

# VÝROČNÍ ZPRÁVA O STAVU VÝZKUMNÉHO TRHU 2022

SIMAR

Nemyslím si,  
že data jsou  
o "věření".

Bezvýhradně žádným, kriticky  
těm, která jsou korektně  
sebrána - otázky, výběry, vážení  
atd. V neposlední řadě kdo  
a proč to platil.

Transakčním  
datům a datům z validních  
výběrových šetření.

V dlouhodobém  
vývoji, stavěným  
x benchmarkům.

## Jakým datům věříte?

Kvalitním :-)

Od renomovaných  
agentur SIMAR, CAWI  
na velkých panelech, CATI  
s kontrolovaným výběrem.

Které jsem si  
sám ověřil.

O nichž vím, jak  
přesně vznikla.

Tvrdým datům a kvalitním  
soft insightům.

# OBSAH



Milníky a úspěchy 2022/2023	4
Co vám dělá v práci radost?	6
O SIMAR	8
Co všechno dělá SIMAR	9
Zhodnocení roku 2022	11
Výzkumný obor v číslech	15
Podrobný pohled na výzkumný obor	17
Trendy u nás a ve světě	26
Co uděláme s AI a co AI udělá s námi?	29
Globální výzkumný trh 2021	31
To nejdůležitější o globální komunitě ESOMAR	32
Když výzkum, tak pořádně	34
Iniciativa PRO VÝZKUM	38

Hrdí jsme hlavně na nezdolnost a energii našich týmů – obojí je naprosto neskutečné a nadále posouvá hranice možného, a to v tom nejpozitivnějším slova smyslu.



Jakub Malý  
Ipsos



# MILNÍKY A ÚSPĚCHY

## 2022/23

### LEDEN 22:

#### Nielsen plně získává Nielsen Admosphere

Mezinárodní společnost Nielsen odkoupila zbývající 49% podíl v Nielsen Admosphere a během roku následně došlo ke změnám v řízení agentury.



### BŘEZEN 22:

#### Ipsos: 30. výročí

"Vyrůstli jsme z rodinné firmy Tambor o dvou zaměstnancích s obratem 0,5 milionu Kč až po leadera trhu s více než 300 zaměstnanci a obratem 677 mil. Kč." Radek Jalůvka



### KVĚTEN 22:

#### Mezinárodní den výzkumu trhu a veřejného mínění

Tématem ročníku 2022 bylo "Share Your Sustainability Story", po dlouhé době to bylo osobní setkání lidí z oboru.



### ČERVEN 22:

#### SC&C: 30. výročí

"Oslava 30 let firmy je největší důkaz kvality a užitečnosti naší práce, jsem hrdá na kolegy v terénu a úspěšné pokračování našich dlouhodobých projektů." Jana Hamanová



### ČERVEN 22:

#### Confess Research: 20. výročí

"I po letech nás výzkum baví, "dospěli" jsme, vyrůstli v full servis agenturu a vydali se zkoumat PODVĚDOMÍ všemi cestami, které dnešní technologie umožňují. Dík patří všem, kteří byli a jsou u toho." Hana Kloučková



### ZÁŘÍ 22:

#### ESOMAR Excellence Award

ESOMAR ocenil Hanu Huntovou cenou pro národní reprezentanty Outstanding Representatives Award. Cena byla předána v září 2022 na výročním kongresu v Torontu.

### ŘÍJEN 22:

#### Data Collect přejmenovává Talk Online Panel

Data Collect přebírá název sítě Talk Online Panel pro svou CAWI platformu, jejíž součástí je od roku 2018.

### LEDEN 23:

#### Prezidentské volby

Agentury sdružené v SIMAR poskytly voličům a společnosti dobré a věrohodné podklady při informování o předvolebních preferencích, výzkumy veřejného mínění těsně před volbami i predikce během voleb přesně zobrazily výsledky voleb.

Za velmi výrazný úspěch považuji predikci konečných výsledků prezidentských voleb, kterou analytici STEM/MARK společně se STEM modelovali pro CNN Prima News v rámci volebního studia. V prvním kole jsme velmi rychle odhadli, že vítězem bude Petr Pavel, v kole druhém jsme již po sečtení 6,6 % volebních okrsků zveřejnili velmi přesný odhad konečných procentuálních zisků obou kandidátů. Ještě víc jsem ale pyšný na nebývalý projev solidarity s Ukrajinou respondentů ENP. Tito respondenti, kteří si vyplňováním dotazníků vydělají pár stovek ročně, mezi sebou vybrali po naší výzvě ani ne za tři týdny téměř milion korun. I tak se dá měřit kvalita panelu!



Jan Tuček  
STEM/MARK



# CO VÁM DĚLÁ V PRÁCI RADOST?

## Anketa mezi klienty



**FINANČNÍ SLUŽBY**

- Když se “svět” zachová podle mé predikce.
- Že obor nestagnuje, ale objevuje se spousta nových typů dat a umíme je rychleji zpracovávat.
- Využití informací z průzkumů interními klienty.



**MÉDIA**

- Volební výzkumy 5 agentur, které přesně odpovídaly výsledkům prezidentských voleb.
- Nalezení odpovědí na mé otázky :-)



**RYCHLOOBRÁTKOVÉ ZBOŽÍ**

- Přenášení nově získaných informací do rozhodování.
- Možnosti zobrazování přes nástroje jako PowerBI.



**ICT / TELCO**

- Mezinárodní dimenze – kontakt s peer kolegy ze zahraničí, který mnoho let nebyl.



**VÝZKUMNÁ AGENTURA**

- Vždycky, když data dávají smysl a když bylo nutné přemýšlet, jak je získat.

Jsme hrdí na další spolupráci s ATO na crossplatformním měření od roku 2023, které navazuje na (resp. rozšiřuje) předchozí projekty a úspěšně nám tak běží už přes 20 let. Díky spolupráci s některými významnými televizními hráči se v roce 2022 paralelně rozběhl také doplňkový projekt crossplatformního měření reklamy AdCross. Věříme v puzzle směr – v to, že crossplatformní / crossmediální měření bude trvale budováno a inovováno, například i doplňováním jednotlivých dílků do celkové skládačky podle potřeb hráčů na trhu a jejich vzájemných dohod.



Tereza Šimečková  
Nielsen Admosphere



# O SIMAR

Výzkum, kvalitní data, analytika  
a inspirace pro lepší rozhodování

SIMAR již

# 29 let

## podporuje, a rozvíjí

obor výzkum trhu, výzkum veřejného mínění, sociologický výzkum a oblast datové analytiky a zároveň zajišťuje jeho profesionální a etické fungování. Valná hromada složená z členů SIMAR každé dva roky volí předsedu a místopředsedu, pro rok 2022 a 2023 jsou jimi Michal Ševera a Ondřej Veis. Výkonnou ředitelkou je Hana Huntová a tajemnicí Hana Svěchotová. Výkonná ředitelka SIMAR Hana Huntová je národním reprezentantem ESOMAR v Česku. Kromě podpory členů ESOMAR je také kontaktní osobou pro řešení stížností na porušení etického Kodexu ICC/ESOMAR.

