



# Rynek badań w Polsce w 2023 roku

Prezentacja wyników badania branżowego



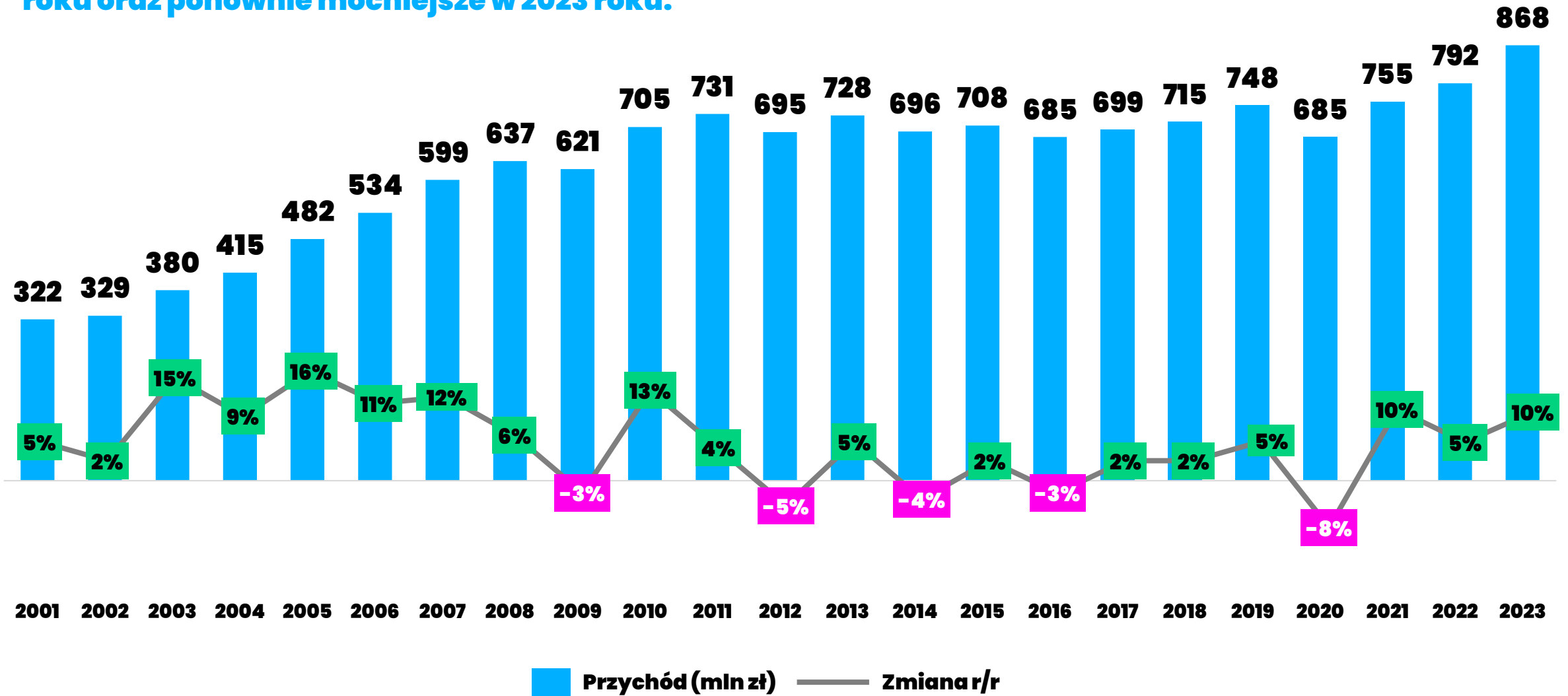
**TOMASZ OPALSKI**

PTBRIO / ING BANK ŚLĄSKI



# Przychody branży badawczej

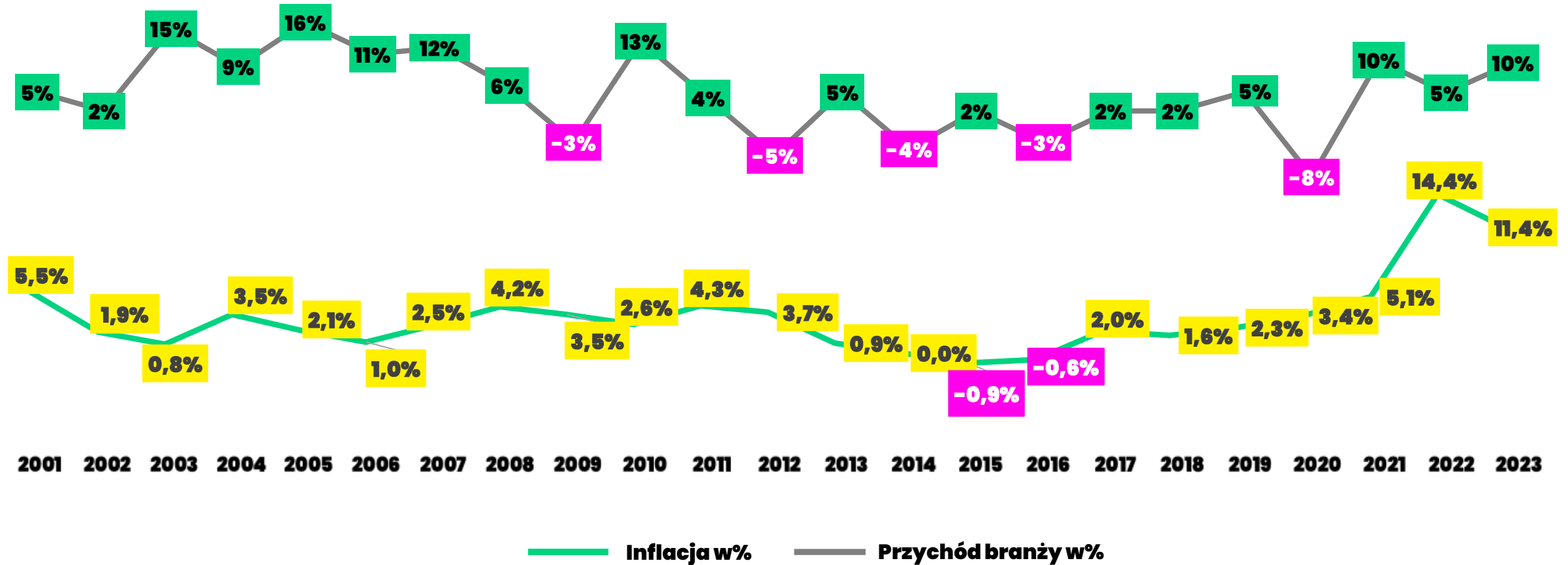
Po epidemicznym, 2020 roku, nastąpiło mocne odbicie w przychodach