



POKYNY PRO OSOBNÍ DOTAZOVÁNÍ

činnost tazatele

Tazatelská činnost – osobní dotazování

**Interní předpis
STEM/MARK a.s.**

Smrčkova 2485/4, 180 00 Praha 8

© STEM/MARK, a.s.

Tel: 225 986 811

Email: teren@stemmark.cz

Oblastní zástupce:
Tel:
Email:

OBSAH:

OBSAH:	1
1. Úvod	2
1.1 Představení agentury STEM/MARK	2
1.2 Sdružení SIMAR, etický kodex	2
1.3 Požadavky na tazatele	3
1.4 Předpoklady tazatele	3
2. Průběh výzkumu	4
2.1 Terénní oddělení, oblastní zástupci	4
2.2 Zadání výzkumu	4
2.3 Sběr dat, dotazování	4
2.4 Zpracování a vyhodnocení výzkumu	5
3. Výběr respondenta	5
3.1 Kvótní výběr	5
3.2 Další způsoby hledání a výběru respondentů	6
4. Práce tazatele	7
4.1 Formy spolupráce	7
4.2 Tazatelská síť	7
4.3 Kontrola práce tazatele	8
4.4 Finanční ohodnocení	9
5. Zásady dotazování	9
5.1 Zahájení rozhovoru	10
5.2 Počítejte s tím, že se setkáte s neochotným nebo nedůvěřivým respondentem. Vaším úkolem je pak nedůvěru a pochybnosti rozptýlit. Vedení rozhovoru	10
5.3 Vyplňování dotazníku	11
5.4 Získání kontaktu na respondenta a rozloučení	13
6. Závěrem	13

1. ÚVOD

Začínáte pracovat jako **tazatelé** akciové společnosti STEM/MARK. V této příručce najdete všechny podstatné informace, které budete pro práci tazatele potřebovat. Po jejím přečtení budete vědět, proč a jak se průzkum trhu dělá a k čemu slouží jeho výsledky. Osvojení těchto znalostí zúročíte při dotazování, tedy při rozhovoru s dotazovaným, neboli respondentem. Ke správnému provedení výzkumu Vám bude alespoň v počátku Vaší tazatelské práce pomáhat Oblastní zástupce i tato příručka.

Vážíme si toho, že máte zájem s námi spolupracovat a věříme, že Vás práce tazatele pro společnost STEM/MARK bude bavit.

1.1 Představení agentury STEM/MARK

Společnost STEM/MARK a.s. je významnou českou agenturou, která se zabývá marketingovým výzkumem již déle než 30 let. Zaměřujeme se na výzkumy z řady oborů např. médií, cestovního ruchu, spotřebního chování, telekomunikací, bankovníctví apod.

Motto naší společnosti zní „**Marketingový výzkum je dialog**“. Řídíme se přesvědčením, že kvalitní výzkum musí být dialogem. Nejdůležitějším dialogem je samotný rozhovor vedený mezi vámi, tazateli, a respondenty. Více informací o naší společnosti naleznete na našich webových stránkách – www.stemmark.cz.

1.2 Sdružení SIMAR, etický kodex

Společnost STEM/MARK je členem sdružení SIMAR (Sdružení českých výzkumných agentur) a ESOMAR (Světová asociace agentur pro výzkum trhu a veřejného mínění). Členství v těchto asociacích nás zavazuje k dodržování přísných standardů, a to je také zárukou kvality a etiky naší práce a spolehlivosti informací. Podrobnější informace najdete na stránkách www.simar.cz.

Prací pro naši společnost se zavazujete k mlčenlivosti o výzkumech, na kterých budete pracovat.

Veškerá data, která při dotazování získáte, jsou přísně důvěrná, proto je nesmíte předat nikomu jinému než naší společnosti.

Výzkumy jsou anonymní a získané informace jsou zpracovávány v souhrnné podobě.

