

УТВЕРЖДЕНО
Решением Генерального директора
АО «Медиаскоп»



_____ / Тагиев Р.Р. /

Дата 12.09.2022

**СТАНДАРТ
ЕДИНОГО ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА
АКЦИОНЕРНОГО ОБЩЕСТВА
«МЕДИАСКОП»**

Москва

2022

СОДЕРЖАНИЕ

1. ВВЕДЕНИЕ	3
2. ТЕРМИНОЛОГИЯ	4
3. КРИТЕРИИ ОТНЕСЕНИЯ ЗАКУПОК К ЕДИНОМУ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОМУ ПРОЦЕССУ	6
4. СОБЛЮДЕНИЕ СТАНДАРТОВ КАЧЕСТВА	8
5. ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ФОРМА СЛУЖЕБНОЙ ЗАПИСКИ	9

1. ВВЕДЕНИЕ

- 1.1. Стандарт Единого технологического процесса Акционерного общества «Медиаскоп» (далее – Стандарт) определяет порядок осуществления закупочной деятельности Акционерного общества «Медиаскоп» (далее – Общество и/или Заказчик) в рамках соблюдения Единого технологического процесса Акционерного общества «Медиаскоп» и принят во исполнение требований законодательства Российской Федерации, в том числе требований Федерального закона от 29 июня 2015 г. № 162-ФЗ «О стандартизации в Российской Федерации» (далее – Закон о стандартизации).
- 1.2. При закупке товаров, работ, услуг (также ТРУ) в рамках соблюдения Единого технологического процесса Общество руководствуется Конституцией Российской Федерации, Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом от 18 июля 2011 г. № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц», Федеральным законом от 29 июня 2015 г. № 162-ФЗ «О стандартизации в Российской Федерации» и иными нормами действующего законодательства Российской Федерации.
- 1.3. Стандарт разработан и принят Обществом с целью совершенствования производственного процесса Общества и обеспечения качества продукции, выполнения работ, оказания услуг и направлен на достижение упорядоченности в отношении объекта стандартизации.
- 1.4. Объектом стандартизации согласно настоящему Стандарту является закупочная деятельность Общества в рамках соблюдения Единого технологического процесса Общества (далее – ЕТП), как совокупности взаимосвязанных технологических операций, осуществляемых в процессе медиаисследований (измерение аудитории средств массовой информации, мониторинга рекламы и средств массовой информации, мониторинга PR-активности), маркетинговых исследований (изучения потребительского поведения и предпочтений) и сопутствующего сбора, обработки и анализа данных, создания баз данных, программных разработок, разработок цифровых и иных устройств, программно-аппаратных комплексов, технологичных решений и их прототипирование, внедрение, производство и техническое сопровождение. ЕТП – множество взаимосвязанных логически и системно последовательных действий (работ), выполняемых в процессе исследования и/или другой деятельности, имеющей конечной целью обеспечение проведения такого исследования.
- 1.5. Цели и задачи стандартизации в рамках соблюдения ЕТП:
 - 1.5.1. Стандартизация направлена на достижение следующих целей:
 - бесперебойное выполнение обязательств Общества перед своими клиентами;
 - наиболее рациональное использование ресурсов Общества;
 - повышение доверия пользователей данных Общества (в частности, клиенты, включая представителей рекламной индустрии и СМИ) к результатам проводимых Обществом исследований;
 - содействие технологическому развитию отечественной исследовательской индустрии путём внедрения бизнес-процессов, собственных решений и программных разработок;
 - повышение стандартов качества услуг исследовательской отрасли Российской Федерации, частью которой является Общество, и их соответствие отраслевым требованиям, признанным на международном уровне.
 - 1.5.2. Цели стандартизации достигаются путём решения следующих задач:
 - описание ЕТП и определение критериев отнесения закупок Общества к ЕТП;
 - оптимизация и унификация закупок в рамках ЕТП, обеспечение совместимостикупаемых товаров, выполняемых работ и оказываемых услуг и сокращение сроков и затрат на проведения закупок;
 - соблюдение единой методологии при проектировании, создании и использовании баз данных, программного обеспечения (программ для ЭВМ) и информационных ресурсов;
 - соблюдение единого стандарта качества данных, поставляемых в результате исследований;
 - соблюдение высоких стандартов этического и профессионального поведения при проведении исследований.

