

# ИНИЦИАТИВНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ПРОЕКТ «ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ РЕЙТИНГ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ КОМПАНИЙ» (РИК-2021)

## ПРОЕКТ «РЕЙТИНГ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ КОМПАНИЙ»

Проект «Профессиональный рейтинг исследовательских компаний» (РИК) – инициативный исследовательский проект Ассоциации исследовательских компаний «Группа 7/89».

Проект начат в 2004 году. В 2021 году проводился Ассоциацией «Группа 7/89» в 16-й раз.

## ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

- ❑ Профессиональное оценивание компаний–заказчиков полевых работ для организаций, размещенных в регионах России.
- ❑ Выделение наиболее характерных тенденций развития региональных рынков социологических и маркетинговых исследований.

## ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Компании, дислоцированные в регионах России и занимающиеся проведением социологических и/или маркетинговых исследований (полноцикловых исследований и/или полевых работ).

## РЕЗУЛЬТАТЫ ПОЛЕВОГО ЭТАПА

Полевой этап исследования проводился в период с 20 февраля по 20 апреля 2021 года.

Организацией сбора информации в проекте РИК в 2021 году занимались компании «Беловон» (Ольга Смирнова, г. Белгород), «Регион-СК» (Оксана Кузьмина, г. Ставрополь) и ЦСМИ «Симакс» (Юлия Веселухина, г. Уфа).

К опросу отбирались компании, которые удовлетворяют следующим требованиям:

- а) дислоцированы в одном из регионов России и занимаются социологическими и маркетинговыми исследованиями;
- б) проводят субподрядные работы по заказам других (в первую очередь – столичных) компаний.

Объем генеральной совокупности составляет около 330 единиц. Всего в волне 2021 года было получено 233 заполненных анкеты, что является абсолютным рекордом и близко к 70% от общего объема объекта исследования. В прошлом, 2020 году, было получено 201 заполненные анкеты. Увеличение количества анкет не свидетельствует о процветании региональных рынков и является следствием колоссальных усилий, приложенных организаторами поля.

## ОБЪЕКТЫ ОЦЕНКИ

В списки компаний, оцениваемых в проекте РИК-2021, было включено 68 компаний, в том числе 57 компаний из Москвы, пять компаний из Санкт-Петербурга и шесть компаний из регионов России.

## ТЕХНОЛОГИЯ ОЦЕНКИ

Исследовательские компании оценивались по пяти видам «ресурсов»:

1. Финансово-экономический ресурс: оценка субподрядчиками финансовой выгоды работы по заказам компании–контрагента.
2. Организационный ресурс: оценка организации совместной работы, ясности и четкости инструкций.
3. Кадровый ресурс: оценка профессионализма, квалификации и этичности кадров компании, их возможностей реагировать на те или иные проблемы в «поле».
4. Технологический ресурс: оценка возможности осваивать передовые технологии и методики исследований.
5. Символический ресурс: оценка возможности использования данного бренда для продвижения собственной компании («мы работаем с компанией NNN»).

## ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

В табл.1 представлены средние оценки исследовательских компаний по объему располагаемых ресурсов. В итоговые рейтинги включены 40 компаний, наиболее активно работающих в регионах (у которых больше всего оценщиков).

Списки, приведенные в табл.1 и табл.2, представляют собой не «Топ-40» компаний. Компания, находящаяся на 40–м месте, оценена ниже всех компаний, из числа тех, которые наиболее активно работают в регионах. Компании в таблице упорядочены по величине итогового рейтинга (последний столбец таблицы).

На основании полученных оценок по пяти факторам был рассчитан общий рейтинг компаний, приведенный к 100–балльной шкале.

Показатели общего рейтинга рассчитывались как линейная комбинация оценок по факторам (см. табл.1) с учетом средних (в целом по полному массиву) оценок значимости факторов (весов).

