

СОСТОЯНИЕ РЫНКА СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ И МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В 2023 ГОДУ



Методология

Исследование проводилось в рамках опроса ESOMAR Global Market Research

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** 2016-2023 года. Всего компаний в списке: **640**.

Приняли участие в опросе **65** компаний (**10%** участников рынка, которые дают **50% всего оборота рынка**).

Расчет общего оборота рынка
маркетинговых исследований в России



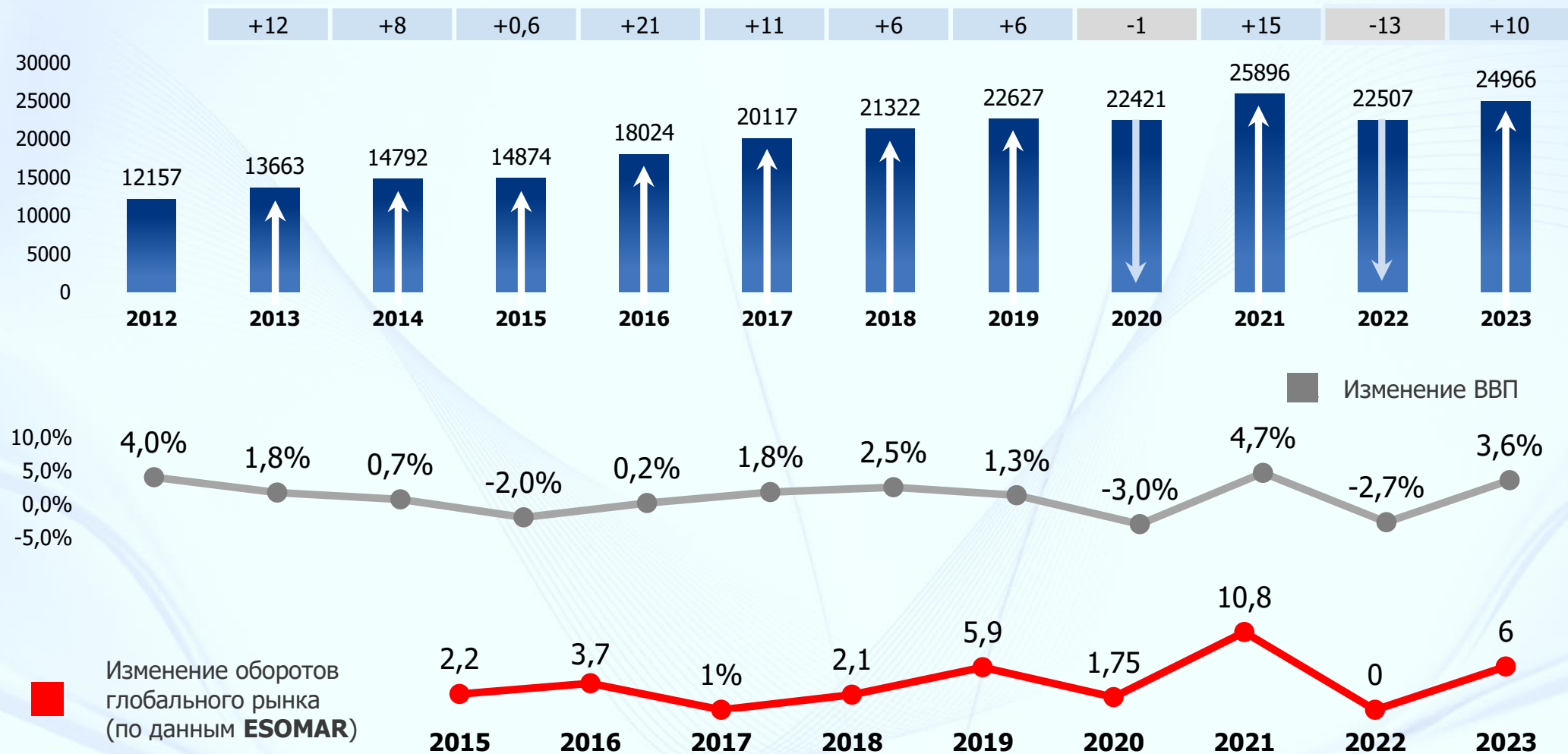
Общий оборот рынка

При расчете оборота рынка:

