

# Рынок исследований: стагнация или новый виток развития?

Ирина Скворцова

Руководитель Центра Маркетинга ВЦИОМ  
Член Гильдии Маркетологов России

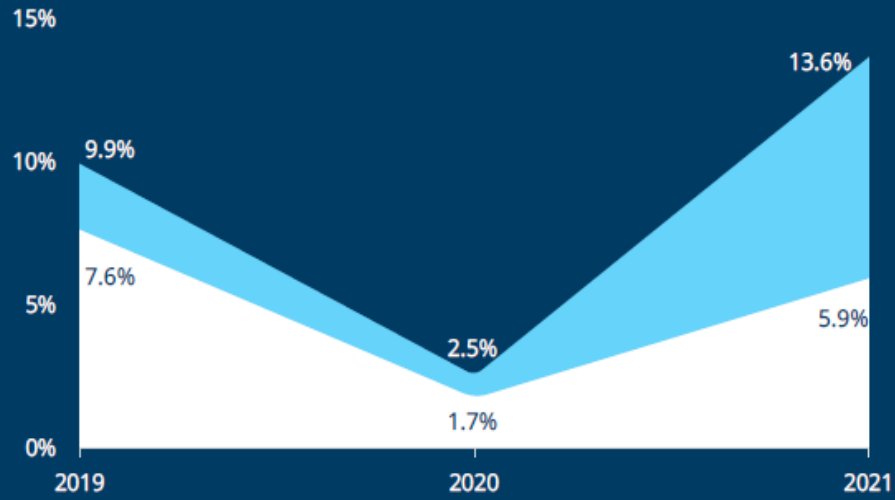
Бизнес-консультант, трекер кратного роста компаний и  
собственников, командный коуч (CCE ICF)

# Мировой рынок исследований последних лет

# Мировая индустрия «инсайтов» включает:

- Основные (классические) исследовательские компании полного цикла
- Консалтинговые компании, основанные на исследованиях
- Технологические компании цифровой аналитики (MarTech)
- Компании, предоставляющие услуги по управлению обратной связью предприятия
- Моно-компании сервисных платформ (Saas/DaaS)
- Аналитические агентства, предоставляющие готовую отчетность
- Компании соц-медиа аналитики
- Компании, провайдеры панелей

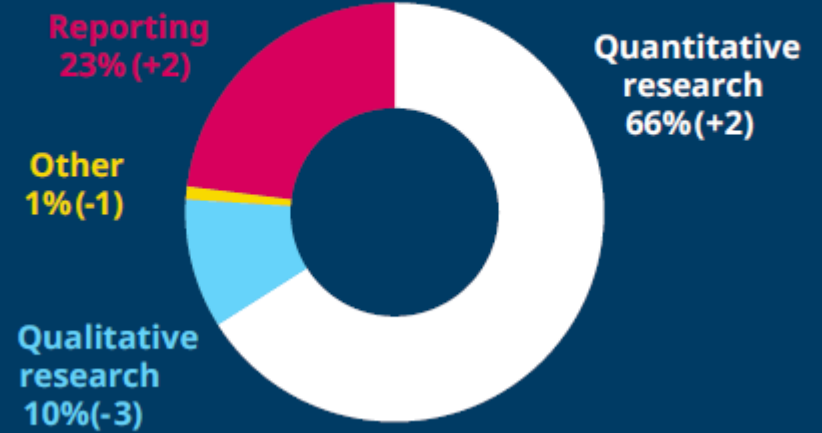
### Year-over-year growth rate



■ Top-50 ■ Global

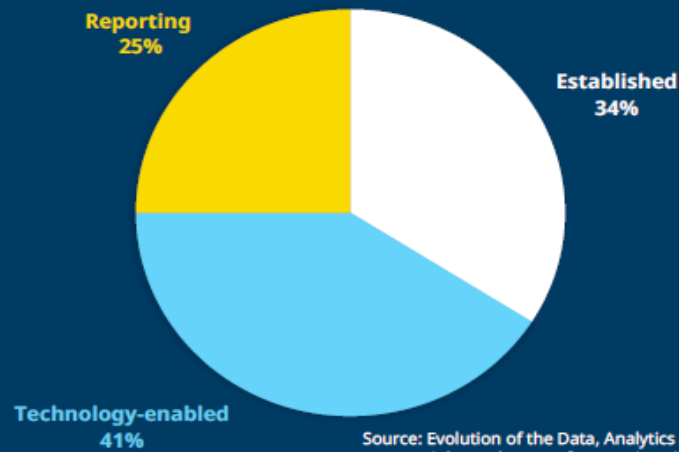
Source for global growth:  
Global Market Research 2021