Podklady, které obsahují kontaktní údaje na respondenta, musí být vždy odděleny od samotných dotazníků a slouží pouze pro kontrolu toho, že rozhovor byl skutečně proveden.

Zároveň musíte oddělit výzkum od jakékoliv obchodní nebo komerční činnosti – např. nabídka reklamy, katalogů, prodeje zboží nebo nabídky služeb atd.

1.3 Požadavky na tazatele

Tazatelem společnosti STEM/MARK se může stát osoba:

- starší 18 let
- která se přihlásí na stemmark.cz/registrace
- právně způsobilá a morálně bezúhonná
- která úspěšně absolvovala vstupní školení
- která se zavázala svým podpisem dodržovat etické zásady, s nimiž byla seznámena na školení
- která není zahrnuta v databázi Black listu (seznam SIMARu, který obsahuje opakovaně chybující či podvádějící tazatele)

1.4 Předpoklady tazatele

Pro práci tazatele se hodí člověk, který:

- je flexibilní a má pro tazatelskou práci dostatek času
- je komunikativní a je schopen snadno navázat rozhovor s neznámými lidmi
- je schopen u respondenta vzbudit pocit důvěry
- v průběhu rozhovoru respondenta nijak neovlivňuje a respektuje jeho názory a postoje
- je schopen dodržovat předepsané termíny výzkumu a pravidla tazatelské práce
- uvědomuje si, že na výsledku jeho práce záleží kvalita celého výzkumu
- bude se práci tazatele věnovat dlouhodobě a má uživatelské znalosti práce s tabletem

2. PRŮBĚH VÝZKUMU

Každý výzkum prochází určitými fázemi, které na sebe obsahově a časově navazují. Práce Vás, tazatelů, spočívá v realizaci klíčové etapy výzkumu, tedy v samotném dotazování. Je potřeba si uvědomit, že kvůli návaznosti jednotlivých částí výzkumu je nutné dodržovat stanovené termíny pro dotazování, protože jakékoliv prodlení v jedné fázi výzkumu se negativně promítá do následujících částí.

2.1 Terénní oddělení, oblastní zástupci

Vaším přímým nadřízeným je **oblastní zástupce**. Česká republika je rozdělena na několik oblastí a každou oblast má na starosti jeden oblastní zástupce. Oblastní zástupci zajišťují nábor a školení nových tazatelů, podílejí se na výběru tazatelů pro jednotlivé výzkumy a zajišťují koordinaci a monitoring výzkumů – tzn. komunikují s tazateli, pomáhají jim a zodpovídají jejich dotazy a kontrolují, zda tazatelé dotazují tak, jak mají.

Celkovou realizaci výzkumů zajišťuje tým pracovníků v terénním oddělení STEM/MARK, který je v sídle společnosti.

2.2 Zadání výzkumu

Společnost STEM/MARK je oslovena klientem, který chce provést výzkum na dané téma. V souladu s představami klienta rozhodneme, kolik respondentů se bude výzkumu účastnit, jak je budeme vybírat, na co všechno se jich budeme ptát a jakou formou bude dotazování probíhat. Sestaví se dotazník a určí se závazné termíny pro všechny fáze výzkumu. Oblastní zástupce kontaktuje tazatele a vybere ty, kteří se budou výzkumu účastnit. Terénní oddělení připraví všechny podpůrné materiály a spolu s dotazníky jsou rozeslány elektronicky tazatelům.

2.3 Sběr dat, dotazování

Sběr dat neboli samotné dotazování je rozhodující fází celého výzkumu, protože kvalitně sesbíraná data jsou základem pro správný popis veřejného mínění, nebo názorů, postojů a způsobů chování lidí. Tazatelé, kteří na daném výzkumu pracují, obdrží dotazník (v dotazovacím programu) a ostatní potřebné podklady a pokyny k výzkumu emailem. Zároveň jsou informováni o termínu pro dotazování sms zprávou.