## PROFESIONALITA A ODBORNOST

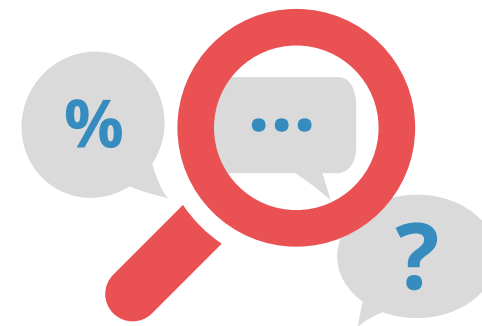
- Vytváříme standardy a osvědčené postupy pro metodiky výzkumu trhu a veřejného mínění, sběr dat, analýzu a reporting.
- Auditorský tým SIMAR pravidelně v členských agenturách provádí kontroly kvality realizovaných výzkumů a provádí konzultace a audity pro zadavatele výzkumných projektů.
- SIMAR má profesní autorizaci Hospodářské komory pro obor výzkumu trhu a veřejného mínění.
- SIMAR je smluvním partnerem ESOMAR pro Českou republiku. Výzkumníci členských agentur se řídí etickými a profesními pravidly obsaženými v ICC/ESOMAR Kodexu.

## VZDĚLÁVÁNÍ A VÝMĚNA ZKUŠENOSTÍ

- SIMAR je autorizovanou osobou pro akreditované profesní kvalifikace Auditor / auditorka kvality sběru dat a Specialista / specialistka výzkumu trhu.
- SIMAR poskytuje vzdělávací a školicí programy členům, klientům a dalším subjektům.
- SIMAR pravidelně publikuje vlastní zprávu o stavu výzkumného trhu a otázkách souvisejících s odvětvím, pravidelně také přispívá do ESOMAR Global Market Research Report.
- Poskytujeme také zdroje a podporu studentům a novým zájemcům o toto odvětví.

## PODPORA OBORU

- Propagujeme výzkum trhu a veřejného mínění jako klíčový nástroj pro řízení podniků a organizací pro přijímání informovaných rozhodnutí.
- Obhajujeme zájmy profesionálů v oblasti průzkumu trhu v regulačních a legislativních záležitostech a podporujeme etické postupy v tomto odvětví, například v oblasti ochrany osobních údajů.
- SIMAR vytvořil a spravuje iniciativu PRO VÝZKUM, která se zaměřuje na podporu ochoty respondentů zapojit se do výzkumů.



## PARTNERSTVÍ A SPOLUPRÁCE

- Podporujeme a usnadňujeme spolupráci a sdílení znalostí a osvědčených postupů v rámci širší výzkumné komunity, klientů, spolupracujících subjektů a společnosti.
- SIMAR spolupracuje s Českou marketingovou společností a dalšími profesními sdruženími, např. AKA, AČRA, APRA, ASMEA, spolupráce probíhá i v rámci Sekce kulturního a kreativního průmyslu Hospodářské komory ČR. SIMAR je kolektivním členem České sociologické společnosti.



# CO VŠECHNO DĚLÁ SIMAR

V Knize standardů máme

**10** standardů  
kvality

podle profesní oblasti

**5** doporučení

týkajících se spolupráce  
klient – agentura

V roce 2022 jsme provedli

**6** kontrol  
kvality  
výzkumu

v členských  
agenturách SIMAR.

SIMAR řešil

**66** podnětů

od odborné veřejnosti, žádostí  
a konzultací pro členské agentury  
a klienty, auditů zadaných klienty  
a dalších úkonů na podporu  
a rozvoj oboru.

SIMAR realizoval

**11**  
odborných  
seminářů  
a setkání  
profesních  
skupin

SIMAR publikoval

**5** rozsáhlejších  
článků

v odborných médiích

více než

**25** online  
článků

na webu SIMAR

a připravil

**11** přednášek  
pro studenty  
vysokých škol

V roce 2022 do SIMAR vstoupily

**3** nové  
agentury

k 1. 1. 2022 European National  
Panels a ResOLUTION  
Group, k 1. 8. 2022 pak řady  
členů rozšířil STEM Ústav  
empirických výzkumů.

K 1. lednu 2023 pak přibyl

**1** nový  
člen

agentura Talk  
Online Panel

SIMAR má

**14** členů,

obrat členských agentur  
představuje 52 %  
celkového obratu trhu

Jsem hrdá na své kolegy v terénu, kteří dokázali splnit dané úkoly a termíny, i když to v některých případech vypadalo jako sisyfovská práce. Zdárně jsme dokončili už naši 8. vlnu projektu SHARE 50+ a nově spustili náš projekt Demografický portál, který slouží městům a obcím. Brand Comparison Index letos slaví už 5 let od svého vzniku.



Jana Hamanová  
SC&C



# ZHODNOCENÍ ROKU 2022 SE SIMAR

## ONLINE NA PLNÝ PECKY

Uspořádali jsme insight seminář „Online na plný pecky“, na kterém prezentující na praktických příkladech ukázali, na co si dát při panelových šetřeních pozor, jak projekt správně nastavit a jak získat kvalitní data.



## AUTORIZACE PROFESNÍCH KVALIFIKACÍ

SIMAR získal autorizaci Ministerstva průmyslu a obchodu pro zkoušení profesních kvalifikací Auditor / Auditorka kvality sběru dat a Specialista / specialistka výzkumu trhu, na jejichž přípravě se podíleli odborníci z oboru.

## MEZINÁRODNÍ VÝZKUMNÝ DEN

Začátkem května se výzkumníci sešli – tentokrát již osobně – na oslavách Mezinárodního výzkumného dne. Více než 80 hostů sledovalo inspirativní vystoupení prezentujících, kteří se zamýšleli nad různými aspekty výzkumu, dat a inovací.



## SIMAR CUP

V červnu sportovkyně a sportovci z výzkumných agentur opět v rámci SIMAR Cupu soutěžili v areálu na HAMRu ve fotbale, beach volejbale a v badmintonu. Putovní poháry si převzaly týmy Ipsosu a ve fotbale pak smíšený tým agentur Data Collect a NMS Market Research.





## KONFERENCE O VOLEBNÍCH VÝZKUMECH

SIMAR ve spolupráci s CVVM uspořádali konferenci reflektující výzkumy realizované v souvislosti s volbami do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR v říjnu 2021. Konference slouží jako diskusní platforma o vývoji metodik a uživatelům výzkumu napomáhá výstupy správně interpretovat.

## Sčítání 2021

Další seminář byl zorganizován ve spolupráci s Českým statistickým úřadem a věnoval se výsledkům Sčítání lidu, domů a bytů 2021, jeho metodologii a praktickému využití získaných dat.

## EXPERTNÍ SKUPINY SIMAR

Pravidelně se konají schůzky expertních skupiny SIMAR, které slouží zejména k výměně zkušeností a best practice v agenturách a stanovení dalších kroků, které oboru pomohou.



## KURZ STORYTELLINGU

Na podzim proběhl kurz storytellingu, kterým účastníky ve čtyřech odpoledních blocích provedl René Nekuda. Rozvíjeli jsme společně přirozenou lidskou schopnost chápat lépe informace složené do příběhů.