firm w 2021, nieco słabsze w 2022 roku oraz ponownie mocniejsze w 2023 roku.



źródło: OFBOR (1993–2009), PTBRiO (2010–2023)

# Przychody branży badawczej vs. inflacja

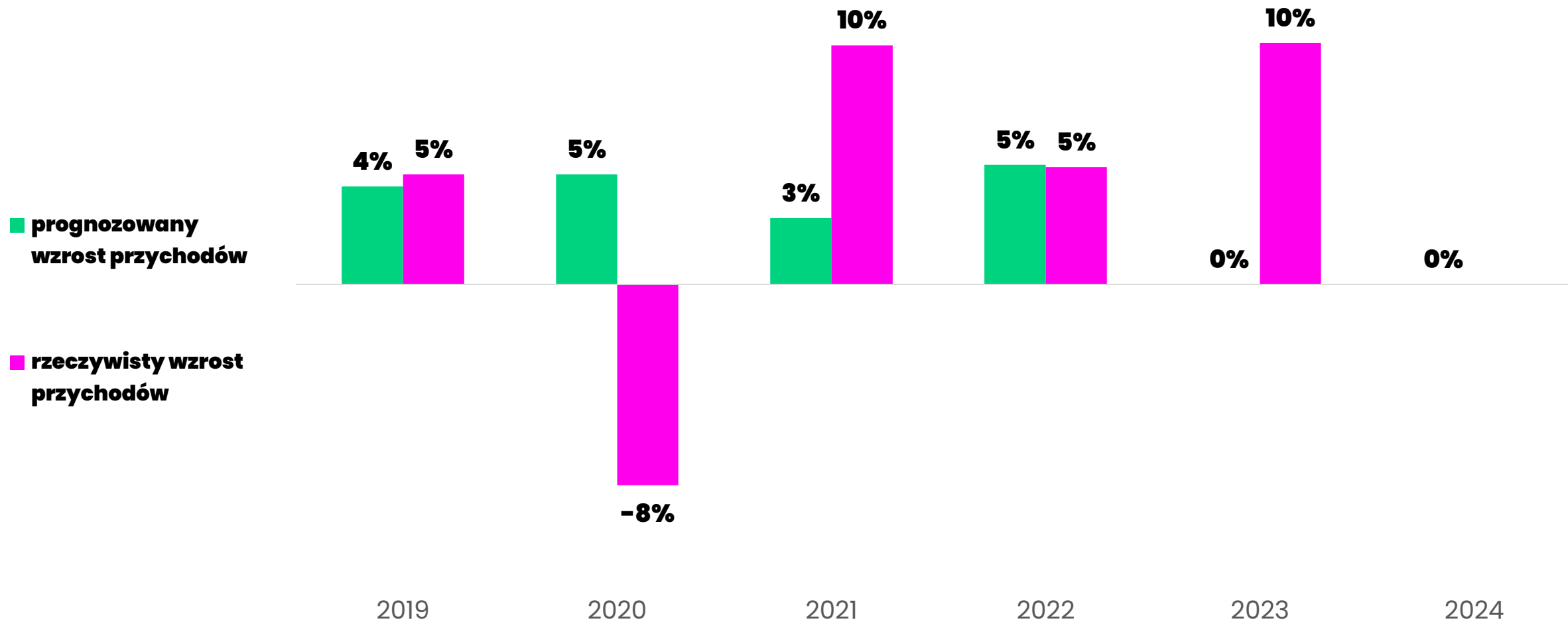
Wartość inflacji w latach 2022 / 2023 przewyższa wartość wzrostu przychodów branży badawczej.



