

Рынок рекламы в России: текущее состояние и перспективы развития

<https://marketpublishers.ru/r/RA2E0021A7DRU.html>

Дата: 22.04.2009

Страниц: 114

Цена: (Лицензия на одного пользователя)

Артикул: RA2E0021A7DRU

Описание

Объем рекламного рынка России в 2008 году составил 267 млрд. руб. Это на 2 млрд. меньше, чем эксперты Ассоциации Коммуникационных Агентств России (АКАР) прогнозировали до начала мирового финансового кризиса. Годовой прирост составил 18%, что является самым низким показателем с 2001 года. В 2003-2007 годах рынок ежегодно рос на 24-28%, а в 2001-2002 годах — на 60%, активно восстанавливаясь после кризиса 1998 года.

Замедление темпов роста спровоцировало падение спроса под воздействием глобального экономического кризиса в четвертом квартале 2008 года, в котором рекламодатели тратят, как правило, не менее трети своих годовых бюджетов.

По итогам 2008 года два медиасегмента продемонстрировали снижение рекламных доходов — это радио и рекламно-информационные печатные издания.

Мы предполагаем, что в 2009 году рекламы практически во всех сегментах рынка станет меньше или же ее рост будет значительно более медленным. Больше всего пострадают печатные СМИ, радио, а также наружная реклама, в то время как реклама на телевидении и реклама в Интернете окажутся наиболее защищенными от экономического спада.

Эксперты предполагают, что больше всего от кризиса пострадают газеты, доходы которых от рекламы сократятся более чем на 20%. На 17,8% уменьшатся доходы от наружной рекламы, а на 16,1% — от рекламы в журналах.

Рекламные бюджеты уже пересматриваются в пользу интернет-рекламы как более точного и дешевого инструмента. Средних размеров рекламная кампания в сети, по данным агентства Traffic, обходится в сумму от 350 до 500 тысяч рублей. При этом контекстная реклама в

Интернете принесет на 12% больше дохода, чем в 2008 году, а в целом рынок интернет-рекламы вырастет на 6%.

Цель исследования

Описать текущее состояние и перспективы развития российского и мирового рынка рекламы.

Задачи исследования

Определить объем и темпы роста мирового рынка рекламы.

Определить перспективы и прогноз развития мирового рынка рекламы в ближайшие несколько лет.

Определить объем и темпы роста рынка рекламы в России.

Определить перспективы и прогноз развития российского рынка рекламы в ближайшие несколько лет.

Выделить и охарактеризовать сегменты рынка рекламы в России:

ТВ-реклама,

реклама на радио,

реклама в прессе,

наружная реклама,

ВTL-реклама,

Интернет-реклама

Описать состояние регионального рынка рекламы в целом и по сегментам в частности.

Провести анализ лояльности населения к рекламе.

Охарактеризовать деятельность ведущих участников рынка рекламы в России.

Объект исследования

Российский рынок рекламы.

Метод сбора данных

Мониторинг материалов печатных и электронных деловых и специализированных изданий, аналитических обзоров рынка; Интернет; материалов маркетинговых и консалтинговых компаний; результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Методы анализа данных

Традиционный контент-анализ документов.

Информационная база исследования

Печатные и электронные, деловые и специализированные издания.

Ресурсы сети Интернет.

Материалы компаний.

Аналитические обзорные статьи в прессе.

Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.

Экспертные оценки.

Интервью с производителями и другими участниками рынка.

Материалы отраслевых учреждений и базы данных.

Базы данных Discovery Research Group.

Содержание

Резюме

ГЛАВА 1. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования

Задачи исследования

Объект исследования

Метод сбора данных

Методы анализа данных

Информационная база исследования

ГЛАВА 2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МИРОВОГО РЫНКА РЕКЛАМЫ

§ 1. Объемы и темпы роста рынка

§ 2. Объемы и темпы роста рынка по сегментам

§ 3. Рекламный рынок США в 2008-2009 годах

§ 4. Бюджеты рекламодателей

ГЛАВА 3. ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РЕКЛАМНОГО РЫНКА В РОССИИ

