



МЕЖДУНАРОДНАЯ
НЕДЕЛЯ БИЗНЕСА 2022
INTERNATIONAL
BUSINESS WEEK

ДРАЙВЕРЫ РЕПУТАЦИИ ТЕРРИТОРИИ



Лилия Глазова, председатель Ассоциации компаний - консультантов в области связей с общественностью (АКОС), генеральный директор исследовательской компании PR News





Лилия Глазова

**владелец и генеральный
директор аналитической
компании PR News**

Ваш проводник в сфере оценки эффективности коммуникаций



Эксперт по
коммуникационным
исследованиям и оценке
эффективности
коммуникаций



Председатель Ассоциации
компаний-консультантов в
области связей с
общественностью (АКОС)



Член жюри профессиональных
конкурсов и спикер
международных и российских
профессиональных
конференций



Katz School of Business, University
of Pittsburgh, Executive MBA
МГУ им. М.В. Ломоносова,
Социологический факультет



МЕЖДУНАРОДНАЯ
НЕДЕЛЯ БИЗНЕСА 2022
INTERNATIONAL
BUSINESS WEEK

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ГРУППА

СТУДЕНТЫ НИУ ВШЭ

- АБИЛОВ МУХАММАДЖОН
- ПОДВЫСОЦКАЯ ПОЛИНА

НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ:

ГЛАЗОВА ЛИЛИЯ ИЛЬДАРОВНА



МЕЖДУНАРОДНАЯ
НЕДЕЛЯ БИЗНЕСА 2022
INTERNATIONAL
BUSINESS WEEK

РЕПУТАЦИЯ – УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ БИЗНЕСА

РЕПУТАЦИОННЫЕ КРИТЕРИИ

Классическая модель репутации*, которая учитывает 7 «драйверов» репутации:

- Продукты и услуги (Products & Services)
- Лидерство (Leadership)
- Результативность (Performance)
- Условия труда (Workplace)
- Социальная ответственность (Citizenship)
- Инновации (Innovations)
- Управление (Governance)



РЕПУТАЦИОННЫЕ КРИТЕРИИ

Классическая модель из 7 драйверов была адаптирована для изучения репутации стран в критерии привлекательности для жизни, ведения бизнеса и инвестирования, туризма:

- Эмоциональная привлекательность
- Физическая привлекательность
- Политическая привлекательность
- Привлекательность правительства
- Финансовая привлекательность
- Культурная привлекательность
- Социальная ответственность



МАССОВАЯ АУДИТОРИЯ (потребитель, B2C)

Срез: массовое сознание

- ▶ Базируется на стандартизированных и универсальных правилах формирования выборки



ДЕЛОВАЯ СРЕДА

(элита, бизнес-окружение и
т.д.)

Срез: экспертное сознание

- ▶ Метод: глубинные неформализованные или формализованные интервью
- ▶ Критерий отбора: соответствие эксперта, его статуса, компетентности и уровня осведомленности - поставленной цели

РЕПУТАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ АРМЕНИИ, ГРУЗИИ, КАЗАХСТАНА И УЗБЕКИСТАНА

Пилотажное исследование



МЕЖДУНАРОДНАЯ
НЕДЕЛЯ БИЗНЕСА 2022
INTERNATIONAL
BUSINESS WEEK

РАЗДЕЛ 1. ЭКСПЕРТНЫЙ СРЕЗ

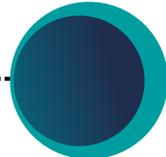


ЭКСПЕРТНЫЙ СРЕЗ



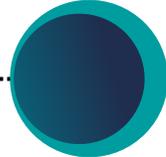
УЧАСТНИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ, ПРЕДСТАВИТЕЛИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ГРУПП

- Качественные исследования предполагают изучение репутации («в глубину») на малой выборке.
- Понятие репрезентативности по отношению к малой выборке: ключевым требованием является соответствие профессионального статуса, компетентности, осведомленности респондента поставленной цели.
- Поисковое исследование дает серию гипотез, позволяет определить вектор оценки, сформировавшиеся установки или стереотипы.



В КАЧЕСТВЕ ЭКСПЕРТОВ В ЧАСТИ ИНТЕРВЬЮ ВЫСТУПИЛИ СПЕЦИАЛИСТЫ ИЗ СЛЕДУЮЩИХ НАПРАВЛЕНИЙ БИЗНЕСА:

- Стратегические коммуникации
- Маркетинга
- Территориальный брендинг
- Строительный бизнес
- Логистика и менеджмент



МЕТОД СБОРА ДАННЫХ: глубинное полуструктурированное интервью, 5 экспертов

Идеальная страна – это Швейцария до 20-х годов 21 века.