Учитывались:	НЕ учитывались:
Работы, связанные с проведением маркетинговых и социологических исследований	Деятельность, напрямую не связанная 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	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)

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

Оборот рынка



Изменение структуры заказчиков

Российские vs Международные проекты



Заказанные из России vs из-за рубежа



Разбивки по типам исследований

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

Методология расчета

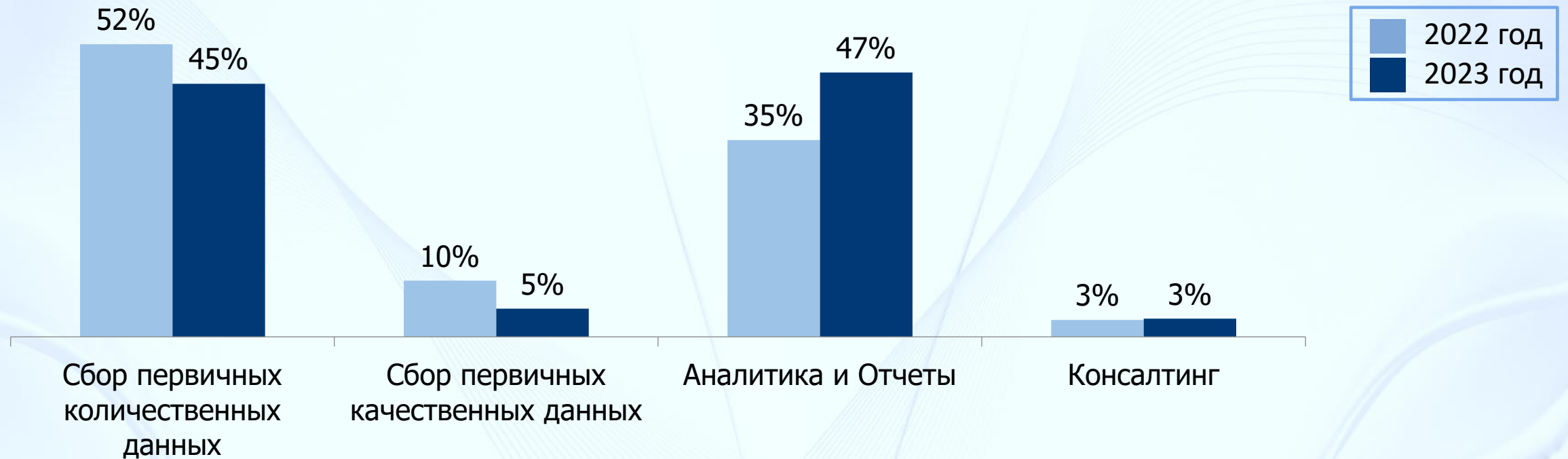
Все разбивки считались следующим образом:

