



Результаты экспертной форсайт-сессии «Российская исследовательская индустрия – 2030». 3-4 марта 2017 г.

По инициативе и при финансовой поддержке **ВЦИОМ**, при организационной и аналитической поддержке маркетингового агентства «Делфи» и ИСИЭЗ НИУ ВШЭ В рамках подготовки VII Грушинской социологической конференции и Российской исследовательской недели

Проект носит некоммерческий характер и обращен на пользу всем представителям профессионального исследовательского сообщества.

Его цель - дать исследовательским компаниям и организациям инструмент и материал для выработки собственных стратегий успешного развития в быстро меняющемся мире.



**ВЕДУЩИЙ ФОРСАЙТ-СЕССИИ
«Российская исследовательская индустрия – 2030».**

Тимофей Нестик, д.психол.н., зав. лаб.
социальной и экономической психологии
Института психологии РАН



**КООРДИНАТОР ФОРСАЙТ-СЕССИИ
«Российская исследовательская индустрия – 2030».**

Евгения Климанова, генеральный директор
Маркетингового агентства «Делфи»

Программный комитет Форсайт-сессии

Климанова Евгения (МА «Делфи»), Тимофей Нестик (Института психологии РАН), Седова Наталья (ВЦИОМ), Баскакова Юлия (ВЦИОМ), Александр Шашкин (ОМІ), Лариса Паутова (ФОМ), Марина Безуглова (GfK Rus), Максим Дрозд («Solt»).

Эксперты Форсайт-сессии

Абрамов К. (ВЦИОМ), Аймалетдинов Т. (НАФИ), Баскакова Ю. (ВЦИОМ), Безуглова М. (GfK), Бродская Е. (Google), Гнедков С. (FDF), Грешнев О. (Develonica), Демидов А. (GfK), Дрозд М. (SALT), Искакова Е. (Агелон), Кацуро А. (Сбербанк), Климанова Е. (Делфи), Кузина О. (ВШЭ), Левич П. (МТИ, Future Foundation), Мавлетова А. (ВШЭ), Мосичева Е. (Marketsense), Нестик Т. (Института психологии РАН), Обух К. (Сколково), Паутова Л. (ФОМ), Семенов А. (ВШЭ), Смелова А. (Инфоскан), Фрумкин К. (Ассоциация футурологов, журнал «Компания»), Чепуренко А. (ВШЭ), Черкашина А. (Мост маркетинг), Черный В. (Brand Analytics), Шашкин А. (ОМІ)





Форсайт (англ. foresight – «взгляд вперед») - это систематический процесс сбора информации о будущем и формирования средне/долгосрочного видения, основанный на участии заинтересованных сторон и направленный на принятие решений и мобилизацию к совместным действиям в настоящем (Руководство по форсайту для Евросоюза, FORLEARN).

