

Гильдия Маркетологов подвела итоги Ежегодного опроса о состоянии и перспективах развития рынка маркетинговых услуг 2019.

В конце января Гильдия Маркетологов подвела окончательные итоги Ежегодного опроса, проведенного в ноябре – декабре 2019 года. В опросе приняли участие чуть более ста экспертов из Москвы и других крупных российских городов. Большинство экспертов участвуют в Ежегодном опросе Гильдии на протяжении нескольких лет. Половина экспертов работают в крупных компаниях или среднем бизнесе.

- Рост маркетинговых бюджетов в 2019 г. эксперты оценили в среднем в **10 – 10,5%**. Что фактически совпадает (выше на 1 п.п.) с ожиданиями, которые были зафиксированы в конце 2018 г. С поправкой на инфляцию, можно говорить о росте расходов на маркетинг в реальном выражении на 5 – 6,5%. На 2020 г. эксперты ожидают дальнейшего роста маркетинговых бюджетов, в среднем на 13 – 13,5% в номинальном или 8 – 10% в реальном выражении.
- Средняя оценка количества реально работающих на российском рынке исследовательских компаний выросла до **264**. Что является вторым (после 2008 г.) наивысшим значением за весь период наблюдений. Все прочие годы эта оценка была в районе 200 – 230 компаний.
- Объем рынка маркетинговых исследований в 2019 г. (после экспертной корректировки) был оценен в **23 млрд. руб.** (22 – 24 млрд. руб.) или примерно 360 млн. дол. США. Что примерно на 3 – 5% выше уточненных оценок за 2018 г. На 2020 г. эксперты ожидают нулевого роста на рынке маркетинговых исследований.
- Оценка количества консалтинговых (брендинговых) компаний не изменилась по сравнению с 2018 г. и составила **141** шт. Оценка объема рынка маркетингового консалтинга возросла на 10% до **8,8 млрд. руб.** (8,5 – 9 млрд.). На 2020 г. эксперты прогнозируют нулевой рост на рынке маркетингового консалтинга.
- Наиболее востребованной темой консалтинга в 2020 году по мнению экспертов будет: работа с данными, **маркетинговый анализ**, Big Data. Эта тема лидирует с большим отрывом. На втором и третьем местах (с незначительной разницей): консалтинг в сфере дизайна, разработки новых продуктов и ассортиментной политики, и интернет-маркетинг и работа с социальными сетями.