



Токарев В.В.

# Ситуация в региональном сегменте рынка РО&МР России (РИК-2015. Волна 11)

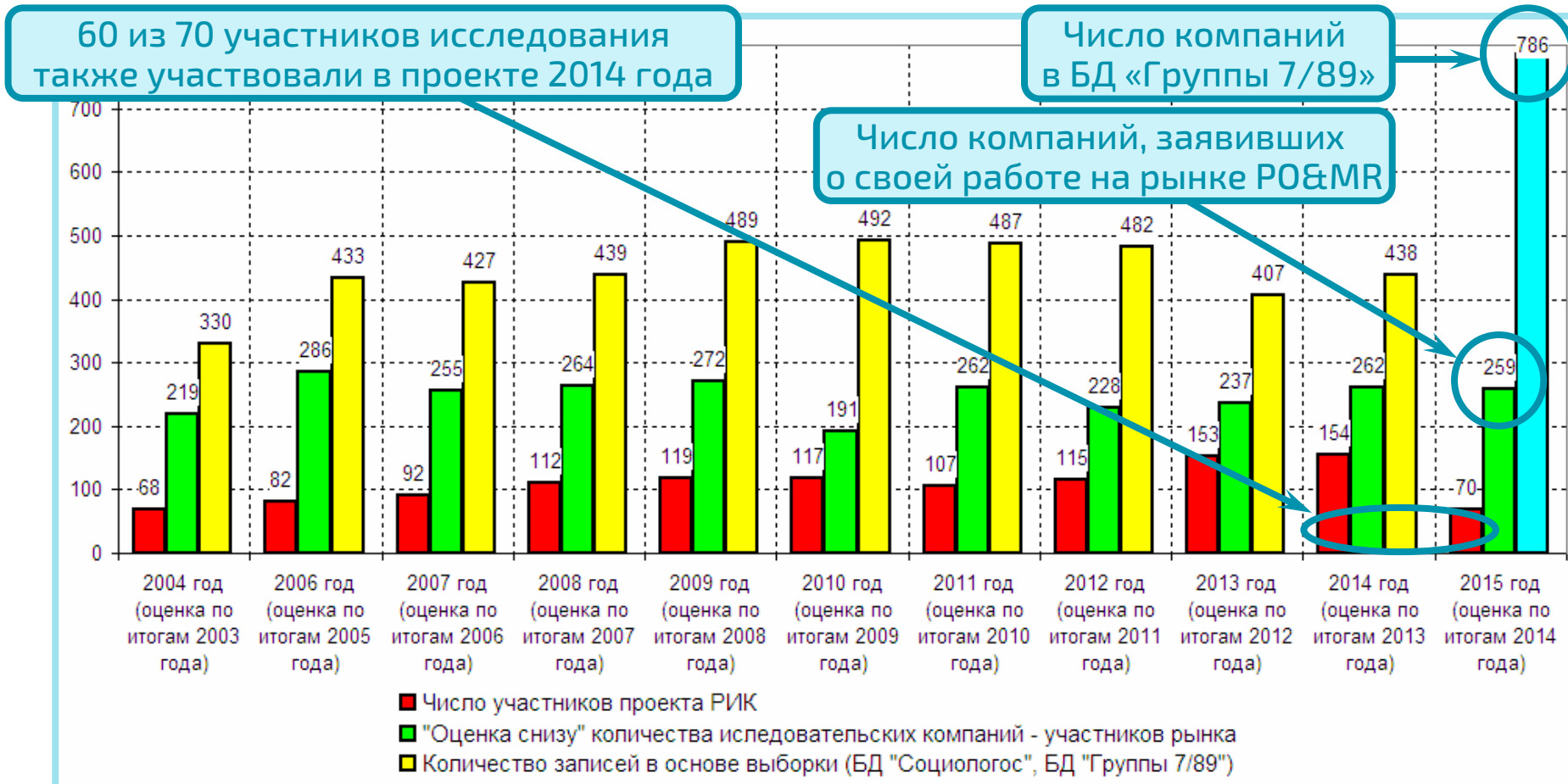
Результаты инициативного исследовательского проекта Ассоциации «Группа 7/89»

Волгоград, октябрь 2015 г.

# Параметры проекта «РИК»

- Основные параметры исследования.
  - Цель исследования - профессиональное оценивание компаний–заказчиков полевых работ для организаций, размещенных в регионах России.
  - Объект исследования – компании, дислоцирующиеся в регионах России и выполняющие субподрядные работы по заказам столичных и региональных компаний.
- Использованные методы.
  - Традиционный анкетный опрос в 2015 руководителей региональных исследовательских компаний (направленная выборка, опрошено 70 компаний).
  - «ТелеОпрос РИК» - CATI-опрос компаний по БД «Группы 7/89» (сплошная выборка, опрошено 259 компаний);
  - Качественное исследование, направленное на анализ причин наблюдающихся изменений (фокусированная групповая дискуссия в формате скайп-сессии).

# Число компаний на рынке

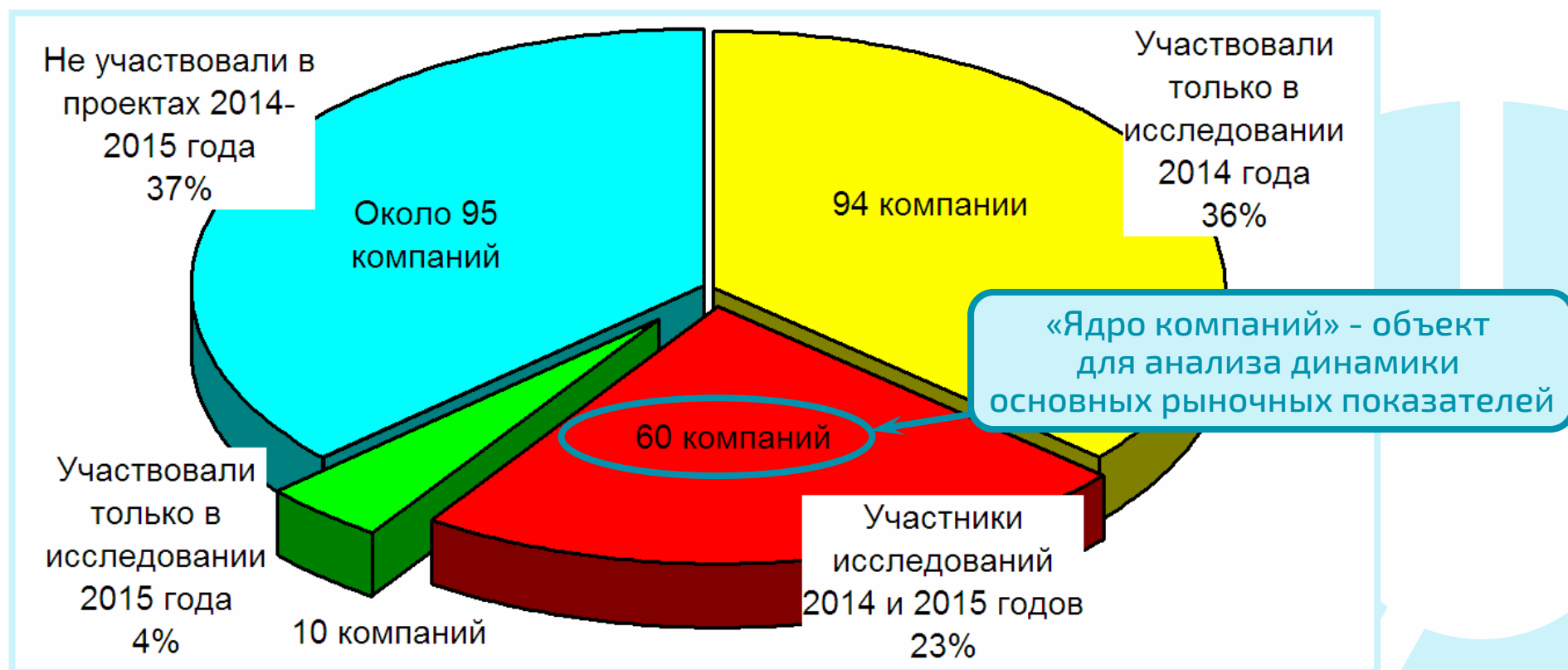


# Компоненты динамики

- «Однако за время пути собачка могла подрасти...»
  - Любая компания, принимающая участие в исследовании из года в год, меняется. Их совместные изменения и создают изменения рынка в целом.
- «В одну и ту же реченьку нам дважды не войти...»
  - Не столько «объект исследования» (генеральная совокупность), сколько структура выборки из года в год меняется в большей или меньшей (в 2015 году – в большей) степени.
  - Пример: привлечение к исследованию 70 наиболее «вовлеченных в рынок» региональных компаний (вместо 150 всяких-разных, любых подходящих) приводит к заметному повышению показателей известности столичных исследователей.
- Моделирование показателей динамики рынка проводилось на анализе изменений, произошедших в «ядре компаний».

# Особенности анализа

- Участие региональных компаний в проектах 2014-2015 годов



# Пример анализа динамики

ПОКАЗАТЕЛЬ	2011 год	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год
<b>Число сотрудников в компаниях</b>					
Не более 5 сотрудников	36%	33%	35%	40%	34%
От 6 до 10 сотрудников	32%	37%	36%	33%	35%
От 11 до 20 сотрудников	23%	18%	21%	18%	22%
21 и более сотрудников	10%	12%	8%	9%	9%
<b>Среднее число сотрудников</b>	<b>11 чел.</b>	<b>12 чел.</b>	<b>10 чел.</b>	<b>11 чел.</b>	<b>11 чел.</b>
<b>Медиана</b>	<b>7 чел.</b>	<b>7 чел.</b>	<b>8 чел.</b>	<b>8 чел.</b>	<b>8 чел.</b>
<b>Мода (наиболее частое значение)</b>	<b>5 чел.</b> <b>(21%)</b>	<b>5 чел.</b> <b>(16%)</b>	<b>5 чел.</b> <b>(14%)</b>	<b>5 чел.</b> <b>(16%)</b>	<b>5 чел.</b> <b>(15%)</b>

- Анализ «по выборкам в целом» позволяет увидеть следующее:
  - Число сотрудников как минимум не убывает (среднее значение в 2014 году – 10.7, в 2015 – 10.9).
  - Число «самых маленьких» компаний сокращается (в 2014 году – 40%, в 2015 – 34%). Возрастает число компаний, в которых от 11 до 20 сотрудников.

# Пример анализа динамики

ПОКАЗАТЕЛЬ	2011 год	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год
<b>Число сотрудников в компаниях</b>					
Не более 5 сотрудников	36%	33%	35%	40%	34%
От 6 до 10 сотрудников					35%
От 11 до 20 сотрудников					22%
21 и более сотрудников					9%
<b>Среднее число сотрудников</b>					<b>1 чел.</b>
<b>Медиа</b>					<b>чел.</b>
<b>Мода (мода)</b>					<b>чел.</b>
					<b>15%)</b>
<b>Показатели динамики (по «ядру» из 60 компаний)</b>		<b>2014 год</b>	<b>2015 год</b>	<b>Индекс</b>	
Не более 5 сотрудников		25%	31%	<b>1.26</b>	
От 6 до 10 сотрудников		39%	34%	<b>0.89</b>	
От 11 до 20 сотрудников		28%	26%	<b>0.92</b>	
21 и более сотрудников		9%	9%	<b>0.98</b>	
<b>Среднее число сотрудников</b>		<b>11.2</b>	<b>10.4</b>	<b>0.93</b>	

- Сопоставление результатов 2014 и 2015 года по «ядру компаний» говорит об обратном:
  - Среднее число сотрудников скорее сокращается (с 11.2 до 10.4). Сокращение происходит за счет размывания компаний «чуть крупнее минимума».

