

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА НА ПРОМОИНДУСТРИЮ В РОССИИ

апрель (1 волна) – август (2 волна) 2020

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель: Провести оценку влияния коронавируса на положение дел в промоиндустрии в РФ по заказу Комитета промоиндустрии АКАР

Данные исследования:

Данные, полученные в результате электронного опроса компаний промоиндустрии методом CAWI с использованием лицензионного программного обеспечения survey gizmo. Данные собраны, обработаны и презентованы ИЦ АКАР

Тайминг первой волны исследовательского проекта:

- Разработка и утверждение анкеты, программирование анкеты: 01 апреля 2020
- Распространение и сбор анкет: 02-05 апреля 2020
- Обработка и анализ полученных данных: 06 апреля 2020
- Подготовка отчета: 07 апреля 2020

Тайминг второй волны исследовательского проекта:

- Разработка и утверждение анкеты, программирование анкеты: 10 июля 2020
- Распространение и сбор анкет: 15 июля - 22 августа 2020
- Обработка и анализ полученных данных: 24-29 августа 2020
- Подготовка отчета: 30 августа 2020

СТАТИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ



112
ПОЛНОСТЬЮ
ЗАПОЛНИВШИХ АНКЕТЫ



42
ЧАСТИЧНО
ЗАПОЛНИВШИХ АНКЕТЫ



154
ВСЕГО
ЗАПОЛНИВШИХ АНКЕТЫ



Произведен опрос агентств - членов АКАР

- Первая волна 108 анкет (79 полных, 29 частично)
- Вторая волна 46 анкет (33 полных и 13 частично)

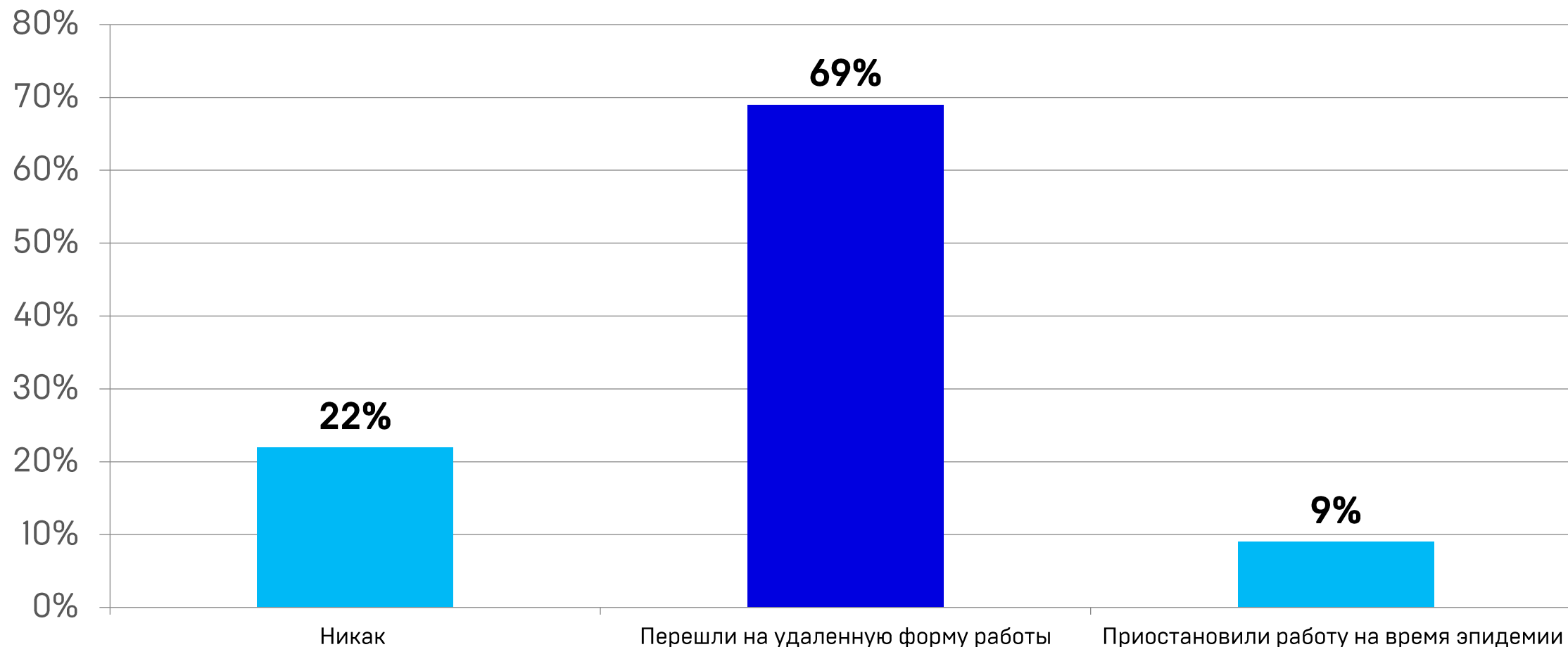
Рассылка анкеты по агентствам АКАР произведена
Исполнительной Дирекцией АКАР

