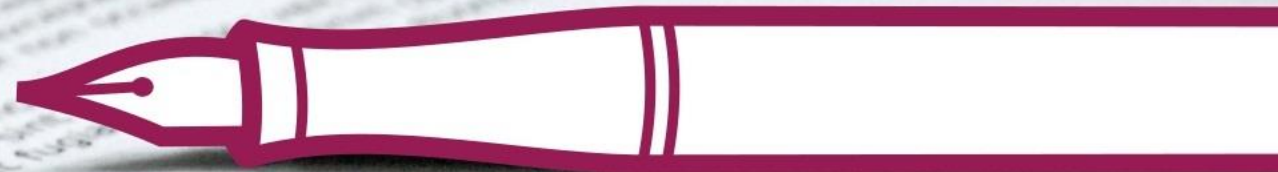


Analýza stavu povědomí občanů v oblasti využívání datových schránek (DS) - výstupní

Závěrečná zpráva
STEM/MARK | květen 2023



Přehled kapitol

Hlavní zjištění	str. 3
Parametry výzkumu	str. 7
Detailní zjištění – Povědomí o eGovernmentu	str. 8
Detailní zjištění – Datové schránky	str. 14
Detailní zjištění – Hodnocení kampaně	str. 24
Realizátor výzkumu	str. 34

Hlavní zjištění (1)

Povědomí o eGovernmentu

Lidé přicházejí **do kontaktu s úřady** (v osobní či pracovní rovině) **častěji na nižších úrovních územní samosprávy** (zejména obecní). **Několikrát do roka vyhledávají informace od státu** k řešení životních situací **dvě třetiny dospělých Čechů**, několikrát do měsíce desetina.

O eGovernmentu někdy slyšela více než polovina osob.

Datovou schránku (dále DS), jakožto nástroj k elektronické komunikaci s úřady, **si spontánně* vybavily dvě pětiny dotázaných**. Podpořeně ji znají téměř všichni (96 %) a DS je srovnatelně známá jako e-mail s tím rozdílem, že u e-mailu všichni přesně vědí, jak funguje, zatímco u DS má třetina jen mlhavou představu. Bankovní identita je nejznámějším prostředkem pro identifikaci a autentizaci na internetu.

Meziročně došlo k výraznému zvýšení podílu osob, které si DS spontánně vybaví jako nástroj pro komunikaci se státem. Mírně vzrostl i podíl osob, které DS znají podpořeně. Výrazně narostlo také povědomí o bankovní identitě.



Hlavní zjištění (2)

Datové schránky

DS nyní vlastní necelá třetina všech dospělých. Z těch, kteří mají jasný přehled o tom, co jsou datové schránky, ji vlastní téměř polovina. Desetina DS sice nemá, ale plánuje si ji v budoucnu zřídit a dvě pětiny DS zatím nechtějí. **Ti, co zřízení DS plánují, si od ní slibují snadnější komunikaci s úřady a úsporu času.** Lidé, kteří DS vlastní, ale nevyužívají, a lidé, kteří DS nechtějí, stále preferují osobní návštěvu na úřadě.

Meziročně se výrazně zvýšil podíl osob, které DS využívají, a to i mezi fyzickými osobami nepodnikajícími, kterým nebyla zřízena povinně. Více než polovina aktivních uživatelů **by DS doporučila** svým přátelům a známým. **Hlavními důvody** k doporučení jsou **pohodlnost použití, rychlost, levnost, záruka doručení a notifikace.** Odpůrci DS se rekrutují především z řad OSVČ, kteří schránku mají až od letošního roku. Spokojenost dlouhodobých uživatelů se nezměnila.

Aktivní uživatelé **dobře hodnotí** všechny aspekty DS, **nejlépe způsob/řešením přihlášení, naopak největší výhrady** míří **k neintuitivnímu ovládání a nepřehlednému prostředí.** Jako negativa DS jsou uváděny složitý přístup pro lidi bez internetu, mazání zpráv po 90 dnech, nejasnosti ohledně zpoplatnění služby a občasné poruchy s přihlášením.

Technickou podporu DS v minulosti využila pouze malá část účastníků a účastnic výzkumu, s řešením problému byli převážně spokojeni.



Hlavní zjištění (3)

Kampaň

Sdělení o DS se podařilo úspěšně vnést do veřejného prostoru. Informace o DS zaznamenaly téměř **tři čtvrtiny lidí**. **Samotnou kampaň viděly tři pětiny lidí**, hlavně v televizi a dále na internetu.

Komunikovaná témata si lidé vzali za svá, sdělení byla uvěřitelná a **správně fungovala jako call to action nástroj**, což se propadlo do nárůstu počtu dobrovolně založených datových schránek.

Lidé, kteří kampaň viděli nebo slyšeli, ji hodnotili jako **srozumitelnou a podle velké části měla potenciál přilákat nové uživatele**. Polovině z nich se **kampaň líbila a rozhodně nevadila** (dvě pětiny vyjádřily neutrální postoj).

Za hlavní téma kampaně byla spontánně uváděna časová úspora a snadnost komunikace, podpořeně to pak byla pohodlnost, rychlost a flexibilita služby.

Kampaň podle vlastního vyjádření vyvolala zájem u 15 % lidí, kteří ji zaznamenali (tj. 9 % všech dospělých).



Hlavní zjištění (4)

Podnikatelé

Dvě pětiny podnikatelů jsou v kontaktu se státem na celostátní úrovni aspoň jednou ročně, na obecní úrovni je to přes 80 % z nich.

Většina podnikatelů si vybaví DS spontánně a skoro všichni ji znají podpořeně.

Skoro všichni podnikatelé už mají DS (podle vlastního vyjádření) zřízenou – aktivně ji využívají téměř dvě třetiny podnikatelů. **Polovina aktivních uživatelů DS ji začala využívat letos.**

Pro vstup používají hlavně **uživatelské jméno a heslo.**

Polovina podnikatelů by DS doporučila ostatním (NPS +35), ale podíl odpůrců je u nich vyšší než v populaci.

Podnikatelé častěji využili technickou podporu a častěji k ní mají výhrady.

Kampaň se podnikatelům líbila víc než obecné populaci, ve větší míře se jim zdála vhodná pro lidi jako jsou oni, ale přinesla informace, které už znali.



Parametry výzkumu

Cíl výzkumu

- Zmapovat názory a povědomí české veřejnosti o elektronizaci veřejné správy před a po kampani
- Změřit povědomí o kampani

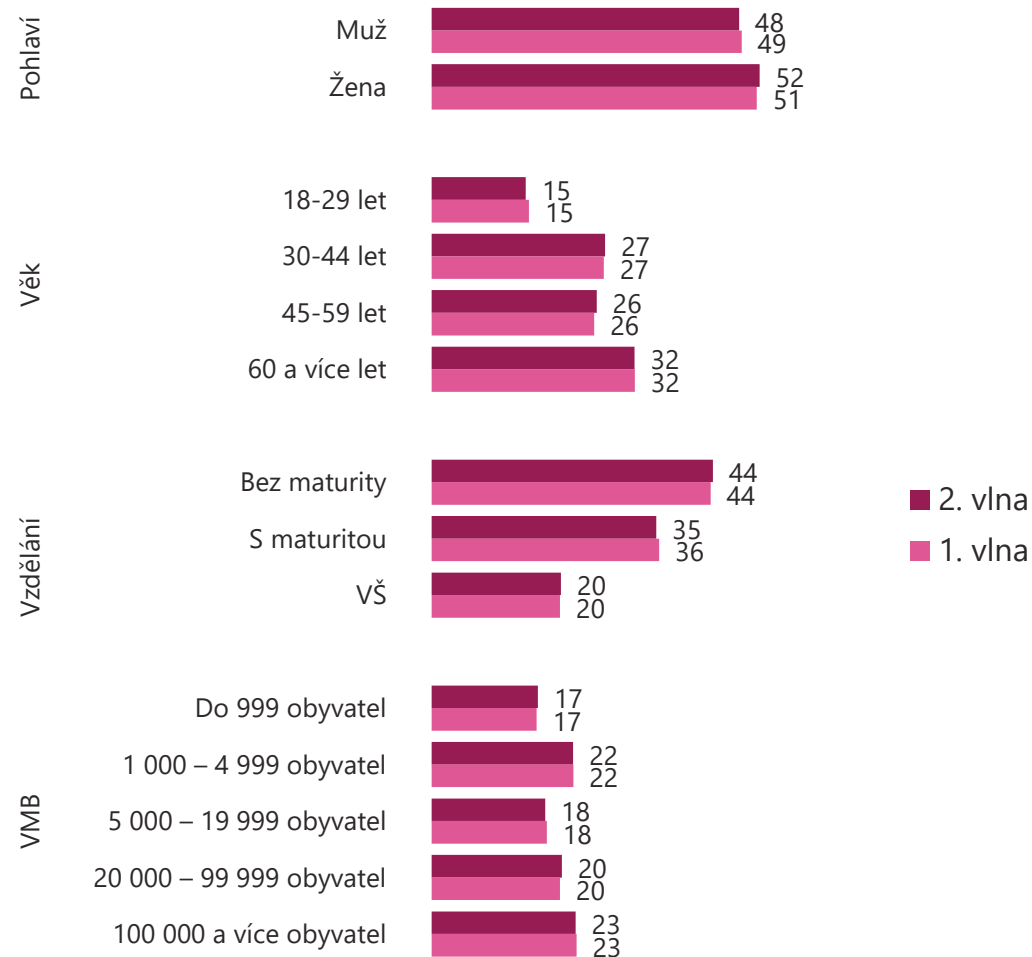
Cílová skupina

- Věk 18 a více let
- Reprezentativní dle pohlaví, věku, vzdělání, regionu a velikosti místa bydliště

Detaily terénního šetření

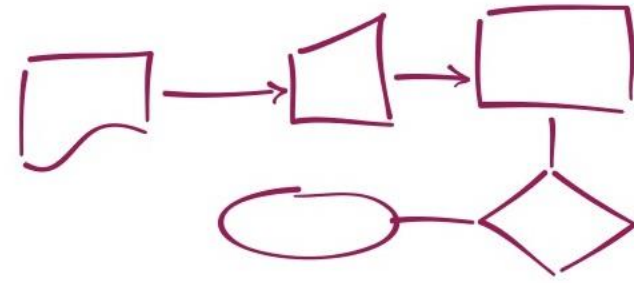
- Metodika: CAWI dotazování
- Počet realizovaných rozhovorů: 1. vlna: 1507, 2. vlna: 1513
- Termín sběru dat: 1. vlna: 27. - 30. 5. 2022, 2. vlna: 17. - 23. 5. 2023
- Výběr: kvótní
- Data: nevážená