V průběhu dotazování mají tazatelé podporu oblastních zástupců, na které se mohou obracet s případnými dotazy nebo problémy. Sběr dat probíhá pouze ve stanoveném termínu, elektronické odesílání dotazníků tazatel provádí průběžně. Tazateli je k dispozici i technická podpora pro případ, kdy nefunguje tablet, nebo dotazovací program.

2.4 Zpracování a vyhodnocení výzkumu

Po skončení sběru rozhovorů tazateli je prováděna zpětná a následná kontrola rozhovorů, aby byly odhaleny podvodné rozhovory, anebo rozhovory neudělané podle standardu a zadání. Popis kontrol viz níže.

Po skončení sběru rozhovorů tazateli a provedených kontrolách, jsou následně získané odpovědi v dotaznících podrobeny hromadnému zpracování a statistické analýze. Výzkum celkově končí vypracováním závěrečné zprávy pro klienta, která obsahuje výsledky výzkumu ve formě tabulek a grafů.

3. VÝBĚR RESPONDENTA

Abychom zjistili názory populace České republiky, nemusíme se dotazovat všech obyvatel ČR, ale určené, statisticky dané skupiny, tzv. vzorek, který kopíruje celkovou populaci republiky. Zpravidla se jedná o několik set až několik tisíc osob. Jejich odpovědi lze poté zobecnit a budou velice přesně odrážet názory celé populace. Proto vy, jako tazatel, musíte dodržovat všechny **pokyny stanovené pro výběr respondentů**, aby byl celý vzorek dotázaných skutečně reprezentativním vzorkem dané populace.

3.1 Kvótní výběr

Při kvótním výběru hledáme respondenty určitých charakteristik, kterým běžně říkáme kvóty. Kvóty přesně určují, kolik osob, jakého typu musí být mezi dotázanými.

Nejčastěji kvóty určují složení vzorku dotázaných podle **pohlaví, věku, vzdělání, velikosti a kraje jejich bydliště**. Dotázané si vybíráte vy, tazatelé podle stanovených kvót, a je tedy na Vás, kde a kdy (v termínu dotazování) respondenta oslovíte.

Je však potřeba dodržovat několik pravidel:

Respondent musí bydlet v oblasti, ve které se máte dotazovat. Pokud budete dotazovat jinde, nebo chcete vyměnit dotazovací oblast, musíte to konzultovat s vaším Oblastním zástupcem. Bez povolení změny nelze dotazovací oblast svévolně změnit.

- **Respondenty vybírejte náhodně.**

Je nesprávné dávat některým kategoriím občanů přednost před jinými, nebo dotazovat se pouze těch osob, které vypadají sympaticky nebo ochotně.

- **Vybírejte si osoby, které neznáte.** Tuto zásadu lze plně zachovat ve městech. V menších obcích, kde každý zná každého, jsou z dotazování vyloučeni ti, s nimiž se stýkáte denně nebo často, tedy lidé, jejichž názory můžete dosti přesně odhadnout. **Členů Vaší domácnosti se nemůžete dotazovat nikdy!!!**

- Respondenty vybírejte z co nejširšího okruhu lidí (nedotazujte např. jen v jedné ulici, nebo v jednom domě). V rámci jednoho průzkumu je **zcela vyloučeno provádět v jedné domácnosti více než jeden rozhovor.**

- **Jedné a téže osoby se nemůžete dotázat častěji než jednou za měsíc,** pokud není v pokynech k dotazníku uvedeno jinak.

- Respondent musí být **občanem České republiky**, pokud není v zadání výzkumu uvedeno jinak, nedotazujeme občany jiných států.

- **Není dovoleno dotazovat telefonicky!** Znamená to, že máte respondenta na telefonu a děláte s ním rozhovor po telefonu.