# Структура деятельности

ПОКАЗАТЕЛЬ	2011 год	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год
<b>Структура деятельности исследовательских компаний</b>					
Неисследовательская деятельность отсутствует (менее 1%)	52%	54%	48%	50%	52%
Неисследовательская деятельность составляет от 1% до 20%	26%	30%	32%	26%	36%
Неисследовательская деятельность составляет 21% и более	23%	17%	21%	24%	12%
<b>Средняя доля неисследовательских работ в компаниях</b>	<b>14%</b>	<b>13%</b>	<b>14%</b>	<b>18%</b>	<b>9%</b>

- Исследования, являются либо основным, либо единственным или видом деятельности региональной компании.
  - Более, чем в половине случаев, компания занимается «только исследованиями».
  - В то же время, в 2015 году средняя доля неисследовательских работ в компаниях, попавших в выборку, повысилась.



# Структура деятельности

ПОКАЗАТЕЛЬ	2011 год	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год
<b>Структура деятельности исследовательских компаний</b>					
Неисследователеская деятельность отсутствует (по «ядру» из 60 компаний)					52%
Неисследователеская деятельность составляет менее 1%					36%
Неисследователеская деятельность составляет от 1% до 20%					12%
Неисследователеская деятельность составляет 21% и более					9%
<b>Средняя доля не исследовательских работ в компаниях</b>					
Показатели динамики (по «ядру» из 60 компаний)					
Неисследователеская деятельность отсутствует (менее 1%)	61%	53%		Индекс	
Неисследователеская деятельность составляет от 1% до 20%	28%	37%		<b>0.86</b>	
Неисследователеская деятельность составляет 21% и более	11%	11%		<b>0.95</b>	
<b>Средняя доля не исследовательских работ в компаниях</b>	<b>8%</b>	<b>8%</b>		<b>0.93</b>	

- Анализ по «ядру компаний» говорит об обратном:
  - Компании стремятся к диверсификации. Однако «смежные» области, видимо, «падают» едва ли не быстрее, чем собственно отрасль исследований.

# Масштабы деятельности

- В течение 2014 года наблюдался рост оборотов компаний и выработки на сотрудника (в рублях).

ПОКАЗАТЕЛЬ	2011 год	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год
<b>Финансовые результаты деятельности компаний, тыс. руб.</b>					
Среднегодовой оборот (доход) региональной компании	<b>9132</b>	<b>9277</b>	<b>8117</b>	<b>9399</b>	<b>10079</b>
Прирост / убыль по отношению к предыдущему году		2%	-13%	16%	7%
Среднегодовой оборот (доход) по исследовательским проектам	<b>7951</b>	<b>8351</b>	<b>7201</b>	<b>8117</b>	<b>8718</b>
Прирост / убыль по отношению к предыдущему году		5%	-14%	13%	7%
Средняя выработка на одного сотрудника, тыс. руб.	<b>947</b>	<b>885</b>	<b>815</b>	<b>917</b>	<b>1016</b>
Прирост / убыль по отношению к предыдущему году		-7%	-8%	13%	11%



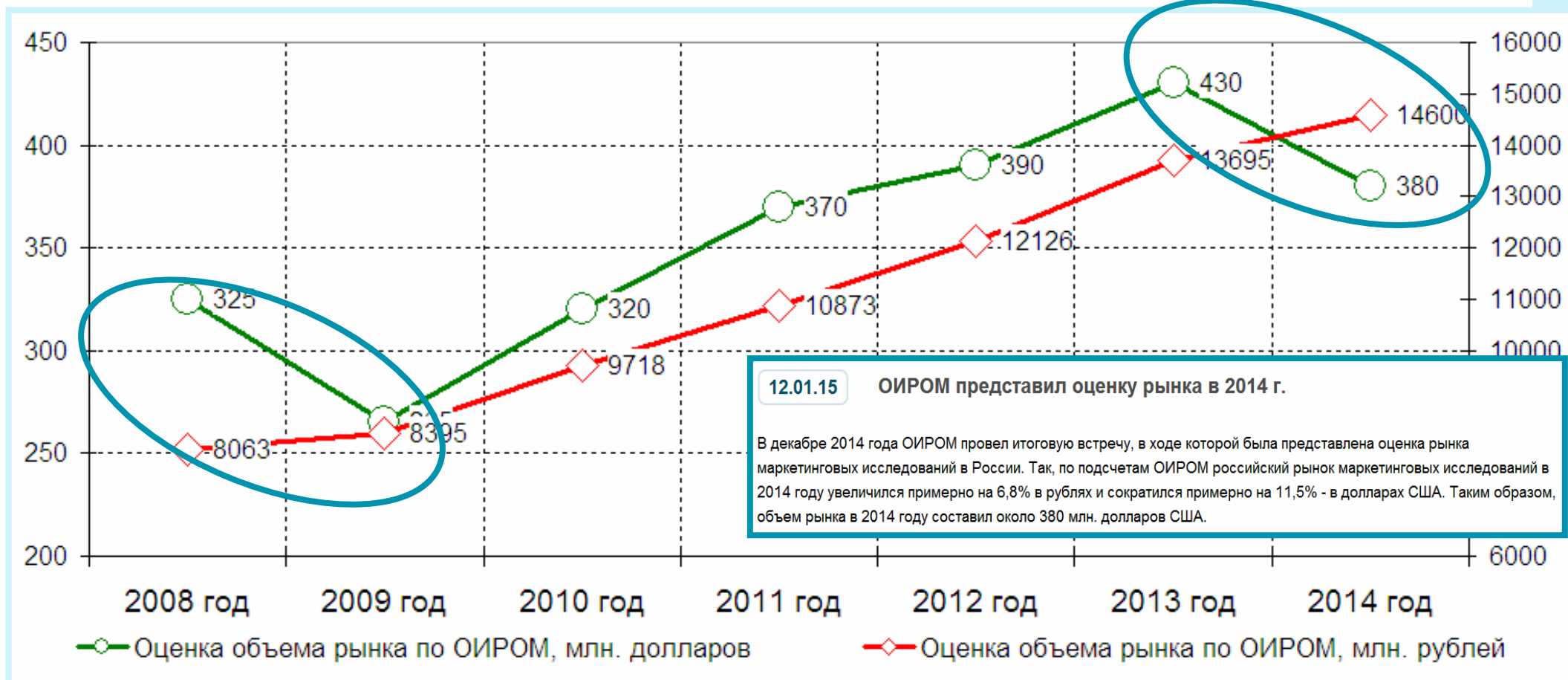
# Масштабы деятельности

- В долларовом выражении наблюдается снижение показателей.

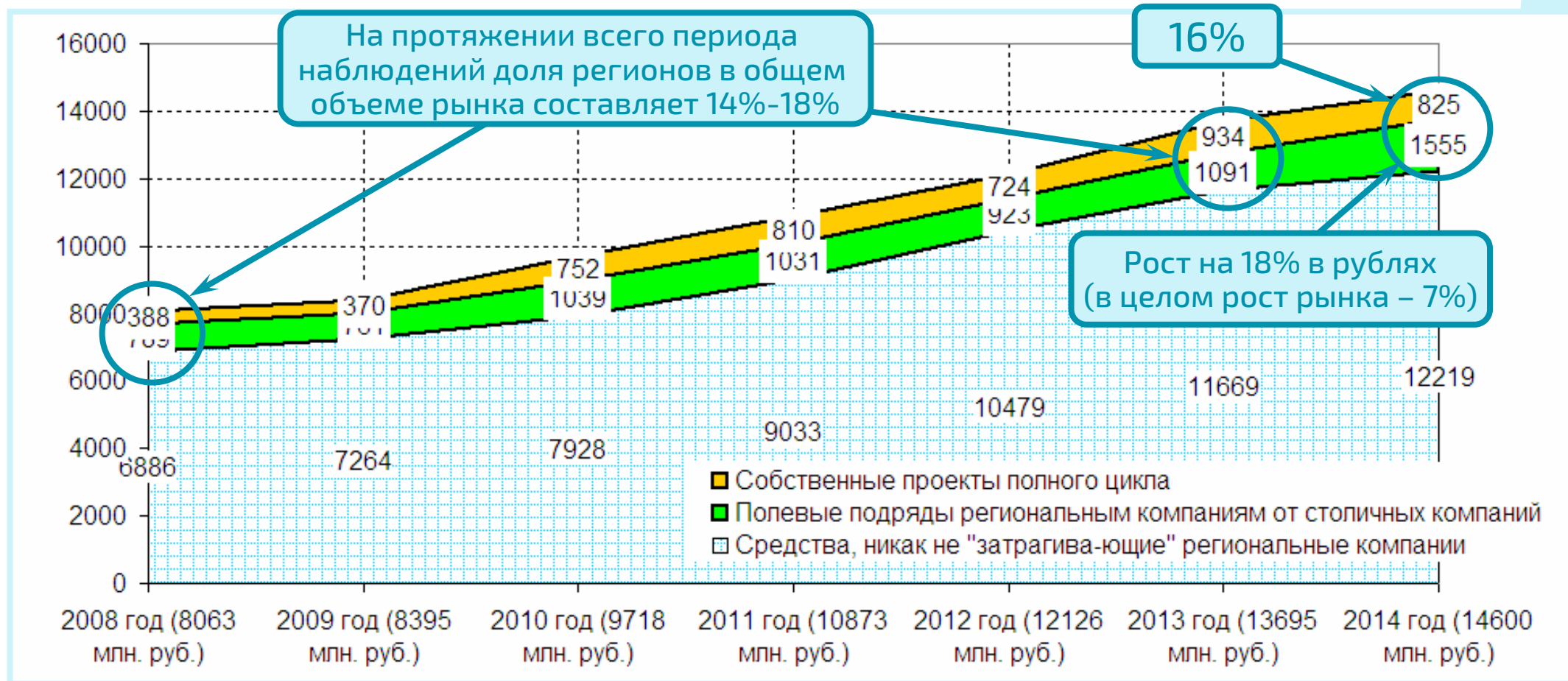
ПОКАЗАТЕЛЬ	2011 год	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год
Средневзвешенный курс доллара за предыдущий год, руб.	30.37	29.39	31.09	31.85	38.42
Среднегодовой оборот (доход) региональной компании, тыс. USD	<b>301</b>	<b>316</b>	<b>261</b>	<b>295</b>	<b>262</b>
Прирост / убыль по отношению к предыдущему году		5%	-17%	13%	-11%
Среднегодовой оборот (доход) по исследовательским проектам, тыс. USD	<b>262</b>	<b>284</b>	<b>232</b>	<b>255</b>	<b>227</b>
Прирост / убыль по отношению к предыдущему году		9%	-19%	10%	-11%
Средняя выработка на одного сотрудника, тыс. USD.	<b>31</b>	<b>30</b>	<b>26</b>	<b>29</b>	<b>26</b>
Прирост / убыль по отношению к предыдущему году		-3%	-13%	10%	-8%