/Ve zprávě byly použity obrázky z unsplash.com/



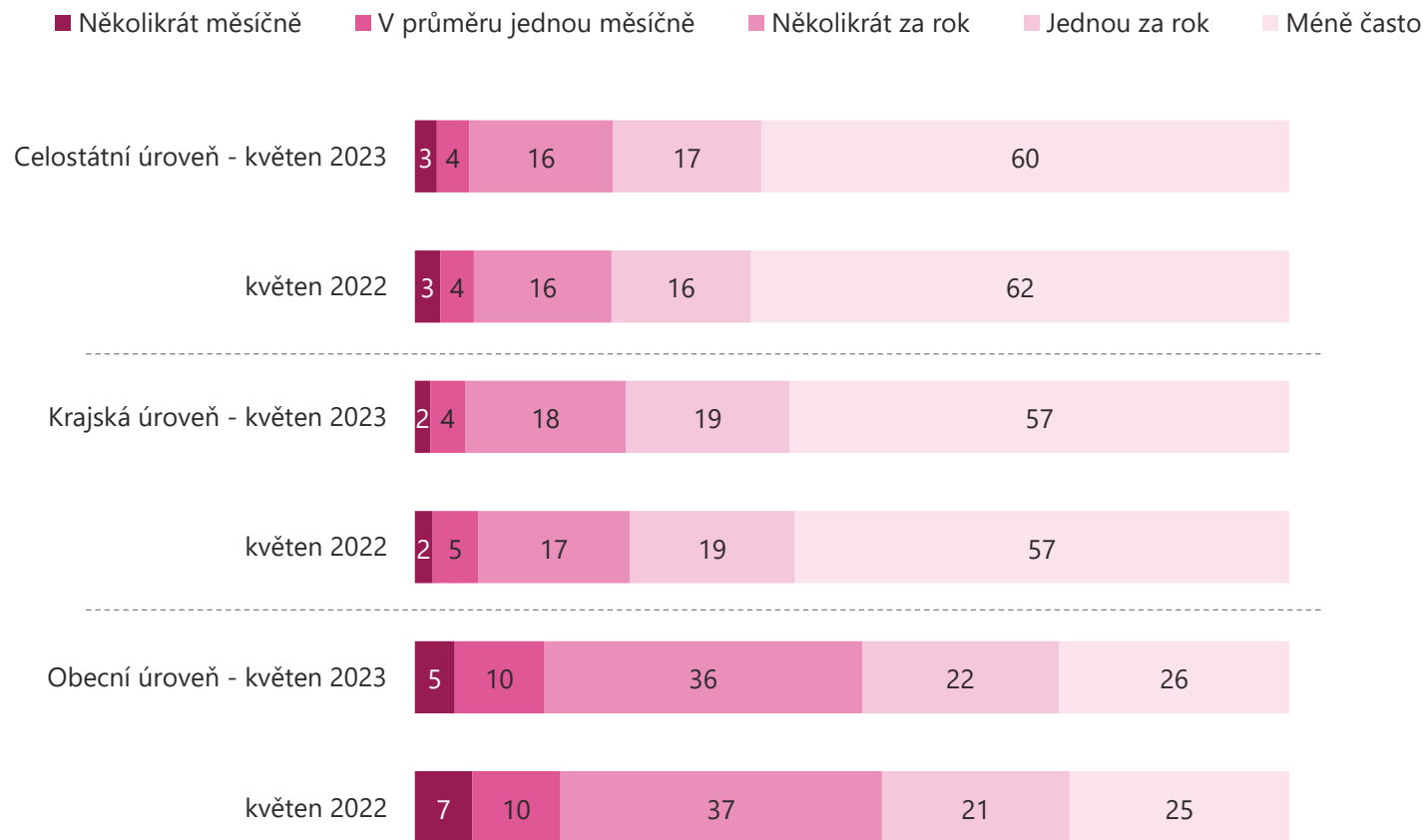
Všichni respondenti, 1. vlna: n=1507, 2. vlna: n=1513 [údaje v %]





Detailní zjištění - Povědomí o eGovernmentu

Lidé jsou v kontaktu s úřady spíše na lokální úrovni, u obcí v polovině případů několikrát za rok



Na celostátní úrovni s úřady komunikují **častěji lidé v mladším věku** od 30 do 44 let. **Přes 70 % seniorů** je v kontaktu s úřady **méně než jednou za rok**.

Častěji na celostátní úrovni s úřady komunikují **také vysokoškoláci**.

Rozdíly podobné celostátní úrovni se ukazují **také na krajské úrovni**.

Na obecní úrovni komunikují lidé s úřady v podobné míře bez ohledu na věk. Pořád ale platí, že lidé s **VŠ a ekonomicky aktivní** komunikují trochu častěji.

Meziročně nedošlo k významné změně.

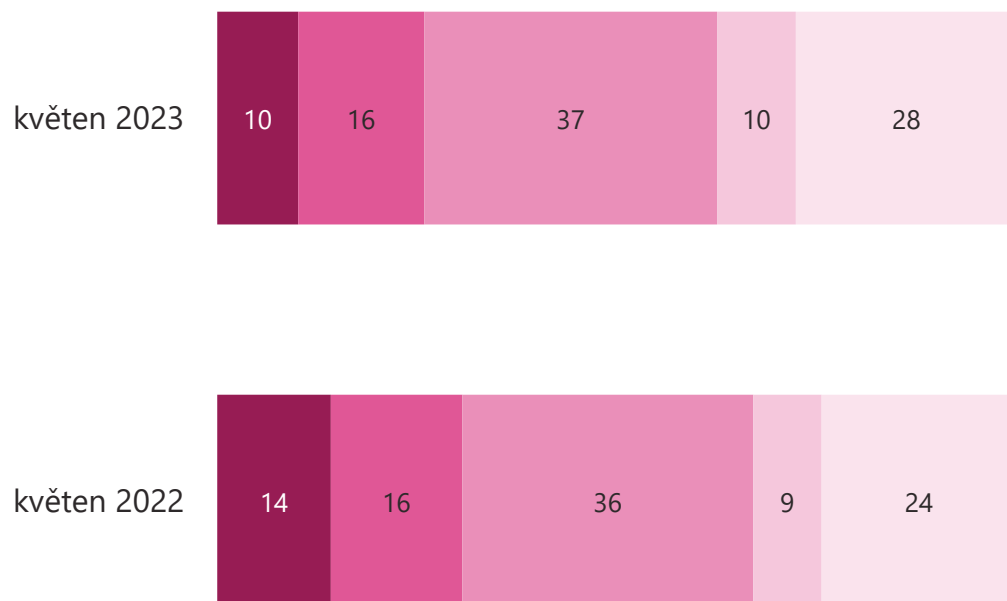
Jak často přijdete do kontaktu s úřady (ať už z osobních či pracovních důvodů) na následujících úrovních?

Všichni respondenti, 1. vlna: n=1507, 2. vlna: n=1513 [údaje v %]



Dvě třetiny osob vyhledávají informace od státních institucí minimálně několikrát za rok

■ Několikrát měsíčně ■ V průměru jednou měsíčně ■ Několikrát za rok ■ Jednou za rok ■ Méně často



Minimálně jednou měsíčně vyhledávají informace od státních institucí **častěji lidé s úplným středoškolským nebo vysokoškolským vzděláním. Lidé bez maturity** hledají informace **méně než jednou za rok ve třetině případů.**

Meziročně nedošlo k významné změně.

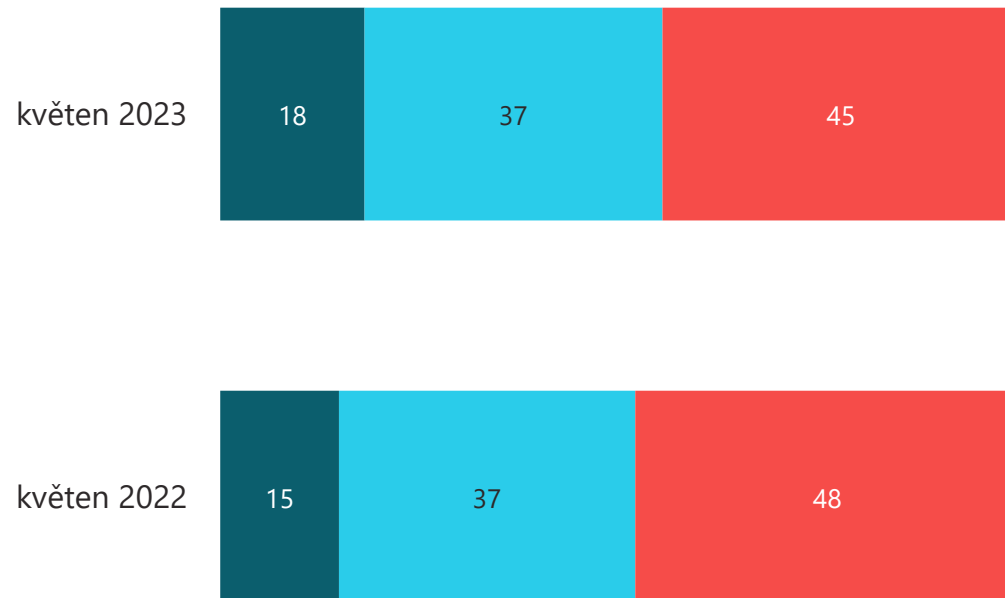
Jak často vyhledáváte informace, které poskytuje stát a další úřady k řešení různých životních a pracovních situací?

Všichni respondenti, 1. vlna: n=1507, 2. vlna: n=1513 [údaje v %]



eGovernment je známý přibližně polovině dospělých Čechů

- Ano, vím přesně, o co se jedná
- Ano, už jsem o pojmu slyšel(a), ale nevím přesně, o co se jedná
- Ne, pojem neznám



O eGovernmentu mají přehled spíše muži, nejvíce o něm ví lidé ve věku mezi 30 a 44 lety, vysokoškoláci a lidé ekonomicky aktivní.

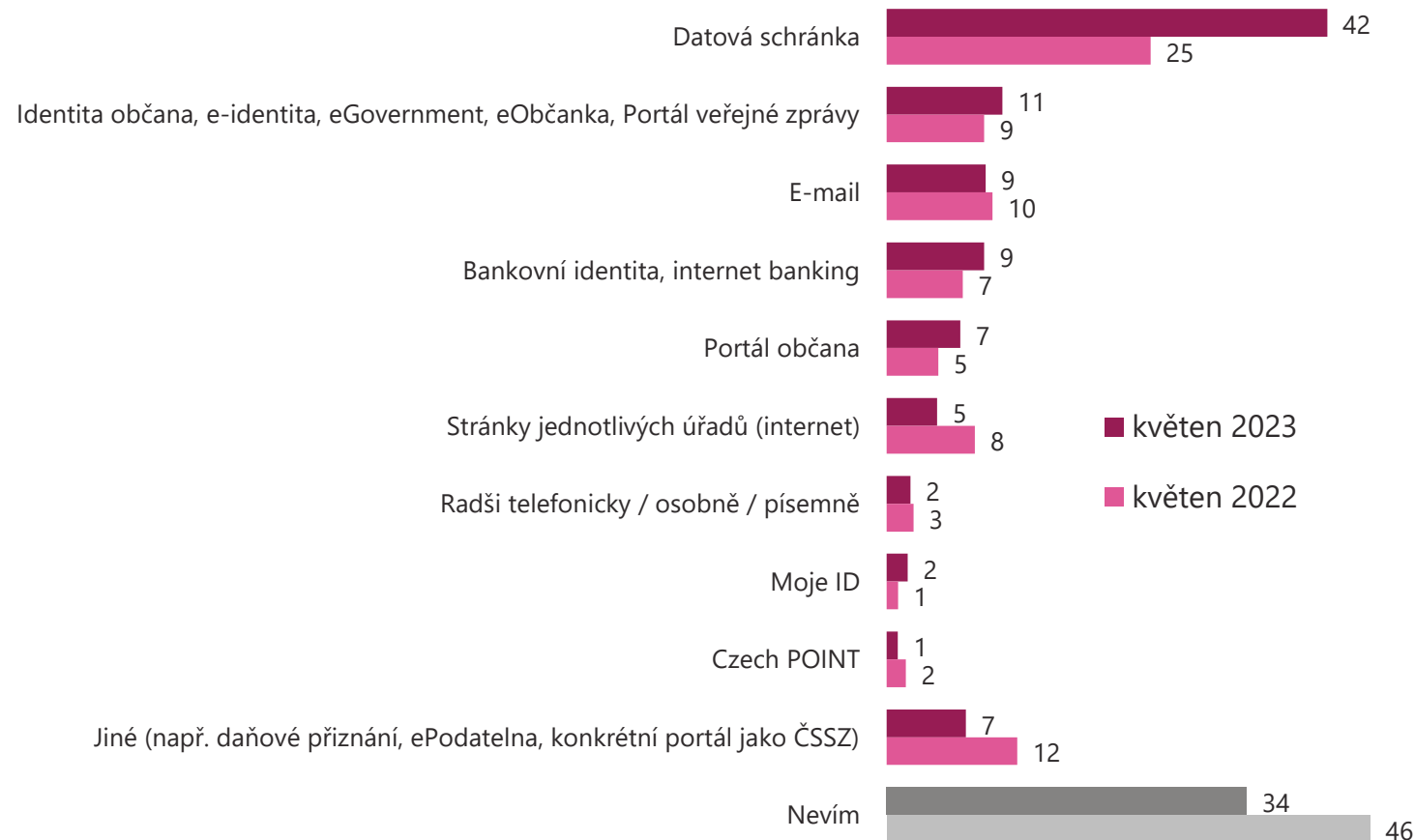
Meziročně nedošlo k významné změně.