- БУДУЩЕЕ КОНСТРУИРУЕТСЯ
- БУДУЩЕЕ МНОГОВАРИАНТНО
- ГОТОВНОСТЬ К БУДУЩЕМУ ОБЕСПЕЧИВАЕТСЯ СЕТЬЮ АГЕНТОВ ИЗМЕНЕНИЙ

ПРОГРАММА 1-го ДНЯ

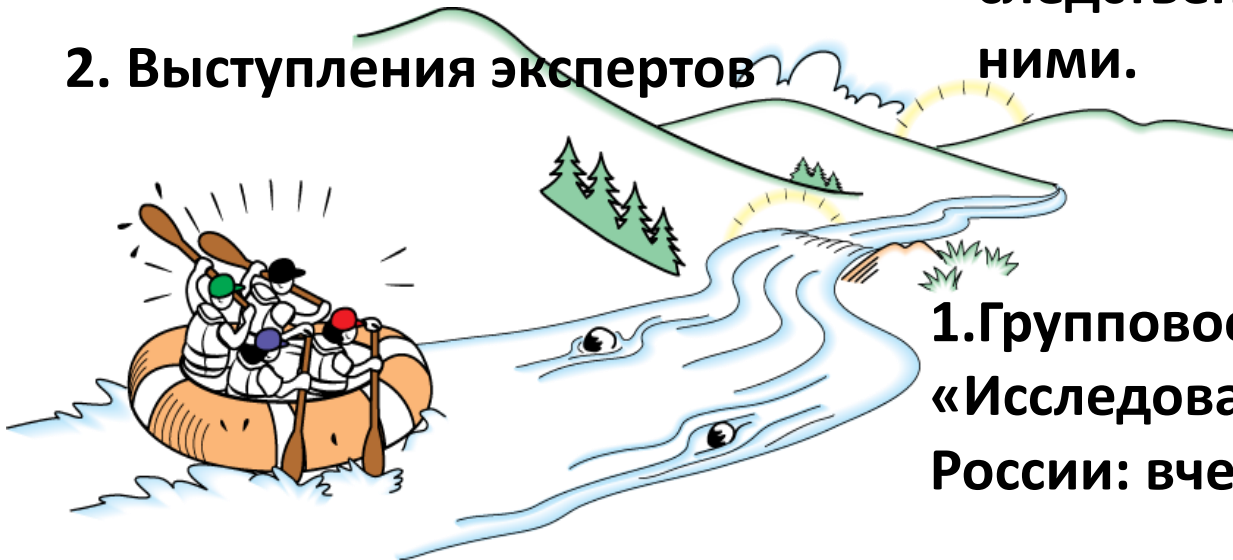


5. Карта будущего нашей отрасли: тренды, темы и технологии исследований, организационные изменения.

4. Последствия трендов: вероятные изменения в тематике, технологиях исследований, организации.

3. Вызовы нашей индустрии: тренды 2017-2030 гг. и причинно-следственные связи между ними.

2. Выступления экспертов



1. Групповое исследование «Исследовательская индустрия в России: вчера, сегодня и завтра»

ПРОГРАММА 2-го ДНЯ

4. Возможные совместные стратегические проекты для ответа на вызовы ближайших 10 лет.



1. «Черные лебеди» нашей индустрии.



3. Признаки начала реализации сценариев. Рекомендации исследовательским компаниям и заказчикам.

2. Альтернативные сценарии развития отрасли прикладных исследований в России: ожидания клиентов, продукты, технологии и альянсы.

ГРУШИНСКИЙ ЗАЛ





КТО БУДЕТ ОПРЕДЕЛЯТЬ...
СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ И МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ...

Исследователи

- Какие темы будут популярны? Какие вопросы в рамках тематики не решаются на российском рынке?

Заказчики

- Какие темы заказчики будут исследовать?

Какие темы заказчики будут исследовать?

Какие темы заказчики будут исследовать?

Какие темы заказчики будут исследовать?

Internet
Log: wciom
pass: 0000035555

ГРУШИНСКИЙ ЗАЛ







Тренды, влияющие на развитие отрасли прикладных исследований в России

ТРЕНДЫ уже существующие или нарождающиеся факторы, которые влияют на развитие отрасли. Названия трендов должны отражать процесс: «Распространение банковских услуг через социальные сети», «старение населения», «миниатюризация устройств»



ТРЕНД (относительно устойчивое, нарастающее изменение во внешней среде)

Горизонт достижения
максимального эффекта



Ближний
2017-2019



Средний
2020-2025



Дальний
2026-2035



Как обеспечить целостную картину?

Е – **экономические** тренды (новые бизнес-модели, конкуренция, уровень цен, инвестиционный климат и т.п.);

Р - **политические** тренды (политическая ситуация, смена управленческих команд и т.д.);

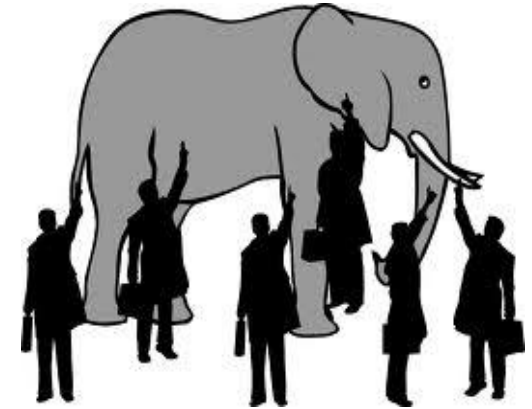
І– **институциональные** тренды (появление новых государственных структур, способов контроля со стороны государства, изменения в бизнес-сообществе и правилах игры на рынке)

