

Российская  
Исследовательская  
Неделя

Отчет

**РИН**  
**2018**

**Состояние рынка  
маркетинговых  
исследований  
в 2017 году**

Исследование проводилось в рамках ESOMAR Industry Survey

Метод сбора данных: **онлайн-опрос**

**Выборка:** компании, занимающиеся маркетинговыми и социально-политическими исследованиями на российском рынке, а также компании, занимающиеся разработкой ПО для рынка исследований.

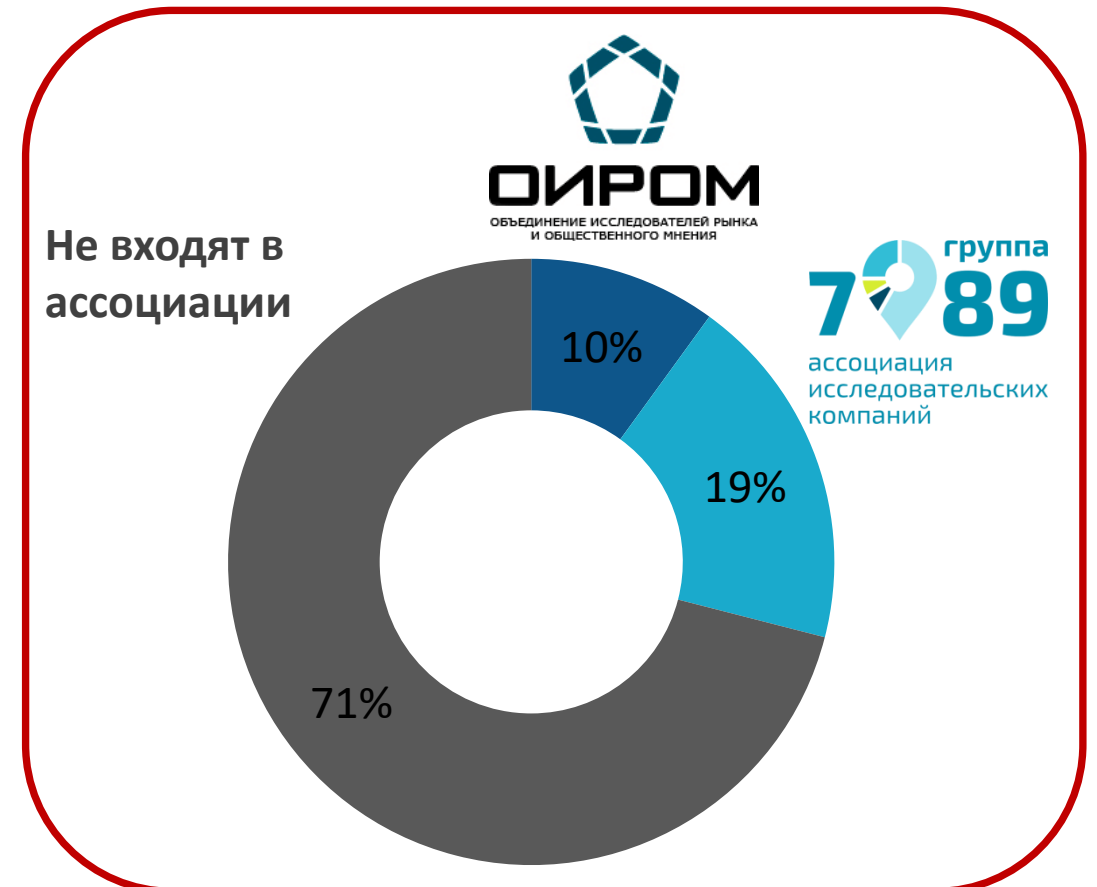
**Список компаний** для опроса взят с портала **Sociologos** + списки членов **ОИРОМ** и **Группы 7/89** + активные участники **ResearchEXPO** 2016, 2017 и 2018. Всего компаний в списке: **531**.

