

**ინსტრუქცია იდუმალი მყიდველის პროექტებისათვის  
ნაწყვეტი "ევროპის იდუმალ მყიდველთა ასოციაციის" სახელმძღვანელოდან**

იდუმალი მყიდველის სრული სახელმძღვანელო ინგლისურ ენაზე შეგიძლიათ მოიძიოთ ევროპის იდუმალ მყიდველთა ასოციაციის ვებ გვერდზე [www.mysteryshop.org/europe](http://www.mysteryshop.org/europe).

**ეთიკის ნორმები**

- იდუმალი მყიდველის კვლევა აფასებს, როგორ ასრულებს პერსონალი კომპანიის მიერ წინასწარ განსაზღვრულ სტანდარტებსა და პროცედურებს. ასეთი კვლევების მიზანია მომსახურების პროცესის დახვეწა და მომხმარებლის კმაყოფილების ზრდა.
- იდუმალი მყიდველის კვლევების შედეგები არ არის თანამშრომელთა დათხოვნისა და სხვა სადამსჯელო ღონისძიებების განხორციელების მთავარი და ერთადერთი მიზეზი.
- ეთიკის პრინციპების დაცვის მიზნით, კლიენტი კომპანიების პერსონალი ინფორმირებული უნდა იყოს იდუმალი მყიდველის პროექტების განხორციელების შესახებ.

**ტექნიკური პრინციპები და ინსტრუქციები**

**ძირითადი საკითხები**

- იდუმალი მყიდველისთვის განკუთვნილი სცენარები უნდა იყოს უსაფრთხო, არ უნდა ითვალისწინებდეს ისეთ ქმედებებს, რომლებიც: არაკანონიერია და იდუმალ მყიდველს უქმნის ფიზიკურ საფრთხეს; იდუმალი მყიდველის სურვილის საწინააღმდეგოდ მოითხოვს მისი პირადი ინფორმაციის გავრცელებას; მოითხოვს ისეთი ჩანაწერების (რეგისტრირებული მონაცემები, სხვ.) გაკეთებას, რომელთა გამჟღავნებაც გამოიწვევს შემდგომ გართულებებს.
- მონაწილეებს დეტალურად და გარკვევით უნდა მიეწოდოთ ინფორმაცია კვლევის მიზნების, ანგარიშგებისა და შედეგების გამოყენების შესახებ.
- პერსონალი წინასწარ ინფორმირებული უნდა იყოს ისეთი ტიპის დაკვირვებების შესახებ, რომლებიც მოითხოვს მათი სახელების, გვარების ან სხვა მახასიათებლების იდენტიფიცირებას აუდიო, ვიდეო ჩანაწერების გამოყენებით. დაუშვებელია კონკურენტი კომპანიის პერსონალის იდენტიფიცირება, ვინაიდან შეუძლებელია მათი გაფრთხილება კვლევის მიმდინარეობის შესახებ.
- კვლევითი და კლიენტი კომპანიები წინასწარ უნდა შეთანხმდნენ კვლევის ფარგლებში გამოყენებული ნებისმიერი მასალის (კითხვარი, ვიდეო და აუდიო ჩანაწერები და სხვ.), სამომავლო დაარქივებისა და განადგურების დეტალებზე.

**რეკომენდაცია**

- კითხვარები უნდა ეფუძნებოდეს ობიექტურ შეკითხვებს, რომლებიც მიზნად ისახავს ფაქტორივი ინფორმაციის მოპოვებას, შედეგების ინტერპრეტაციისათვის დასაშვებია სუბიექტური შეფასების გამოყენებაც.

- რეკომენდებულია პერსონალის ინფორმირება საპილოტაჟე კვლევის განხორციელების შესახებ. საპილოტაჟე კვლევისას პერონალის იდენტიფიცირება არ არის სავალდებულო.
- კონკურენტი კომპანიის კვლევისას იდეალურია მისი პროდუქტის შეძენა. იმ შემთხვევაში, თუ შესყიდვა შეუძლებელია, ამოცანა უნდა განისაზღვროს კლიენტი კომპანიის საქმიანობისა და ბაზრის რეგულარული მოთხოვნების გათვალისწინებით.

#### **წარმატებული პროექტი**

- კვლევის სცენარი უნდა იყოს რეალური, გამოხატავდეს შესაბამისი ბაზრის მომხმარებლის ბუნებრივ ქმედებას.
- ვიზიტების განაწილება, დაგეგმვა და ამოცანა უნდა შეესაბამებოდეს მომხმარებელთა დამახასიათებელ ქცევას.
- სიმარტივე, ლაკონიურობა და დავალებების ზუსტი შესრულება ხელს უწყობს გამოცდილების სწორ აღქმასა და ანგარიშგებას.