## SIMAR JE PARTNEREM EFFIE

I v roce 2022 byla v rámci soutěže Effie udělena cena SIMAR za nejlepší práci s daty.



## RESEARCH GOT TALENT

V roce 2022 jsme pozorně sledovali mezinárodní kolo soutěže Research Got Talent a brousili si tužky na další ročník. V listopadu se mladí výzkumníci z členských agentur sešli nad debatou, jak uspět v celosvětovém kole.

## KONTROLA KVALITY VÝZKUMU

Bylo realizováno 6 kontrol kvality výzkumu v členských agenturách, které prověřily soulad sběru dat a dalších doporučení u vybraných projektů se standardy SIMAR.



Po legislativní úpravě Zákona o elektronických komunikacích a za podmínky dodržení pravidel určených ČTÚ může výzkum i nadále volat i na náhodně generovaná čísla. Připravili jsme materiál pro řešení dotazů či stížností respondentů.



### VÝZKUM MŮŽE VOLAT

- ✓ Výzkum není prodej
- ✓ Svobodně vyjádříte názor
- ✓ Vaše údaje jsou v bezpečí

V kanceláři jsme se zamysleli a za loňsko jsme hrdí na účast ve fotbalu v třetím ročníku SIMAR cupu. V prvním roce jsme vše prohráli a skončili beznadějně poslední, se zraněnými hráči. Předloni jsme byli někde uprostřed tabulky, již bez zranění. A loni pak náš tým, ve spojení s týmem NMS, turnaj vyhrál. Pohár SIMAR, kdysi tak vzdálený, před několika lety jsme na něj ani nepomysleli, nyní putuje mezi NMS a Data Collect. V souvislosti s restrukturalizací Data Collectu se letošního ročníku zúčastní naši zástupci z pobočky Talk Online Panel a tudíž první místo Data Collectu a NMS již nikdo nevezme.



**Michal Ševera**  
Data Collect, Talk Online Panel



# VÝZKUMNÝ OBOR V ČÍSLECH



Obrat členů SIMAR za rok 2022 je

**1 899 mil.**

a navýšení **7%** vs. 2021

Obrat celého výzkumného oboru je

**3 627 mil.**

a navýšení **2,2%** vs. 2021

**953**

zaměstnanci v členských  
agenturách SIMAR

**4 576**

externích spolupracovníků SIMAR

**8 659**

projektů zpracovaných členy SIMAR

**331**

projekt pro neziskovou  
sféru a veřejný sektor

**105**

přednášek na vysokých školách  
a nepočítaně účastí na různých  
oborových konferencích

**356**

tiskových zpráv a článků  
od členských agentur  
v médiích

Daří se nám, v souladu s naší celosvětovou strategií, zavádět agilní automatizované řešení s využitím AI. Zároveň si ale udržujeme lidský rozměr naší práce. Vedle finančních výsledků nám tak roste spokojenost klientů a zaměstnanců. Naše česká pobočka patří ve skupině k nejúspěšnějším, jak v implementaci strategických inovací, tak v obchodních výsledcích. A na to jsme opravdu pyšní.



Luboš Rezler  
Kantar CZ





# PODROBNÝ POHLED NA VÝZKUMNÝ OBOR

## Obrat výzkumného trhu



Významný nárůst obratu z roku 2021 (téměř 17%) si obor udržel do roku 2022, i když další akceleraci obratu jsme nezaznamenali. Obrat v roce 2022 se navýšil o 2,2%. Velikost výzkumného trhu v České republice tak odhadujeme na 3,627 miliard Kč.

Trhy zaznamenávají nejistotu a časté změny způsobené dopadem války na Ukrajině, navýšením ceny energií a inflací, se kterou souvisí i proměňující se ochota spotřebitelů utrácet. Tato situace má dopad rovněž na finanční situaci ve firmách. Rozhodování o strategii a efektivitě marketingových aktivit se však bez kvalitních dat a investice do výzkumu neobejde.

Členské agentury SIMAR se na obratu podílely více než 52%. Mírný procentní nárůst ve srovnání s rokem 2021 je dán jak zvýšením obratu členských výzkumných agentur, tak i nárůstem počtu členů SIMAR v uplynulých dvou letech. Výzkumné agentury, které mají své zástupce v mezinárodním sdružení ESOMAR, reprezentují 77% trhu.

**TABULKA 1: VÝVOJ OBRATU VÝZKUMNÉHO TRHU 2013 – 2022**

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Celkem obrat v mil. Kč</b>	2 370	2 373	2 447	2 645	2 729	2 816	3 053	3 039	3 548	3 627
<b>index</b>	101%	100%	103%	108%	103%	103%	108%	100%	117%	102%

Zdroj: Sdružení agentur pro výzkum trhu a veřejného mínění SIMAR, obraty 2022 v milionech Kč.

## Pořadí agentur podle obrátu v roce 2022



Žebříček výzkumných agentur v České republice již tradičně ukazuje na prvních pěti místech mezinárodní agentury, jejichž podíl tvoří téměř 62% celkového obrátu českého trhu.

Ipsos opět uhájil první místo, na druhé pozici došlo k výměně mezi agenturami NielsenIQ a Kantar CZ. Při pohledu na vývoj obrátů u jednotlivých agentur zaznamenáváme odlišné trendy, vidíme nárůst, stabilizaci i pokles; vysvětlení můžeme hledat ve změnách účtování mezinárodních projektů, změně strategie i fázování dlouhodobějších projektů.

**TABULKA 2: TOP VÝZKUMNÉ AGENTURY V ČR PODLE VÝŠE OBRÁTU**

Rozsah obrátu v mil Kč	Agentura	pořadí v 2022	pořadí v 2021
780 – 800	<b>Ipsos</b>	1	1
560 – 580	NielsenIQ	2	3
520 – 540	<b>Kantar CZ</b>	3	2
200 – 220	GfK Czech	4	4
140 – 160	<b>Nielsen Admosphere</b>	5	5
80 – 100	<b>NMS Market Research, STEM/MARK</b>		
60 – 80	Market Vision		
40 – 60	<b>European National Panels, MEDIAN, Simply5, g82, ResOLUTION Group</b>		
20 – 40	<b>Data Collect, FOCUS - centrum pro sociální a marketingovou analýzu, Confess Research, SC&amp;C, Behavio Labs</b>		
do 20 mil.	ppm factum research, <b>STEM</b> , Incomind, InsightLab, MindBridge, <b>Talk Online Panel</b> , Empirica		

Zdroj: Sdružení agentur pro výzkum trhu a veřejného mínění SIMAR, obraty 2022 v milionech Kč, členské agentury SIMAR vyznačeny tučně/barevně.

## Očekávání vývoje výzkumného trhu

Pro rok 2023 přibližně polovina agentur předpokládá nárůst obratu, více než třetina pak udržení obratu na stejné výši a přibližně 11% mírný pokles. Predikce jsou patrně dány i typem projektů, které konkrétní výzkumná agentura realizuje.

