

Badania w Polsce są coraz tańsze

Przychody firm badawczych w Polsce spadły pierwszy raz w historii. Większe odbicie czeka je dopiero za 2-3 lata.

W zeszłym roku firmy badawcze w Polsce sprzedały usługi za 621 mln zł. To o 16 mln zł, czyli 3,5 proc. mniej, niż rok wcześniej. Jednak, jak wynika z raportu Organizacji Firm Badania Opinii Rynku (OFBOR), w dziesiątce największych firm z tej branży jedynie trzy zanotowały spadek przychodów.

Bez dramatu

— To nie był zły rok, choć na pewno wyjątkowy, bo spad-

kowy — ocenia Janusz Durtlik, prezes OFBOR, który wcześniej prognozował kilkuprocentowy wzrost rynku.

Jego zdaniem, wyniki branży trzeba porównywać z sytuacją w Europie i na rynku reklamny, gdzie przychody skurczyły się niekiedy nawet dwukrotnie.

— Zestawiając nasz rynek badawczy z niemieckim czy czeskim, spadki w Polsce nie są dobitliwe. Okazuje się, że firmy łatwiej rezygnują z budżetów reklamowych niż na badania. Bo wiedzą, że zlikwidowanie budżetów na badania mogłoby się dla nich źle skończyć — uważa Janusz Durtlik.

Zestawienie pokazujące przychody 20 firm z rynku, mających w nim 83-procentowy udział, pokazuje spadek jedynie o 0,7 proc. Najbardziej ucierpiały wyniki mniejszych podmiotów.

Ciecica, ciecica

— Mniemane miesiące to duża presja ze strony klientów na cenę. Ciecica marzy by na porządku dziennym. Nam nie do końca udało się utrzymać wszystkie projekty, bo jako firma miesięcowa nie mogliśmy elastycznie przesunąć budżetów. Stąd spadek przychodów o 4 proc. — mówi Alina Lempa, prezes Grupy IQS.

Ścisła czołówka, czyli MillwardBrown SMG/KRC, AC Nielsen i GfK Polonia, była na plusie, przynajmniej jeśli chodzi o sprzedaż.

— Utrzymaliśmy masę projektów badawczych, ale na pewno jednak nie zarobiliśmy tyle, ile w zeszłym roku, bo też ciecili marze — podkreśla Alina Lempa.

Co rynek czeka w najbliższych miesiącach? Janusz Durtlik przekonuje, że sgrząbną pękającą od szarów firm badawczych po styczniu i lutym pokazują, że sytuacja jest stabilna. Analitycy rynku są zgodni: większe wzrosty pojawią się za 2-3 lata i to raczej w wyniku podniesienia cen, a nie zwiększenia projektów. [KAJ]

PIERWSZA TRÓJKA MA SIĘ DOBRZE

Największe firmy badawcze w Polsce

Lp. Firma	Przychód 2009 (w mln zł)	Wzrost od 2008 (w proc.)
1 MillwardBrown SMG/KRC	102,3	0,75
2 AC Nielsen Polska	75,9	5,77
3 GfK Polonia	65,3	0,36
4 Grupa Pentor	44,8	-1,45
5 TNS OBOP	42,3	4,01
6 Grupa Ipsos	40,1	-9,53
7 PBS DGA	23,2	4,37
8 Grupa IQS	22,4	-3,99
9 AGB Nielsen Media Research	20,3	5,61
10 MEMRB International Poland	16,5	7,31

Zródło: Organizacja Firm Badania Opinii i R