



Стандартни проверки на качество на данните JTN Research

Продължителност на интервюто – платформата ни (Confirmit) позволява да следим в реално време т.нар. speedsters. На база на типа въпроси и броя им, дефинираме средно време за попълване на проучването и ако респондент е попълнил анкетата за 60% или по-малко от това време, за нас това е признак за некачествени данни. Отделно следим и средното време за попълване по тип въпрос, например GRID въпрос отнема повече време от дихотомен, или отворен въпрос отнема повече време от въпрос с възможност за повече от един отговор и тн. Данните на респонденти, идентифицирани като некачествени не се предават на клиента, а се изтриват и на наша сметка се набират нови респонденти със същия профил като изтритите.

Проследяване на различни проблемни трендове при попълване – Съществуват и т.нар. straight-liners, които са респонденти, които не обръщат достатъчно внимание на GRID въпроси и просто маркират в права колона отговори, тази проверка също е автоматична, като проверява за наличие на повече „прави линии“ в попълнените GRID въпроси. Тя работи успоредно с проверката за време, прекарано на въпрос. Относно анкети, за които се открие подобен проблем не се предават на клиента, а се компенсират за наша сметка;

Качество на текста в отворените въпроси – понякога респондентите пишат несвързан текст в полето за отворен въпрос или просто оставят полето празно. Проверката на отворените въпроси се прави от наш специалист и не е автоматизирана. Не е задължително хора без запис в отворен въпрос да се невалидни или да се предоставили некачествени данни. Възможно е просто да не са писали нищо, вместо „не знам/нямам мнение“. Така или иначе всички отговори в тези анкети се сверяват в комбинация с другите посочени проверки за качество, за да се определи дали респондентът е дал валидно или невалидно интервю.

Сравнение на демографските показатели с данните в панела – когато програмираме проучване, което след това провеждаме с наши панелисти винаги имаме проверка на демографията. Когато човек се регистрира в наш панел и стане панелист попълва определен брой профилиращи проучвания, в които част от въпросите съвпадат с демографските въпроси на даденото проучване. Такива въпроси са пол, възраст, местожителство, семейно положение, брой членове на домакинството и други в зависимост от целите на конкретното проучване. Ако се открие несъответствие между данните, които панелистът е предоставил в профилиращия въпросник и отговорите му в дадената анкета отново се стартират допълнителни проверки, за да се провери дали данните на конкретния респондент са валидни (качествени) или не.

Сравнение за дубликати – такава проверка се налага, за да се гарантира, че един респондент няма да попълни два пъти проучването от различни панели. Такава възможност се създава ако повече от един доставчик участва с теренната работа на проучване. Дубликати в проучване с един доставчик не са възможни в програмирана от нас анкета. Платформата ни работи с т.нар 12-parameter machine ID, която система идентифицира технически респондента по 12 различни параметъра на устройството, от което попълва, както и параметри от профила му в панела ни. По този начин се засичат опити да се влезе повече от един път в проучването от един и същи човек и тези опити се блокират или маркират като невалидни.

С изключение на проверката на отворени въпроси, всички тези системи за гарантиране на качеството и достоверността на данните работят в реално време за 100% от въпросите във



въпросника и 100% от анкетираните. Знаем, че проверките за качество при телефонни или F2F (лични) интервюта са на около 10% от цялата извадка. В това отношение онлайн проучванията, програмирани и проведени на професионална онлайн платформа генерират неуспоримо по-достоверни данни, подвластни на значително по-малка възможност за грешка. За справка най-утвърдените платформи за програмиране и провеждане на интервюта са Dimensions, Conconfirm, Beacon (Decipher), Askia, Nebu и други. JTN Research има пълен лиценз за Conconfirm.

Предимства на използването на CAWI методология:

- Стриктно следене на качеството на попълнените данни в реално време на 100% от извадката;
- Бързо реализиране на извадка на голям географски район;
- Лесно достигане до трудни респондентски профили чрез удобно пре-таргетиране (майки на малки деца, собственици на конкретна марка автомобили, хора на ръководни постове в конкретен тип компании и много други;
- Липса на човешки фактор при въвеждане на първичните данни – системата автоматично записва всеки отговор на всеки респондент без нужна данни да се прехвърлят от хартиен носител в конкретна програма за обработка на данни, това спестява възможността за човешка грешка при въвеждане;
- По-голяма степен на обвързаност и откритост на отговорите на респонденти – различни проучвания в областта доказват, че респондентът е много по-спокоен да сподели откровено лична информация (предпочитания, доход, семейно положение и тн.) в онлайн анкета, отколкото да каже това на анкетатор по телефона или в лично интервю;
- Удобство за анкетирания – при личните и телефонните интервюта е важно сега и веднага да се отговори на въпросите. При онлайн интервюто респондентът получава покана по ел. поща (email), в която е записано колко време ще му отнеме проучването. По този начин, анкетираният може да прецени дали веднага или по-късно да попълни интервюто на спокойствие, когато може да му отдели нужното време.

Изключително важно е да се прави разлика между онлайн анкетите, които просто ни изкачат докато си четем новините и онлайн анкетите, проведени с професионално управляван респондентски панел. Отделно провеждане на проучвания с безплатни приложения като LimeSurvey, Survey Monkey, Google Docs Survey и други сродни е леко казано несериозно, тъй като качеството и произхода на набраните отговори е почти невъзможно да се докаже. Подобни решения са подходящи за проект на студенти в университета или непрофесионална анкета, без гаранция за пълна достоверност и качество на данните. Бих препоръчал на всяка компания, поръчваща онлайн проучване да провери с агенцията-изпълнител платформата, на която се набират данните, защото в България (и не само) има и сериозни агенции, които прибягват до безплатните приложения, което на практика обезмисля каквито и да е изводи, направени с такива данни.

За контакти: info@jtnresearch.com
Телефон: +359 2 489 60 99