S - **социальные** тренды (жизненные ценности работников и клиентов, знания и умения на рынке труда, отношение к иммиграции, смена поколений и т.д.);

Т – **технологические** тренды (новые технологии в производственных и управленческих процессах),

L - **законодательные** (новые стандарты и законодательные ограничения деятельности);

Е - **экологические** тренды (изменение экологической обстановки, климата, отношения людей к окружающей среде т.д.).



**PEST / EPISTLE -
анализ**

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ТRENДЫ,
 которые будут влиять на российскую индустрию прикладных социологических и маркетинговых исследований в ближайшие 10 лет



ВРЕМЯ 2017 2020 2023 2025 2030 2035

Известия государства vs Рост пресинга

государства на персональные данные

Важность изменений

СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ТRENДЫ,
 которые будут влиять на российскую индустрию прикладных социологических и маркетинговых исследований в ближайшие 10 лет

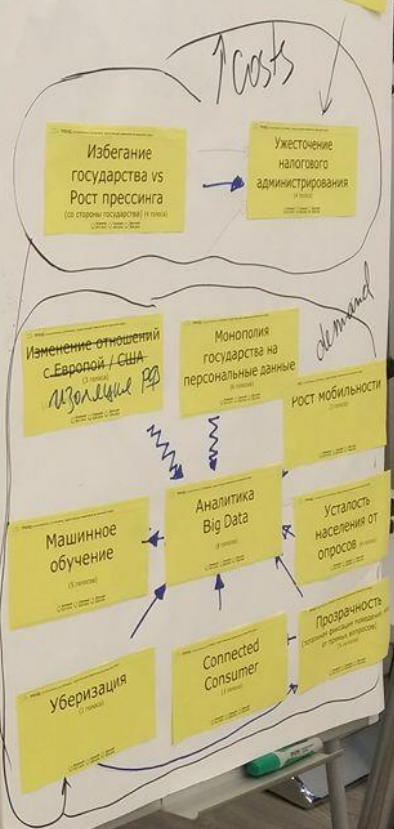
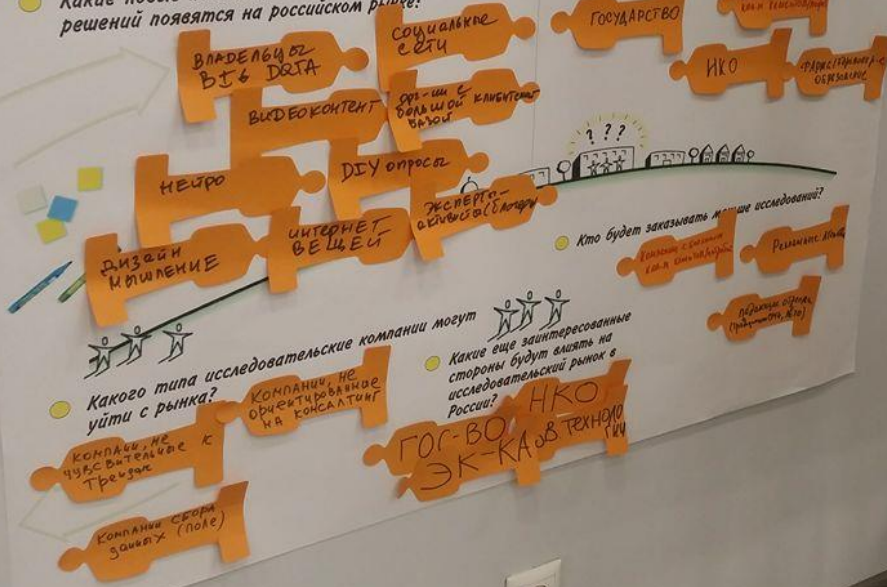


ВРЕМЯ 2017 2018 2019 2020 2023 2025 2030 2035

КТО БУДЕТ ОПРЕДЕЛЯТЬ РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА ПРИКЛАДНЫХ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ И МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В БЛИЖАЙШИЕ 5 ЛЕТ?