źródło: OFBOR (1993–2009), PTBRiO (2010–2023)

# Prognozy wielkości rynku

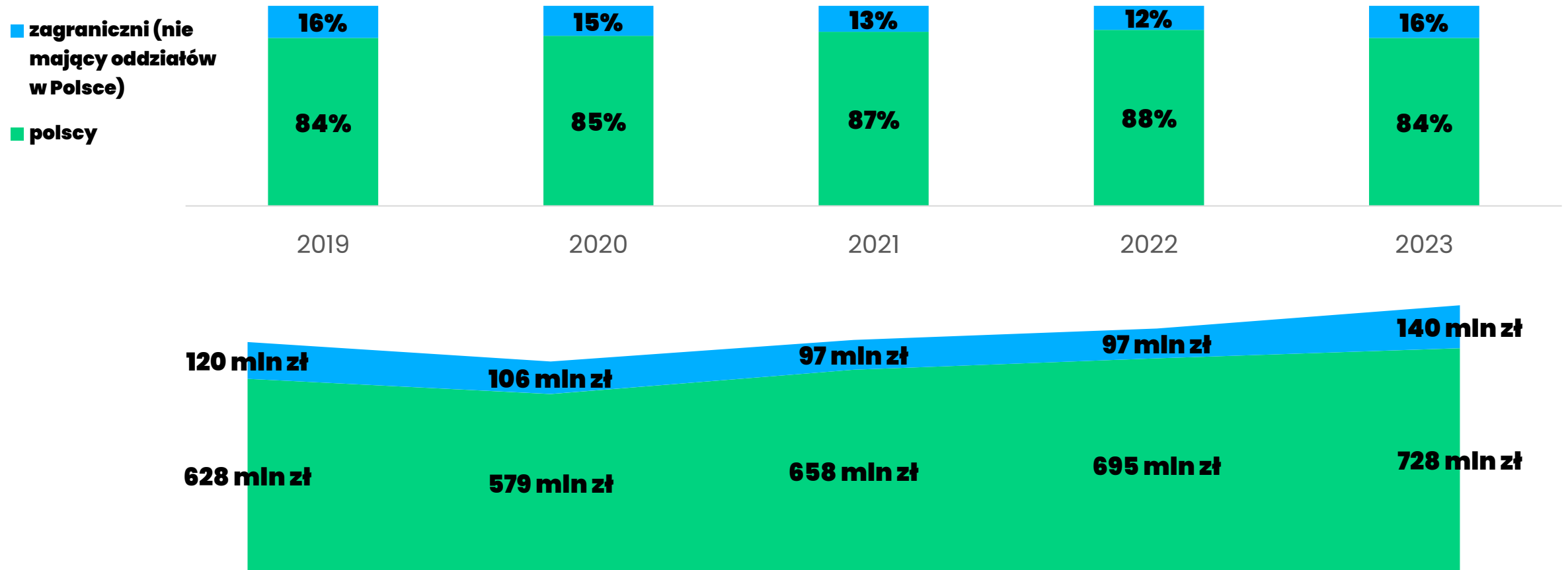
Wzrost przychodów w 2023 był o 10 pp wyższy niż przywidywała branża badawcza.  
Ponownie jak w roku poprzednim firmy prognozują brak wzrostu przychodów w 2024 roku.