**Приняли участие** в опросе **108** компаний (**20%** участников рынка, которые дают **66% оборота**).

## Тип компании



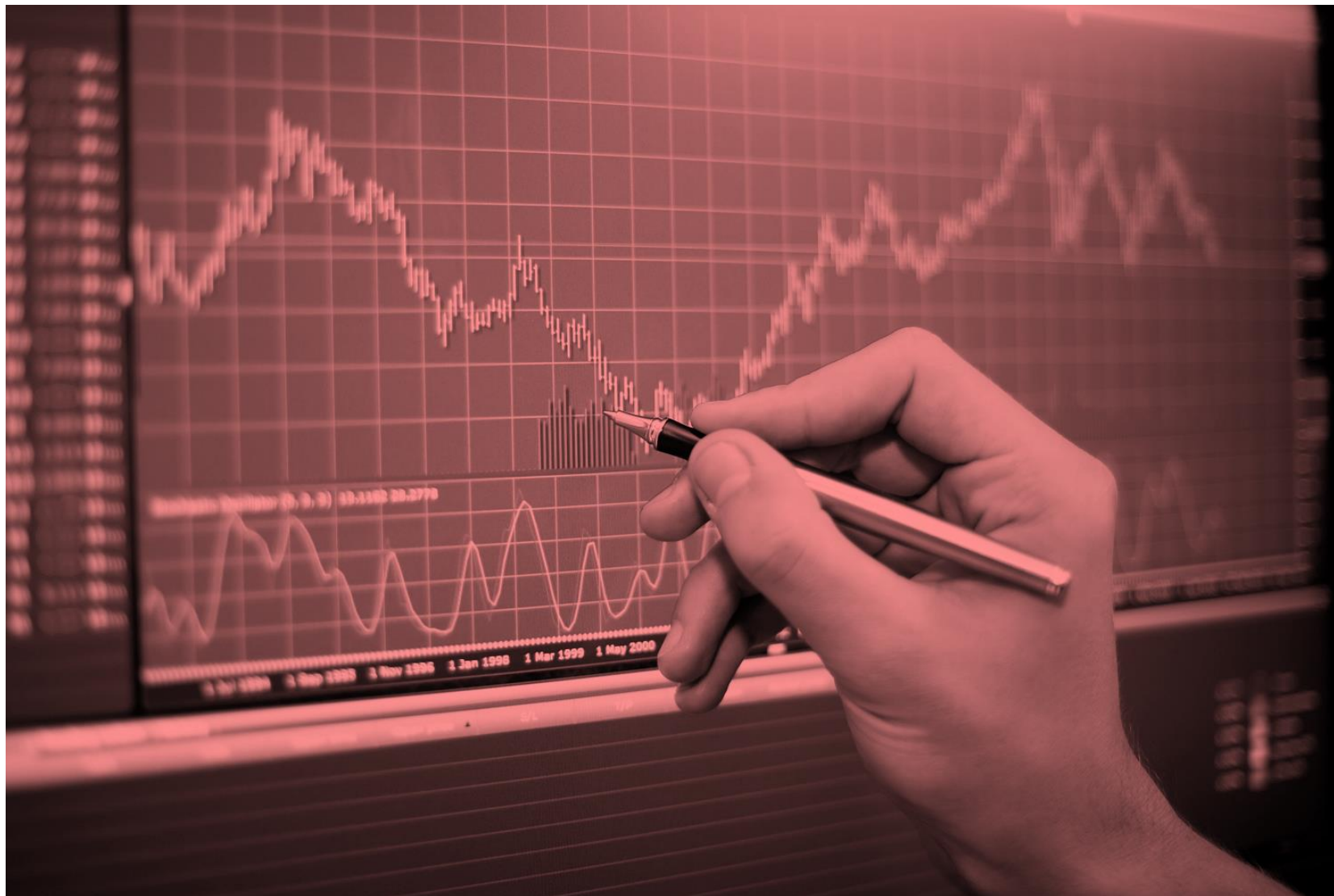
## Участие в ассоциациях



# Общий оборот рынка маркетинговых исследований

**РИН**  
2018

РОССИЙСКАЯ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ  
НЕДЕЛЯ



Расчет общего оборота  
рынка маркетинговых  
исследований в России

# При расчете оборота рынка:

## Учитывались:

Работы, связанные с проведением маркетинговых и социологических исследований

Проекты, проведенные российскими компаниями И российскими офисами международных компаний в России и других странах, в том числе заказанные из-за рубежа

## НЕ учитывались:

Деятельность, напрямую не связанная с проведением маркетинговых и социологических исследований

Проекты, проведенные иностранными компаниями в России без привлечения местных подрядчиков (например, онлайн)

Стоимость работ, проведенных по субподряду российскими исследовательскими компаниями для других российских исследовательских компаний (то есть стоимость учитывается только у компаний, которые отдали работы на субподряд, чтобы избежать двойного подсчета)

# Схема расчета

При расчете учитывались проекты, проведенные в России, и исключались проекты, взятые по субподряду одними российскими компаниями от других российских исследовательских компаний.