Исследователи

Какие новые поставщики данных, аналитики и решений появятся на российском рынке?



Политические тренды:

- Рост геополитической напряженности;
- Усиление роли государства в экономике РФ;
- Монополия государства на персональные данные граждан

Экономические тренды:

- Глобализация
- Ужесточение налогового администрирования
- Структурные изменения в формах предпринимательства

Социально-демографические:

- Ускорение изменения ценностных установок и модели поведения человека
- Феномен «connected people» (человек, который постоянно на связи)
- Старение (рост инфантилизма в обществе);
- Рост мобильности населения;
- Рост индивидуализации (мозаичность) - общее ослабление социальных связей;
- Усталость населения от традиционных опросов

Технологические:


- Чипизация и возможность тотальной фиксации поведения индивидуума в мире
- Машинное обучение, нейронные сети
- Использование Big Data (Больших данных) для прогноза поведения и потребностей индивидуума
- Рост влияния новых технологий (4D-printing, расширенная и виртуальная реальность, нейротехнологии);
- Уберизация. Создание ИТ платформ

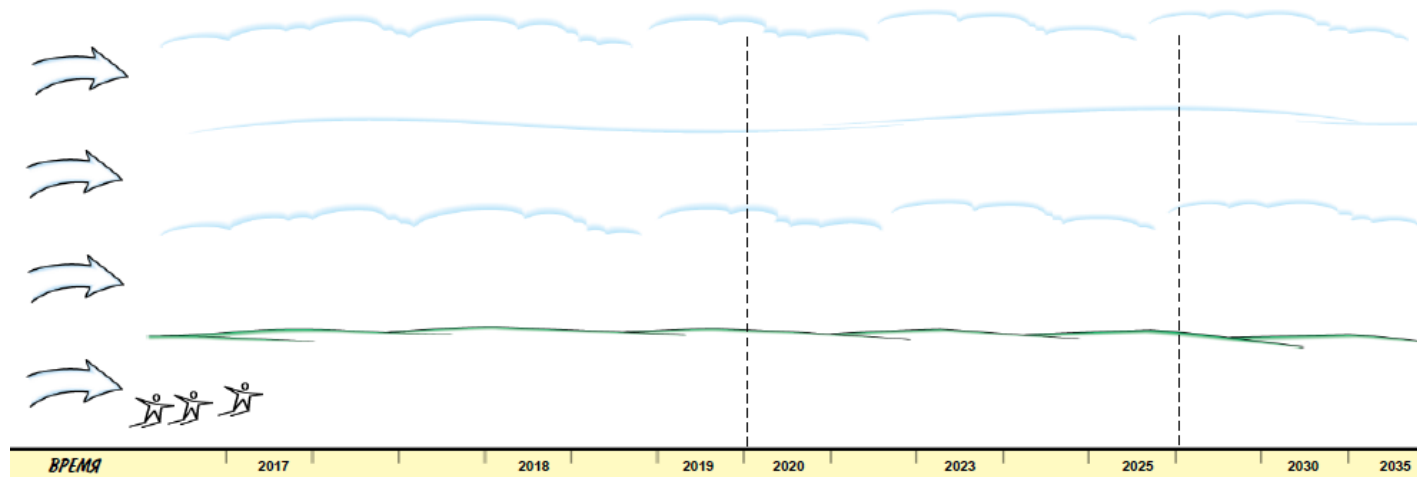
Внутри отрасли эксперты в качестве доминирующих трендов обозначили:

- Уход с рынка традиционных опросов по бумажным анкетам (РАPI), квартирных опросов, телефонных опросов (САTI);
- Уход «длинных анкет», оптимизация инструментария по количеству вопросов;
- Усиление значения качественных методик изучение поведения человека, технологичных методов сбора количественной информации (он-лайн панели, большие данные).