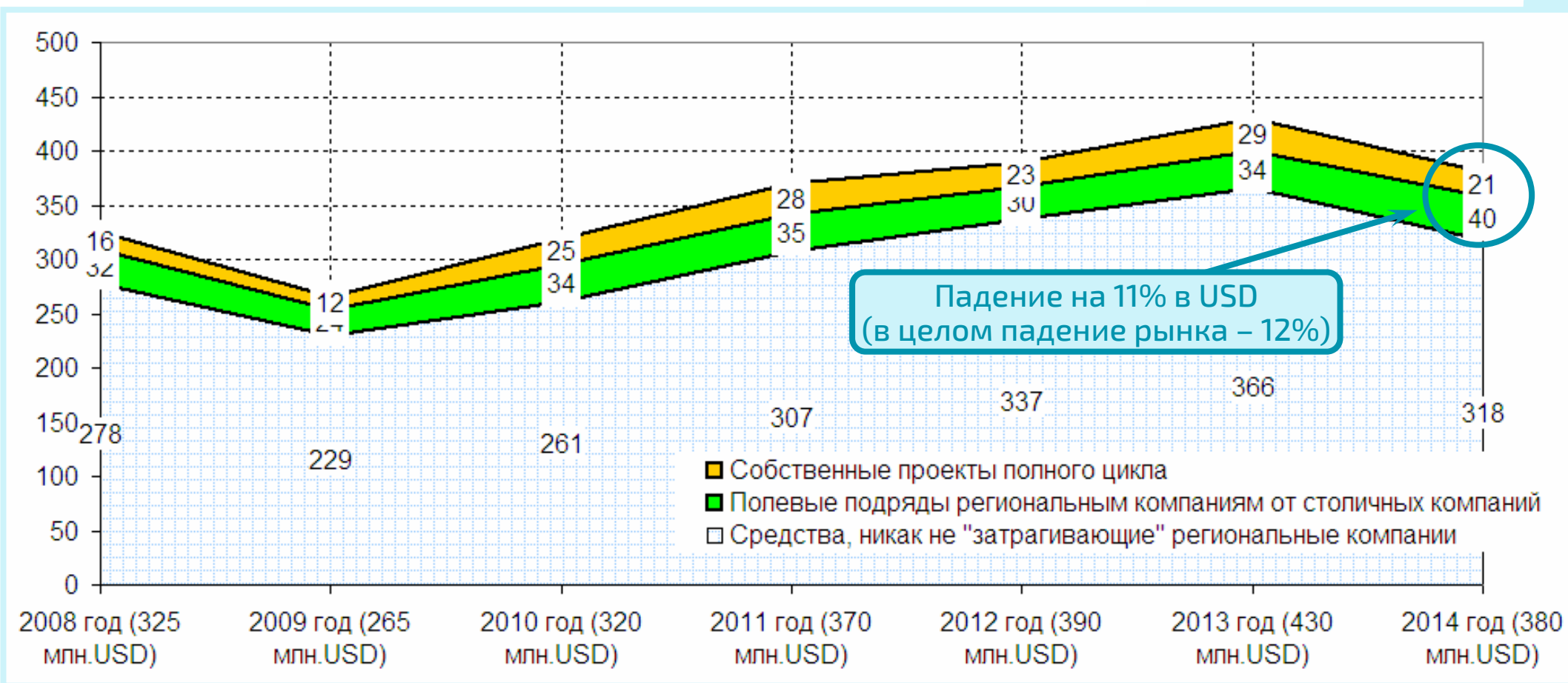
# Динамика рынка RO&MR



# Регионы в структуре рынка

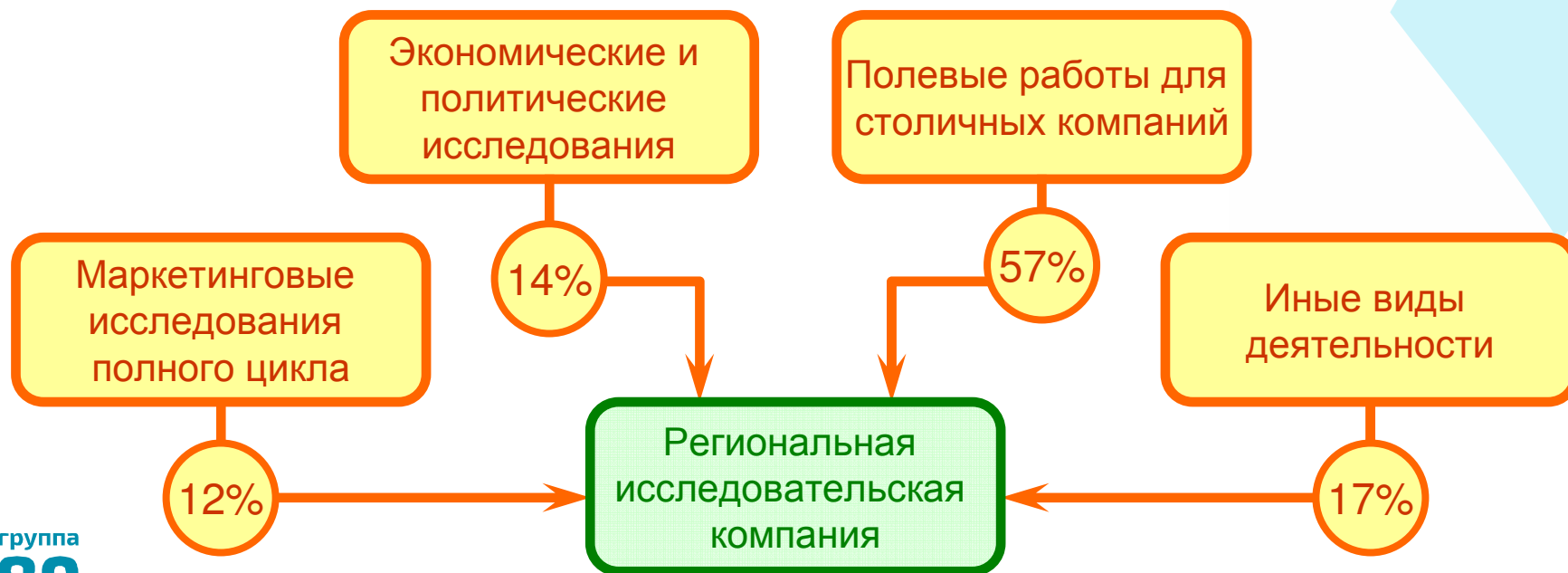


# Регионы в структуре рынка



# Структура деятельности

- Как правило, основной вклад в бюджет региональной компании дают три источника:
  - Полевые проекты от столичных компаний - более 50% оборота.
  - Собственные проекты полного цикла – около 25% оборота.
  - Прочие виды деятельности (порой – весьма экстравагантные).



# Структура деятельности

- На протяжении ряда лет наблюдалась тенденция к сокращению доли полевых работ в бюджете.
  - В 2015 году эта тенденция прервалась. Можно предположить, что причиной этого является сокращение собственных полноцикловых проектов.

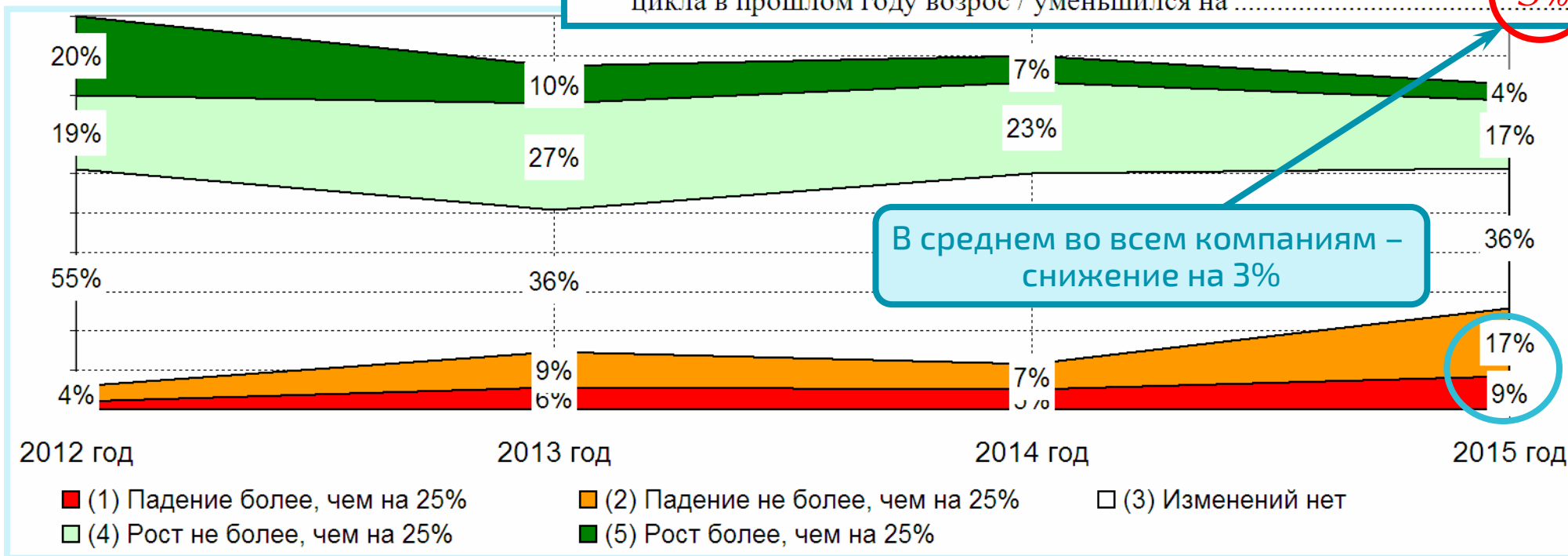
ПОКАЗАТЕЛЬ	2011 год	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год
Доля полевых работ в общем обороте компании	57%	56%	56%	54%	57%
Доля маркетинговых исследований полного цикла		14%	15%	15%	12%
Доля социально-экономических исследований полного цикла	28%	17%	7%	7%	6%
Доля социально-политических исследований полного цикла			8%	7%	8%
<b>Всего проектов полного цикла в обороте компании</b>	<b>28%</b>	<b>31%</b>	<b>30%</b>	<b>28%</b>	<b>26%</b>
Неисследовательские проекты, иные виды деятельности	15%	13%	14%	18%	17%





# Маркетинг в полном цикле

**Вопрос P01.** Количество / объем маркетинговых проектов полного цикла в прошлом году возрос / уменьшился на .....%



- Доля тех, кто говорит, что «проектов стало меньше», в 2015 году впервые оказалась выше, чем доля тех, кто говорит о росте.