Slyšel(a) jste již někdy o eGovernmentu, který je popisován také jako elektronická komunikace s veřejnou správou? Víte, co eGovernment znamená?

Všichni respondenti, 1. vlna: n=1507, 2. vlna: n=1513 [údaje v %]



Spontánní znalost datovek jako způsobu komunikace se státem se významně zvýšila



Způsoby komunikace **přes datovou schránku**, uváděli častěji lidé mezi 30 a 44 lety, lidé s maturitou nebo vysokoškolským vzděláním, lidé z Prahy a lidé ekonomicky aktivní. **Mezi podnikateli je to dokonce 74 %.**

Meziročně se výrazně zvýšila spontánní znalost datových schránek.

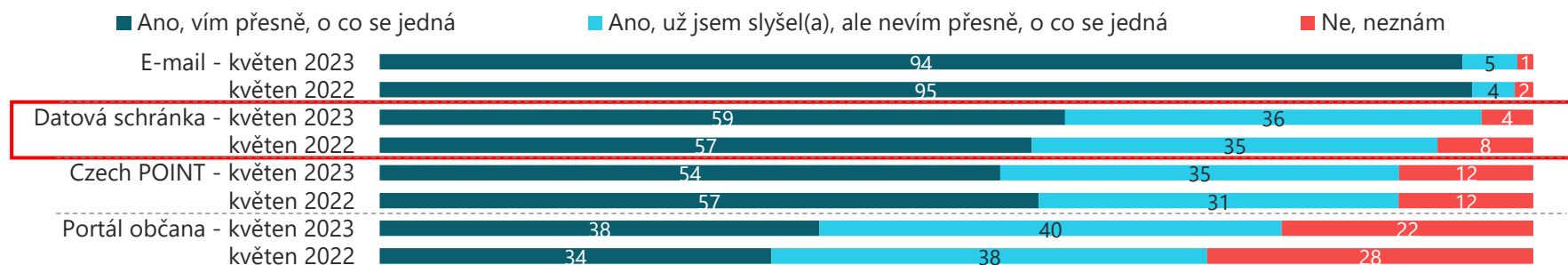
Víte, pomocí jakých nástrojů je možné nyní komunikovat s úřady elektronicky?

Všichni respondenti, 1. vlna: n=1507, 2. vlna: n=1513 [údaje v %]

Spontánní znalost



Už i tak vysoká podpořená znalost datovek ještě posílila

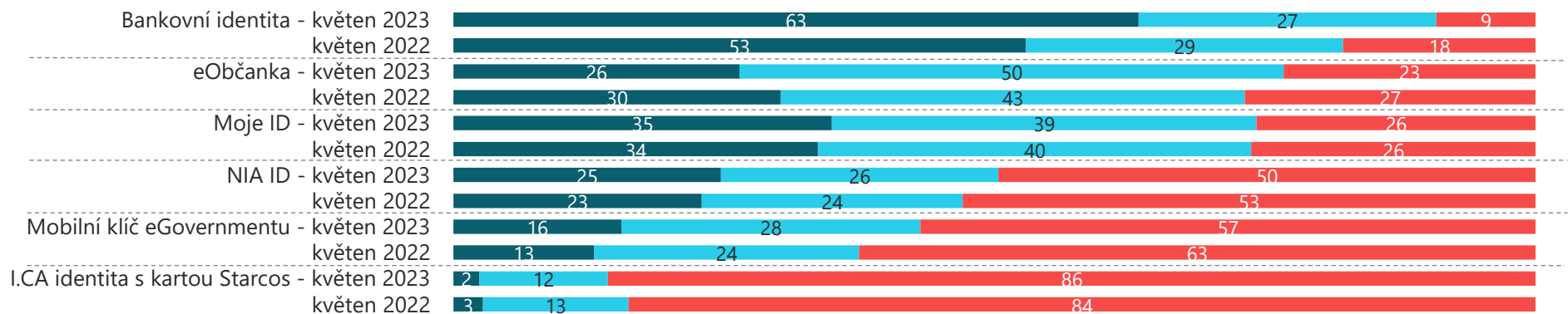


Které z následujících způsobů komunikace s úřady, kromě osobní návštěvy či zasílání dokumentů v listinné podobě poštou, znáte, nebo jste o nich alespoň slyšel/a?

Všichni respondenti, 1. vlna: n=1507, 2. vlna: n=1513 [údaje v %]
Podpořená znalost

Meziročně se znalost způsobů komunikace s úřady nezměnila, ale **vzrostlo povědomí o jednotlivých identifikačních nástrojích.**

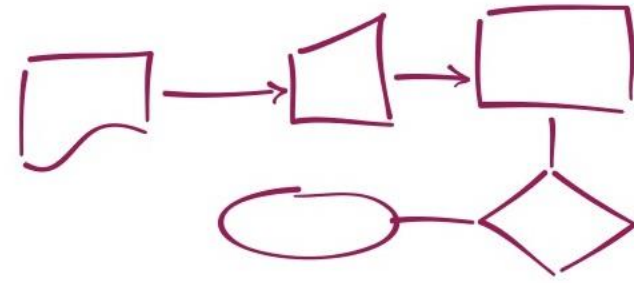
Většinu nástrojů znají častěji lidé ve věku 30-44 let, lidé s VŠ vzděláním a zaměstnanci (mobilní klíč, DS a CzechPoint i podnikatelé).



A jaké znáte nástroje pro identifikaci a autentizaci občana v prostředí internetu?

Všichni respondenti, 1. vlna: n=1507, 2. vlna: n=1513 [údaje v %]

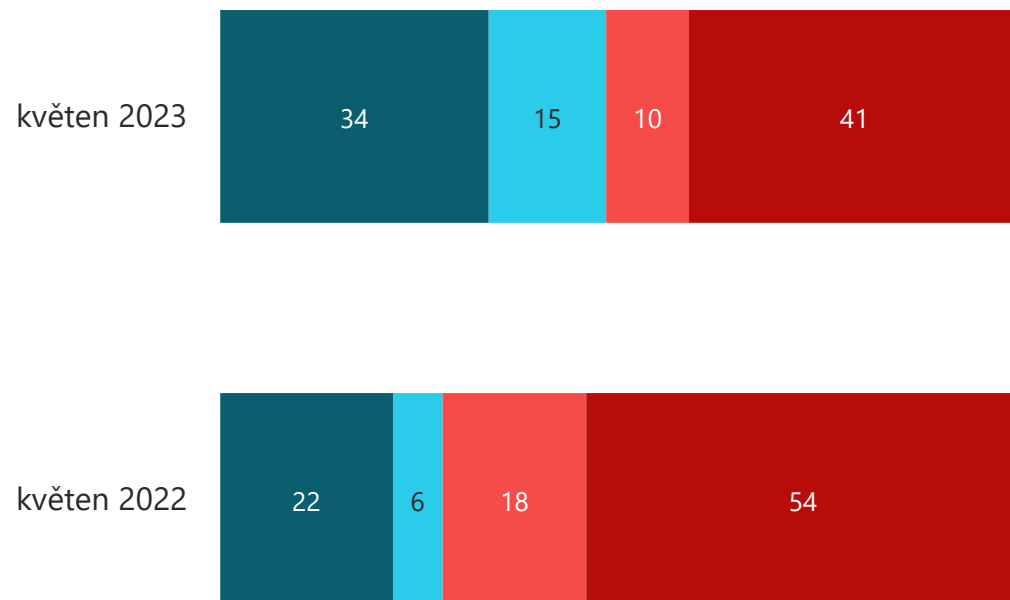




Detailní zjištění – Datové schránky

Podíl lidí, kteří aktivně využívají datovku, roste

■ Ano a aktivně ji využívám ■ Ano, ale nevyžívám ji ■ Ne, ale chystám si ji zřídit ■ Ne a nechystám si ji zřídit



Aktivně datovou schránku (DS) využívají častěji muži, lidé ve věku mezi 30 – 59 lety a podnikatelé.

Meziročně se výrazně zvýšil podíl lidí, kteří datovou schránku mají a podíl lidí, kteří ji aktivně využívají.

Celkově má DS 29 % populace 18+ (loni to bylo 16 %).

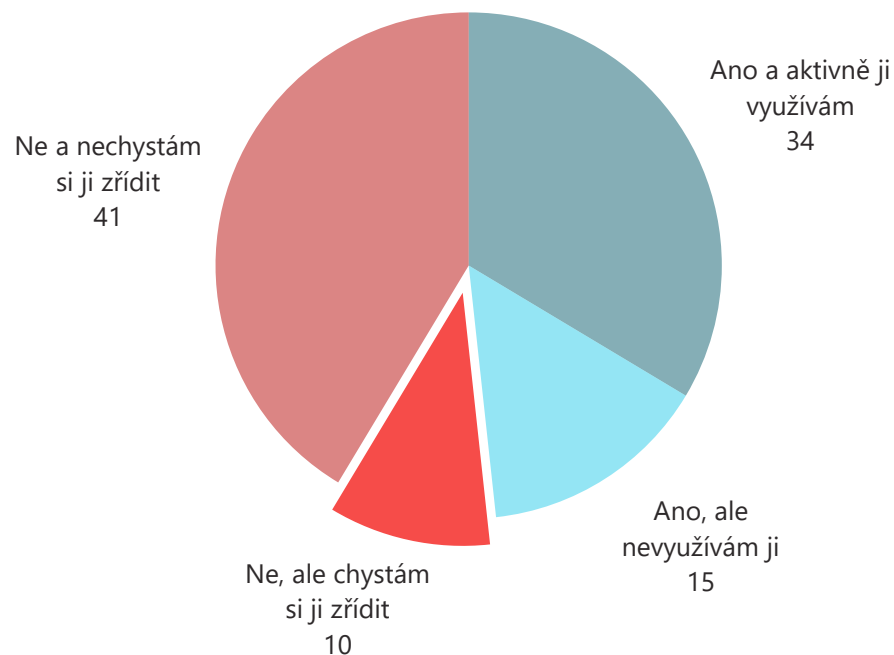
Máte datovou schránku zřízenou?

