МІЖНАРОДНИЙ КОДЕКС ESOMAR ПРОВЕДЕННЯ ДОСЛІДЖЕНЬ З ВИКОРИСТАННЯМ МОБІЛЬНИХ ТЕЛЕФОНІВ

Усі міжнародні кодекси ESOMAR, у тому числі й останні оновлення, доступні на сайті за адресою: www.esomar.org

Жодна частина цієї публікації не може бути відтворена або скопійована у будь-якій формі, або будь-якими засобами, або перекладена без попереднього письмового дозволу ESOMAR. *Кодекси ESOMAR складені англійською мовою. Остаточний варіант.*

В Україні членами ESOMAR є 26 професіоналів. Список членів ESOMAR див. на сайті УАМ www.uam.in.ua

Вступ

Оскільки мобільні телефони у всесвітньому масштабі стають переважним засобом телефонного зв'язку, для ESOMAR, що функціонує на глобальному ринку досліджень, важливим завданням є створення чіткого керівництва з маркетингових і соціальних досліджень, вивчення громадської думки з використанням мобільних телефонів. Таким чином, основною метою є сприяння формуванню професійних стандартів та їх ефективному застосуванню, шанобливого ставлення до осіб, опитування яких проводиться через мобільний телефон.

Даний документ є керівництвом, що допомагає дослідникам під час проведення опитувань з використанням мобільних телефонів з позицій правових, етичних і практичних міркувань. Дане керівництво являє собою основу формування переліку питань під час проведення досліджень з використанням мобільних телефонів, і цей перелік буде вдосконалюватись мірою поширення даної практики. Однак це не стосується методологічних питань, таких як покриття і вибірка, відсутність відповіді абонентом, системи вимірювання і системи оцінювання.

Комунікаційні технології в одних країнах поширюються інтенсивніше, в інших - повільніше, а правове регулювання в галузі мобільного зв'язку до цього часу залишається на початковому рівні розвитку. Тільки в кількох країнах запроваджено правові норми, які регулюють відносини у сфері мобільного зв'язку і які поступово удосконалюються.

Крім того, в деяких країнах можуть діяти закони, положення яких безпосередньо стосуються користувачів мобільних телефонів, наприклад, заборона на розмову по мобільному телефону за кермом автомобіля, і тому дослідники, які використовують даний різновид опитування, нестимуть повну юридичну відповідальність за свої дії.

У багатьох країнах іноді неможливо визначити, чи використовується даний номер мобільним чи стаціонарним телефоном, крім того, номер стаціонарного телефону може бути переадресовано на мобільний. Той, хто робить телефонний дзвінок, не може визначити, по якому виду телефонного зв'язку здійснюється дзвінок - мобільному чи стаціонарному. Але деякі розділи даного посібника можуть бути використані під час проведення досліджень, як за допомогою мобільних телефонів, так і за допомогою стаціонарних.

Сфера застосування

Таким чином, дослідник зобов'язаний повністю усвідомлювати і діяти у відповідності до національних законів, стандартів і правил, чинних у тій чи іншій країні, а також дотримуватись локальних правових і культурних норм під час контакту з абонентом мобільного зв'язку. Крім того, на початку телефонної розмови дослідник має встановити, чи адресується цей телефонний дзвінок на мобільний або стаціонарний телефон.

Незважаючи на те що мобільний вид зв'язку дозволяє проводити дослідження за допомогою Інтернету та електронної пошти, дане керівництво застосовується винятково у разі голосового і текстового (СМС) контакту з респондентом. Керівництво не поширюється на використання інтерактивних послуг для досягнення цілей дослідження. Питання, пов'язані з даною темою, регулюються відповідно до Керівництва ESOMAR з проведення онлайн-досліджень.

Дане керівництво має розглядатись у контексті з Міжнародним кодексом ICC / ESOMAR з практики проведення маркетингових і соціальних досліджень.

