РЫНОК ИССЛЕДОВАНИЙ в Казахстане

Наталья Оспанова

президент «Казахстанской Ассоциации Профессиональных Исследователей Общественного Мнения и Рынка»

директор группы исследовательских компаний «Alvin Market»

Александр Рузанов

CEO BRIF Research Group

член «Казахстанской Ассоциации Профессиональных Исследователей Общественного Мнения и Рынка»

'25

УЧАСТНИКИ ЭКСПЕРТНОГО ОПРОСА

ALVIN MARKET RESEARCH

ICT Marketing

brif research group

BISAM Central Asia

CIOM Public Opinion Research Center

MOSAIC AGENCY

fusiónLab neuromarketing aplicado

K Research Official partner of KANTAR in Central Asia

nielsen

Ipsos

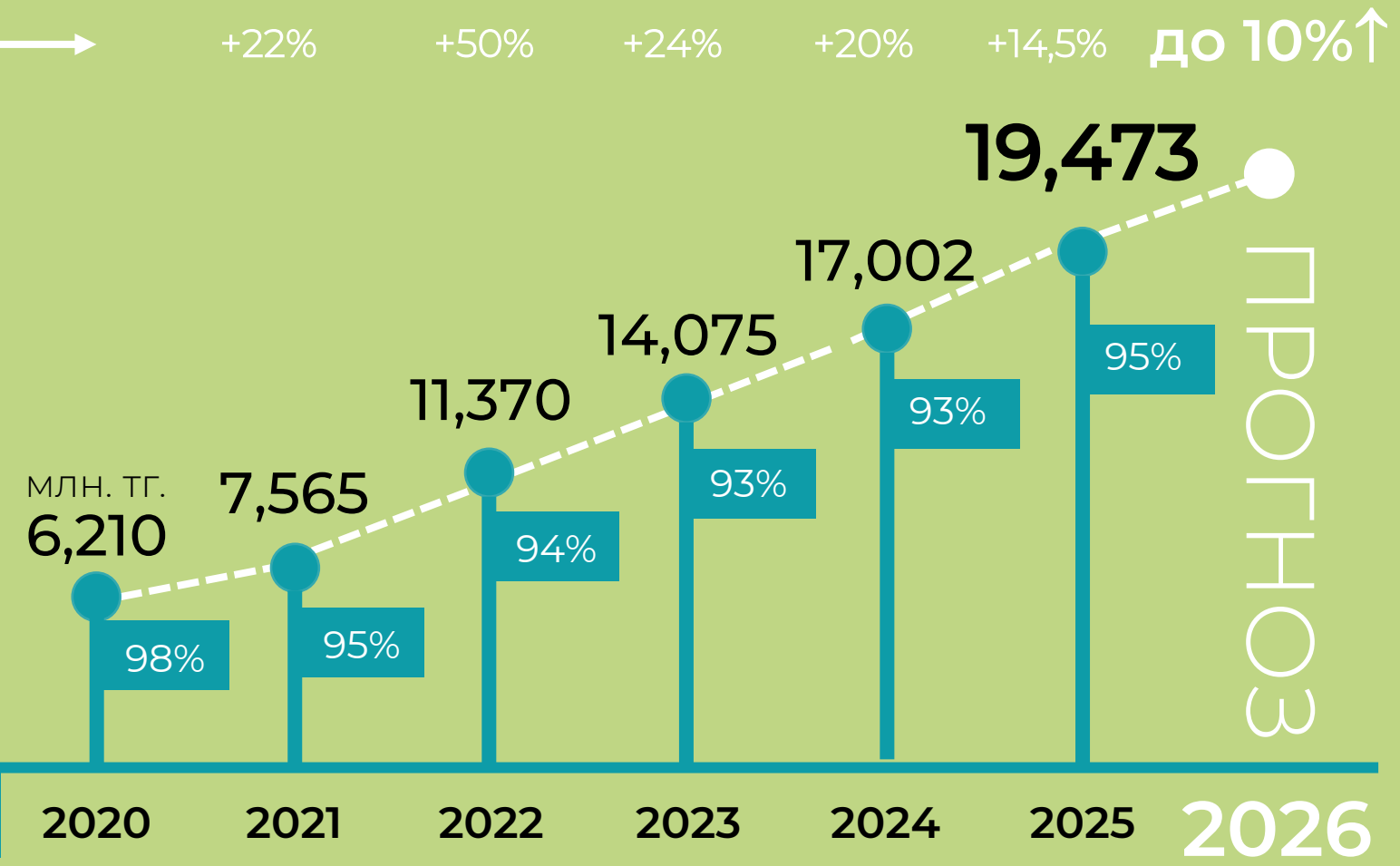
Наталья Оспанова

ОЦЕНКА ОБЪЕМА РЫНКА ИССЛЕДОВАНИЙ

И ЕГО СТРУКТУРЫ

РЫНОК МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

ПОСЛЕДНИЕ 6 ЛЕТ УВЕРЕННО РАСТЕТ

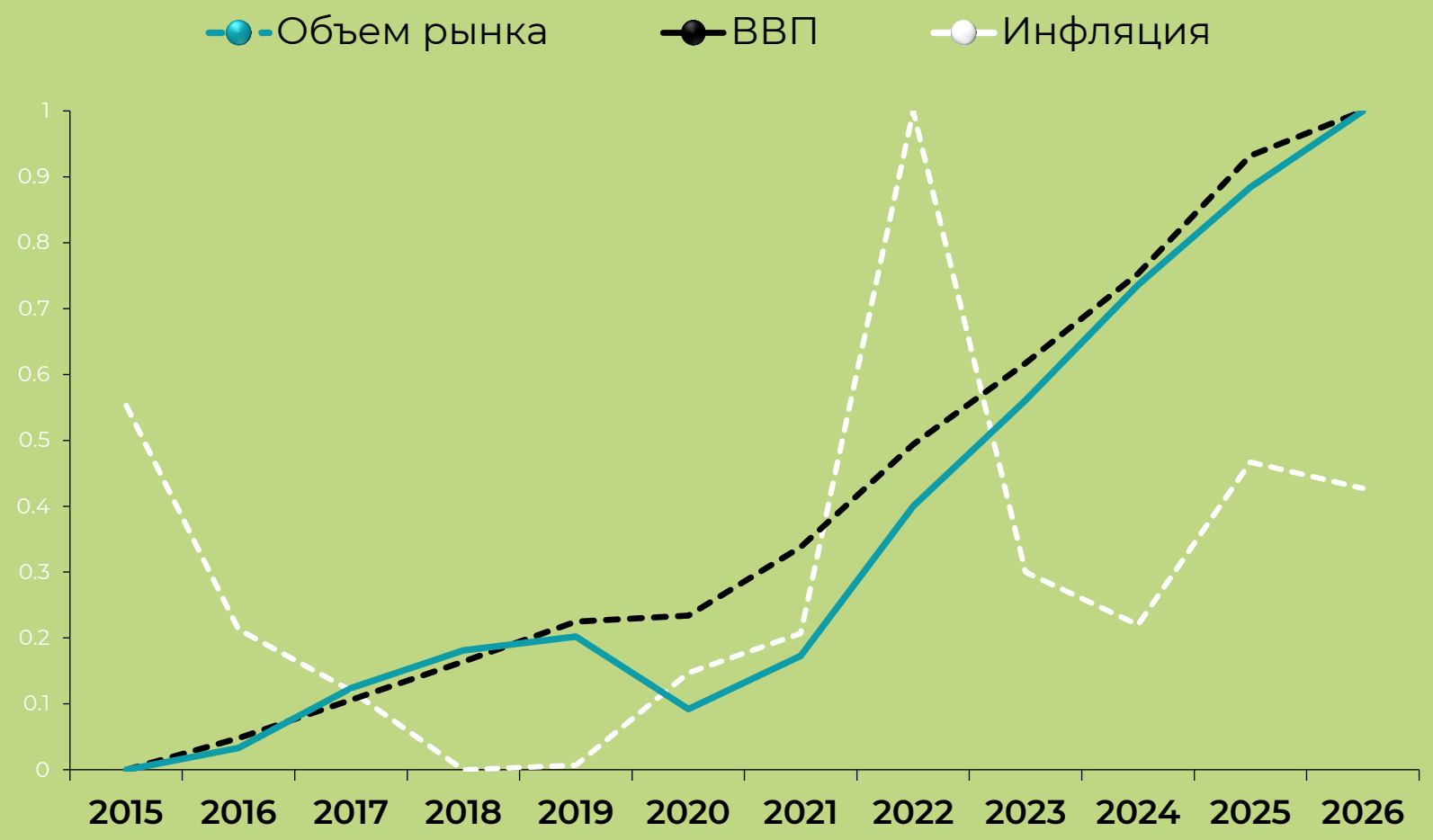


доля коммерческого сектора

Приводятся нормализованные данные по методу min-max (0-1)

РЫНОК МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

ПОСЛЕДНИЕ 6 ЛЕТ УВЕРЕННО РАСТЕТ



КАКИЕ ПРОГНОЗЫ ДАЮТ ЭКСПЕРТЫ НА 2026 ГОД?