Наиболее важные факторы, влияющие на восприятие страны:

- Стабильность (как политическая, так и экономическая; предсказуемость валюты; отсутствие рисков)
- Политическая конъюнктура
- Отношение жителей страны к гостям

**ФАКТОРЫ,
ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ
ОЖИДАНИЯ БИЗНЕС-
СООБЩЕСТВА**

Страна с идеальной репутацией:

- Много возможностей/большой потенциал
- Интеграция высоких технологий

Узбекистан

ассоциации

Технологии
Деловая атмосфера
Параллельный импорт
Харизма
Дружелюбие
Корпорации

Армения

ассоциации

Маленький бизнес
Вино
Влияние Турции
Нестабильная политическая обстановка

Казахстан

ассоциации

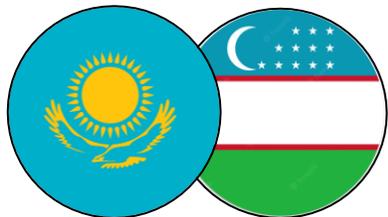
Развивающаяся страна
Хлопок
Промышленность
Развивающийся рынок
Кумовство
Неэффективное правительство
Нет управленцев

Горы
Харизма
Коньяк
Аграрная страна
Карабахский конфликт

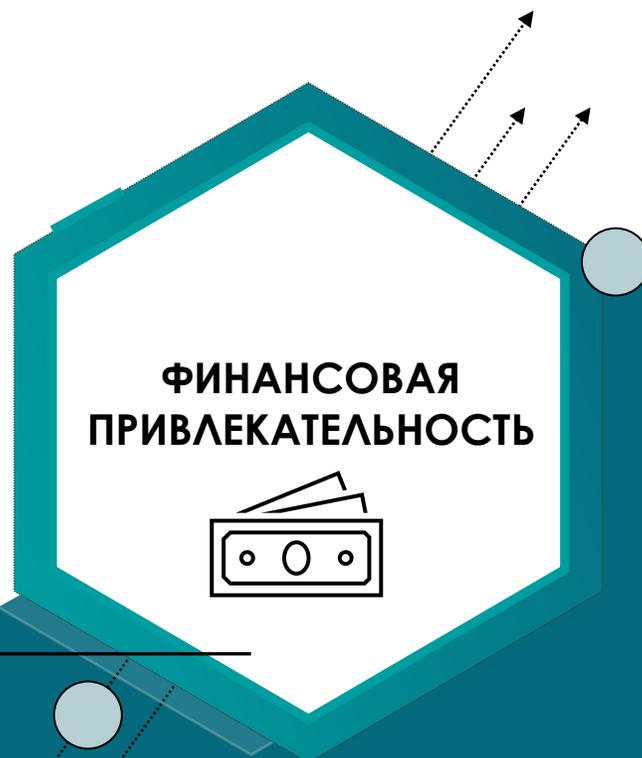
Грузия

ассоциации

Краткосрочно — самая высокая финансовая привлекательность у Казахстана. Долгосрочно — у Узбекистана.



Страны с высоким потенциалом развития, хорошим инвестиционным климатом



Непривлекательны из-за геополитической повестки

Узбеки

- Ориентированы на "прикладные" действия
- Относятся настороженно к русским

Армяне

- Ориентированы на цифры

- Любят, когда могут научиться чему-то новому
- Ценят уважение к их национальным традициям, истории
- Вызывают доверие

Казахи

- Money-driven
- Не любят заниматься сложными вопросами
- Большое значение уделяют семейным узам

Грузины

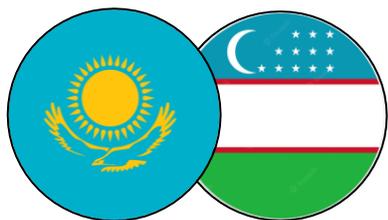
Узбекистан и Казахстан сейчас имеют больше возможностей для обеспечения социального благополучия, чем Армения и Грузия.