- Ответили 55% компаний
- Недостающие данные оценены по открытым источникам

**Члены  
ОИРОМ**

**Члены  
группы  
7/89**

- Ответили 69% компаний.
- Вместо отсутствующих данных был поставлен медианный оборот.

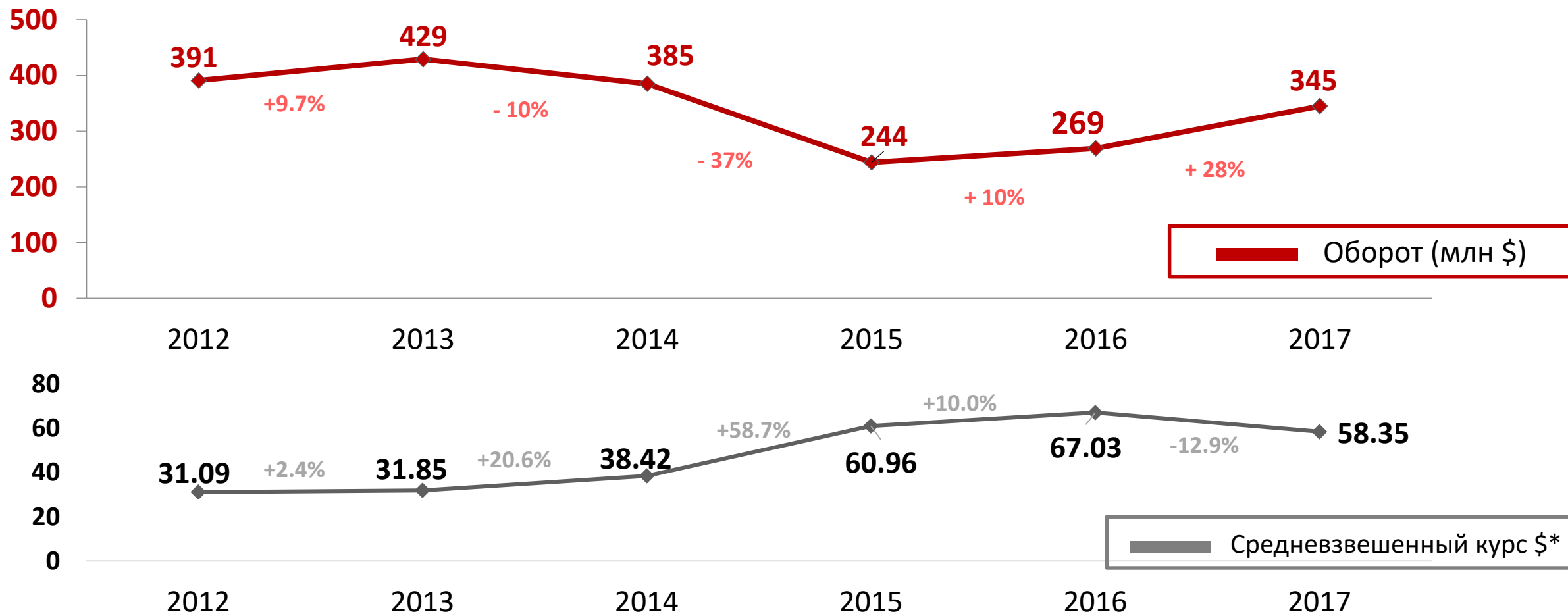
- Ответили 22% компаний.
- Вместо отсутствующих данных был поставлен медианный оборот.

**Компании  
с офисом  
в Москве**

**Компании  
с офисами  
в других  
регионах**

- Ответили 15% компаний.
- Вместо отсутствующих данных был поставлен медианный оборот.