- Первая волна: апрель 2020
- Вторая волна: август 2020

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ (апрель – август 2020)

- Большинство компаний промоиндустрии (**69%**) перешли на удаленную форму работы
- При этом вырос процент компаний (**49%**), которые в итоге остановились на частичной форме удаленной работы
- Только **9%** компаний промоиндустрии по итогам исследования приостановили работу на время эпидемии

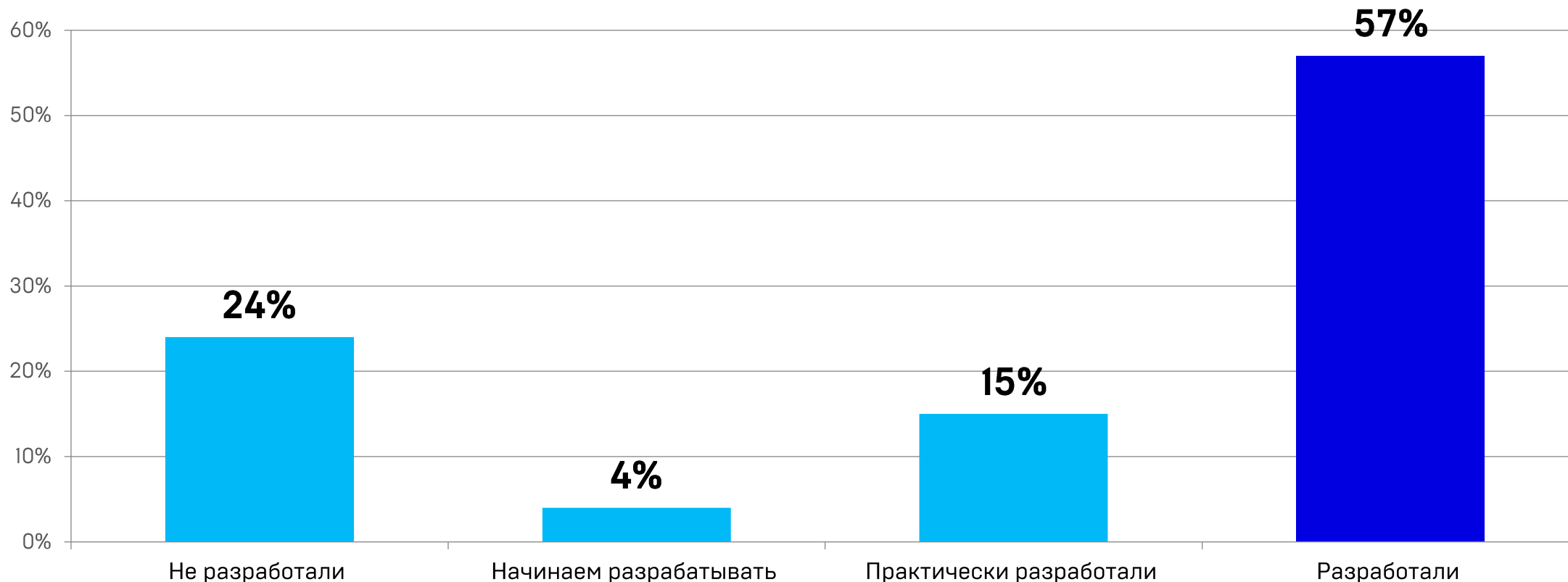
КАК ИЗМЕНИЛАСЬ ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА ВАШЕЙ КОМПАНИИ?



ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ (апрель – август 2020)

- Большинство компании промоиндустрии разработали новые правила работы во время эпидемии (**57%**)
- **73%** стали активнее использовать мессенджеры и другие онлайн-системы коммуникации
- **57%** стали использовать традиционные CRM системы для построения эффективной удаленной формы работы

РАЗРАБОТАНЫ ЛИ ПРАВИЛА РАБОТЫ КОМПАНИИ ВО ВРЕМЯ ЭПИДЕМИИ КОРОНАВИРУСА?