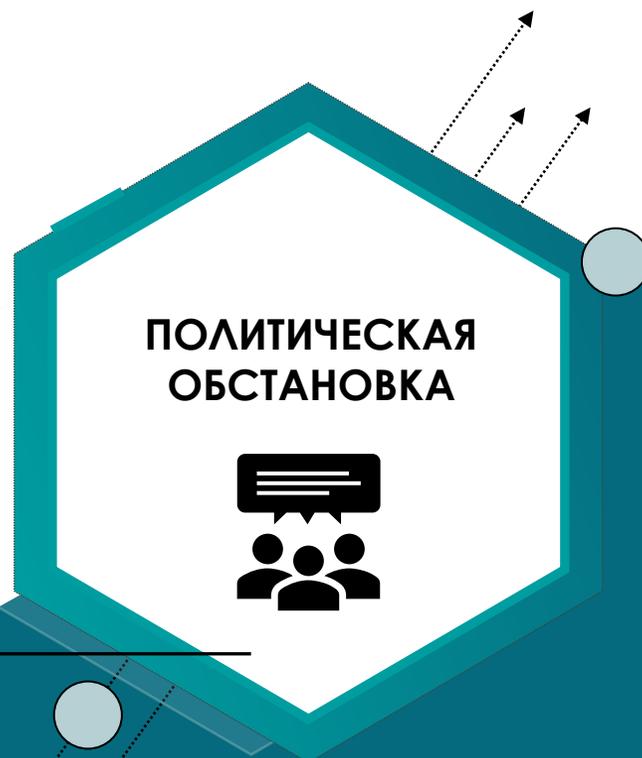
Средний уровень



Низкий уровень



Адекватный политический курс, ориентированный на экономические интересы + лояльность к крупному российскому бизнесу



Нестабильная политическая обстановка



«НОВОДЕЛ»



исторический туризм
для ценителей



исторический туризм



туристическая страна





МЕЖДУНАРОДНАЯ
НЕДЕЛЯ БИЗНЕСА 2022
INTERNATIONAL
BUSINESS WEEK

РАЗДЕЛ 2. МАССОВОЕ СОЗНАНИЕ

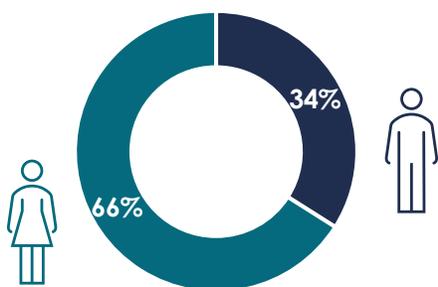


СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ

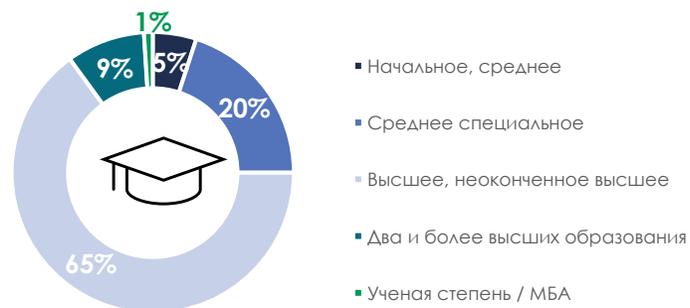
ВЫБОРКА
ПИЛОТАЖНОГО
ИССЛЕДОВАНИЯ:

100
РЕСПОНДЕНТОВ

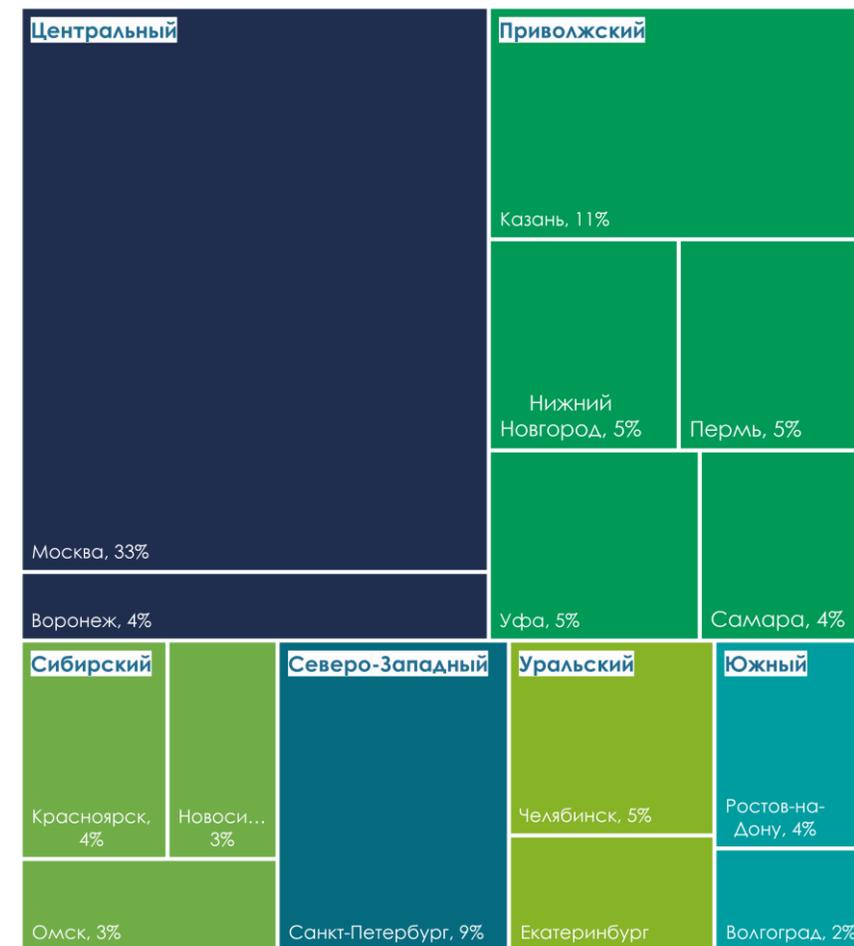
ПОЛ



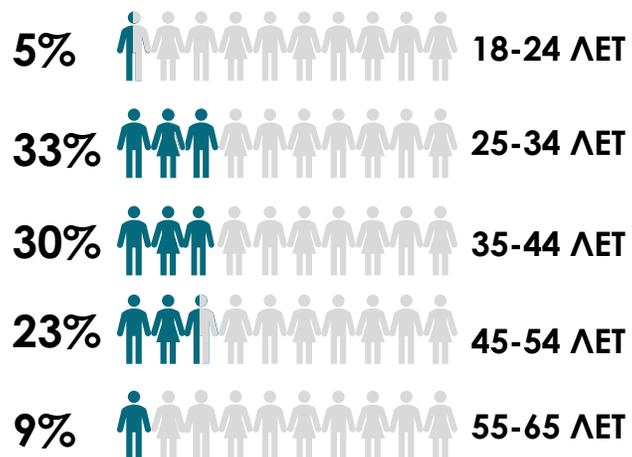
ОБРАЗОВАНИЕ



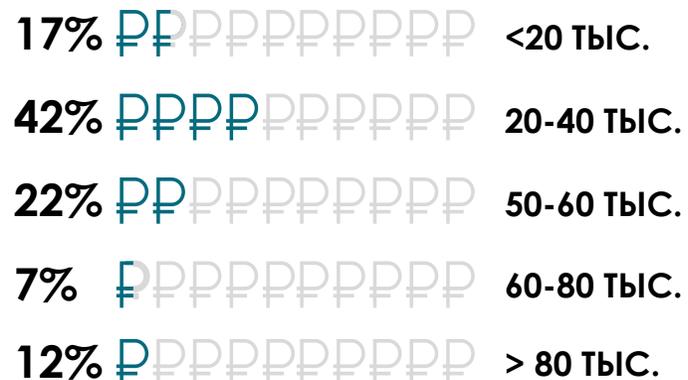
РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО ФЕДЕРАЛЬНЫМ ОКРУГАМ