- **Není dovoleno rekrutovat respondenty přes sociální sítě!**

3.2 Další způsoby hledání a výběru respondentů

U některých výzkumů je stanoven jiný než kvótní postup výběru respondentů. Může to být např. adresný výběr, náhodná procházka, dotazování již domluvených respondentů, dotazování respondentů z panelu respondentů apod. O těchto speciálních způsobech výběru respondentů jste vždy informováni dopředu v pokynech k výzkumu, popř. je organizováno školení tazatelů na výzkum a tam se dozvíte vše potřebné.

4. PRÁCE TAZATELE

4.1 Formy spolupráce

Tazatel je externí pracovník společnosti STEM/MARK a jaké aktuálně existují způsoby spolupráce (DPP/OSVČ apod.), vám vysvětlí oblastní zástupce, který s vámi dělá vstupní pohovor.

4.2 Tazatelská síť

Společnost STEM/MARK provádí výzkumy po celé České republice a k tomu potřebuje množství externích spolupracovníků – tedy Vás, tazatelů. Práce tazatele není omezena pouze na některé oblasti nebo města; tazatelem se může stát osoba ze všech regionů a typů obcí.

Zájemce o tazatelskou práci musí projít vstupním obecným školením a následně je mu přiřazeno dotazovací zařízení, typicky tablet, se kterým je seznámen vč. popisu a vyzkoušení práce s dotazovacím softwarem.

Tazatel, který pro naši společnost dotazuje, má přiřazené tazatelské číslo, pod kterým je vedena veškerá jeho práce ve společnosti STEM/MARK a zároveň je mu vystaven průkaz tazatele, kterým se při dotazování tazatel prokazuje, že je oprávněn k vykonávání tazatelské činnosti.

Tazatel má k dispozici **online centrum pro tazatele**, kde má možnost měnit své osobní údaje, jsou zde k dispozici informace a podklady k jednotlivým výzkumům, hodnocení práce vč. podkladů pro výplatu.

Pro první přihlášení do online centra www.stemmark.cz/tazatel použijte následující **přihlašovací údaje**: uživatelské jméno je **Vaše tazatelské číslo** a jako **heslo** je nastaveno **Vaše datum narození ve formátu den.měsíc.rok (např. 12.1.2005)**.

Pro komunikaci využívejte kontakty, které obdržíte od našich oblastních zástupců. Při kontaktu vždy používejte Vaše přidělené tazatelské číslo. V první řadě vždy kontaktujte svého oblastního zástupce.

Vždy oznamujte veškeré situace, které mají vliv na výkon vaší práce. Např. že

- nemůžete pracovat na daném výzkumu
- stal se vám nějaký technický problém
- dodané materiály k výzkumu se vám nezobrazují, nebo zobrazují špatně
- budete delší dobu neaktivní

4.3 Kontrola práce tazatele

Kontroly mají zajistit, že rozhovor s respondentem skutečně proběhl a že dotazování splňuje požadovanou kvalitu. Jsou důležité nejen pro naši společnost, ale i pro tazatele, protože kvalita jejich práce ovlivňuje celkové výsledky výzkumu. Kontroly slouží také jako podklad pro hodnocení tazatelů.

Pokud tazatel rozhovory neprovádí podle zásad tazatelské práce, je na tuto skutečnost vždy upozorněn. Pokud se jeho chování opakuje a nenapraví svůj způsob získávání rozhovorů a chyby při dotazování, upozorníme i ostatní agentury sdružené v SIMARu prostřednictvím Grey listu SIMAR (seznam SIMARu, který obsahuje opakovaně chybující tazatele), na který je chybující tazatel zařazen.

Jestliže zjistíme, že si tazatel rozhovory dokonce vymýšlí, je s ním okamžitě ukončena spolupráce, varujeme před ním ostatní výzkumné agentury sdružené v SIMARu prostřednictvím databáze Black list (seznam SIMARu, který obsahuje opakovaně podvádějící tazatele) do kterého je podvádějící tazatel umístěn a požadujeme po něm náhradu škody, kterou nám svým nezodpovědným přístupem způsobil.

