<u>РЭЗЮМЭ ДЫРЭКТЫЎ МЕТОДЫКІ ТАЕМНАГА ПАКУПНІКА MSPA EUROPE</u>

Поўны тэкст дырэктыў на англійскай мове знаходзіцца на вэб-старонках MSPA Europe па адрасе www.mysteryshop.org/europe.

Этычныя прынцыпы

- Даследаванне паводле методыкі Таемнага пакупніка выяўляе, наколькі дзеянні персаналу і працэс абслугоўвання адпавядаюць вызначаным стандартам. Мэтай даследавання з'яўляецца павышэнне якасці працы персаналу і ўзроўню задаволенасці спажыўцоў.

- Вынікі даследаванняў паводле методыкі Таемнага пакупніка нельга выкарыстоўваць як адзіную падставу для звальненняў і вымоў.

- Каб прытрымлівацца <u>этычных норм</u>, неабходна папярэджваць персанал кліента аб верагоднасці выпадковай праверкі якасці аказання паслуг метадам Таемнага пакупніка.

Тэхнічныя прынцыпы і дырэктывы

Важна

- Сцэнарыі, якія выкарыстоўваюцца для методыкі Таемнага пакупніка, павінны быць бяспечнымі ў тым сэнсе, што ад таемных пакупнікоў не павінны вымагаць дзейнічаць супраць закону, рызыкаваць фізічным здароўем, раскрываць асабістую інфармацыю супраць волі. Таемным пакупнікам павінна быць гарантавана, што звесткі пра іх не будуць перададзены трэцім асобам і арганізацыям.
- Задачы, выкарыстанне вынікаў праверак і формы справаздач павінны быць зразумелымі для персаналу, які прымае ўдзел у даследаванні.
- Імёны персаналу кліента або іх асобы на відэа і іншых запісах могуць раскрывацца толькі ў тым выпадку, калі персанал быў загадзя аб гэтым папярджаны. Паколькі персанал канкурэнта нельга праінфармаваць аб даследаванні, іх асобы нельга раскрываць.
- Даследчык і кліент павінны дамовіцца аб будучым захоўванні і знішчэнні ўсіх матэрыялаў даследавання, такіх як анкеты, відэа-, аўдыёзапісы або іншыя носьбіты інфармацыі.

Рэкамендацыі

- Анкета павінна быць складзена з аб'ектыўных пытанняў, накіраваных на збор фактычнай інфармацыі. Каб палегчыць інтэрпрэтацыю вынікаў, можна выкарыстоўваць некаторыя суб'ектыўныя характарыстыкі.
- У пілотным даследаванні, якое папярэднічае поўнамаштабнаму праекту, рэкамендуецца інфармаваць персанал аб яго правядзенні. Але калі асобы персаналу не раскрываюцца, гэта патрабаванне не з'яўляецца абавязковым.

© MSPA Europe, 2008

- Калі методыка прымяняецца ў дачыненні да канкурэнта, праверка ў ідыяле павінна ўключаць працэс пакупкі, характэрны для той сферы бізнесу, якая правяраецца. Калі пакупка не здзяйсняецца, напружанне персаналу канкурэнта і рэсурсаў павінна адпавядаць, у асноўным, звычайнаму запыту ў адпаведным бізнесе.

Метадычныя рэкамендацыі

- Сцэнарый праверкі павінен быць рэалістычным, таемны пакупнік павінен паводзіць сябе як звычайны спажывец у адпаведнай сферы рынку.
- Размеркаванне, перыядычнасць і мэты візітаў таемных пакупнікоў павінны адпавядаць звычайнаму характару ўзаемадзеянняў з пакупнікамі у канкрэтнай сферы бізнэсу.
- Прастата, лаканічнасць і адпаведнасць задачам дапамагаюць забяспечваць правільнасць правядзення праверак і справаздач па іх выніках.

© MSPA Europe, 2008