

ИССЛЕДОВАНИЕ АГЕНТСТВ ПО GR- ПОДДЕРЖКЕ

Исследовательский Центр АКАР /
АРИР / РАМУ
Москва
Ноябрь 2023

30 лет
АКАР

Штат и должности GR сотрудников

Из 73% респондентов, использующих GR-услуги:

- 37,5% имеют в своей организации штатных сотрудников, в чьи обязанности входит GR;
- 25% имеют внештатных сотрудников, в чьи обязанности входит GR;
- 37,5% таких сотрудников не имеют и заказывают GR-услуги у сторонних организаций;

Чаще всего сотрудники занимающиеся GR имеют руководящие должности в своих компаниях, так в 42% опрошенных агентств, сотрудники занимающиеся GR имеют должности руководителя подразделения или заместителя директора.

Функциональные обязанности сотрудников GR

В 75% агентств сотрудники имеют и другие функциональные обязанности (кроме GR), наиболее распространенными видами функционала респондентами были указаны:

- PR (50%);
- стратегическое планирование (43%);
- консалтинг (43%);
- развитие бизнеса (43%);

В 25% опрошенных агентств GR сотрудники, работают только в направлении GR.

Использование GR-услуг

Респонденты, которые уже использовали GR-услуги, отметили, что в большинстве случаев пользовались ими для:

- внесения изменений в нормативно правовые акты, регламентирующие маркировку интернет-рекламы (50%);
- внесения изменений и дополнений в другие законы и подзаконные акты (50%);
- внесения поправок в ФЗ «О рекламе» (47%).

Возможные меры поддержки государством

Самыми часто указанными возможными мерами поддержки рекламного бизнеса государством, среди респондентов стали:

- либерализация государственного регулирования отдельных товарных категорий [54%];
- организация органами власти и местного самоуправления мероприятий, направленных на развитие рекламы [42%];
- предоставление субсидии [40%].

Темы саммита по взаимодействию рекламного рынка с государственными органами власти

В рамках саммита по взаимодействию рекламного рынка с государственными органами власти, который пройдет на Юбилейной неделе российской рекламы, самыми востребованными темами среди респондентов стали:

- внесение изменений в нормативно-правовые акты, регламент, инструкции маркировку интернет-рекламы (53%);
- внесения поправок в ФЗ «О рекламе» (51%);
- государственная поддержка рекламных проектов (40%).

Есть ли в Вашей организации сотрудники, в обязанности которых входит GR?



37,5% - ответили, что в их организации имеются штатные сотрудники, в чьи обязанности входит GR;

Также 37,5% - указали, что у них в организации таких сотрудников нет, и они заказывают GR-услуги у сторонних организаций;

25,0% - отметили, что в их организации имеются внештатные сотрудники, в чьи обязанности входит GR.

Какие должности занимают сотрудники, в обязанности которых входит GR?



