

13 июня 2012 г.

Пресс-релиз

Профессиональный рейтинг исследовательских компаний (РИК). Итоги 2011 года

Ассоциация региональных социологических центров «Группа 7/89» завершила работу над аналитическим отчетом по результатам инициативного исследовательского проекта «Профессиональный рейтинг исследовательских компаний. Итоги 2011 года». Публикация отчета планируется в срок до 18 июня 2012 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 250 единиц.

Компании–респонденты: В ходе исследования было получено 115 заполненных анкет. Объем выборки составил около 50% от объема генеральной совокупности. Респонденты, принявшие участие в исследовании, дислоцированы на территории 50 регионов России, в которых проживает 85% населения страны.

Объекты оценки: В списки компаний, оцениваемых в проекте РИК, было включены 80 компаний, в том числе 44 компании из Москвы, 9 компаний из Санкт–Петербурга и 27 региональных исследовательских компаний.

Технология оценки: 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, наиболее активно работающих с респондентами, принявшими участие в проекте РИК. Все компании, включенные в итоговые рейтинги, были оценены не менее, чем 26 компаниями–оценщиками. Максимальное количество оценок одной компании составляет 72 единицы.

В таблице, приведенной на С. 2, в краткой форме представлены основные результаты исследования «Профессиональный рейтинг исследовательских компаний. Итоги 2011 года». С отчетами по результатам прошлых волн исследования можно познакомиться 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)	2010 год		2011 год		Изменение рангов за год	2010 год		2011 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)	52%	16	61%	7	↑9	83.3	1	85.7	1	0
2	ЦИРКОН, Исследовательская группа (Москва)	59%	8	53%	17	↓9	77.1	3	78.4	2	↑1
3	МИП (Москва)	48%	19	59%	9	↑10	73.1	6	77.7	3	↑3
4	Ипсос (IPSOS-Russia) (Москва)	52%	15	54%	15	0	80.5	2	76.1	4	↓2
5	Левада-Центр (Москва)	50%	17	56%	13	↑4	76.5	5	75.9	5	0
6	TNS Russia (Москва)	77%	1	75%	2	↓1	70.5	10	73.5	6	↑4
7	ACNielsen /a VNU Company (Москва)	59%	7	51%	19	↓12	76.7	4	72.6	7	↓3
8	О+К Маркетинг + Консалтинг (Санкт-Петербург)	45%	25	51%	21	↑4	66.9	13	72.3	8	↑5
9	GfK RUS (Москва)	65%	3	73%	3	0	72.9	7	71.5	9	↓2
10	Synovate Comcon (Москва)	58%	10	62%	6	↑4	69.4	12	71.5	10	↑2
11	MASMI Moscow (Москва)	56%	11	53%	16	↓5	71.1	9	70.5	11	↓2
12	Божоле (Москва)	46%	23	47%	24	↓1	69.7	Н/Д	69.7	12	Н/Д
13	VALIDATA (Москва)	43%	26	48%	23	↑3	69.4	11	69.0	13	↓2
14	CMR (Москва)	48%	20	55%	14	↑6	62.4	21	68.8	14	↑7
15	ВЦИОМ (Москва)	71%	2	80%	1	↑1	63.4	19	67.4	15	↑4
16	Астон Консалтинг (Москва)	47%	21	49%	22	↓1	65.8	15	67.0	16	↓1
17	ФАКТОР, ЮРИЦ (Ростов-на-Дону)	48%	18	38%	29	↓11	71.7	8	65.6	17	↓9
18	A/R/M/I Marketing (Москва)	60%	6	61%	8	↓2	65.7	16	64.7	18	↓2
19	Фармэксперт (Москва)	52%	14	57%	11	↑3	66.0	14	64.7	19	↓5
20	Бизнес-Аналитика (Москва)	63%	5	70%	4	↑1	59.1	23	64.1	20	↑3
21	MAGRAM Market Research (Москва)	42%	28	56%	12	↑16	59.4	22	60.9	21	↑1
22	Фабрика маркетинга (Москва)	42%	27	58%	10	↑17	59.8	Н/Д	59.5	22	Н/Д
23	Столичное маркетинговое агентство (Москва)	28%	38	51%	18	↑20	62.5	Н/Д	57.2	23	Н/Д
24	Top of Mind (Москва)	54%	12	51%	20	↓8	57.1	24	55.6	24	0
25	ROMIR (Москва)	58%	9	66%	5	↑4	52.3	25	53.2	25	0

ПРИМЕЧАНИЯ:

1. Компании в таблице упорядочены по мере убывания совокупного рейтинга по результатам исследования по итогам 2011 года.
2. Жирным шрифтом в таблице выделенные компании, вошедшие в первую пятерку по совокупному рейтингу по итогам 2010 года.
3. В 2010 году компании «Божоле», «Фабрика маркетинга» и «Столичное маркетинговое агентство» не вошли в итоговый рейтинг вследствие малого числа оценщиков.
4. Ранговые оценки получены путем ранжирования только 25 компаний, имеющих наибольшее число оценщиков и включенных в итоговый список.