- ✓ 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%

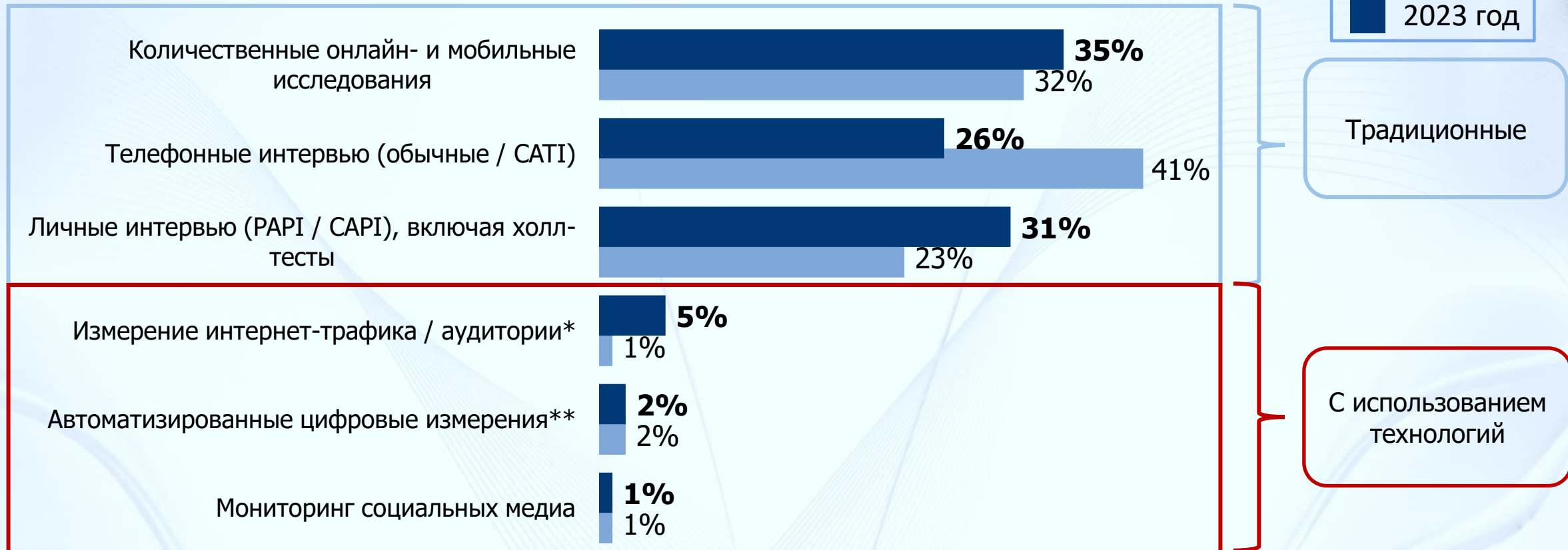
По типу исследовательской деятельности



Q Разбивка по типам исследовательской деятельности

Количественные исследования

2022 год
2023 год



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

**Включая измерения вебсайтов

Q: Пожалуйста, укажите, какая доля оборота компании приходится основывается на проектах следующего типа:

Качественные исследования



Q Пожалуйста, укажите, какая доля оборота компании приходится основывается на проектах следующего типа:

Доля в обороте по типам продуктов в 2023 году



Q Пожалуйста, укажите, какая доля оборота компании приходится основывается на проектах следующего типа
(Вопрос задавался первый раз)

Тематика исследований в 2023 году



21% опрошенных компаний в 2023 году проводили исследования для некоммерческого сектора бесплатно

Типы исследований в 2023 году



Q Разбивка по типам исследований:



**Оценка состояния
отрасли**

По мнению экспертов, принявших участие
в исследовании

Оценка финансового состояния



- **77%** опрошенных компаний отметили, что в 2024 году подняли цены на свои услуги.
- **41%** компаний отметили, что уже вернулись на уровень прибыли до февраля 2022, **28%** ожидают, что вернуться, и **30%** считают, что не вернуться на уровень прибыли, который был до 2022 года.
- **40%** опрошенных компаний ожидают у себя рост по итогам 2024 года, **15%** – ожидают падение, и **27%** отмечают, что изменений не произойдет.

Планы по изменению количества сотрудников компании

- Больше трети опрошенных компаний собираются увеличивать штат сотрудников в 2025 году.
- Ни одна из опрошенных компаний, офис которых находится в Москве, не планирует сокращать количество сотрудников, и практически каждая вторая планирует найм.

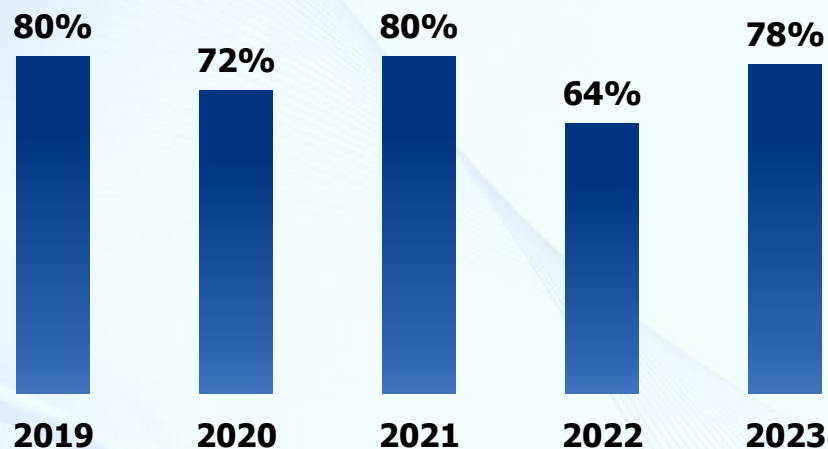
Что из перечисленного Вы планируете на 2025 год?