КАКИЕ ПРОГНОЗЫ ДАЮТ ЭКСПЕРТЫ НА 2026 ГОД?

44% ПРОГНОЗИРУЮТ УМЕРЕННЫЙ РОСТ В 5-10%

44% СЧИТАЮТ, ЧТО РЫНОК НЕ ИЗМЕНИТСЯ

По Вашему мнению, на сколько сложнее будет казахстанской исследовательской отрасли быть маржинальной в 2026 году по сравнению с 2025 годом?

89% ОЖИДАЮТ, ЧТО 2026 ГОД СТАНЕТ БОЛЕЕ СЛОЖНЫМ ДЛЯ ОТРАСЛИ, С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ УДЕРЖАНИЯ МАРЖИНАЛЬНОСТИ

КАК ВЫГЛЯДИТ РЫНОК МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ КАЗАХСТАНА В ОБЩЕЙ КАРТИНЕ МИРА?

По данным ESOMAR

'24

Казахстанский рынок

МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

самый быстрорастущий

среди стран Азии и Тихого Океана

МИРОВОЙ РЫНОК

56,1 млрд $

+4,2%

+4,8%

РОССИЯ

0,31 млрд $

2,07 USD на чел.

+0,9%

Страны Азии и Тихого Океана

11,4 млрд $

+16,9%

1,62 USD на чел.

Казахстан

0,04 млрд $

СТРУКТУРА РЫНКА
МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ
КАЗАХСТАНА’2025

СТРУКТУРА
РЫНКА МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

ПО ТИПУ ЗАКАЗЧИКОВ

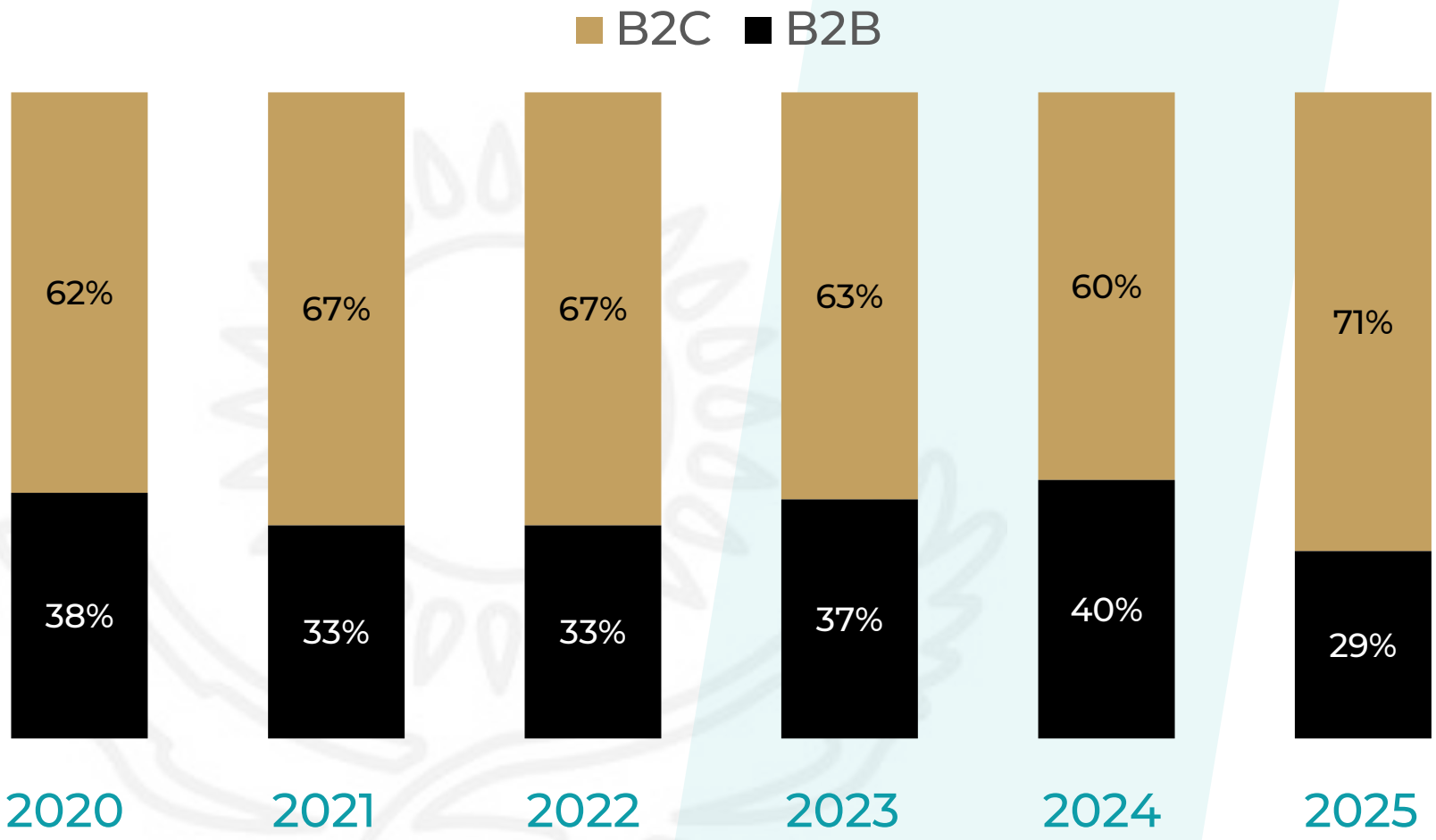
Какой % от Вашей выручки в сегменте маркетинговых или социологических исследований в 2025 г. приходился на

