

ИНИЦИАТИВНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ПРОЕКТ «ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ РЕЙТИНГ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ КОМПАНИЙ» (РИК-2020)

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 2020 году проводился Ассоциацией «Группа 7/89» в 15-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 14 января по 26 марта 2020 года.

Организацией сбора информации в проекте РИК в 2020 году занимались компании «Лаборатория СМ.И.Т.» (Ирина Янковская, г. Ижевск) и «Регион-СК» (Оксана Кузьмина, г. Ставрополь).



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 2020 года была получена 201 заполненная анкета, что близко к 61% от общего объема объекта исследования. В прошлом, 2019 году, было получено 222 заполненные анкеты. Снижение количества анкет связано со сложной ситуацией на региональных рынках PO&MR.

ОБЪЕКТЫ ОЦЕНКИ

В списки компаний, оцениваемых в проекте РИК-2020, было включено 69 компаний, в том числе 60 компаний из Москвы, пять компаний из Санкт-Петербурга и четыре компании 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).

Отметим еще раз – 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	
	Значимость ресурса		41%		17%		17%		13%		12%	
1	Фонд «Общественное мнение»	7.6	1	8.5	2	8.7	4	8.4	1	8.9	1	82.1
2	Ипсос Комкон / Ipsos Comcon	7.5	3	8.5	3	8.7	5	7.9	3	8.7	3	80.8
3	Кедр МР	7.2	5	8.7	1	9.0	1	7.7	7	7.6	11	78.8
4	АйКьюВИА / IQVIA	7.5	2	8.2	7	8.7	3	7.5	8	7.6	10	78.5
5	Левада-Центр	7.1	6	8.1	8	8.6	6	7.7	5	8.6	4	78.0
6	ЦИРКОН, Исследовательская группа	6.6	14	8.5	4	8.8	2	8.1	2	8.3	5	76.9
7	О+К Ресеч / O+K Research	7.3	4	8.3	5	8.6	7	7.2	14	7.1	16	76.7
8	ВЦИОМ	6.8	8	8.0	10	8.3	16	7.8	4	8.8	2	76.2
9	Кантар ТНС / Kantar TNS	6.5	16	8.2	6	8.5	8	7.7	6	8.2	6	75.1
10	МП. Аналитика	6.8	7	7.9	11	8.4	15	7.4	9	7.5	12	74.4
11	Эй Си Нильен / ACNielsen	6.7	10	8.0	9	8.3	17	7.0	15	8.0	8	74.0
12	Микс Рисеч / Mix-Research	6.7	9	7.7	17	8.4	13	7.3	10	6.8	18	72.7
13	Инсомар	6.5	17	7.6	19	8.0	21	7.3	13	7.3	14	71.3
14	МАРК Аналитик	6.7	12	7.9	12	8.5	10	6.3	28	6.5	22	71.2
15	АС Консалтинг / AC Consulting	6.6	15	7.8	15	8.4	14	6.7	23	6.7	20	71.2
16	Институт социологии РАН	5.9	25	7.5	21	8.4	11	7.3	12	8.1	7	70.6
17	Комкон Рисеч / COMCON Research	6.1	22	7.9	13	8.5	9	6.8	18	7.3	15	70.5
18	Гфк Русь / GfK RUS	6.0	24	7.8	14	8.2	19	6.9	16	7.8	9	70.4
19	МаркетСенс	6.6	13	7.6	18	7.6	27	6.8	19	6.0	26	69.3
20	АРМИ Маркетинг / A/R/M/I Marketing	6.2	18	7.8	15	8.2	20	6.5	26	6.8	19	69.2
21	ВАЛИДЕЙТА / VALIDATA	6.2	19	7.4	23	8.4	12	6.6	24	6.7	21	68.9
22	МАГРАМ / MAGRAM Market Research	6.1	21	7.4	22	7.9	24	6.8	22	7.1	17	68.6
23	НАФИ Аналитический центр	5.8	28	7.5	20	7.6	28	7.3	11	7.5	13	67.9
24	Индепс / Indepth	6.7	11	7.1	28	7.5	29	6.3	29	5.7	34	67.4
25	Мар Консалт	6.1	20	7.0	32	8.3	18	6.5	25	5.8	29	66.8
26	Социс	5.9	26	7.0	33	7.5	31	6.8	21	6.3	24	65.0
27	Той-опинион	5.5	31	7.1	27	8.0	21	6.8	20	6.1	25	64.4
28	Фабрика маркетинга	5.8	27	7.1	29	7.7	26	6.2	30	6.0	27	64.2
29	Фонд социальных исследований	5.3	34	7.2	24	7.9	23	6.9	17	5.8	32	63.4
30	МАСМИ / MASMI Russia	5.4	33	7.2	25	7.5	30	6.3	27	6.3	23	63.0
31	МИП	6.0	23	7.2	26	7.3	36	5.3	38	5.5	35	62.9
32	Аналитика	5.6	30	7.1	30	7.8	25	5.1	40	5.9	28	61.9
33	Топ оф Майнд / Top of Mind	5.4	32	7.0	31	7.3	35	6.1	31	5.8	31	61.5
34	Божоле / Bojole Research	5.7	29	6.6	36	7.4	34	5.4	36	5.8	33	61.1
35	Вектор Маркет Рисеч / Vector Market Research	5.0	35	6.9	34	7.4	33	5.3	37	5.2	37	58.1
36	Грифон-Эксперт	4.7	36	6.8	35	7.4	32	5.5	34	4.8	38	56.5
37	РОМИР	4.5	38	6.5	37	6.9	37	6.0	32	5.8	30	55.9
38	РАДАР	4.6	37	6.2	38	6.6	38	5.9	33	4.6	40	53.9
39	Башкирова и партнеры	4.4	39	5.5	40	6.6	39	5.1	39	5.5	36	51.6
40	Астон Консалтинг / Aston Consulting	3.5	40	5.7	39	6.4	40	5.4	35	4.7	39	47.8