# Оборот рынка (млн.\$)



2012, 2013 и 2014 годы: данные взяты из ESOMAR Industry Survey

2015 год: уточненные данные по итогам опроса

2016 и 2017 год: данные опроса

\* Средневзвешенный курс рассчитывается с учетом количества дней, которое действовал каждый из курсов валюты.

Источник: [audit-it.ru/currency/sr\\_vz.php](http://audit-it.ru/currency/sr_vz.php)

# Рост рынка (млн.\$)

Компании с офисами в Москве +  
члены ОИРОМ

**Рост 28%**

315

247

2016

2017

Компании с офисами в других  
регионах + члены «Группы  
789»

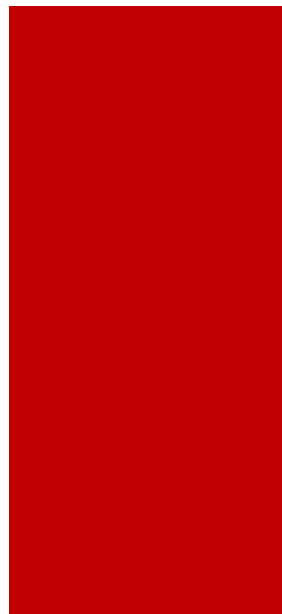
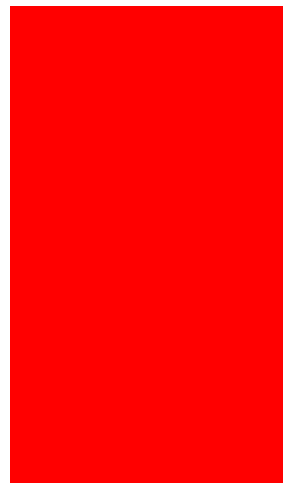
**Рост 36%**

