

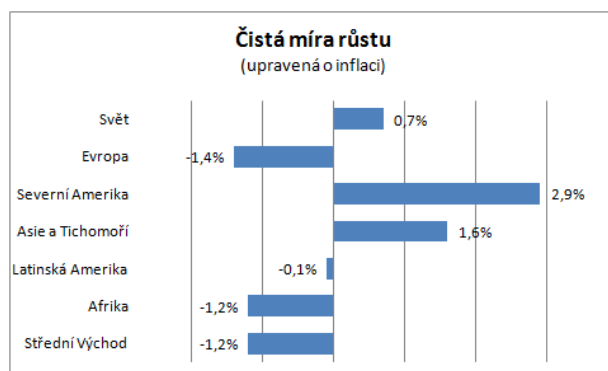
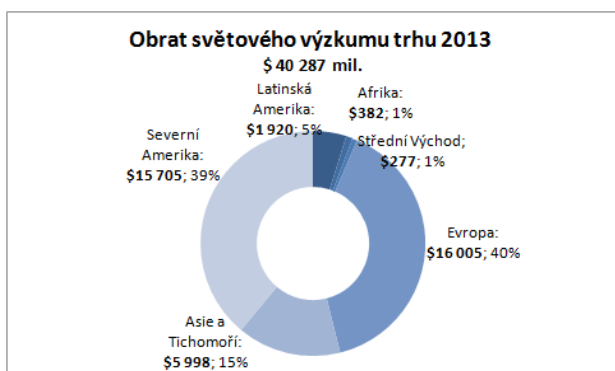
TISKOVÁ ZPRÁVA

Praha, 10. září 2014

Světový výzkumný trh dosahuje 60 miliard dolarů

V právě uveřejněné studii ESOMAR Global Market Research 2014 (data jsou za rok 2013) dosáhl obrat výzkumu trhu a veřejného mínění historicky nejvyšší hodnoty. ESOMAR již několik let do statistik zahrnuje poradenské společnosti (například Gartner, Forrester a IDC) a sektor online analytics. Tento nový segment tvoří 21% trhu a dynamicky roste, zatímco tradiční výzkum si udržuje svou pozici.

Evropa stále trpí pokrizovým blues, růst byl zaznamenán spíše ve východní Evropě, zatímco klasičtí velikáni výzkumu v Evropě - Velká Británie, Německo, Francie - hlásí stagnaci. Česká republika si udržela svou pozici druhé největší země ve střední a východní Evropě, hned za Polskem.



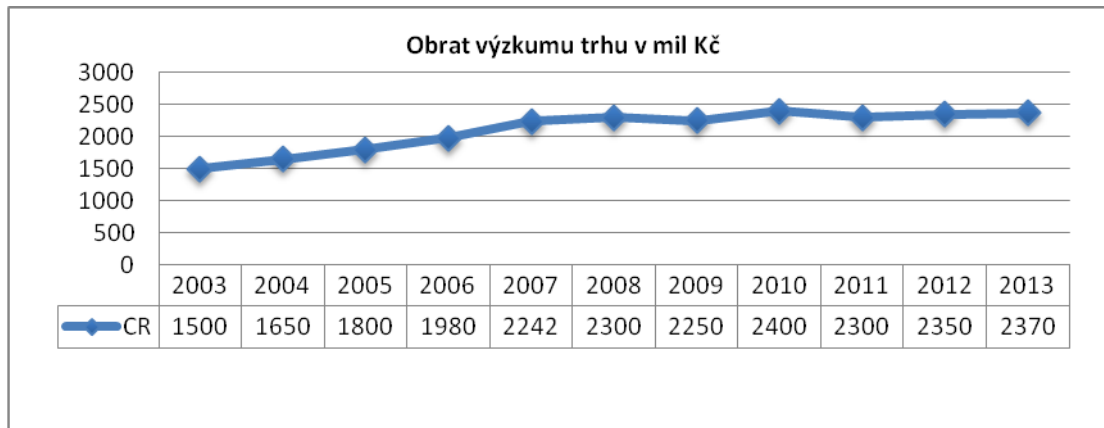
Zdroj: ESOMAR-GMR-2014, data za rok 2013



Klíčovým úkolem pro ESOMAR a celou výzkumnou komunitu je podle Finna Rabena, generálního ředitele ESOMAR, pozvednout vnímání významu výzkumu trhu jako důležitého pozitivního faktoru pro business i celou společnost.

