



Výzkumné agentury představily na konferenci Jarní SIMAR aktuální pohledy na českou společnost

Praha 26. května 2011 – V Praze dnes proběhlo největší každoroční setkání výzkumných agentur **Jarní SIMAR**, na němž agentury prezentovaly závěry svých nejnovějších studií. Podtitulem letošního, již čtvrtého ročníku byla **kvalita života a kvalita výzkumu**. Odborníci z celkem 12 agentur na konferenci analyzovali různé aspekty života české společnosti a jejich vztah ke spokojenosti lidí i aktuální trendy, které ve společnosti zaznamenávají.

Setkání, které se konalo v Letenském zámečku, uspořádalo **sdružení agentur pro výzkum trhu a veřejného mínění SIMAR** a bylo určeno především pro zadavatele a další odborníky, kteří ve své práci marketingový výzkum využívají. Sdružení SIMAR zde také informovalo o novince letošního roku, kterou je **zavedení pravidelných nezávislých kontrol v členských agenturách**, které přispěje ke zlepšení kvality i pověsti oboru.

Společným jmenovatelem jednotlivých příspěvků byl pohled na to, **jak jsou lidé spokojeni se svým životem a jak měřit jeho kvalitu**. Českou společnost lze dělit podle různých kritérií – jak objektivních ukazatelů, tak subjektivního vnímání vlastní situace. „*Ukazuje se, že kvalitu života ovlivňuje množství různých faktorů, jako je životní styl, příjem, vzdělání, bydliště, ale pocit životního štěstí je také ovlivňován socio-kulturním prostředím nejenom uvnitř jedné země, ale i v rámci globálního pohledu,*“ uvádí **Eva Veisová, předsedkyně sdružení SIMAR**.

Výzkumy potvrzují, že česká společnost se za posledních dvacet let značně diferencovala a lze v ní nyní identifikovat skupiny s různými sociodemografickými charakteristikami i chováním. Společnost se dělí nejen podle kategorií, jako je příjem, ale také podle toho životních perspektiv a přístupu k životu například ve stáří. „*Právě generace starších lidí nad 50 let je příkladem takové skupiny, která se stále více hlásí o slovo. Vykazuje specifické rysy i názory, a pokud je firmy chtějí oslovit a nabídnou jim své produkty a služby, potřebují znát jejich hodnoty i to jak reagují na různé typy marketingové komunikace a jaké hodnoty vyznávají,*“ říká **Tomáš Rychecký, místopředseda sdružení SIMAR**.

Dalším podstatným ukazatelem, který ovlivňuje spokojenost lidí, je to v jakém regionu žijí a velikost sídla (město x venkov). Segmentace a regionální odlišnosti ale nejsou jen záležitostí České republiky, jak dokazují globální studie. Spotřebitelé a jejich hodnoty se významně liší v jednotlivých skupinách zemí. Zatímco v bohatých západních zemích je nejsilnější skupina tzv. „Enjoyers“, lidí, kteří si chtějí života převážně užít a vnímají ho jako plný skvělých věcí, v jiných částech světa převládá důraz na konformitu, bezpečnost či dosažení vysokého statusu.

Na konferenci také zazněly příspěvky, které hodnotily kvalitu života z hlediska využívání moderních technologií, jako je mobilní komunikace a internet, a také dopady nového fenoménu sociálních sítí, které se pro firmy stávají důležitou platformou pro poznání zákazníků a komunikaci s nimi.

O SIMARU

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 TAMBOR, MEDIAN, MEDIARESEARCH, MILLWARD BROWN CZECH REPUBLIC, NMS MARKET RESEARCH, OPINION WINDOW, STEM/MARK, SYNOVATE a TNS AISA.

Kontakt

SIMAR, sdružení agentur pro výzkum trhu a veřejného mínění
Na Větrově 69/56
142 00 Praha 4 Lhotka
tel./fax/záznam: +420 244 463 428
e-mail: simar@simar.cz