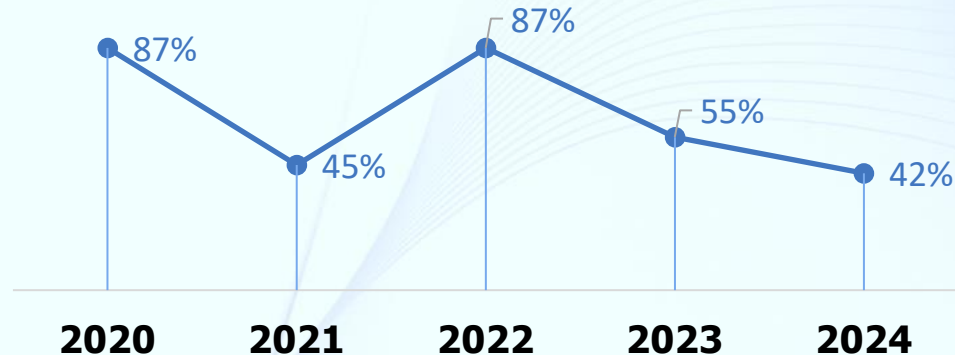
Q Что из перечисленного Вы планируете на 2024 год?

Оценка компаний – насколько им сложнее было оставаться прибыльными

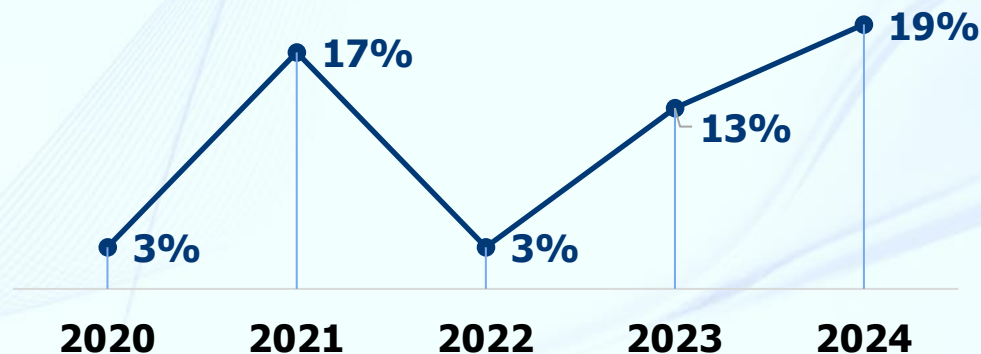
Год был прибыльным



Сложнее оставаться прибыльной



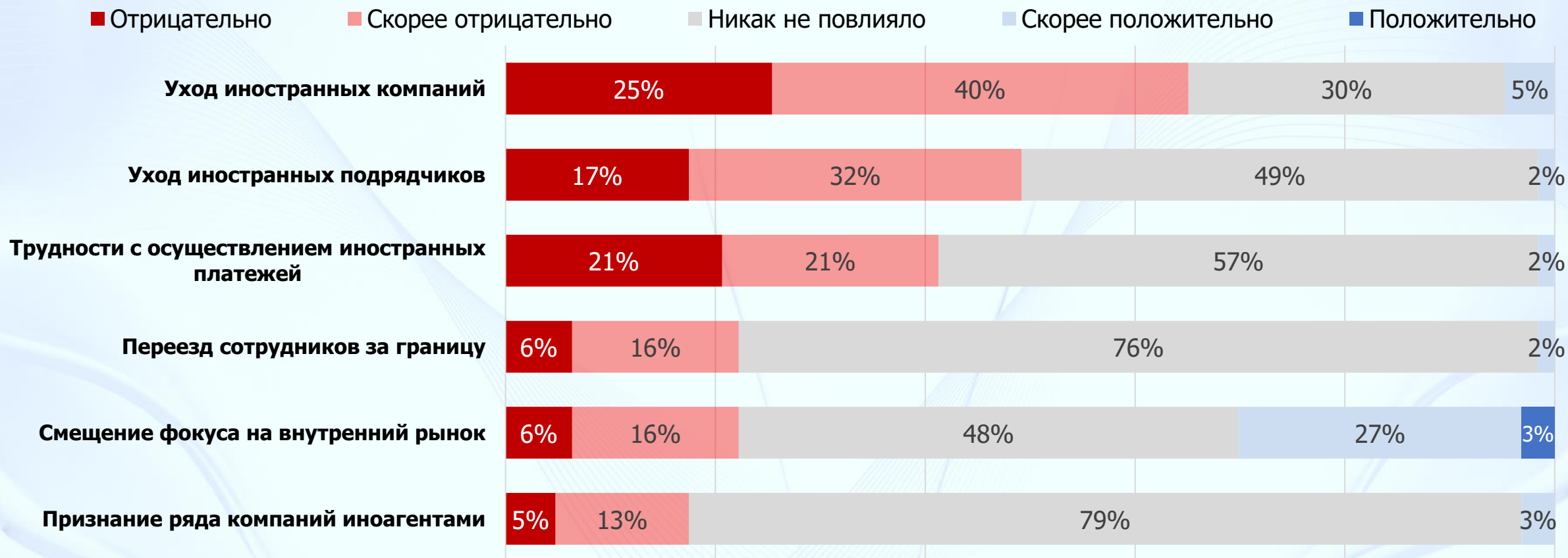
Проще оставаться прибыльной



Q Был ли 2023 год прибыльным для Вашей компании?