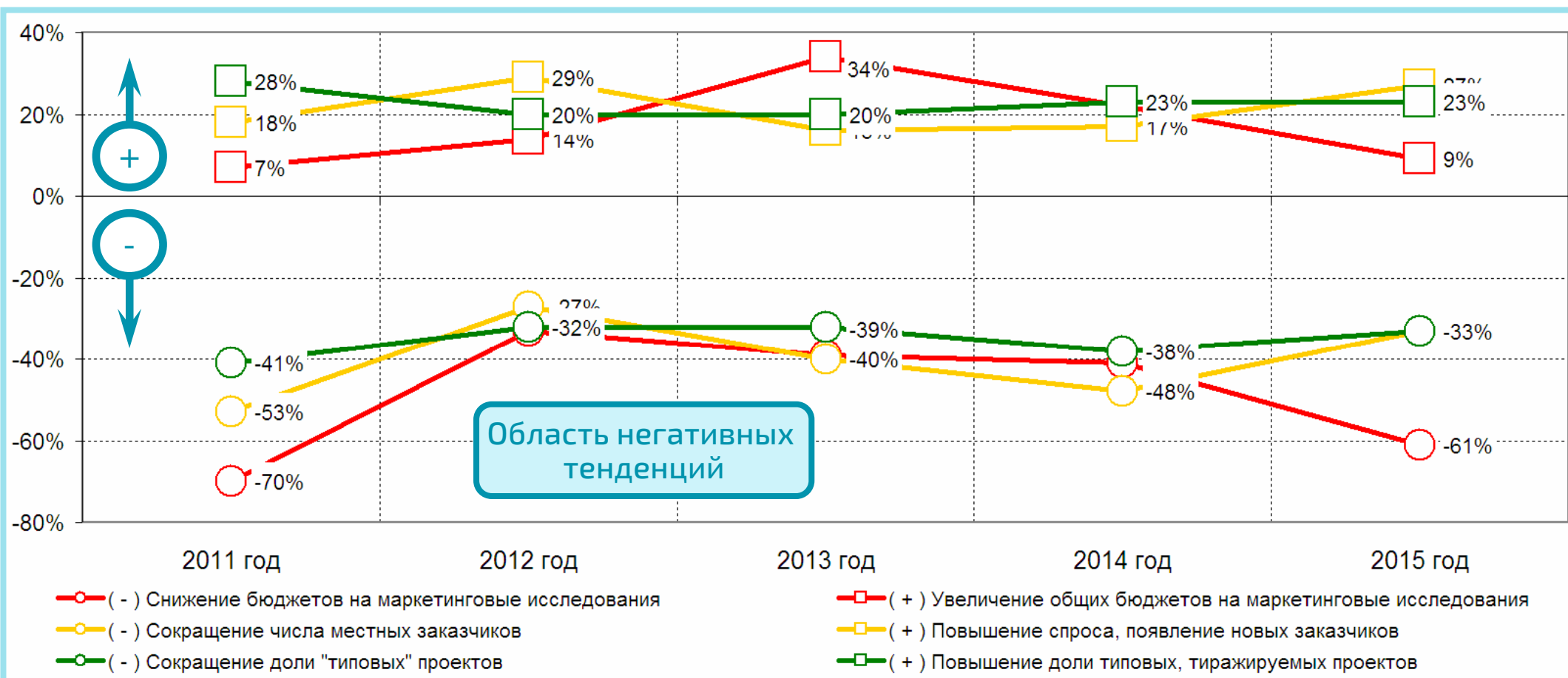
# Маркетинг в полном цикле

- Большинство компаний отмечают отсутствие изменений или некоторые изменения к худшему.

ДОМИНИРУЮЩАЯ ТЕНДЕНЦИЯ	(1) Изменения к худшему	(2) Нет изменений	(3) Изменения к лучшему	(4) Разнонаправленные тенденции	ПРОТИВОПОЛОЖНАЯ ТЕНДЕНЦИЯ
Общее снижение бюджетов на маркетинговые исследования со стороны местных Заказчиков по проектам полного цикла	61%	30%	9%	0%	Увеличение общих бюджетов на маркетинговые исследования со стороны местных Заказчиков
Сокращение числа местных заказчиков на маркетинговые проекты полного цикла, перетекание маркетинговых бюджетов в Москву	33%	40%	27%	0%	Повышение спроса со стороны местных Заказчиков на исследования полного цикла (от концепции до отчета), появление новых заказчиков и увеличение их общего числа
Изменение структуры заказов/запросов на исследования полного цикла, сокращение доли «типовых» проектов, относительное повышение частоты запросов на сложные и высокотехнологичные проекты	27%	50%	17%	6%	«Типизация» исследовательских проектов, снижение доли сложных, высокотехнологичных проектов, увеличение доли проектов, выполняемых по единой «тиражируемой» технологии

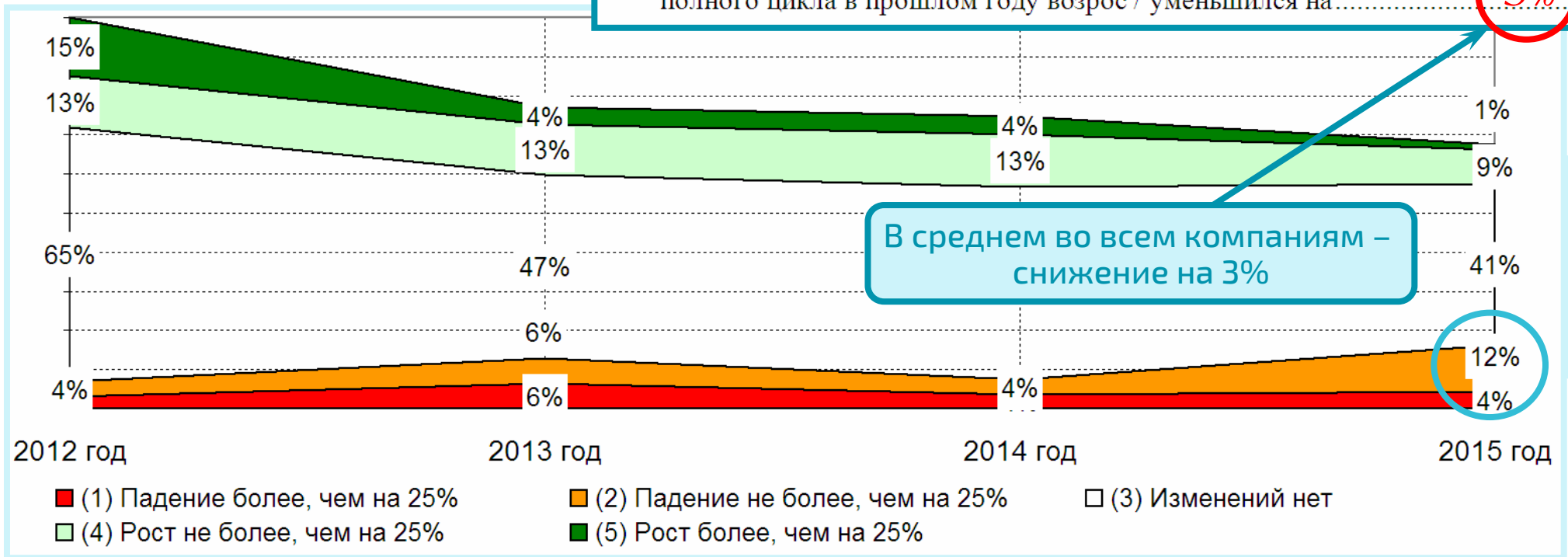


# Маркетинг в полном цикле



# Экономика в полном цикле

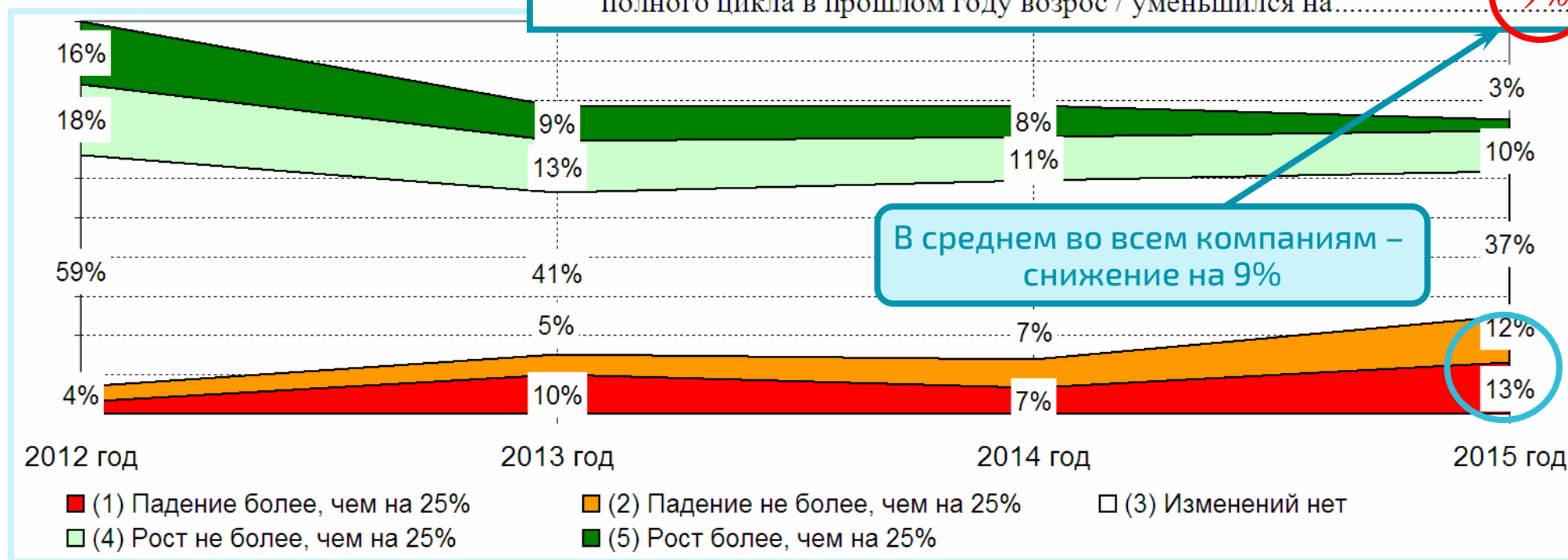
**Вопрос P02.** Количество / объем социально-экономических проектов полного цикла в прошлом году возрос / уменьшился на.....%



- Так же, как и для MR, доля тех, кто говорит о сокращении объема исследований, превышает долю отметивших рост.

# Политика в полном цикле

Вопрос P03. Количество / объем социально-политических проектов полного цикла в прошлом году возрос / уменьшился на.....**-9%**%



- Сегмент социально-политических исследований «сдувается» быстрее, чем остальные сегменты рынка.

