

ИТОГИ ЧЕТВЕРТОГО ЕЖЕГОДНОГО ОПРОСА ГИЛЬДИИ МАРКЕТОЛОГОВ И РАМ

НАШИ ЭКСПЕРТЫ

В четвертом ежегодном опросе, посвященном развитию рынка маркетинга (исследований и консалтинга по вопросам маркетинга) в России, проходившем с 10 сентября по 10 ноября 2004 г., приняли участие 120 экспертов. Это на 66% больше, чем в прошлом году, и ровно в пять раз больше, чем в первом подобном опросе 2001 г.

Около 69% экспертов, принявших участие в опросе — москвичи, 31% — из других российских городов.

39% экспертов заняты в сфере деловых услуг: рекламе, консалтинге, исследованиях рынка. 18% работают в торговле; 17% — в производстве потребительских товаров и услуг и 12% — в производстве товаров и услуг промышленного назначения (рис. 1).

У половины экспертов (52%) опыт работы в маркетинге не превышает 6 лет, в т. ч. менее 3 лет — 16%. У половины (48%) опыт работы в маркетинге — более 6 лет, в т. ч. у 11% — более 12 лет. Средний стаж работы в маркетинге наших экспертов составляет 7 лет (рис. 2).

ЧИСЛО КОМПАНИЙ НА РЫНКЕ

Первая группа вопросов, которые мы задавали экспертам, касалась оценки количества компаний, которые сегодня реально работают на российском рынке: проводят исследования, оказывают

консультационные услуги по вопросам, связанным с маркетингом.

Около трети экспертов считают, что на рынке сегодня работают более 250 исследовательских компаний, 42% — от 100 до 250, 24% — 100 и менее.

Средняя взвешенная оценка — 195 исследовательских компаний. Это на 13,5% меньше, чем год назад. Такой поворот событий ожидали только 15% экспертов, принимавших участие в прошлогоднем опросе.

Треть экспертов полагает, что сегодня в России не более 50 компаний реально оказывают консалтинговые услуги по вопросам маркетинга. А тех, кто считает, что таких компаний более сотни, почти половина — 45%.

Средняя взвешенная оценка — 98 консалтинговых компаний. Это на 22% больше, чем по оценкам прошлого года. И такого развития событий ожидали немногие. То есть более половины экспертов предсказывали, что будет рост числа консалтинговых компаний, специализирующихся на вопросах маркетинга. Но большинство из них ожидали небольшого роста; лишь 14% — такого значительного.

ЕМКОСТЬ РЫНКА

Объем рынка маркетинговых исследований эксперты оценили в 135 миллионов долларов, из них 100 миллионов — объем рынка количественных исследований. Рост по сравнению с предыдущим годом составил 35% (такой же, как и у рынка рекламы в

Рисунок 1

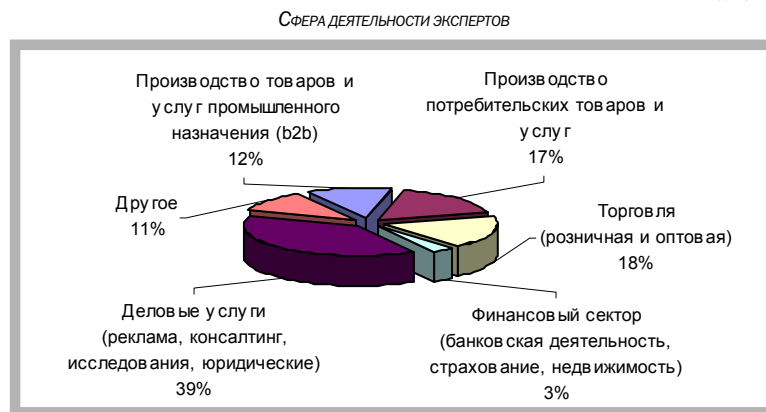
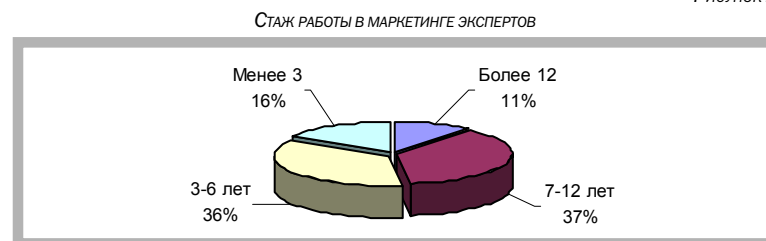


Рисунок 2



этом году). При этом объем рынка количественных исследований вырос почти на 40%, а качественных — «только» на 25% (рис. 3).

Такого роста год назад ожидали немногие. Среднее взвешенное значение прошлогоднего прогноза давало рост на уровне только 20%.

Бурно растет и рынок маркетингового консалтинга — в этом году его емкость эксперты оценили в 39 миллионов долларов, что на 30% больше, чем в предыдущем году. Отметим, что прогнозы экспертов в прошлом году были существенно скромнее — рост на 15–20% (рис. 4).

ОЖИДАНИЯ

Часть наших вопросов касалась возможной динамики числа исследовательских и консалтинговых компаний в 2004 г. Мнения экспертов на сей счет, как и год назад, весьма оптимистичны. Более половины из них ожидают роста количества исследовательских компаний, причем 12% — значительного роста.

Практически столь же оптимистичны ожидания экспертов и относительно количества консалтинговых компаний — около трети считают, что их количество примерно останется на текущем уровне, более половины — что увеличится.

ЛУЧШИЕ

Лучшим вузом, обучающим по программам «Маркетинг», также второй год подряд стала Российская Экономическая Академия им. Г.В. Плеханова.

Лучшей исследовательской компанией года была названа группа РОМИР-Мониторинг.

Лучшей книгой по маркетингу сезона «осень 2003—лето 2004» признана книга Игоря Манна «Маркетинг на 100%». Также второй год подряд.

Издательством, издающим наиболее интересные книги по маркетингу, названо издательство «Питер».

Лучший маркетинговый ресурс российского Интернета — «Энциклопедия маркетинга» marketing.spb.ru

Рисунок 3

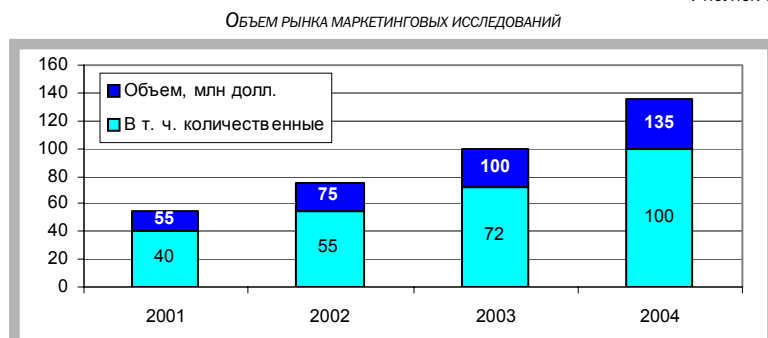


Рисунок 4