29

22

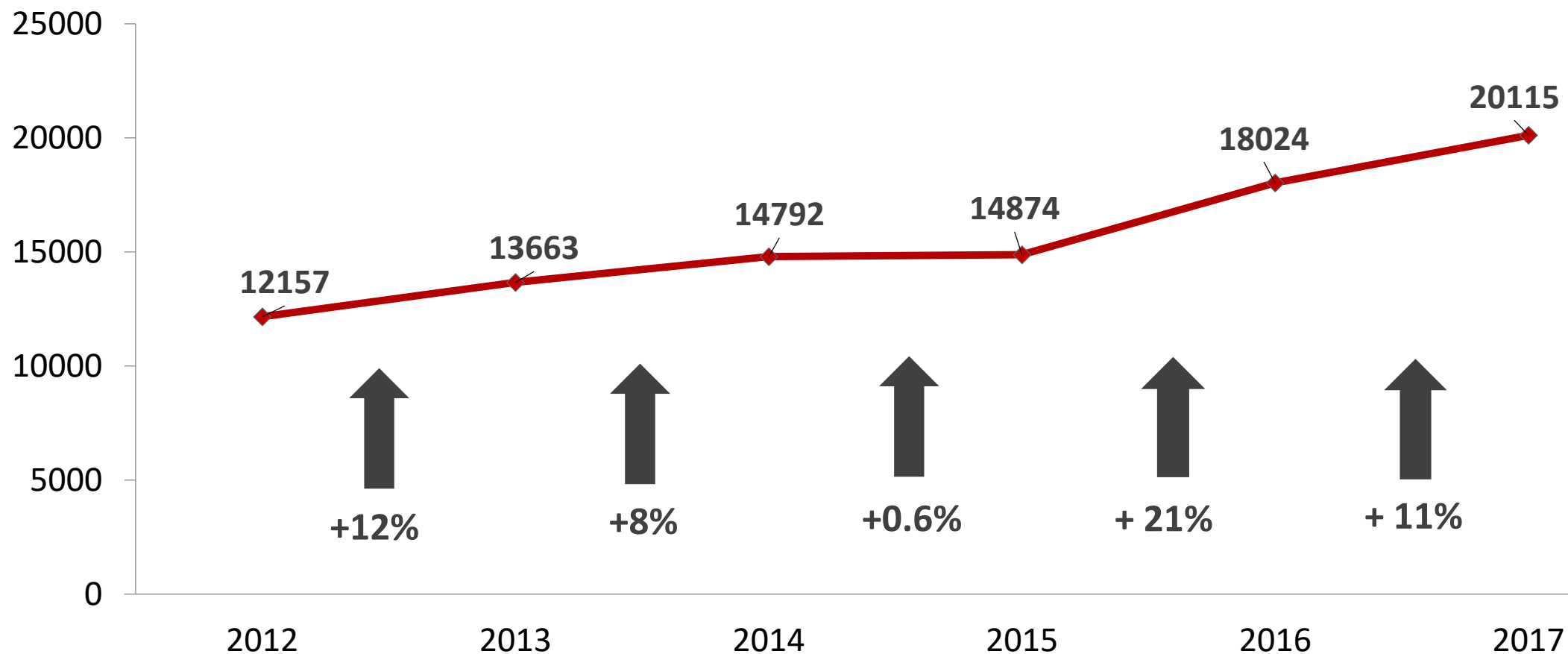
2016

2017





# Оборот рынка (млн.руб)



2012, 2013 и 2014 годы: данные взяты из ESOMAR Industry Survey

2015 год: уточненные данные по итогам опроса

2016 и 2017 год: данные опроса

# Разбивки по методам, типам, дизайну исследований

**РИН**  
РОССИЙСКАЯ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ  
НЕДЕЛЯ  
**2018**



Оборот в разрезе по типам исследований  
(в процентном соотношении от общего оборота рынка в рублях)

# Методология расчета

Все разбивки рассчитывались следующим образом:

- ✓ Использовались **только данные опроса** (не экстраполировались на рынок)
- ✓ Все проценты по каждой компании пересчитывались в рубли (исходя из информации об обороте)
- ✓ Полученные значения суммировались по всем компаниям
- ✓ От полученных сумм находились проценты по рынку