Таблица 1. Оценки исследовательских компаний по объему ресурсов (10-балльная шкала) и итоговый рейтинг (100-балльная шкала)

Позиция в общем рейтинге	Вид ресурса	Финансовый ресурс		Организационный ресурс		Кадровый ресурс		Технологический ресурс		Символический ресурс		Общий рейтинг
	Оцениваемая компания	Средний балл	Ранг	Средний балл	Ранг	Средний балл	Ранг	Средний балл	Ранг	Средний балл	Ранг	
	Значимость ресурса	43%		16%		17%		13%		11%		
1	Фонд «Общественное мнение»	7.9	1	8.7	1	9.3	1	8.6	1	9.2	1	85.4
2	Ипсос Комкон / Ipsos Comcon	7.4	4	8.4	5	8.8	7	8.0	2	8.5	4	80.1
3	Левада-Центр	7.4	3	8.3	6	9.0	3	7.4	6	8.5	5	79.8
4	ЦИРКОН, Исследовательская группа	7.4	5	8.6	3	9.1	2	7.4	5	8.2	7	79.6
5	АйКьюВИА / IQVIA	7.5	2	8.5	4	8.7	8	7.2	10	7.6	11	78.3
6	Кедр МР	7.1	6	8.7	2	9.0	4	7.2	8	7.5	13	77.6
7	ВЦИОМ	6.7	12	7.9	13	8.5	11	7.8	3	8.9	2	76.1
8	Эй Си Нильсен / ACNielsen	6.9	8	8.0	9	8.6	10	6.8	16	7.8	8	74.4
9	Инсомар	6.9	11	7.8	15	8.5	14	7.2	12	7.6	12	74.1
10	Институт социологии РАН	6.5	16	7.5	24	8.4	16	7.2	11	8.6	3	73.2
11	АРЭНСИ Фарма / RNC Pharma	7.1	7	7.7	16	8.5	13	6.4	20	6.8	15	73.2
12	АС Консалтинг / AC Consulting	6.9	8	8.2	7	8.9	5	6.6	18	5.9	25	73.1
13	О+К Ресеч / O+K Research	6.9	10	8.0	10	8.5	12	6.5	19	6.9	14	72.9
14	Микс Рисеч / Mix-Research	6.7	13	7.7	18	8.8	6	7.0	13	6.0	22	72.0
15	Гфк Русь / GfK RUS	6.3	20	7.6	21	8.4	15	7.2	9	7.7	10	71.4
16	ВАЛИДЕЙТА / VALIDATA	6.6	14	7.9	14	8.2	20	6.8	14	6.7	16	71.4
17	Айфорс / IFORS	6.6	15	7.9	12	8.4	17	6.7	17	6.5	19	71.1
18	Кантар THC / Kantar TNS	6.0	23	7.5	22	8.1	23	7.5	4	8.2	6	70.5
19	МаркетСенс	6.4	19	7.9	11	8.3	19	6.3	22	5.6	32	68.7
20	НАФИ Аналитический центр	5.6	27	7.6	20	8.1	25	7.2	7	7.7	9	68.1
21	Фонд социальных исследований	6.4	18	7.6	19	8.4	18	6.1	26	5.1	39	67.6
22	Комкон Рисеч / COMCON Research	5.7	26	8.1	8	8.6	9	6.3	24	6.4	21	67.5
23	АРМИ Маркетинг / A/R/M/I Marketing	5.9	24	7.7	17	7.9	29	6.8	15	6.5	20	67.2
24	Индепс / Indepth	6.4	17	6.8	38	7.7	33	6.0	31	5.7	28	65.7
25	МАГРАМ / MAGRAM Market Research	5.6	29	7.5	23	8.1	24	6.1	25	6.7	17	65.3
26	Практика МА	6.1	21	7.4	25	8.2	21	5.6	39	5.2	37	64.9
27	Социс	6.0	22	7.0	33	7.8	31	6.1	27	5.9	26	64.8
28	МАСМИ / MASMI Russia	5.6	28	7.1	28	7.9	30	6.4	21	6.6	18	64.6
29	МИП	5.7	25	7.1	30	8.0	26	5.8	34	5.6	34	63.4
30	МАРК Аналитик	5.4	32	7.1	31	8.2	22	6.1	30	5.6	30	62.8
31	Фабрика маркетинга	5.3	35	7.3	26	8.0	27	6.1	29	5.7	29	62.4
32	Той-опинион	5.5	31	7.1	29	7.7	32	6.0	32	5.5	35	62.1
33	Божоле / Bojole Research	5.5	30	6.9	36	7.5	35	6.1	28	5.8	27	61.9
34	РАДАР	5.4	33	7.1	32	7.5	36	5.7	36	5.3	36	60.5
35	Грифон-Эксперт	5.4	34	6.9	35	7.2	38	5.7	35	6.0	22	60.5
36	Топ оф Майнд / Top of Mind	5.2	36	7.2	27	7.3	37	5.6	38	5.6	31	59.9
37	Вектор Маркет Рисеч / Vector Market Research	5.0	37	7.0	34	8.0	28	5.8	33	5.6	33	59.9
38	РОМИР	4.5	38	6.9	37	7.7	34	6.3	23	6.0	22	58.4
39	Астон Консалтинг / Aston Consulting	3.9	40	6.7	39	6.8	39	5.6	37	4.4	40	51.3
40	Башкирова и партнеры	4.0	39	6.1	40	6.6	40	5.2	40	5.1	38	50.6