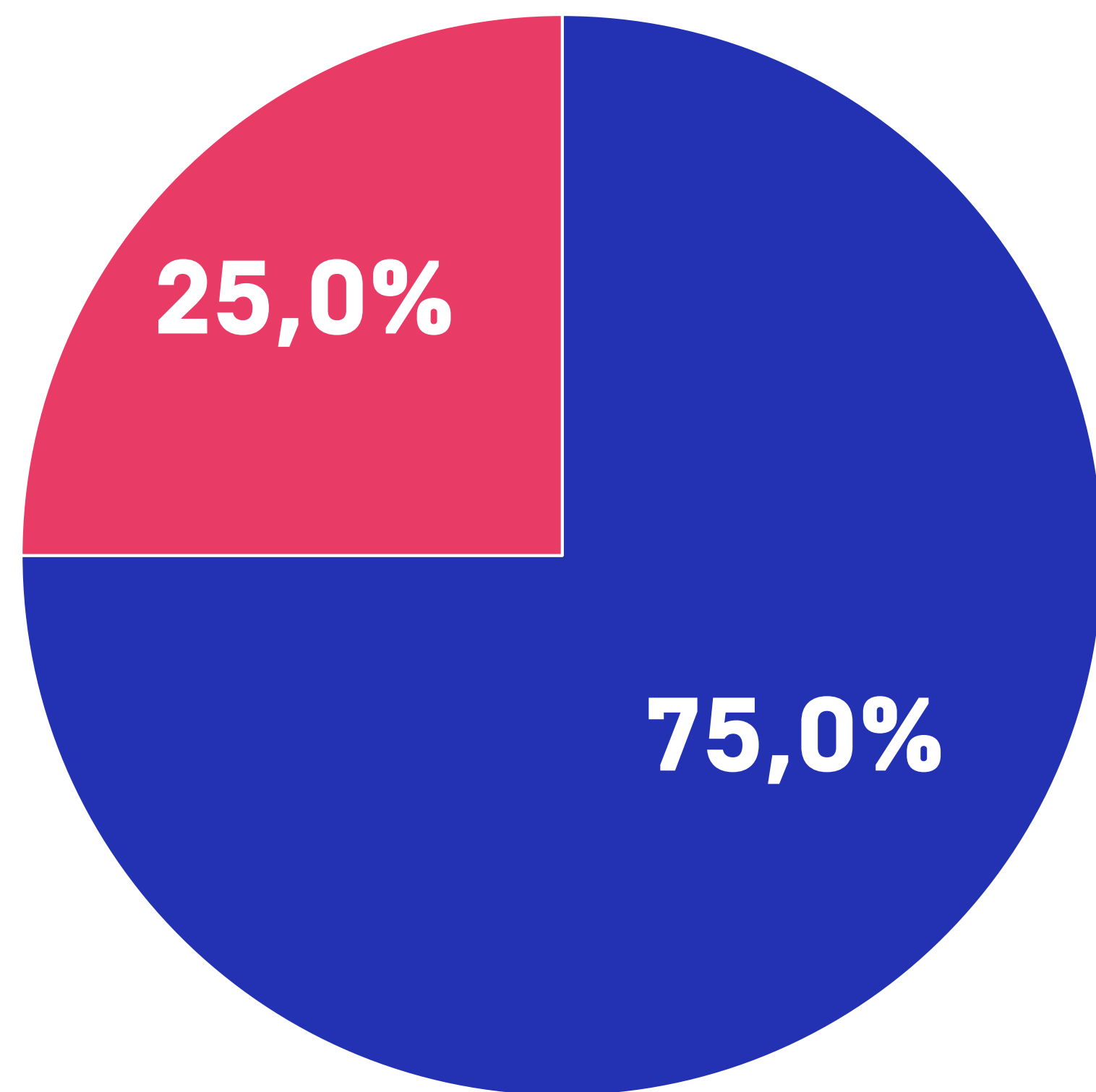
По 42,1% - сотрудников занимающихся GR в опрошенных компаниях имеют должности руководителя подразделения или заместителя директора;

36,8% - сотрудников занимающихся GR в опрошенных компаниях имеют должность Директора / CEO;

31,6% - сотрудников занимающихся GR в опрошенных компаниях, занимают должность старшего менеджера;

21,1% - занимают должность менеджера

Совмещают ли сотрудники функционал по GR с другими функциональными обязанностями в Вашей организации?