Основні положення

Загальним правилом є те, що під час здійснення телефонного дзвінка або відправлення електронного текстового повідомлення мають дотримуватись принципи поваги і повного розкриття інформації, як це практикується у дослідженнях з використанням стаціонарного телефонного зв'язку. Також повинна бути розкрита інформація про абонента, що здійснює телефонний дзвінок, мета виклику, добровільний характер участі і підтверджена гарантія конфіденційності. Час зробленого телефонного дзвінка обов'язково повинен відповідати етичним нормам.

У зв'язку з характером використання мобільних телефонів існує

ряд додаткових правових та етичних особливостей, на яких слід наголосити. Хоча такі правові та етичні особливості можуть і відрізнятись залежно від країни і культури, важливо для дослідників зрозуміти сутність цих відмінностей і у відповідний спосіб адаптувати протоколи досліджень. Наприклад, законодавство більшості країн обмежує небажані виклики, зроблені у комерційних цілях, тому важливо вивчити всі деталі таких обмежень, адже вони можуть і не поширюватись на маркетингові і соціальні дослідження. Також у ряді країн діє норма щодо попередньої згоди на розсилання електронних текстових повідомлень, хоч ці правила також не завжди застосовуються до маркетингових досліджень. Якщо для контакту з респондентом використовується електронне текстове повідомлення, дослідник повинен дати можливість відмовитись з метою забезпечення добровільного характеру участі в дослідженні. Дослідник має гарантувати повну конфіденційність і завжди пам'ятати, що телефонний дзвінок, який вони здійснюють, має характер нав'язливості, а також ввічливо закінчувати розмову, коли стає очевидним, що респондент не бажає продовжувати розмову, некомпетентний у даному опитуванні або якщо респондент - дитина (крім випадків, коли дослідник дістає дозвіл на здійснення телефонного дзвінка від повнолітнього) (див.: Керівництво ESOMAR з опитування дітей та молодих людей, розд. B10).

У деяких країнах телефонування на мобільні, на відміну від стаціонарних телефонів, платні як на вхідні, так і на вихідні телефонні дзвінки. Крім того, у тих випадках, коли телефонують за межі регіональних або національних кордонів, з дослідника, який здійснює телефонний дзвінок, може стягуватись додаткова плата за послуги роумінгового зв'язку, це в окремих випадках може мати відношення і до відправки й отримання СМС.

Отже, дослідникові слід усвідомлювати, що дзвінки на мобільні телефони можуть привести їх до порушень норм і правил Міжнародного кодексу ICC / ESOMAR. Дослідники, перш за все, зобов'язані переконатись, що потенційний респондент в жодному разі не матиме хоч би яких збитків, беручи участь в опитуванні. На початку телефонної розмови респондента необхідно звернутись із питанням, чи зручно йому розмовляти, і якщо відповідь буде негативною - розмову потрібно негайно припинити. У випадку, якщо респондентові було завдано матеріальних втрат, дослідник повинен запропонувати компенсацію на прохання респондента.

Безпека і конфіденційність респондента

Через природу використання мобільних телефонів, дослідники іноді телефонують у той час, коли респондент активно зайнятий будь-якою діяльністю або перебуває у не характерному для стаціонарних телефонних дзвінків середовищі. Наприклад, за кермом транспортного засобу, під час управління промисловим обладнанням, знаходженням у публічному місці або коли респондент перебуває в іншій країні (інший часовий пояс). Дослідник зобов'язаний вжити всіх розумних запобіжних заходів, щоб переконатись, що респондент не матиме жодних збитків і наслідків від безпосередньої участі в опитуванні. Отже, коли стає очевидним що телефонний дзвінок зроблено на мобільний апарат або є підстави, щоб так вважати, дослідник має переконатись, що респондент перебуває в безпечних і зручних умовах, які не суперечать законодавству. Якщо дослідник не одержав такого підтвердження, тоді телефонну розмову потрібно припинити, наперед забезпечити собі згоду на повторні спроби проведення опитування через мобільний телефон.