Rynek badań w roku 2023. Źródło: Ankieta wypełniona przez firmy badawcze (n=38)

# Zleceniodawcy projektów badawczych

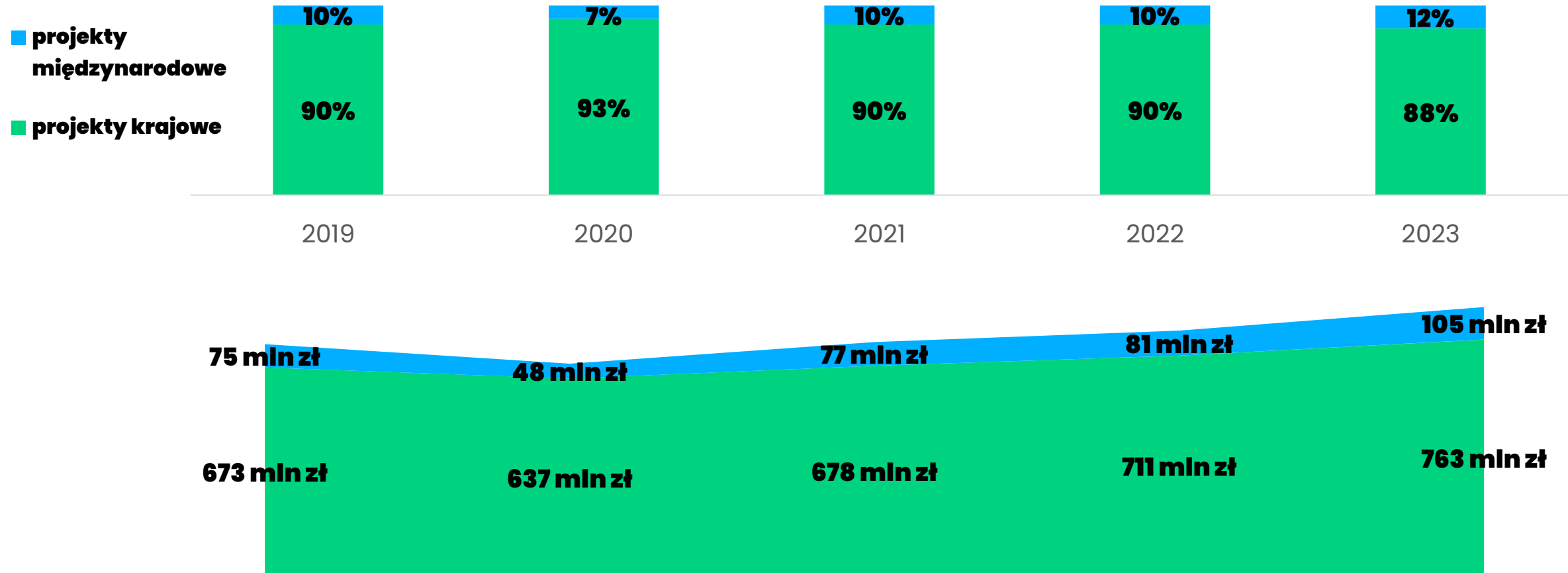
Firmy zawdzięczają wzrost przychodów rosnącym wartościom zamówień od zleceniodawców z Polski oraz z zagranicy.



Rynek badań w roku 2023. Źródło: Ankieta wypełniona przez firmy badawcze (n=38)