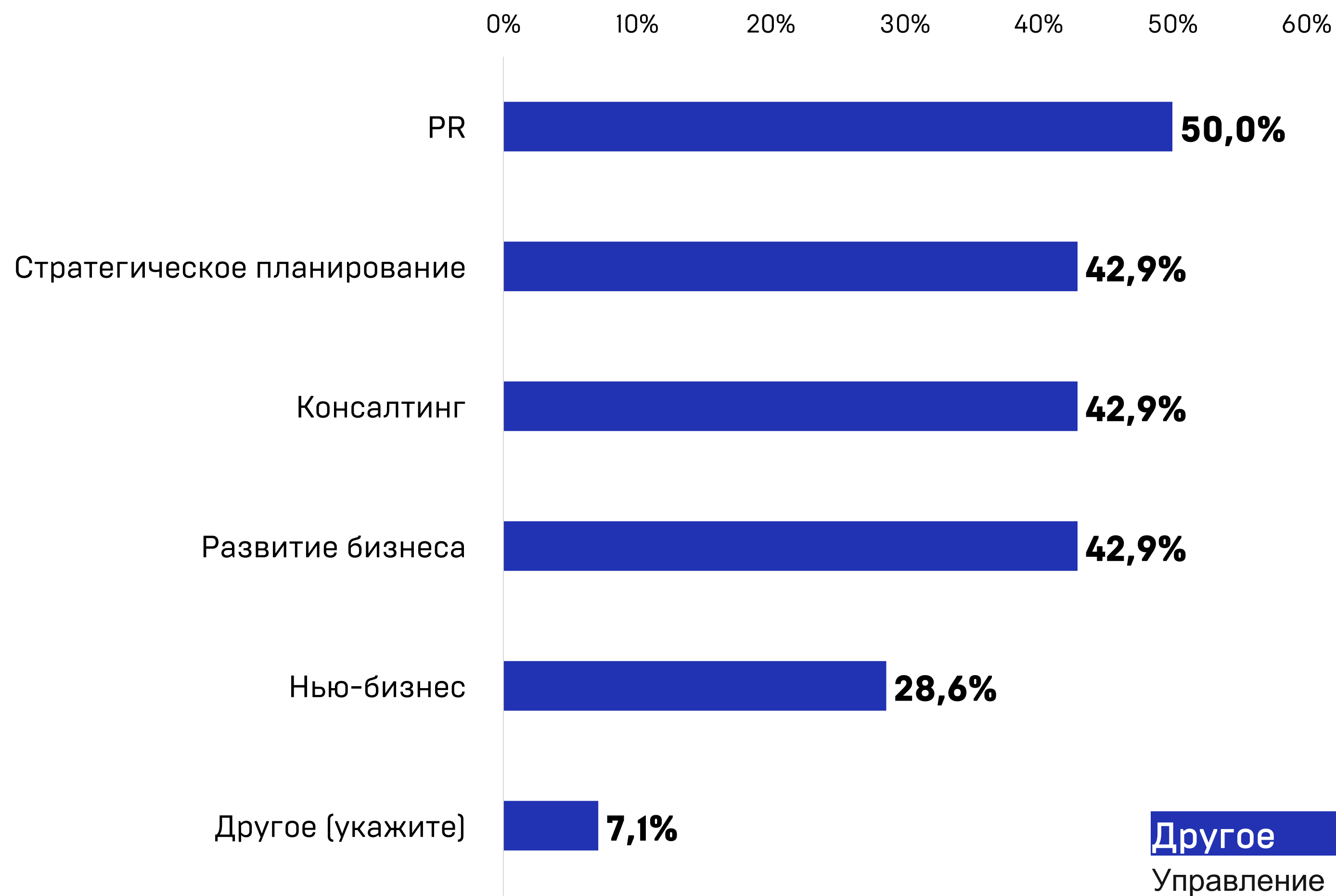


- Да, совмещают функционал по GR с другими функциональными обязанностями
- Нет, у них только функционал по GR

75,0% - указали, что сотрудники занимающиеся GR в их компании, также имеют и другие функциональные обязанности, кроме GR

25,0% - ответили, что в их компании, GR сотрудники, работают только в направлении GR

С какими функциональными обязанностями совмещают функционал по GR сотрудники Вашей организации?

