

**AZ ICC/ESOMAR
PIAC- ÉS TÁRSADALOMTUDOMÁNYI
KUTATÁSOKRA VONATKOZÓ
NEMZETKÖZI KÓDEXE**



Forrás:

ICC/ESOMAR International Code on Market and Social Research
ESOMAR, Amsterdam, The Netherlands

Copyright © ICC/ESOMAR 2007. Minden jog fenntartva.

Kiadja a Piackutatók Magyarországi Szövetsége, 2008

Felelős kiadó: Székely László, elnök

www.pmsz.org



BEVEZETÉS

Az ESOMAR először 1948-ban jelentette meg a marketing és társadalomtudományi kutatás gyakorlatának kódexét (Code of Marketing and Social Research Practice). Ezt nemzeti szervezetek és a Nemzetközi Kereskedelmi Kamara (International Chamber of Commerce – ICC) által kiadott számtalan kódex követte. 1976-ban az ICC és az ESOMAR megállapodtak, hogy a két különböző nemzetközi kódex helyett célszerű lenne egyetlen egyet használni, s így a következő évben megjelent a közös ICC/ESOMAR kódex. Ezt 1984-ben és 1994-ben átdolgozták, frissítették, így a jelenlegi az ICC/ESOMAR kódex negyedik, enyhén módosított megjegyzéssel napvilágot látó kiadása.

A szolgáltatók és a különféle termékek, illetve szolgáltatások fogyasztói közötti hatékony kommunikáció létfontosságú minden modern társadalomban. Számtalan módszer létezik információgyűjtésre, és a rendelkezésre álló csatornák száma az internetalapú technológiák és egyéb interaktív médiumok fejlődésével, használatával megsokszorozódott. Az információszerzés egyik legfontosabb módszere a piackutatás, amely jelen kódexben a társadalomtudományi és a véleménykutatásokat is magába foglalja. A piackutatás sikere a nyilvánosság bizalmán múlik – azon, hogy a kutatást hitelesen, tárgyilagosan, illetve a résztvevők zaklatása nélkül hajtsák végre. A Kódex megjelentetésének célja e bizalom erősítése és annak bizonyítása, hogy az érintett szervezetek felismerik a piackutatási tevékenység során jelentkező etikai és szakmai felelősségüket.

A Kódex megvalósításáért felelős önszabályozó keretrendszer már évek óta sikeresen működik. Az ilyen jellegű kódexek használata világszerte bevált gyakorlat, ami egyúttal a fogyasztóvédelmet is szolgálja.

A KÓDEX CÉLJA

A Kódex elsődlegesen az önszabályozás keretrendszere, így az ICC/ESOMAR annak világszintű használatát javasolja. A Kódex a következő célokat kívánja elérni:

- a piackutatók által követendő etikai szabályok meghatározása;
- a közvélemény piackutatásba vetett bizalmának erősítése azzal, hogy hangsúlyozza a Kódex által biztosított jogokat és biztosítékokat ;
- a gyermekek és a fiatalok véleményének kutatása során felmerülő különleges felelősség hangsúlyozása;
- a piackutatók azon szabadságának védelme, hogy kutassák, megkapják és közöljék az információkat (abban az értelemben, ahogy az ENSZ A polgári és politikai jogok nemzetközi egyezségománnyának 19. cikkelye ezt előírja);
- a kormányzati és/vagy kormányközi törvényhozás, illetve szabályozás szükségességének minimalizálása.

A KÓDEX ALAPELVEI

A kódex az alábbi alapelvekre épül:

1. A piackutatóknak minden releváns nemzeti és nemzetközi jogszabálynak meg kell felelniük.
2. A piackutatók kötelesek etikus viselkedni, és nem követhetnek el semmi olyat, ami a piackutatás hírnevét rontaná.
3. A piackutatók különös gondossággal kötelesek eljárni abban az esetben, amikor gyermekek és fiatalok között végeznek kutatásokat.
4. A válaszadók közreműködése önkéntes. Beleegyezésüket úgy kell megszerezni, hogy az a projekt általános céljára és természetére vonatkozó megfelelő és nem félrevezető tájékoztatáson alapuljon, és döntésüket tiszteletben kell tartani.
5. A piackutatók kötelesek a válaszadó magánszemélyek jogait tiszteletben tartani, és a piackutatási projektben való közreműködésük közvetlen következményeként ezek a jogok nem sérülhetnek, kárt nem szenvedhetnek.
6. A piackutatók soha nem engedhetik meg, hogy a piackutatási projektek során összegyűjtött személyes adatokat a piackutatás céljain kívül másra felhasználják.
7. A piackutatók kötelesek a projekteket átláthatóan és tárgyilagosan megtervezni, végrehajtani és dokumentálni.
8. A piackutatók kötelesek betartani a tisztességes verseny általánosan elfogadott elveit.