Укажите 3 лидирующие страны, для которых были реализованы зарубежные проекты в 2025 г.

СТРУКТУРА
РЫНКА МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

ПО ЦЕЛЕВЫМ ГРУППАМ

Какой % от Вашей выручки в сегменте маркетинговых или социологических исследований в 2025 г. приходился на



СТРУКТУРА
РЫНКА МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

ПО ТИПУ ИССЛЕДОВАНИЯ

Какой % от Вашей выручки в сегменте маркетинговых или социологических исследований в 2025 г. приходился на

	Казахстан	Мир	Asia Pacific
Ad Hoc	42%	38%	52%
Омнибусы и синдикативные исследования	3%	8%	4%
Панели	19%	32%	19%
Трекинги	20%	20%	21%
Другие типы исследований	16%	2%	4%

СТРУКТУРА
РЫНКА МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

ПО ВИДУ УСЛУГ

Какой % от Вашей выручки в сегменте маркетинговых или социологических исследований в 2025 г. приходился на

	Казахстан	Мир	Asia Pacific
Полный цикл работ, включая полевые работы и аналитику	71%	54%	73%
Только **полевые работы**	22%	8%	13%
Только **аналитические работы**	2%		
Программные услуги (решения для анализа данных)		31%	7%
Консалтинг	3%	7%	7%
Прочее	2%	0%	0%

СТРУКТУРА
РЫНКА МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

ПО ОТРАСЛЯМ

Какой % от Вашей выручки в сегменте маркетинговых или социологических исследований в 2025 г. приходился на

	Казахстан	Мир	Asia Pacific
FMCG	**47%**	**24%**	**25%**
Оптовая и розничная торговля	4%	6%	2%
Финансовые услуги	9%	10%	8%
Промышленные рынки	1%	0%	0%
Фармацевтика, медицинские товары и услуги	17%	10%	7%
Рынок телекомуслуг и IT	3%	7%	6%
Государственный сегмент	5%	7%	15%
Сегмент НКО, межд.организации	4%	1%	1%
Рекламный рынок, издательская деятельность	1%	3%	3%
СМИ	0%	15%	7%
Образование	2%	3%	6%
Туризм, путешествия, отдых, развлечения, игорная деятельность, спортивная деятельность	1%	1%	1%
Прочее	6%	13%	19%

СТРУКТУРА РЫНКА МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

ПО МЕТОДАМ ИССЛЕДОВАНИЙ

Какой % от Вашей выручки в сегменте маркетинговых или социологических исследований в 2025 г. приходился на

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Мир	Asia Pacific
КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ	**70%**	**69%**	**60%**	**60%**	**41%**	**65%**	**71%**	**74%**
Телефонные интервью (CATI)	23%	15%	12%	9%	11%	5%	6%	7%
Личные интервью (CAPI/PAPI)	31%	44%	33%	30%	16%	28%	6%	14%
Онлайн интервью (онлайн - самозаполнение, онлайн-панели)	11%	8%	13%	16%	12%	20%	35%	37%
Другое	5%	2%	2%	5%	2%	12%	24%	16%
КАЧЕСТВЕННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ	**14%**	**17%**	**25%**	**20%**	**38%**	**19%**	**14%**	**15%**
Фокус-группы	н/д	н/д	н/д	7%	6%	5%	3%	5%
Глубинные интервью	н/д	н/д	н/д	3%	7%	5%	2%	4%
Онлайн/мобильные качественные исследования (Мобильные дневники-этнографии, онлайн фокус-группы, дискуссии, форумы)	н/д	н/д	н/д	9%	18%	7%	7%	5%
Традиционная этнография	н/д	н/д	н/д	0%	1%	1%	1%	0%
Другое	н/д	н/д	н/д	1%	6%	1%	1%	1%
КОНСУЛЬТАЦИОННЫЕ УСЛУГИ И КАБИНЕТНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ	**16%**	**14%**	**15%**	**20%**	**21%**	**12%**	**14%**	**10%**
ПРОЧЕЕ (кабинетные исследования, вторичные данные, мониторинг сми и соц.сетей и пр.)						**4%**	**1%**	**1%**