- 1.5.3. Стандартизация в Обществе основывается на следующих принципах:
- обязательность применения Стандарта в отношении закупочной деятельности Общества в рамках соблюдения ЕТП;
 - обеспечение комплексности и системности стандартизации, преемственности деятельности в области стандартизации;
 - обеспечение соответствия общих характеристик, правил и общих принципов, устанавливаемых в настоящем Стандарте современному уровню развития исследовательской отрасли и передовому отечественному и зарубежному опыту;
 - открытость и доступность информации о Стандарте путём размещения указанного документа на официальном сайте Общества www.mediascope.net;
 - установление в Стандарте требований, обеспечивающих возможность контроля за их выполнением;
 - соответствие Стандарта действующему законодательству и иным нормативным актам Российской Федерации.
- 1.5.4. В случае несоответствия отдельных норм настоящего Стандарта изменениям, внесенным в действующее законодательство Российской Федерации и принятые во исполнение его нормативные правовые акты, Заказчик будет руководствоваться действующим законодательством и принятыми во исполнение его нормативными правовыми актами до устранения такового несоответствия.

2. ТЕРМИНОЛОГИЯ

Взаимозависимые лица - лица признаются взаимозависимыми для целей налогообложения, если особенности отношений между лицами могут оказывать влияние на условия и (или) результаты сделок, совершаемых этими лицами, и (или) экономические результаты деятельности этих лиц или деятельности представляемых ими лиц. Для признания взаимной зависимости лиц учитывается влияние, которое может оказываться в силу участия одного лица в уставном капитале других лиц, в соответствии с заключенным между ними соглашением, либо при наличии иной возможности одного лица определять решения, принимаемые другими лицами. При этом такое влияние учитывается независимо от того, может ли оно оказываться одним лицом непосредственно и самостоятельно или совместно с его взаимозависимыми лицами.

Заказчик (Общество) – Акционерное общество «МедиаСкоп».

Закупка – деятельность Заказчика, осуществляемая согласно требованиям законодательства Российской Федерации и направленная на выбор поставщика (подрядчика, исполнителя) с целью приобретения у него товаров (работ, услуг).

Закупочная деятельность – деятельность Заказчика, осуществляемая согласно требованиям законодательства Российской Федерации и направленная на своевременное и полное удовлетворение потребности в товарах, работах, услугах, в том числе для целей коммерческого использования. Включает планирование, организацию и проведение закупок, заключение и исполнение договоров поставки товаров, выполнения работ и оказания услуг.

Измерение аудитории средств массовой информации - это исследовательский процесс, обеспечивающий получение количественных оценок аудитории средств массовой информации (СМИ) посредством организации соответствующих замеров для каждого конкретного календарного периода.

Измерение телевизионной аудитории охватывает телепросмотр во всех средах — в линейном эфире и в digital-среде. Измерение осуществляется посредством специализированных приборов (ТВ-метров, программно-аппаратных или программных комплексов), устанавливаемых в специально срекрутированных в соответствии с правилами социологических исследований домохозяйств — участников панельного исследования. Участниками исследования являются все члены домохозяйств в возрасте 4 лет и старше.

Приборы в автоматическом режиме собирают информацию о просмотре телевизора. Контент и реклама, которые увидели респонденты, распознаются с помощью технологии audio matching, которую используют ТВ-метры. Кроме того, для реализации технологии audio matching при измерениях производится запись и обработка эфира каналов, индексируемого контента. Получаемые результаты позволяют оценить размер аудитории телеканалов, телепрограмм, рекламных блоков и рекламных роликов. Для целей измерения просмотра в digital-среде используются технологические решения, основанные как на установке измерительного кода счетчика mediascope-counter, распознаваемого на устройствах участников панельного исследования, так и посредством ПО «Research Bar+». Помимо этого, для целей сбора информации о просмотре контента на экранах мобильных устройств используется специализированное программное обеспечение (приложение) для смартфонов и иных мобильных устройств.