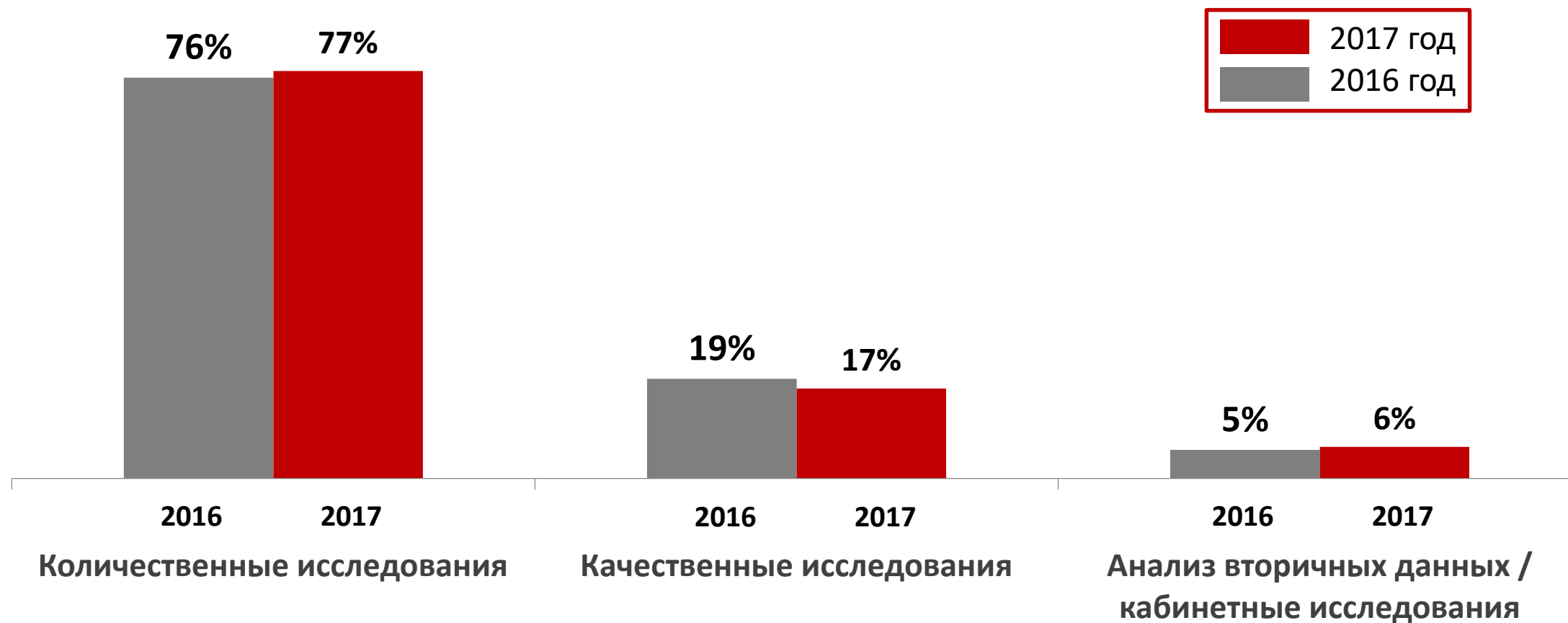
Пример расчета

Компания №	По опросу			Расчет	
	Оборот	Колич. Иссл.	Кач. Иссл.	Количественные	Качественные
11	10 руб.	0	100%	0 руб.	10 руб.
12	100 руб.	80%	20%	80 руб.	20 руб.
13	30 руб.	50%	50%	15 руб.	15 руб.
Total	-	-	-	95 руб.= 68%	45 руб.= 32%

# География клиентов



# По методу исследования



# Количественные исследования

**РИН**  
2018

РОССИЙСКАЯ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ  
НЕДЕЛЯ



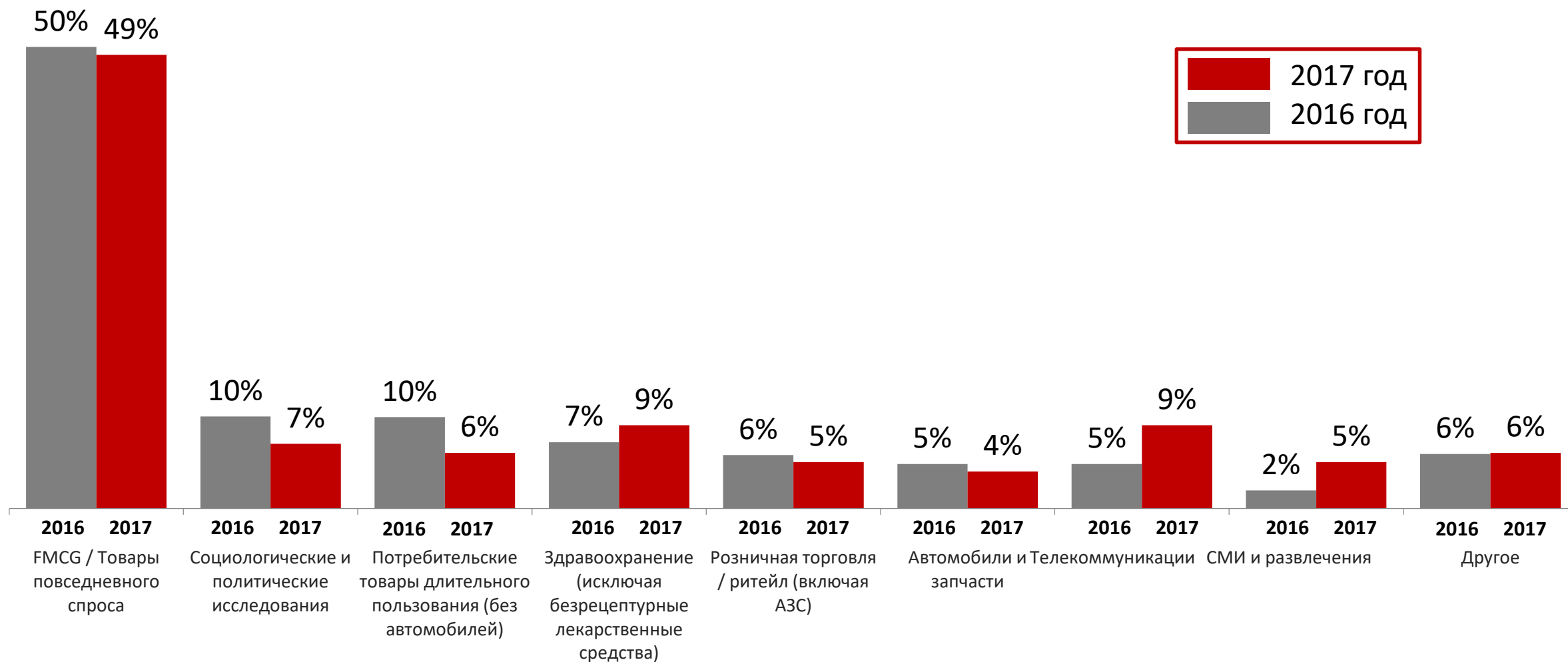
\*Телеметрия и другие автоматизированные измерения аудиторий СМИ, ритейл-аудит, IVR – interactive voice recording и т.п