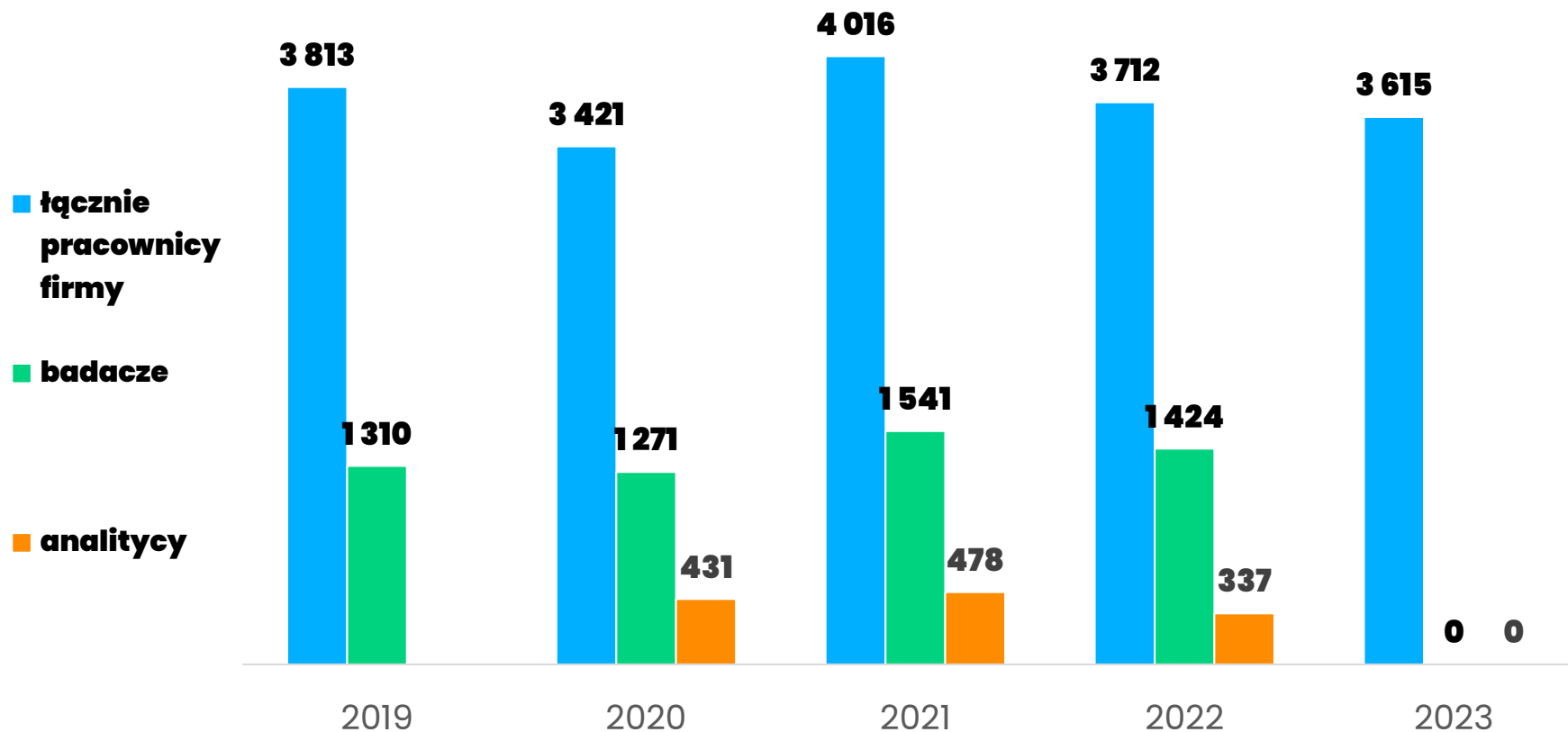
# Udział badań w przychodach ze względu na zasięg

Wartość zleceń z projektów międzynarodowych na najwyższym poziomie od 2019 roku.

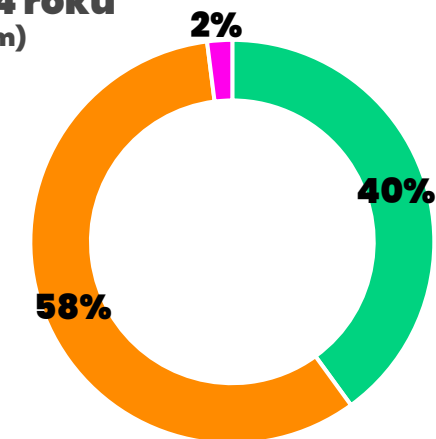


# Zatrudnienie w firmach badawczych

Nieco zmalała w porównaniu do 2022 roku liczba pracowników firm badawczych. 40% firm prognozuje dalszy wzrost ilości pracowników etatowych w 2024 roku.



Prognoza liczby etatów w 2024 roku (% firm)



Wzrośnie  
Zmaleje  
bez zmian

Rynek badań w roku 2023. Źródło: Ankieta wypełniona przez firmy badawcze (n=38).

Z powodu zmiany metodologii badania nie można pokazać za 2023 rok danych w rozbiciu na badaczy i analityków.

# Zlecniodawcy badań – udział w przychodach firm

Znacząco rośnie udział przychodów od zlecniodawców z FMCG oraz innych podmiotów, maleje zaś z od agencji badawczych, farmacji oraz automotive.