Измерение интернета – это измерение как общей аудитории интернета, так и отдельных ресурсов на ПК и мобильных устройствах респондентов – участников панельного исследования, отобранных в соответствии с принятыми социологическими правилами для подобных исследований. Исследование проводится по всей стране среди жителей в возрасте 12 лет и старше. Для целей измерения используется комбинация нескольких технологий: установка специализированного ПО, например, программного обеспечения «Mediameter» (альтернативное название: «Appmeter») на устройства панелейщиков или собственные устройства, счетчики, обработка внешних логов интернет-площадок и решения наших технологических партнеров.

Измерение прессы — измерение аудитории как печатных версий изданий, так и digital. Для измерения аудитории печатных изданий проводятся регулярные опросы по телефону, проводимые по случайно сгенерированным телефонным номерам жителей РФ, а также онлайн среди населения в возрасте 12 лет и старше.

Измерение радио - измерение объема аудитории радиостанций и анализ характеристик и предпочтений радиослушателей осуществляется как посредством непрерывно проводимых телефонных опросов и опросов по случайно сгенерированным телефонным номерам жителей РФ, так и онлайн среди жителей в возрасте 12 лет и старше, а также посредством ТВ-метров (альтернативное название - «Mediameter» или «Setmeter»), по технологии, схожей с измерением телевизионной аудитории.

Маркетинговое исследование - исследование, которое фокусируется на понимании поведения, желаний и предпочтений потребителей, конкурентов и рынков в экономике применительно к конкретному сегменту рынка товаров, работ или услуг, продукту, бренду и пр. Одной из разновидностей маркетинговых исследований является изучение (исследование) потребительского поведения и предпочтений. Исследование потребительского поведения и предпочтений осуществляется непрерывно посредством регулярно проводимых онлайн опросов среди жителей страны в разрезе конкретного рынка, сегмента товаров, работ или услуг, продуктов или бренда.

Мониторинг рекламы – вид исследования, основной целью которого является анализ структуры рекламного рынка, в том числе динамики рекламных затрат, наиболее часто используемых рекламных каналов и крупнейших рекламодателей. Результаты мониторинга рекламы также служат подтверждением фактов выхода рекламных материалов и источником образцов креатива для изучения стратегий ведущих игроков рынка. Для целей реализации процесса мониторинга осуществляется сбор информации по всем каналам распространения рекламы с последующей фиксацией и описанием рекламных креативов в соответствии с Каталогом товаров и услуг, принятым в системе обработки данных Общества и его взаимосвязанных лиц.

Мониторинг PR-активности (в СМИ с упоминанием брендов) – исследование, помогающее компаниям анализировать своё присутствие в информационном пространстве и

оценивать эффективность PR-коммуникаций, в том числе объемы цитирования в СМИ (телеканалы, радиостанции, интернет-издания, пресса).

Объект стандартизации – закупочная деятельность Общества в рамках соблюдения Единого технологического процесса.

Поставщик (исполнитель, подрядчик) – участник закупки, с которым по ее результату заключен договор.

Предмет закупки – товары, работы или услуги, которые предполагается поставить (выполнить, оказать) Заказчику на условиях, определенных в документации о закупке.

Процесс (проведения) исследования – комплекс мероприятий (действий, этапов), которые последовательно выполняются и направлены на достижение поставленных целей исследования. Как правило, включает в себя стадии:

- запрос на проведение исследования (от внешнего или внутреннего заказчика);
- определение предмета и целей исследования, формулировка предварительной гипотезы;
- разработка дизайна исследования (методы исследования, методы сбора данных, технологические решения для сбора информации, тип получаемой информации, обработка собранной информации, формат и сроки поставки данных и т.п.);
- организация исследования (закупка материально-технических ресурсов, закупка или разработка программ для ЭВМ/баз данных и их техническая поддержка, установка оборудования для сбора данных и т.п.);
- сбор данных;
- обработка, анализ и интерпретация полученных данных;
- поставка результатов исследования заказчику.

