkolenia przez kandydata w zakresie omawianych wymagań, łącznie z wynikami testu, powinien być przechowywany w dokumentacji potwierdzającej odbycie przez niego szkolenia wprowadzającego.

## 4 Identyfikatory dla osób wykonujących czynności w terenie

1. Osobom współpracującym z firmą członkowską, wykonującym czynności w terenie, z wyjątkiem audytorów oraz osób prowadzących wyłącznie badania specjalistyczne, firma członkowska powinna wydać identyfikator lub legitymację.
2. Na identyfikatorze/legitymacji powinny znaleźć się co najmniej następujące informacje: logo Programu, imię i nazwisko osoby współpracującej z firmą członkowską, jej numer, dokładna nazwa i adres firmy członkowskiej, którą reprezentuje, informacja o terminie ważności identyfikatora/legitymacji, pieczęć firmy członkowskiej oraz pieczęć i podpis (ewentualnie tylko podpis) przedstawiciela firmy członkowskiej, upoważnionego do wydania dokumentu.
3. Identyfikator/legitymacja dla osób wykonujących czynności w terenie i mających kontakt z respondentami jest ważny przez okres trwania współpracy pomiędzy firmą członkowską a tą osobą, ale nie dłuższy niż okres jednego roku od daty wystawienia; w przypadku, gdy współpraca pomiędzy osobą a firmą członkowską planowana jest na okres dłuższy aniżeli jeden rok, to po upływie każdego roku firma członkowska winna wymienić identyfikator/legitymację lub dokonać przedłużenia ich ważności.
4. Identyfikatory/legitymacje firma członkowska powinna wydawać przed rozpoczęciem wykonywania czynności, z tym, że firma członkowska może do czasu przygotowania identyfikatora/legitymacji, przekazać osobom wykonującym czynności w terenie karty tymczasowe, których okres ważności powinien być ograniczony. Na podstawie karty tymczasowej osoba taka będzie uprawniona do rozpoczęcia wykonywania czynności
5. Każda firma członkowska powinna dbać, by osoby wykonujące czynności w jej imieniu używały identyfikatorów/legitymacji wydanych przez nią, nie zaś przez inne podmioty. Zaleca się zapewnienie rozliczalności wydanych identyfikatorów/legitymacji.
6. Firma członkowska zobowiązana jest dołożyć wszelkich starań, aby niezwłocznie odzyskać identyfikator/legitymację od osoby, która przestała współpracować z firmą członkowską.
7. W przypadku ankietatorów, rekruterów i audytorów wykonujących czynności bez bezpośredniego kontaktu z respondentem, ze względu na specyfikę ich pracy, firma członkowska nie ma obowiązku wydawania identyfikatorów/legitymacji.

## 5 Dokumentacja na temat osób współpracujących z firmą członkowską, z wyłączeniem koordynatorów

1. Firmy członkowskie powinny gromadzić i przechowywać następujące informacje i dokumenty, dotyczące osób z nimi współpracujących, z wyłączeniem koordynatorów:
  - formularz danych osobowych;
  - informacje dotyczące przetwarzania jej danych osobowych, a także zobowiązaniem do przestrzegania PKJPA oraz klauzule poufności;
  - terminy, rodzaje i tematy szkoleń, w których osoby te uczestniczyły, z wyłączeniem szkoleń do poszczególnych projektów;
  - wykaz projektów, w których osoby te brały udział;
  - wykaz przeprowadzonych kontroli (lub monitoringu w przypadku osób wykonujących czynności w centrach telefonicznych);
  - posiadane referencje i/lub zaświadczenia, jeśli były wystawiane.
2. Dane osób współpracujących z firmą członkowską powinny zawierać informacje umożliwiające jednoznaczną identyfikację współpracownika, zgodnie z zasadami ustalonymi między stronami.
3. Firma członkowska sama ustala pozostały zakres wymaganych danych zbieranych od osób z nią współpracujących, mając na względzie w szczególności zasadę minimalizacji danych określoną w art. 5 ust. 1 lit. c RODO. Zakres wymaganych danych powinien być zdefiniowany i zatwierdzony do stosowania w firmie.
4. W organizacjach prowadzących dokumentację w systemie skomputeryzowanym informacje powinny być dostępne w formie elektronicznej lub na papierze, przy czym poszczególne elementy dokumentacji osób współpracujących z firmą członkowską, które są związane z przeprowadzaniem ankiet, rekrutacji i audytów, nie muszą być przechowywane razem i mogą być umieszczone w różnych systemach. W przypadku sieci ankietarskiej zdecentralizowanej (dwustopniowej) dokumentacja ta może być gromadzona i przechowywana przez koordynatorów terenowych.
5. Dokumentacja dotycząca osób współpracujących z firmą członkowską powinna być przechowywana zgodnie z polityką retencji firmy członkowskiej, nie dłużej niż przez okres wynikający z przedawnienia roszczeń.
6. Przetwarzanie danych osobowych zawartych w dokumentacji powinno odbywać się w zgodzie z obowiązującymi przepisami prawa, w szczególności – z uwzględnieniem wymagań RODO.

## 6 Zasady współpracy firmy członkowskiej z ankieterami, rekruterami i audytorami

1. Zakres czynności i obowiązków wykonywanych przez osoby współpracujące z firmą członkowską powinien być zdefiniowany i zaakceptowany przez obie strony.
2. Firma członkowska powinna zapewnić, by osoby z nią współpracujące przyjęły na siebie obowiązki mające na celu zapewnienie wysokiej jakości wykonywanych czynności. Obowiązki te, to:
  - a. uczestnictwo w szkoleniu wprowadzającym i szkoleniu do konkretnego projektu oraz udział w innych szkoleniach organizowanych przez centralę firmy,



- b. bieżące informowanie koordynatora o postępach w wykonywaniu czynności i ewentualnych trudnościach,
  - c. terminowe wykonywanie i dostarczanie koordynatorowi zrealizowanych badań,
  - d. przestrzeganie otrzymanych instrukcji,
  - e. przestrzeganie zasad doboru respondentów i wypełnianie całości kwestionariusza podczas rozmowy z właściwą osobą wybraną do badania,
  - f. przestrzeganie tajemnicy firmy członkowskiej oraz tajemnicy związanej z prowadzonymi badaniami,
  - g. właściwy stosunek i kulturalne zachowanie się wobec respondentów.
3. W przypadku, gdy firma nawiązała współpracę biznesową z koordynatorem prowadzącym ośrodek regionalny w ramach działalności biznesowej, wymagania dotyczące rekrutacji ankieterów, rekruterów i audytorów, szkolenia wprowadzającego, posiadania identyfikatora/legitymacji oraz ich minimalny zakres obowiązków powinny być zawarte w umowie, chociażby poprzez wprowadzenie zapisu przywołującego dokument regulujący te kwestie wraz z aktualną wersją zaakceptowaną do stosowania, który stanowi integralną część umowy o współpracy pomiędzy firmą członkowską a ośrodkiem regionalnym.

## 7 Szkolenie przygotowujące do wykonywania nowych rodzajów czynności

Jeśli firma członkowska chce powierzyć osobom współpracującym wykonywanie nowych czynności, do których nie posiadają oni odpowiedniego przeszkolenia ani doświadczenia, np. *retail audit*, rekrutację respondentów do wywiadów grupowych lub badania realizowane techniką – np. CAPI czy CATI – firma musi zapewnić im odpowiednie szkolenie zanim rozpoczną wykonywanie tych czynności. Informacje o przebytych szkoleniach przygotowujących do wykonywania nowych rodzajów czynności należy umieścić w dokumentacji osoby szkolonej z uwzględnieniem terminu szkolenia oraz jego tematyki.

## 8 Współpraca z koordynatorami regionalnymi

### 8.1 Zawarcie umowy z koordynatorem

W przypadku, gdy firma członkowska działa w oparciu o scentralizowaną (jednostopniową) sieć ankieterską, funkcję koordynatora może pełnić wyznaczony przedstawiciel centrali firmy. W takiej sytuacji niektóre z poniższych ustaleń nie mają zastosowania. Zaangażowanie nowego koordynatora powinno być poprzedzone wypracowanym przez firmę członkowską procesem rekrutacyjnym, mającym na celu ustalenie, czy dany kandydat będzie w stanie sprostać stawianym mu zadaniom.

### 8.2 Informacje na temat koordynatorów w dokumentacji

Firmy członkowskie powinny gromadzić i przechowywać następujące informacje i dokumenty, dotyczące współpracujących z nimi koordynatorów:

1. dane kontaktowe,
2. umowa, jaka została zawarta, wraz z informacjami dotyczącymi przetwarzania jego danych osobowych, a także zobowiązaniem do przestrzegania PKJPA oraz klauzule poufności,
3. terminy, rodzaje i tematy szkoleń, w których osoby te uczestniczyły, z wyłączeniem szkoleń do poszczególnych projektów,

4. posiadane referencje i/lub zaświadczenia, jeśli były wystawiane,
5. raport z oceny koordynatora.

Dokumentacja dotycząca koordynatorów, którzy zakończyli już współpracę z firmą członkowską powinna być przechowywana zgodnie z polityką retencji firmy członkowskiej, nie dłużej niż przez okres wynikający z przedawnienia roszczeń.