СТРУКТУРА РЫНКА МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

ПО ТЕМАМ ИССЛЕДОВАНИЙ*

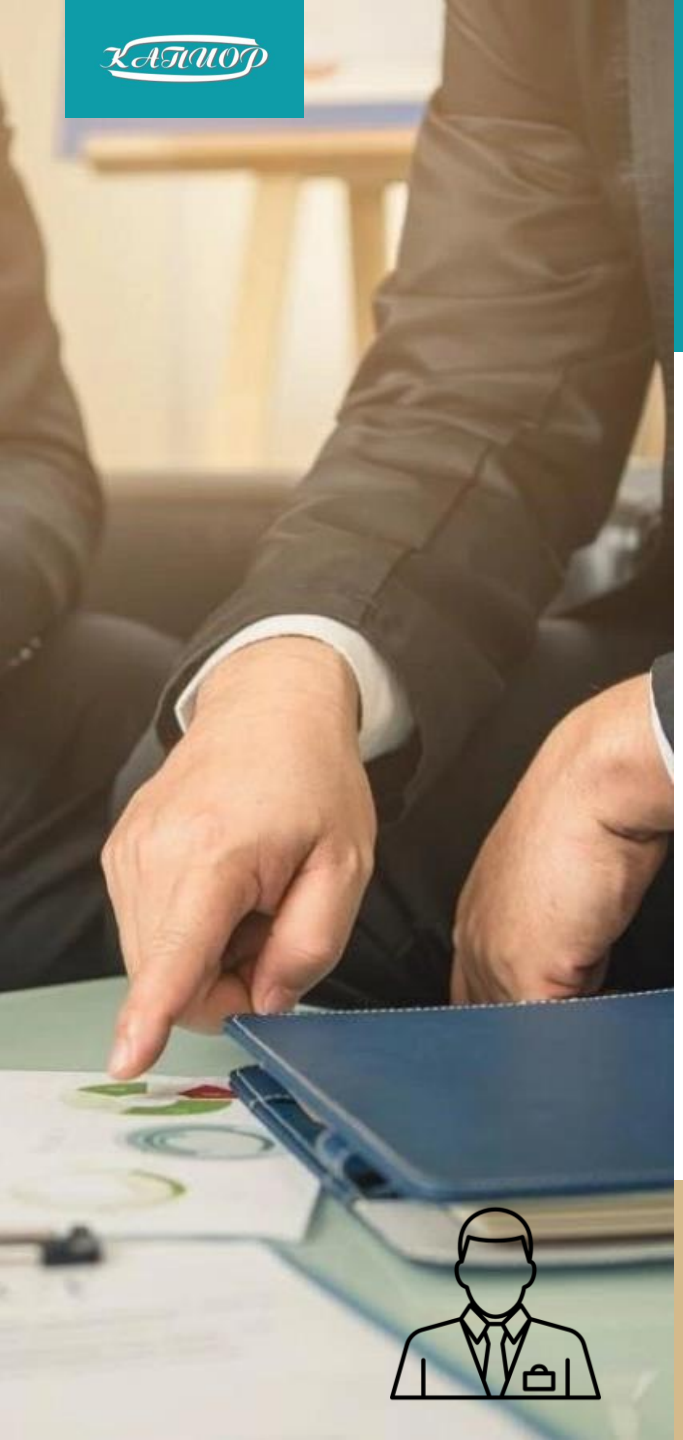
Какой % от Вашей выручки в сегменте маркетинговых или социологических исследований в 2025 г. приходился на