Стандартизация - деятельность по разработке (ведению), утверждению, изменению (актуализации), отмене, опубликованию и применению Стандарта и иная деятельность, направленная на достижение упорядоченности в отношении объектов стандартизации.

Технологическая операция — часть технологического процесса или совокупность комплексных операций, направленных на решение поставленной задачи.

3. КРИТЕРИИ ОТНЕСЕНИЯ ЗАКУПОК К ЕДИНОМУ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОМУ ПРОЦЕССУ

3.1. В рамках соблюдения ЕТП закупки осуществляются у поставщиков, перечень которых приведён ниже.

3.1.1. Взаимозависимые лица Общества:

- Акционерное общество «ЭДФАКТ» (ОГРН 1027700453692, ИНН 7716123398);
- Общество с ограниченной ответственностью «Цифрасофт» (ОГРН 1081831009864, ИНН 1831130699);
- Акционерное общество «Медиа Хилс» (ОГРН 1167746810440, ИНН 7726385360);
- Общество с ограниченной ответственностью «Эд Метрикс» (ОГРН 1217700632313, ИНН 9715411608);
- Акционерное общество «МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЦЕНТР» (ОГРН 1027700465429, ИНН 7709027118).

3.2. В рамках соблюдения ЕТП цель заключения договора (предмет договора) совпадает с основными видами деятельности Общества и/или способствует осуществлению таких видов деятельности. Коды ОКВЭД Общества согласно Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности:

- 73.20.1 Исследование конъюнктуры рынка.
- 62.09 Деятельность, связанная с использованием вычислительной техники и информационных технологий, прочая.

- 63.11.1 Деятельность по созданию и использованию баз данных и информационных ресурсов.
- 70.22 Консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления.
- 72.20 Научные исследования и разработки в области общественных и гуманитарных наук.
- 73.20.2 Деятельность по изучению общественного мнения.
- 85.42.9 Деятельность по дополнительному профессиональному образованию прочая, не включенная в другие группировки.

3.3. В рамках соблюдения ЕТП договор с поставщиком заключается в целях реализации следующих проектов, продуктов, процессов, работоспособности объектов:

- Big TV Rating;
- База данных TV Index;
- TV Index Plus;
- База данных Cross Web;
- База данных Radio Index;
- База данных NRS;
- ПО Research Bar+ / «Интернет-анкета»;
- а также прочих продуктов/ процессов/ объектов, участвующих, способствующих или непосредственно являющихся предметом исследовательской деятельности.

3.4. В рамках соблюдения ЕТП предмет договора, заключаемого Обществом с поставщиком, соотносится со следующим списком ТРУ:

- установочное исследование;
- рекрутирование участников исследований;
- сбор и обработка первичных статистических данных, в том числе содержащих сведения и информацию, полученные от субъектов персональных данных;
- обогащение, обобщение, систематизация и анализ данных, полученных в результате исследовательской деятельности, а также проведение процедуры взвешивания в отношении результатов проведения опросов/интервью;
- обработка информации по результатам PR-активности торговых знаков (брендов) в средствах массовой информации/ социальных медиа;
- приобретение исключительных прав или прав использования конкретных результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации (интеллектуальная собственность), где взаимозависимое лицо – правообладатель такой интеллектуальной собственности;
- предоставление права использования программ для ЭВМ и/или баз данных, а также договор на обновление указанных программ для ЭВМ и/или баз данных, договор на техническую поддержку и/или сопровождение указанных программ для ЭВМ и/или баз данных (взаимозависимое лицо – правообладатель программ для ЭВМ и/или баз данных);
- разработка программного обеспечения, связанного со сбором и обработкой первичных статистических данных, в том числе содержащих сведения и информацию, полученные от субъектов персональных данных;
- разработка цифровых и иных устройств, программно-аппаратных комплексов, технологичных решений и их прототипирование, внедрение, производство и техническое сопровождение;
- организация, сопровождение, техническая и/или технологическая поддержка деятельности Общества по сбору и обработке первичных статистических данных, в том числе содержащих сведения и информацию, полученные от субъектов персональных данных;
- услуги/работы маркетингового характера;