Respondenti, kteří přesně vědí, co je datová schránka, 1. vlna: n=852, 2. vlna: n=899 [údaje v %]



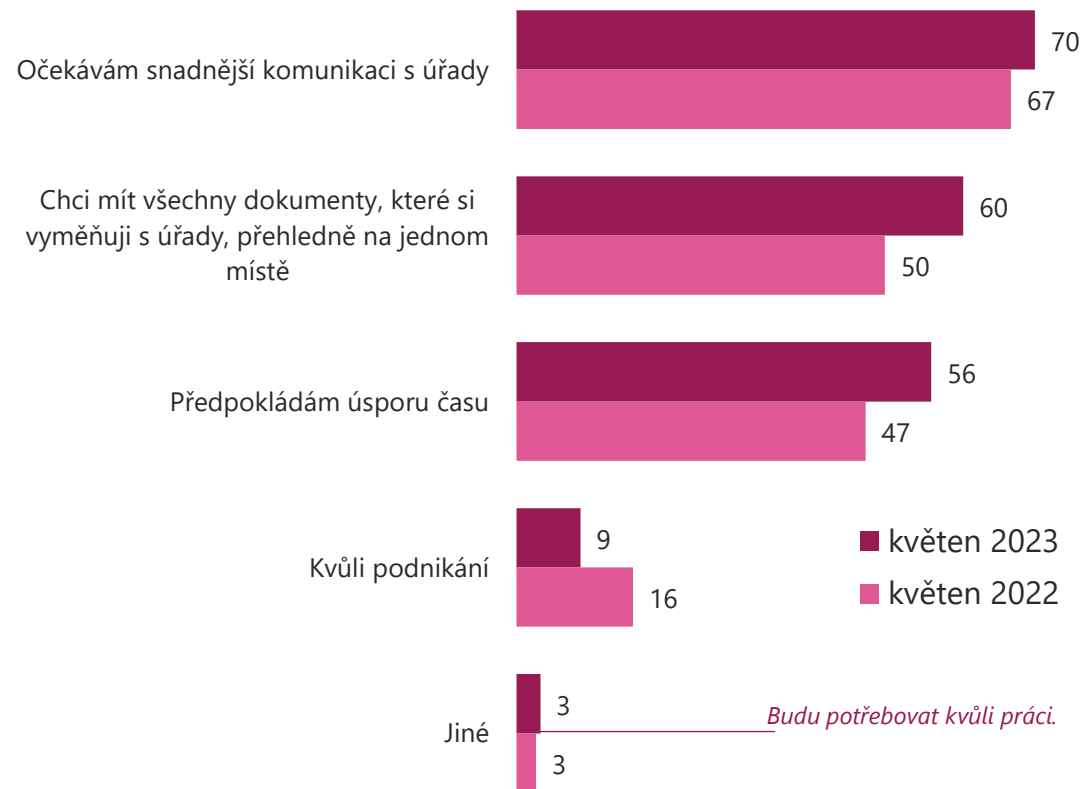
Od zřízení DS si lidé nejčastěji slibují snadnější komunikaci s úřady

Meziročně se v souvislosti s DS zvýšilo očekávání přehledné komunikace a časové úspory.



Máte datovou schránku zřízenou?

Respondenti, kteří přesně vědí, co je datová schránka, 2. vlna: n=899 [údaje v %]



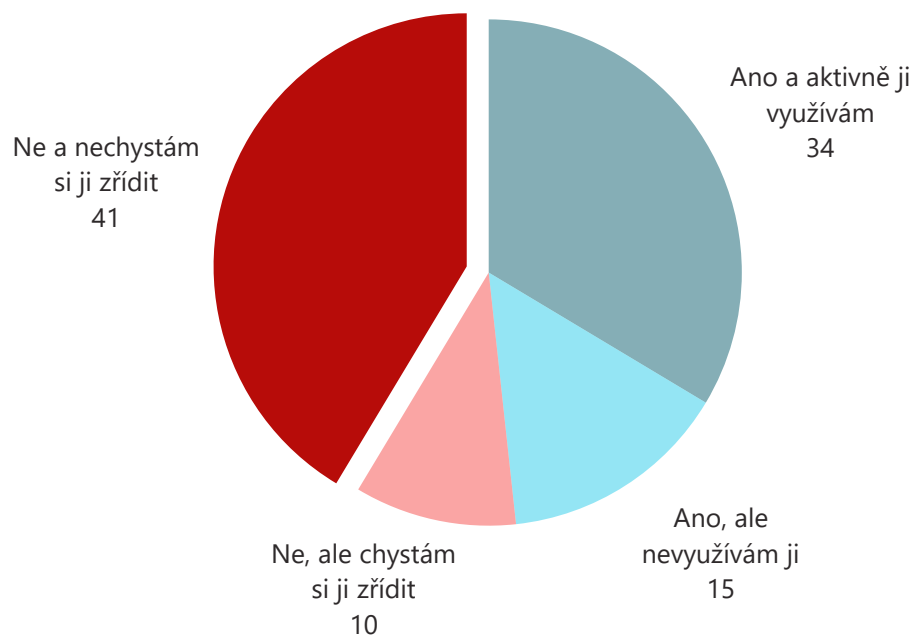
Z jakého důvodu se chystáte zřídit si datovou schránku?

Respondenti, kteří DS nemají, ale chystají se zřídit si ji, 1. vlna: n=153, 2. vlna: n=93 [údaje v %] Možnost více odpovědí

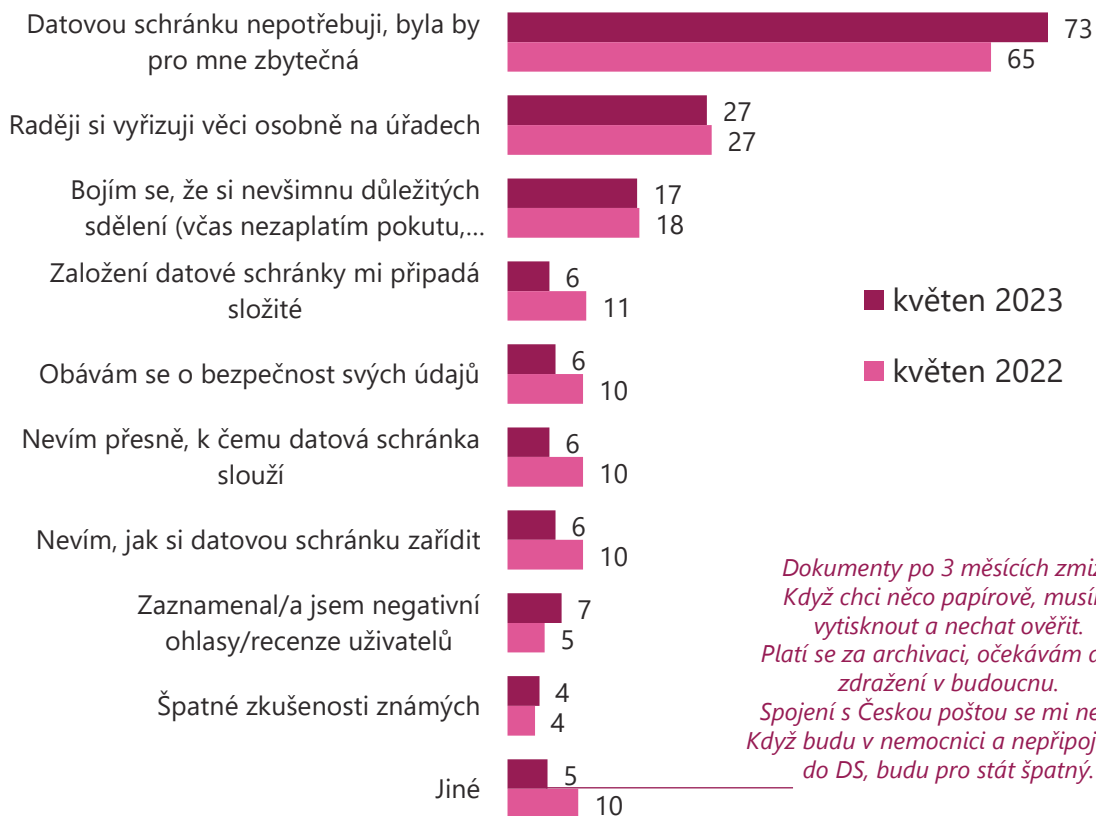


Důvodem pro odmítání DS je zejména pocit, že jde o zbytečnou věc

Obavu z přehlédnutí informace v DS mají častěji lidé s VŠ vzděláním a lidé ve věku 30-44 let.



Máte datovou schránku zřízenou?
Respondenti, kteří přesně vědí, co je datová schránka, 2. vlna: n=899 [údaje v %]



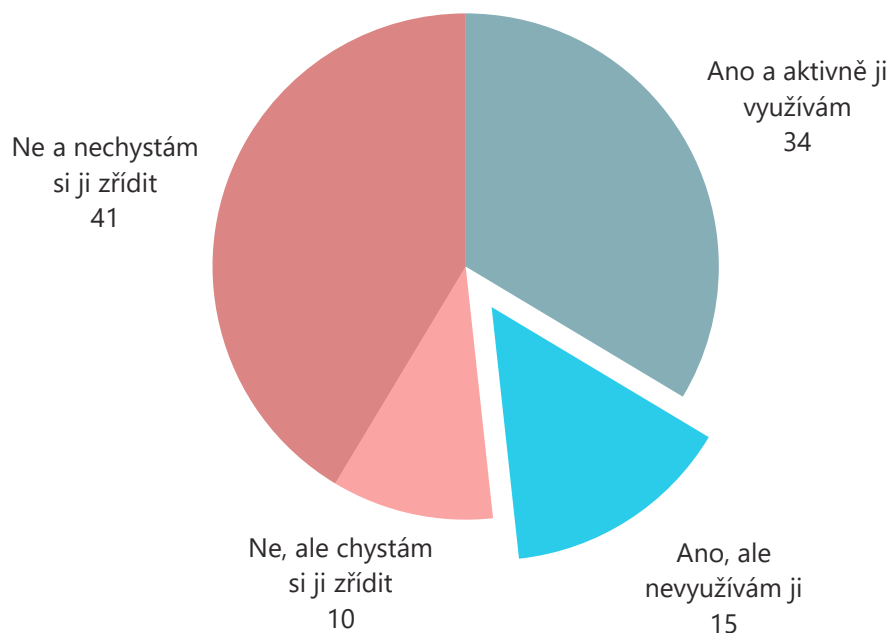
*Dokumenty po 3 měsících zmizí.
Když chci něco papírově, musím vytisknout a nechat ověřit.
Platí se za archivaci, očekávám další zdražení v budoucnu.
Spojení s Českou poštou se mi nelíbí.
Když budu v nemocnici a nepřipojím se do DS, budu pro stát špatný.*

Z jakého důvodu se nechystáte zřídit datovou schránku?
Respondenti, kteří DS nemají ani si ji neplánují zřídit, 1. vlna: n=462, 2. vlna: n=372 [údaje v %] Možnost více odpovědí



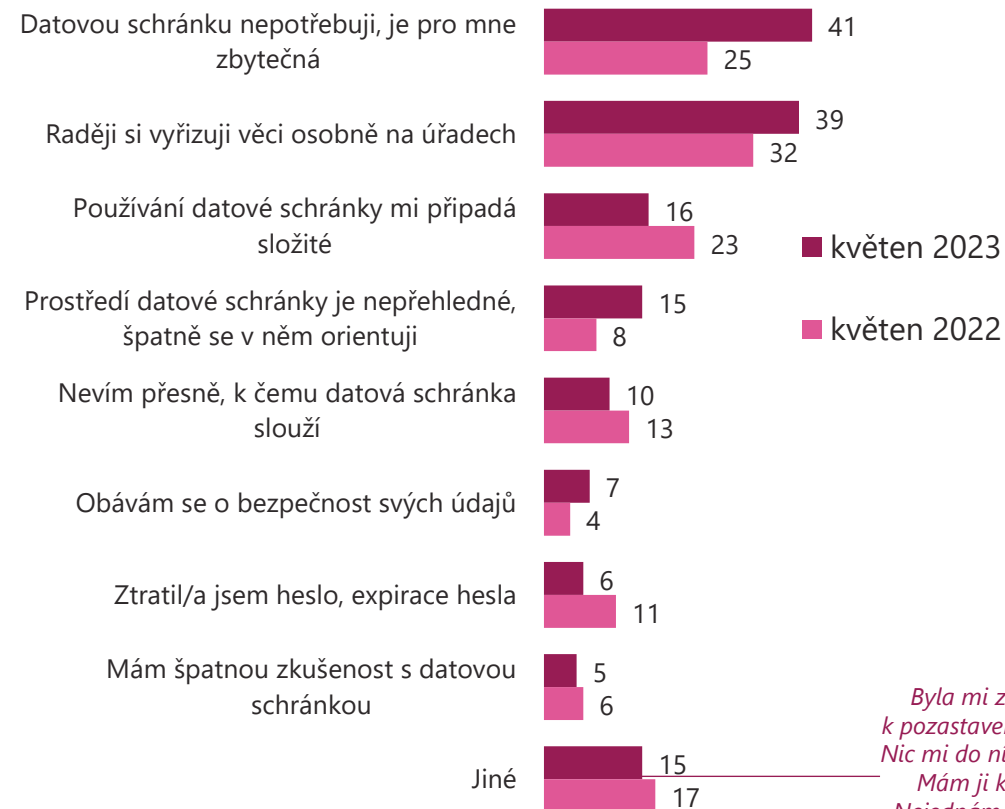
Ti, kteří DS mají ale nevyžívají, tak činí primárně proto, že jim DS připadá zbytečná, raději stále vyřizují věci osobně

Ženy a lidé bez maturity častěji preferují osobní jednání na úradě. Meziročně narostl pocit, že je schránka nepotřebná a nepřehledná, naopak klesl podíl lidí, kteří ji považují za složitou.