\*\* Предполагающие сбор данных исключительно с помощью самозаполнения анкет на мобильных устройствах

\*\*\*Включая измерения вебсайтов и мониторинг социальных медиа



# Тематика исследований





# FMCG товары



# Дизайн исследования



\* В том числе медиаизмерения опросными методами, онлайн веб-трекинг, трекинговые исследования здоровья бренда, рекламы, удовлетворенности клиентов

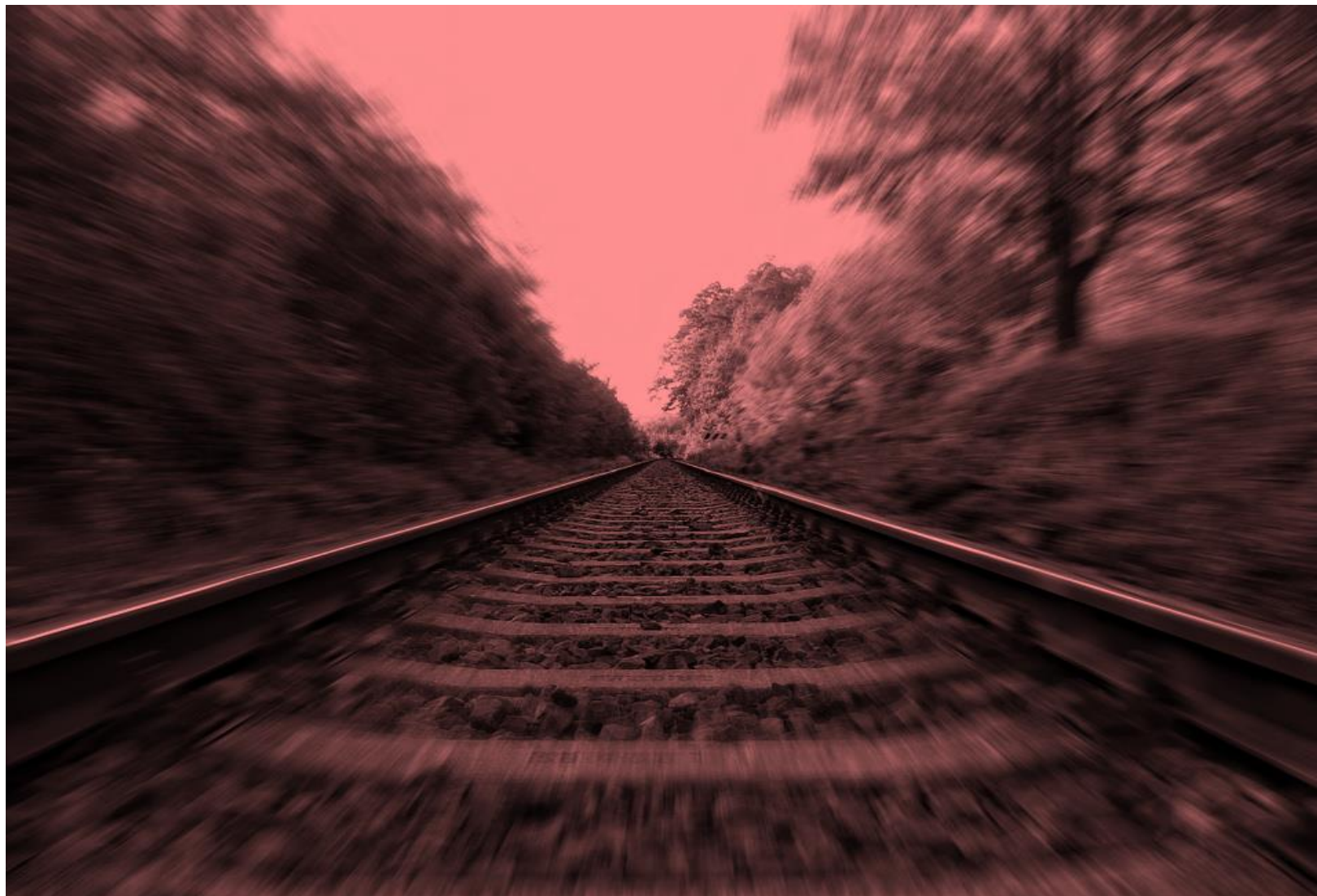
# Типы исследования



\* Тестирование концепций, продуктов, услуг, упаковок, цен, комплексное тестирование продукта и т.д, а также предсказание объема продаж (волюметрические исследования)

# Оценка состояния отрасли

**РИН**  
РОССИЙСКАЯ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ  
НЕДЕЛЯ  
**2018**



По мнению экспертов,  
принявших участие в  
исследовании

# Позитивные тенденции и события в отрасли в 2017 году



- Рост рекламного рынка; адаптация экономики к новым рыночным реалиям, наблюдаемый рост в важных для исследовательской отрасли областях экономики (например, ритейл, IT и телекоммуникации)
- Избирательные кампании 2017-2018 годов (в частности, выборы Президента РФ)
- События отрасли: Российская Исследовательская Неделя, выставка Research Expo, Digital Conference
- Резкий рост интереса к мониторингу и анализу поведения пользователей и создаваемого ими контента в социальных сетях и мессенджерах

# Проблемные тенденции в отрасли в 2017 году

- Санкции в отношении России и их влияние на макроэкономическую ситуацию в целом (медленный экономический рост, падение рубля)
- Рост влияния «формального подхода» и, в частности, отделов закупок при принятии клиентами решения о выборе подрядчика
- Увеличение сроков оплаты как со стороны клиентов, так и со стороны заказчиков-исследовательских компаний
- Увеличение количества «черных социологов»

# Сильные и слабые стороны отрасли в 2017 году

## Сильные стороны

Автоматизация опросов, использование специализированных программ для проведения опросов на планшетах