	Казахстан	Мир	Asia Pacific
Синдикативные или кастомные ритейл-/потребительские панели и опросы для оценки объёма и доли рынка	19%	11%	6%
Бренд трекинг, имидж, репутация, капитал бренда	18%	9%	10%
Тестирование концепций, продуктов, услуг, упаковки, ценового микса и т.д., а также прогнозирование объёмов	14%	12%	8%
Usage & Attitude Studies (Исследования использования и отношения, включая сегментационные исследования)	11%	10%	7%
Opinion Research/Polling (Исследования общественного мнения / опросы)	11%	8%	16%
Пред- и пост-тестирование рекламы	5%	4%	10%
Удовлетворённость сотрудников	4%	3%	4%
Удовлетворённость клиентов	3%	13%	10%
Моделирование маркетинг-микса и медиамоделирование	2%	2%	1%
Тайный покупатель	2%	1%	2%
Исследования пользовательского опыта — UX	1%	8%	3%
Исследования в сфере некоммерческих организаций НКО	1%	2%	5%
B2B-исследования, не включённые выше	1%	4%	4%
Другое	8%	13%	14%

*классификация заимствована из вопросника ESOMAR

Александр
Рузанов

УГРОЗЫ РАЗВИЛКИ ТОЧКИ РОСТА



Рынок исследований Казахстана:
давление, развилки и новые точки роста

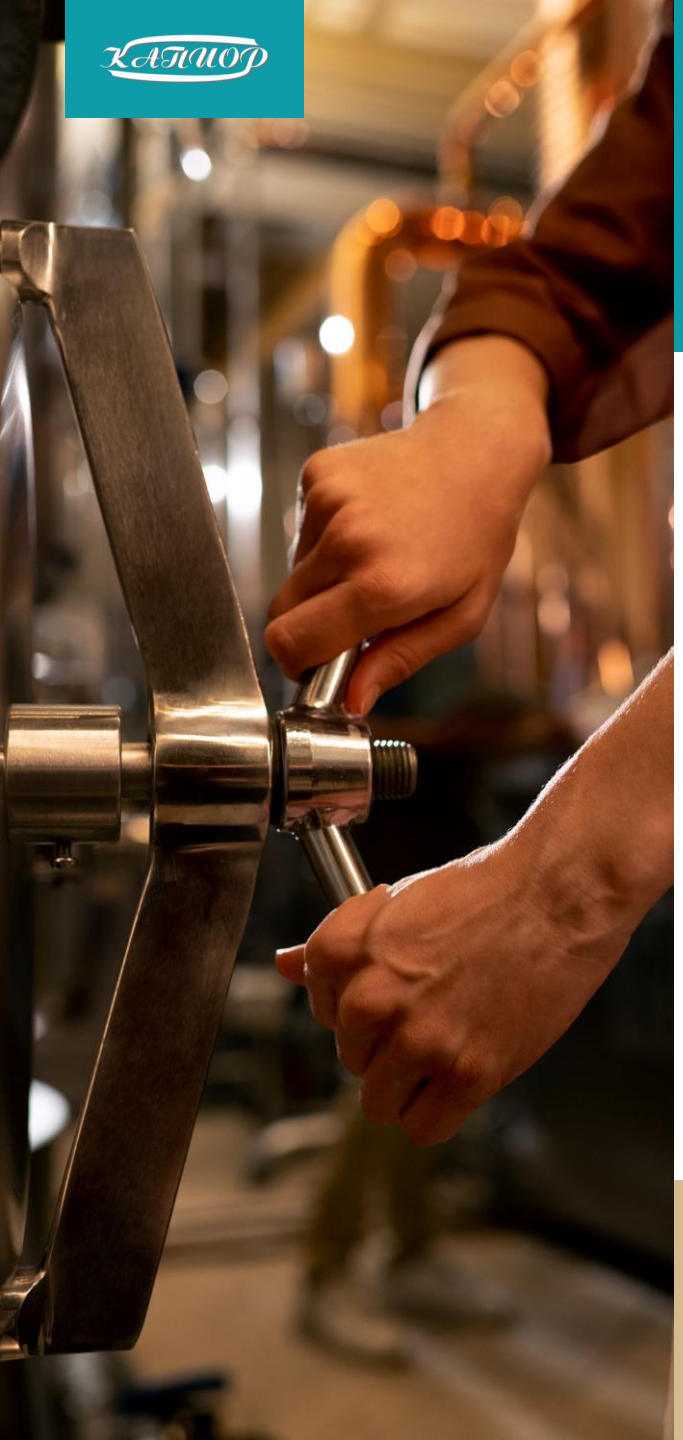
9 КОМПАНИЙ

78 ВЫСКАЗЫВАНИЙ

Мы смотрим не только на объем рынка, но и на **восприятие его будущего**

Какие силы сегодня давят на рынок, а какие открывают **новые возможности**

ИНДУСТРИЯ ОЩУЩАЕТ СИЛЬНОЕ **ДАВЛЕНИЕ**, **НО** ОДНОВРЕМЕННО **ВИДИТ НОВЫЕ ТОЧКИ РОСТА**.