### 8.3 Zasady współpracy pomiędzy firmą członkowską a koordynatorem.

1. Zakres czynności i obowiązków wykonywanych przez koordynatorów w ramach umowy zawartej z firmą członkowską jest każdorazowo ustalany w tej umowie.
2. Firma członkowska powinna zapewnić, by koordynatorzy przyjęli na siebie obowiązki mające na celu zapewnienie wysokiej jakości wykonywanych czynności.
3. W ramach czynności wykonywanych przez koordynatorów współpracujących z firmą członkowską powinny się mieścić takie czynności jak:
  - a. prowadzenie rozmów z kandydatami, którzy chcą rozpocząć współpracę z firmą członkowską na zasadach ustalonych przez firmę członkowską;
  - b. prowadzenie szkoleń wprowadzających i do konkretnego projektu oraz dokumentacji z tym związanej;
  - c. udzielanie ankietom, rekruterom i audytorom niezbędnych informacji i wskazówek w celu prawidłowej realizacji przez nich czynności;
  - d. dokonywanie kontroli czynności wykonywanych przez ankietów, rekruterów i audytorów na zasadach określonych w umowach z nimi zawartych;
  - e. bieżące informowanie firmy członkowskiej o postępach w realizacji wykonywania czynności;
  - f. prowadzenie dokumentacji związanej ze współpracą z ankietami, rekruterami i audytorami;
  - g. przestrzeganie tajemnicy firmy członkowskiej oraz tajemnicy związanej z prowadzonymi badaniami;
  - h. uczestnictwo w szkoleniach organizowanych przez centralę firmy.
4. W przypadku, gdy firma nawiązała współpracę biznesową z koordynatorem prowadzącym ośrodek regionalny w ramach działalności biznesowej, wymagania dotyczące minimalnego zakresu obowiązków koordynatora powinny być zawarte w umowie, chociażby poprzez wprowadzenie zapisu przywołującego dokumenty regulujące te kwestie wraz z aktualną wersją zaakceptowaną do stosowania, który stanowi integralną część umowy o współpracy pomiędzy firmą a ośrodkiem regionalnym.

### 8.4 Szkolenie koordynatorów

Firma członkowska odpowiedzialna jest za zapewnienie właściwego przeszkolenia wszystkim koordynatorom, z którymi współpracuje, oraz zadbanie, aby dysponowali oni doświadczeniem wystarczającym do rzetelnego wykonywania wszystkich czynności.

Przed rozpoczęciem współpracy z koordynatorem firma członkowska powinna określić jego potrzeby szkoleniowe i odnotować je w dokumentacji, w razie braku możliwości udokumentowania wcześniejszego doświadczenia oraz zakresu odbytych szkoleń należy skierować koordynatora na szkolenie wprowadzające przygotowane i opracowane przez firmę. Zakres szkolenia dla koordynatora nie może być mniejszy niż zakres szkoleń dla ankietów. Treść i terminy odbytych przez niego szkoleń należy odnotować i przechowywać w dokumentacji.

# Część 3

## Realizacja Badań

### 9 Szkolenie do konkretnego projektu

#### 9.1 Wymagania ogólne

Przed każdym nowym projektem ankieterzy, audytorzy, rekruterzy oraz koordynatorzy muszą przejść szkolenie do konkretnego projektu. Informacje takie, w zależności od typu sieci ankieterskiej, przekazać można w formie elektronicznej, w formie pisemnej instrukcji, telefonicznie, na nagraniu audio lub video, bądź w sposób bezpośredni: f2f lub online z przekazem audio/video.

#### 9.2 Zawartość standardowych materiałów dotyczących szkoleń do projektów

Koordynatorzy wyznaczeni do realizacji badania, powinni otrzymać od firmy członkowskiej informację o strukturze próby w danym regionie: jej wielkość i rodzaj; w przypadku badań jakościowych strukturę grup: liczba respondentów rekrutowanych do każdego wywiadu grupowego oraz w uzasadnionych przypadkach, maksymalna i minimalna liczba uczestniczących w wywiadzie respondentów; w przypadku audytów dokładny adres placówki oraz liczba audytów jaką można przeprowadzić w jednej placówce oraz odstępy czasowe między audytami itp.

Wykonawcy badania powinni otrzymać zestaw materiałów szkoleniowych, zawierających co najmniej:

1. dane osoby odpowiedzialnej za realizację projektu a w przypadku gdy ma to zastosowanie, także moderowanie wywiadów w ramach projektu,
2. przypadający na nich zakres i termin realizacji badania w danym regionie, terminy realizacji grup; daty, godziny i czas wywiadów grupowych lub pogłębionych; dni i godziny wizyt w audytowanych placówkach,
3. kryteria doboru (rekrutacji) badanych oraz jeśli to dozwolone i/lub niedozwolone sposoby rekrutacji. opis sposobu dokumentacji przeprowadzonej rekrutacji do badania (np. opis próby adresowej itp.),
4. informacje o osobach i placówkach wykluczonych z badania, w przypadku, gdy są inne niż standardowe,
5. uwagi szczegółowe do narzędzia/scenariusza badania i realizacji projektu *mystery shopping*,
6. informacje o metodzie realizacji badania i zadaniach do wykonania; w badaniach *mystery shopping* przekazane powinny zostać dokładne informacje na temat: w jaką postać „wcieli się” audytor i co powinien robić, jakie zadać pytania, jaką przyjąć postawę wobec obsługującego (pasywną, aktywną),

7. informacje o sposobie wykorzystania materiałów pomocniczych, jeśli występują w badaniu,
8. listę materiałów, które musi zgromadzić ankieter, rekruter lub audytor podczas realizacji badania (np. paragony, zgody rodziców, ulotki, zdjęcia itp.), słowniczek pojęć związanych z tematyką objętą badaniem,
9. w przypadku, jeśli w badaniu wykorzystywane są urządzenia np. dyktafony, laptopy, tablety itp., firma członkowska powinna się upewnić, że ankieter, audytor lub rekruter realizujący po raz pierwszy badanie z ich wykorzystaniem zna zasady ich obsługi (przeszedł szkolenie lub została dołączona instrukcja obsługi sprzętu).

### 9.3 Nadzór nad czynnościami wykonywanymi przez nowe osoby

W przypadku rozpoczęcia przez firmę członkowską współpracy z nową osobą w trakcie trwania projektu, dla którego szkolenie odbyło się wcześniej, osoby te muszą przejść szkolenie przed przystąpieniem do wykonywania czynności. Firma członkowska lub koordynator powinni dokonać szczegółowego sprawdzenia poprawności wykonania pierwszego zadania realizowanego przez ankietera, audytora lub rekrutera, który dotychczas nie brał udziału w badaniach danego typu, obejmującego w szczególności samodzielność realizacji pierwszego zadania raportowanego przez ankietera. W przypadku wykrycia błędów należy ponownie sprawdzić kolejny dostarczony materiał.

## 10 Zapewnienie respondentów o poufności badań

### 10.1 Wymagania ogólne

Wszystkim respondentom wywiadów bezpośrednich przekazuje się informacje o poufności badania albo ustnie podczas aranżacji wywiadu, albo wysyła im się tzw. karty lub listy zapowiednie, względnie listy z podziękowaniem za udział w badaniach zawierające takie zapewnienie. W przypadku badań typu *central location* takie ulotki i listy można wywiesić w pomieszczeniu, gdzie są prowadzone badania.

Wszelkie tego typu materiały powinny zawierać nazwę, adres i numer telefonu firmy prowadzącej badanie oraz ewentualnie nazwisko, adres i telefon przedstawiciela firmy odpowiedzialnego za prowadzenie badania na danym obszarze (koordynatora).

#### 10.1.1 Zaproszenia dla respondentów badań terenowych

Wszystkim zrekrutowanym respondentom badań terenowych przekazuje się informacje dotyczące szczegółów badania.

Informacja powinna zawierać:

- informacje o firmie, która jest organizatorem badania (jej nazwa, adres oraz telefon kontaktowy),
- miejsce, datę i godzinę badania,
- temat badania,
- informację o poufności zebranych informacji itp.

## 10.2 Informowanie oraz zbieranie informacji od respondentów w centrach telefonicznych

Ankieterzy, rekruterzy i audytorzy (jeśli to możliwe) CATI na początku rozmowy telefonicznej przekazują respondentom następujące informacje:

1. swoje imię i nazwisko,
2. nazwę firmy członkowskiej, z której biura lub w imieniu której dzwonią,
3. cel rozmowy,
4. zapewnienie o poufności badań.