dane w %	2023	2022	2021	2020	2019
Produkcja FMCG	31,8 ↑	30,4	34,2	35,9	39,6
inne podmioty	11,7 ↑	6,3	5,7	5,3	5,8
Instytuty i agencje badawcze	8,6 ↓	11,3	7,8	6,6	5,3
Media elektroniczne (TV, radio)	7,8	7,4	7,2	6,6	7,7
Produkcja farmaceutyków i produktów medycznych	7,3 ↓	9,2	9,1	10,2	8,9
Handel hurtowy i detaliczny	6,9	6,9	7,2	7,0	6,3
Sektor publiczny i agendy rządowe, samorządy lokalne, szkolnictwo wyższe	6,4	6,8	6,8	5,7	6,3
Produkcja towarów trwałego użytku (domowych)	5,4	5,5	6,2	6,7	3,8
Usługi finansowe	5,3	5,8	5,4	5,9	5,5
Agencje reklamowe, domy mediowe, agencje PR	2,9	2,9	3,4	3,3	3,4
ICT (telekomunikacja, informatyka)	2,3	3,2	3,3	3,4	3,7
Firmy internetowe	1,9	1,5	1,5	1,2	1,3
Przemysł samochodowy	1,7 ↓	2,8	2,2	2,2	2,4

↑↓ - zmiany udziału większe niż 1 pp

Rynek badań w roku 2023. Źródło: Ankieta wypełniona przez firmy badawcze (n=38)



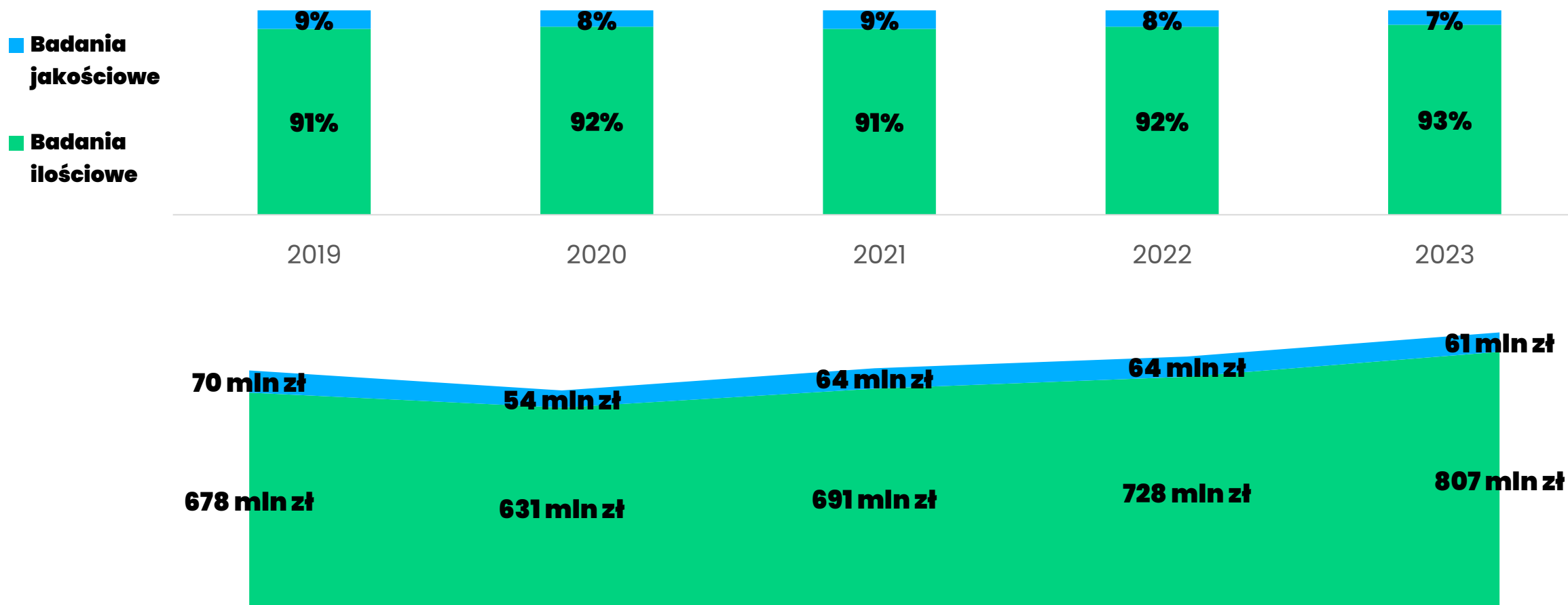
# Typy badań – udział w przychodach firm badawczych

W 2023 roku w przychodach firm badawczych obserwujemy lekki spadek udziału badań realizowanych jako retail audit przy jednoczesnym lekkim wzroście dla badań CATI.