Máte datovou schránku zřízenou?

Respondenti, kteří přesně vědí, co je datová schránka, 2. vlna: n=899 [údaje v %]



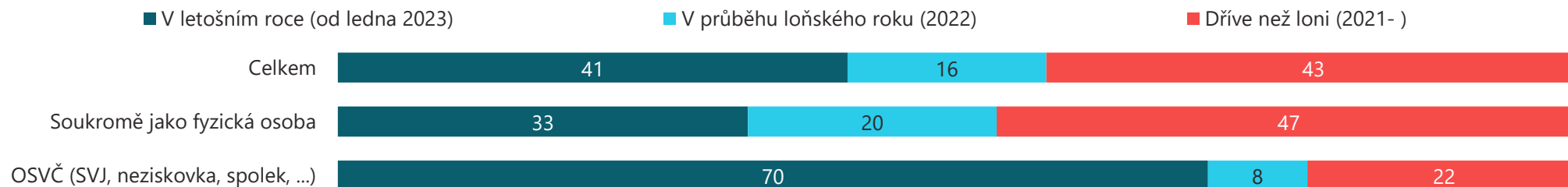
Byla mi zřízena k pozastavenému ŽL. Nic mi do ní nechodí. Mám ji krátce. Nejednám s úřady.

Z jakého důvodu nevyžíváte datovou schránku?

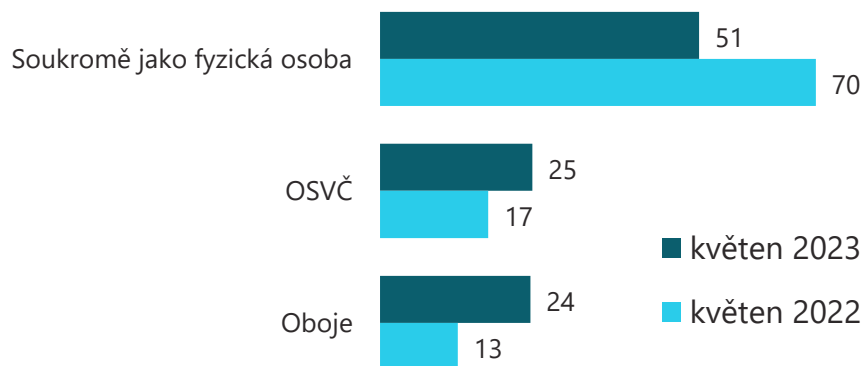
Respondenti, kteří DS mají, ale nevyžívají ji, 1. vlna: n=53, 2. vlna: n=132 [údaje v %]
Možnost více odpovědí



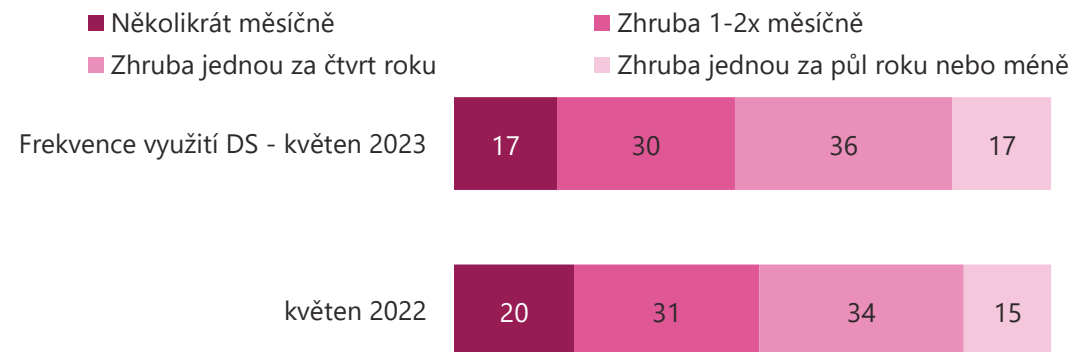
Uživatelé DS ji využívají nejčastěji 1x za 1/4 roku a výrazná část s tím začala letos. V polovině případů se jedná o podnikatelské účely.



Kdy jste začal/a datovou schránku využívat?
Respondenti, kteří DS mají a využívají, 2. vlna: 302 [údaje v %]



Využíváte datovou schránku soukromě jako fyzická osoba nebo jako OSVČ (případně člen SVJ, neziskovka, spolek, firma, ...)?
Respondenti, kteří DS mají a využívají, 1. vlna: n=184, 2. vlna: 302, [údaje v %]



Jak často datovou schránku využíváte?
Respondenti, kteří DS mají a využívají, 1. vlna: n=184, 2. vlna: 302 [údaje v %]

Meziročně vzrostlo využívání DS hlavně mezi podnikateli, došlo k němu ale i u nepodnikajících. V letošním roce začaly DS využívat častěji ženy.



Víc než polovina vlastníků DS, by ji známým doporučila

Meziročně došlo k poklesu NPS – mírně klesl podíl těch, co by doporučili a vzrostl podíl těch, co by nedoporučili. Vysoké NPS mají lidé 18-29letí a lidé, kteří DS založili do r. 2021 včetně. Někteří „nováčky se s datovkou ještě sžívají.

*Neintuitivní, složité, zdlouhavé.
Nepříjemné rozhraní.
Komplikace pro SVJ a malé spolky.*

*Chci jednat s člověkem.
Diskriminuje lidi bez PC a internetu.
Složité pro starší lidi.*

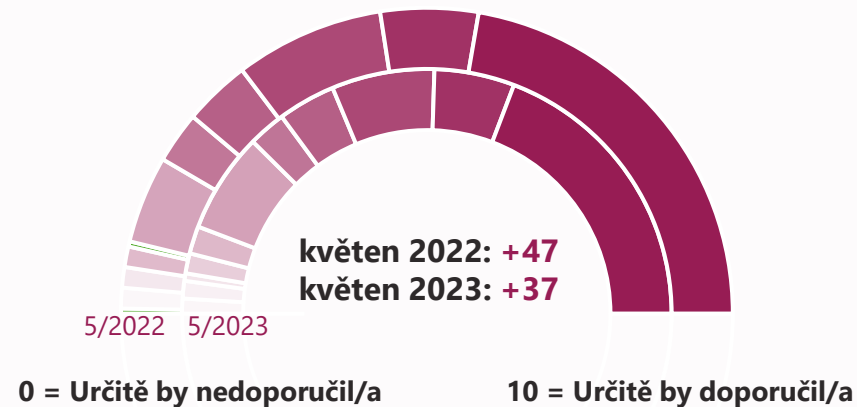
*Dostal jsem dopis pro někoho jiného.
Problém s přihlášením.*

*Zpoplatněné e-maily.
Zprávy mizí po 90 dnech.
Nepřeposílá na e-mail.*

Používání datové schránky má své nevýhody, např. přístup provozovatele (Č. pošty), který se chová poněkud svévolně (např. nuceně zapne placenou službu "na zkoušku zdarma", ale bez možnosti ihned ji odmítnout a vypnout, takže kdo ji zapomene vypnout v definovaném období v budoucnu, bude asi muset minimálně jednou zaplatit - to považuji za ukázkovou nekalou obchodní praktiku).

Net Promoter Score

NPS = % Promoters (9-10) - % Detractors (0-4)



Na základě svých zkušeností, doporučil/a byste datovou schránku svým přátelům a známým?
Respondenti, kteří DS mají a využívají, 1. vlna: n=184, 2. vlna: 302
[údaje v %]

*Nemusím na úřad.
Nemusím na poštu.
Nemusím jednat s úředníkem.
Nemusím si brát volno v práci na vyřízení.
Oficiálnější než e-mail.
Identifikace při úředních podáních.
Vyřídím kdykoli mám čas.*

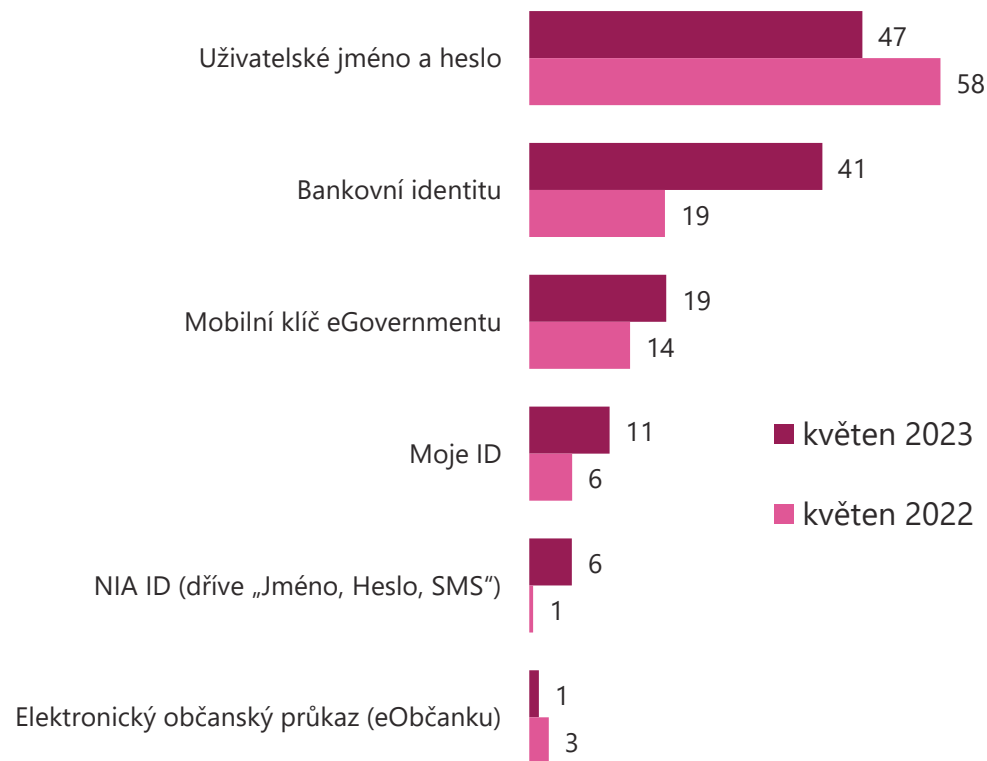
*Je to rychlé, jednoduché a zdarma.
Eliminuje drahé doporučené dopisy.
Méně papírování.
Snadné zřízení.
Různé způsoby přihlášení.
Notifikace SMS a e-mailem.
Lze nahrát dokumenty z mobilu/PC.
Nemusím hlídat správnou adresu úřadu.
Záruka doručení (nedůvěřuji České poště).
Archivace, přehled a historie v jednom.*

*Posunuté termíny.
Přehled o lhůtách k vyřízení.
Upozornění na termíny (TK auta, splatnost daní).*

*Elektronické výpisy s rejstříků zdarma.
Náhled do osobních údajů na ČSSZ.
Podání výpovědi zaměstnavateli.
Pravidelný přehled o přístupech k mým údajům.
Vyřídím RP, OP, pas.
Komunikace je možná i se subjekty mimo státní správu.*



Obliba bankovní identity jako způsobu přihlašování do datovky roste, jméno+heslo naopak klesá, stále je to ale nejčastější způsob



Přihlašování pomocí uživatelského jména a hesla využívají častěji ženy a podnikatelé. Mobilní klíč je běžnější u mladších osob do 29 let a mužů. Bankovní identitu používají častěji zaměstnanci.