## 11 Zarządzanie dokumentacją związaną z projektami

### 11.1 Dokumentacja przeprowadzonych wywiadów bezpośrednich i spisów w sklepach

Dla wszystkich projektów ilościowych realizowanych w terenie należy przechowywać dokumentację zawierającą następujące informacje:

1. termin realizacji badania, dane osoby odpowiedzialnej za realizację badania
2. dane dotyczące próby: próba zakładana, całkowita zrealizowana wielkość próby, liczba ankiet przekazanych do dalszej obróbki, a w przypadku próby imiennej i adresowej informacje pozwalające odtworzyć przyczyny niezrealizowania części dobieranych przypadków oraz określić *response rate*,
2. informacja o szkoleniu do projektu koordynatorów, ankieterów, rekruterów i audytorów, zawierająca informacje o osobach biorących udział w szkoleniu oraz metodzie szkolenia (*face to face*, telefoniczne itp.),
3. materiały szkoleniowe w tym instrukcje pisemne dla bezpośrednich wykonawców zadania, tj. ankieterów, audytorów i rekruterów,
4. egzemplarz zastosowanego kwestionariusza (papierowego bądź elektronicznego),
5. wzory materiałów pomocniczych, jeśli występowały w badaniu,
6. wykaz ankieterów, koordynatorów, rekruterów, audytorów i innych bezpośrednich wykonawców badania,
7. dane kontrolera, informacje o kontroli (wykorzystana metoda kontroli, jej termin i wyniki: liczba podjętych kontroli, liczba pozytywnych i negatywnych rezultatów, podjęte działania w przypadku wykrycia nieprawidłowości).

### 11.2 Dokumentacja wywiadów CATI

Dla czynności wykonywanych w badaniach telefonicznych przechowywane są następujące informacje:

1. termin realizacji badania,
2. dane osoby odpowiedzialnej za realizację badania
3. dane dotyczące próby: próba zakładana, całkowita liczba przeprowadzonych wywiadów,
4. informacja o szkoleniu do projektu, zawierająca informacje o osobach biorących udział w szkoleniu oraz metodzie szkolenia (*face to face*, telefoniczne itp.),
5. materiały szkoleniowe, w tym instrukcja dla ankieterów,

6. egzemplarz zastosowanego skryptu/kwestionariusza,
7. wykaz ankieterów i supervisorów biorących udział w badaniu, dane kontrolera, informacje o kontroli/monitoringu (jej termin i wyniki: liczba podjętych kontroli, liczba pozytywnych i negatywnych rezultatów, podjęte działania w przypadku wykrycia nieprawidłowości).

### 11.3 Dokumentacja badań jakościowych

Dla wszystkich badań jakościowych przechowywać należy dokumentację zawierającą:

1. dane osoby odpowiedzialnej za badanie, informacje o terminach i miejscach, lokalizacjach badania (poszczególnych grup, wywiadów, audytów),
2. dane dotyczące próby: wielkość zakładanej próby (liczba/liczebność grup), wielkość zrealizowanej próby (liczba/liczebność grup),
3. informacje o szkoleniu do projektu: koordynatorów, ankieterów i rekruterów, zawierające wykaz osób biorących udział w szkoleniu oraz zastosowane metody szkolenia (*face to face*, telefoniczne, online, e-learning itp.),
4. materiały szkoleniowe, w tym instrukcje dla rekruterów, ankieterów, wytyczne do rekrutacji lub dyspozycje do wywiadu,
5. egzemplarz (np. elektroniczny) zastosowanego narzędzia, kwestionariusza rekrutacyjnego w badaniach jakościowych,
6. wykaz rekruterów realizujących rekrutacje dla danego projektu oraz koordynatorów
7. wzory materiałów pomocniczych, jeśli występowały w badaniu, np. zaproszenia do wywiadów pogłębionych i grupowych, materiały od klienta itp.,
8. dane moderatora i kontrolera, informacje o kontroli (wykorzystana metoda kontroli, termin jej przeprowadzenia i wyniki: liczba podjętych kontroli, liczba pozytywnych i negatywnych rezultatów, podjęte działania w przypadku wykrycia nieprawidłowości).

### 11.4 Dokumentacja badań mystery shopping

Dla wszystkich badań typu mystery shopping przechowywać należy dokumentację zawierającą:

1. Dane osoby odpowiedzialnej za realizację badania, informacje o terminach i miejscach, lokalizacjach badania (poszczególnych audytów),
2. dane dotyczące próby: wielkość zakładanej próby (liczba audytów/ placówek), wielkość zrealizowanej próby (liczba audytów/placówek),
3. informacje o szkoleniu do projektu koordynatorów i audytorów, zawierające wykaz osób biorących udział w szkoleniu oraz zastosowane metody szkolenia (*face to face*, telefoniczne, online, e-learning itp.),
4. materiały szkoleniowe, w tym instrukcje dla audytora, wytyczne co do sposobu raportowania.
5. egzemplarz (np. elektroniczny) zastosowanego narzędzia, kwestionariusza: w tym scenariusza wizyty w mystery shopping oraz kwestionariusza/raportu wypełnianego przez audytora po wizycie w mystery shopping
6. wzory materiałów pomocniczych, jeśli występowały w badaniu, materiały od klienta itp.,
7. wykaz audytorów realizujących audyty oraz koordynatorów
8. informacje o kontroli i dane kontrolera (wykorzystana metoda kontroli, termin jej przeprowadzenia i wyniki: liczba podjętych kontroli, liczba pozytywnych i negatywnych rezultatów, podjęte działania w przypadku wykrycia nieprawidłowości).

#### 11.4.1 Informacja dotycząca nagrywania wizyt i wywiadów Mystery Shopping:

W przypadku badań MS, w trakcie których dokonywane jest nagrywanie wizyt i wywiadów, dokumentacja badania powinna zawierać informację o zobowiązaniu klienta do przekazania osobom audytowanym przed rozpoczęciem realizacji badania informacji o terminie realizacji badania, celu, metodach nagrywania i sposobie wykorzystania nagrań i wyników badania.

W przypadku sporządzania nagrań na potrzeby wewnętrznych procesów kontroli czynności zleconych audytorom, dopuszczalne jest wyłącznie dokonywanie nagrań audio. W takich przypadkach nie są wymagane zgody osób nagrywanych a nagrania powinny zostać zniszczone po zakończeniu procesu kontroli. Zapis ze zniszczenia powinien być przechowywany w dokumentacji projektu.

W przypadku, gdy zbiór nagrań jest przekazywany klientowi po zakończeniu badania i nie jest wykorzystywany w wewnętrznych procesach kontrolnych, dopuszczalne jest dokonywanie nagrań zarówno audio jak i video. Dokumentacja takiego projektu powinna zawierać:

- zapis odnośnie uzgodnienia z klientem celu, sposobu i zakresu nagrywania, informację na temat ograniczeń nagrywania podczas realizacji badania
- ewentualne wymaganie odnośnie imiennych zgód osób nagrywanych, zapisy o zniszczeniu uzyskanych zgód imiennych, po przekazaniu nagrań klientowi,
- potwierdzenie przekazywania nagrań klientowi oraz zniszczenia lub zanonimizowania nagrań po przekazaniu Zleceniodawcy.



# Część 4

## Procesy kontrolne

### 12 Kontrola czynności wykonywanych przez ankieterów, rekruterów, audytorów i weryfikacja danych

#### 12.1 Wymagania ogólne

W celu zapewnienia jak najwyższej jakości i rzetelności wykonywania czynności związanych z realizacją projektów badawczych przez osoby współpracujące z firmą członkowską, firma członkowska powinna opracować i wprowadzić system kontroli jakości. Proces ten powinien zapewnić systematyczny i reprezentatywny wybór przypadków poddawanych kontroli. Jakość danych zebranych w ramach prowadzonych projektów oraz zgodność z instrukcjami do badania powinny być sprawdzane w regularnych odstępach czasu. Każdą przeprowadzoną kontrolę i jej rezultaty należy odnotować i przechowywać w dokumentacji.

Firma członkowska powinna w umowie zawartej z osobą z nią współpracującą zawrzeć odpowiednie regulacje dotyczące możliwości kontroli wykonywanych przez tę osobę czynności, zgodną z zasadami opisanymi poniżej. W przypadku sieci dwustopniowej firma członkowska powinna zawrzeć odpowiednie regulacje w umowie z koordynatorem.

#### 12.2 Podstawowe zasady prowadzenia kontroli

Kontrola realizacji badania może być prowadzona wyłącznie przez osoby odpowiednio do tego zadania przeszkolone. Jako minimum osoby wykonujące czynności kontrolne nie powinny:

1. łączyć czynności kontrolera z wykonywaniem czynności ankietera, rekrutera lub koordynatora w ramach tej samej firmy członkowskiej i w ramach tej samej techniki badawczej (nie dotyczy badań *retail audit*), z wyjątkiem ankieterów studia CATI, jednakże pod warunkiem, iż spełniają oni warunek 2,
2. być związane w jakikolwiek sposób z ankieterami, rekruterami, audytorami, których kontrolują ani z koordynatorami,
3. otrzymywać danych osobowych ankieterów, rekruterów, audytorów (takich jak: imię, nazwisko) Koordynatorzy mogą wykonać kontrolę terenową w formie obserwacji bezpośredniej w przypadku badania typu *central location*, jeśli badanie to jest prowadzone metodą CAPI oraz pod warunkiem, iż jest ona częścią kompleksowej kontroli, a część kontroli nieterenowej polegającej na analizie zapisów z systemu prowadzona jest niezależnie w centrali firmy przez osoby do tego upoważnione.

W przypadku sieci dwustopniowej współpracujące studia CATI mogą wykonać kontrolę terenową w formie bieżącego monitoringu, jeśli badanie to jest prowadzone metodą CATI oraz pod warunkiem, iż jest ona częścią kompleksowej kontroli, a część kontroli nieterenowej polegającej na analizie zapisów z systemu prowadzona jest niezależnie w centrali firmy przez osoby do tego upoważnione.

