



中华人民共和国国家标准

GB/T 44894—2024

市场和社会调查机构服务质量评价指南

Guidelines for service quality evaluation of the market and social research agency

2024-10-26 发布

2024-10-26 实施

国家市场监督管理总局
国家标准化管理委员会 发布

目 次

前言	III
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 评价原则	2
4.1 科学性	2
4.2 客观性	2
4.3 可操作性	2
5 评价指标体系	2
5.1 概述	2
5.2 基础建设	2
5.3 服务能力	2
5.4 服务过程	2
5.5 服务结果	2
6 评价方法与等级划分	2
6.1 评价方法	2
6.2 等级划分	3
7 评价流程	3
7.1 概述	3
7.2 评价前准备	3
7.3 制定评价方案	3
7.4 实施评价	4
7.5 形成评价结论	4
8 评价报告	4
9 评价信息管理	4
附录 A (资料性) 市场和社会调查机构服务质量评价指标	5
参考文献	7

前 言

本文件按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由全国市场、民意和社会调查标准化技术委员会(SAC/TC 320)提出并归口。

本文件起草单位：中国标准化研究院、安徽中厚智能科技有限公司、威海市产品质量标准计量检验研究院、深圳市中软软件科技发展有限公司、湖州市南浔区佰通标准化研究院、绍兴舒鑫化纤有限公司、中科天网(广东)标准技术研究有限公司、韶关学院、广东省江门市质量技术监督标准与编码所、山东标质标准信息科技有限公司、中国科技产业化促进会、中国标准科技集团有限公司、中国地质大学(北京)郑州研究院。

本文件主要起草人：许应成、华春翔、吴芳、王岩峰、卢成绪、范志平、齐凯、张新、冯卫、林宇春、黄春燕、曾伟辉、王超、张冰、蒋文康、陈辉、苗德成、张天泽、黄海辉、岳文。

市场和社会调查机构服务质量评价指南

1 范围

本文件确立了市场和社会调查机构服务质量评价的评价原则、评价指标体系和评价流程,描述了评价方法,提供了等级划分、评价报告和评价信息管理方面的建议。

本文件适用于对市场和社会调查机构开展的服务质量评价。

2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

调查 research

基于特定目的,按照一定规范收集、整理信息,进行分析和呈现的过程。

注: research 在实际应用中也称为“研究”或“调研”。相对 survey 而言 research 还包含了分析的过程。

[来源:GB/T 26315—2010,3.1]

3.2

客户 client

需要或委托调研项目的个体、组织、机构或部门,可以是内部的或外部的。

[来源:GB/T 26316—2023,3.14]

3.3

现场工作人员 fieldworker

在市场、民意和社会调查中进行数据采集的人员。

注:现场工作人员包括但不限于进行面访及电话访问的访问员、定性或其他调研项目的预约员、“神秘顾客”和其他通过观察法采集数据的人员,以及在零售网点采集数据的人员,他们都遵循服务提供者的要求。

[来源:GB/T 26316—2023,3.40]

3.4

保密 confidentiality

保护信息采集、材料和所采集的数据未经授权不得访问的要求。

[来源:GB/T 26316—2023,3.19]

3.5

服务质量 service quality

调查服务提供者和客户互动过程中,服务结果满足既定要求和客户期望的程度。

[来源:GB/T 35966—2018,3.2,有修改]

3.6

市场和社会调查机构 market and social research agency

专门或主要从事市场和社会调查活动的单位。