Meziročně se výrazně zvýšilo přihlášení přes bankovní identitu.

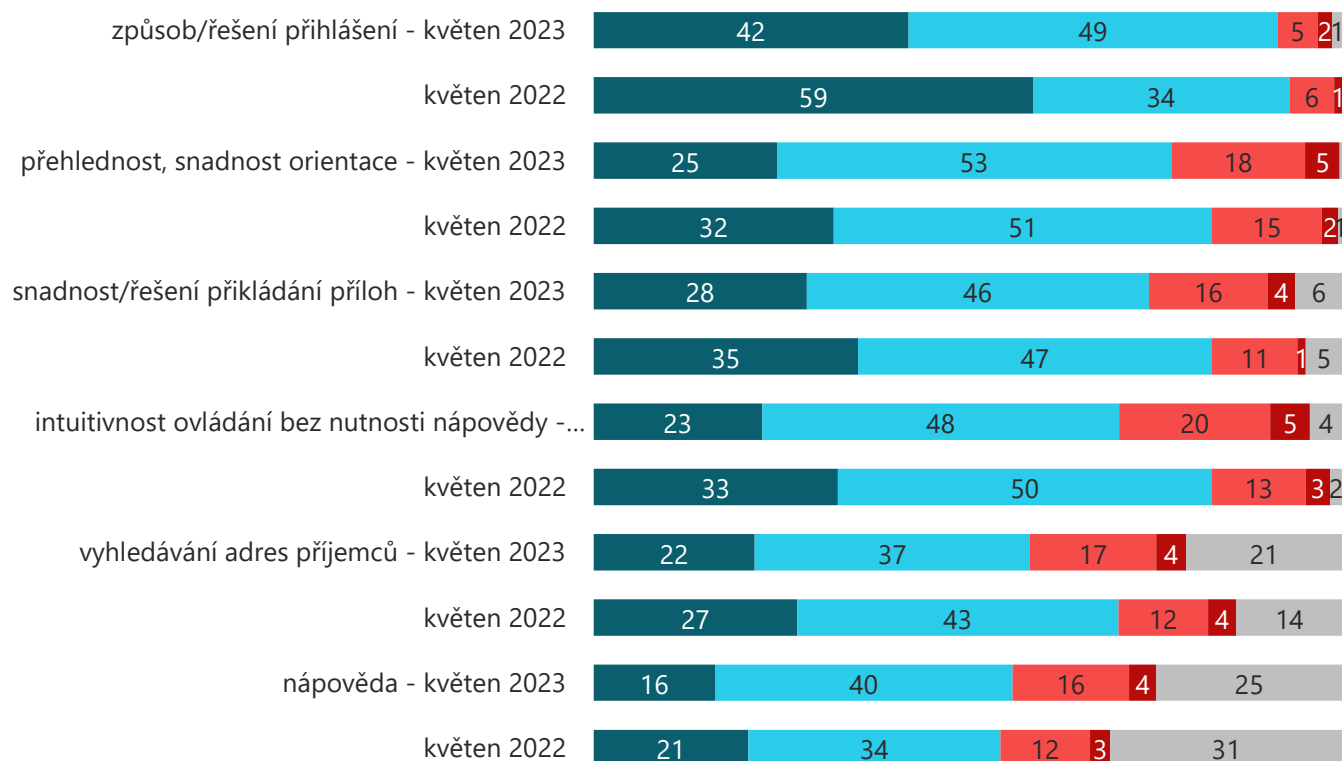
Jaký způsob přihlášení do datové schránky obvykle používáte?

Respondenti, kteří DS mají a využívají, 1. vlna: n=184, 2. vlna: n=302 [údaje v %]



Lidé jsou u DS spokojeni zejména se způsobem a řešením přihlášení, největší části vadí nedostatečná intuitivnost, přehlednost a orientace v portálu

■ Rozhodně spokojen/a ■ Spíše spokojen/a ■ Spíše nespokojen/a ■ Rozhodně nespokojen/a ■ Neumím posoudit



S nápovědou jsou častěji spokojení muži a lidé bez maturity. S vkládáním příloh jsou také spokojenější muži.

Meziročně se mírně zvýšila nespokojnost v některých aspektech – intuitivnost, vkládání příloh a přehlednost. Spokojenost meziročně klesla u intuitivnosti a vyhledávání adres.

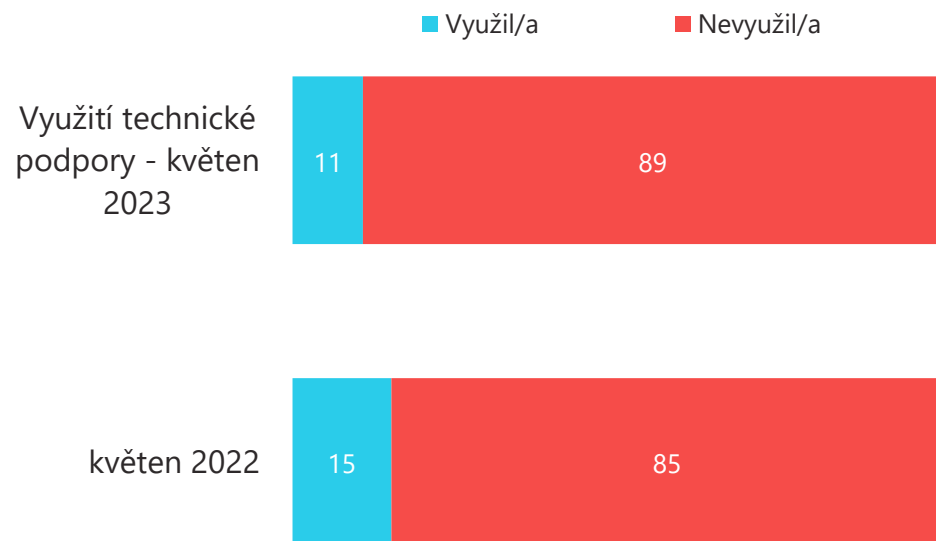
Jak jste spokojen/a u datové schránky s:

Respondenti, kteří DS mají a využívají, 1. vlna: n=184, 2. vlna: n=302 [údaje v %]

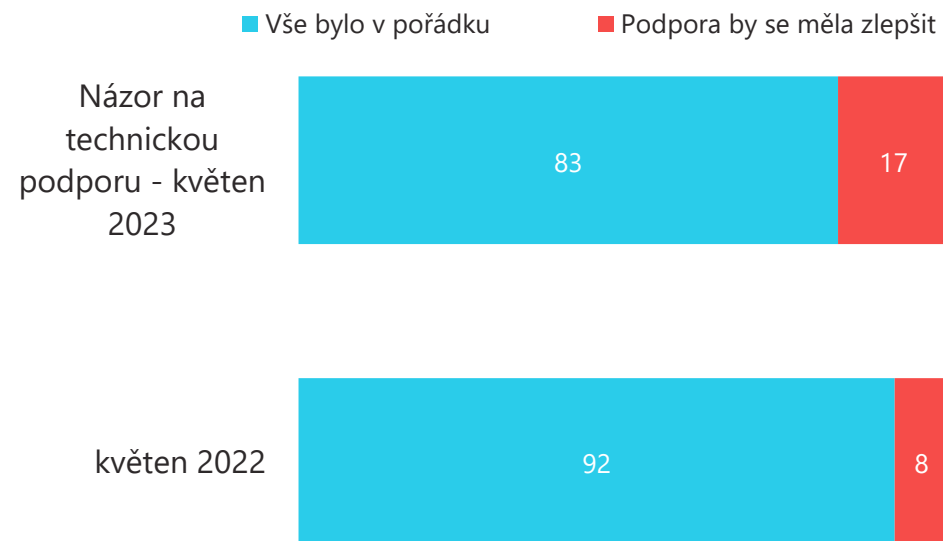


Technickou podporu využila pouze malá frakce osob

Meziročně mírně vzrostl podíl lidí, které by chtěly zlepšení podpory.
Zlepšení podpory častěji uváděli podnikatelé.



Už jste někdy využil/a technickou podporu k datovým schránkám?
Respondenti, kteří mají DS, 1. vlna: n=237, 2. vlna: n=434 [údaje v %]



Je u technické podpory něco, co by se mělo zlepšit?
Respondenti, kteří využili technickou podporu, 1. vlna: n=36, 2. vlna: n= 47 [údaje v %]

Dozvěděla jsem se od automatu přesně to samé jako v písemném návodě a nebylo možné se spojit s fyzickou osobou. Nestíhají a neumí poradit. V určité fázi to zamrzlo. Vůbec mi nepomohli.





Detailní zjištění – Hodnocení kampaně

Vizuály kampaně

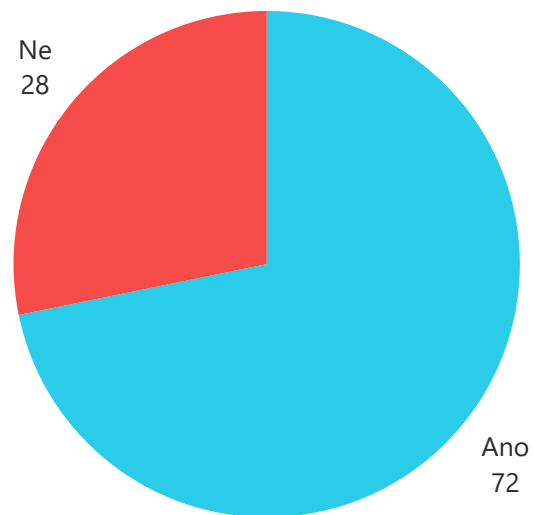


datové schránky



Informace o DS a kampaň zaznamenaly víc než tři pětiny lidí

Téma DS zaznamenali častěji lidé 60+letí a lidé s maturitou nebo VŠ vzděláním.
Kampaň zaznamenali také častěji lidé ve věku 60 + let.



Zaznamenal/a jste v poslední době (od druhé půlky loňského roku), že se mluví o problematice datových schránek? Že na toto téma běžela propagační a informační kampaň?