Формула для расчета общего рейтинга исследовательских компаний:

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

Еще раз подчеркнем, что в отличие от прошлых лет, в 2020 году расчет проводился не по «индивидуальным весам», указанным каждым из респондентов, а по «средним весам» и средним оценкам по факторам, приведенным в табл. 1.

Помимо вопросов об оценке компаний по пяти видам ресурсов, в инструментарий исследования были включены также 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–заказчиками полевых работ для региональных исследователей.
- Вопрос, направленный на оценку «комфортности взаимодействия», был сформу-

лирован 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. Сопоставление результатов исследования 2019 и 2020 года позволяет сделать следующие выводы:

- Наиболее заметным изменением в составе рейтинга является вхождение в него компаний «Кедр МР» (ранее в проекте РИК не оценивалась) и «АйКьюВиа» (ранее не входила в итоговый рейтинг вследствие малого числа оценщиков).
- Произошли изменения в первых позициях итогового рейтинга: Фонд «Общественное мнение» вернул себе первое место в рейтинге, а «Левада-центр» опустился с первой на пятую позицию.
- Также имеют место изменения в нижней части рейтинга. РОМИР, традиционно занимавший последнюю строчку рейтинга, поднялся на три позиции, уступив последние места компаниям «Астон Консалтинг», «Башкирова и партнеры» и РАДАР.
- В наибольшей степени поднялись в рейтинге по сравнению с прошлым годом компании «МАРК Аналитик» и «Кантар ТНС», в наибольшей степени опустились «Божоле» и НАФИ.