СБОРКА КАРТЫ БУДУЩЕГО

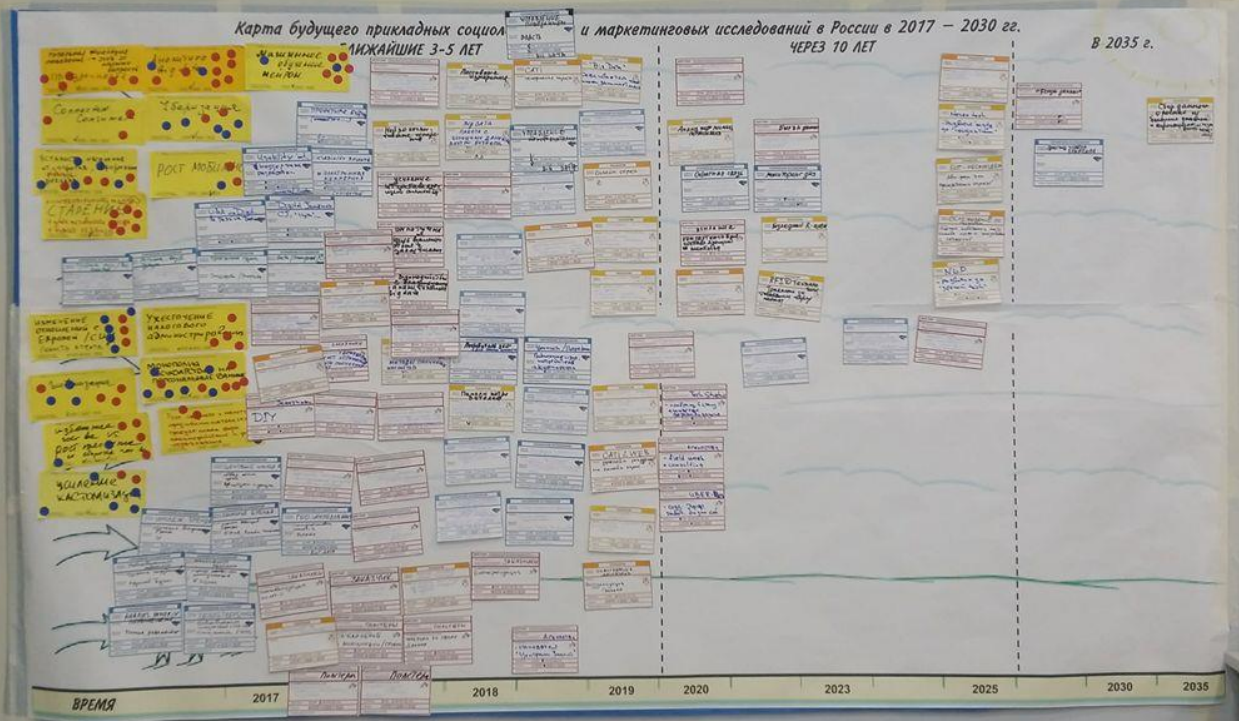
НАПРАВЛЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ	
Название (маркером)	
Описание	
Вероятные заказчики	
Вероятность	<input type="radio"/> >90% <input type="radio"/> 50% >90% <input type="radio"/> >10%
Горизонт	<input type="radio"/> Ближний 2017-2019 <input type="radio"/> Средний 2020-2025 <input type="radio"/> Дальний 2026-2035
К какому тренду относится:	

ТЕХНОЛОГИЯ	
Название (маркером)	
Описание	
Вероятность	<input type="radio"/> >90% <input type="radio"/> 50% >90% <input type="radio"/> >10%
Горизонт	<input type="radio"/> Ближний 2017-2019 <input type="radio"/> Средний 2020-2025 <input type="radio"/> Дальний 2026-2035
К какому тренду относится:	





Карта будущего прикладных социологических и маркетинговых исследований в России в 2017 – 2030 гг.