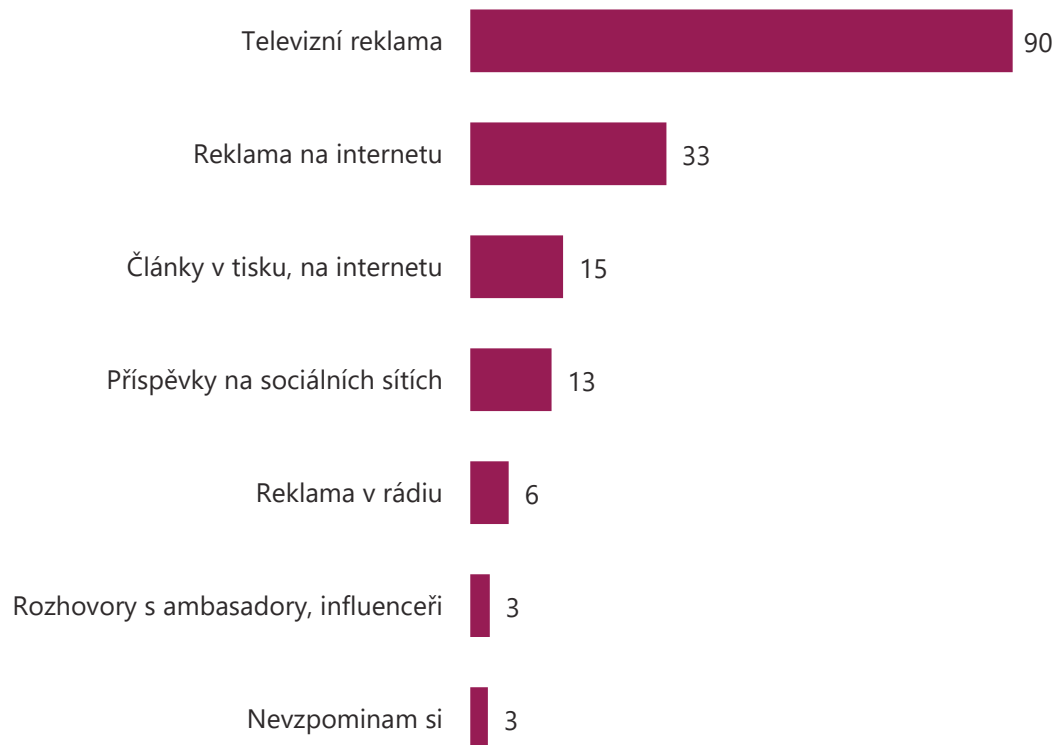
Všichni respondenti, 2. vlna: n=1513 [údaje v %]



Zaznamenal/a jste někde tuto kampaň?
Všichni respondenti, 2. vlna: n=1513 [údaje v %]



Hlavní zásah měla televizní reklama



Zkuste si, prosím, vzpomenout, kde všude jste kampaň zaznamenal/a.

Respondenti, kteří zaznamenali kampaň, 2. vlna: n=926 [údaje v %]

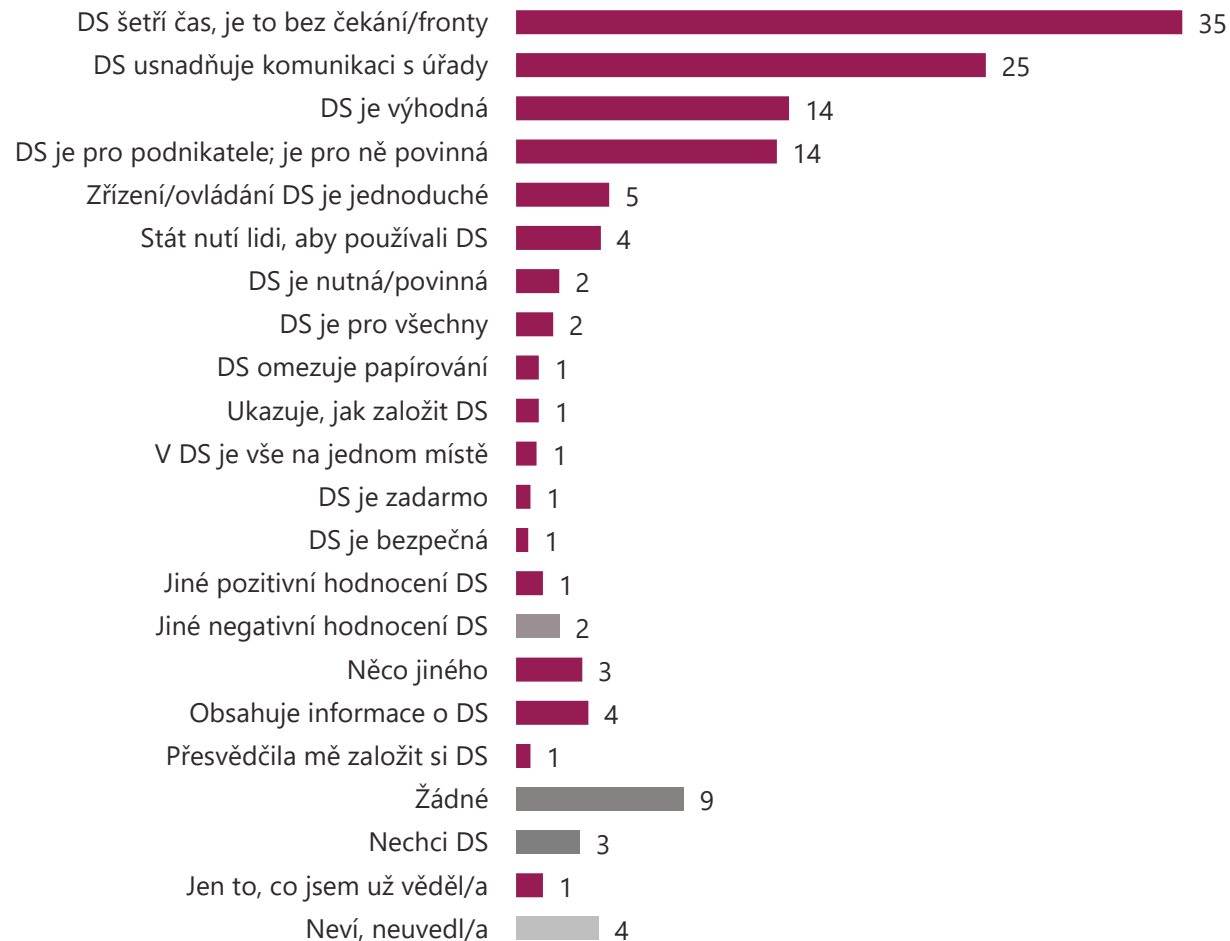
Mladí do 29 let častěji viděli v této souvislosti influencery, sociální sítě a reklamu na internetu.

Televizní reklamu častěji viděli ženy, lidé 45+ a lidé ekonomicky neaktivní.

Reklamu v tisku nebo na internetu a v rozhlase častěji zaznamenali muži.



Hlavním sdělením byla časová úspora a snadná komunikace s úřady



Úsporu času a snadnou komunikaci si z kampaně častěji odnesli ženy, lidé do 44 let, lidé s maturitou nebo VŠ vzděláním, lidé z Prahy a ekonomicky aktivní lidé.

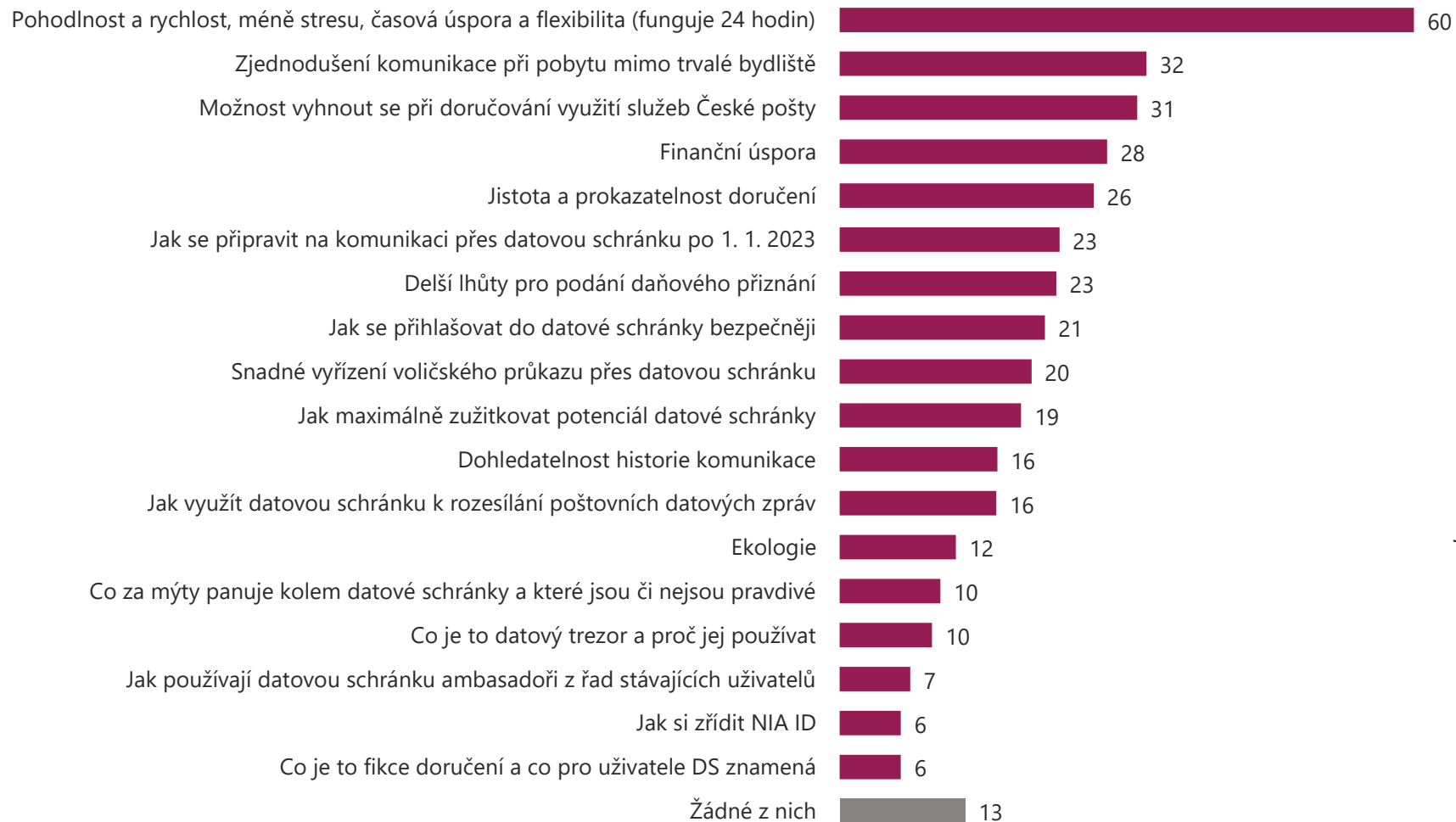
Podnikatelé častěji uváděli, že informace znali už před kampaní.

Zkuste popsat, jaké sdělení jste si z kampaně odnesl/a?

Respondenti, kteří zaznamenali kampaň, 2. vlna: n=926 [údaje v %]



Hlavním tématem kampaně byla pohodlnost a flexibilita služby



Mladí do 29 let zaznamenali snadnější komunikaci, ekologický aspekt a kolující mýty.

Lidé s maturitou zaznamenali častěji pohodlnost a finanční úsporu.

Lidé s VŠ vzděláním zaznamenali častěji jistotu doručení a vyřízení voličského průkazu.

Zaznamenal/a jste v kampani v souvislosti s datovými schránkami některá z těchto témat?