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
Оцениваемая компания												
Фонд «Общественное мнение»	0.38	4	15%	3	66%	2	89%	4	54%	9	34%	9
Ипсос Комкон / Ipsos Comcon	0.30	5	17%	2	60%	3	87%	6	57%	7	47%	3
Кедр МР	0.43	1	0%	17	12%	14	52%	29	36%	26	32%	10
АйКьюВИА / IQVIA (бывш. IMS Health)	0.43	2	0%	14	9%	19	42%	38	33%	28	31%	12
Левада-Центр	0.42	3	6%	4	53%	4	95%	2	59%	5	37%	5
ЦИРКОН, Исследовательская группа	0.27	6	0%	17	13%	12	87%	7	48%	15	20%	18
О+К Ресеч / O+K Research	0.07	19	0%	17	15%	11	70%	19	43%	18	23%	15
ВЦИОМ	0.15	10	34%	1	82%	1	98%	1	77%	1	50%	2
Кантар ТНС / Kantar TNS	-0.08	30	4%	5	46%	6	75%	14	53%	10	36%	6
МП. Аналитика	0.26	7	0%	17	4%	26	42%	38	26%	38	17%	25
Эй Си Нильен / ACNielsen	0.02	22	1%	10	20%	10	71%	18	40%	22	19%	22
Микс Ресеч / Mix-Research	0.08	18	0%	17	5%	22	45%	36	30%	33	13%	32
Инсомар	0.18	9	1%	10	11%	17	77%	11	49%	13	32%	11
МАРК Аналитик	0.00	24	0%	17	3%	28	48%	32	35%	27	20%	20
АС Консалтинг / AC Consulting	0.09	16	0%	17	2%	34	44%	37	23%	40	13%	32
Институт социологии РАН	0.11	14	1%	9	5%	24	75%	15	29%	35	11%	36
Комкон Ресеч / COMCON Research	0.14	12	0%	17	0%	40	74%	16	37%	24	14%	28
Гфк Русь / GfK RUS	0.09	17	2%	6	34%	8	86%	8	63%	4	36%	6
МаркетСенс	-0.09	32	0%	17	3%	28	51%	31	30%	32	12%	34
АРМИ Маркетинг / A/R/M/I Marketing	0.04	20	1%	10	13%	13	72%	17	41%	20	18%	23
ВАЛИДЕЙТА / VALIDATA	0.15	11	0%	17	12%	15	76%	12	43%	18	21%	17
МАГРАМ / MAGRAM Market Research	0.10	15	1%	10	20%	9	76%	13	56%	8	36%	8
НАФИ Аналитический центр	-0.08	31	2%	8	35%	7	89%	5	72%	3	55%	1
Индепс / Indepth	0.13	13	0%	17	4%	27	47%	35	27%	37	14%	27
Мар Консалт	0.24	8	0%	17	2%	31	41%	40	25%	39	10%	37
Социс	-0.02	25	0%	17	5%	22	66%	23	38%	23	20%	18
Той-опинион	-0.04	26	0%	17	1%	36	56%	26	29%	36	13%	30
Фабрика маркетинга	-0.07	28	0%	17	5%	24	60%	25	41%	20	15%	26
Фонд социальных исследований	0.00	23	0%	17	1%	36	52%	30	32%	30	18%	23
МАСМИ / MASMI Russia	-0.20	35	0%	14	11%	16	78%	10	51%	11	22%	16
МИП	0.04	21	0%	17	1%	36	48%	32	31%	31	3%	40
Аналитика	-0.12	34	0%	14	3%	30	47%	34	30%	33	9%	39
Топ оф Майнд / Top of Mind	-0.08	29	0%	17	9%	19	69%	21	49%	13	24%	14
Божоле / Bojole Research	-0.12	33	0%	17	7%	21	67%	22	44%	17	20%	20
Вектор Маркет Ресеч / Vector Market Research	-0.23	38	0%	17	2%	31	55%	27	37%	25	12%	35
Грифон-Эксперт	-0.38	40	0%	17	2%	34	53%	28	32%	29	10%	37
РОМИР	-0.20	36	2%	6	48%	5	95%	2	75%	2	43%	4
РАДАР	-0.20	37	0%	17	0%	39	64%	24	44%	16	14%	28
Башкирова и партнеры	-0.37	39	0%	17	11%	17	81%	9	58%	6	27%	13
Астон Консалтинг / Aston Consulting	-0.07	27	0%	17	2%	31	69%	20	49%	12	13%	30