**TABULKA 3: ODHAD VÝVOJE  
CELKOVÉHO OBRATU AGENTUR  
V ROCE 2023 – VÝZKUMNÉ AGENTURY**

Obrat	Agentury
snížení	11%
stejná úroveň	37%
zvýšení	<b>52%</b>

Zdroj: SIMAR, Trendy ve výzkumu trhu.

Skupina zadavatelů, kteří do ankety přispívají svým pohledem, se tradičně k očekáváním staví pesimističtěji. Třetina zadavatelů předpokládá v roce 2023 vyšší výdaje na výzkumná šetření, téměř polovina setrvalý trend a pětina snížení rozpočtu na výzkum.

**TABULKA 4: ODHAD VÝVOJE  
CELKOVÉHO OBRATU AGENTUR  
V ROCE 2023 – ZADAVATELÉ**

Obrat	Zadavatelé
snížení	20%
stejná úroveň	47%
zvýšení	<b>33%</b>

Zdroj: SIMAR, Trendy ve výzkumu trhu.

## KLIENTI: CO HRAJE ROLI PŘI STANOVENÍ VÝZKUMNÉHO ROZPOČTU

Roli hraje velikost firmy, její finanční situace, složitost, dynamika a podmínky sektoru, ve kterém firma podniká, strategické záměry a cíle managementu. Zadavatelé z různých sektorů uvažují o stanovení rozpočtu mírně odlišně.



### FINANČNÍ SLUŽBY

- Jak se celkově firmě daří a jaké má strategické cíle
- Objem výzkumnické práce; tendence víc a víc využívat inhouse řešení rozpočet spíše snižuje
- Celkové investice do CX
- Vývoj na trhu - aktivity konkurence
- Změny potřeb interních uživatelů

### MÉDIA A ZÁBAVA

- Finanční situace organizace
- Závazek k trhu

### SLUŽBY

- Rozhodnutí vedení
- Úroveň inovací

### RYCHLOOBRÁTKOVÉ ZBOŽÍ

- Hospodářský vývoj společnosti
- Strategické priority a potřeby interních uživatelů
- Ekonomická situace firmy vs. stanovený budget zisku

### TELCO A ICT

- Stav z loňského roku
- Naladění hlavních zadavatelů, zda cítí potřebu více výzkumů

Zdroj: SIMAR, Trendy ve výzkumu trhu (anketa mezi zadavateli výzkumu), 2023.

Máme za sebou povedený rok, navýšili jsme tržby a personálně posílili, investujeme do nových produktů a inovací. Kooperace v rámci European National Panels nám umožňuje vstupovat na další a další trhy. Můj syn je skálopevně přesvědčený, že je budoucí fotbalovou ikonou. Kéž mu to vyjde, má naši maximální podporu. Každopádně ho tlačím – jen pro jistotu – k záložnímu plánu. Obecně totiž myslím, že jakákoliv strategie podložená nedostatkem kvalitních informací je dobrá maximálně pro hazardéry, šťastlivce a děti.



Tomáš Hynčica  
ResOLUTION Group



## Vývoj počtu zaměstnanců



V roce 2022 téměř polovina výzkumných agentur hlásí nárůst počtu zaměstnanců (více než třetina pak nárůst o více než 5%), pro rok 2023 jsou očekávání umírněnější. Více než tři čtvrtiny agentur předpokládají stabilní počet zaměstnanců, významný nárůst o více než 5% pak jen 14% výzkumných agentur.

**TABULKA 5: VÝVOJ POČTU ZAMĚSTNANCŮ VÝZKUMNÝCH AGENTUR – SROVNÁNÍ 2022/2021 A ODHAD PRO ROK 2023**

Srovnání 2022/2021	
Obrat	Agentury
snížení o více než 5%	0%
snížení o méně než 5%	4%
stejná úroveň 5%	48%
zvýšení o méně než 5%	11%
zvýšení o více než 5%	37%

Odhad 2023/2022	
Obrat	Agentury
snížení o více než 5%	0%
snížení o méně než 5%	4%
stejná úroveň 5%	78%
zvýšení o méně než 5%	4%
zvýšení o více než 5%	14%

Zdroj: SIMAR, Trendy ve výzkumu trhu.

## České trendy v užití výzkumných metod

Podíl online kvantitativního výzkumu a automatizovaného elektronického sběru dat přesahuje 60% českého trhu. Osobní a telefonické dotazování zůstává víceméně konstantní, u kvalitativního výzkumu jsme zaznamenali mírný pokles, i zde se část výzkumných metod postupně přesouvá do online.

Vzhledem ke skutečnosti, že podklady pro mezinárodní studii realizovanou ESOMAR jsou sbírány vždy ve 2. čtvrtletí za předchozí kalendářní rok a výsledky jsou publikovány v září u příležitosti ESOMAR Kongresu, jsou v tabulce níže uvedena nejnovější data pouze za rok 2021. I tak lze předpokládat, že trendy přesunu k online metodám a s nimi spojené využívání nových technologií budou v následujícím období i nadále posilovat.



**TABULKA 6: VÝZKUMNÉ METODY PODLE REALIZOVANÉHO OBRATU V ČR 2020, 2021, SROVNÁNÍ 2021 VS. 2020**

Výzkumná metoda	2020	2021	2021 VS.2020
Korespondenční výzkum	0%	0%	0%
Telefonický výzkum (CATI)	9%	10%	1%
Osobní dotazování (PAPI, CAPI)	8%	9%	1%
Online kvantitativní výzkum / Mobile online	32%	34%	2%
Online Traffic / Audience Measur.	4%	3%	-1%
Automated Digital / Electronic	28%	25%	-3%
Ostatní kvantitativní výzkum	4%	3%	-1%
Celkem kvantitativní výzkum	85%	84%	-1%
Skupinové diskuse (FGD)	6%	5%	-1%
Hlubkové rozhovory (IDI)	4%	3%	-1%
Online kvalitativní výzkum / Mob. kvalit. Výzkum	2%	2%	0%
Etnografie	1%	1%	0%
Online komunity	1%	1%	0%
Ostatní	0%	1%	1%
Celkem kvalitativní výzkum	14%	13%	-1%
Ostatní, sekundární analýzy dat	1%	3%	2%

Zdroj: ESOMAR GMR 2022, pro ČR realizováno ve spolupráci se Sdružením SIMAR.

## Světové porovnání užití výzkumných metod

Porovnání obratu výzkumných metod ve světě a vybraných zemích ukazuje, že se navyšují online a automated/digital metody a také reporting.

V evropských zemích je procentuální zastoupení kvantitativního a kvalitativního výzkumu víceméně totožné. Například i v Polsku, kde si osobní dotazování dlouhodobě drželo vyšší pozici, je zřejmé, že poměry v užití jednotlivých metodik se sbližují s celosvětovým trendem.