Zakres i tryb szkolenia, które muszą przejść osoby wykonujące działania kontrolne, jest zależny od typu prowadzonej przez nie kontroli, ale nie może być mniejszy niż zakres szkolenia ankieterskiego.

Zapis z przebytego szkolenia wprowadzającego do wykonywania działań w charakterze kontrolera powinien znajdować się w dokumentacji kontrolera.

Kontrola badania nie może być przeprowadzona później niż miesiąc po zakończeniu badania.

### 12.3 Metody kontroli i weryfikacji danych

Wybór metody kontroli zależy od rodzaju sprawdzanych czynności. Należy zadbać o to, aby na przestrzeni roku kontrola wykonywania czynności przez jednego ankietera odbywała się przy wykorzystaniu różnych metod kontroli.

Metody kontroli można podzielić na:

1. **nieterenowe metody kontroli** – wszelkie analizy dokonywane na dokumentacji czynności wykonywanych przez ankietera (w tym ankietach, zbiorach danych, programach rejestrujących przebieg wywiadu itp.)

Kontrolę nieterenową prowadzi się jedną lub kilkoma metodami. Powinna obejmować 100% materiału zebranego przez ankieterów, rekruterów lub audytorów.

Do nieterenowych metod kontroli zaliczamy:

- merytoryczną analizę dokumentacji czynności wykonywanych przez ankietera, w tym kontrolę międzyczasów w badaniach,
  - analizę dokumentacji zgromadzonej w czasie badania w punkcie handlowym czy usługowym,
  - logiczną kontrolę danych ze szczególnym zwróceniem uwagi na wyniki odbiegające od normy.
2. **terenowe metody kontroli** – wszelkie metody kontroli, w których dochodzi do ponownego kontaktu z respondentem lub przedmiotem audytu, których przedmiotem analiz jest nagranie lub prowadzona równoległe rozmowa ankietera z respondentem.

Kontroli terenowej powinno zostać poddane:

- w przypadku badania realizowanego w technice Mystery Shopping, nie mniej niż 20% zrealizowanych przypadków w ramach każdego badania,
- w przypadku badania realizowanego w technikach badań jakościowych, 100% zrealizowanych przypadków w ramach każdego badania,
- w przypadku badania realizowanego w innych technikach badawczych, nie mniej niż 5% zrealizowanych przypadków w ramach każdego badania,

Kontrolę terenową można prowadzić jedną lub kilkoma metodami. Do terenowych metod kontroli zaliczamy:

- powtórny wywiad kontrolny bezpośrednio u respondenta lub telefonicznie z respondentem,
- powtórny screener w badaniu jakościowym,
- analizę nagrań wywiadów,
- analizę zdjęć wykonanych podczas audytu,
- analizę danych lokalizacyjnych
- analizę i porównanie nagrania audio lub video ze zbiorem danych
- kontrolną ankietę pocztową wypełnioną i odesłaną przez respondenta,

- bieżący monitoring
- obserwację bezpośrednią, dokonywaną podczas badania typu *central location*.

Każde badanie powinno zostać skontrolowane zarówno metodami terenowymi, jak i nieterenowymi.

Firma badawcza może ograniczyć kontrolowaną próbę lub odstąpić od przeprowadzenia kontroli badania w sytuacji, w której kontrola może być postrzegana jako działanie niestosowne, nachalne, czy wówczas, gdy specyfika badania nie pozwala na jej wykonanie.

W takim przypadku należy udokumentować przyczyny podjęcia takiej decyzji.

Rodzaj zastosowanej metody kontroli powinien być adekwatny do typu prowadzonego badania.

Bez względu na rodzaj ostatecznie zastosowanej metody należy udokumentować liczbę wykonanych kontroli, uzyskane wyniki kontroli oraz podjęte działania w przypadku wykrycia nieprawidłowości.

## 12.4 Dokumentacja kontroli badań

Wyniki kontroli badań powinny być udokumentowane i przechowywane przez okres co najmniej 12 miesięcy w ustanowionych formach tak, aby dostarczyć dowód, że zostały przeprowadzone zgodnie z poniższymi wymaganiami.

**Dokumentacja potwierdzająca realizację kontroli dla poszczególnych badań** powinna zawierać podstawowe informacje z zakresu przeprowadzonej kontroli:

- przedmiot, termin wykonania kontroli w odniesieniu do okresu realizacji badania oraz osoby odpowiedzialne za wykonanie wraz z przypisaniem do poszczególnych obszarów kontroli,
- odsetek realizacji próby założonej lub zasadniczej,
- odsetek skontrolowanych przypadków w relacji do wielkości efektywnie zrealizowanej próby zarówno z kontroli terenowej oraz nieterenowej wraz z wskazaniem zastosowanej metody w ramach każdej z tych kontroli,
- zastosowane materiały kontrolne, w tym skrypt, arkusz, kwestionariusz czy scenariusz kontrolny, instrukcje dla kontrolera, wytyczne co do sposobu kontrolowania,
- liczbę skontrolowanych ankietów w poszczególnych regionach z uwzględnieniem liczby skontrolowanych przypadków dla każdego kontrolowanego ankietera (kontrolowany wywiad przypisany do realizującego go ankietera z odniesieniem do regionu\ ośrodka),
- podstawowe statystyki prezentujące zbiorcze wyniki kontroli z uwzględnieniem liczby stwierdzonych poniższych zastrzeżeń (o ile wystąpią i mają zastosowanie),
  - zastrzeżeń podstawowych,
  - wywiadów niezrealizowanych przy założonej wymaganej wielkości próby;
  - wywiadów zrealizowanych z inną osobą niż wskazana jako wymagany respondent,
  - zastrzeżeń proceduralnych,
  - terminu/ długości okresu realizacji badania,
  - złego doboru respondenta lub adresu,
  - niezgodności danych demograficznych respondenta,
  - niezgodności czasu trwania wywiadu,
  - niewykorzystywania kart respondenta i innych materiałów,
  - pominięć pytań, pytań filtrujących, bloków pytań,

- rozbieżności w pytaniach powtórzonych (ocena rzetelności pomiaru).

Wszystkie odnotowane zastrzeżenia powinny mieć jednoznaczne indywidualne przypisanie do ankietera realizującego skontrolowany wywiad wraz z informacją o koordynatorze za niego odpowiedzialnym, celem umożliwienia odniesienia uchybień do konkretnych osoby odpowiedzialnych i podjęcia w związku z nimi stosownych działań postępowania.

W odniesieniu do zastrzeżeń podstawowych należy opisać te przypadki i podjęte działania.

Dane osobowe respondentów pozyskane do celów kontrolnych powinny być przechowywane tylko do momentu zakończenia procedury kontrolnej zgodnie z przyjętym okresem retencji. Jakiegokolwiek dalsze przetwarzanie danych osobowych respondentów musi opierać się na zgodnych z celem przetwarzania podstawach prawnych.

## 13 Postępowanie w przypadku wykrycia błędów i rozbieżności

### 13.1 Wymagania ogólne

Wyniki kontroli dla poszczególnych ankieterów, audytorów i rekruterów należy przekazywać koordynatorowi.

O wszelkich poważnych uchybieniach, a w szczególności o wszystkich przypadkach zastrzeżeń podstawowych wykrytych w czynnościach wykonywanych przez ankietera, audytora lub rekrutera należy bezzwłocznie po zakończeniu kontroli poinformować koordynatora regionalnego, a za jego pośrednictwem osobę, u której wykryto nieprawidłowości, w przypadku sieci jednostopniowej bezpośrednio ankietera, audytora, rekrutera.

W przypadku wykrycia poważnych uchybień lub zastrzeżeń podstawowych w kontrolowanej próbie ankietera, audytora lub rekrutera, w szczególności skutkujących potrąceniami wynagrodzenia, należy objąć szczegółową kontrolą pozostałą część wykonanej przez niego pracy w ramach danego badania.

Szczegóły dotyczące wykrytych uchybień i podjętych w związku z nimi działań należy udokumentować i dołączyć do dokumentacji prowadzonej dla odpowiednio ankietera, audytora, rekrutera. Jeżeli istnieje taka potrzeba, w ramach ciągłego procesu oceny należy zapewnić mu dodatkowe szkolenie i omówić sposoby poprawy wyników wykonywanych przez niego czynności.

### 13.2 Nieprawidłowości o charakterze regionalnym

W przypadku wykrycia nieprawidłowości systematycznie powtarzających się w jednym lub kilku regionach, należy przekazać komunikat o błędzie oraz dodatkowe instrukcje dla regionu oraz przeprowadzić indywidualne dodatkowe szkolenie koordynatora lub szkolenie ankieterów, audytorów i rekruterów z regionu, w którym wykryto nieprawidłowości. Dalsze wykonywanie czynności przez osoby współpracujące z firmą członkowską z danego regionu powinny być monitorowane. Kontrola ta powinna w szczególności obejmować sprawdzenie samodzielnie wykonanego materiału z pierwszego zadania dostarczonego przez ankieterów regionu po przeszkoleniu, a w przypadku wykrycia błędów ponownego sprawdzenia kolejnego dostarczonego materiału.