§ 1. Объемы и темпы роста рынка

§ 2. Прогнозы развития рынка

§ 3. Бюджеты рекламодателей

§ 4. Государственное влияние на рынок рекламы

Создание консультативного совета

Поддержка рекламной отрасли правительством Москвы

Запрет на аудиорекламу в транспорте

§ 5. Отношение потребителей к рекламе

ГЛАВА 4. ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ СЕГМЕНТОВ РЕКЛАМНОГО РЫНКА В РОССИИ

§ 1. Тв-реклама

Реклама на кабельном ТВ: преимущества и недостатки

Рынок кабельного ТВ и реклама

§ 2. Реклама в печатных СМИ

Глянцевые издания

- Рост цен на периодические издания
- Клиентские издания
- § 3. Реклама на радио
 - Новый формат продажи рекламы
- § 4. Наружная реклама
 - Транзитная реклама (реклама на транспорте)
- § 5. Vtl-реклама
 - 2008 год
 - Прогноз на 2009 год
- § 6. Интернет-реклама
 - Нестандартная интернет-реклама
 - Контекстная интернет-реклама
 - Таргетинг в социальных сетях

ГЛАВА 5. КЛЮЧЕВЫЕ ИГРОКИ РЕКЛАМНОГО РЫНКА

- Omnicom
- Wpp group
- Interpublic group
- Publicis groupe
- Aegis media/oks
- Гк «видео интернешнл»
- Газпром-медиа, нтв-медиа
- Адв групп
- Профмедиа
- Ims-group
- News outdoor
- Gallery group

ГЛАВА 6. ОБЗОР РЕГИОНАЛЬНЫХ РЕКЛАМНЫХ РЫНКОВ

- § 1. Санкт-петербург
 - Телевидение
 - Радио
 - Пресса
 - Транзитная реклама
- § 2. Татарстан
 - Наружная реклама
 - Привязка рекламных конструкций к электронным картам

§ 3. Самара и нижний новгород

Наружная реклама

Радиореклама

§ 4. Челябинск

§ 5. Ростов

Наружная реклама

§ 6. Новосибирск

Наружная реклама

Отчет содержит 28 таблиц и 30 диаграмм

Диаграммы

ДИАГРАММЫ

Диаграмма 1. Объемы мирового рекламного рынка в 2007-2008 гг., прогноз до 2011 г., \$млрд.

Диаграмма 2. Доля каждого сегмента в общем объеме рынка, 2007-2008 гг., прогноз до 2011 г., %.

Диаграмма 3. Структура рекламного рынка России, 2008 года, %.

Диаграмма 4. Объемы российского рекламного рынка по сегментам в 2006-2008 г., оптимистический и пессимистичный прогнозы до 2009 г., млрд. руб.

Диаграмма 5. Общие медиабюджеты 10-ти крупнейших рекламодателей, 2007-2008 гг., \$млн.

Диаграмма 6. Расходы крупнейших рекламодателей на рекламу, 2009 год, %.

Диаграмма 7. Расходы крупнейших рекламодателей на рекламу по сегментам, 2009 год, %.

Диаграмма 8. Самые эффективные медиаканалы по опыту проведенных кампаний, %.

Диаграмма 9. Ответ на вопрос: «Насколько вы лично доверяете рекламе?», 1998 г., 2008 г., %.

Диаграмма 10. Топ-10 товарных категорий по объему рекламы на ТВ, 2008 год, секунды.

Диаграмма 11. Структура Топ-10 рекламодателей по объему рекламы на ТВ, 2008 год, %.

Диаграмма 12. Динамика спроса на телерекламу в январе—феврале, 2009 год, GRP.

Диаграмма 13. Структура рекламного рынка печатных СМИ, 2008 г., %.

Диаграмма 14. Топ-10 товарных категорий по объему рекламы в прессе, 2008 год, объем рекламы, А2.

Диаграмма 15. Структура Топ-10 рекламодателей по объему рекламы в прессе, 2008 год, %.

Диаграмма 16. Топ-10 товарных категорий по объему рекламы на радио, 2008 год, объем рекламы, секунды.

Диаграмма 17. Структура Топ-10 рекламодателей по объему рекламы на радио, 2008 год, %.

Диаграмма 18. Структура Топ-10 рекламодателей по объему наружной рекламы, 2008 год, %.

Диаграмма 19. Топ-10 товарных категорий по объему наружной рекламы, 2008 год, объем рекламы, секунды.

Диаграмма 20. Структура рынка контекстной интернет-рекламы, 2008 г., %.

Диаграмма 21. Динамика прироста рекламного рынка Санкт-Петербурга, 2003-2008 гг., %.

Диаграмма 22. Средняя продолжительность просмотра ТВ, Санкт-Петербург/Россия, 2004-2008 гг., часы.

Диаграмма 23. Динамика долей локальной и сетевой/орбитальной рекламы в Санкт-Петербурге, 2000-2008 гг., %.

Диаграмма 24. Доля холдингов в радио-рынке Санкт-Петербурга, 2007 год, %.

Диаграмма 25. Доля холдингов в радио-рынке Санкт-Петербурга, 2008 год, %.

