

МАРКЕТИНГОВІ І СОЦІОЛОГІЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ: ISO СЕРТИФІКАЦІЯ В УКРАЇНІ

Інна Ус, директор з маркетингу і розвитку, Бюро Верітас Сертифікейшен Україна, провідний аудитор ISO 9001, ISO 10002, ISO 10006, ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 20252.

МвУ: В чому особистості Міжнародного Стандарту ISO 20252:2006 “Market, opinion and social research – Vocabulary and service requirements” («Ринок, опитування громадської думки та соціологічні дослідження»).

В умовах сучасного динамічного світу, який постійно змінюється, дуже актуальними є слова Уїнстона Черчилля: «Хто володіє інформацією, той володіє світом». Важливим джерелом інформації для розуміння ситуації на ринку і в суспільстві, а також прийняття ділових і політичних рішень є маркетингові і соціологічні дослідження.

Необхідність проведення цих досліджень не викликає сумнівів ні в ділових, ні в політичних колах, проте далеко не всі організації можуть собі дозволити постійно тримати штат спеціалістів, які мають необхідний рівень освіти і досвід роботи, а також володіють відповідними методиками і технологіями. Тому в усьому світі прийнято замовляти маркетингові дослідження в спеціалізованих дослідницьких організаціях, у провайдерів маркетингових і соціологічних досліджень.

Важливою проблемою для замовника дослідження є вибір дослідницької організації, тим більше, що у світовій і в українській історії можна знайти достатньо прикладів, коли некоректність або неповнота даних досліджень призводила до серйозних втрат як фінансових, так і політичних капіталів. Проблема вибору є важливою не тільки для замовників, але і для провайдерів маркетингових і соціологічних досліджень. Адже проведення досліджень – це достатньо дорогі й витратні проекти, а за певних обставин весь вибір може звестись до вибору мінімальної



ціни, що може призвести до ситуації, коли професіонали, які чесно працюють на ринку, можуть залишитися незадіяними. Одним словом, і для замовника, і підрядника необхідний стандарт маркетингових і соціологічних досліджень, і такий стандарт є.

Ще у травні 2006 року був опублікований Міжнародний Стандарт ISO 20252:2006 “Market, opinion and social research – Vocabulary and service requirements” («Ринок, опитування громадської думки та соціологічні дослідження»). Цей стандарт розроблений за ініціативою Європейської федерації асоціацій організацій маркетингових досліджень (EFAMRO) і Всесвітньою асоціацією дослідження громадської думки (WAPOR), розробка проводилась у взаємодії із Всесвітньою асоціацією професіоналів-дослідників (ESOMAR). На сьогоднішній день міжнародний стандарт ISO 20252:2006 прийнятий національним галузевим стандартом в Австралії, Великобританії, Іспанії, Нідерландах, Франції і Швеції, існують національні версії цього стандарту в Італії та Мексиці. З червня 2010 року цей стандарт визнано національним і в Україні.

ISO 20252:2006 встановлює всесвітньо визнану термінологію і визначення, а також вимоги до послуг на ринку маркетингових і соціологічних досліджень.

Ключовими вимогами цього стандарту є:

- ◆ наявність у організації-провайдера маркетингових і соціологічних досліджень документованої системи менеджменту якості;

- ◆ проведення регулярних аудитів даної системи;
- ◆ постійне навчання і розвиток персоналу;
- ◆ управління субпідрядниками;
- ◆ повна прозорість для клієнта, яка включає можливість перевірки ключових етапів і відповідну звітність;
- ◆ забезпечення збереженості, цілісності й конфіденційності інформації;
- ◆ перевірка і затвердження основних етапів досліджень.

Сертифікація організації за стандартом ISO 20252 підтверджує відповідність виробничого циклу і системи менеджменту якості організації міжнародним вимогам до провайдерів маркетингових і соціологічних досліджень. Наявність або відсутність у провайдера сертифікату відповідності ISO 20252 дозволяє клієнту оцінити мінімальний рівень сервісу, на який він може розраховувати.

На сьогодні в усьому світі на відповідність вимогам ISO 20252 сертифіковані більше 250 компаній, серед яких нещодавно з'явилась і українська компанія. У квітні 2011 року Бюро Верітас Сертифікейшн Україна провело сертифікаційний аудит на відповідність вимогам ISO 20252 компанії «Тейлор Нельсон Софрез Україна» (TNS в Україні). Ця компанія спеціалізується в галузі маркетингових і соціологічних досліджень і входить до групи компаній TNS у

складі Kantar Group, дослідницького підрозділу світового рекламно-комунікаційного холдингу WPP.

«Тейлор Нельсон Софрез Україна» - перша компанія в Україні, яка успішно пройшла аудит на відповідність більше, ніж 300 вимогам ISO 20252.

Бюро Верітас Сертифікейшн Україна пропонує Клієнтам неакредитовану схему сертифікації по ISO 20252:2006 "Market, opinion and social research – Vocabulary and service requirements".

Ця сертифікація може проводитися як окремо, так і в складі інтегрованих систем менеджменту на основі міжнародних стандартів.