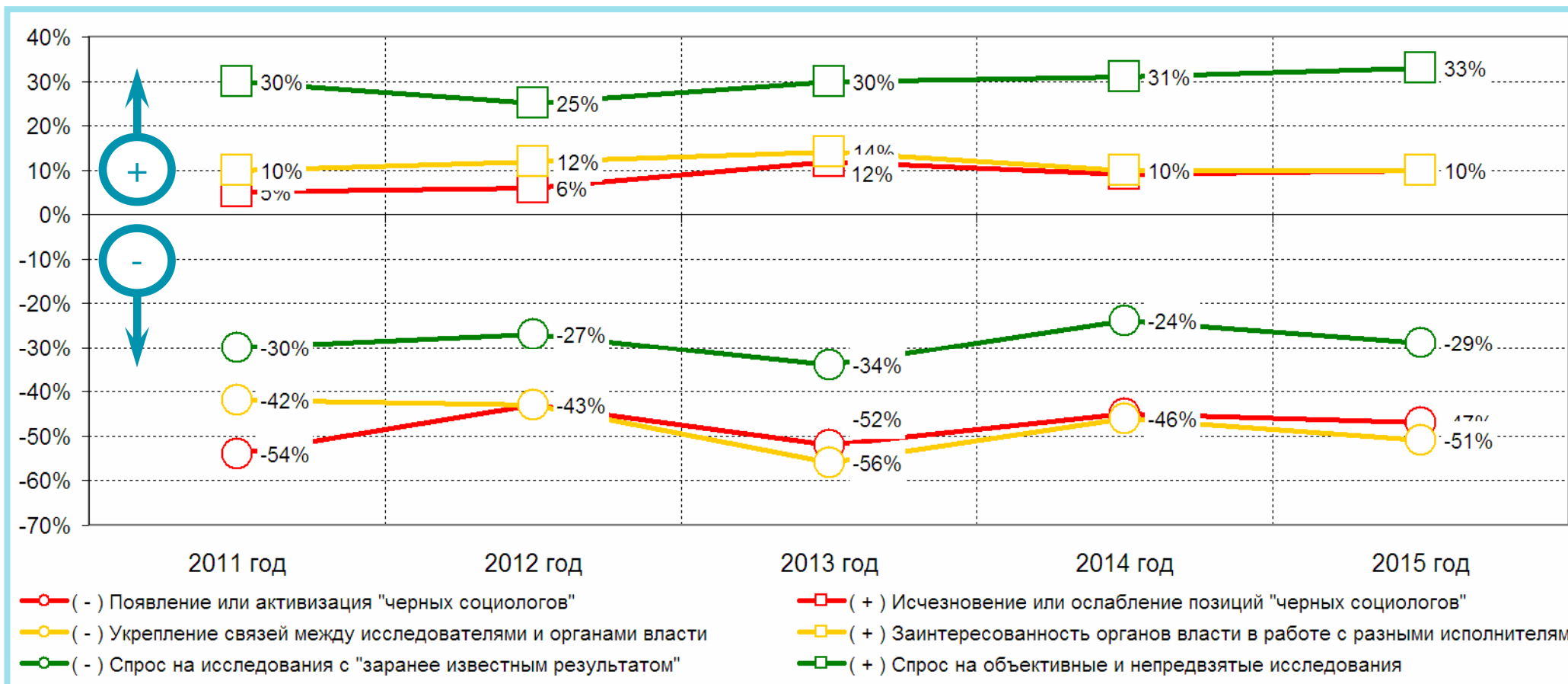
# Экономика и политика

- По двум из трех критериев отмечаются «изменения к худшему». Имеет место рост потребности в «объективной информации».

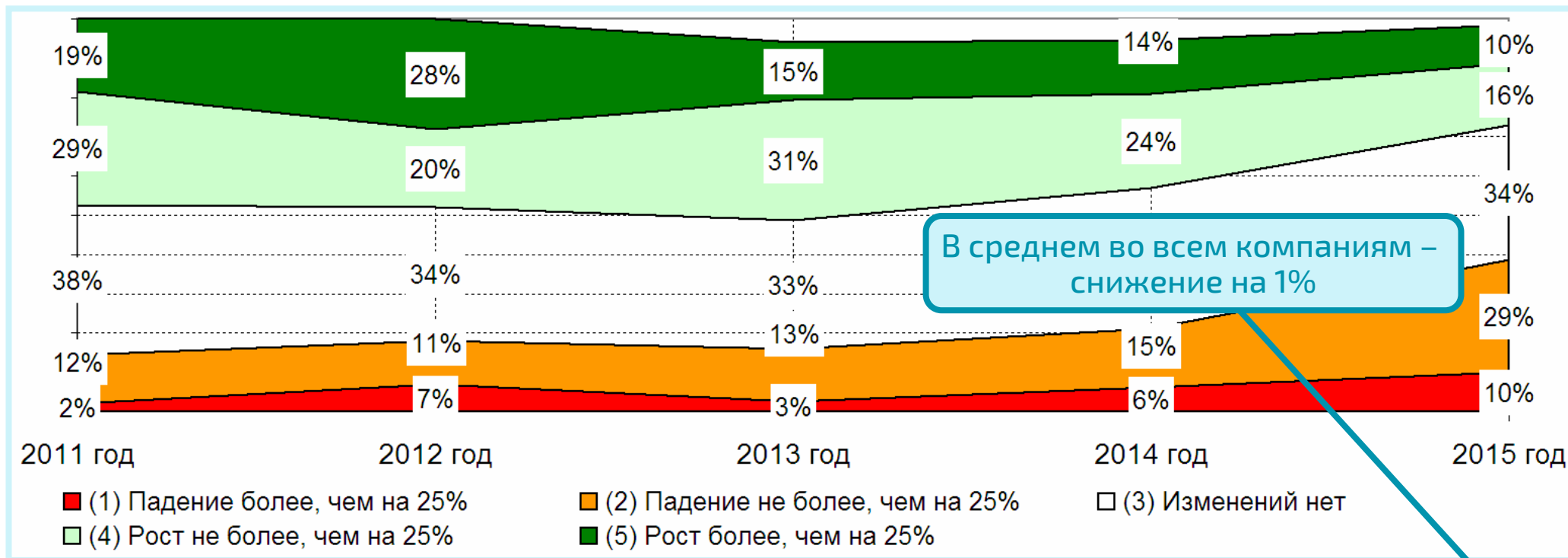
ДОМИНИРУЮЩАЯ ТЕНДЕНЦИЯ	(1) Изменения к худшему	(2) Нет изменений	(3) Изменения к лучшему	(4) Разнонаправленные тенденции	ПРОТИВОПОЛОЖНАЯ ТЕНДЕНЦИЯ
«Укрепление связей» между отдельными исследователями и органами власти, активная заинтересованность власти в работе с конкретными исследователями	51%	39%	10%	0%	Активная заинтересованность органов власти в том, чтобы работать с разными исполнителями исследований, стремление «не класть все яйца в одну корзину»
Появление или активизация «черных социологов», участвующих в местных конкурсах на исследования для органов власти и выигрывающих за счет демпинга или доконкурсных договоренностей	47%	43%	10%	0%	Исчезновение или ослабление позиций «черных социологов» - компаний, не способных провести исследование, но выигрывающих конкурсы на исследования для органов власти за счет демпинга или доконкурсных договоренностей
Формирование спроса на исследования от органов власти с «заранее известным результатом», в котором заинтересован Заказчик	23%	44%	27%	6%	Формирование спроса со стороны органов власти на исследования, в которых Заказчик «хочет знать правду» и заинтересован в получении объективной информации



# Экономика и политика



# Полевые работы для столиц

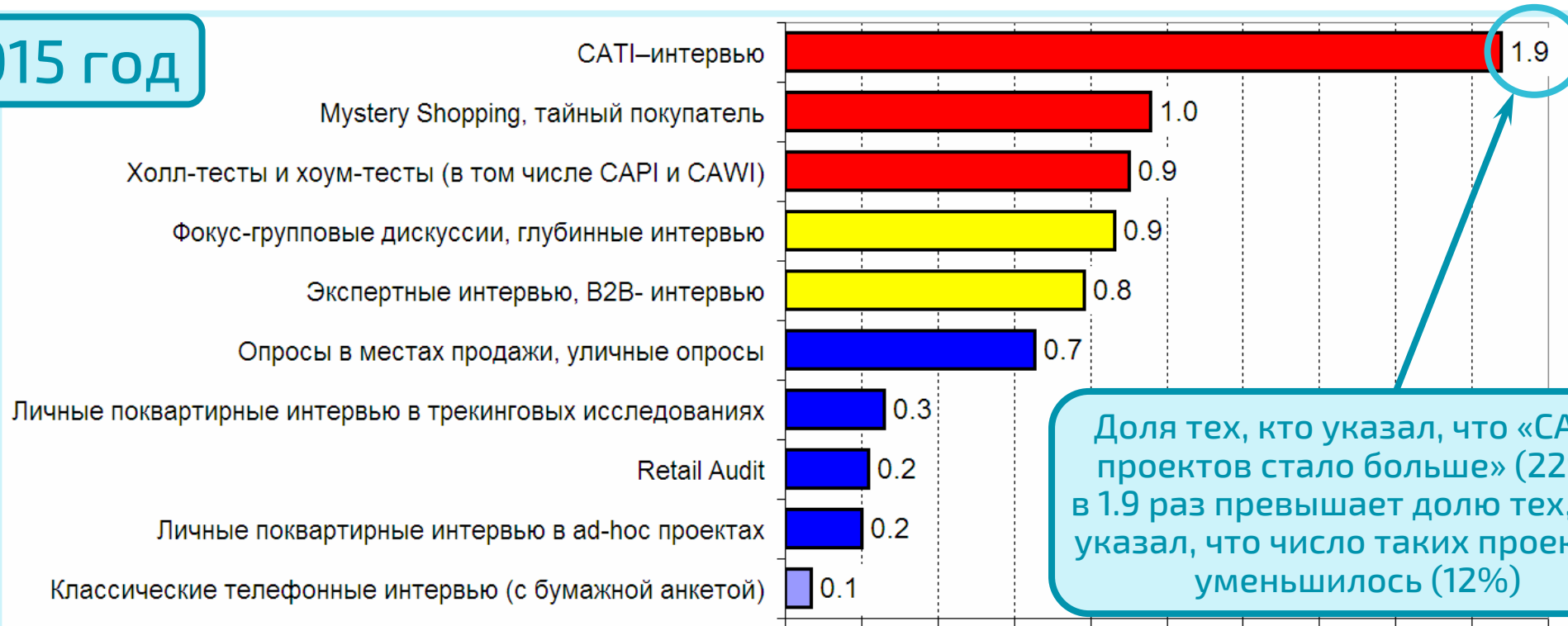


**Вопрос P04.** Количество / объем полевых работ по заказам исследовательских компаний из Москвы и других регионов России возрос / уменьшился на **-1%** %