### 13.3 Postępowanie w przypadku wykrycia nieprawidłowości proceduralnych

W przypadku różnych rodzajów badań, firma członkowska powinna jednoznacznie określić i udokumentować te przypadki, w których w kontrolowanym badaniu może mieć miejsce nieprawidłowość proceduralna o charakterze systematycznym.

W przypadku wykrycia nieprawidłowości proceduralnych o charakterze systematycznym każdy ankieter, rekruter bądź audytor, który popełnił lub może popełnić tego rodzaju nieprawidłowości, powinien przejść indywidualne dodatkowe szkolenie przeprowadzone przez koordynatora lub osoby z Działu Realizacji. Zapis z podjętego działania powinien znajdować się w dokumentacji badania. Dalsze czynności wykonywane przez ankietera, rekrutera czy audytora powinny być niezależnie monitorowane przez koordynatora i Dział Realizacji.

W przypadku badań *mystery shopping* wszelkie niespójności wykryte w przeprowadzonym audycie powinny być niezwłocznie wyjaśnione z audytorem.

### 13.4 Postępowanie w przypadku wykrycia nierzetelności w czynnościach wykonywanych przez ankietera, rekrutera, audytora (zastrzeżenia podstawowe)

Nierzetelność (poważne uchybienie) rozumiana jest jako zamierzone oszustwo ankietera, rekrutera, audytora polegające na przykład: na nieprzeprowadzeniu wywiadu ze wskazaną osobą pod wskazanym adresem.

W przypadku wykrycia i udokumentowania takiej sytuacji Dział Realizacji lub Dział Kontroli powinien bezzwłocznie skontaktować się z koordynatorem, a za jego pośrednictwem z ankieterem w celu wyjaśnienia zaistniałej sytuacji (w przypadku sieci jednostopniowej bezpośrednio z ankieterem).

Od momentu wykrycia nieprawidłowości wszystkie czynności wykonywane przez ankietera, wobec którego wysunięto zarzut zamierzonego oszustwa, powinny zostać objęte szczegółową kontrolą.

W przypadku współpracy z koordynatorem prowadzącym ośrodek regionalny w ramach działalności biznesowej, w zakresie obowiązków koordynatora powinny być zawarte zasady postępowania z ankieterami, wobec których zostały udokumentowane zastrzeżenia podstawowe, bez względu na to, przez którą ze współpracujących z koordynatorem agencji badawczych zostały sformułowane.

## 13.5 Ocena czynności wykonywanych przez koordynatorów terenowych

### 13.5.1 Zasady ogólne

Oceny powinna dokonywać osoba z Działu Realizacji w centrali. Osoba dokonująca oceny musi zebrać dostępny materiał dotyczący czynności wykonywanych przez koordynatora, a następnie dokonać oceny, która będzie także obejmować podsumowanie efektów czynności wykonywanych przez koordynatora, ich ocenę na tle innych ośrodków, wnioski i wskazówki na przyszłość oraz potrzeby szkoleniowe. Wszystkie te informacje muszą znaleźć się w formularzu oceny, który po przedstawieniu koordynatorowi w przyjętej przez firmę formie powinien zostać umieszczony w dokumentacji danego koordynatora (w formie papierowej lub elektronicznej). Przechowywany musi być też zapis poświadczający zapoznanie się

koordynatora z oceną np. raport zapoznania się z systemem, potwierdzenie mailowe, podpis pod dokumentem, jeśli występuje tylko w wersji papierowej. Zaleca się, aby tam gdzie jest to możliwe, ocena była przeprowadzana w formie bezpośredniej rozmowy z zainteresowanym.

Oceny czynności wykonywanych przez koordynatorów należy dokonywać, co najmniej raz do roku, przy czym pierwszej oceny powinno dokonać się w ciągu sześciu miesięcy od rozpoczęcia współpracy z koordynatorem. Ocena powinna być przechowywana przez okres 2 lat.

### 13.5.2 Źródła oceny koordynatorów terenowych

Ocena czynności wykonywanych przez koordynatora dokonywana jest na podstawie oceny kierowanego przez niego ośrodka. Źródłem informacji potrzebnych do oceny są:

- zbiorcze statystyki sporządzone na podstawie kontroli terenowych dokonanych w danym regionie,
- zbiorcze raporty z kontroli nieterenowej z danego regionu,
- informacje od kierowników projektów dotyczące współpracy z koordynatorem oraz jakości realizowanych w regionie badań,
- informacje od osób z Działu Realizacji na temat regionu i współpracy z danym koordynatorem, a w szczególności na temat terminowości, jakości materiału przekazywanego do centrali, stabilności sieci ankietarskiej oraz obserwacji szkoleń prowadzonych w regionach, metod kierowania zespołem, łatwości współpracy itp.

## Część 5 Standardy realizacji badań CAWI

Badania CAWI obejmują badania realizowane za pośrednictwem Internetu, w których narzędzie badawcze (kwestionariusz) dostępne jest online dla respondentów, bez pośrednictwa ankietera czy badacza.

Obejmują dwa procesy realizacyjne, objęte wymaganiami PKJPA:

1. Zarządzanie własnym internetowym panelem badawczym
2. Realizacja badań CAWI

### 14 Zarządzanie internetowym panelem badawczym

Polityka Jakości panelu powinna zawierać deklaracje firmy prowadzącej panel odnośnie zarządzania jakością panelu, bazując na wytycznych ESOMAR (strona <https://esomar.org/code-and-guidelines/questions-for-users-and-buyers-of-online-samples>, dostęp z dnia 08.03.2023)

W duchu rekomendacji ESOMAR, agencja prowadząca panel nie jest zobligowana do stosowania żadnych konkretnych technicznych mechanizmów czy procedur; powinna jednak wyczerpująco wyjaśnić, w jaki sposób dba o jakość panelu w kluczowych obszarach i umieć dowieść, że jej deklaracje są zgodne ze stanem faktycznym.

Wzór Polityki Jakości, umożliwiający jej sprawne i prawidłowe opracowanie, stanowi załącznik do PKJPA.

#### 14.1 Podstawowy zakres Polityki Jakości panelu

Polityka Jakości panelu badawczego powinna być zaakceptowana przez kierownictwo agencji badawczej prowadzącej panel. W pierwszym roku obowiązywania PKJPA w zmienionej formule (2023 r.) polityka będzie udostępniana Audytorom PKJPA przed Audytem. W kolejnych latach obowiązywania PKJPA Polityka powinna zostać udostępniona na stronie internetowej panelu badawczego lub na stronie internetowej firmy badawczej. Polityka Jakości powinna przejrzystie opisywać najważniejsze procedury i zasady działania panelu, odzwierciedlać stan faktyczny i być na bieżąco uaktualniana.

Polityka Jakości powinna zawierać, jako minimum, odniesienia do następujących zagadnień:

- misja panelu internetowego, w szczególności: podstawowa demograficzna charakterystyka panelistów, specyfika i tematyka badań realizowanych w panelu,
- kanały i metody rekrutacji, specyficzne źródła wykorzystywane do rekrutacji (np. bazy danych), ograniczenia w naborze panelistów, możliwości udziału obecnych panelistów w rekrutacji nowych panelistów (np. polecenie kolejnych osób), zaproszenia do udziału w panelu dla kandydatów z konkretnej grupy docelowej itp.,
- ogólne zasady i rozwiązania techniczne zapewniające, że każdy uczestnik panelu jest osobą realną, tym za kogo się podaje, z wyszczególnieniem postępowania w przypadku uczestników niepełnoletnich (jeśli są obecni na panelu),
- metody doboru próby, procedura zapraszania panelistów do konkretnych badań oraz sposoby zapewnienia przejrzystości podczas ich kwalifikacji (jakie informacje panelista dostaje w zaproszeniu, jaką informację otrzymuje w przypadku niezakwalifikowania się itp.),



- zakres dostępnych informacji profilujących uczestników panelu, zasady wykorzystywania do profilowania informacji uzyskanych w poprzednich badaniach lub ze źródeł zewnętrznych,
- przechowywanie danych uzyskanych podczas wcześniejszych badań np. dotyczących zachowań, przekonań lub preferencji konsumenckich danego panelisty, możliwości ich wykorzystywania w kolejnych badaniach,
- kwalifikacja do badania: ograniczenia w tym zakresie, np. czasowe, tematyczne, demograficzne, dopuszczalną częstotliwość udziału w badaniu danej firmy,
- częstotliwości monitorowania i aktualizowania kluczowych parametrów panelu, m.in. liczba aktywnych panelistów, wskaźnik liczby osób, które zareagowały na zaproszenie do badania do liczby osób zaproszonych (response rate), przy czym nie rzadziej niż do roku,
- sposoby weryfikacji danych panelistów w dłuższych okresach (np. monitorowanie zmian w zakresie zmiennych socjoekonomicznych), zapewnienie spójności i powtarzalności struktury próby w przypadku badań trackingowych,
- zasady i minimalne kryteria umożliwiające współpracę z panelami zewnętrznymi, w szczególności posiadanie przez nie certyfikatów PKJPA lub innych równoległych zweryfikowanych standardów jakości,
- zapewnienie o identyfikacji wymagań technicznych koniecznych do realizacji założeń opisanych w Polityce Jakości oraz o stosowaniu niezbędnych środków technicznych i organizacyjnych służących ich spełnieniu, w tym zapewniających ochronę danych osobowych panelistów.