### Spend by quantitative/qualitative research in 2020



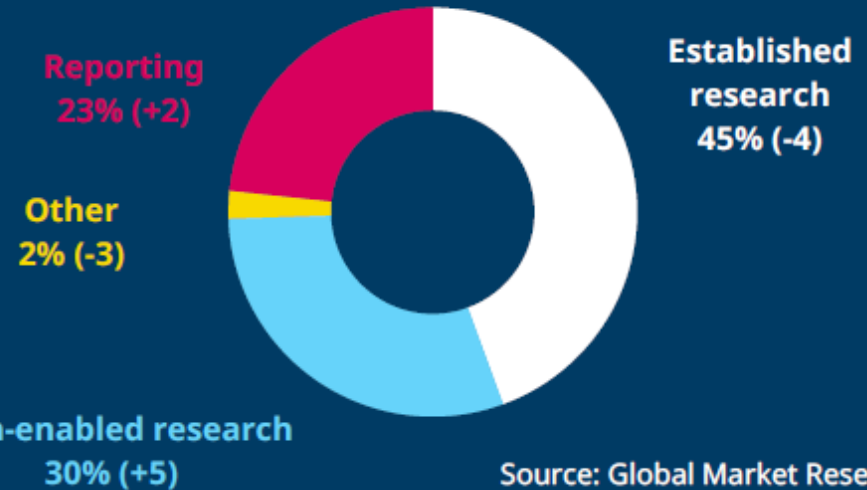
Source: Global Market Research 2021

### Sectorial distribution of the global insights industry, 2021



Source: Evolution of the Data, Analytics and Insights Industry, a forecast into 2024

### Spend by established / technology-enabled research in 2020



Source: Global Market Research 2021

# Для сравнения – Россия (по единой методике)



# Мировая индустрия «инсайтов» быстро восстанавливается в послекризисные периоды

- Наибольший рост показали компании ТОР-50 (список далее), которые успешно осваивают инновации и проявляют большую гибкость в отношениях с клиентами
- Самым крупным сегментом индустрии стал технологический (41% рынка)

# Лидеры TOP-50 мирового списка компаний индустрии «инсайтов»

1. **IQVIA** – основные исследования + MarTech
2. Gartner, Inc. – поставщики готовой отчетности + MarTech
3. Salesforce.com, Inc. – цифровые аналитические технологии + SRM + соц-медиа
4. Adobe Systems, Inc. - цифровые аналитические технологии + SRM
5. The Nielsen Company - основные исследования + MarTech + соц-медиа
6. **Kantar** - основные исследования + панель + платформа
7. **Ipsos SA** - основные исследования
8. IHS Markit - поставщики готовой отчетности
9. CoStar Group - поставщики готовой отчетности
10. **NielsenIQ** - основные исследования + MarTech + соц-медиа

# Среди топ-50 лидирующих компаний мирового рынка «инсайтов» в 2021 г ...

- Серьезно повысили свой рейтинг компании:
  - Технологий цифровой аналитики
  - Консалтинга
  - Основных исследований
  - Управления обратной связью предприятия
  - Сервисных платформ
  - Готовой отчетности
  - Соц-медиа аналитики
- Критично потеряли пункты рейтинга – из тех же категорий, включая:
  - Провайдеры панелей