Kontroly práce tazatele provádíme několika způsoby:

- **Pořizování záznamu části rozhovoru na CAPI – primární kontrolní nástroj**

U dotazování je **z každého rozhovoru pořízena krátká zvuková nahrávka části rozhovoru**. Tazatel musí na tuto skutečnost respondenta vždy předem upozornit a ten musí souhlasit s rozhovorem. Nahrávky jsou následně kontrolovány a zjišťuje se, jestli je přítomen respondent, zda tedy rozhovor skutečně proběhl a odpovědi, které v nahrávce zazní, jsou správně zaznamenány v dotazníku.

- **Zpětné kontroly**

Na vybraném množství získaných kontaktů (viz podkapitola 5.4) ověřujeme, zda byl s respondentem výzkum proveden.

- **Kontrola konzistence rozhovoru**

Při souhrnném zpracování dat provádíme celou řadu kontrol toho, zda rozhovory neobsahují nějaké nelogické, rozporné nebo zcela nesmyslné údaje. V porovnání s údaji od všech ostatních respondentů daného výzkumu se tato skutečnost vždy projeví. Takové rozhovory jsou ze zpracování vyřazeny a tazatelům nejsou proplaceny.

V rámci kontrol rozhovorů používáme i zaznamenanou GPS polohu, zda respondent udělal všechny rozhovory na jednom místě, nebo různých místech, kontrolujeme i délku rozhovorů, aby nebyl abnormálně krátký anebo naopak dlouhý. Nestandardně provedené rozhovory konzultujeme s daným tazatelem a pokud není nestandardnost získání a provedení rozhovoru vysvětlena, rozhovory vyřazujeme.

4.4 Finanční ohodnocení

Odměna za sběr rozhovorů je zpravidla stanovena na základě počtu rozhovorů, které tazatel získal podle pravidel a zadání daného výzkumu. Jaká je odměna za rozhovor se tazatel dozví v první fázi, tj. při oslovení oblastním zástupcem, zda bude na projektu pracovat, nebo ne.

Odměna může být odstupňována podle náročnosti rozhovoru a délky dotazování. Zpravidla se pohybuje v rozmezí 80–450 Kč hrubého za jeden dotazník. U speciálních projektů může být odměna za dotazník stanovena i výrazně vyšší.

Výše odměny pro tazatele za dotazník je vždy uvedena v průvodním emailu k danému výzkumu a v dotazovacím programu.

Odměny za všechny výzkumy jsou vypláceny souhrnně za kalendářní měsíc v polovině měsíce následujícího, datum výplaty odměny za získaný rozhovor je uvedena vždy v průvodním emailu k výzkumu.

Finanční odměnu můžete získat také za přivedení dalšího tazatele. V případě, že doporučíte nového tazatele, který bude pro naši společnost pracovat na CAPI **bezproblémově 6 měsíců**, bude Vám následně vyplacena odměna **2000 Kč**.

5. ZÁSADY DOTAZOVÁNÍ

Během dotazování vedete rozhovor s respondentem a jeho odpovědi předepsaným způsobem zaznamenáváte do dotazníku. Práce tazatele má určitá pravidla a náležitosti, kterými je potřeba se při dotazování řídit. Tyto zásady slouží k tomu, aby byla zajištěna objektivita výzkumu a kvalita získaných informací.

5.1 Zahájení rozhovoru

Prvním krokem je navázání kontaktu a přesvědčení respondenta, aby souhlasil s rozhovorem. Klíčový je první dojem, který ovlivňuje respondentovu ochotu spolupracovat. Rozhovor začněte pozdravem, představením se a stručným vysvětlením důvodu dotazování.

Oblastní zástupce vám rád poradí, jak potenciální respondenty oslovit a jak s nimi navázat kontakt vedoucí k získání rozhovoru.

5.2 Počítejte s tím, že se setkáte s neochotným nebo nedůvěřivým respondentem. Vaším úkolem je pak nedůvěru a pochybnosti rozptýlit.