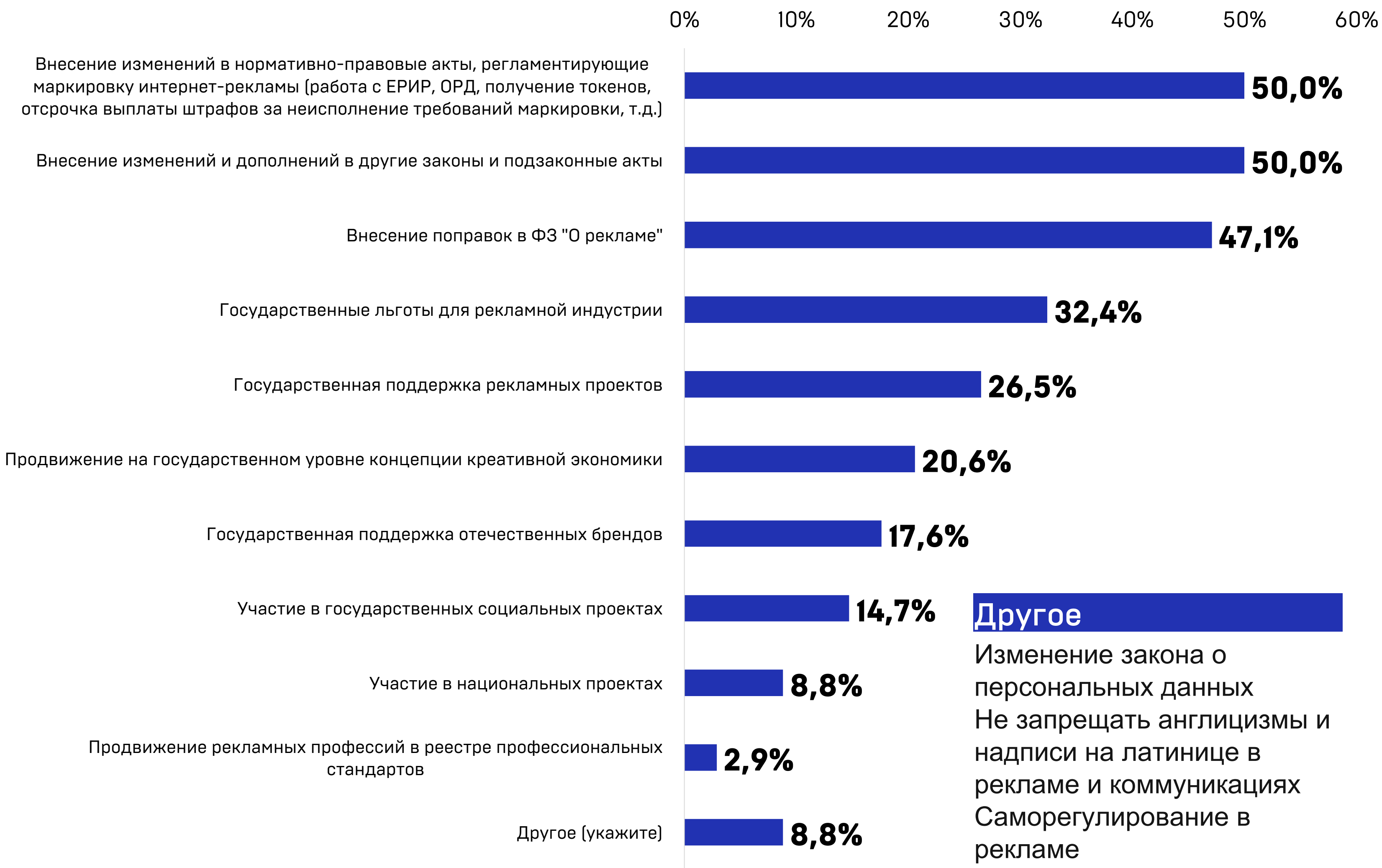


50,0% - сотрудников занимающихся GR в опрошенных компаниях также выполняют функционал PR

42,9% - выполняют функционал стратегического планирования, консалтинга, развития бизнеса

28,6% - функционал нью-бизнеса

Для решения каких вопросов Вы пользовались GR-услугами?



Другое
 Изменение закона о персональных данных
 Не запрещать англицизмы и надписи на латинице в рекламе и коммуникациях
 Саморегулирование в рекламе