ОСНОВНОЙ ФОН РЫНКА - ДАВЛЕНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ
ЦЕНОВОЕ
ОПЕРАЦИОННОЕ

МАКРОСРЕДА

- инфляция
- налоги, НДС, новый налоговый кодекс
- рост издержек
- нестабильность курса
- санкционный фон

КЛИЕНТЫ

- сокращение бюджетов
- длинные постоплаты
- тендеры по минимальной цене

РЫНОК

- демпинг
- рост внешней конкуренции
- снижение маржинальности

РЫНОК ПЕРЕЖИВАЕТ **НЕ ТОЛЬКО НЕХВАТКУ ДЕНЕГ**, **НО И ОБЕСЦЕНИВАНИЕ** ЧАСТИ СВОИХ **УСЛУГ**

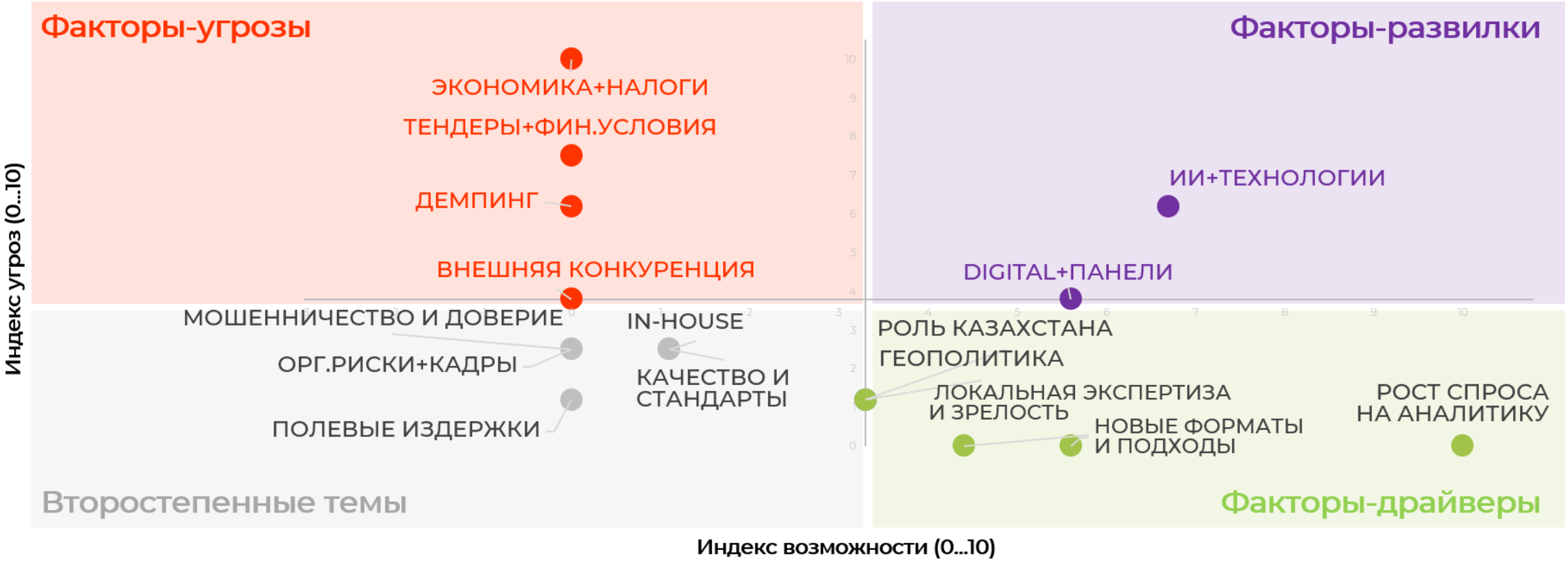
ПОД ДАВЛЕНИЕМ СТАРАЯ МОДЕЛЬ

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО БИЗНЕСА

- AI И АВТОМАТИЗАЦИЯ
- DIGITAL-АНАЛИТИКА И ОНЛАЙН-МЕТОДЫ
- IN-HOUSE КОМАНДЫ У КЛИЕНТОВ
- ПЕРЕХОД К БОЛЕЕ БЫСТРЫМ И ДЕШЕВЫМ ФОРМАТАМ
- ОСЛАБЛЕНИЕ ЧАСТИ ТРАДИЦИОННЫХ ПОЛЕВЫХ МЕТОДОВ: F2F, CATI