**TABULKA 7: VÝZKUMNÉ METODY PODLE REALIZOVANÉHO OBRATU VE SVĚTĚ, V ČR A DALŠÍCH VYBRANÝCH ZEMÍCH, 2021**

Výzkumná metoda	Svět	USA	Velká Británie	Polsko	ČR
Telefonický výzkum (CATI)	4%	4%	2%	12%	10%
Osobní dotazování (PAPI, CAPI)	2%	0%	2%	11%	9%
Online kvantitativní výzkum / Mobile	33%	33%	23%	28%	34%
Audience Measurement	1%	1%	0%	8%	3%
Online Traffic / Web analytics	10%	11%	18%	1%	0%
Automated Digital / electronic	10%	10%	4%	24%	25%
Social media monitoring	3%	2%	14%	0%	1%
Ostatní kvantitativní výzkum	2%	0%	7%	6%	2%
Celkem kvantitativní výzkum	65%	61%	70%	90%	84%
Skupinové diskuse (FGD)	1%	1%	0%	2%	5%
Hlubkové rozhovory (IDI)	2%	2%	0%	1%	3%
Online kvalita / Mobile kvalita	6%	6%	6%	5%	2%
Etnografie	1%	1%	0%	0%	1%
Online komunity	3%	3%	0%	0%	1%
Ostatní	1%	1%	1%	0%	1%
Celkem kvalitativní výzkum	14%	14%	7%	8%	13%
Ostatní, sekundární analýzy dat	2%	2%	0%	0%	0%
Reporting	19%	23%	23%	2%	3%

Zdroj: ESOMAR GMR 2022, pro ČR realizováno ve spolupráci se Sdružením SIMAR.



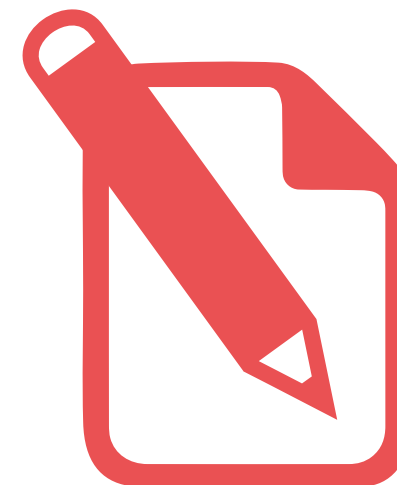
## Metodická poznámka

V každoročním šetření jsme oslovili 53 subjektů, jejichž hlavním předmětem podnikání je výzkumná činnost. Získali jsme odpovědi od 27 subjektů; odhad za celkový trh je dopočítán podle veřejných výstupů z Obchodního rejstříku, informací o obratu z předešlých let a dalších informací o vývoji trhu.

Sběr dat a výpočet obratu je shodný s metodikou mezinárodního výzkumného sdružení ESOMAR, se kterým Sdružení SIMAR úzce spolupracuje. Do obratu se započítává primární i sekundární výzkum trhu, tedy nová a původní data sebraná přímo od zdroje s účelem zjistit odpovědi na výzkumné otázky i zjištění realizovaná využitím nedeklarativních metod. Obrat

zahrnuje práci výzkumných subjektů určenou pro lokální i mezinárodní zadavatele. Do výzkumu se tak například zahrnuje retail audit, mediální výzkumy, spotřebitelské panely, testování nových výrobků či komunikace, mystery shopping, související konzultační služby, datová analytika a výzkumy veřejného mínění. Reporting trhu v ČR v souladu s metodikou ESOMAR nezahrnuje nekomerční výzkumy, jako jsou např. výzkumy realizované na vysokých školách, v neziskovém sektoru, popř. realizované přímo institucemi vlastněnými státem. Obrat také nezahrnuje subjekty, jejichž hlavním předmětem činnosti jsou například reklamní služby, poradenství v oblasti managementu a marketingu.

Ve výzkumu zatím neoslovujeme společnosti, které se specializují pouze na datovou analytiku. Také je třeba konstatovat, že „výzkum“ často, na rozdíl od mezinárodního reportu ESOMAR, nezahrnuje některé oblasti datové analytiky, případně mohou být zdrojem růstu méně tradiční zadavatelé výzkumu.





Zapojili jsme se, jako jeden z partnerů, do inspirativního mezinárodního deliberačního výzkumu Stanfordovy Univerzity o nastavování a dodržování pravidel v metaverzu. To je digitální prostředí sloužící k virtuální interakci mezi lidmi, typicky s využitím brýlí pro virtuální realitu. Projekt probíhal formou živých online diskusí na platformě řízené umělou inteligencí bez účasti moderátorů. Zapojilo se bezmála sto Čechů, lidé se v diskusi snažili přijít na to, jak by v budoucnosti mohla vypadat regulace této oblasti.



Jaromír Mazák  
STEM



# TRENDY U NÁS A VE SVĚTĚ

Trendy, o které se nejvíc zajímám,  
a oblasti s potenciálem



Zdroj: SIMAR, Trendy ve výzkumu trhu.

## Trendy ve světě: plujeme v lavině změn



### 1. Současné silné trendy

- Behaviorální vědy, sémiotika.
- Přístup od zákazníka k člověku jako takovému.
- Exponenciální růst množství dat.
- DIY řešení a interní realizace výzkumů.
- Všechny high-tech škálovatelné nástroje.
- Tlak na rozpočty a ROI.
- Zaměření na agilitu.
- Splývající linie CX a výzkumu.
- Demokratické výzkumu – sebeobslužné platformy.
- Rostoucí hodnota strategické konzultace.

### 2? Akcelerující současnost

- Růst AI a její využití!
- Další rostoucí hromada dat, agregace dat na platformách!
- Data poskytovaná sensory na autech, dronech, IoT!
- Syntetická data a virtuální respondenti!

### 3! Kritické nejistoty

- Může být umělá inteligence kreativní a překonat tak člověka?
- Jaké nás čekají změny ve vzorcích myšlení a je tomu přizpůsobeno vzdělávání?
- Současná definice „Insight industry“ vs strukturální přerámování?

Zdroj: Smith D., Riley A. Embracing the Avalanche of Change, ESOMAR, 2022.

Podle neurovědčů 95% našich rozhodnutí probíhá podvědomě a my často v tu chvíli ani nevíme, že jsme se právě rozhodli. I proto mám radost, že dnes už dokážeme „nahlédnout do hlavy“ spotřebitelů minimálně 5 způsoby – od reakčních časů ideálních na vnímání značky, měření reakcí mozku EEG, až po meditační skupiny Alive Dream, které odhalují insighty, které by jinak zůstaly, třeba i záměrně, skryty.