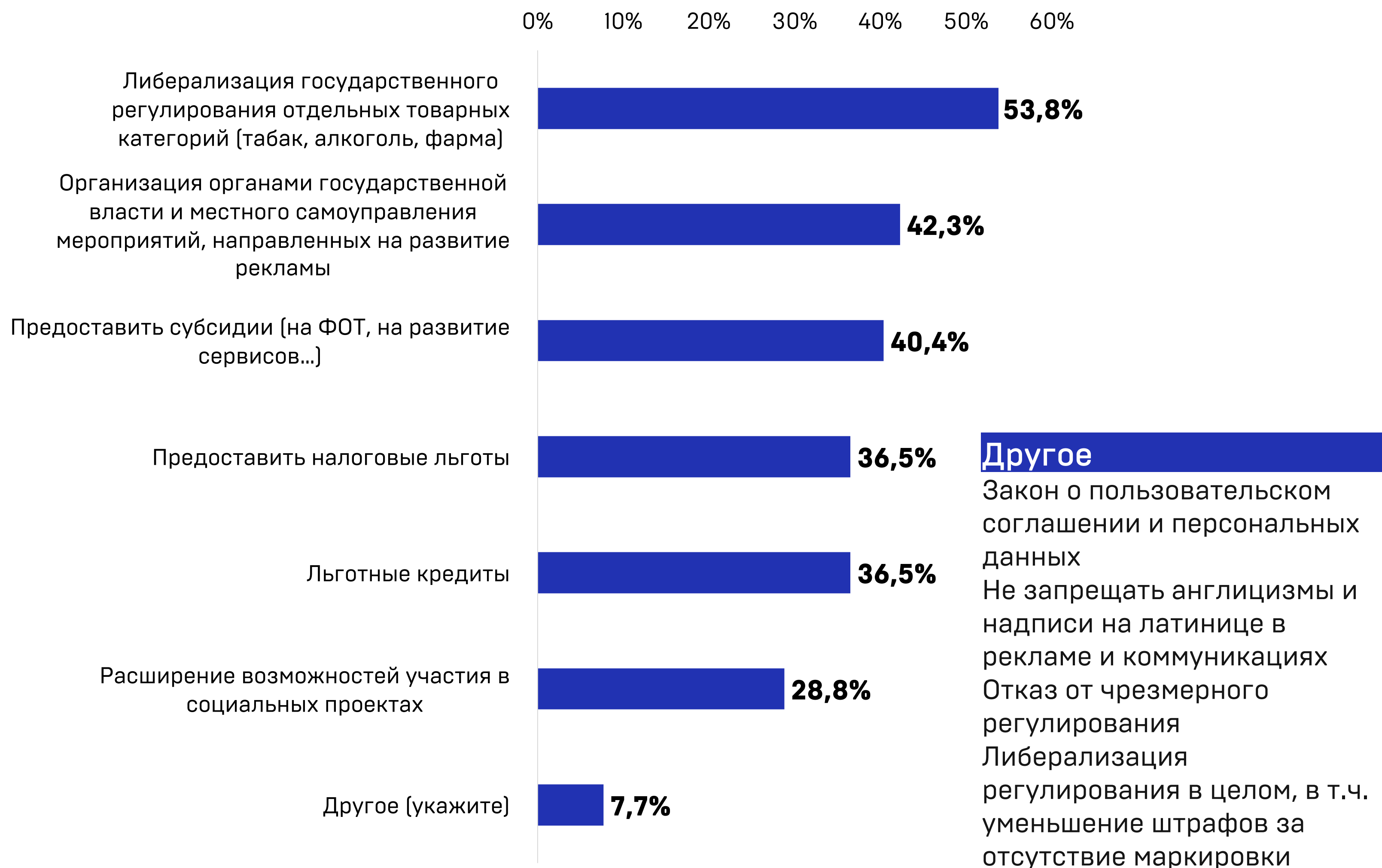
По 50,0% - указали, что использовали GR-услуги, для внесения изменений в нормативно правовые акты, регламентирующие маркировку интернет-рекламы и внесения изменений и дополнений в другие законы и подзаконные акты

47,1% - использовали GR для внесения поправок в ФЗ «О рекламе»

32,4% - использовали GR для получения государственной льготы для рекламной индустрии

26,5% - использовали GR для получения государственной поддержки рекламных проектов

На Ваш взгляд, какие меры поддержки может оказать государство рекламному бизнесу?