## 14.2 Regulamin panelu

Agencja badawcza zobowiązana jest do przygotowania regulaminu panelu, którego akceptacja jest warunkiem koniecznym do dołączenia respondenta do panelu. Regulamin powinien odzwierciedlać zapisy Polityki Jakości panelu oraz wynikające z niej zasady uczestnictwa w panelu. Regulamin panelu powinien dodatkowo, jako minimum, zawierać następujące informacje i zapisy:

- co to jest panel,
- informacje o firmie prowadzącej panel (pełna nazwa i adres),
- wymagane prawem informacje o przetwarzaniu danych osobowych,
- zapewnienie o działaniu w zgodzie z kodeksem ESOMAR, wymaganiami PKJPA, RODO i Ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną,
- wyjaśnienie, po co zbierane są dane demograficzne,
- informacja o możliwości i sposobie rezygnacji z udziału w panelu,
- zapewnienie o poufności badań (prezentowanie wyników wyłącznie w zbiorczych zestawieniach, niełączenie wyników badania z danymi osobowymi respondenta),
- opis procedur bezpieczeństwa (w tym login i hasło dostępu do konta użytkownika),
- przejrzysty opis procedur gratyfikacji (np. jak to zależy od długości wywiadu itp.),
- opis procedur dyscyplinarnych przewidzianych dla panelistów podających nieprawdziwe dane (usunięcie z panelu, usunięcie rekordu z badania, odmowa przyznania gratyfikacji), informacja o ważności udzielanych odpowiedzi.

## 14.3 Procedury stosowane w ramach zarządzania panelem

Procedury funkcjonowania panelu powinny odzwierciedlać zapisy Polityki Jakości panelu badawczego oraz regulaminu, w szczególności przypisując wynikające z nich zadania

uprawnionym i posiadającym odpowiednie przygotowanie pracownikom. Firma prowadząca panel powinna ustalić i udokumentować następujące procedury:

- rekrutacji panelistów, w odniesieniu do źródeł rekrutacji,
- weryfikacji poprawności funkcjonowania panelu, m.in. identyfikacja nieprawidłowego zachowania panelisty, sposób postępowania w przypadku wykluczenia respondenta z badania, m.in. z uwagi na karencję tematyczną i czasową, sposoby usuwania panelisty z panelu,
- nadzoru i weryfikacji funkcjonowania panelu od strony technicznej.

#### 14.4 Dokumentacja panelistów

Dokumentacja panelistów powinna zawierać następujące elementy:

- cechy demograficzne, m.in. płeć, rok urodzenia, miejsce zamieszkania (miejscowość, gmina, województwo, kod pocztowy),
- informacje o źródle pozyskania danych (cech demograficznych respondentów),
- zgodę rodziców lub opiekunów na udział w badaniach panelowych w przypadku osób nieletnich,
- wykaz projektów, w których dany respondent brał udział,
- akceptację regulaminu.

#### 14.5 Wymagania techniczne

Firma powinna określić wymagania techniczne konieczne dla realizacji rozwiązań opisanych w Polityce Jakości jako wdrożone i stosowane. Sprawdzenie spełnienia wymagań technicznych dla tych rozwiązań powinno być wykonywane przez uprawnionego pracownika, systematycznie w ustalonych odstępach czasu, jednak nie rzadziej niż raz w roku lub każdorazowo w przypadku zgłoszenia zapotrzebowania ze strony pracownika odpowiedzialnego za realizację badania. Zapisy potwierdzające przeprowadzenie sprawdzenia powinny być udokumentowane przez firmę.

## 15 Realizacja badań CAWI

Badania CAWI czyli badania realizowane za pośrednictwem Internetu (niezależnie od sposobu i metody pozyskania respondenta, czy to bezpośrednio z otwartego Internetu jak i poprzez wyspecjalizowane w tym celu narzędzia jak m.in. panele internetowe), w których narzędzie badawcze (kwestionariusz) dostępne jest online dla respondentów, bez pośrednictwa ankietera czy badacza.

Ubieganie się o certyfikat PKJPA w dziedzinie badań CAWI wymaga przeprowadzenia w ostatnim roku co najmniej jednego badania w technice CAWI dowolną metodą pozyskania respondenta, w tym na dowolnym panelu, zarówno własnym jak i zewnętrznym. W przypadku, gdy firma badawcza realizuje badania technikami łączonymi, których elementem są wywiady w technice CAWI (np. w połączeniu z wywiadem telefonicznym), badania takie podlegają także certyfikacji w ramach dziedziny CAWI.

Wymagania w zakresie realizacji badań metodą CAWI dotyczą przede wszystkim jakości narzędzia (kwestionariusza) jak i kontroli jakości pozyskanych danych (zawartości bazy) - bez względu na to, skąd pochodzą dane.

### 15.1 Wymagania dotyczące narzędzia badawczego (kwestionariusza CAWI)

W każdym z rodzajów badań CAWI powinny być stosowane formalne zaproszenia. Treść zaproszeń do badania, poza ogólnymi informacjami o firmie i badaniu, nie powinna sugerować respondentom, jakie odpowiedzi w części rekrutacyjnej kwestionariusza zapewnią udział w badaniu. Zaproszenia powinny być dostępne w dokumentacji projektu. W przypadku badań realizowanych poza własnym panelem wskazane jest umieszczenie w zaproszeniu do badania odpowiednio zaprojektowanego linku do strony internetowej firmy badawczej lub innej specjalnie opracowanej informacji uwiarygodniającej prowadzone badanie.

Kwestionariusz badania, bez względu na rodzaj badań CAWI, powinien podlegać weryfikacji przed rozpoczęciem badania. Weryfikacja ta powinna obejmować w miarę możliwości:

- sprawdzenie komunikatu powitalnego, który powinien zawierać oprócz podania informacji o podmiocie prowadzącym badanie (poza panelami, pełna nazwa i adres firmy) oraz ogólnej informacji o badaniu oraz o poufności zbieranych danych: informację o szacowanej długości ankiety, oraz, o ile tego wymaga badanie: wskazanie (nie)zalecanych urządzeń dostępowych, a także o zbieraniu danych szczególnych lub wrażliwych oraz pozyskiwaniu informacji w inny sposób niż poprzez pytania ankiety, np. badanie służy także pomiarom zachowań respondenta z zastosowaniem np. technologii cookies).
- ograniczenie rekrutacyjnej części kwestionariusza wyłącznie do niezbędnych pytań kwalifikujących oraz pytań koniecznych do konstrukcji kwot.
- w przypadku kategorii wrażliwych (np. takich jak używki), sprawdzenie treści pytań i instrukcji tak aby jednoznacznie respektowały wymogi prawne dotyczące minimalnego wieku respondenta.
- sprawdzenie maskowania poszukiwanych kryteriów rekrutacyjnych (przykładowo: jeśli poszukiwani są użytkownicy określonej kategorii produktowej lub usługi, to jest ona umieszczona w otoczeniu kategorii / usług alternatywnych lub jeśli poszukiwane są osoby

reprezentujące jakąś postawę lub inną cechę psychograficzną, to kluczowe kryterium umieszczone jest w otoczeniu innych postaw / cech)

- wyświetlanie multimediów w trakcie wypełniania kwestionariusza, w szczególności kontrola wyświetlania i odtwarzania (czy widać / czy słychać) oraz blokowanie przejścia do kolejnego ekranu w trakcie odtwarzania materiału audio albo wideo.

Zapisy potwierdzające przeprowadzenie weryfikacji narzędzia badawczego wraz z jej pozytywnym zamknięciem i ewentualnymi uwagami powinny zawierać dane osoby weryfikującej, a także informacje o dacie ukończenia sprawdzenia.

## 15.2 Zawartość dokumentacji badań CAWI

Dokumentacja badania powinna zawierać:

- identyfikator badania,
- problematyka i cel badania,
- termin realizacji badania (rozpoczęcia i zakończenia),
- sposób doboru próby: rodzaj próby, charakterystyka próby, zastosowany kwestionariusz rekrutacyjny, jeżeli występuje,
- wielkość próby: liczebność próby założonej, jeżeli występuje i zrealizowanej,
- egzemplarz (plik elektroniczny) zastosowanego kwestionariusza zasadniczego,
- egzemplarz (plik elektroniczny) materiałów pomocniczych,
- źródła respondentów i proporcje ich wykorzystania,
- *incidence rate/ response rate* – po każdym badaniu, (wskaźnik reprezentujący proporcję wywiadów zakończonych sukcesem w stosunku do całkowitej liczby osób, które kliknęły w link odsyłający do ankiety/ zostały zaproszone do badania/ otrzymały mail do badania),
- osoba odpowiedzialna za badanie,
- opis procedur kontrolnych, w przypadku stosowania procedur różniących się od standardowych, w szczególności opis mechanizmów i zabezpieczeń technicznych zapewniających jednokrotny udział w badaniu przez konkretnego respondenta – ograniczenia dostępu z jednego adresu IP, maila lub konta, kontrola unikalnego dostępu/urządzenia dostępowego, itp.),
- egzemplarz (plik elektroniczny) zaproszenia/przypomnień wysyłanych respondentom w ramach danego badania.