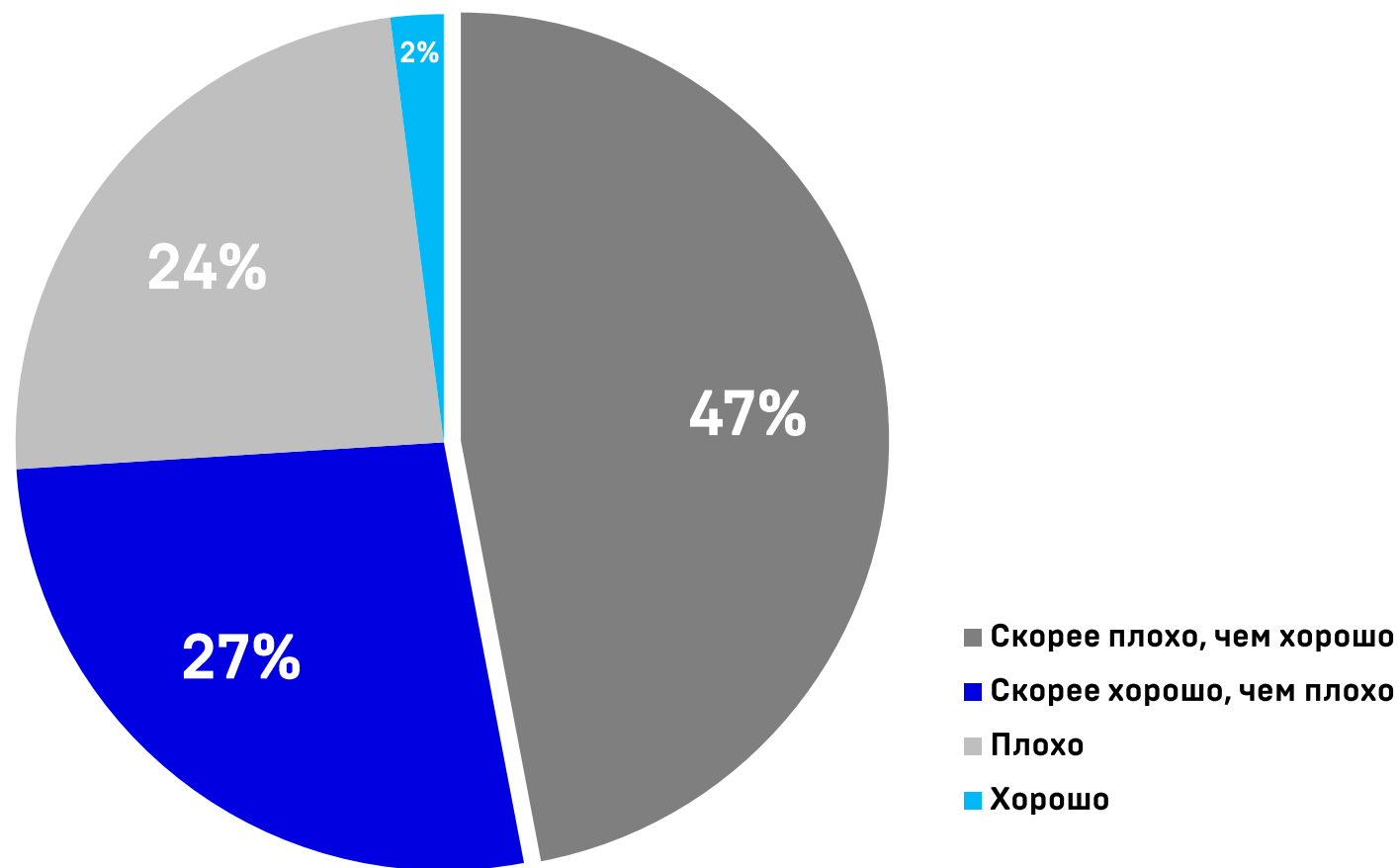
ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Большинство компаний промоиндустрии исчерпали возможности по сокращению издержек и затрат, не связанных с персоналом. Растут показатели по сокращению заработных плат (**46%**) и персонала (**36%**)
- **98%** участников исследования отметили, что не прибегали к смене ОКВЭД для получения мер поддержки от государства
- Большинство компаний продолжают отмечать тенденцию переноса бюджетов и тендеров на более поздние сроки (**83%**), а также продолжается тенденция отмены новых контрактов и перенос/отмена новых тендеров (**55%**)

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

- **67%** компаний промоиндустрии отметили, что используют «консервативный подход к бюджетам (заморозка, перенос бюджетов)»
- Половина (**47%**) компаний оценивают финансовую ситуацию как «скорее плохо, чем хорошо». Однако доля тех, кто считает, что ситуация улучшается, увеличилась до **27%**
- Большинство компаний продолжают сталкиваться с финансовыми трудностями и прогнозируют дальнейшее ухудшение финансовой ситуации

КАК ВЫ ОЦЕНИВАЕТЕ СИТУАЦИЮ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПОТЕНЦИАЛА ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА?