ISO 20252 встановлює терміни і визначення для маркетингових і соціологічних досліджень, вимоги до порядку надання послуг, рекомендує послідовність і визначає прозорість методів, якими дослідження виконані, з метою підвищення довіри як до результатів досліджень, так і до їх постачальників.

Цей стандарт застосовує принципи менеджменту якості до діяльності провайдерів маркетингових і соціологічних досліджень і встановлює міжнародні вимоги до рівня досліджень з метою гармонізації різних національних стандартів, що існують в цій галузі. ISO 20252 охоплює всі стадії дослідження від початкового контакту між клієнтом (замовником) і виконавцем до надання остаточних результатів клієнту.



Світлана Ходаківська, керівник департаменту менеджменту якості компанії TNS в Україні

МвУ: Які були основні проблеми (труднощі) в процесі сертифікації?

- В кінці 2010 року сертифікаційна компанія «Бюро Верітас» запропонувала сертифікувати компанію TNS в Україні за стандартом ISO 20252:2006. Перед тим, як було прийняте рішення про сертифікацію компанії TNS в Україні за ISO 20252:2006, перше, що було зроблено, це перевірка відповідності існуючих у ком-

панії процедур та інших документів системи менеджменту якості вимогам стандарту ISO 20252:2006. Сам стандарт ISO 20252:2006 не дуже важкий для розуміння, оскільки загалом має чіткі й однозначні формулювання. Тому аналіз відповідності існуючих документів СМЯ вимогам ISO 20252 проводили силами своїх спеціалістів під час проведення внутрішнього аудиту в компанії. В результаті проведеного аудиту з'ясувалось, що більшість вимог цього стандарту в нашій компанії вже враховано і успішно виконуються. Проте система менеджменту якості все ж таки зазнала деяких змін. На певних етапах

проектів був посилений контроль, деякі процеси компанії були більш детально описані. В цілому, при проведенні внутрішнього аудиту критичних невідповідностей вимогам даного стандарту виявлено не було. До того ж, усі вимоги, необхідні по вдосконаленню системи менеджменту якості, вже були впроваджені і успішно виконувались в рамках системи менеджменту якості згідно з ISO 9001.

МвУ: Як процес такої сертифікації може вплинути на ринок маркетингових досліджень в Україні?

- Сертифікація дослідницької компанії відповідно до стандарту ISO 20252:2006 «Market, opinion and social research – Vocabulary and service requirements» («Ринок, опитування громадської думки та соціологічні дослідження») веде до збільшення рівня відповідальності компанії перед клієнтом і, відповідно, до підвищення якості досліджень, що проводяться.

Процес такої сертифікації може вплинути на глобалізацію і стандартизацію ринка маркетингових досліджень в Україні, допоможе зробити ринок більш цивілізованим і підвищити якість досліджень, що проводяться, до міжнародного рівня, а також забезпечить розробку однорідних і порівнянних робочих процедур. Єдині процедури роботи від збору інформації до написання звіту можуть бути чітко визначені незалежно від країни або регіону, в якому проводиться дослідження. А постійна система внутрішніх і наглядових аудитів забезпечила би виконання компаніями встановлених вимог як до проведення дослідницьких проектів, так і до вдосконалення компанії в цілому. Таким чином, процес сертифікації дослідницьких компаній відповідно до стандарту ISO 20252 дозволить не тільки вивести дослідження, що проводяться, на новий рівень якості, але також дозволить зробити конкуренцію між дослідницькими компаніями більш прозорою.

МвУ: Що ви можете порекомендувати іншим?

- Як рекомендацію колегам-дослідникам можна порадити впровадження інтегрованої системи менеджменту якості відповідно до двох стандартів – ISO 9001:2008 і ISO 20252:2006. Стандарт ISO 20252:2006 описує чіткі вимоги до технології проведення маркетингових досліджень, до порядку роботи з клієнтами на всіх етапах проведення проекту, до процесу управління підрядниками, тощо. Стандарт ISO 9001:2008, у свою чергу, встановлює чіткі вимоги до процесів, які забезпечують ефективність системи менеджменту якості.

Стандарт ISO 20252:2006 також встановлює вимоги до забезпечення ефективності системи менеджменту якості, такі як:

- документування системи менеджменту якості;
- постійний розвиток, використання і вдосконалення системи менеджменту якості;
- аналіз як проведеного дослідницького проекту, так і системи менеджменту якості в цілому;
- аналіз причин виникнення невідповідностей, а також призначення і реєстрація корегуючих дій;
- постійне навчання і розвиток персоналу компанії;
- управління процесом документування і розгляду претензій від клієнтів;
- регулярне проведення внутрішніх аудитів у компанії;
- регулярна оцінка рівня задоволеності клієнтів.

Але зазначені вимоги в стандарті ISO 20252:2006 перераховані, проте не описані детально, як це зроблено в стандарті ISO 9001:2008. Відповідно, стандарти ISO 20252 і ISO 9001 доповнюють один одного. Тому більш ефективним буде впровадження інтегрованої системи менеджменту якості відповідно до двох зазначених стандартів.

Дякуємо за інтерв'ю.

Мар'яна Лилик маркетинг-менеджер УАМ