Vedení rozhovoru

Při samotném vedení rozhovoru s respondentem je potřeba dodržovat pravidla dotazování, aby byla zajištěna objektivita a kvalita získaných informací. Mezi nejdůležitější pravidla dotazování patří:

- vždy buďte při dotazování **neutrální**, nepodivujte se nad respondentovými názory, nevyjadřujte svůj názor (ať již souhlasný nebo nesouhlasný)
- nikdy **neovlivňujte** respondentovy odpovědi
- otázky i možnosti odpovědí **čtěte celé**, nijak si je nezkracujte a neupravujte, abyste nezměnili jejich význam
- v rozhovoru musí zaznít **všechny otázky** v přesném znění, tablet Vás nepustí přeskočit otázku
- odpovědi respondentovi **nepodbízejte**, neodhadujte, co si asi myslí
- **doptávejte se** v případě, kdy respondent uvede nejednoznačnou odpověď (např. rozlišujte určitě/spíše)
- zaměřte se také na Váš **projev** – nečtěte otázky příliš rychle, ale naopak ani příliš pomalu, správně artikulujte, vyvarujte se hovorových a nespisovných výrazů a buďte vždy profesionální
- respondentům **vždy vykejte**, bývá to vhodné i v případě dospívajících dětí
- nebavte se o soukromých věcech

5.3 Vyplňování dotazníku

Při samotném vyplňování dotazníku se setkáte s několika typy otázek. U řady otázek je rovněž uveden pokyn, který Vám napoví, jak danou otázku položit a vyplnit. Pokyny jsou určeny pouze pro Vás, respondentům je nečtete. Základní typy otázek jsou následující:

- **Výběrové otázky**

Výběrové (screeningové) otázky bývají zařazeny na začátek rozhovoru, protože určují, zda je respondent správnou osobou pro daný výzkum, zda tedy splňuje požadovaná kritéria nebo kvóty.

- **Otevřené otázky**

U otevřených otázek má respondent vyjádřit názor svými vlastními slovy. V dotazníku nejsou předepsány žádné varianty odpovědí a tazatel zapisuje doslova respondentovu odpověď. U tohoto typu otázky zpravidla chceme získat co nejvíce informací, proto je potřeba se respondenta pečlivě doptávat, např. „Co byste ještě doplnil?“, „Je ještě nějaký další důvod?“

Příklad 1: Co se vám na při jednání s bankéřem nelíbilo?

POKYN: VYPIŠTE RESPONDENTOVU ODPOVĚď

.....

- **Uzavřené otázky**

U uzavřených otázek jsou předepsané varianty odpovědí, ze kterých si respondent vybírá tu, která nejvíce odpovídá jeho názoru. Možnosti odpovědí je potřeba respondentovi přechíst (pokud není v pokynu uvedeno jinak). Uzavřené otázky dělíme podle toho, zda u nich můžeme označit pouze jednu odpověď, nebo odpovědí více.

Uzavřené otázky s možností jedné odpovědi – odpovědi jsou formulovány tak, že se navzájem vylučují, a proto je možno zaznačit pouze jednu odpověď.

Příklad 2: Jak jste spokojen se svým mobilním operátorem?

- ☐ velmi spokojen
- ☐ spíše spokojen
- ☐ spíše nespokojen
- ☐ velmi nespokojen

Uzavřené otázky s možností více odpovědí – u tohoto typu otázky je možno označit více odpovědí. Respondentovi je potřeba číst všechny varianty odpovědí postupně a u každé si vyžádat odpověď ano nebo ne.

Příklad 3: Které spotřebiče se nalézají ve vaší domácnosti?

POKYN: MOŽNOST VÍCE ODPOVĚDÍ

- ☐ pračka
- ☐ televize
- ☐ myčka nádobí
- ☐ počítač
- ☐ rádio

• **Polootevřené otázky**

Polootevřené otázky kombinují oba předchozí typy – jsou zde jak předepsané varianty odpovědí, tak možnost záznamu jiné odpovědi do volného pole.