A KÓDEX HATÁLYA

A Kódex minden piackutatásra érvényes. A www.iccwbo.org vagy a www.esomar.org oldalakon elérhető más ICC és ESOMAR kódexekkel, útmutatókkal, alapelvekkel és keretrendszerrel együtt értelmezendő.

A Kódex az összes kutató és ügyfelek által követendő etikus viselkedés minimumát határozza meg, és ezeket az adott piacon érvényben levő jogszabályok vagy bármilyen szigorúbb szabványok figyelembevételével kell alkalmazni. Ezekről a követelményekről az ESOMAR tájékoztat.

ÉRTELMEZÉS

A Kódex szellemiségét és betű szerinti rendelkezéseit egyaránt be kell tartani.

Jelen Nemzetközi Kódex elfogadása az ESOMAR-tagság és a Kódexet hivatalosan elismerő más szervezetek tagságának feltétele¹.

¹ E szervezetek listája a www.esomar.org oldalon érhető el.

MEGHATÁROZÁSOK

- (a) A piackutatás – amely magába foglalja a társadalomkutatásokat és a véleménykutatásokat – az egyénekre vagy a szervezetekre vonatkozó információk szisztematikus gyűjtése és értelmezése az alkalmazott társadalomtudományok statisztikai és elemzési módszereivel, technikáival ismeretszerzés vagy döntéshozatal támogatása céljából. A válaszadók személyazonosságát kifejezett hozzájárulásuk nélkül nem lehet az információk felhasználói előtt felfedni, és válaszadásuk közvetlen következményeként nem lehet őket értékesítési tevékenységgel megkeresni.
- (b) A kutató olyan egyén vagy szervezet, amely piackutatási projektet hajt végre vagy tanácsadóként vesz részt benne, ide értve az ügyfelek munkatársait is.
- (c) Az ügyfél olyan egyén vagy szervezet, amely a piackutatási projektet részben vagy egészben igényli, utasítást ad rá vagy megrendeli.
- (d) A válaszadó olyan egyén vagy szervezet, amelytől a piackutatási projekt céljából információt gyűjtenek, vagy interjú céljából megkeresik – akár tudatában van ennek, akár nem.
- (e) Az interjú a válaszadó minden olyan formában történő megkeresése, amely piackutatási célú információgyűjtés.

PARAGRAFUSOK

1. paragrafus – Alapelvek

- (a) A piackutatásnak jogszerűnek, őszintének, hitelesnek és tárgyilagosnak kell lennie, amelyet a megfelelő tudományos alapelvek figyelembevételével kell végrehajtani.
- (b) A kutatók semmilyen körülmények között nem viselkedhetnek úgy, hogy az rontsa a piackutatási szakma hitelét, vagy veszélyeztesse a nyilvánosságban kialakult bizalmat.
- (c) A piackutatást szakmai felelősséggel, a tisztességes verseny üzleti életben általánosan elfogadott normáinak betartásával kell végezni.
- (d) A piackutatást egyértelműen meg kell különböztetni és el kell különíteni az olyan nem kutatási tevékenységektől, amelyek kereskedelmi okból célozzák meg a válaszadókat (például reklám, eladásösztönzés, direkt marketing, közvetlen értékesítés stb.).

2. paragrafus – Tisztesség

- (a) A piackutatás nem élhet vissza a válaszadók bizalmával, és nem használhatja ki tapasztalatlanságukat vagy tájékozatlanságukat.
- (b) A kutatók nem állíthatnak valótlanosságot saját maguk vagy szervezetük szakértelméről, tapasztalatairól, tevékenységéről.

3. paragrafus – Szakmai felelősség

- (a) A válaszadók részvétele a piackutatási projekt minden fázisában teljesen önkéntes. Közreműködésre való felkérésük során nem szabad őket félrevezetni.