Dodatkowo w przypadku badań prowadzonych bezpośrednio w środowisku otwartego Internetu:

- opis procedury dotarcia do respondenta: na jakich stronach i/lub w jakich sieciach afiliacyjnych umieszczana jest ankieta, z jaką częstotliwością jest eksponowana – co która osoba otrzymuje zaproszenia, itp.

## 15.3 Raporty z kontroli w badaniach CAWI:

W przypadku realizacji badań CAWI raport podsumowujący powinien zawierać informacje dotyczące kontrolowanego badania obejmujące:

- Wynik analizy rozkładu czasów wypełniania kwestionariusza w celu eliminacji respondentów, którzy wypełnili ankietę nierealistycznie szybko lub długo. W zależności od specyfiki projektu, agencja powinna zadeklarować przyjęty próg minimalny, a raport powinien zawierać liczbę wyeliminowanych ankiet. Zapewnienie kontroli czasu realizacji

ankiety może dotyczyć całego wywiadu lub w sytuacjach uzasadnionych merytorycznie, również bloków pytań lub poszczególnych pytań.

- Kontrolę mechanicznego wypełnienia ankiety, raport powinien zawierać informację o liczbie usuniętych wywiadów, wypełnionych przez oprogramowanie (np. boty),
- Wyniki sprawdzenia założeń odnośnie niedozwolonych schematów wypełnienia ankiety, w celu eliminacji respondentów wypełniających ankietę wg graficznego wzorca (linie proste, zygzaki, „choinki” itp.). Raport powinien zawierać informację o liczbie usuniętych ankiet wypełnionych według schematu a w przypadku odpowiedzi na baterie pytań ze skalą, liczbę usuniętych wywiadów z odpowiedziami według schematu np. w jednej linii (zawsze ta sama opcja odpowiedzi w szeregu kolejnych pytań) Agencja powinna każdorazowo deklarować kryteria przyjęte w konkretnym badaniu, a raport powinien zawierać łączną liczbę usuniętych ankiet.
- Wyniki kontroli jakości odpowiedzi na pytania otwarte, z liczbą usuniętych wywiadów, w których nierzetelnie wypełniono pola otwarte (np. przypadkowe ciągi znaków lub wartości liczbowe).

# Część 6 Standardy realizacji badań z użyciem przekazywanych/ pozyskiwanych danych

## 16 Badania z użyciem przekazywanych/ pozyskiwanych danych

### 16.1 Wymogi dotyczące prowadzenia badań z użyciem przekazywanych/ pozyskiwanych danych

W stosunku do danych osobowych przekazanych przez klienta (zlecniodawcę badania) bądź pozyskanych na rynku (ze źródeł ogólnodostępnych, zakupionych od firm bazodanowych portali internetowych lub innych podmiotów) do realizacji badania należy zastosować zasady przewidziane przez przepisy RODO jak również wytyczne, zalecenia i najlepsze praktyki Europejskiej Rady Ochrony Danych oraz rekomendacje Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, w szczególności:

1. w przypadku badań realizowanych na danych osobowych przekazanych przez klienta, uprzednie podpisanie umowy powierzenia przetwarzania danych spełniającej wymagania określone w art. 28 RODO oraz ściśle stosować się do poleceń czy instrukcji wydawanych przez administratora tych danych. W przypadku baz zakupionych, pozyskanych ze źródeł ogólnodostępnych, gdy firma członkowska staje się administratorem tych danych, przekazania podmiotom, których dane dotyczą, informacji wymaganych w art. 14 RODO;
2. do zapewnienia bezpieczeństwa przetwarzania danych podejmując środki, o których mowa w art. 32 RODO, w szczególności uwzględniając stan wiedzy technicznej, koszt wdrażania oraz charakter, zakres, kontekst i cele przetwarzania oraz ryzyko naruszenia praw lub wolności osób fizycznych o różnym prawdopodobieństwie wystąpienia i wadze zagrożenia, wdrożyć odpowiednie środki techniczne i organizacyjne tak, aby zapewnić stopień bezpieczeństwa odpowiadający temu ryzyku, w tym między innymi w stosownym przypadku: (a) pseudonimizację i szyfrowanie danych osobowych; (b) zdolność do ciągłego zapewnienia poufności, integralności, dostępności i odporności systemów i usług przetwarzania; (c) zdolność do szybkiego przywrócenia dostępności danych osobowych i dostępu do nich w razie incydentu fizycznego lub technicznego; (d) regularne testowanie, mierzenie i ocenianie skuteczności środków technicznych i organizacyjnych mających zapewnić bezpieczeństwo przetwarzania;

Agencja badawcza powinna zapewnić szkolenia w zakresie ochrony danych osobowych dla osób mających do nich dostęp.

Dostęp do baz zawierających dane osobowe powinien zostać ograniczony jedynie do osób zobowiązanych do zachowania poufności danych osobowych oraz posiadających odpowiednie upoważnienie do przetwarzania danych osobowych. Należy zastosować odpowiednie środki zabezpieczające przed dostępem do danych przez osoby nieuprawnione.

Szkolenia, zobowiązania do poufności oraz upoważnienia powinny być odpowiednio udokumentowane i ewidencjonowane.

Agencja badawcza powinna prowadzić zatwierdzone i skodyfikowane zasady oraz procedury przetwarzania danych osobowych oraz posiadać aktualne opisy stosowanych środków

technicznych i organizacyjnych zapewniających ochronę danych osobowych i bezpieczeństwo ich przetwarzania.

W przypadku podwykonawstwa, gdy część projektu ma być realizowana przez firmę zewnętrzną, powierzenie bazy danych osobowych (podpowierzenie) przekazanych przez klienta (administratora danych) firmie zewnętrznej może odbywać się wyłącznie na podstawie uprzednio wyrażonej przez klienta (administratora danych) szczegółowej lub ogólnej pisemnej zgody oraz umowy powierzenia (podpowierzenia), zapewniająca bezpieczeństwo i poufność przekazywanych danych osobowych, spełniająca wymagania określone w art.28 RODO. Firma zewnętrzna powinna spełniać dodatkowo wymóg posiadania certyfikatu PKJPA lub inny równorzędny zweryfikowany standard jakości.

## 16.2 Dokumentacja projektu badawczego z użyciem przekazanych/ pozyskanych danych

Zawartość dokumentacji do projektu badawczego z użyciem danych osobowych otrzymanych od klienta (zleceniodawcy badania) lub na danych osobowych pozyskanych na rynku (zakupionych od firm bazodanowych, portali internetowych i innych podmiotów), poza wymogami przewidzianymi dla danej techniki badawczej powinna zawierać dodatkowo informacje potwierdzające realizację badania zgodnie z RODO, a w szczególności:

- a. Informację o otrzymaniu danych (zgodnie z umową powierzenia spełniającą wymagania określone w art. 28 RODO),
- b. zapewnienie na piśmie, np. w umowie lub w zamówieniu, że baza została stworzona i jest udostępniana zgodnie z przepisami RODO (dotyczy jedynie badań realizowanych na bazach danych pozyskanych na rynku),
- c. zapis o zniszczeniu lub usunięciu danych, o ile nie rozstrzyga o tym umowa powierzenia,
- d. zapis stosowanych zabezpieczeń, w szczególności opis stosowanych technicznych i organizacyjnych środków bezpieczeństwa, o ile nie rozstrzyga o tym umowa powierzenia,
- e. zapis osób dopuszczonych do przetwarzania danych,
- f. zapis o zabezpieczeniu nośnika/ sposobu przekazania danych, o ile nie rozstrzyga o tym umowa powierzenia.

Badania takie mogą być również realizowane przez Agencję, gdy za przekazanie ankiety respondentowi (kontakt na dane osobowe) odpowiada Klient/ Administrator danych. Wówczas nie ma przekazywania danych bezpośrednio do Agencji, nie występuje ona wówczas w roli podmiotu przetwarzającego i powyższe zastrzeżenia wynikające z RODO nie mają do niej zastosowania.



## 17 Załączniki

### 17.1 Wzorzec Polityki Jakości. Norma: Zarządzanie Internetowym Panelem Badawczym

Wersja z dnia 19 maja 2023

#### SŁOWO WSTĘPNE

Szanowni Państwo,

Ostatnia aktualizacja Program Kontroli Jakości Pracy Ankieterów wprowadziła zasadnicze zmiany w sposobie certyfikowania i audytowania badań CAWI. Dwie najważniejsze zmiany to:

- 1) Likwidacja dotychczasowej normy CAWI, która (nierealistycznie) zakładała, że standardową sytuacją jest posiadanie przez agencję własnego panelu badawczego i realizacja wszystkich badań za jego pośrednictwem. Na jej miejsce zostały stworzone 2 nowe normy:
  - a. Norma „Zarządzanie internetowym panelem badawczym” – dostępna dla firm posiadających własny panel
  - b. Norma „Realizacja badań CAWI” – dostępna dla wszystkich firm prowadzących badania CAWI, w tym również tych, które nie posiadają własnego panelu, a wszystkie badania realizujące przez podwykonawców (panele zewnętrzne)
- 2) W obszarze „Zarządzanie internetowym panelem badawczym” PKJPA odchodzi od klasycznego normatywnego podejścia polegającego na określeniu listy warunków, które agencja musi spełnić, żeby otrzymać certyfikat. Zamiast tego, PKJPA przyjął koncepcję inspirowaną podejściem rekomendowanym przez ESOMAR (zob. <https://esomar.org/code-and-guidelines/questions-for-users-and-buyers-of-online-samples>, dostęp z dnia 08.03.2023). Główne powody takiej decyzji:
  - Stosunkowo łatwo wskazać i zgodzić się co do listy obszarów ważnych dla jakości panelu (np. weryfikacja unikalności panelistów lub odpowiednia częstotliwość zapraszania do ankiet itp.).
  - Dużo trudniej uzgodnić listę konkretnych, twardych, sprawdzalnych kryteriów i mechanizmów, które miałyby być wdrożone i obowiązkowo stosowane przez wszystkich posiadaczy certyfikatu.
    - Współczesna technologia umożliwia np. weryfikację unikalności panelistów na wiele różnych sposobów, które co więcej wciąż ewoluują, a o wyższości jednych nad drugimi można zazwyczaj dyskutować. Wybór konkretnych rozwiązań technicznych powinien być decyzją agencji i stanowić element jej starań o uzyskanie przewagi konkurencyjnej.

