



А С С О Ц И А Ц И Я
Р Е Г И О Н А Л Ь Н Ы Х
С О Ц И О Л О Г И Ч Е С К И Х
Ц Е Н Т Р О В

27 июня 2011 г.

Пресс-релиз

Профессиональный рейтинг исследовательских компаний (РИК). Итоги 2010 года

Ассоциация региональных социологических центров «Группа 7/89» завершает работу над аналитическим отчетом по результатам инициативного исследовательского проекта «Профессиональный рейтинг исследовательских компаний. Итоги 2010 года». Публикация отчета планируется в срок до 1 июля 2011 года.

Предваряя выход полного отчета, Ассоциация «Группа 7/89» информирует исследовательское сообщество об основных параметрах и результатах проекта.



ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ ПРОЕКТА «РИК»

Цель исследования: Основной целью исследования является профессиональное оценивание компаний–заказчиков полевых работ для организаций, размещенных в регионах России; а также анализ ситуации на рынке социологических и маркетинговых исследований в части распределения субподрядных (как правило – полевых) работ в регионах.

Объект исследования: Исследовательские компании, дислоцирующиеся в регионах России и выполняющие субподрядные работы по заказам столичных (размещенных в Москве и Санкт–Петербурге) исследовательских компаний, а также по заказам региональных компаний, размещенных в других регионах России.

Генеральная совокупность: «Оценка сверху» общего объема генеральной совокупности компаний–оценщиков (исследовательских компаний, дислоцированных в регионах России) составляет около 260-270 единиц. Имеются в виду информационно активные, присутствующие на рынке, «живые» компании.

Компании–респонденты: В ходе исследования было получено 105 анкет, заполненных российскими компаниями. Объем выборки составил 40% от объема генеральной совокупности. Респонденты, принявшие участие в исследовании, дислоцированы на территории 49 регионов России, в которых проживает 85% населения страны.

Объекты оценки: В списки компаний, оцениваемых в проекте РИК, было включено 68 компаний, в том числе 44 компании из Москвы, 6 компаний из Санкт–Петербурга и 18 компаний из регионов России.

Технология оценки: Так же, как и в прошлые годы, исследовательские компании оценивались по совокупности «ресурсов» (технологический, кадровый, символический, организационный, финансово–экономический). На основании полученных оценок был рассчитан совокупный рейтинг компаний, приведенный к 100–балльной шкале.

Представление результатов: В итоговые рейтинги включены 25 компаний, имеющих наибольшее «количество оценщиков» (наиболее активно работающих с респондентами, принявшими участие в проекте РИК). Все компании, включенные в итоговые рейтинги, были оценены не менее, чем 28 компаниями–оценщиками. Максимальное количество оценок одной компании составляет 59 единиц.

В таблице, приведенной на С. 2, в краткой форме представлены основные результаты исследования «Профессиональный рейтинг исследовательских компаний. Итоги 2010 года». С отчетами по результатам прошлых волн исследования можно ознакомиться на сайте Ассоциации «Группа 7/89» (<http://789.ru/projects/rik.html>).

Таблица. Оценка охвата территории России исследователями и совокупный рейтинг исследовательских компаний