Respondenti, kteří zaznamenali kampaň, 2. vlna: n=926 [údaje v %]



Kampaň se líbila téměř polovině příjemců, velká část má neutrální postoj



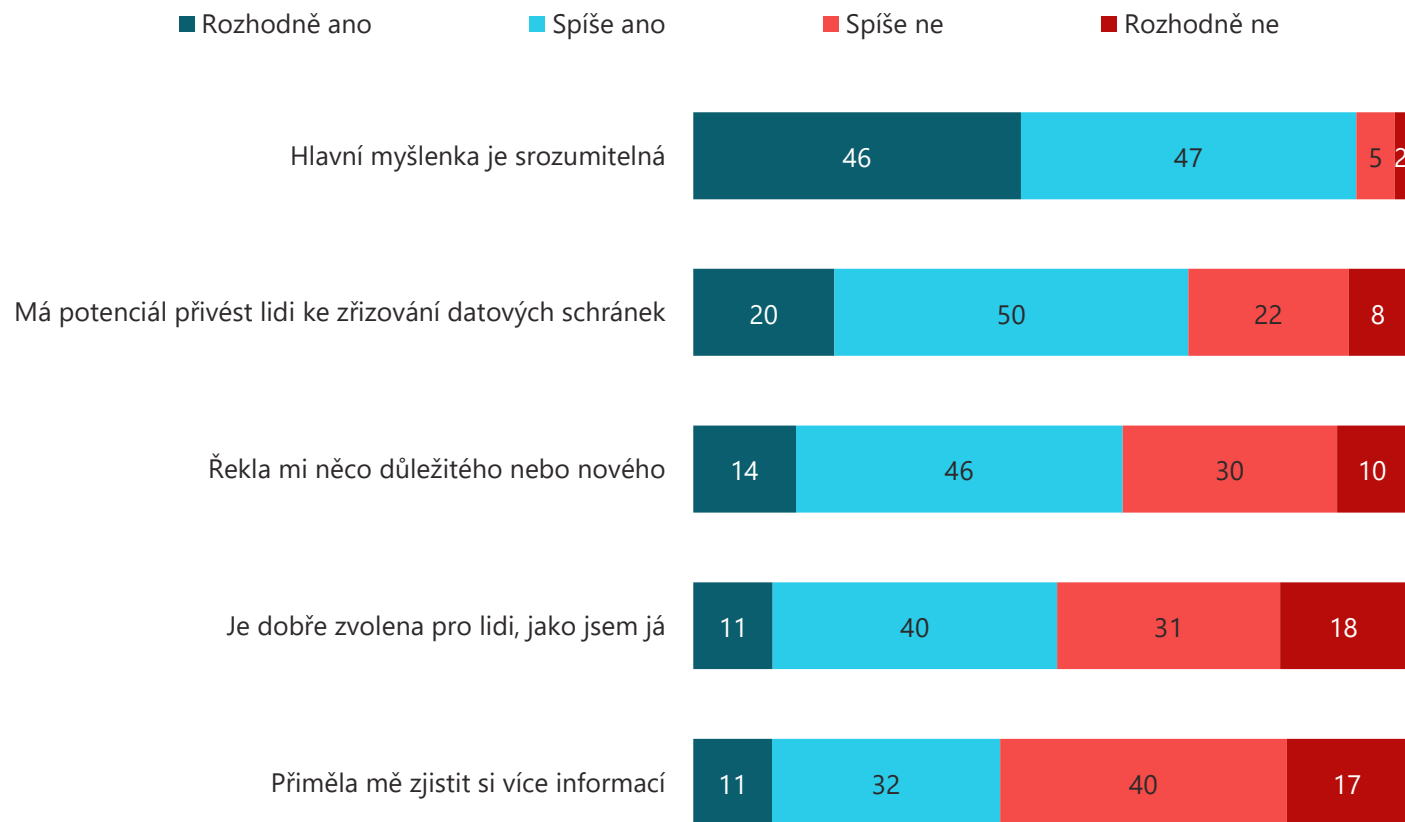
Kampaň se líbila častěji lidem ve věku 18 – 44 let, lidem s VŠ vzděláním a podnikatelům.

Když se zamyslíte nad tím, jak na Vás kampaň působí, která z následujících možností nejlépe odpovídá vašemu postoji?

Respondenti, kteří zaznamenali kampaň, 2. vlna: n=926 [údaje v %]



Kampaň byla hlavně srozumitelná



Kampaň měla silnější odezvu u osob ve věku 18-29 let a naopak slabší odezvu u osob 60+.

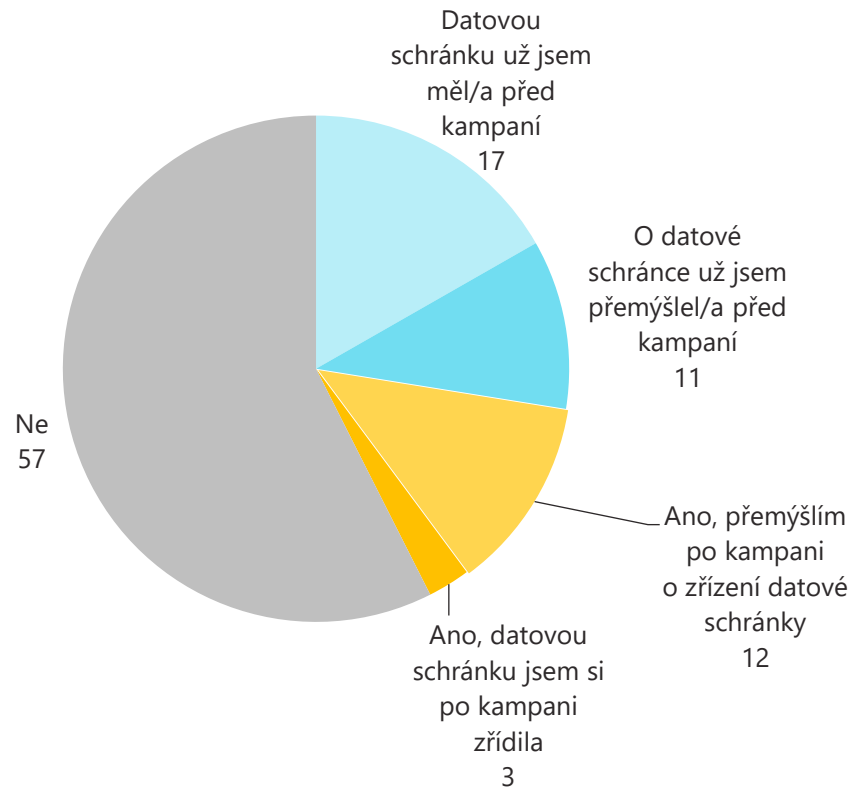
Kampaň řekla něco nového častěji ženám a má podle nich také potenciál přimět lidi k založení DS.

Do jaké míry souhlasíte s následujícími výroky, které se týkají kampaně?

Respondenti, kteří zaznamenali kampaň, 2. vlna: n=926 [údaje v %]



Kampaň podnítila zájem o DS u 15 % lidí, kteří ji viděli



O zřízení DS po kampani přemýšlejí častěji ženy a lidé do 29 let.

Přiměla vás osobně kampaň k přemýšlení, že si zařídíte datovou schránku?

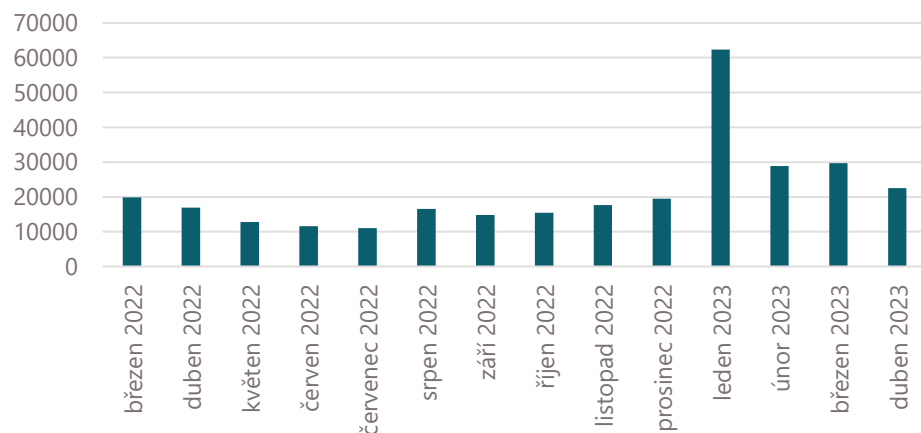
Respondenti, kteří zaznamenali kampaň, 2. vlna: n=926 [údaje v %]



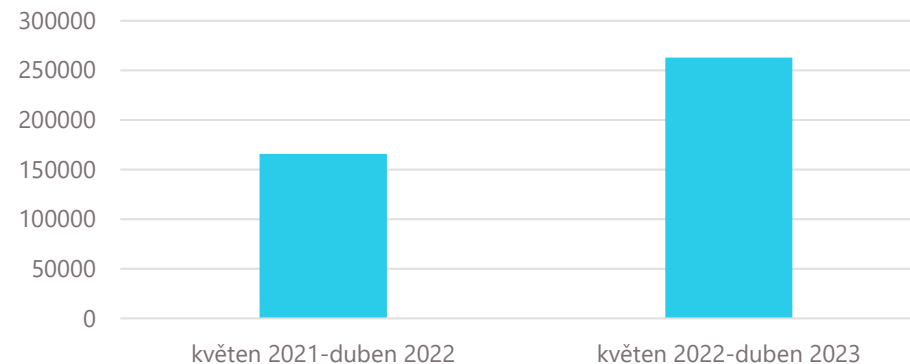
Počty dobrovolně zřízených DS rostly v průběhu kampaně u fyzických podnikajících i nepodnikajících osob

Zákonná povinnost zřízení DS platí pro podnikající fyzické osoby od ledna 2023. V důsledku informací z kampaně se však podnikatelé a podnikatelky na změnu začali připravovat už dříve a schránky zřizovali sami už před koncem roku 2022. **Kampaň měla za následek i nárůst dobrovolně zřízených DS** u fyzických osob (nepodnikajících). Meziročně vzrostl počet zřízených DS u nepodnikajících o 58 %.

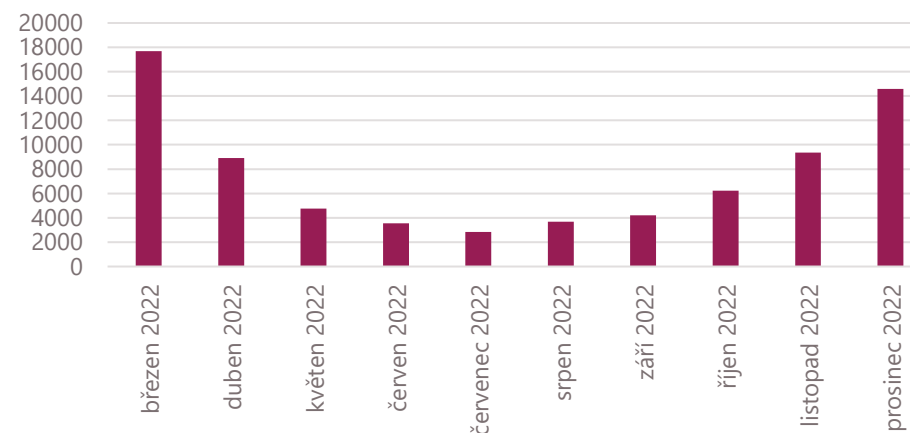
Fyzická osoba – počty zřízených DS



Fyzická osoba – počty zřízených DS



Podnikající fyz. osoba – počty zřízených osob



Počty zřízených datových schránek, data MV ČR
[údaje v abs. číslech]



Kontakt na realizátora výzkumu



Gabriela Šamanová
Client Service Manager

+420 604 310 500
samanova@stemmark.cz

STEM  MARK

Smrčkova 2485/4
180 00 Praha 8

www.stemmark.cz
[linkedin.com/company/stemmark](https://www.linkedin.com/company/stemmark)
[facebook.com/stemmark](https://www.facebook.com/stemmark)



Pomáháme nejen našim klientům



PRO VÝZKUM

NÁZORY MĚNÍ SVĚT

- ✓ Zaručujeme Vám, že výzkum není prodej
- ✓ Chráníme údaje
- ✓ Minimalizujeme množství údajů při sběru a zpracování
- ✓ Jsme transparentní
- ✓ Máme souhlas, nebo jiný zákonný důvod pro zpracování
- ✓ Sdílíme údaje jen s výslovným souhlasem
- ✓ Respektujeme práva respondentů
- ✓ Dodržujeme pravidla řádné profesní péče
- ✓ Ručíme za subdodavatele
- ✓ Uplatňujeme dodržování principů v praxi