Hana Kloučková  
Confess Research



# CO UDĚLÁME S AI A CO AI UDĚLÁ S NÁMI?

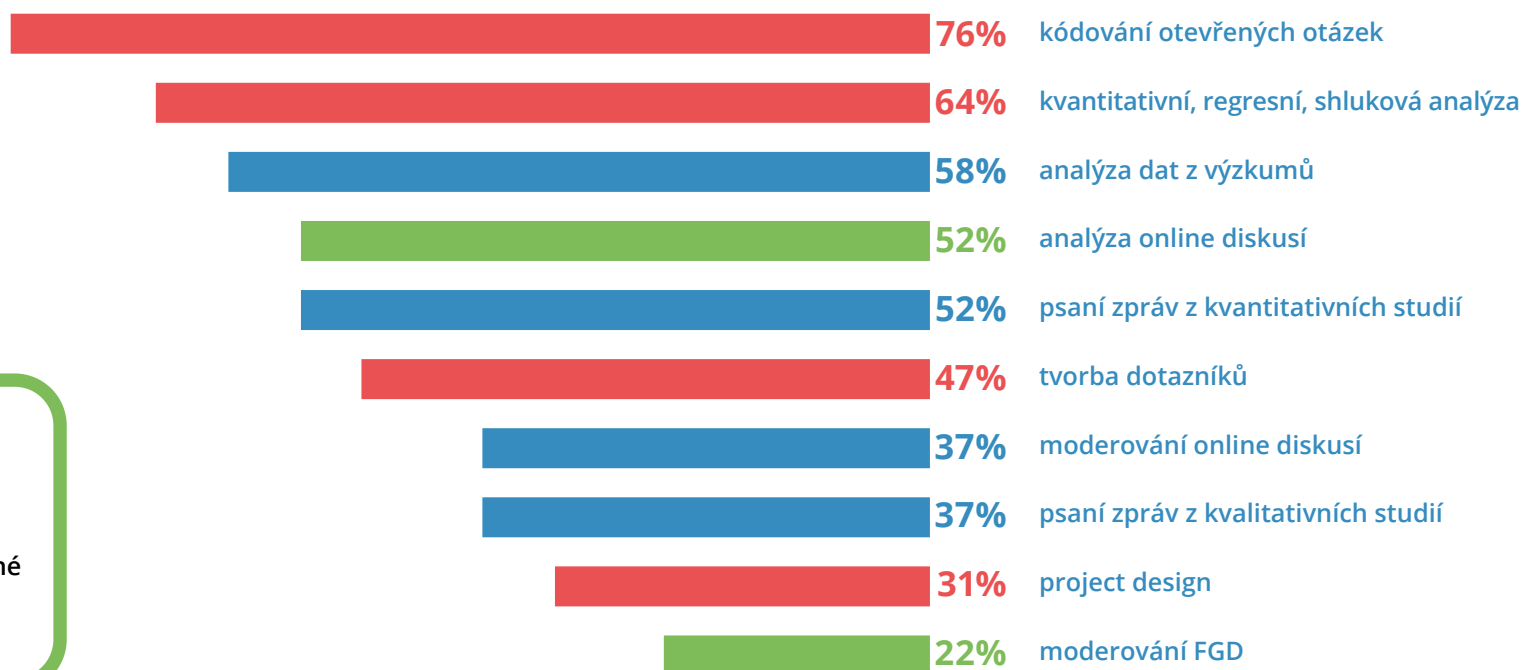
Odpovědi na anketní otázky o oborových trendech u agentur a klientů jsou tentokrát jednoznačné, vede AI. Výzkumníci v AI nástrojích vidí příležitost zautomatizovat opakující se rutinní činnost, zamýšlí se nad přínosy AI pro obor a poukazují na (zatím) nenahraditelnou roli člověka jako kreativní bytosti se schopností nahlédnout na problematiku z více úhlů a klást si kritické otázky.

Velká data a AI zodpoví co, kde a jak, ale tento typ dat, jakkoliv budou nástroje na jejich analýzu sofistikovanější, neumí najít uspokojivou otázku na odpovědi začínající "proč". V proč se skrývá skutečné pochopení motivace lidí, které lze získat jen primárním výzkumem.

Není to zas taková novinka, ve výzkumu existují AI nástroje a platformy již celou dekádu, zvláště ty, které jsou využívány pro pravidelné monitoringy.

AI platformy předdefinují práci se sekundárními daty. Vzniká mnoho platform, které ze sekundárních dat udělají zdroj první instance, tedy zdroje, které použijeme dříve, než začneme hledat odpovědi na stěžejní otázky v primárním výzkumu.

## ODHAD PODÍLU AUTOMATIZOVANÝCH / AI ČINNOSTI VE VÝZKUMNÝCH PROJEKTECH, PŘEDPOKLAD SITUACE ZA 10 LET



PODÍL AI / AUTOMATIZACE

VÝZKUMNÁ AKTIVITA

Zdroj: Poynter Ray, NewMR about AI and Automation, únor 2023, vzorek ankety 240 výzkumníků převážně z rozvinutých trhů.

**Napojili jsme ChatGPT  
na naši platformu pro  
kvalitativní výzkum.  
I když NMS táhne  
na 25. rok, stále jsme  
schopni zapojovat  
nejmodernější  
technologie.**



**Ondřej Veis**  
NMS Market Research

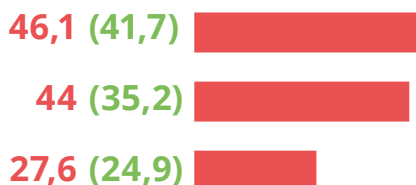


# GLOBÁLNÍ VÝZKUMNÝ TRH 2021

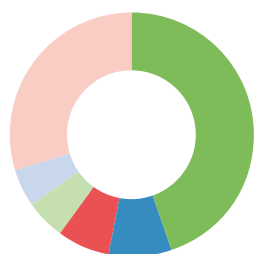
## OBRAT INSIGHT INDUSTRY

89 miliard USD  
(+10,8%)

## TŘÍSEKTOROVÉ ČLENĚNÍ INSIGHT INDUSTRY, MLD USD, 2021 (2020)



## TOP ZEMĚ PODLE OBRATU, ETABLOVANÝ SEKTOR



USA 44%  
UK 8%  
Čína 7%  
Francie 5%  
Německo 5%  
Ostatní 29%

**Insight:** prozření, vhled, hlubší pochopení, inspirace

**Decision-making support:** podpora v rozhodování

**Etablovaný výzkum:** full servisová výzkumná řešení a dlouhodoběji ustálené metodologické postupy

## TOP FIRMY V INSIGHT INDUSTRY, 2021

Pořadí 2021/20	Firma	Sektor	Obrat 2021	Změna 2021/20
1/2	IQVIA	Reportování	5209	19,6
2/3	GARTNER	Reportování	4734	15,5
3/5	SALESFORCE.COM	Technologický	3902	25,9
4/4	ADOBE SYSTEMS	Technologický	3867	23,7
5/1	The Nielsen Company	Etablovaný a technologický	3500	-44,4
6/6	KANTAR	Etablovaný a technologický	3029	8,7
7/7	IPSOS SA	Etablovaný	2539	21
8/8	IHS MARKIT	Reportování	2133	13,2
9/9	COSTAR GROUP	Reportování	1944	17,2
10/-	NIELSENIQ	Etablovaný a technologický	1844	-

Zdroj: ESOMAR Global Market Research Report, 2022.

- Pasivní metody sběru dat vyrostly na celkově 61% podíl celkového obratu (do pasivních GRM zahrnuje vše digitální, včetně CAWI).
- Adhoc a panelový online výzkum tvoří 71% obratu, sebeobslužné platformy zatím jen 3%.
- Kvantitativní výzkum tvoří 64,2% obratu, 19,2% reporting a 13,3 kvalitativní metody.
- Výzkumná oblast s největším růstem je spokojenost zákazníků a spokojenost zaměstnanců.
- Česko je podle obratu 25. zemí na světě.