Формула для расчета общего рейтинга исследовательских компаний:

$$Y = a_1 \cdot C_1 + a_2 \cdot C_2 + \dots + a_5 \cdot C_5.$$

В 2021 году, помимо «общего рейтинга» (по результатам обработки ответов всех респондентов), рассчитывался также «рейтинг последнего года» (по результатам ответов тех респондентов, которые работали с компанией-заказчиком в 2020-2021 годах). Результаты расчета «рейтинга последнего года» будут представлены в детальных отчетах и на итоговых вебинарах по результатам проекта РИК-2021.

Так же, как и в предыдущие годы, помимо вопросов об оценке компаний по ресурсам, в инструментарий исследования были включены вопросы об известности компаний, опыте взаимодействия с ними, а также вопрос, направленный на оценку «уровня комфортности» взаимодействия с компанией-заказчиком. При этом использовались следующие формулировки:

- ❑ «Какие компании, проводящие социологические и маркетинговые исследования (опросы общественного мнения), Вам известны? (имеются в виду, наиболее крупные, ведущие исследовательские компании, работающие в России)» - открытый вопрос, направленный на оценку показателей известности «**Top of Mind**» и «**Unaided Awareness**».
- ❑ «Посмотрите, пожалуйста, на представленный ниже список компаний. Какие компании из этого списка Вам известны? (отметьте все компании, которые Вам известны хотя бы по названию)» - показатель «**Aided Awareness**».

- ❑ «С какими из этих компаний Вам когда-либо приходилось работать в качестве Исполнителя или Заказчика или получать предложения о работе?». Вопрос используется для косвенной оценки активности работы в регионах компаний-заказчиков полевых работ для региональных исследователей.
- ❑ Вопрос, направленный на оценку «комфортности взаимодействия», был сформулирован следующим образом: «Как бы Вы описали возможности взаимодействия этих (тех, с которыми имеется опыт взаимодействия) исследовательских компаний с Вашей компанией?». Результирующая оценка представлена в шкале от «-1» («Независимо от адекватности запроса и методики эта компания работает с нами по принципу: «прислали работу – выполняй в срок и не задавай лишних вопросов») до «+1» («Мы находимся с этой ИК в постоянном контакте, воспринимаем их как своих партнеров»).

Результаты обработки ответов респондентов на вопросы, относящиеся к оценке уровня известности и комфортности взаимодействия для 40 компаний итогового рейтинга, представлены табл. 2. Более подробно результаты исследования «Профессиональный рейтинг исследовательских компаний-2021», традиционно, будут представлены на двух вебинарах:

- ❑ Вебинар «Основные результаты проекта РИК-2021» состоится 9 июня 2021 года в 11:00 МСК.
- ❑ Вебинар «Ситуация в региональном сегменте рынка PO&MR» состоится 23 июня 2021 года в 11:00 МСК.

Приглашение к вебинару можно получить, обратившись по адресу: rik-2021@789.ru.

Таблица 2. Показатели комфортности взаимодействия с компаниями, известности («спонтанной» и «наведенной») и активности работы в регионах