По сравнению с 2023 годом, насколько сложнее компании оставаться прибыльной в 2024 году? (сложнее-проще-также)

Как повлияли изменения на бизнес/деятельность компании?



Q Как повлияли следующие изменения на бизнес/деятельность Вашей компании

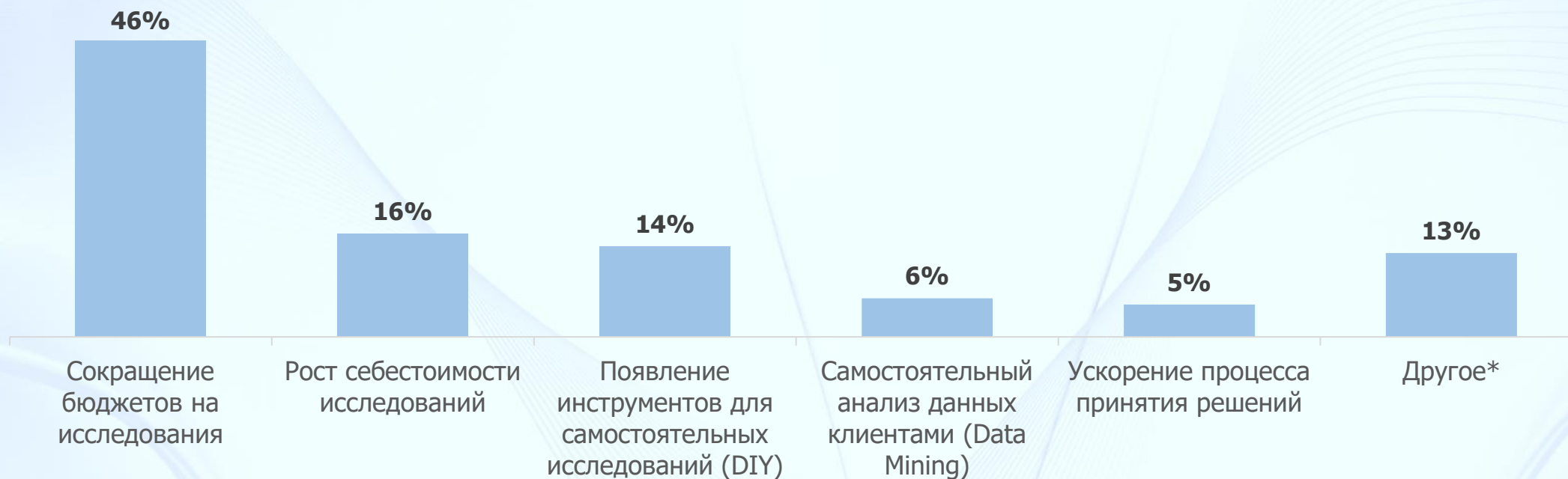
Отраслевые тенденции, которые отмечают участники рынка



Q Какие отраслевые тенденции Вы наблюдаете за последнее время?