Оптимизация затрат на маркетинговые исследования, умение хорошо проводить исследования за небольшие деньги

Рост доверия к исследованиям со стороны ключевых стейкхолдеров

Рост уровня профессионализма в отрасли

Увеличение количества компаний с узкими специализациями

## Слабые стороны

Умение исследователей убеждать заказчиков использовать новые методы исследований вместо привычных, но теряющих практический смысл

Фокус на решении бизнес-задач клиентов

Адаптация отрасли к снижающимся доходам компаний-заказчиков в большом количестве индустрий; оперативная реакция на сокращение бюджетов

Адаптация западных методик к особенностям российского рынка

Умение отрасли реагировать на снижение интереса к исследованиям у респондентов

# Ключевые возможности отрасли в 2018-2019 годах



- Развитие новых методик сбора и обогащения данных (в частности, аналитика социальных медиа, мобильные опросы, другие цифровые неопросные методы сбора данных)
- Увеличение скорости предоставления данных клиенту, повышение качества визуализации данных
- Повышение качества конкуренции на рынке исследований
- Сокращение количества недобросовестных компаний. Повышение стандартов качества
- Укрепление имиджа ассоциаций, реструктуризация ОИРОМ
- Повышение качества консалтинговой составляющей в исследованиях



# Над исследованием работали:



РОССИЙСКАЯ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ  
НЕДЕЛЯ

## **Проведение исследования и подготовка отчета:**

Александр Шашкин, OMI (Online Market Intelligence), представитель ESOMAR в России

Ольга Стрелкова, OMI (Online Market Intelligence)

Евгений Попов, Kantar TNS

## **Программирование анкеты и техническая поддержка:**

Никола Семерджиев, OMI (Online Market Intelligence)

Мария Козлова, OMI (Online Market Intelligence)

Анкета была запрограммирована на софте Enjoy Survey.

При поддержке:



# РИН

РОССИЙСКАЯ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ  
НЕДЕЛЯ

## 2018 Оргкомитет РИН



ФАКУЛЬТЕТ КОММУНИКАЦИИ  
МЕДИА И ДИЗАЙНА



ассоциация  
исследовательских  
компаний