

Doporučení SIMAR pro spolupráci klient – agentura

Doporučení jsou užitečná pro jakýkoliv profesionálně vedený výzkumný projekt realizovaný pro podporu rozhodování poskytovatelů zboží a služeb, veřejnou správu, neziskovou organizaci či soukromý subjekt. Zahrnuje různé formy výzkumu trhu a veřejného mínění, sociologický výzkum a datovou analytiku.

Včasné vyjasnění si vzájemných práv a povinností pomůže klientům a agenturám nastavit si pravidla tak, aby klíčové fáze výzkumného projektu proběhly v odpovídající profesní kvalitě, podle existujících zákonných norem a v souladu s ICC/ESOMAR Kodexem, který přijaly všechny členské agentury SIMAR. Doporučení také kladou důraz na vypovídací hodnotu výzkumů, budují důvěryhodnost oboru výzkumu trhu a vhodným způsobem zaručují práva respondentů.

URČENÍ AUTORSKÝCH PRÁV

Pokud si zadavatel objedná užití výzkumného nástroje, který je smluvně chráněným, původním duševním vlastnictvím agentury, je oprávněn jej užívat, reprodukovat a distribuovat v souladu s licenčními podmínkami tohoto nástroje.

Ve smlouvě mezi realizátorem a klientem je doporučeno zabývat se vlastnictvím metodiky, vlastnictvím dat, výsledků a jakýchkoliv výstupů a zpráv. Je také vhodné vyjasnit si autorská práva k jakémukoli publikovanému materiálu a pravidla při jeho publikování. Obecně se vychází z předpokladu, že klient vlastní ad hoc projekt (projekt od základu vytvořený pro určitého klienta), za který zaplatil, zatímco vlastnictví projektu s více klienty zůstává majetkem výzkumné agentury.

Vlastnická a autorská práva mohou být převedena pouze písemně. Viz Občanský zákoník, Oddíl 5, Licence. Je-li ujednána výhradní licence, uživatel/klient nemá právo dílo postoupit k užití třetím osobám bez předchozího písemného souhlasu poskytovatele/agentury.

Smluvní dohodou obsahující licenční ujednání se nejlépe předejde případným nejasnostem a konfliktům během realizace výzkumného projektu a při využití výstupů a zpráv výzkumu a jejich publikování.



➤ NABÍDKA VE VÝBĚROVÉM ŘÍZENÍ A PRÁVA K DÍLU

Zpracování nabídky výzkumného projektu včetně cenové kalkulace jsou ve vlastnictví organizace, která nabídku zpracovala, pokud není písemně ujednáno jinak. Pokud je součástí výběrového řízení například návrh okruhů otázek konkrétního dotazovacího nástroje, je tento návrh dílem agentury. Klient není oprávněn použít tento nástroj, ani jeho části, při realizaci projektu s jiným subjektem bez výslovného písemného souhlasu agentury, která je autorem tohoto díla.

Formulace konkrétních otázek dotazovacího nástroje je součástí díla, ke kterému je třeba znalosti a zkušenosti. Jedná se o klíčovou, odbornou a komplexní práci, proto se nedoporučuje, aby byla součástí výběrového řízení.

➤ DŮVĚRNOST INFORMACÍ A KONFLIKT ZÁJMŮ

Výzkumný pracovník a organizace nesmí bez souhlasu klienta odhalit jeho totožnost ani důvěrné informace o jeho podnikání žádné třetí straně, pokud neexistuje zákonná povinnost tak učinit. Toto pravidlo nezahrnuje právo respondentů znát totožnost klienta v případech, kdy jsou s klientem sdíleny osobní údaje. S veškerými informacemi, které klient poskytne výzkumné organizaci za účelem provedení výzkumného projektu, musí být zacházeno s absolutní důvěrností. Informace smí být využity pouze v kontextu daného projektu. Doporučuje se, aby evidence a názvy dokumentů spojených s projektem z těchto důvodů neobsahovaly název klienta či značky.

Důvěrné informace musí být bezpečně uloženy. Mezi chráněné oblasti patří i produkt klienta, případně použitá metodika vyvinutá pro klienta, pokud je tak určeno smlouvou. Důvěrnost informací se vztahuje i na výzkumné pracovníky při změně zaměstnání a na případné subdodavatele. Tyto požadavky by měly být specifikovány v pracovních smlouvách a smlouvách s externími dodavateli agentury.

Výzkumní pracovníci informují klienta o tom, zda se jedná o syndikovaný výzkum, tedy ve stejném projektu se účastní více klientů, aniž by byla zveřejněna totožnost těchto klientů. Při provádění práce pro různé klienty se výzkumník musí snažit vyhnout se možným střetům zájmů mezi službou poskytovanou těmto klientům.



OCHRANA PRÁV RESPONDENTŮ

Výzkumní pracovníci přijmou veškerá přiměřená opatření, aby zajistili, že respondenti nebudou žádným způsobem poškozeni nebo nepříznivě dotčeni jako přímý výsledek jejich účasti na projektu průzkumu trhu. Klient k tomu poskytne nezbytnou součinnost a nebude po výzkumnících požadovat cokoli, co by bylo v jasném rozporu se zákonnými normami a etickými pravidly výzkumného oboru.

ZAJIŠTĚNÍ BEZPEČÍ PŘI TESTOVÁNÍ VÝROBKŮ

Pokud klient poskytuje výrobky k testování, zaručí písemně, že výrobky jsou v souladu s příslušnými právními předpisy, a poskytne veškeré potřebné informace o těchto produktech, včetně pokynů pro použití, seznam složek nebo obsahu, pokud to zákon vyžaduje, a podmínek přepravy a skladování. Agentura na základě informací od klienta musí zajistit, aby respondenti měli k dispozici vhodné informace o bezpečném použití a manipulaci s materiály nebo výrobky.