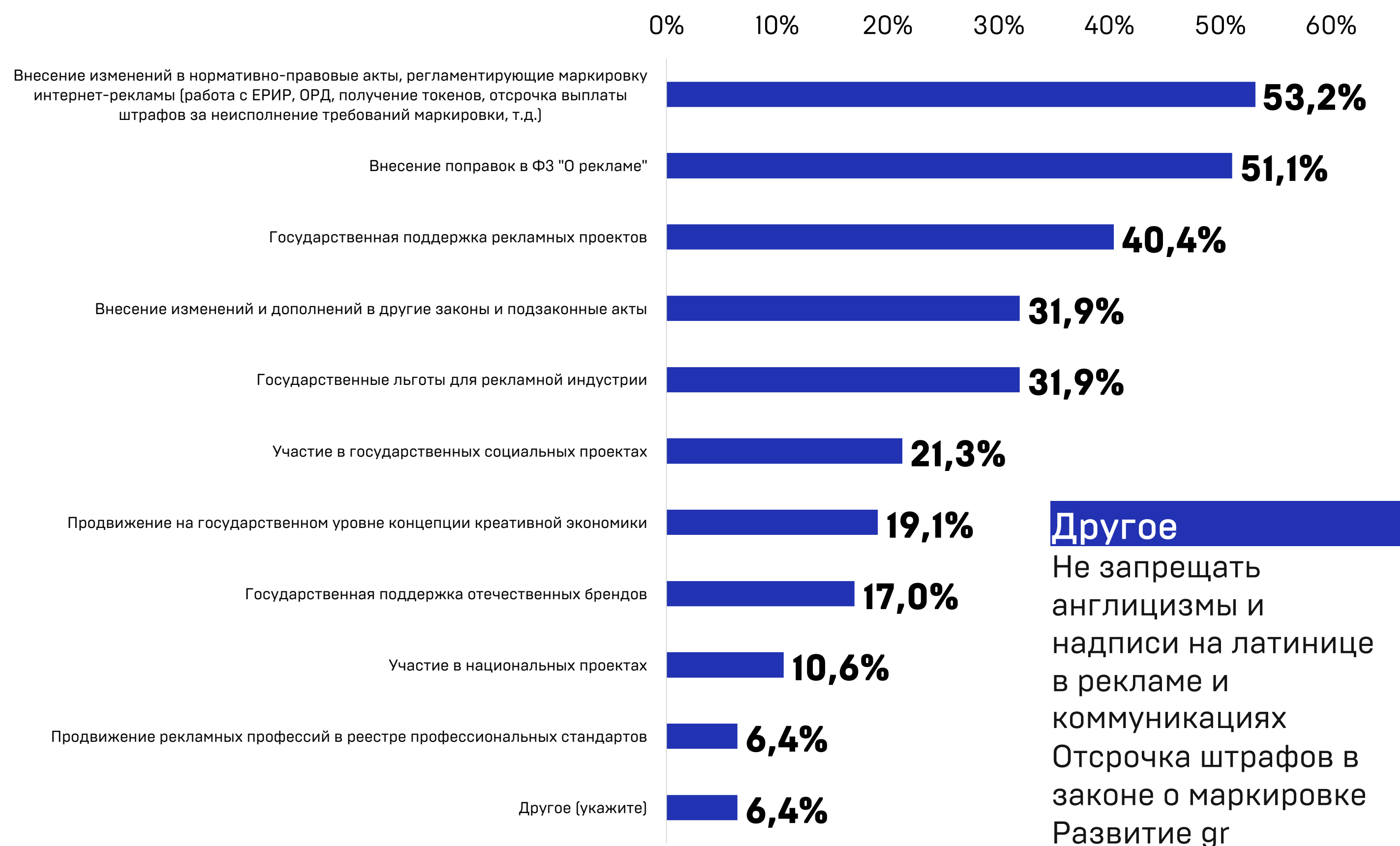


53,8% - указали, что государство может поспособствовать такой мере поддержки рекламного бизнеса, как либерализация государственного регулирования отдельных товарных категорий

42,3% - указали, что мерой поддержки может быть организация органами власти и местного самоуправления мероприятий, направленных на развитие рекламы

40,4% - ответили, что государство, в качестве поддержки может предоставить субсидии

В рамках Юбилейной недели российской рекламы состоится саммит по взаимодействию рекламного рынка с государственными органами власти, какие темы Вам будут интересны?



Другое

Не запрещать англицизмы и надписи на латинице в рекламе и коммуникациях
Отсрочка штрафов в законе о маркировке
Развитие gr

53,2% - указали, что в рамках Юбилейной недели российской рекламы, им была бы интересна тема внесения изменений в нормативно-правовые акты, регламент, инструкции маркировку интернет-рекламы

51,1% - указали, что их интересует тема внесения поправок в ФЗ «О рекламе»

40,4% - указали, что их интересует тема государственной поддержка рекламных проектов

По 31,9% - указали, что их интересует тема внесения изменений и дополнений в другие законы и подзаконные акты и государственные льготы для рекламной индустрии