# Методы сбора информации

2015 год

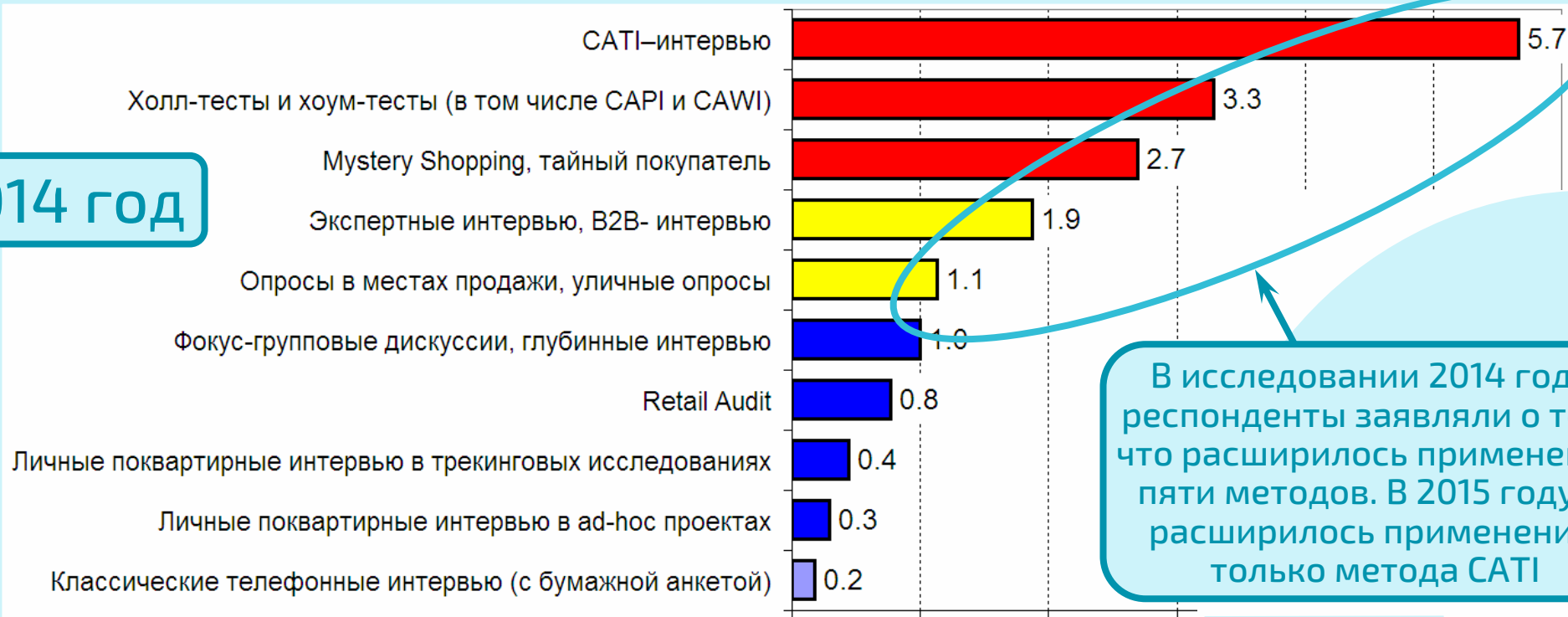


Доля тех, кто указал, что «CATI-проектов стало больше» (22%) в 1.9 раз превышает долю тех, кто указал, что число таких проектов уменьшилось (12%)

**Вопрос R18.** Как изменилась (за последний год) структура проектов, которые Вы выполняете для столичных исследовательских компаний в зависимости от используемых методов?

# Методы сбора информации

2014 год

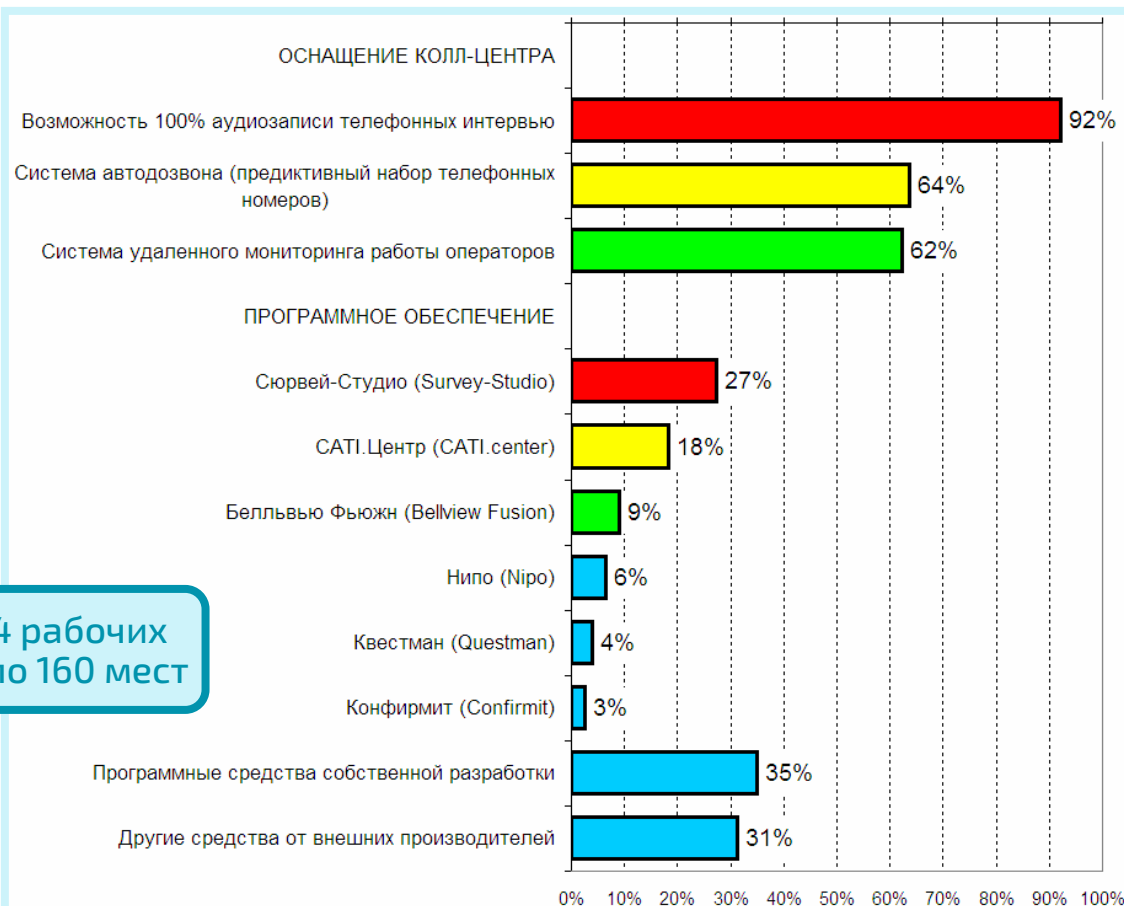


В исследовании 2014 года респонденты заявляли о том, что расширилось применение пяти методов. В 2015 году – расширилось применение только метода CATI

**Вопрос R18.** Как изменилась (за последний год) структура проектов, которые Вы выполняете для столичных исследовательских компаний в зависимости от используемых методов?

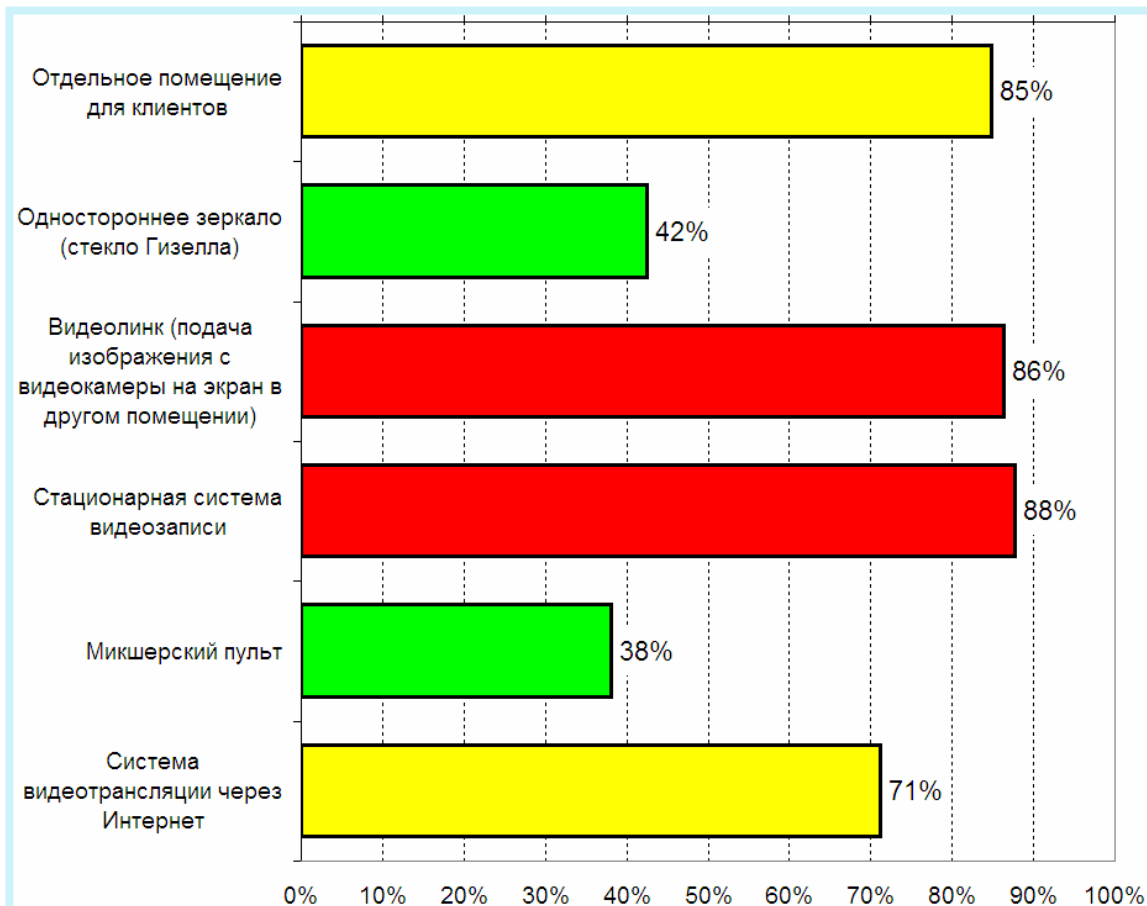
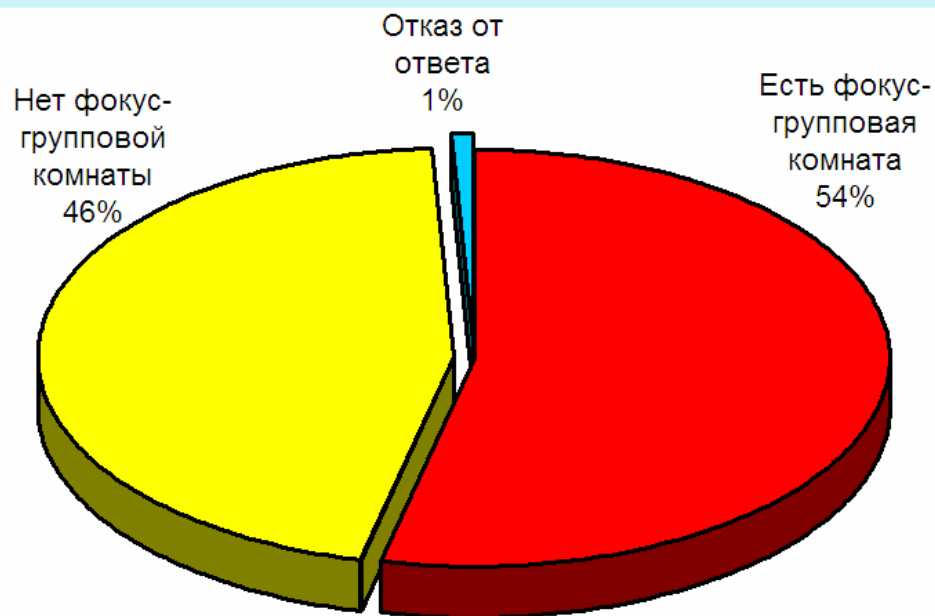
# Характеристики колл-центров

Всего в регионах расположено около 75 колл-центров с общим числом рабочих мест около 1250. В «крупных» КЦ (10 и более станций) сосредоточено 1100 рабочих мест



# Характеристики фокус-рум

Всего в регионах расположено около 140 фокус-рум, около половины которых (не менее 60) оборудованы односторонними зеркалами