- (b) A kutatók kötelesek minden ésszerűen elvárható óvintézkedést megtenni annak érdekében, hogy a válaszadókat a piackutatási projektben való részvételük közvetlen következményeként semmilyen kár ne érje.
- (c) A kutatók indokolatlanul nem kritizálhatnak más kutatókat.

4. paragrafus – Átláthatóság

- (a) A kutatók kötelesek megfelelően azonosítani magukat, és egyértelműen közölni a kutatás célját.
- (b) A válaszadónak lehetőséget kell biztosítani arra, hogy egyszerűen ellenőrizhék a kutató személyazonosságát és jóhiszeműségét.
- (c) A kutatók igény esetén kötelesek biztosítani az ügyfélnek a lehetőséget, hogy az ellenőrizze az adatfelvétel és az adatfeldolgozás minőségét.
- (d) A kutatók kötelesek tájékoztatni ügyfeleiket a kutatási projekt megfelelő technikai részleteiről.
- (e) A kutatók kötelesek gondoskodni a piackutatási projektek pontos, átlátható és tárgyilagos megtervezéséről, végrehajtásáról, dokumentálásáról.

5. paragrafus – Tulajdonjog

A piackutatási ajánlatok és költségkalkulációk – egyéb megállapodás hiányában – az azokat kidolgozó egyén vagy szervezet tulajdonát képezik.

6. paragrafus – Rögzítési és megfigyelési technikák

A válaszadókat tájékoztatni kell, mielőtt kutatási célból megfigyelési technikákat vagy rögzítő berendezést kezdenek alkalmazni, kivéve, ha azokat nyilvános területen, nyíltan használják és személyes adatokat nem gyűjtenek. A kutatók a válaszadók kérésére kötelesek a felvételt vagy annak a kérdéses részét megsemmisíteni, törölni. A válaszadók személyazonosságát akkor is védeni kell, ha explicit beleegyezése hiányzik.

7. paragrafus – Adatvédelem és a magánszféra tiszteletben tartása

(a) Adatvédelmi szabályzat

A kutatóknak adatvédelmi szabályzattal kell rendelkezniük, amelynek az adatfelvételben résztvevő válaszadók számára elérhetőnek kell lennie.

(b) Adatgyűjtés

Amikor személyes adatokat gyűjtenek a válaszadóktól, a kutatók kötelesek biztosítani, hogy

- a válaszadók tisztában legyenek az adatgyűjtés céljával és
- a válaszadók tisztában legyenek azzal, hogy minőségellenőrzés miatt ismét megkereshetik őket.

(c) Adatok használata

A jelen Kódexszel összhangban felhasznált információk

- csak a meghatározott kutatási célokra használhatók;
- csak a kutatási céloknak megfelelő mélységben hasznosíthatóak;
- csak a megkövetelt időpontig őrizhetők meg.

A kutatók kötelesek biztosítani, hogy a válaszadók személyazonossága ne legyen az ügyfél által elérhető. Amennyiben a nemzeti jogszabályok nem szigorítják a szabályozást, a kutató a következő feltételekkel hozhatja ügyfele tudomására a válaszadó beazonosítható személyes adatait:

i) a válaszadó kifejezetten kinyilvánította ilyen jellegű kérését és/vagy
ii) a válaszadó kifejezetten beleegyezését adta és
iii) annak tudomásulvétele mellett, hogy az információ átadásának közvetlen
eredményeképpen semmilyen kereskedelmi tevékenységgel (ahogy azt az 1.d paragrafus
meghatározza) nem keresik meg őket.

(d) A feldolgozás biztonsága

A kutatók kötelesek megtenni a megfelelő biztonsági intézkedéseket a személyes
adatokhoz való jogosulatlan hozzáférés, azok manipulálása vagy nyilvánosságra hozásának
elkerüléséhez.

Amennyiben a személyes adatok harmadik személyhez kerülnek, meg kell győződni arról,
hogy ez a harmadik személy is legalább ugyanolyan szintű biztonsági intézkedéseket
alkalmaz.