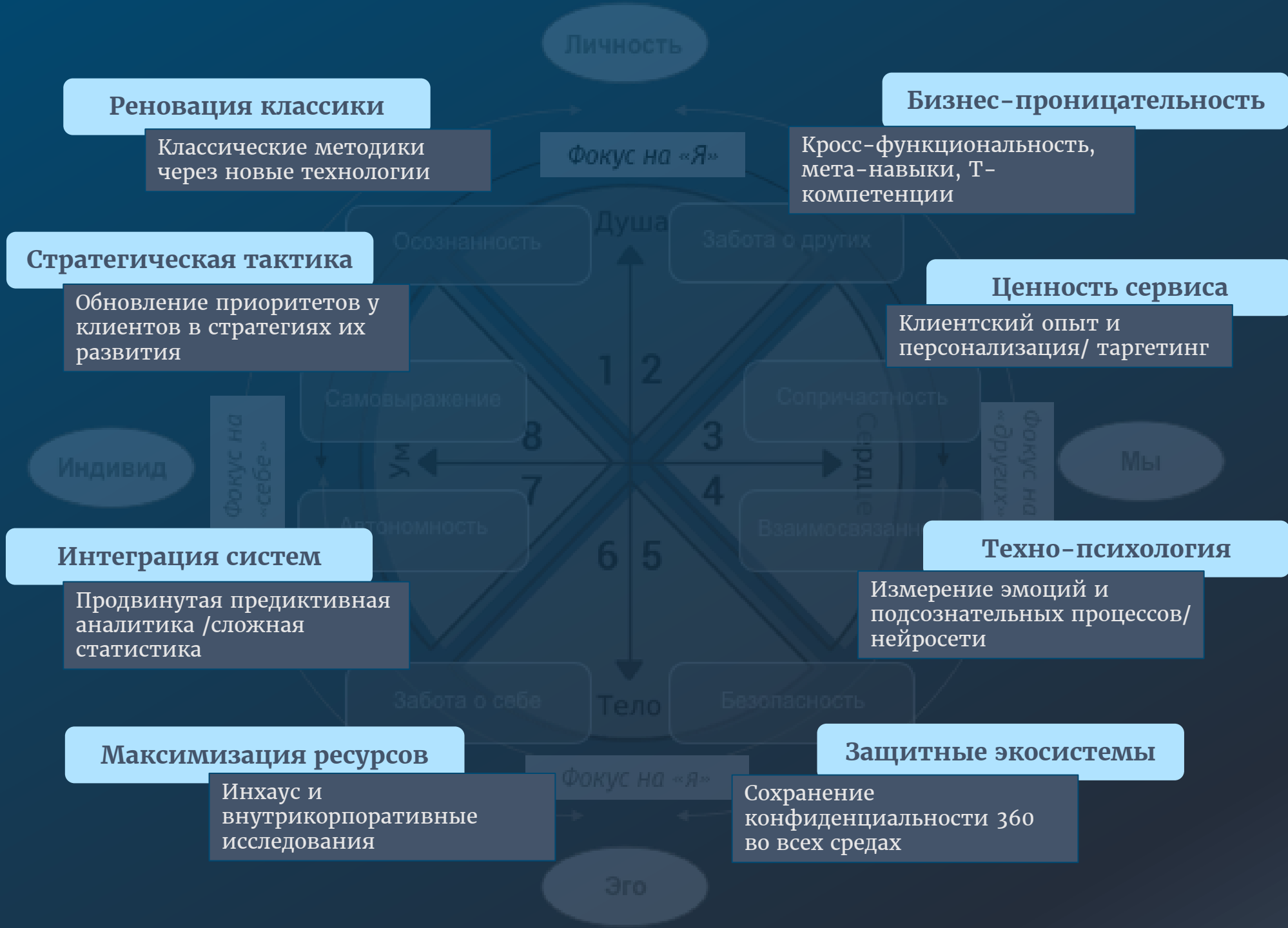
Position in ranking	Breakdown *
Gaining places	5 Digital Data Analytics 2 Consulting Firms 2 Established Market Research 1 Enterprise Feedback Management 1 Self-service Platforms 1 Industry Reports & Research 1 Social Listening & Communities
Remaining	3 Industry Reports & Research 2 Established Market Research 1 Consulting Firms 1 Digital Data Analytics 1 Social Listening & Communities
Losing places	8 Established Market Research 6 Consulting Firms 6 Industry Reports & Research 4 Digital Data Analytics 1 Enterprise Feedback Management 1 Sample Panel Provider 1 Self-service Platforms 1 Social Listening & Communities