Методология и статистика исследования

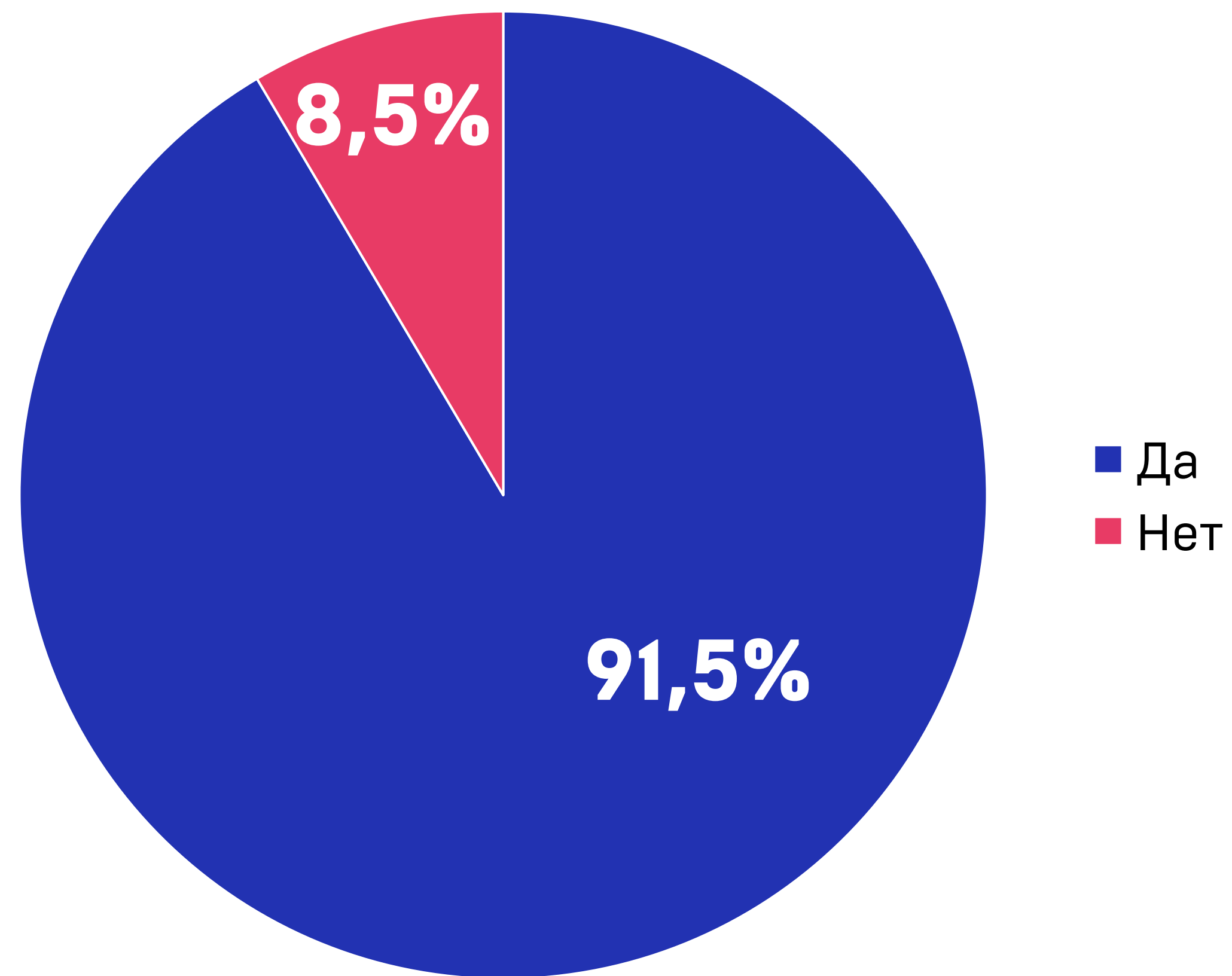
Данные получены в результате электронного опроса рекламных агентств методом CAWI с использованием лицензионного программного обеспечения Alchemer.

Всего получено 75 анкет, из них 53 были заполнены полностью, 22 заполнены частично.

Данные собраны, обработаны и презентованы ИЦ АКАР/АРИР/РАМУ

- Разработка и утверждение анкеты, программирование анкеты: 28 сентября – 11 октября 2023;
- Распространение анкеты по рекламодателям и рекламным агентствам: 12 октября – 30 октября 2023;
- Обработка и анализ полученных данных: 31 октября 2023;
- Подготовка отчета: 1 ноября 2023.