Vývoj obratu trhu v ČR: stabilizovaný stav

Obrat výzkumného trhu se v posledních letech stabilizoval. V roce 2012 byl obrat 2 350 mil Kč, v roce 2013 činil celkový odhadovaný obrat 2 370 mil Kč.



Zdroj: Sdružení agentur pro výzkum trhu a veřejného mínění SIMAR, 2014, obraty v milionech Kč.

Do výpočtu odhadu celkového obratu trhu přispělo 12 členských agentur SIMAR (v tabulce níže vyznačeny tučně) a 9 spolupracujících agentur. Celkový reportovaný obrat je 1 960 mil. Kč, zbytek, cca 17%, tvoří odhad. Při odhadu celkového obratu trhu vycházíme z dat, která byla poskytnuta ostatními agenturami v předešlých letech a přibližného odhadu obratu dalších subjektů, které na trhu působí. V tradičním výzkumném trhu nebyly podle dostupných informací žádné další posuny, spíše vidíme pokles zájmu o menší výzkumné subjekty.

Výhled 2014: zatím žádné velké změny

V roce 2014 je očekávána spíše stabilizace či mírné navýšení, které však souvisí s vývojem ekonomiky a optimismem či pesimismem celého místního podnikatelského sektoru.

V souladu s obecnými trendy v marketingu a prodeji zadavatelé vyhledávají rychlá a levná řešení. V komentářích agentur ke stavu trhu se často objevuje zmínka o tom, že velké projekty postupně nahrazuje větší množství menších zakázek.

Odborníci z výzkumných agentur zmiňují jako jednu z mála oblastí růstu online výzkumy. Tento trend však není pro nikoho překvapivý. Růst online zaznamenáváme již posledních pět let, v roce 2010 byl podíl online výzkumu na celkovém reportovaném odhadu 27%, v roce 2013 je to již 37%. Online se tak stává významnou výzkumnou metodou na českém trhu. I to je jeden z důvodů, proč jsme na semináři SIMAR „[Nezamotejte se do výzkumných online sítí](#)“ spolu se zadavateli objevovali mnohé příležitosti, ale i úskalí a limity těchto metod.

Pořadí agentur podle obratu: v ČR drobné změny

V pořadí agentur na českém trhu došlo k několika změnám, největší agenturou na trhu se v roce 2013 stala agentura AC Nielsen. S nedávno ohlášeným majetkovým propojením agentury AC Nielsen s MEDIARESEARCH se tak můžeme nadít i zajímavých souvislostí v roce 2014. S napětím sledujeme, jak tento souboj dopadne letos. Na třetí příčku si letos dosáhla agentura GfK Czech. V souladu s trendy trhu byl růst agenturního obratu spíše výjimečný, rostoucí agentury dosáhly lepších výsledků například tím, že v ČR umístily centrum, které zpracovává data z jiných zemí. Ukazuje to na to, že si kvality práce našich výzkumníků mezinárodní sítě váží, ale také že obrat z lokálních zdrojů příliš neroste.

AC Nielsen	440 - 460
Ipsos	340 - 360
GfK Czech	200 - 220
Millward Brown	160 - 180
TNS AISA	140 - 160
STEM/MARK	100 - 120
ppm factum	80 - 100
MEDIARESEARCH	60 - 80
Median, NMS Market Research, Incoma GfK	40 - 60
Simply5, MGE Data, DataCollect	20 - 40
Confess Research, CEE Insight, Opinion Window, Kleffmann, ČNP, Mindbridge, Ultex	5 - 20

Zdroj: Sdružení agentur pro výzkum trhu a veřejného mínění SIMAR, 2014, obraty v milionech Kč.

Poznámky pro editory

SIMAR je výběrové neziskové sdružení předních agentur výzkumu trhu a veřejného mínění působících v České republice. SIMAR věnuje hlavní pozornost zvyšování kvality služeb poskytovaných členskými agenturami. Dbá na důsledné dodržování vlastních etických a metodických standardů výzkumu trhu a veřejného mínění, které vycházejí z pravidel ESOMAR. SIMAR formuluje české kvalitativní standardy závazné pro členské agentury SIMAR. Členskými agenturami jsou CONFESS RESEARCH, GfK CZECH, INCOMA GfK, IPSOS, MEDIAN, MEDIARESEARCH, MILLWARD BROWN CZECH REPUBLIC, NMS MARKET RESEARCH, OPINION WINDOW, PPM FACTUM RESEARCH, STEM/MARK a TNS AISA.

Kontakt pro média

Hana Huntová
výkonná ředitelka SIMAR
hana.huntova@simar.cz
602 353 874