



Tisková zpráva

Datum
16. června 2010

Agáta Jankovská
Tel. +420 731 534 282
Fax +420 251 815 800
agata.jankovska@gfk.com

Výzkum trhu je v porovnání s ostatními odvětvími marketingu nejdůvěryhodnějším povoláním

Mezinárodní výzkum GfK dlouhodobě sleduje míru důvěry, jakou obyvatelstvo přiznává představitelům různých profesí a institucí

Praha, 16. června 2010 – Lidé, kteří pracují ve výzkumu trhu, jsou důvěryhodnější, než jejich kolegové z marketingu a reklamní branže. Jsou na tom dokonce lépe než manažeři velkých podniků či bankéři. Vyplynulo to z mezinárodního srovnání GfK Trust Index, realizovaného letos na jaře.

Odborníkům na výzkum trhu věří 65,4 % respondentů, což je o několik procent více, než je celoevropský průměr. A to i přesto, že od loňského roku došlo v rámci České republiky k poklesu důvěry v pracovníky ve výzkumu trhu, a to zhruba o 10 procentních bodů. Situace v ČR se tak přiblížila celoevropskému a západoevropskému průměru, zatímco průměr ve střední Evropě se stále drží těsně nad 70 %.

Důvěra klesala u většiny sledovaných povolání, s výjimkou hasičů, kteří žebříčku dlouhodobě vévodí s hodnotami vysoko přes devadesát procent (konkrétně v ČR je to 98 %, +1 % v porovnání s rokem 2009) a pracovníků pošt – ti si v rámci České republiky meziročně polepšili o 2,3 % na 93,3 %. Obdobné důvěře jako výzkumníci se těší například policisté (61,5 %), charitativní instituce (61,5 %) či organizace zabývající se ochranou životního prostředí (60,4 %).

GfK Czech, s.r.o.
KAVČÍ HORY OFFICE PARK
Na Hřebenech II 1718/10
CZ-140 00 Praha 4

Tel. +420 296 555 111
Fax +420 251 815 800
www.gfk.cz
info@gfk.cz

Jednatel společnosti:
Ing. Ondřej Tomas

Společnost je zapsána
v OR MS v Praze,
oddíl C, vložka 1326

	2010 ČR	2010 Evropa	2009 ČR
Bankéři	52	38,4	58
Management velkých podniků	33,1	30,7	34
Marketéři	51,8	40,3	53
Novináři	39,3	41,1	
Reklamní branže	40,2	31,6	44
Výzkum trhu	65,4	61,9	76

Tabulka: Míra důvěry v jednotlivá povolání, vyjádřená v procentech.
Zdroj: GfK Trust Index 2010

Důvěra v pracovníky v reklamě, novináře a bankéře s věkem klesá

Zatímco ve skupině od 14 do 29 let věří lidem z reklamní branže přes 47 % respondentů, starší lidé (50 – 99 let) jim vyjadřují důvěru jen v 35 % případů. Obdobně jsou na tom bankéři a novináři, u obou profesí činí rozdíl v důvěře u obou věkových skupin zhruba deset procent. Naproti tomu marketingovým odborníkům a výzkumníkům věří starší lidé jen nepatrně méně než ti mladší.

Mezinárodní úroveň důvěry v jednotlivá povolání

Povolání	Všechny země 2010	Všechny země 2009	Země s nejvyšší úrovní důvěry	V %	Země s nejnižší úrovní důvěry	V %
Procentuální vyjádření počtu respondentů, kteří na otázku odpovídali, že mají k příslušníkům daného povolání důvěru.						
Hasiči	94	92	Švédsko/Česká republika	98	Rumunsko	91
Učitelé	84	85	Španělsko/Portugalsko	92	Itálie	75
Lékaři	84	81	Španělsko	93	Rumunsko	74
Zaměstnanci pošt	82	81	Maďarsko	95	Belgie	69
Armáda	81	81	Rumunsko	88	Belgie	57
Policie	75	61	Německo	86	Rumunsko	54
Organizace na ochranu životního prostředí	62	64	Portugalsko	84	Francie	57
Soudci	62	57	Německo	83	Bulharsko	32
Charita	59	60	Španělsko	75	Bulharsko	45
Státní správa	58	57	Portugalsko	70	Itálie	38
Kněží	58	66	Rumunsko	86	Francie	33
Výzkum trhu	55	55	Maďarsko	79	Francie	49
Právníci	46	47	Německo	72	Bulharsko	31
Bankéři	42	37	Německo	57	Itálie	24
Odbory	42	43	Nizozemsko	65	Itálie/Bulharsko	31
Novináři	41	41	Portugalsko	66	UK	21
Marketingoví odborníci	33	39	Portugalsko	64	Francie	22
Manažeři	31	33	Bulharsko	51	Německo	17
Odborníci na reklamu	29	28	Rumunsko	50	Švédsko	15
Politici	14	18	Nizozemsko	32	Itálie	7

Zdroj: GfK Trust Index na jaro 2010, GfK Custom Research

Informace o výzkumu

GfK Trust Index 2010 byl realizován divizí GfK Custom Research v únoru a březnu 2010 na celkovém vzorku 18 800 respondentů v 15 evropských zemích, USA, Brazílii, Kolumbii a Indii. V České republice byl výzkum proveden v březnu na reprezentativním vzorku 1000 respondentů ve věku 15 – 79 let formou osobního dotazování (CAPI). Smyslem výzkumu je vyhodnotit důvěru ve dvacet profesních skupin. Výzkum GfK Trust Index probíhá každoročně od roku 2003.



Skupina GfK v ČR

Skupina GfK v ČR (GfK Czech a INCOMA GfK) je předním poskytovatelem komplexních služeb v oblasti výzkumu trhu a veřejného mínění, včetně konzultačního a poradenského servisu. Pro další informace navštivte naše internetové stránky: www.gfk.cz, www.incoma.cz.

GfK Group

GfK Group je poskytovatelem zásadních informací nezbytných při rozhodování o tržních strategiích firem působících v oblasti průmyslu, maloobchodu, služeb a médií. Nabízí komplexní informační a poradenské služby ve svých třech obchodních sektorech: Custom Research, Retail and Technology a Média. Jako celosvětově čtvrtá největší společnost provádějící marketingový výzkum působí ve více než 100 zemích s více než 10 000 zaměstnanci. V roce 2009 dosáhly tržby GfK Group 1,16 miliardy EUR. Pro další informace navštivte webové stránky: www.gfk.com.