Основные угрозы отрасли

Что Вы считаете основной угрозой фирмам занимающимся исследованиями рынка и общественного мнения (таким как Ваша)?



*Другое: поиск респондентов, государственное регулирование отрасли, роботизация, недостаток компетенций, появление новых источников данных



Методы

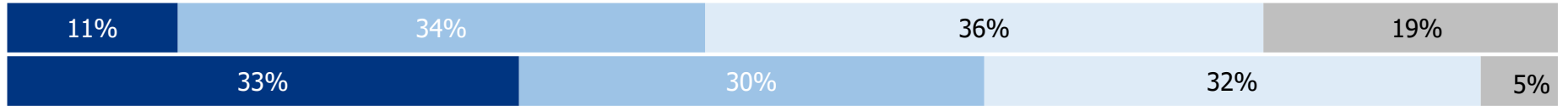
Какие методы используют или планируют использовать участники рынка

Часть 1

■ Используют сейчас ■ Планируют использовать ■ Не планируют использовать ■ З.о.

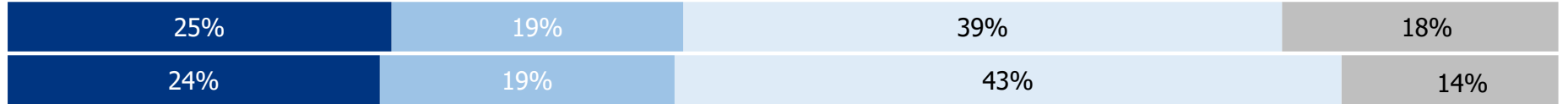
Искусственный интеллект и машинное обучение