«Черные лебеди» / «Дикие карты» / «Джокеры»

- **«Чёрный лебедь»** — труднопрогнозируемые и редкие события, которые имеют значительные последствия. Автором понятия является Нассим Николас Талеб, который ввел его в оборот в своей книге «Чёрный лебедь».
- **Критерии события типа «чёрный лебедь»:**
 - Событие является неожиданным
 - Событие производит значительные последствия
 - После наступления, в ретроспективе, событие имеет рациональное, научное объяснение, как если бы событие было ожидаемым.



Примеры: практически все значимые научные открытия, исторические и политические события, достижения искусства и культуры — это Чёрные лебеди. Примерами Чёрных лебедей являются развитие и внедрение интернета, Первая мировая война, развал Советского Союза и атака 11 сентября.

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ МОЗГОВОЙ ШТУРМ

Подумайте и запишите на карточках:

Какие изменения / события могут:

- изменить ценности потребителей и модель потребления в России?
- повысить или снизить доступность персональных данных россиян?
- изменить отношение россиян к участию в исследованиях?



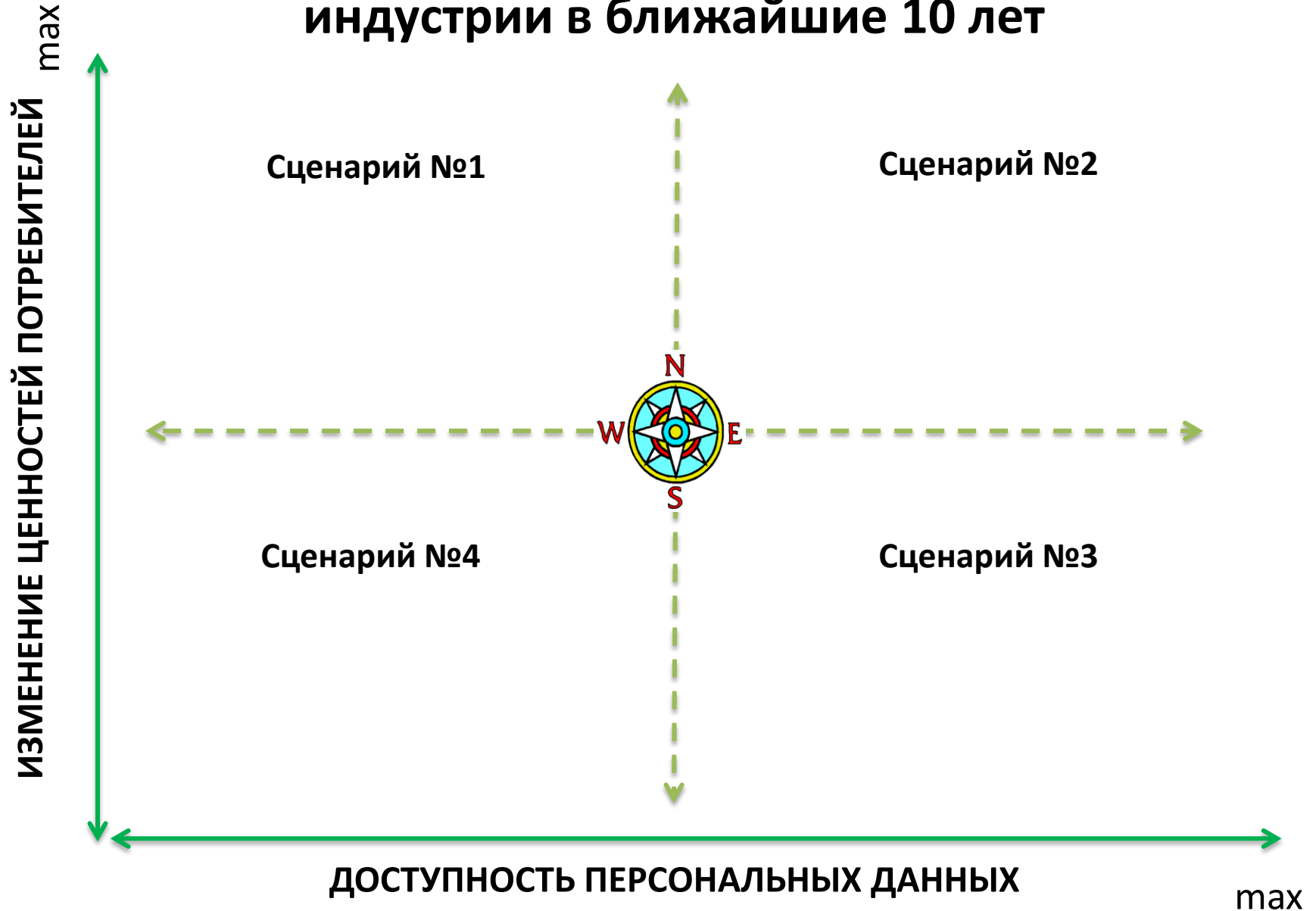
«Черные лебеди» прикладной исследовательской индустрии