| ## | Исследовательские компании (25 компаний, оцененных наибольшим числом респондентов) | 2009 год | | 2010 год | | Изменение рангов за год | 2009 год | | 2010 год | | Изменение рангов за год |
|----|---|-------------------------------|----------------|-------------------------------|----------------|-------------------------|--------------------|------------------------------|--------------------|------------------------------|-------------------------|
| | | Охват регионов исследованиями | Ранг по охвату | Охват регионов исследованиями | Ранг по охвату | | Совокупный рейтинг | Ранг по совокупному рейтингу | Совокупный рейтинг | Ранг по совокупному рейтингу | |
| 1 | Фонд "Общественное мнение" (Москва) | 37% | 16 | 52% | 16 | 0 | 92 | 1 | 83 | 1 | 0 |
| 2 | Ипсос (IPSOS-Russia) (Москва) | 40% | 13 | 52% | 15 | ↓2 | 83 | 2 | 80 | 2 | 0 |
| 3 | ИГ ЦИРКОН (Москва) | 55% | 6 | 59% | 8 | ↓2 | 77 | 5 | 77 | 3-5 | ↑2 |
| 4 | ACNielsen /a VNU Company (Москва) | 36% | 18 | 59% | 7 | ↑11 | 69 | 10 | 77 | 3-5 | ↑6 |
| 5 | Левада-Центр (Москва) | 36% | 17 | 50% | 17 | 0 | 77 | 6 | 77 | 3-5 | ↑1 |
| 6 | МИП (Москва) | 53% | 8 | 48% | 19 | ↓11 | 80 | 3 | 73 | 6-7 | ↓3 |
| 7 | GfK RUS (Москва) | 56% | 5 | 65% | 3 | ↑2 | 67 | 15 | 73 | 6-7 | ↑8 |
| 8 | ФАКТОР, ЮРИЦ (Ростов-на-Дону) | 2% | 25 | 48% | 18 | ↑7 | 53 | Н/Д | 72 | 8 | Н/Д |
| 9 | MASMI Moscow (Москва) | 49% | 11 | 56% | 11 | 0 | 68 | 14 | 71 | 9-10 | ↑5 |
| 10 | TNS Marketing Information Center (МИЦ) (Москва) | 49% | 10 | 77% | 1 | ↑9 | 70 | 8 | 71 | 9-10 | ↓2 |
| 11 | VALIDATA (Москва) | 20% | 24 | 43% | 24 | 0 | 60 | Н/Д | 69 | 11-12 | Н/Д |
| 12 | КОМКОН (группа компаний) (Москва) | 53% | 7 | 58% | 10 | ↓3 | 77 | 4 | 69 | 11-12 | ↓8 |
| 13 | О+К Маркетинг + Консалтинг (Санкт-Петербург) | 38% | 14 | 45% | 23 | ↓9 | 68 | 12 | 67 | 13 | ↓1 |
| 14 | Фармэксперт (Москва) | 32% | 20 | 52% | 14 | ↑6 | 67 | 16 | 66 | 14-17 | ↑2 |
| 15 | Астон Консалтинг (Москва) | 31% | 21 | 47% | 21 | 0 | 65 | 17 | 66 | 14-17 | ↑2 |
| 16 | A/R/M/I Marketing (Москва) | 52% | 9 | 60% | 6 | ↑3 | 72 | 7 | 66 | 14-17 | ↓9 |
| 17 | СОЦИС (Ярославль) | 37% | 15 | 45% | 22 | ↓7 | 57 | 22 | 66 | 14-17 | ↑5 |
| 18 | Synovate (Москва) | 64% | 2 | 64% | 4 | ↓2 | 64 | 18 | 65 | 18 | 0 |
| 19 | ВЦИОМ (Москва) | 64% | 3 | 71% | 2 | ↑1 | 70 | 9 | 63 | 19-20 | ↓10 |
| 20 | Маркетдейта ОМА (Москва) | 23% | 23 | 53% | 13 | ↑10 | 64 | Н/Д | 63 | 19-20 | Н/Д |
| 21 | CMR (Москва) | 30% | 22 | 48% | 20 | ↑2 | 69 | 11 | 62 | 21 | ↓10 |
| 22 | MAGRAM Market Research (Москва) | 44% | 12 | 42% | 25 | ↓13 | 53 | 23 | 59 | 22-23 | ↑1 |
| 23 | Бизнес-Аналитика (Москва) | 68% | 1 | 63% | 5 | ↓4 | 53 | 24 | 59 | 22-23 | ↑1 |
| 24 | Top of Mind (Москва) | 35% | 19 | 54% | 12 | ↑7 | 60 | 19 | 57 | 24 | ↓5 |
| 25 | ROMIR Monitoring (Москва) | 63% | 4 | 58% | 9 | ↓5 | 58 | 21 | 52 | 25 | ↓4 |

ПРИМЕЧАНИЯ:

1. Компании в таблице упорядочены по мере убывания совокупного рейтинга по результатам исследования по итогам 2010 года.
2. Жирным шрифтом в таблице выделенные компании, вошедшие в первую пятерку по совокупному рейтингу по итогам 2009 года.
3. В 2009 году ЮРИЦ «Фактор» не включался в список оцениваемых компаний, а компания «Validata» не вошла в итоговый рейтинг вследствие малого числа оценщиков. Ранговые оценки получены путем ранжирования только 25 компаний, включенных в итоговый список.