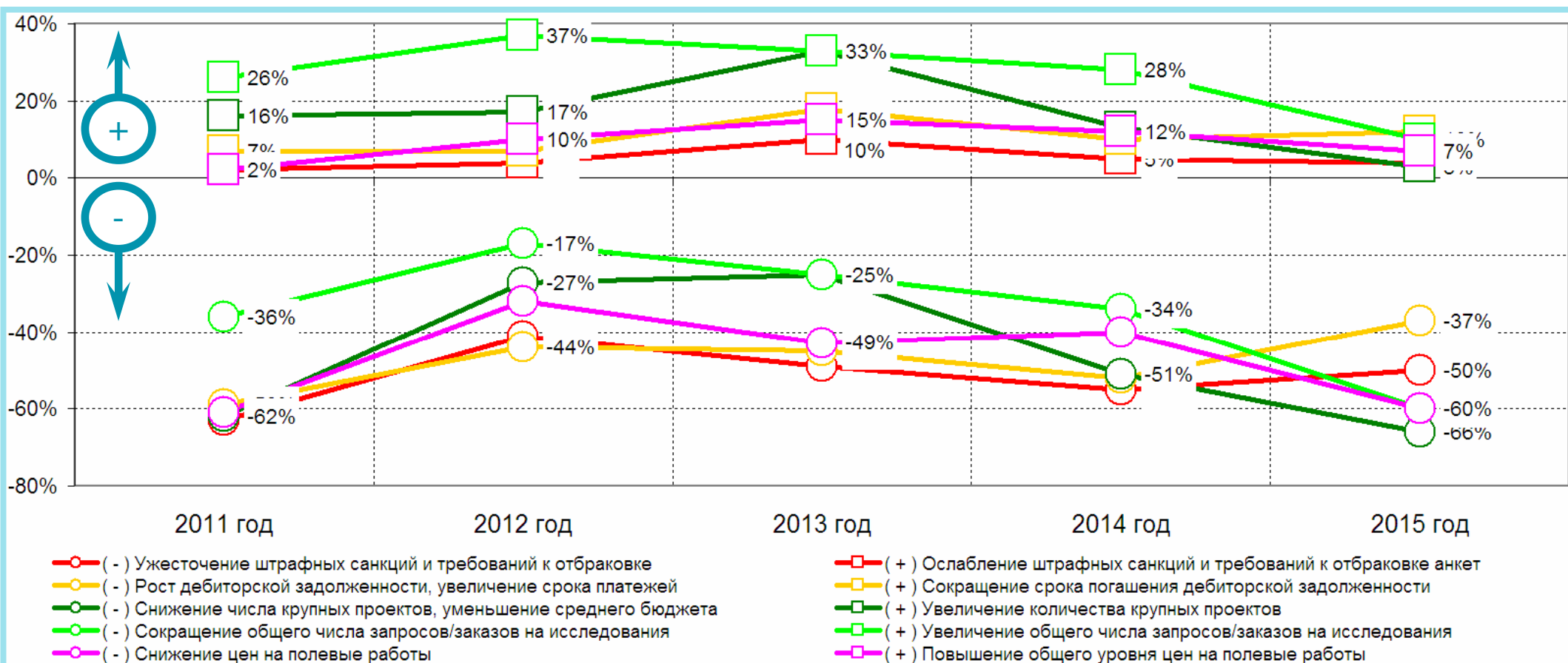


# Полевые работы для столиц

ДОМИНИРУЮЩАЯ ТЕНДЕНЦИЯ	(1) Изменения к худшему	(2) Нет изменений	(3) Изменения к лучшему	(4) Разнонаправленные тенденции	ПРОТИВОПОЛОЖНАЯ ТЕНДЕНЦИЯ
Ужесточение штрафных санкций и требований к отбраковке анкет со стороны Заказчиков, использование Заказчиком собственной системы контроля	49%	47%	3%	1%	Снижение со стороны Заказчиков требований к контролю результатов полевого этапа исследований, ослабление штрафных санкций или снижение требований к отбраковке анкет
Рост дебиторской задолженности, увеличение срока платежей за работы, выполненные по заказам столичных исследовательских компаний	34%	54%	9%	3%	Сокращение срока погашения дебиторской задолженности столичными исследовательскими компаниями, общее уменьшение дебиторской задолженности
Снижение числа крупных проектов от столичных исследовательских компаний, уменьшение среднего бюджета проекта	66%	31%	3%	0%	Увеличение общего числа запросов/заказов на исследования со стороны столичных исследовательских компаний
Сокращение общего числа запросов/заказов на исследования со стороны столичных исследовательских компаний	60%	30%	10%	0%	Увеличение общего числа запросов/заказов на исследования со стороны столичных исследовательских компаний
Снижение цен на полевые работы по заказам столичных исследовательских компаний	60%	33%	7%	0%	Повышение общего уровня цен на исследовательские работы в регионе со стороны столичных исследовательских компаний



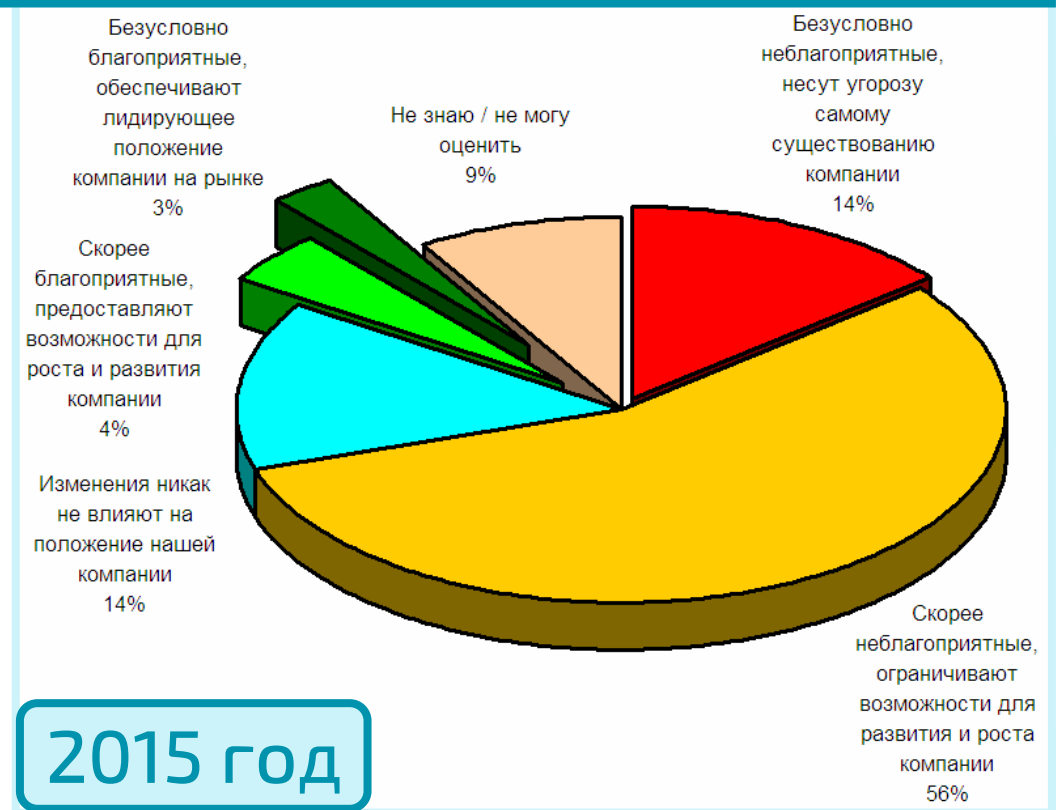
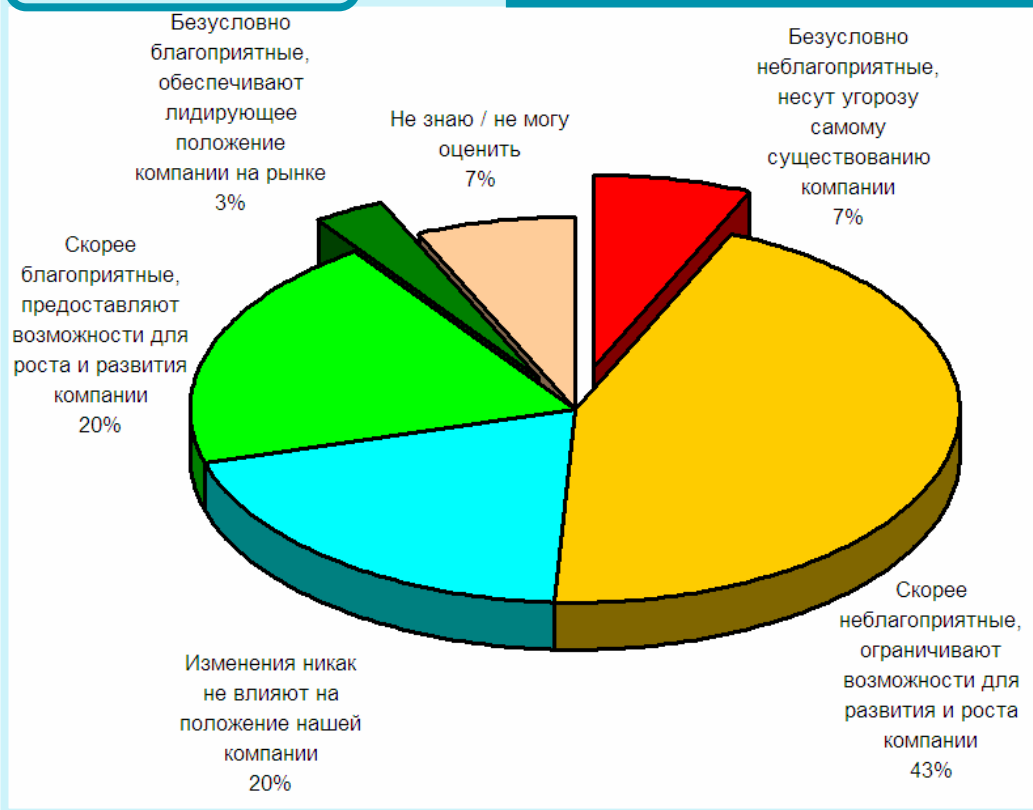
# Полевые работы для столиц



# Общая оценка ситуации на рынке

2010 год

**Вопрос M03.** Как в целом Вы воспринимаете изменения, которые происходят на рынке социологических и маркетинговых исследований, и их влияние на Ваш бизнес?