dane w %	2023	2022	2021	2020	2019
Badania realizowane przez Internet	28,2	27,7	28,4	30,8	18,7
Retail audit	25,3	26,2	24,4	23,0	22,1
Badania telefoniczne z centralnego studia CATI	9,4	8,6	12,0	12,7	8,9
Badania audytoriów (telemetria, radio, Internet)	9,3	9,5	8,4	7,6	6,6
Face to face: in home	5,0	5,1	4,4	7,3	11,0
Inne badania ilościowe	4,8	4,7	4,9	1,2	9,0
Mystery shopping	4,3	3,4	2,9	3,2	4,8
Face to face: in street	2,7	3,4	2,7	1,9	3,7
Face to face: B2B	2,2	1,8	2,1	2,3	2,2
Face to face: central location	1,8	1,4	1,3	2,2	3,6
<b>RAZEM BADANIA ILOŚCIOWE</b>	<b>93,0</b>	<b>91,9</b>	<b>91,5</b>	<b>92,2</b>	<b>90,6</b>
FGI	3,1	3,2	3,7	3,9	5,2
IDI	3,0	3,3	3,3	2,9	2,8
Inne badania jakościowe	0,9	1,6	1,5	1,0	1,4
<b>RAZEM BADANIA JAKOŚCIOWE</b>	<b>7,0</b>	<b>8,1</b>	<b>8,5</b>	<b>7,8</b>	<b>9,4</b>

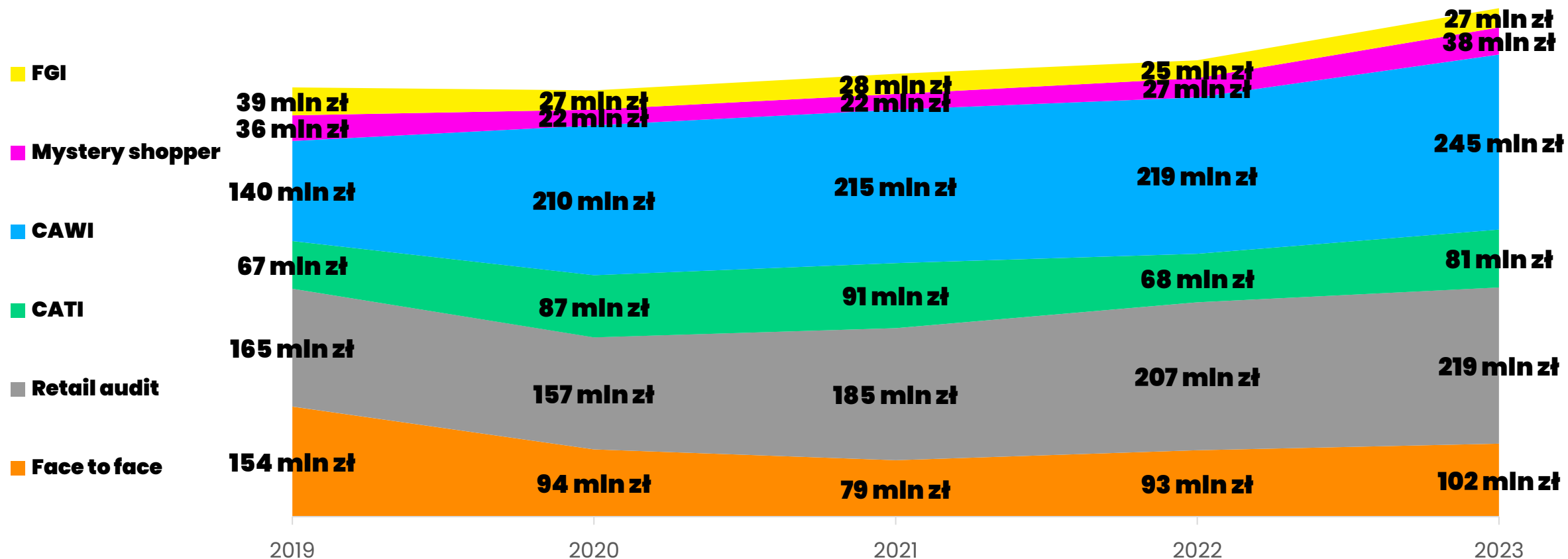
# Typy badań – udział w przychodach firm badawczych

W 2023 roku maleje udział i wartość badań jakościowych.