- другие товары, работы и услуги, способствующие реализации исследовательского проекта, продукта, процесса, работоспособности какого-либо объекта, участвующего в исследовательской деятельности.
- 3.5. По каждой закупке, осуществляемой в рамках соблюдения ЕТП, формируется отчетный документ в виде служебной записки к согласуемому договору от руководителя департамента/отдела Общества, которая содержит следующие сведения (см. образец служебной записки в Приложении 1):
- цель заключения договора;
 - наименование поставщика по договору;
 - предмет договора;
 - срок действия договора;
 - общая стоимость договора, включая все налоги и сборы;
 - проект/продукт Общества согласно п. 3.3 настоящего Стандарта.
- 3.6. Порядок согласования служебной записки и договора/договорного документа в рамках соблюдения ЕТП определен в Политике закупок Общества.
- 3.7. Контроль за осуществлением закупок в рамках соблюдения ЕТП и проверка соответствия критериев отнесения закупки к осуществляемым в рамках ЕТП осуществляется сотрудниками Отдела закупок Общества.
- 3.8. Общество вправе устанавливать иные и/или дополнительные критерии отнесения закупки к осуществляемым в рамках Единого технологического процесса путём внесения соответствующих изменений в Стандарт.

4. СОБЛЮДЕНИЕ СТАНДАРТОВ КАЧЕСТВА

- 4.1. В процессе осуществления деятельности Общество стремится соответствовать высоким стандартам этического и профессионального поведения.
- 4.2. Общество является членом следующих отраслевых ассоциаций и объединений:
- 4.2.1. Ассоциация ОИРОМ (Объединение исследователей рынка и общественного мнения) - российская профессиональная ассоциация исследовательских компаний, созданная в 2003 году. В своей деятельности Общество стремится соответствовать нормам качества ОИРОМ:
http://st.oirom.ru/documents/OIROM_Quality.pdf
- 4.2.2. EMRO – европейская ассоциация исследовательских организаций в области СМИ:
<https://www.emro.org/administrative-public/statutes-english.html>
- 4.2.3. ESOMAR (Европейское общество по изучению общественного мнения и маркетинговым исследованиям) – международный представитель сообщества исследователей и специалистов по сбору и анализу данных и инсайтов, выступающий от имени более чем 4900 специалистов и 500 компаний, которые оказывают или заказывают услуги по анализу данных и проведению исследований в более чем 130 странах. Общество соблюдает положения Международного кодекса ICC/ESOMAR.
<https://esomar.org/uploads/attachments/ckqtgf5ux0119kjtrrv6ovzlx-iccesomar-code-russian.pdf>

5. ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ФОРМА СЛУЖЕБНОЙ ЗАПИСКИ

Генеральному директору
АО «Медиаскоп»
Тагиеву Р.Р.
от _____
_____ ФИО

г. Москва
дата

ФОРМА

Служебная записка

В связи с необходимостью _____ в рамках исследования «TV Index»/Cross Web/проч. прошу согласовать заключение договора.

Наименование поставщика: АО «ЭДФАКТ»/ ООО «Цифрасофт»/ ООО «Эд Метрикс» (взаимозависимое лицо согласно п. 1.3 Положения о закупке АО «Медиаскоп»).

Предмет договора: _____.

Срок действия договора: _____.

Общая стоимость договора: _____ руб. (расшифровка прописью), включая НДС 20% в размере _____ руб./ НДС не облагается.

Проект АО «Медиаскоп»: База данных TV Index/База данных Cross Web/проч.

Договор заключается в рамках соблюдения Единого технологического процесса согласно Стандарту Единого технологического процесса АО «Медиаскоп».

Должность

_____ /ФИО/