**МЕТОДОЛОГИЯ ИЗУЧЕНИЯ МНЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ОТНОСИТЕЛЬНО ВЫБОРА ПОБЕДИТЕЛЕЙ ДЛЯ РЕЙТИНГА RETAIL AWARDS**

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОЕКТА (ИЗУЧЕНИЯ МНЕНИЙ)

1. Изучение мнений проводится методом он-лайн (интернет) опроса потребителей по стандартной анкете, единой для всех респондентов.
2. География опроса: 17 городов Украины: Киев, Днепр, Харьков, Одесса, Львов, Запорожье, Мариуполь, Винница, Полтава, Ровно, Черкассы, Сумы, Камянское, Хмельницкий, Черновцы, Тернополь, Ивано-Франковск
3. Опрос проводится на украинском или русском языках, на выбор респондента.
4. Срок проведения опроса: 16 календарных дней, с 16 ноября 2016 года по 30 ноября 2016 года .
5. Результаты интервью сохраняются на специальном защищенном сервере в США.
6. Длительность он-лайн интервью (средняя) – в пределах 10 минут.
7. Респонденты не получают гарантированное вознаграждение за участие в опросе. Материальным вознаграждением является возможность выиграть приз (путем определения победителя методом случайного выбора).

Предметом изучения мнений является определение среди Номинантов Премии тех розничных сетей, торговых центров, которые более всего нравятся потребителям по интегральной оценке всех важных для них характеристик (отдельные характеристики номинантов не изучаются).

Голосование за победителя, в зависимости от номинации, осуществляется ответом на 1 вопрос: Какая / какой из указанных сетей / торговых центров \_\_\_\_ (*название номинации – сегмента розничного сетевого рынка*), Вам нравится больше других исходя из совокупности критериев: ассортимент, цена, расположение, удобство, оформление, сервис, программы лояльности и т.д.

1. Определение победителя:

В каждой номинации победителем является номинант, за которого был отдан наибольший процент голосов. В случае если у двух номинантов, набравших наибольший процент голосов, к-во голосов совпало, победителями будут считаться оба номинанта. Для определения победителей национальных номинаций учитываются голоса всех опрошенных респондентов. Для определения победителей региональных номинаций (т.е. номинаций, в названии которых есть привязка к отдельному городу) учитываются голоса респондентов опрошенных только в соответствующем городе.

1. До окончания срока опроса Исполнитель (по согласованию с Заказчиком) может подавать данные о количестве накопленных интервью, но не дает предварительных данных о результатах опроса.
2. По окончании срока опроса данные результатов опроса выгружаются Исполнителем в SPSS.
3. iVOX предоставляет Заказчику и независимому консультанту по подсчету голосов (Консультант) табличный отчет в формате MS Excel с результатами опроса. iVOX также предоставляет Консультанту массив данных в формате SPSS для контроля и пересчета.
4. На основании переданного табличного отчета и пересчета, выполненного Консультантом, Заказчик распространяет информацию о результатах изучения мнений.
5. Опрос респондентов для изучения мнения потребителей состоит из двух частей:
   * опрос всех желающих респондентов с «открытым» доступом (реклама и ссылка на опрос размещены в сети интернет – в частности, социальные сети, такие, как facebook, vkontakte, ok.ru и т.д., а также на других интернет ресурсах).
   * социологическое исследование, с выборкой, сформированной на базе интернет-панели респондентов компании iVOX Ukraine.
6. Минимальное количество респондентов, при достижении которого опрос будет считаться состоявшимся: не менее 1500 «эффективных» интервью. Ответственность за наполнение выборки путем «открытого опроса» iVOX Украина не несет. Эффективные интервью – полностью пройденные, оконченные интервью, которые в дальнейшем не подверглись «вычистке» из массива данных в связи с подозрениями в аутентичности / качестве заполнения респондентом.

«ОТКРЫТЫЙ ОПРОС» - ИЗУЧЕНИЕ МНЕНИЙ ПУТЕМ СВОБОДНОГО ПРИГЛАШЕНИЯ РЕСПОНДЕНТОВ

1. В опросе в качестве респондента может принять участие граждане Украины, подходящие под следующие характеристики: мужчины и женщины, возрастом 18-55 лет, проживающие в следующих городах Украины: Киев, Днепр, Харьков, Одесса, Львов, Запорожье, Мариуполь, Винница, Полтава, Черкассы, Сумы, Камянское, Хмельницкий, Ровно, Черновцы, Тернополь, Ивано-Франковск
2. Исполнитель проекта прилагает усилия к тому, чтобы максимально ограничить возможность участия в опросе респондента более, чем один раз. Для этой цели применяются технические и психологические приемы, снижающие такую возможность:
   * Технически : а1 – Исполнитель определяет комбинацию «скрытых» технических характеристик персонального компьютера респондента, с которого произошло заполнение анкеты (IP-адрес, фильтр cookie от повторного участия). а2 – Исполнитель и Консультант отслеживают динамику накопления интервью. При одномоментном (т.е., в течение одного часа) появлении в массиве большого кол-ва интервью: в 10 или более раз, превышающего среднечасовое значение (с учетом темпа наполнения за весь истекший период опроса; при необходимости применяются поправочные коэффициенты, в зависимости от дня недели и времени суток), все эти интервью исключаются из массива.
3. Совокупность респондентов, опрошенных в ходе «открытого опроса» (опрос №1) не является репрезентативной выборкой относительно населения Украины.
4. Методы привлечения респондентов к «открытому опросу» (опрос №1): реклама конкурса в социальных сетях, а также других источниках в интернете.

«СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ» - МЕТОДОЛОГИЧЕСКИ ВАЛИДНЫЙ ОПРОС ВЫБОРКИ, НАБРАННОЙ НА ОСНОВЕ ОН-ЛАЙН ПАНЕЛИ РЕСПОНДЕНТОВ

1. В ходе «панельного опроса» (опрос №2; социологическое исследование) выборка формируется на базе он-лайн панели респондентов iVOX в Украине, насчитывающей 87 тысяч респондентов, заранее зарегистрированных и разделенных на группы по социально-демографическим и прочим показателям.
2. Выборка в количестве не менее 1500 респондентов будет представлять население в возрасте 18-55 лет из 17 вышеуказанных городов.
3. Выбранные случайным образом респонденты будут приглашены к опросу направлением приглашений на личный е-мейл. Само-инициация участия в данном опросе исключается.