ГЛАВНАЯ ПЕРЕСТРОЙКА ПРОИСХОДИТ НЕ ТОЛЬКО В ДЕНЬГАХ, А **В САМОЙ ЛОГИКЕ ПРОИЗВОДСТВА ИНСАЙТОВ.**

МАТРИЦА ФАКТОРОВ РЫНКА:
УГРОЗЫ, ДРАЙВЕРЫ И ЗОНЫ РАЗВИЛКИ



САМЫЕ ИНТЕРЕСНЫЕ ФАКТОРЫ РЫНКА - НЕ ТЕ, ЧТО ТОЛЬКО ПУГАЮТ ИЛИ ТОЛЬКО ВДОХНОВЛЯЮТ, А **ТЕ, ЧТО ОДНОВРЕМЕННО РАЗРУШАЮТ СТАРУЮ МОДЕЛЬ И ОТКРЫВАЮТ НОВУЮ**.

НЕДООЦЕНЕННЫЙ РИСК: РЫНОК МОЖЕТ ПЕРЕЖИТЬ КРИЗИС. НО СМОЖЕТ ЛИ ОН **УДЕРЖАТЬ ДОВЕРИЕ**?

КАЧЕСТВО И СТАНДАРТЫ

- рост роли данных и аналитики
- стратегические задачи и трекинги
- быстрые и смешанные форматы
- UX, CX, product-подход
- Автоматизация, ИИ, digital

МОШЕННИЧЕСТВО И ПОЛЕ

- рост мошеннических схем
- падение доверия респондентов
- снижение конверсии
- ослабление традиционного поля

ЕСЛИ **ОТРАСЛЬ ТЕРЯЕТ ДОВЕРИЕ** К ДАННЫМ И К ПРОЦЕДУРЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, **ЭТО УЖЕ СИСТЕМНЫЙ РИСК**, А НЕ ПРОСТО РЫНОЧНАЯ ПРОБЛЕМА.

НОВАЯ ЗОНА РОСТА:
АНАЛИТИКА, ПРОДУКТОВЫЙ ПОДХОД, ЛОКАЛЬНАЯ ЭКСПЕРТИЗА

ЧТО РАСТЕТ ВО ВСЕМ МИРЕ

- рост роли данных и аналитики
- стратегические задачи и трекинги
- быстрые и смешанные форматы
- UX, CX, product-подход
- Автоматизация, ИИ, digital

В ЧЕМ ШАНС КАЗАХСТАНА

- локальная экспертиза
- адаптация методик под регион
- рост интереса к Центральной Азии
- Казахстан как потенциальный хаб
- активность локальных и международных клиентов

ВОЗМОЖНОСТИ РЫНКА ЛЕЖАТ НЕ В ВОЗВРАТЕ К СТАРОЙ МОДЕЛИ, А В ПЕРЕХОДЕ К БОЛЕЕ **АНАЛИТИЧЕСКОЙ, ЦИФРОВОЙ И ПРОДУКТОВОЙ ЛОГИКЕ РАБОТЫ**

ИТАК – КОМУ БУДУТ ПЛАТИТЬ ЗАВТРА?

Будущее - **не у самых ДЕШЕВЫХ, а у самых ПОЛЕЗНЫХ!**

Будущее рынка - за теми, кто соединит:

- ТЕХНОЛОГИЧНОСТЬ
- ЛОКАЛЬНАЯ ЭКСПЕРТИЗА
- КАЧЕСТВО И СТАНДАРТЫ
- СПОСОБНОСТЬ ПРЕВРАЩАТЬ ДАННЫЕ В РЕШЕНИЯ

КАЗАХСТАНСКАЯ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ИНДУСТРИЯ ПЕРЕЖИВАЕТ **НЕ УГРОЗУ ИСЧЕЗНОВЕНИЯ, А КРИЗИС ПЕРЕОПРЕДЕЛЕНИЯ** СВОЕЙ ЦЕННОСТИ И ПЕРЕСТРОЙКУ БИЗНЕС-МОДЕЛИ ИССЛЕДОВАНИЙ.

КАПИОР

ЕСЛИ ВЫ ХОТИТЕ *присоединиться* к ежегодному исследованию

Марина Самохвалова

исполнительный директор «Казахстанской Ассоциации Профессиональных Исследователей Общественного Мнения и Рынка»

k-kit@mail.ru

8 777 249 0203

благодарим

за внимание

КАПИОР