# Typy badań – udział w przychodach firm badawczych

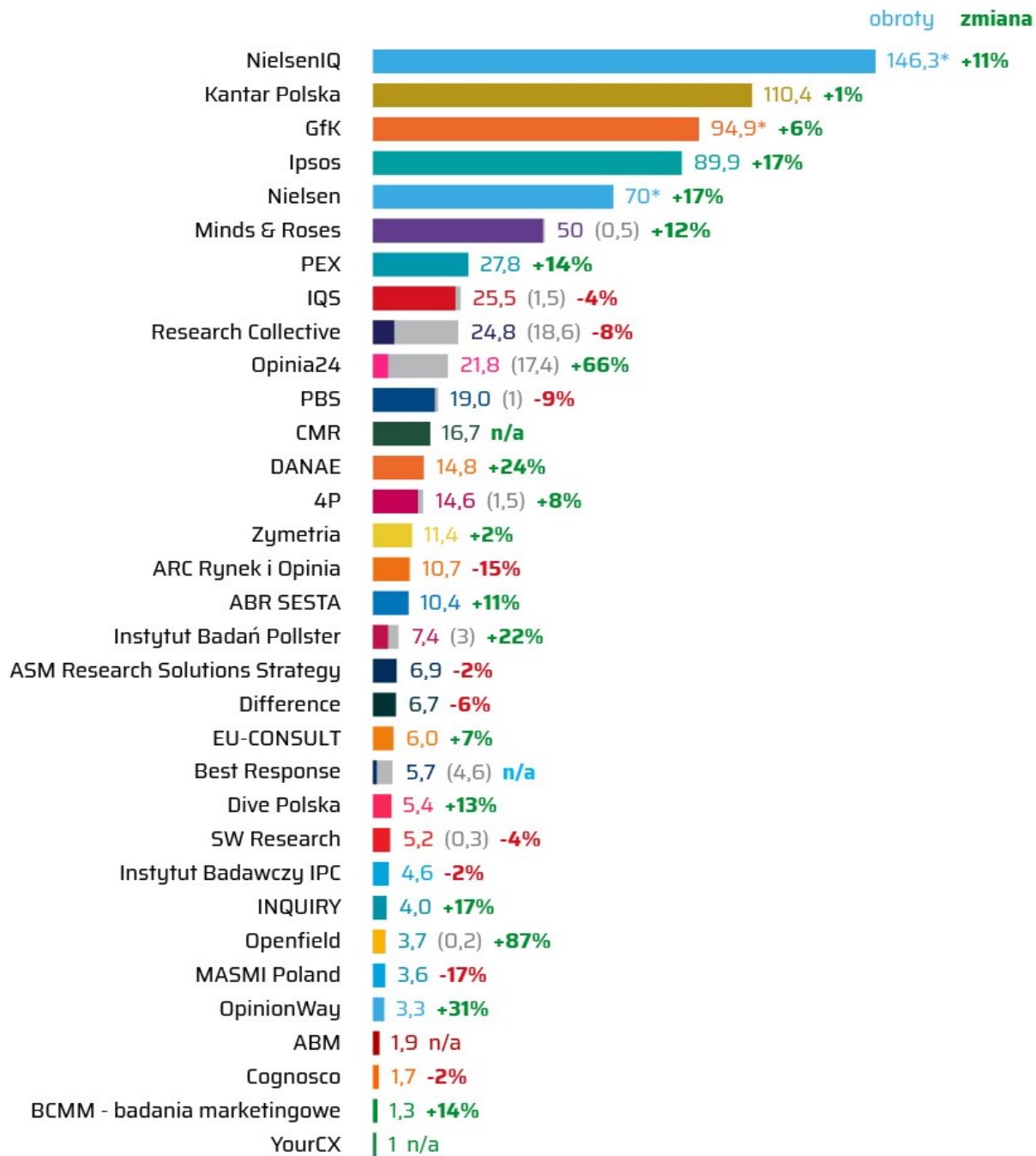
W przychodach firm badawczych w 2023 roku obserwujemy solidny wzrost wartości badań w Internecie (CAWI), CATI oraz retail audit.



Wybrane techniki badawcze

Rynek badań w roku 2023. Źródło: Ankieta wypełniona przez firmy badawcze (n=38)

# Obroty agencji badawczych w 2023 w mln PLN



\*- szacunki PTBRiO

# Wyzwania stojące przed badaniem branży

**W ostatnich latach obserwowaliśmy zmiany w profilu raportujących firm. Na rynku pojawia się coraz więcej dostawców usług realizacyjnych, z których oferty korzystają agencje badawcze.**

**W najnowszej fali badania widzimy wzrost liczby firm realizujących badania na panelach oraz dostawców platform softwarowych dostarczających narzędzia do prowadzenia badań. To nie powinno dziwić, ponieważ na szerszym rynku od pewnego czasu obserwujemy podobne trendy.**

**Zmiana struktury raportujących firm spowodowała, że w tegorocznych zestawieniach zrezygnowaliśmy z pokazywania zestawień firm po ilości przebadanych respondentów.**

**W przyszłym roku będziemy musieli zastanowić się nad ew. wprowadzeniem osobnego badania dla tych nieklasycznych firm badawczych.**



# Więcej