1. Законодательный запрет на проведение опросов и обработку персональных данных
2. Оцифровка всей информации о человеке
3. Массовая миграция и изменение структуры населения.
4. Транснациональные корпорации побеждают государство.
5. Цифровое отшельничество индивидуума
6. Решение уходит от потребителя в мир интернета всего.
7. Введение безусловного базового дохода
8. Различные криминальные стремления на пользование данными.
9. изменение модели власти в 24-м году
10. Изменение бизнес-ландшафта.
10. Радикальное увеличение продолжительности жизни человека
11. Great Russian Firewall (Великий русский файрвол)
12. Искусственные люди.

Ключевые факторы, которые определяют развитие индустрии в ближайшие 10 лет:

- 1. «доступность и открытость данных»**
- 2. «скорость изменения моделей поведения человека»**

Сценарии развития российской исследовательской индустрии в ближайшие 10 лет



Сценарии развития российской исследовательской индустрии в ближайшие 10 лет





«Открытый мир»

Сценарий 1. "Открытый мир"

(максимальная доступность и открытость данных и высокая скорость изменений в поведении индивидуума)

Ситуация, когда стоимость получения данных очень низка, а аналитика полностью роботизируется.

Вызов для исследователей, справиться с которым помогут высокоинтеллектуальные решения, основанные на **синтезе количественных и качественных данных**.

Что делать игрокам рынка:

- наращивать компетенции в области синтеза данных из нескольких источников для получения новых идей, решений для клиента.
- партнёрство с владельцами и агрегаторами «больших данных»,
- Акцент на психологию, то есть изучение эмоций,
- Прогнозирование
- Стратегирование, брендинг

«Research без данных»



Сценарий 2. «Research без данных» (ограниченность доступа к данным и высокая скорость изменений в поведении индивидуума)

Количественные исследования в рамках этого сценария невозможны или неэффективны.

Основная компетенция исследователей - **создание источников данных**. В этой связи растет роль партнерства исследователя с клиентом для доступа к внутренним данным Клиента (данным, которые собираются у клиента).

Вырастет спрос на изучение трендов, отраслевая экспертиза, стратегические исследования, качественные исследования, наблюдение, пассивный сбор данных, экспертные опросы.

Роль исследователя - «семейный доктор». Уйдут разовые проекты.

«Счастливым одномерным человеком»



Сценарий 3 "Счастливый одномерный человек" (максимальная доступность и открытость данных и низкая скорость изменений поведения потребителя)

В этом сценарии про Индивидуума все известно, он прозрачен и счастлив.

Сбор данных останется за высокотехнологичными компаниями, агрегаторами и владельцами Big Data.

Возрастает роль партнерства с этими компаниями. Увеличивается роль консалтинговой составляющей в исследовательских проектах, визуализации данных.

Выводы:

Отрасль находится в зоне серьезных перемен.

В данной ситуации самая успешная стратегия для игроков рынка - инвестировать в принципиально новую бизнес-модель.

Осваивать новые компетенции:

1. Визионерство, прогнозирование через анализ трендов;
2. Генерация новых идей через качественные подходы
3. Поиск решений с помощью синтеза данных из разных источников;
4. Консалтинговый подход к проектам: стратегирование.