2023
2024



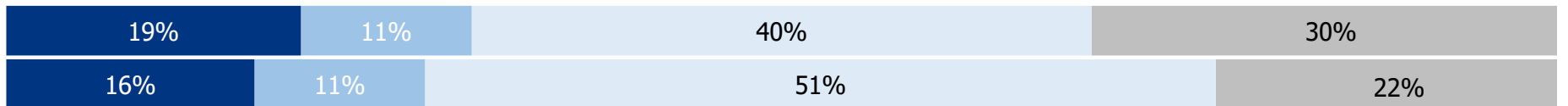
Аналитика больших данных

2023
2024



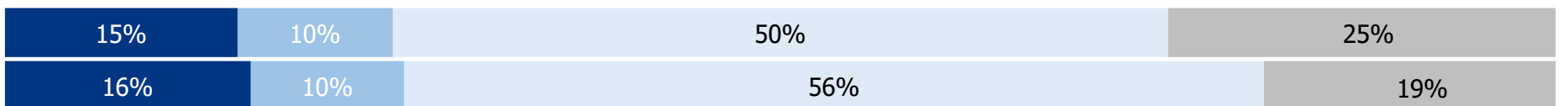
Agile методы

2023
2024



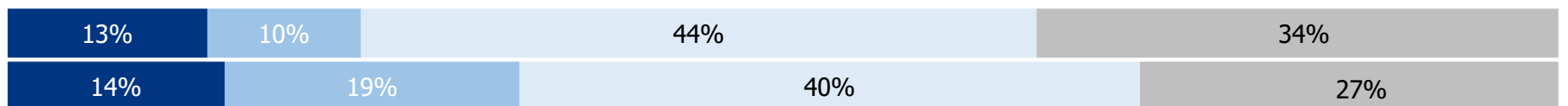
Eye tracking

2023
2024



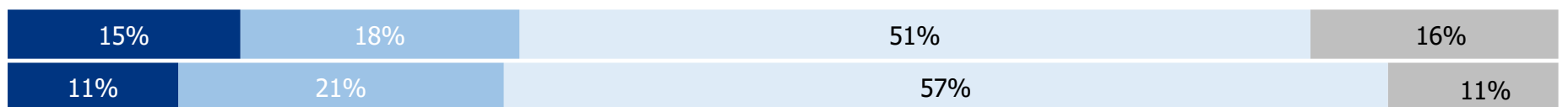
DIY инструменты

2023
2024



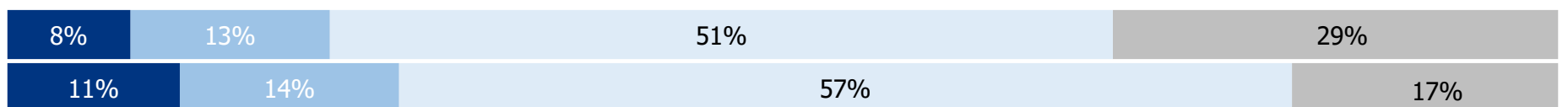
Чатботы

2023
2024



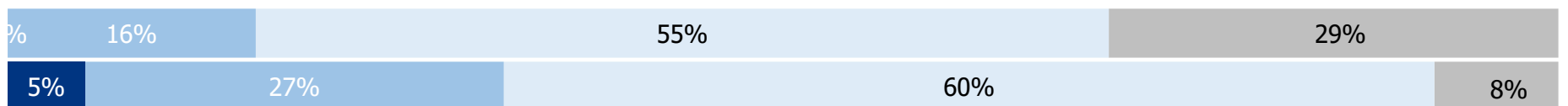
Сенсорные исследования и тесты

2023
2024



Автоматизированные интервью с помощью ИИ

2023
2024

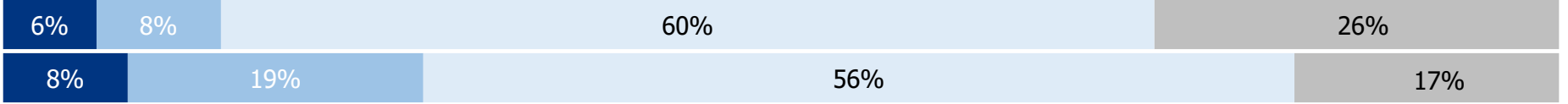


Часть 2

■ Используют сейчас ■ Планируют использовать ■ Не планируют использовать ■ 3.о.

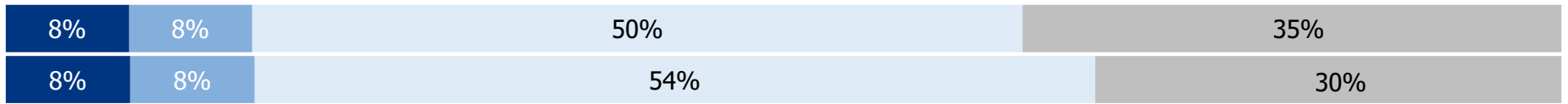
Нейроисследования

2023
2024



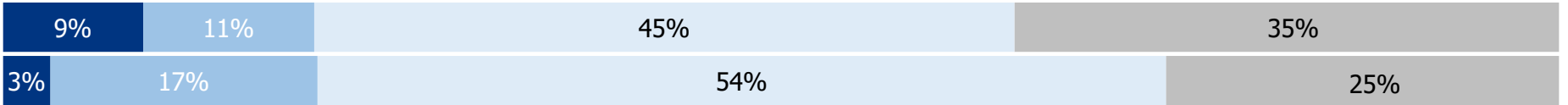
Prediction markets

2023
2024



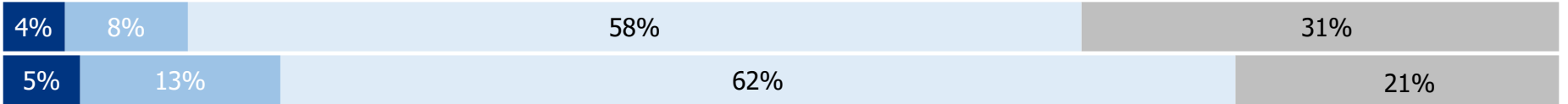
Интеграция данных, Single source data

2023
2024



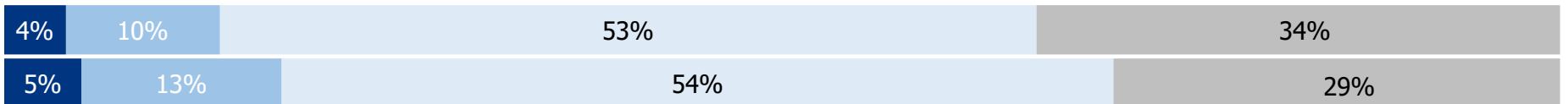
Виртуальная среда (VR)