Оцениваемый показатель	Комфортность		Показатели «спонтанной» и «наведенной» известности компаний						Опыт взаимодействия		Работа за последний год	
	Средняя оценка (шкала от -1 до 1)	Ранг	Top of Mind	Ранг	Unaided Awareness	Ранг	Aided Awareness	Ранг	Процент	Ранг	Процент	Ранг
Фонд «Общественное мнение»	0.37	1	18%	2	62%	3	83%	5	47%	10	28%	10
Ипсос Комкон / Ipsos Comcon	0.13	11	17%	3	64%	2	83%	5	58%	5	41%	2
Левада-Центр	0.29	3	4%	4	53%	4	94%	2	51%	6	32%	4
ЦИРКОН, Исследовательская группа	0.18	7	0%	19	14%	13	80%	8	39%	19	23%	12
АйКьюВИА / IQVIA (бывш. IMS Health)	0.25	5	3%	6	15%	12	46%	29	38%	22	30%	8
Кедр МР	0.29	4	0%	19	13%	14	49%	27	38%	21	30%	6
ВЦИОМ	0.11	14	31%	1	75%	1	98%	1	68%	1	37%	3
Эй Си Нильсен / ACNielsen	0.20	6	1%	10	18%	10	67%	17	38%	22	17%	18
Инсомар	0.14	10	1%	9	16%	11	71%	13	43%	13	30%	6
Институт социологии РАН	0.30	2	0%	19	0%	39	72%	11	27%	32	9%	34
АРЭНСИ Фарма / RNC Pharma	0.06	19	0%	19	4%	24	29%	40	21%	40	15%	23
АС Консалтинг / AC Consulting	0.15	9	0%	19	1%	34	38%	39	23%	38	9%	36
О+К Ресеч / O+K Research	0.07	18	0%	19	11%	18	65%	18	42%	15	19%	16
Микс Рисеч / Mix-Research	0.11	13	0%	19	3%	28	40%	37	27%	34	11%	30
Гфк Русь / GfK RUS	-0.05	24	2%	7	30%	8	84%	4	60%	4	19%	14
ВАЛИДЕЙТА / VALIDATA	0.09	15	0%	12	12%	16	70%	15	40%	17	16%	20
Айфорс / IFORS	0.16	8	0%	19	7%	20	40%	36	29%	28	19%	14
Кантар ТНС / Kantar TNS	-0.11	28	0%	12	37%	6	71%	13	49%	9	28%	10
МаркетСенс	-0.17	34	0%	19	2%	31	44%	31	28%	30	11%	29
НАФИ Аналитический центр	-0.12	31	2%	7	34%	7	83%	5	62%	3	46%	1
Фонд социальных исследований	0.09	16	0%	19	0%	39	46%	29	25%	35	10%	32
Комкон Рисеч / COMCON Research	0.00	22	0%	12	0%	37	68%	16	30%	26	5%	39
АРМИ Маркетинг / A/R/M/I Marketing	-0.18	36	0%	19	13%	14	64%	20	42%	15	15%	21
Индепс / Indepth	0.08	17	0%	19	6%	22	42%	34	27%	31	13%	27
МАГРАМ / MAGRAM Market Research	0.03	21	0%	12	21%	9	72%	10	49%	8	29%	9
Практика МА	0.12	12	0%	19	0%	37	44%	31	22%	39	9%	34
Социс	-0.09	25	0%	19	3%	28	62%	24	32%	25	17%	18
МАСМИ / MASMI Russia	-0.10	26	0%	12	11%	18	72%	11	44%	12	15%	21
МИП	-0.21	39	0%	19	1%	34	39%	38	27%	32	2%	40
МАРК Аналитик	-0.03	23	0%	19	3%	26	42%	34	25%	37	12%	28
Фабрика маркетинга	-0.16	32	0%	19	3%	26	55%	25	38%	22	15%	23
Той-опинион	-0.22	40	0%	19	2%	32	54%	26	29%	28	10%	32
Божоле / Bojole Research	-0.12	30	0%	12	6%	22	64%	19	40%	18	17%	17
РАДАР	-0.17	35	0%	19	4%	24	63%	23	39%	19	14%	26
Грифон-Эксперт	-0.12	29	0%	19	2%	32	44%	31	25%	35	8%	37
Топ оф Майнд / Top of Mind	-0.16	33	1%	10	11%	17	64%	22	42%	14	23%	13
Вектор Маркет Рисеч / Vector Market Research	-0.19	37	0%	12	1%	34	48%	28	30%	26	8%	37
РОМИР	-0.11	27	4%	4	38%	5	91%	3	63%	2	30%	5
Астон Консалтинг / Aston Consulting	0.04	20	0%	19	3%	30	64%	20	47%	11	11%	30
Башкирова и партнеры	-0.21	38	0%	19	7%	20	75%	9	50%	7	14%	25