



JANKELOVICS JÁNOS

A piackutatás világa – a világ piackutatása

Az ESOMAR, a piackutató intézetek nemzetközi szervezete 1996-ban is közzétette jelentését az ágazat előző évi tevékenységéről. A tanulmány sokoldalúan elemzi a kutatási piac méretét, az alkalmazott módszereket, az elvégzett vizsgálatok jellegét és a piac meghatározó cégeit.

Mennyit költöttek piackutatásra 1995-ben?

Az ESOMAR számításai szerint 1995-ben közel 8 milliárd ECU-t költöttek piackutatásra, ami 1994-hez viszonyítva 4 százalékos növekedést jelent. Hosszabb időszak adatait tekintve a piac növekedési üteme csökkenő tendenciát mutat, 1993/1992 : 13 százalék, 1994/1993 : 8 százalék.

A piac megismerésére a legtöbbet Európában költöttek, a világon e célra fordított kiadások közel felét.

A piackutató piac mérete

1. tábla

Régiók	Forgalom (millió ECU)	Megoszlás (százalék)	Index 1995/1994
Európai Unió	3293	42	108
Egyéb Európa	221	3	132
Európa összesen	3514	45	109
USA	2709	34	100
Japán	794	10	100
Egyéb	849	11	106
Összesen	7866	100	104

Megjegyzés: 1 ECU = 1,292 USD, 1,857 DEM

Az Európai Unió tagországai közül a legnagyobb piac a korábbi évekhez hasonlóan Németország, melyet az Egyesült Királyság és Franciaország követ. Ez utóbbi

két relációval kapcsolatosan meg kell jegyezni, hogy az angol piac 1995-ben előzte meg először a franciát. Európa nagy piacainak forgalma a 2. tábla szerint alakult.

Európa legnagyobb piackutató piacai

2. tábla

	Forgalom (millió ECU)	Megoszlás (százalék)
Németország	875	25
Egyesült Királyság	730	21
Franciaország	619	18
Olaszország	247	7
Spanyolország	181	5
Hollandia	178	5
Svédország	132	4
Belgium	90	3
Svájc	86	2
Egyéb	376	10
Összesen	3514	100

A piackutatásra fordított kiadásokat a megtermelt GDP-hez viszonyítva azt tapasztalhatjuk, hogy az Egyesült Államokban a világ GDP termeléséhez való hozzájárulásnál többet költenek a piac megismerésére, ezzel szemben Japánban lényegesen kevesebbet. A cikk további fejezeteiben döntő súllyal az európai piackutató piaccal foglalkozunk.

Ki finanszírozza a piackutatásokat?

A piackutató piacokra 1995-ben is jellemző maradt a hazai megbízások dominanciája, a megrendelések 80 százalékát belföldi partner finanszírozta. A 20 százalékos külföldi arány – amelyből 12 százalék volt a

közvetlen külföldi megbízó és 8 százalék a külföldi intézetek aránya – mindenképpen a határokon átnyúló kutatások, a szakma erősödését tükrözi. A külföldi megbízások részesedése 1991-ben 13 százalék, 1993-ban 19 százalék volt.

A külföldi érdeklődés természetesen nem minden piac iránt azonos, a legmagasabb (30, illetve 32 százalékkal) az osztrák és a luxemburgi piac esetében, a legalacsonyabb Portugália, Finnország és Olaszország vonatkozásában (ahol mindössze 7-8 százalékos).

A piackutató megbízások finanszírozásában a döntő szerep változatlanul a termelő szektoré, részesedése 51 százalék volt 1995-ben. A további nagy megbízók a szolgáltatás (14 százalék) és a köz-szféra (10 százalék). Az ipar által finanszírozott kutatások aránya Németországban a legmagasabb, eléri a 70 százalékot, míg a szolgáltatások részesedése Norvégiában a legnagyobb, megközelítve a 30 százalékot.

A vizsgálatok tárgya, módszerei

Az elvégzett vizsgálatok 72 százaléka fogyasztási cikkek iránt, míg 28 százalékuk ügynevezett business-to-business kutatás volt. Az egyes országok között számottevő különbségek tapasztalhatók az arányokat illetően. Két példával illusztrálva: a fogyasztási cikkek iránti érdeklődés Portugáliában a legnagyobb 92 százalékkal, ezzel ellentétben a német kutatások 42 százaléka business-to-business vizsgálat volt.

Az ESOMAR-felmérés – a két nagy kutatási szegmensen túlmenően – megkísérelte a vizsgálatok tárgyát képező termékek és szolgáltatások körének felmérését is (3. tábla).

A piackutató vizsgálatok leggyakoribb célpiacon az ipari termékek, különösen figyelemreméltóak a gyorsan forgó, mindennapi tömegtermékek. Az arányok a legtöbb nyugat-európai országban hasonlóak.

Az európai piackutató intézetek kutatási bevételeinek 53 százaléka ad hoc, 47 százaléka folyamatos megbízások teljesítéséből származott 1995-ben. A folyamatos kutatások magas és egyre emelkedő aránya az intézetek hosszabb távú kapcsolatok kialakítására irányuló törekvéseinek sikerét mutatja. A folyamatos kutatások aránya különösen magas Portugáliában és Németországban, mindkét esetben meghaladja a 60 százalékot.

A folyamatos kutatásokon belül alapvető jelentőségük van a panelvizsgálatoknak, arányuk számottevően meghaladja az omnibuszvizsgálatokét. Az omnibuszkutatások aránya a skandináv országokban a legmagasabb, és meglepően alacsony olyan nagy piacokon, mint Olaszország vagy Franciaország.