(e) A válaszadók jogai

Minden olyan intézkedést meg kell tenni, amely biztosítja, hogy a válaszadók tisztában
legyenek jogaikkal és gyakorolhassák azokat, így többek között az alábbiakat:

- a piackutatási projektben való részvétel visszautasításának joga;
- a piackutatási interjú megszakításának joga;
- jogosultak azt kérni, hogy személyes adataikat másoknak ne adják ki és
- töröltsék vagy helyesbítsék a róluk tárolt hibás személyes adatokat.

(f) Határokon átnyúló tranzakciók

Különös figyelmet kell fordítani az egyének adatvédelmi jogainak megőrzésére olyan
esetben, amikor a személyes adatokat az adatgyűjtés helyével nem megegyező országba
továbbítják.

Amikor az adatfeldolgozást másik országban végzik, minden ésszerűen elvárható lépést
meg kell tenni a megfelelő biztonsági intézkedések betartása, illetve a Kódex adatvédelmi
elveinek tiszteletben tartása érdekében.

8. paragrafus – Gyermek és fiatalok

A kutatók kötelesek különleges figyelmet fordítani a gyermekekkel és a fiatalokkal készített
interjúkra. Az ilyen interjúk előtt meg kell szerezni a szülők vagy a felügyeletet ellátó
felnőttek beleegyezését.

9. paragrafus – Megosztott interjúk

A kutatók kötelesek tájékoztatni ügyfeleiket arról, ha a számukra végzett munkát más
ügyfeleknek végzett munkával együtt egy közös projektben egyesítik. Ebben az esetben az
ügyfelek személyazonosságát azok beleegyezése nélkül nem hozhatják a másik
tudomására.

10. paragrafus – Alvállalkozók bevonása

A kutatók kötelesek még a munka megkezdése előtt tájékoztatni ügyfeleiket, ha a számukra
végzett feladat bármely részét a kutatók saját szervezetükön kívüli alvállalkozó
közreműködésével látják el (ideértve a külső tanácsadók igénybevételét is). Igény esetén
kötelesek közölni az ügyféllel az alvállalkozó személyét.

11. paragrafus – Eredmények közzététele

- (a) A piackutatási eredmények közzétételekor a kutatók kötelesek egyértelműen megkülönböztetni a kapott eredményeket, az eredmények kutatói értelmezését és az azokra épülő javaslatokat.
- (b) Amikor egy piackutatási projekt eredményeit az ügyfél teszi közzé, köteles a kutatóval konzultálni az eredmények közzétételének formájáról és tartalmáról. Az ügyfél és a kutató egyaránt felelős azért, hogy a megjelentetett eredmények ne legyenek félrevezetők.
- (c) A kutatók mindig legyenek felkészülve arra, hogy elérhetővé tegyék a közzétett eredmények érvényességének ellenőrzéséhez szükséges technikai információt.
- (d) A kutatók csak az adatok által megfelelően alátámasztott következtetésekhez adhatják a nevüket.

12. paragrafus – Felelősség

A kutatók teljes felelősséggel tartoznak azért, hogy a kutatást jelen Kódexszel összhangban hajtsák végre, illetve azért, hogy az ügyfelek és a kutatás más résztvevői vállalják a Kódex előírásainak betartását.

13. paragrafus – A kódex megszegését követő jóvátétel hatása

A Kódex megszegését orvosló helyesbítés és/vagy a megfelelő jóvátétel az elmarasztalható fél részéről elvárt, azonban nem jelent felmentést a Kódex megszegése alól.

14. paragrafus – Megvalósítás

- (a) A Kódexet és a benne foglalt alapelveket a megfelelő helyi, országos vagy regionális önszabályozó szervezeteknek nemzeti szinten és nemzetközileg kell elfogadniuk, alkalmazniuk. A Kódexet a piackutatási projektekből résztvevő minden szervezetnek, vállalatnak és egyénnek alkalmaznia kell, ahol csak lehetséges.
- (b) A marketing szakembereknek, a kutatóknak és az ügyfeleknek meg kell ismerkedniük a Kódexszel és a piackutatással foglalkozó többi, helyi vonatkozású önszabályozó dokumentummal, ismerniük kell a megfelelő önszabályozó szervezet által hozott döntéseket. A Kódexben foglalt alapelvek értelmezését az ICC Code Interpretation Panel (Kódexértelmező bizottság) vagy az ESOMAR Professional Standards Committee (Szakmai szabványokkal foglalkozó bizottság) szakembereitől lehet kérni.

2007. december