Також дослідник може зв'язатись з потенційним респондентом у такий час, коли той зайнятий якою-небудь діяльністю або перебуває в ситуації, коли його оточення може почути телефонну розмову, таким чином, конфіденційність буде близька до ризикованої. Оскільки під час дзвінка респондент може перебувати в публічному місці, дослідник повинен брати до уваги, що респондента можуть почути інші, і тому всі відповіді слід брати під сумнів. У разі потреби виклик необхідно перенести на інший час, коли конфіденційність не буде поставлено під загрозу.

Час для телефонування

У ряді країн існують стандарти, які визначають час для здійснення комерційних або соціальних дзвінків на мобільні телефони. За відсутності таких стандартів дослідники діє згідно з правилами, які стосуються часу здійснення дзвінків на стаціонарні телефони. Телефонні опитування в секторі "бізнес для бізнесу" проводяться у робочий час.

Якщо відомо, що респондент перебуває в іншій країні, дослідник повинен знати, в якому саме часовому поясі, і на цій основі визначити зручні для телефонування час і місце.

Тривалість опитування

Деякі дослідники заявляють, що респондент, якому телефонують на мобільний телефон, менш схильний до бесіди, ніж той, якому телефонують на стаціонарний телефон. Це можна пояснити тим, що респондент, спілкуючись по мобільному телефону, більше схильний відволікатись і не має можливості сконцентрувати свою увагу і що дзвінок, імовірніше, буде перервано або взагалі припинено розмову. Крім того, середовище, яке оточує респондента, може змінитись у ході опитування на таке, в якому безпека і конфіденційність будуть піддаватись ризику. Тому дослідник повинен брати до уваги всі перераховані

вище факти і забезпечити умови, щоб інтерв'ю з респондентом було необтяжливим і тривало якомога коротше.

Використання автоматизованого обладнання для здійснення дзвінків

Дослідники повинні пам'ятати, що деякі країни (Німеччина, Великобританія) забороняють використання так званих автодзвінків та іншого автоматизованого обладнання, включаючи "інтелектуальні автодзвінки". Ці обмеження можуть поширюватись і на розсилку текстових повідомлень. У деяких країнах дозволено використання подібного обладнання, якщо респондент дав попередню згоду на те, щоб йому було здійснено дзвінок через автоматизоване обладнання (США). Автоматичні телефонні дзвінки, які виключають можливість швидкого зв'язку з тим, хто проводить опитування, забороняються.

Протоколи телефонних дзвінків

Деякі люди ставляться до своїх мобільних телефонів, як до чогось великою мірою особистого і приватного. Дослідник зобов'язаний брати до уваги особливості такого ставлення. Якщо респондент попросив зв'язатись з ним в інший зручний для нього час, дослідник має обмежитись лише кількома спробами зв'язатись з респондентом удруге, щоб виключити характер нав'язливості. Відповідно до вимог Керівництва ICC/ESOMAR дослідники зобов'язані ідентифікувати себе. Під час телефонування респондентові на дисплеї його телефонного апарату має визначитись певний номер, у таких випадках використовувати функції приховування номера заборонено. У випадку, якщо дослідник вирішив залишити голосове повідомлення (що може виявитись платною послугою для респондента), то має бути надана чітка інформація про можливості компенсації дослідником витраченої суми респондента. Дослідна компанія повинна надати безкоштовний номер телефону, за яким респондент може дізнатись про потрібну йому інформацію стосовно відомостей про дослідника та ін.

Додаткова інформація

Запити про реалізацію Керівництва ESOMAR повинні бути відправлені до Комітету професійних стандартів ESOMAR на адресу електронної пошти: Professional.standards @ esomar.org

Використання інтерактивних послуг за допомогою мобільних телефонів будуть розглянуті в Керівництві ESOMAR щодо проведення онлайн-досліджень.

Переклад Юрій Горожанкін.

Terrasoft

Terrasoft CRM - система управління взаємовідносинами з клієнтами.

Україна
01011, Київ
Печерський узвіз, 19, пов. 5.
тел.: +380 044 496-24-50
info@terrasoft.com.ua
www.terrasoft.com.ua