# Актуальные тренды индустрии исследований в России

# Новшества в сфере исследований обусловлены глобальными изменениями последних десятилетий

- Повсеместная интернетизация - мы пока не использовали все возможности интернет-среды
- Развитая диджитализация - приведение данных в цифровой формат
- Необходимость обработки больших объемов информации, которые постоянно накапливаются
- Симплификация - подача информации в более простом и наглядном формате
- Гипертрофированная забота о защите персональных данных + зависимость от государственного регулирования ПД
- Изменяющиеся методы взаимодействия с респондентами из-за изменения поведенческих стереотипов



**Реновация классики**

Классические методики через новые технологии

**Бизнес-проницательность**

Кросс-функциональность, мета-навыки, Т-компетенции

**Стратегическая тактика**

Обновление приоритетов у клиентов в стратегиях их развития

**Ценность сервиса**

Клиентский опыт и персонализация/ таргетинг

**Интеграция систем**

Продвинутая предиктивная аналитика /сложная статистика

**Техно-психология**

Измерение эмоций и подсознательных процессов/ нейросети

**Максимизация ресурсов**

Инхаус и внутрикорпоративные исследования

**Защитные экосистемы**

Сохранение конфиденциальности 360 во всех средах

# Основные факторы влияния на тренды в исследованиях

- Исследовательская отрасль в России осознала себя как **изменяющаяся бизнес-среда**, аналогичная среде своих заказчиков
- **Клиентоцентричность** как «новый черный» в исследованиях – после векового доминирования «вычислительного» подхода к ведению бизнеса
- Адаптация к постоянным изменениям привела к **повышению требований к качеству** предоставляемых результатов и решений
- Запрос на **понимание накопленных данных**, их интерпретацию и адаптацию к текущей ситуации