Koncepcja tzw. „pytań ESOMARU” (zob. link powyżej) została wdrożona w PKJPA w postaci **Polityki Jakości**. Cytując nowy zapis normy „Zarządzanie internetowym panelem badawczym”:

*Polityka Jakości panelu powinna zawierać deklaracje firmy prowadzącej panel odnośnie zarządzania jakością panelu, bazując na wytycznych ESOMAR (...) W duchu rekomendacji ESOMAR, agencja prowadząca panel nie jest zobligowana do stosowania żadnych konkretnych technicznych*

*mechanizmów czy procedur; powinna jednak wyczerpująco wyjaśnić, w jaki sposób dba o jakość panelu w kluczowych obszarach i umieć dowieść, że jej deklaracje są zgodne ze stanem faktycznym.*

Prosimy, żeby niniejszy Wzorzec Polityki Jakości traktować jako życzliwą sugestię i rekomendację co do jej treści. Jedynym „twardym” wymogiem pozostaje jednak odniesienie się do listy zagadnień wylistowanych w punkcie 14.1 Kodeksu PKJPA i gotowość do udokumentowania audytorowi prawdziwości deklaracji zawartych w Polityce. Na kolejnych stronach wzorca podpowiadamy, jakie fakty i informacje warto uwzględnić w kontekście poszczególnych zagadnień, ostateczna decyzja należy jednak każdorazowo do agencji ubiegającej się o certyfikat. Zalecamy jednak, żeby przygotowując Politykę Jakości pamiętać o tym, że – zgodnie z punktem 14.1:

- „Polityka Jakości panelu badawczego powinna być (...) udostępniona na stronie internetowej [agencji], a także przedstawiana na życzenie dowolnych podmiotów zewnętrznych.” → Jeżeli Polityka Jakości będzie przygotowana niestarannie, a jej zapisy nieprzekonujące lub mało zrozumiałe, KAŻDY zainteresowany (w tym klient) będzie mógł się o tym łatwo przekonać.
- „Polityka Jakości powinna w sposób jawny i przejrzysty opisywać najważniejsze procedury i zasady działania panelu, odzwierciedlać stan faktyczny i być na bieżąco uaktualniana.” → Jednym z najważniejszych zadań audytora PKJPA będzie sprawdzenie, czy zapisy Polityki Jakości odpowiadają codziennej praktyce zarządzania panelem. Jeżeli jakiś zapis Polityki nie jest w praktyce realizowany, może być to zakwestionowane przez audytora.
- Zrewidowana Kodeks PKJPA nie narzuca konkretnych rozwiązań i nie specyfikuje oczekiwanego poziomu szczegółowości Polityki Jakości → Jeżeli jednak dokument będzie napisany zdawkowo i powierzchownie, może sugerować to zewnętrznym podmiotom, że dane obszary Polityki Jakości mają dla agencji niski priorytet lub wręcz są zaniechane.

Życzymy owocnej pracy nad Polityką Jakości prowadzonego przez Państwa panelu badawczego i powodzenia przy kolejnych audytach.

Zarząd OFBOR

Polityka Jakości powinna zawierać, jako minimum, odniesienia do następujących zagadnień:

**Zagadnienie 1: Misja panelu internetowego, w szczególności: podstawowa demograficzna charakterystyka panelistów, specyfika i tematyka badań realizowanych w panelu**

Fakty i aspekty do potencjalnego uwzględnienia przez agencję w zapisach Polityki Jakości:

- Czy panel służy do realizacji badań na szerokiej populacji i zróżnicowanych grupach docelowych, które można wyróżnić w jej ramach? Czy też paneliści rekrutują się z jakiejś konkretnej, węższej grupy (np. pracownicy służby zdrowia) i celem panelu jest umożliwienie badań na tejże?
- Czy na panel ma charakter uniwersalny i służy do realizacji różnorodnych typów badań marketingowych i społecznych? Czy też może ma służyć realizacji przede wszystkim jakiegoś konkretnego rodzaju badań (np. badań konsumpcji jakiegoś typu mediów)?
- Zależnie od odpowiedzi na poprzednie pytania, jaka jest podstawowa charakterystyka demograficzna panelu, domyślnie korespondująca z jego misją?

**Zagadnienie 2: Kanały i metody rekrutacji, specyficzne źródła wykorzystywane do rekrutacji (np. bazy danych), ograniczenia w naborze panelistów, możliwości udziału obecnych panelistów w rekrutacji nowych panelistów (np. polecenie kolejnych osób), zaproszenia do udziału w panelu dla kandydatów z konkretnej grupy docelowej itp.**

- Pytania 4-6 w dokumencie ESOMARU: <https://esomar.org/uploads/attachments/clftgzsxu06o27g3vgdlhdpwd-37-questions-updated-version.pdf>

**Zagadnienie 3: Zasady i rozwiązania techniczne zapewniające, że każdy uczestnik panelu jest osobą realną, tym za kogo się podaje, z wyszczególnieniem postępowania w przypadku panelistów niepełnoletnich (jeśli są obecni na panelu)**

- Pytania 7 i 25 w dokumencie ESOMARU

**Zagadnienie 4: Metody doboru próby, procedura zapraszania panelistów do konkretnych badań oraz sposoby zapewnienia przejrzystości podczas ich kwalifikacji (jakie informacje panelista dostaje w zaproszeniu, jaką informację otrzymuje w przypadku niezakwalifikowania się itp.)**

- Pytania 12, 16, 18-19 w dokumencie ESOMARU

**Zagadnienie 5: Zakres dostępnych informacji profilujących uczestników panelu, zasady wykorzystywania do profilowania informacji uzyskanych w poprzednich badaniach lub ze źródeł zewnętrznych**

- Pytania 13 i 27 w dokumencie ESOMARU

**Zagadnienie 6: Przechowywanie danych uzyskanych podczas wcześniejszych badań np. dotyczących zachowań, przekonań lub preferencji konsumenckich danego panelisty, możliwości ich wykorzystywania w kolejnych badaniach**

- Pytanie 24 w dokumencie ESOMARU

**Zagadnienie 7: Kwalifikacja do badania: ograniczenia w tym zakresie, np. czasowe, tematyczne, demograficzne, dopuszczalną częstotliwość udziału w badaniu danej firmy**

- Czy są jakieś obszary tematyczne, których badania panel się nie podejmuje? Czy treść i problematyka badań realizowanych na panelu podlega jakiejś weryfikacji?
- Pytanie 23 w dokumencie ESOMARU

**Zagadnienie 8: Monitorowanie kluczowych parametrów panelu, min. liczba aktywnych panelistów, wskaźnik liczby osób, które zareagowały na zaproszenie do badania do liczby osób zaproszonych (response rate)**

- Pytanie 37 w dokumencie ESOMARU

**Zagadnienie 9: Sposoby weryfikacji danych panelistów w dłuższych okresach (np. monitorowanie zmian w zakresie zmiennych socjoekonomicznych), zapewnienie spójności i powtarzalności struktury próby w przypadku badań trackingowych**

- Jak struktura socjoekonomiczna panelu ewoluuje w czasie? Jak ewolucja panelu koresponduje ze zmianami w strukturze populacji polskich internautów i w populacji ogólnej?
- Pytanie 26 w dokumencie ESOMARU

**Zagadnienie 10: Zasady i minimalne kryteria umożliwiające współpracę z panelami zewnętrznymi**

- Czy panel dysponuje formalnymi zasadami wyboru zewnętrznych dostawców próby? Jakie minimalne wymagania musi spełnić dostawca (panel) zewnętrzny, żeby współpraca była możliwa? Czy panel prowadzi ewidencję procesów weryfikacyjnych?
- Pytanie 10 w dokumencie ESOMARU

**Zagadnienie 11: Identyfikacja wymagań technicznych koniecznych do realizacji założeń opisanych w Polityce Jakości oraz środki techniczne i organizacyjne służące ich spełnieniu, w tym zapewniających ochronę danych osobowych panelistów**

- Jakie technologie (sprzęt i oprogramowanie), jaki personel i jakie formalne procedury są niezbędne, żeby panel był w stanie realizować założenia opisane w Polityce Jakości?
- Czy wszystkie te warunki są aktualnie spełnione?