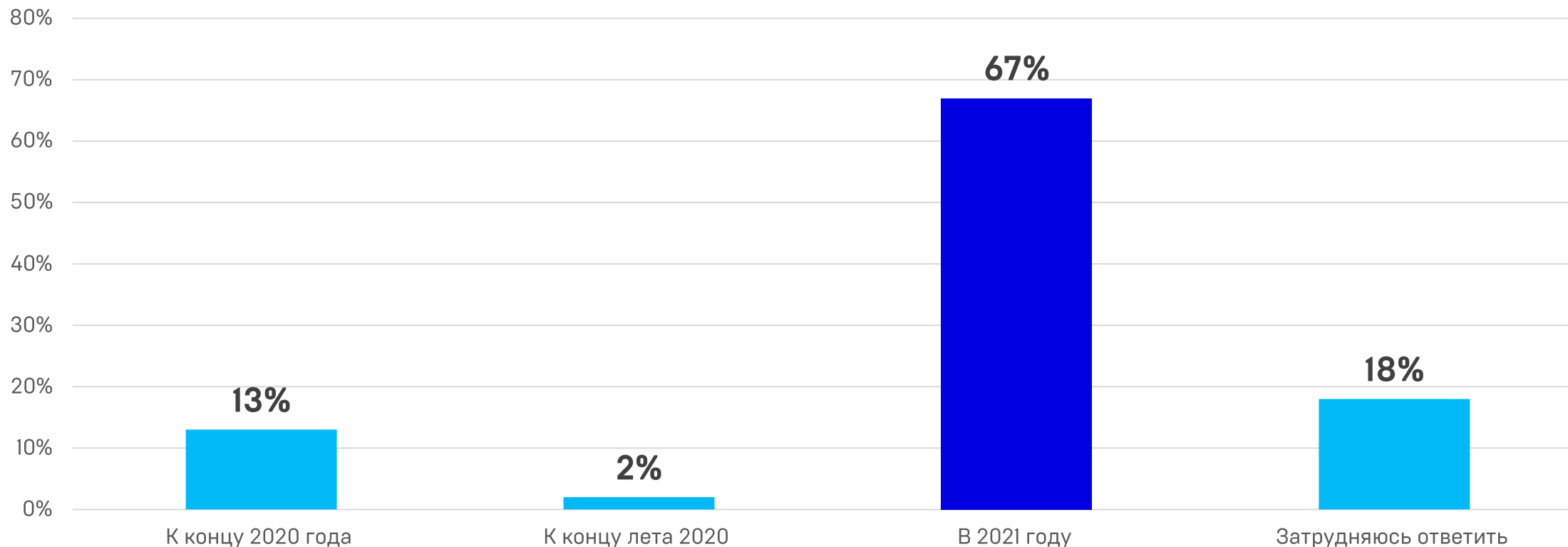
ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

- **30%** компаний промоиндустрии отмечают рост кредиторской задолженности
- **40%** респондентов пока что не столкнулись с ростом дебиторской или кредиторской задолженности, но ожидают этот рост в будущем
- Большинство участников исследования (**57%**) проявляют оптимизм – при дальнейшем ухудшении ситуации большинство компаний промоиндустрии планируют бороться дальше, продолжать сокращать издержки, затраты, т.д.
- Уменьшилось количество компаний (с **21%** до **11%**), предполагающих закрытие компании

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Большинство компаний промоиндустрии (**67%**) считает, что эпидемия носит долгосрочный характер и закончится не раньше, чем в 2021 году;
- Большинство участников исследования (**72%**) считают, что государство должно «отменить налоги на период эпидемии коронавируса»;
- **52%** компаний промоиндустрии воспользовались хотя бы одной из предложенных правительством мер поддержки бизнеса;
- **7%** компаний промоиндустрии отметили вариант ответа «государство ничем не может помочь»

КАК ВЫ СЧИТАЕТЕ, КОГДА НАЧНЕТСЯ ВОССТАНОВЛЕНИЕ БИЗНЕСА ОТ ПОСЛЕДСТВИЙ ЭПИДЕМИИ КОРОНАВИРУСА?



ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Большинство компаний промоиндустрии видят ряд положительных изменений для бизнеса, возникших в результате эпидемии, и планируют использовать их после окончания эпидемии: прежде всего это активное использование онлайн коммуникаций (**44%**) и электронный документооборот (**47%**);
- При этом **42%** компаний промоиндустрии отметили, что за период эпидемии коронавируса нет положительных изменений;
- **26%** респондентов ответили, что в период эпидемии коронавируса легче «принимать непопулярные решения» и «внедрять в бизнес новые технологии»

ПОДГОТОВЛЕНО АКАР ДЛЯ КОМИТЕТА ПРОМОИНДУСТРИИ

**ПРЕДСЕДАТЕЛЬ КОМИТЕТА ПРОМОИНДУСТРИИ АКАР
ГЕН. ДИРЕКТОР «АЛЬТЕР ЭГО ПРОМОУШН»**

Алексей Вязовцев
alexey@altereg.ru

РУКОВОДИТЕЛЬ ИЦ АКАР / IAB RUSSIA / РАМУ

Николай Васильев
nv@akarussia.ru