# Карта трендов по стадиям развития

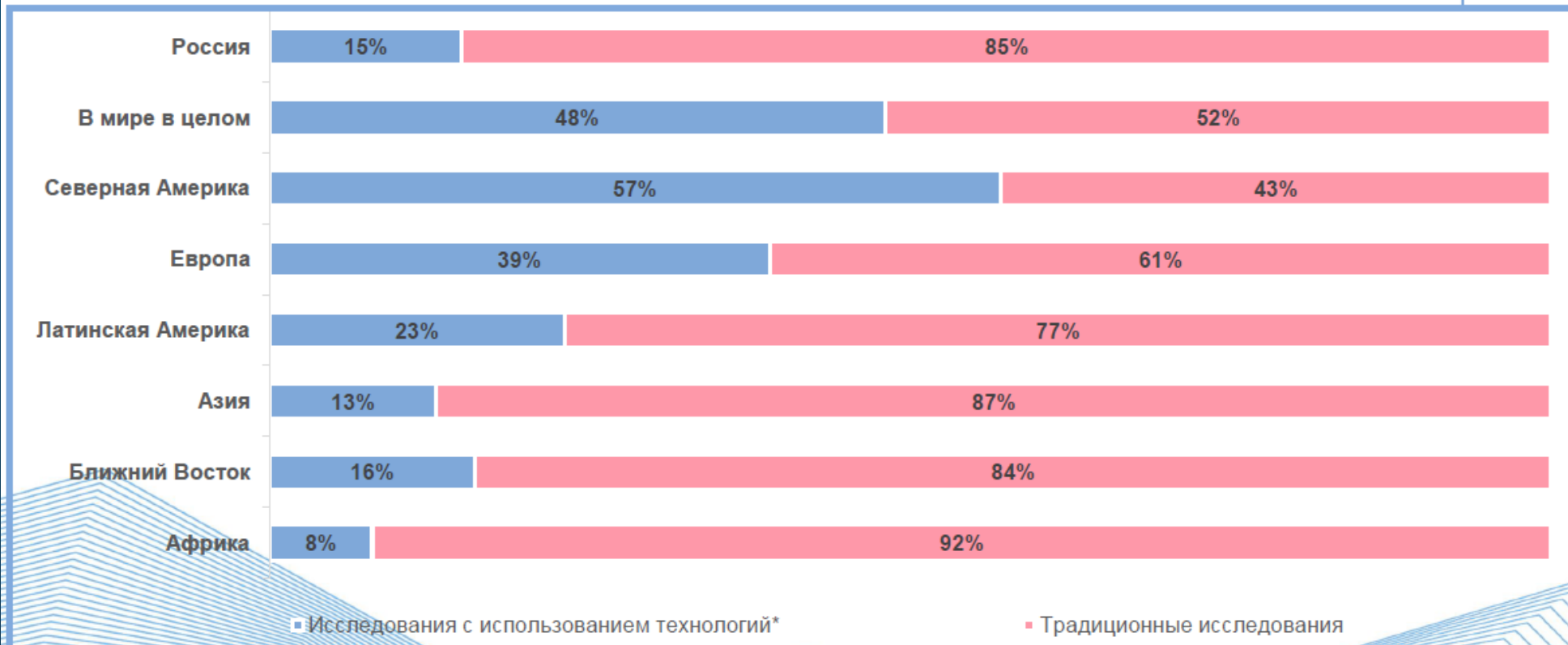


Российский рынок – в  
какую сторону  
движемся?

# Исследования рынка маркетинговых и социальных исследований

- По данным ОИРОМ, общий объём российского рынка маркетинговых исследований (включая исследования общественного мнения) в 2022 году сократился на 15,3%.
- Доля компаний, входящих в ассоциацию, по оценке ОИРОМ, составляет около 85% всего объёма рынка и не учитывает собственные (in-house) исследования, проводимые клиентами.
- В 2020 и 2021 годах наблюдался рост: +3,5% и +15,8% соответственно.

# По использованию технологий



Исследования с использованием технологий – виды исследований, которые были бы невозможны без развития технологий. К ним относятся: веб-аналитика, автоматические диджитал исследования, аналитика социальных медиа, онлайн сообщества.

Такие типы исследований как онлайн-опросы, измерение аудитории и т.д. – относятся к Традиционным исследованиям.



# Типы исследований в 2021 году

Future  
FOUN



# Взгляд из 2021 года на ближайшую перспективу...

## Возможности и угрозы для отрасли



Ключевые возможности	Серьезные угрозы
Развитие внутреннего рынка, появление на рынке новых компаний	Уход с рынка иностранных компаний и сокращение ими рекламных бюджетов и бюджетов на исследование
Упор на локальные исследовательские компании и разработка собственных методик	Разрыв партнерских отношений и сложности с субподрядом в других странах
Рост спроса на исследования в условиях неопределенности	Социально-политическая нестабильность и санкции приводят к неопределенности и сложности в планировании
Быстрота и адаптивность исследовательских компаний, внедрение новых технологий	Низкий уровень подготовки кадров

# Ситуация здесь и сейчас: 2022 год стал вызовом для всей исследовательской индустрии...

Уходят с рынка западные корпорации – основные заказчики маркетинговых исследований

Импортозамещение – как быстро? на каком уровне?

Государственные структуры проявляют большую заинтересованность в исследованиях, чем раньше

Как меняется спрос? Какие новые «боли» надо закрывать?

«Схлопываются» бюджеты клиентов

Что лучше – снижение цен или «переобувание на лету» с новыми предложениями?

Крупные глобальные агентства попали под санкционную волну

Смогут ли остаться или придется уступить позиции?