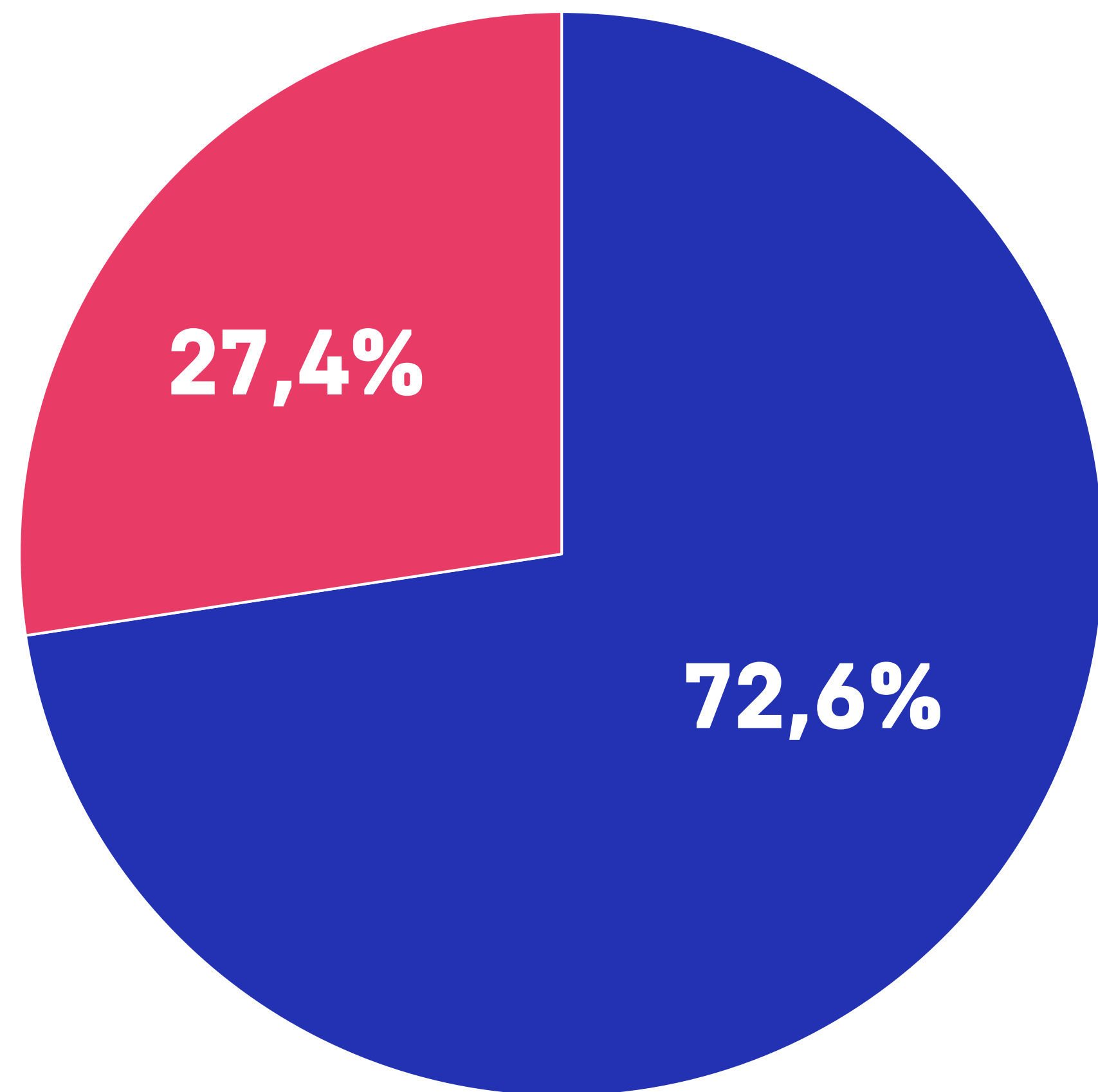
Участники исследования (Знание GR)



91,5% - участников исследования указали, что они знакомы с таким видом продвижения, как GR;

8,5% - участников исследования не знают, что такое GR.

Участники исследования (Использование GR)



- Да
- Нет

72,6% - участников исследования указали, что они пользовались GR-услугами;

27,4% - участников исследования не пользовались таким видом услуг.



*Для визуализации использованной анкеты использовалась методика «облако слов». Облако слов создано с использованием сайта WordArt (<https://wordart.com/>)

КОНТАКТЫ

**РУКОВОДИТЕЛЬ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО ЦЕНТРА
АКАР/АРИР/РАМУ**

Николай Васильев

nv@akarussia.ru

**СТАРШИЙ МЕНЕДЖЕР ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО ЦЕНТРА
АКАР/АРИР/РАМУ**

Никита Баркевич

n.barkevich@akarussia.ru

МЕНЕДЖЕР ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО ЦЕНТРА АКАР/АРИР/РАМУ

Денис Репин

denis.repin@akarussia.ru