2015 год

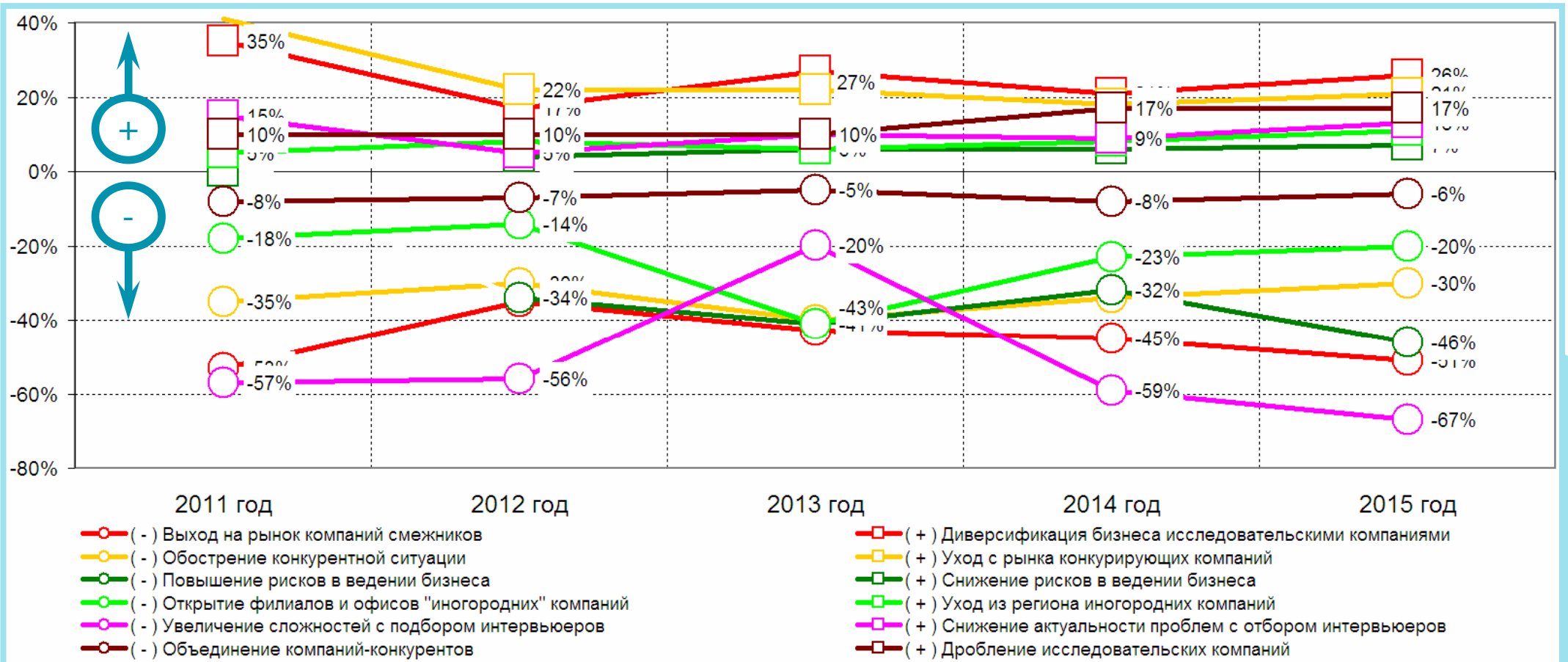
# Общая оценка ситуации на рынке

ДОМИНИРУЮЩАЯ ТЕНДЕНЦИЯ	(1) Изменения к худшему	(2) Нет изменений	(3) Изменения к лучшему	(4) Разнонаправленные тенденции	ПРОТИВОПОЛОЖНАЯ ТЕНДЕНЦИЯ
Увеличение сложностей с подбором/подготовкой внештатных сотрудников (интервьюеров, вводчиков, транскриберов)	67%	20%	13%	0%	Снижение актуальности проблем с отбором/подготовкой интервьюеров и иных внештатных сотрудников, повышение доступности трудовых ресурсов
Выход на исследовательский рынок компаний из смежных (или не смежных) областей (кадровый консалтинг, недвижимость, реклама, тренинги и т.д.)	41%	33%	16%	10%	Диверсификация бизнеса исследовательскими компаниями, развитие иных (помимо исследований) направлений бизнеса (реклама, BTL, кадровый консалтинг и т.д.)
Обострение конкурентной ситуации, появление новых местных компаний на исследовательском рынке	29%	50%	20%	1%	Исчезновение, уход с рынка некоторых исследовательских компаний, работавших на локальном рынке
Повышение рисков в ведении бизнеса, возникновение новых административных барьеров и законодательных ограничений	46%	47%	7%	0%	Снижение рисков в ведении бизнеса, исчезновение административных барьеров, снятие законодательных ограничений
Приход «иногородних» исследовательских компаний, открытие филиалов и офисов компаний, расположенных в других городах/регионах	20%	69%	11%	0%	Уход из региона иногородних компаний, закрытие ранее существовавших офисов и филиалов
Укрупнение компаний, объединение компаний-конкурентов, работавших на местном исследовательском рынке	6%	77%	17%	0%	Дробление исследовательских компаний, создание компаний-«дочек», разделение крупных компаний на более мелкие





# Общая оценка ситуации на рынке



# Общие закономерности

- Ситуация изменилась в худшую сторону. Работать стало сложнее. Количество заказов сокращается.
- Заказы партийных структур и представителей власти немногочисленны, что можно объяснить их привязкой к выборам.
  - «Стало хуже. Сократилось число московских заказов. Заказов партийных структур и представителей власти не было и не появилось» (ЦФО).
  - «Ситуация стала хуже и по части объёмов, и по части стоимости заказов. Есть тенденция уменьшения заказов от политических структур и представителей властей» (УрФО).
  - «Всё сильно ухудшилось, «всё плохо, всё ужасно». «Политические» исследования к каким-то выборам приурочены, а в последний год выборов не было, поэтому про них сказать ничего нельзя» (СЗФО).

# Изменения в методах

- Квартирные опросы – общее количество уменьшилось, однако это уменьшение компенсировано ростом исследований другого типа (например, CAWI с использованием планшетов).
  - «Сами по себе квартирные опросы уменьшились, однако, если учесть структурные изменения, то это сокращение перетекло на другой тип опросов – в частности, мы используем опросы у подъездов домов, что можно рассматривать как аналог квартирных» (УрФО).
- CATI-опросы - существенного отраслевого изменения в ситуации нет. Наблюдается рост конкуренции среди контакт-центров, выигрывают более крупные и эффективные.
  - «Уменьшились. Есть предположение, что это не зависит от заказа, а именно от размера контакт-центра, который стал в принципе не интересен по сравнению с другими, более развитыми контакт-центрами, которые появились в регионе. То есть это не последствие кризиса» (ПФО).

# Изменения в методах

- Фокус-группы – существенного, отраслевого, изменения в ситуации с фокус-группами нет.
  - «Нельзя сказать, что уменьшилось. В какой-то период (март, апрель, май) стало существенно больше. Считается, что такие всплески не связаны с социально-политическими событиями этого года, а с чем-то более приземлённым, например, сезоном отпусков» (ПФО).
- Холл-тесты - наблюдается уменьшение. Есть предположение, что это объясняется структурными изменениями рынка (как и в случае с квартирными опросами), а не социально-политической ситуацией в стране.
  - «Уменьшились. Есть гипотеза, что холл-тесты снижаются, за счёт роста уличных опросов на планшетах (когда речь идёт о продуктах, с которыми можно работать через изображения)» (ПФО).

# Исследования полного цикла

- Сильно выросла конкуренция. В большинстве случаев сократилось количество проектов. Даже если в каких-то регионах проектов стало больше, то сами они стали мельче.
  - «Изменения в меньшую сторону, но причина структурная, не связана с кризисом как таковым. Люди, с которыми работали в той или иной компании уходят, а пришедшие им на смену не готовы работать со старыми подрядчиками либо вообще не хотят заказывать исследования» (ПФО).
- Активизировались «черные социологи». Появились компании, готовые работать «за еду» и даже «в минус».
  - «Появилось большое количество мелких компаний, готовых работать в ноль или минус. Возможно, они даже делают вполне качественную работу, просто вынуждены демпинговать, чтобы напомнить о себе и выжить. Потерь у нас сейчас нет, но ситуация стала более жёсткой, более конкурентной. (УрФО).

# Структура клиентов

- «Докризисные клиенты» - есть потери среди заказчиков. Чаще всего их теряют на тендерах, при рассмотрении цены как ключевого (если не единственного) параметра выбора исполнителя.
  - «Есть тендеры, проигранные по цене. Есть заказчики, с которыми мы прекратили работать, так как проекты их были признаны нерентабельными и не содержащими «имиджевой» составляющей» (СибФО).
- Новые клиенты появляются, в том числе и в весьма неожиданных направлениях.
  - «Есть новые клиенты в туристической сфере. Очень хорошо развивается IT-сфера, практически все провайдеры региона являются нашими клиентами. (СибФО).

# Стоимость исследований

- Общая стоимость заказов снизилась даже в тех случаях, когда увеличилась стоимость за интервью.
  - «Общая стоимость заказов снизилась. Иногда соглашаются на заказы с нулевой прибылью – с целью сохранить отношения с заказчиком или делая их в нагрузку к большим» (СибФО).
- Есть мотивированное ощущение, что в ряде случаев снижение цен со стороны заказчика исследований не оправдано: либо они пытаются сократить свои потери за счет регионов, либо просто используют кризис как повод для уменьшения цен.
  - «Московские организации могут (даже при продаже своих товаров или услуг за валюту) ощутить кризис в виде сокращения объемов продаж, и компенсировать эти сокращения не за счет оптимизации затрат или увольнения своих сотрудников, а используя ценовой прессинг на региональных партнеров и исполнителей» (ПФО).

# Штатные и внештатные сотрудники

- В большинстве случаев прошло незначительное сокращение штата компаний, присутствуют структурные изменения, иногда наблюдается оптимизация работы.
  - «Сокращены помощник менеджера и контролёр. Зарплата штатных сотрудников снизилась. Решение о снижении зарплат отдельно не принималось, зарплата уменьшилась так как она зависит от проектов. В планах – увеличение зарплат, поиски новых проектов, так как при текущем уровне сотрудники могут через какое-то время уйти» (ДФО).
- Существенных изменений с внештатными сотрудниками не произошло: не изменилось ни их количество, ни их предложение.
  - «Количество не изменилось. Искать новых тяжело, то есть ситуации, когда людей в связи с кризисом уволили, и народ вдруг резко захотел работать, не произошло. В ряде случаев повышали ставки на проектах» (ПФО).



# Прогноз на 2016 год

- По прогнозу участников группы несмотря на увеличение количества клиентов общий объем заказов не изменится.
  - «Объем заказов не вырастет - как минимум не изменится. Число клиентов возрастет, число сотрудников вернется к прежнему количеству (сейчас работать в сокращённом составе тяжело)» (ПФО).
  - «Прогноз дать затруднительно. Будет меняться состав заказов, а количество заказов останется. Изменения состава и зарплат штатных сотрудников не планируется» (СибФО)
- Часть организаций, несмотря на сложную обстановку, намерены добиться увеличения объемов и прибыли в 2016 году.
  - «Объем заказов увеличится (стоит в планах). Число клиентов возрастет. Количество штатных сотрудников либо останется неизменным, либо сократится» (ДФО).



# Спасибо за внимание к нашей работе

- Председатель Ассоциации «Группа 7/89»
  - Иванов Павел Вячеславович - [info@max-cati.ru](mailto:info@max-cati.ru)
- Члены Совета Ассоциации «Группа 7/89»
  - Благодарова Анна Васильевна - [director@comsar.ru](mailto:director@comsar.ru)
  - Смелова Анжела Владимировна - [smelova.anzhela@infoskan.ru](mailto:smelova.anzhela@infoskan.ru)
- Рабочая группа проекта «РИК»
  - Цыпленков Сергей Юрьевич - [sc@39ksc.ru](mailto:sc@39ksc.ru)
  - Проценко Сергей Николаевич - [protsenko.s@oproscenter.info](mailto:protsenko.s@oproscenter.info)
  - Муратова Ирина Нильевна - [irina\\_muratova@socium-krasn.ru](mailto:irina_muratova@socium-krasn.ru)
  - Токарев Василий Владимирович - [chief@socio-research.ru](mailto:chief@socio-research.ru)