# TO NEJDŮLEŽITĚJŠÍ O GLOBÁLNÍ KOMUNITĚ ESOMAR

S ESOMAR můžete být součástí **globální insight komunity**, rozšířit své znalosti, nechat se inspirovat a veřejně potvrdit svůj závazek chovat se při realizaci projektů profesionálně a eticky.

## ESOMAR

**40 000 individuálních členů** ve více než 130 zemích a 750 korporátních členů. V ČR má ESOMAR 68 členů.

Mezinárodní **ICC/ESOMAR Kodex** pro výzkum trhu, výzkum veřejného mínění, sociologický výzkum a datovou analytiku byl publikován v prosinci 2016 a na internetových stránkách SIMAR je k dispozici v autorizovaném českém překladu.



Prezidentem ESOMAR byl v březnu 2023 zvolen **Ray Poynter**, výkonný ředitel Future Place a zakladatel NewMR. Spolu s osmičlennou radou mají dvouletý mandát. Národním reprezentantem ESOMAR v ČR je Hana Huntová.



**ANA, inteligentní digitální knihovna** s příspěvky z celého světa, obsahuje 12 000 prezentací, nahrávek a článků.

Setkání špiček výzkumného a insight oboru **ESOMAR kongres**, se koná **10.–13. září 2023** v Amsterdamu.

ESOMAR publikuje každé září **Global Market Research Industry Report**, vhléd do situace v celé insight industry. Report je členům ESOMAR dostupný zdarma.

Pravidelně publikovaná **globální cenová studie ESOMAR** ve své poslední verzi z roku 2021 konstatuje, že Česká republika má v porovnání se světem průměrné ceny.

28. ledna si výzkumná komunita připomíná **Mezinárodní den ochrany osobních údajů**, den je příležitostí se zamyslet nad touto důležitou oblastí.



ESOMAR slaví každoročně **Mezinárodní výzkumný den**. Letošní oslavy probíhají od 24. dubna do 5. května, národní asociace pro toto období připravují zajímavé aktivity a konference.



ESOMAR pořádá globální soutěž pro mladé výzkumníky do 35 let **Research Got Talent**. České národní kolo soutěže pořádá SIMAR.



**Rozrůstáme se do dalších zemí, tento rok otevíráme šestý online panel, v Rumunsku. Jsme největší sběrna kvalitních dat v ČR a na SK s počtem přes 1,3 mil. dotazníků.**



**Tomáš Říha**  
European National  
Panels



# KDYŽ VÝZKUM, TAK POŘÁDNĚ



## STANDARD JE ZÁRUKA KVALITNÍCH DAT A VĚROHODNÉ PRÁCE S NIMI

Díky záruce dodržení standardů zadavatel ví, že si kupuje pořádný výzkum. Standardy a oborová pravidla stanoví podmínky realizace kvalitních výzkumných projektů a specifikují minimální požadavky na kvalitu sběru dat. Dodržování standardů je v členských agenturách SIMAR kontrolováno. Právo nabízet svým klientům záruku, že realizace projektu probíhá podle standardů SIMAR, má pouze členská agentura SIMAR.

## STANDARDY SIMAR JSOU TU PRO KLIENTY A REALIZÁTORY

Každý standard začíná definicí metodiky výzkumu a obsahuje klíčové principy a otázky, které jsou pro danou metodu zásadní. Klient tyto otázky může využít k nastavení projektu a jeho následné kontrole. Standard také

obsahuje podrobný popis technického a organizačního zabezpečení standardu a popisuje způsob jeho dodržování.

## DBÁME NA ETICKÉ ZÁSADY A OCHRANU RESPONDENTŮ

Standardy jsou v souladu s etickými zásadami oboru a dbají ve zvýšené míře na ochranu respondentů a jejich údajů. Každá metoda sběru dat má svá specifika, proto jsou pravidla popsána zvlášť pro každý standard. Dbáme na to, aby respondentům účastí na výzkumu nevznikla jakákoliv újma. Podrobněji se problematikou ochrany osobních údajů zabývá iniciativa SIMAR PRO VÝZKUM a její pravidla jsou shrnuta v Desateru PRO VÝZKUM.

## STANDARDY A PRAVIDLA TVOŘÍ EXPERTNÍ SKUPINA SIMAR

Text standardu připomínkovali experti na danou oblast a ověřovali lidé z praxe.

Připomínkování provází i detailní debata o podobě pravidel a jejich naplňování. Odborníci z členských agentur se pravidelně (obvykle jednou za rok) schází, diskutují aktuální problematiku a metodické otázky, cílem je vždy ověření funkčnosti standardů SIMAR a jejich případná aktualizace.

## DODRŽOVÁNÍ STANDARDŮ SIMAR JE KONTROLOVÁNO

Každá členská agentura se standardy systematicky řídí. Jedná se o základ kvality práce v každé agentuře doplněný jedinečným know how každé z agentur. Týmy v členských agenturách zaručují klientům realizaci projektu minimálně podle příslušného standardu. Naplňování standardů je kontrolováno pravidelnými nezávislými kontrolami SIMAR. V případě nesouladu proběhne s agenturou řízení, které vede k okamžité nápravě. Z kontroly se připravuje podrobný neveřejný zápis.

## KONZULTACE, AUDITY A KONTROLY PROVÁDÍ SIMAR PRO KLIENTY I NEČLENSKÉ SUBJEKTY

Při přípravě výzkumného projektu je vhodné smluvně podchytit způsob, kterým bude klient kontrolovat např. kvalitu sběru dat. Způsob kontroly by měl být součástí smluvního ujednání mezi klientem a agenturou a zohledněn v cenové kalkulaci nabídky. U nečlenského subjektu se doporučuje smluvně zakotvit případnou možnost externí kontroly a kvality sběru dat podle parametrů dohodnutých v projektu. SIMAR nabízí konzultace i nečlenským subjektům a pravidelně realizuje audity výzkumných projektů podle zadání klientů u členských i nečlenských subjektů.