Rendkívül tanulságos annak áttekintése, hogy az európai piackutató intézetek milyen adatgyűjtési módszereket alkalmaznak.

A kvantitatív vizsgálatok során a legmagasabb arányt a személyes interjúk képezik, amelyekben belül a lakásokon készített megkérdezések dominálnak.

3. tábla

A piackutató vizsgálatok tárgya (európai átlag)

	Megoszlás (százalék)
Közzsükségleti cikkek	27
Tartós fogyasztási cikkek	5
Pénzügy/szolgáltatás	9
Média	9
Közvélemény-kutatás	5
Kormány	8
Autózás	9
Fogyasztói elégedettség	5
Ipar	5
Gyógyszer	5
Mezőgazdaság	2
Kereskedelem	6
Egyéb	5
Összesen	100

A lakásokon készített interjúk aránya hosszabb időszak adatait tekintve csökken (1992-ben 25 százalékkal), azonban 1995-ben, 1994-hez viszonyítva, növekedés volt regisztrálható. A növekedés az ESOMAR elemzői szerint a CAPI (Computer Assisted Personal Interviewing) technikák alkalmazásának terjedésével függ össze. A telefonos megkérdezések aránya évek óta azonos nagyságrendet reprezentál. Az egyes felvételi módok alkalmazásában az országok között eltérés tapasztalható, ami a különböző piacok hagyományaihoz függ össze. A személyes, otthon készített interjúk aránya különösen Olaszországban, Görögországban és Törökországban magas. A telefonos adatgyűjtés a skandináv államok mellett Svájcban gyakori. A postai megkérdezések aránya az egész kontinensen alacsony, említésre méltó arányt mindössze Svédországban lehet tapasztalni.

Az 1995-ben készített interjúk száma Európában, az Egyesült Királyságban volt a legmagasabb 15 millióval, ezt követi Spanyolország és Németország egyaránt 47 millióval.

A kvalitatív módszerek közül a legelterjedtebb a csoportinterjú, amelynek alkalmazása kétszerese a mélyinterjúknak.

A világ legnagyobb piackutató intézetei

Az ESOMAR mintegy 850 piackutató céget tart számon a világon. A legtöbb cég az Egyesült Államok-

ban, az Egyesült Királyságban és Németországban működik.

A hat legnagyobb cég sorrendje 1994-hez képest nem változott, a Gfk, a SOFRES és a Research International forgalma 20-30 százalékkal bővült egy év alatt. A Gfk egy év alatt hét országban nyitott új irodákat, a SOFRES hálózata 1994-ben hét új céggel bővült.

4. tábla

A világ legnagyobb piackutató cégei 1995-ben

	Forgalom (millió ECU)	Székhely
AC Nielsen	995	USA
IMS International	634	USA/UK
IRI	310	USA
Gfk	240	Németország
SOFRES	196	Franciaország
Research International	181	UK
Infratest/Burke	117	Németország
Video Research	115	Japán
IPSOS Group	110	Franciaország
Millward Brown	106	UK

A világ legnagyobb piackutató cége változatlanul az AC Nielsen, 1995. évi forgalma megközelítette az egymilliárd ECU-t.

Európa legnagyobbjai

Európa legnagyobb piackutató intézete, az EU-országokban regisztrált forgalma alapján, az AC Nielsen, melyet az IMS és a Gfk követ.

5. tábla

Az EU legnagyobb piackutató intézetei

	Forgalom (millió ECU)	EU-országok száma, ahol irodát tart fenn
AC NIELSEN	558	14
IMS International	262	11
Gfk	228	11
Sofres Group	174	7
Research International	130	13
Infratest/Burke	116	9
IPSOS Group	109	7
TaylorNelson AGB	78	3
NOP International	67	4
Millward Brown	61	7

Az európai intézetek közül 1994-ről 1995-re a legnagyobb növekedést a Millward Brown érte el, forgalma 30 százalékkal emelkedett, ezt követi a Gfk 24 százalékos rátával.

Az ESOMAR információkat tett közzé a piackutató hálózatok forgalmáról is. Az adatok szerint a GALLUP hálózathoz tartozó független cégek a világ 50 országában 271 millió ECU-s forgalmat regisztráltak, európai forgalmuk 15 országban 184 millió ECU. Az INRA-EUROPE cégei 126 millió ECU-s bevételt jeleztek.

A kiterjedt hálózattal rendelkező IRIS 33 országban van jelen, forgalmukról azonban az ESOMAR nem rendelkezik adatokkal.

Az európai piackutató-ipar 40 ezer főállású szakembert foglalkoztat, munkájukat 130 ezer kérdező segíti. A piackutatók száma 1994-hez viszonyítva 5 százalékkal, az anketőröké 14 százalékkal nőtt.

Szerzőnk az MC-OPK főosztályvezetője

Esettanulmányok az üzletember-képzésben

Az esettanulmányok alkalmazása alapvető jelentőségű a korszerű üzletember-képzésben. Különös örömmel adunk hírt arról, hogy *prof. Rekettye Gábor*, folyóiratunk szerkesztőbizottságának elnöke és *prof. Vörös József*, a szerkesztőbizottság tagja a „FÉG Konvektorgyártó Rt., 1996” című esettanulmányával *elnyerte a CEE MAN* (Central and East European Management Development Association) negyedik éves *konferenciája* (Prága, 1996. október 19.) *keretében rendezett esettanulmány-verseny fődíját.*

(A szerk.)