2023
2024



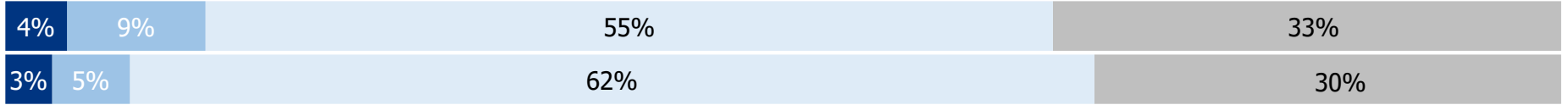
Умные устройства

2023
2024



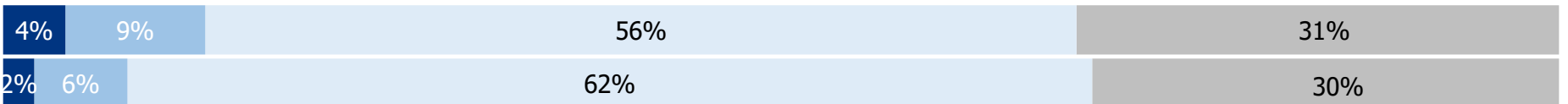
Facial coding

2023
2024



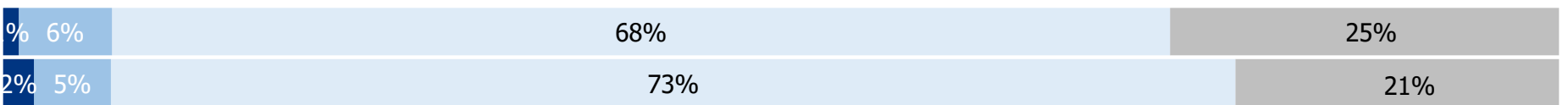
Краудсорсинг

2023
2024



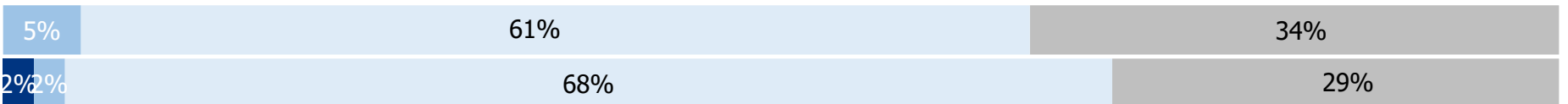
Биометрия

2023
2024



Блокчейн-технологии

2023
2024



Возможности и угрозы для отрасли

Ключевые возможности	Серьезные угрозы
Экономический подъем, стимулирование внутреннего рынка и в результате рост востребованности маркетинговых исследований	Попытки гос.регулирование отрасли, администрирование со стороны государства
Внедрение ИИ в исследования позволяют оптимизировать и ускорить процессы	Дефицит персонала, как первичного, так и менеджеров/аналитиков
Активация российских заказчиков исследований, импортозамещение, развитие внутреннего производства	Потеря западных заказов. Приход новых заказчиков, у которых нет опыта проведения исследований
Развитие DIY инструментов	Развитие альтернативных источников данных, конкуренция со стороны недобросовестных игроков

Над исследованием работали:



Проведение исследования и подготовка отчета:

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

Ольга Стрелкова, OMI (Online Market Intelligence), фонд «Future Research»

Программирование анкеты и техническая поддержка:

Никола Семерджиев, OMI (Online Market Intelligence)

Светлана Мамаджанова, OMI (Online Market Intelligence)

Татьяна Наумова, OMI (Online Market Intelligence)

Анкета была запрограммирована на софте Enjoy Survey.

При поддержке:



ОИРОМ