# Почему мы так боимся стагнации?



# Стагнация или...?

## Чек-лист

### Чем характерна?

- Экономический спад в целом в стране
- Снижение уровня жизни
- Ригидная структура экономики
- Невосприимчивость к инновациям
- Замедление инвестиционных процессов

### Как преодолеть?

- Внедрение инноваций
- Реструктуризация затрат
- Усиление конкурентности
- Развитие новых экономических связей

# Уйти нельзя остаться





# Если вспомним форсайт-сессию 2020 года (на базе ВЦИОМ)...

## Что ожидаем через 3-5 лет?

- Изменяются бизнес-модели
- Дефицит профессионалов
- Специализация исследовательских компаний и создание альянсов
- Усиление сотрудничества социологов и психологов
- Искусственный интеллект

## Что происходит уже сейчас?

- Уменьшается и спрос на услуги исследовательских холдингов
- Спрос на репутационные исследования растет
- Экосистема исследовательского рынка изменяется
- Нишевые онлайн-панели и услуги аналитиков и вовсе превращаются в сервисы

# Обновление рыночного ландшафта

## НОВЫЕ ИГРОКИ РЫНКА:

Яндекс, Mail и другие агрегаторы данных (телеком, государство)  
CX и UX агентства

## НОВЫЕ КАТЕГОРИИ ЗАКАЗЧИКОВ:

Малый бизнес, небольшие медиа  
Высокотехнологичные компании  
Разработчики систем искусственного интеллекта  
Государство  
Ритейл (увеличит объемы заказов)

Ландшафт  
российского  
рынка прикладных  
социологических  
и маркетинговых  
исследований  
в перспективе  
3-5 лет

## КАТЕГОРИИ СТЕЙКХОЛДЕРОВ, ВЛИЯНИЕ КОТОРЫХ ВОЗРАСТЕТ:

Государство  
Бизнес-ассоциации,  
Общественные ассоциации, НКО

## УЙДУТ С РЫНКА:

Полстеры при госзаказчике  
Региональные полевые компании  
Универсальные исследовательские компании, если им не удастся специализироваться

## СОКРАТЯТ ОБЪЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЙ:

Большинство заказчиков  
(в особенности - телеком-компаниях)



# Новые модели деятельности

## Отрасль через 5 лет

### АКТУАЛЬНЫЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ ИГРОКОВ РЫНКА:

#### 01. Модель «Агрегатор экспертизы»

(под конкретный проект собирают спектр глубоких экспертиз, направленных на решение конкретной задачи клиента)

#### 02. Модель «Отраслевой эксперт»

(эти компании хорошо, лучше чем клиент, разбираются в специфике отрасли и предлагают решения, привлекая экспертизу со стороны)

#### 03. Модель «Вдыхатели смыслов»

(Работа со структурами, агрегирующими большие данные. Осмысление и интерпретация больших данных)

# Выход на новый виток развития – поиск перспектив роста

Открытость к  
новым  
технологиям

Внимание к  
потребностям  
клиентов

Чувствительность  
к изменениям  
рынка

Обновление  
бизнес-  
мышления

# Спасибо за внимание!



## ИРИНА СКВОРЦОВА

Руководитель Центра Маркетинга ВЦИОМ

Бизнес-консультант, трекер кратного роста компаний и собственников, командный коуч (CCE ICF)

Исследователь и маркетолог, член Гильдии Маркетологов России  
Эксперт в управлении преобразованиями

- Более 25 лет работы в бизнесе, маркетинге и исследованиях
- Более 10 лет консультирования владельцев бизнеса, топ-менеджеров и проектных команд

Помогла вырастить более 200 бизнес-идей, вывести на рынок более 20 брендов глобальных и российских компаний, запустить более 50 успешных маркетинговых кампаний

ЭКСПЕРТ АКСЕЛЕРАТОРОВ СТАРТАПОВ:

- «Технопарк Fabrika» (Астрахань)
- «Moscow Travel Factory» (Москва)
- «Архипелаг» (Екатеринбург)
- «Начни свое дело» (Пермь)
- Акселератор РЖД (Москва)



Е-mail

[skvortsova.ig.411@gmail.com](mailto:skvortsova.ig.411@gmail.com)  
[skvortsova.ig@yandex.ru](mailto:skvortsova.ig@yandex.ru)



Телефон

+7 (916) 453-90-68



Соцсети

<https://t.me/IGSkvortsova>  
<https://vk.com/ig.skvortsova>