## Přehled standardů SIMAR:



1  
Technické  
informace  
poskytované  
klientům



2  
Kvantitativní  
online výzkum



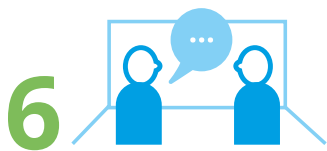
3  
Kvalitativní  
výzkum



4  
Osobní  
dotazování



5  
Telefonické  
dotazování



6  
Instore dotazování



7  
Central  
location test



8  
Mystery  
shopping



9  
Pravidla realizace  
výzkumných  
šetření s dětmi,  
mládeží a dalšími  
zranitelnými  
osobami



10  
Pravidla práce  
s databázemi SIMAR

### Přehled doporučení SIMAR:

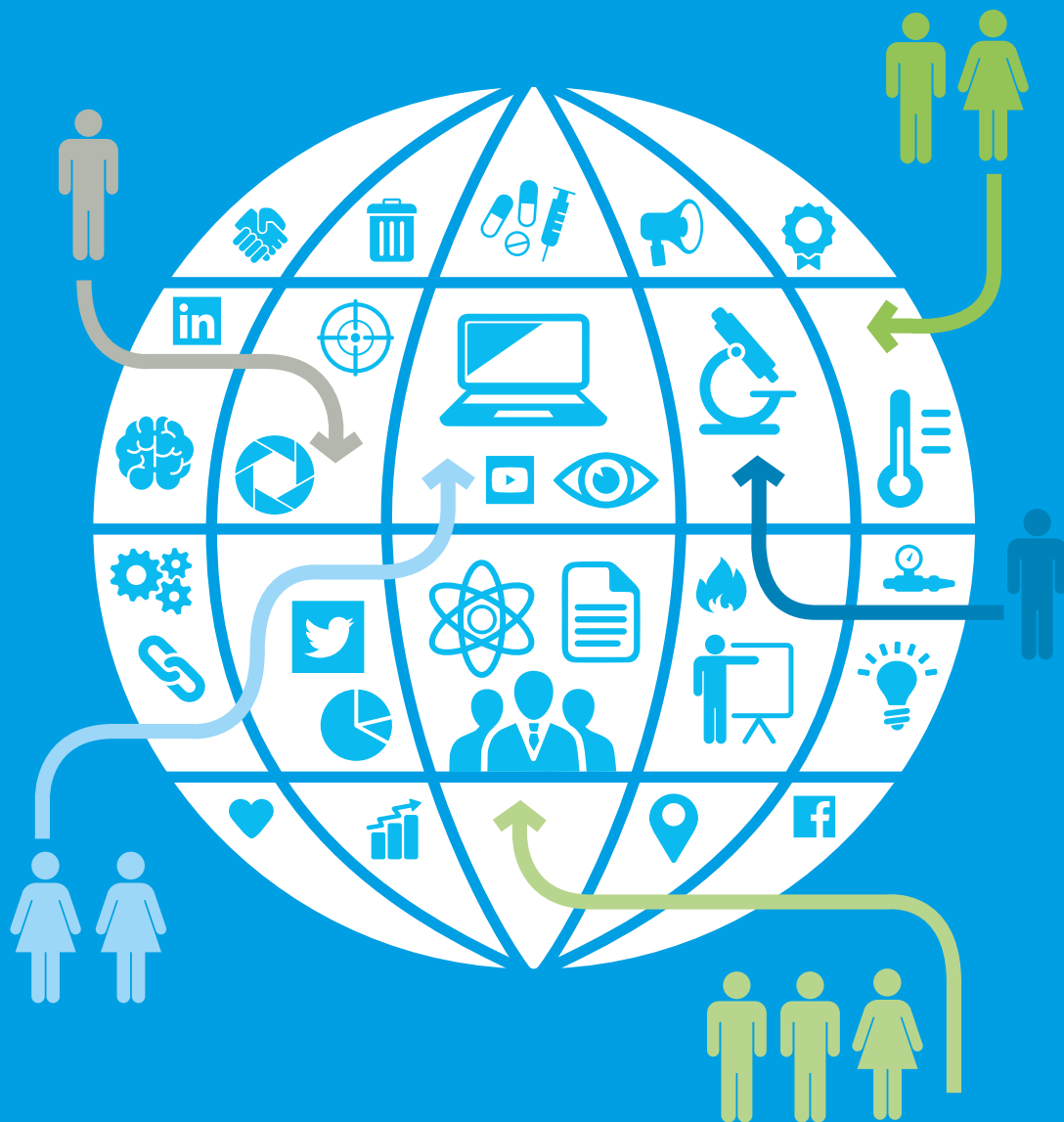
- Určení autorských práv
- Nabídka ve výběrovém řízení a práva k dílu
- Důvěrnost informací a konflikt zájmů
- Ochrana práv respondentů
- Pravidla pro publikaci výstupů výzkumných projektů

Sledujeme vývoj postojů české veřejnosti k válce na Ukrajině a přijímání ukrajinských uprchlíků. Tento výzkum je velmi aktuální a představuje důležitý společenský barometr. Naším cílem bylo získat co nejpřesnější a nejkomplexnější přehled o tom, jak se migrace z Ukrajiny odráží v náladách české společnosti a jak se v čase mění to, jak jsou lidé nakloněni pomoci uprchlíkům.



Martin Buchtík  
STEM





- ✓ Výzkum není prodej
- ✓ Ochrana a anonymizace
- ✓ Prověřené agentury

Podpora a regulace standardů a etických pravidel profesionálů ve výzkumu.

Oborová iniciativa SIMAR.

# INICIATIVA PRO VÝZKUM

SIMAR spolu se členskými agenturami založil iniciativu PRO VÝZKUM, veřejně prospěšnou aktivitu výzkumníků působících v prověřených agenturách pro výzkum trhu a veřejného mínění. Iniciativu se účastní agentury, které se aktivně podílejí na tvorbě a dodržování etických a zákonných pravidel a akceptují oborové Desatero pro ochranu osobních údajů.

Iniciativa podporuje ochotu respondentů odpovídat ve výzkumech a vysvětluje široké veřejnosti základní principy výzkumu, jeho přínosy pro celou společnost a podporuje etické zásady výzkumných aktivit. Cílem výzkumu je totiž objektivně zachytit postoje a názory obyvatelstva. Výzkumníci chtějí dobře porozumět tomu, jak jsou různé věci lidmi vnímány. Proto pro svou práci využívají vědecky podložené metody a závazné standardy.

Profesionálové ve výzkumu zdůrazňují rozdíl mezi výzkumem trhu a veřejného mínění a technikami přímého prodeje, transparentně informují o užití a zacházení s údaji respondentů a získaná data důsledně chrání. Pravidla, ke kterým se všechny zapojené agentury otevřeně hlásí, přispívají ke kvalitě a důvěryhodnosti výzkumných projektů.

## Výzkum může volat

I po novelizaci zákona č. 374/2021 Sb., kterou se mění zákon č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích, je zachována možnost respondentů vyjádřit se v telefonickém výzkumu.

**Výzkumné volání není nikdy přímo spojeno s prodejem** jednotlivci a jak uvádí výkladové stanovisko Českého telekomunikačního úřadu, kontaktování za účelem výzkumu trhu obecně nelze považovat za marketingovou reklamu nebo obdobný způsob nabídky zboží nebo služeb ve smyslu § 96 odst. 1

zákona o elektronických komunikacích. **Zákaz uvedený v § 96 odst. 1 zákona o elektronických komunikacích se tak na kontaktování za účelem výzkumu trhu v pravém smyslu nevztahuje**, a to bez ohledu na to, zda účastník uvedl či neuvedl v účastnickém seznamu, zda si přeje být kontaktován za účelem marketingu.

**Veškeré informace o iniciativě PRO VÝZKUM, zapojených agenturách a o výzkumném volání najdete na webové stránce [www.provyzkum.cz](http://www.provyzkum.cz).**





# SIMAR

**Sídlo:**

Na Žertvách 132/24  
180 00 Praha 8  
IČO: 613 88 203  
DIČ: CZ 613 88 203

**Korespondenční adresa:**

Na Větrově 69/56  
142 00 Praha 4 - Lhotka  
E-mail: [simar@simar.cz](mailto:simar@simar.cz)  
Tel.: 606 946 496  
[www.simar.cz](http://www.simar.cz)