Диаграмма 26. Структура распределения рекламных площадей в прессе Санкт-Петербурга, 2008 год, %.

Диаграмма 27. Структура распределения доходов в прессе Санкт-Петербурга, 2008 год, %.

Диаграмма 28. Топ-10 товарных категорий на рынке радиорекламы Санкт-Петербурга, 2008 год, %.

Диаграмма 29. Структура рекламного рынка республики Татарстан, 2008 год, %.

Диаграмма 30. Структура рынка наружной рекламы Нижнего Новгорода, 2008 год, %.

Таблицы

ТАБЛИЦЫ

Таблица 1. Объемы мирового рекламного рынка по регионам в 2007-2008 гг., прогноз до 2011 г., \$млрд.

Таблица 2. Темпы мирового рекламного рынка по регионам в 2006-2008 гг., прогноз до 2011 г., \$млрд.

Таблица 3. Объемы мирового рекламного рынка по сегментам в 2007-2008 гг., прогноз до 2011 г., \$млрд.

Таблица 4. Доля каждого сегмента в общем объеме рынка, 2007-2008 гг., прогноз до 2011 г., %.

Таблица 5. Намерения рекламодателей увеличить или уменьшить рекламные бюджеты на 2009 год, %.

Таблица 6. Намерения рекламодателей уменьшить рекламные бюджеты на 2009 год (% сокращения).

Таблица 7. Сектора, в которых рекламодатели ожидают рост рекламных бюджетов в 2009 год, %.

Таблица 8. Объем рекламы в средствах ее распространения, 2008 год, млрд. руб.

Таблица 9. Объемы российского рекламного рынка по сегментам в 2008 г., прогноз до 2009 г., млрд. руб.

Таблица 10. Объемы российского рекламного рынка по сегментам в 2006-2008 г., оптимистичный прогноз до 2009 г., млрд. руб.

Таблица 11. Темпы прироста российского рекламного рынка по сегментам в 2006-2008 г., оптимистичный прогноз до 2009 г., %.

Таблица 12. Объемы российского рекламного рынка по сегментам в 2006-2008 г., пессимистичный прогноз до 2009 г., млрд. руб.

Таблица 13. Темпы прироста российского рекламного рынка по сегментам в 2006-2008 г., пессимистичный прогноз до 2009 г., %.

Таблица 14. Бюджеты 10-ти крупнейших рекламодателей, 2007-2008 гг., \$млн.

Таблица 15. Топ-10 товарных категорий по объему рекламы на ТВ, 2008 год, секунды.

Таблица 16. Топ-10 рекламодателей по объему рекламы на ТВ, 2008 год, секунды.

Таблица 17. Спрос на телерекламу в январе—феврале, 2009 год, GRP.

Таблица 18. Топ-10 товарных категорий по объему рекламы в прессе, 2008 год, объем рекламы, А2.

Таблица 19. Топ-10 рекламодателей по объему рекламы в прессе, 2008 год, объем рекламы А2.

Таблица 20. Топ-10 товарных категорий по объему рекламы на радио, 2008 год, объем рекламы, секунды.

Таблица 21. Топ-10 рекламодателей по объему рекламы на радио, 2008 год, объем рекламы, секунды.

Таблица 22. Топ-10 рекламодателей по объему наружной рекламы, 2008 год, количество выходов.

Таблица 23. Топ-10 товарных категорий по объему наружной рекламы, 2008 год, объем рекламы, секунды.

Таблица 24. Объем рынка маркетинговых услуг, 2005-2008 гг., млрд. руб.

Таблица 25. Топ-10 рекламодателей в рунете, 2008 год, млн. руб.

Таблица 26. Основные виды немедийной рекламы представленные в российском интернете

Таблица 27. Доля холдингов в радио-рынке Санкт-Петербурга, 2007-2008 гг., %.

Таблица 28. Топ-10 товарных категорий на рынке радиорекламы Санкт-Петербурга, 2008 год, %.

99

Оформление заказа

Название: Рынок рекламы в России: текущее состояние и перспективы развития

Ссылка: <https://marketpublishers.ru/r/RA2E0021A7DRU.html>

Цена: Цена по запросу

Если вы хотите заказать расширенную лицензию или печатную версию, пожалуйста, свяжитесь с нашей службой поддержки клиентов:

info@marketpublishers.ru

Оплата

Для оплаты кредитной картой (Visa, MasterCard, МИР), пожалуйста, нажмите кнопку "Купить сейчас" на странице отчета:

<https://marketpublishers.ru/r/RA2E0021A7DRU.html>