Příklad 4: Jaké noviny si pravidelně alespoň jednou týdně kupujete?

POKYN: MOŽNOST VÍCE ODPOVĚDÍ

- ☐ Blesk
- ☐ Lidové noviny
- ☐ MF Dnes
- ☐ Právo
- ☐ regionální deníky
- ☐ jiné (VYPIŠTE):

• **Filtry**

Některé otázky se nekladou všem dotázaným, ale jen některým – většinou podle toho, jak odpověděli na některou předchozí otázku. Jako tazatel se filtry nemusí zabývat, dotazovací program jim otázky většinou vyfiltruje sám. Tablet také hlídá, aby nebylo možné dotazovat jiné respondenty, vynechat otázku, anebo zadat více odpovědí, sám provádí rotaci nabídky odpovědí.

• **Baterie otázek**

Někdy je více otázek sloučeno do jedné složené otázky, která pak obsahuje několik podotázek. Jedná se o baterii otázek, kdy úvodní část otázky přečte tazatel na začátku a dále čte už jen jednotlivé podotázky a úvodní část připomíná jen podle potřeby.

Příklad 5: Přečtu Vám postupně jednotlivé problémy a u každého prosím ohodnotte pomocí školní stupnice, jak dobře jsou v České republice řešeny.
 POKYN: DOPLŇTE ZNÁMKU - 1 = VÝBORNĚ, 2 = CHVALITEBNĚ, 3 = DOBRĚ, 4 = DOSTATEČNĚ, 5 = NEDOSTATEČNĚ

1.	Dopravní obslužnost – veřejná doprava	1	2	3	4	5
2.	Hustota a stav silnic, dálnic, obchvatů	1	2	3	4	5
3.	Stav životního prostředí	1	2	3	4	5
4.	Zajištění kvalitní lékařské péče	1	2	3	4	5
5.	Podmínky pro malé a střední podnikatele	1	2	3	4	5
6.	Korupce úředníků	1	2	3	4	5

5.4 Získání kontaktu na respondenta a rozloučení

Po dokončení rozhovoru je vaším úkolem získat od respondenta kontaktní údaje (email nebo telefon a jeho jméno). Tyto údaje slouží výhradně ke kontrole provedení rozhovoru a zapisují se v dotazovacím programu odděleně od ostatních dat.

Tazatel může zapsat pouze tolik kontaktů, kolik má hotových rozhovorů.

Může kontakty i upravovat, ale vždy musí vyplnit do konce terénu výzkumu.

Tímto důsledným oddělováním vyplněných dotazníků od dotazových úkolů kontaktů garantujeme respondentům zachování anonymity.

Toto je důležité umět respondentům vysvětlit, pokud mají výhrady k udávání svých kontaktních údajů. I s pohledu GDPR a ochrany osobních údajů se jedná o náš oprávněný zájem, kdy kontrolujeme práci Vás tazatelů.

Mějte prosím na paměti, že jméno a další údaje respondenta od něj nelze vymáhat, ani získat jakkoli bez jeho souhlasu. Získání kontaktu bez souhlasu respondenta se vystavujete vy, tazatel, protiprávnímu jednání.

6. ZÁVĚREM

V případě, že nenajdete odpověď na Vaše otázky v této příručce, nebo budete mít jakékoliv připomínky, obraťte se telefonicky, mailem či osobně na Vašeho oblastního zástupce.

Děkujeme za Vaše rozhodnutí pracovat jako tazatel společnosti STEM/MARK. Přejeme Vám mnoho úspěchů a těšíme se na vzájemnou spolupráci na širokém spektru výzkumů, které společnost STEM/MARK již 30 let realizuje.

Výzkumný tým pracovníků STEM/MARK, a.s.