Musí být jasně stanoveno, že klient je plně zodpovědný za veškeré škody nebo úrazy způsobené materiály nebo produkty, které byly poskytnuté za účelem výzkumu, samozřejmě za podmínky, že byly agenturou dodrženy stanovené podmínky péče a nakládání s materiály nebo výrobky. Agentura musí být klientem odškodněna za všechna rizika přepravy, skladování a užívání, která by mohla vzniknout, a dále za případné stížnosti či nároky respondentů nebo dalších zúčastněných osob.

OCHRANA OSOBNÍCH ÚDAJŮ RESPONDENTŮ

Předmětem výzkumu není sběr osobních údajů a výstupem výzkumného projektu nejsou detaily jednotlivce. Respondenti nám dávají dobrovolně k dispozici své názory a my jako obor jim zaručujeme, že jejich údaje nebudou použity pro jiný než výzkumný účel (zcela určitě nelze tyto údaje následně využít k přímému prodeji), a dále se respondentům zavazujeme, že jejich soukromí ochráníme.

Při práci na výzkumném projektu výzkumníci pracují v nejvyšší možné míře s anonymizovanými, případně pseudoanonymizovanými, datovými výstupy, ze kterých se získávají informace o chování, postojích a názorech populace, nikoliv jednotlivce. S výjimkou projektů, kdy se výzkum realizuje na databázi poskytnuté klientem, agentura nepředává osobní údaje respondentů klientovi.

Pokud to vyžaduje metodologie, jsou základní kategorie osobních údajů (např. kontaktní údaje) po předchozím upozornění a získání souhlasu respondentů použity ke kontrole kvality sběru dat a poté vymazány.

Více o ochraně osobních údajů a jejich pravidlech je obsaženo ve Výzkumném desateru ochrany osobních údajů a dalších informací v rámci iniciativy PRO VÝZKUM.



PRAVIDLA PRO PUBLIKACI VÝSTUPŮ VÝZKUMNÝCH PROJEKTŮ

Veřejné publikování výstupů výzkumů se děje pouze s vědomím agentury. Objektivní publikování výsledků výzkumu je společnou povinností klienta a agentury. Pokud klient zvažuje zveřejnění výstupů výzkumu, je povinen o této skutečnosti agenturu informovat.

Klient i realizátor výzkumu mají zodpovědnost za to, že zveřejněné výstupy nejsou zavádějící. Výzkumník musí zajistit, že nepřesná interpretace, či dokonce zneužití výzkumů, jsou uvedeny na pravou míru. Výzkumná agentura by měla zajistit (například specifikací ve smlouvě), že je mediální výstup založený na výzkumu před uveřejněním konzultován s výzkumnou agenturou.

PASPORT VÝZKUMU

V zájmu objektivnosti a věrohodnosti výsledků výzkumů při jejich zveřejňování v médiích je vymezen následující minimální rozsah údajů, tzv. Pasport, které nelze opomenout při veřejné prezentaci výsledků výzkumů.

MINIMÁLNÍ PASPORT

Agentura tyto informace vždy poskytne a trvá na tom, že je vydavatel při publikaci uveřejní. Pokud se v médiích uveřejní graf či výsledky výzkumného šetření, jako minimum je třeba informaci doplnit minimálně následujícími údaji:

V titulku

- ✓ povaha výstupu
- ✓ jméno výzkumné organizace, která výzkum realizovala a zadavatel výzkumu
- ✓ počet respondentů (celkový počet respondentů ve výzkumu/počet respondentů, z kterých vychází uvedené údaje)
- ✓ metoda sběru dat (osobní dotazování – CAPI nebo PAPI, telefonické, on-line)
- ✓ datum sběru, tj. dotazovací období.

PODROBNÝ PASPORT VÝZKUMU VEŘEJNÉHO MÍNĚNÍ

Transparentnost provedení výzkumu přispívá k důvěryhodnosti oboru a dává možnost veřejnosti lépe porozumět tomu, jak byl výzkum realizován.



Způsob realizace výzkumu a kontext, ve kterém byl výzkum realizován, je nedílnou součástí výzkumu. Následující informace agentura poskytne jako povinnou součást každém zveřejnění výzkumu veřejného mínění (tedy při zasílání do médií, poskytnutí zadavateli či jiným subjektům - v tiskové zprávě, při uveřejnění na stránkách realizátora výzkumu nebo na svých vlastních stránkách atp.).

Podrobný pasport by měl být snadno dohledatelný (pro novináře či pro kohokoliv, kdo se chce na výzkum podrobněji podívat) a dostupný v okamžiku jeho veřejné publikace.

Povinně publikované informace:

- ✓ jméno výzkumné organizace, která výzkum realizovala
- ✓ kontakt na realizátora
- ✓ zadavatel
- ✓ kdo výzkum platil
- ✓ počet respondentů
- ✓ základní soubor pro výběr
- ✓ na co je výsledek reprezentativní
- ✓ způsob výběru respondentů
- ✓ metoda sběru dat (osobní dotazování – CAPI nebo PAPI, telefonické, on-line)
- ✓ počet tazatelů (u osobního dotazování)
- ✓ termín dotazování
- ✓ (vhodný je komentář k událostem, které mohly výsledky ovlivnit)

Další možné (tedy nepovinné) informace

- ✓ vážení dat (pokud bylo použito)
- ✓ znění otázek
- ✓ pořadí otázek (dotazník)
- ✓ způsob kladení otázek (např. s kartou nebo bez karty)
- ✓ počet dotazovací bodů
- ✓ statistická chyba výběrového souboru