ВОЗРАСТ

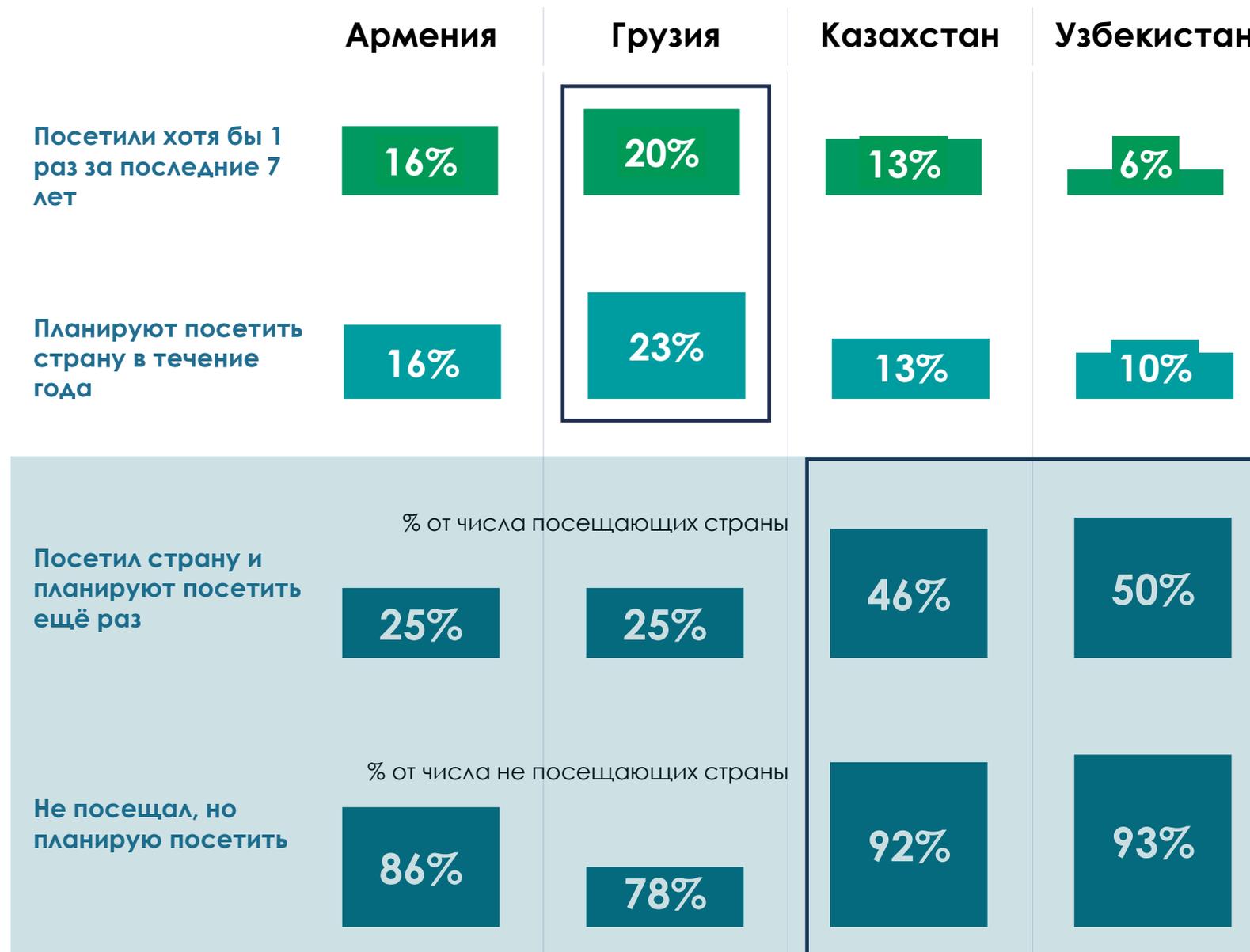


ДОХОД В МЕСЯЦ НА ОДНОГО ЧЛЕНА СЕМЬИ



ОПЫТ ПОСЕЩЕНИЯ СТРАНЫ

- **Грузия – самая посещаемая страна** (20% респондентов посетили страну хотя бы 1 раз за последние 7 лет)
- **23% респондентов планируют посетить Грузию** в течение года (самый высокий показатель)
- **Узбекистан – одновременно наименее посещаемая (6%) и наименее желанная для посещения страна (10%)**
- Респонденты **охотнее решаются на первое посещение Грузии (22%) и Армении (14%),** чем Казахстана и Узбекистана
- **Люди, посетившие Казахстан и Узбекистан, чаще хотят туда вернуться (46% и 50%, соответственно),** чем те, кто был в Армении или Грузии



СТРАНА С ИДЕАЛЬНОЙ РЕПУТАЦИЕЙ

Вопрос анкеты: «Представьте страну своей мечты, страну, в которой вам хотелось бы жить. Какие из представленных утверждений в большей степени подходят для её описания? (Оцените по 10-бальной шкале, где 0 – «совсем не подходит», а 10 – «очень важно»)

Наиболее важные характеристики страны:

- Личная симпатия
- Условия для жизни
- Стабильная политическая обстановка

Наименее важные:

- Харизматичные лидеры
- Главенство международного права
- Вовлеченность в мировое сообщество

■ высокозначимые характеристики ■ среднезначимые ■ низкозначимые



РЕПУТАЦИЯ АРМЕНИИ

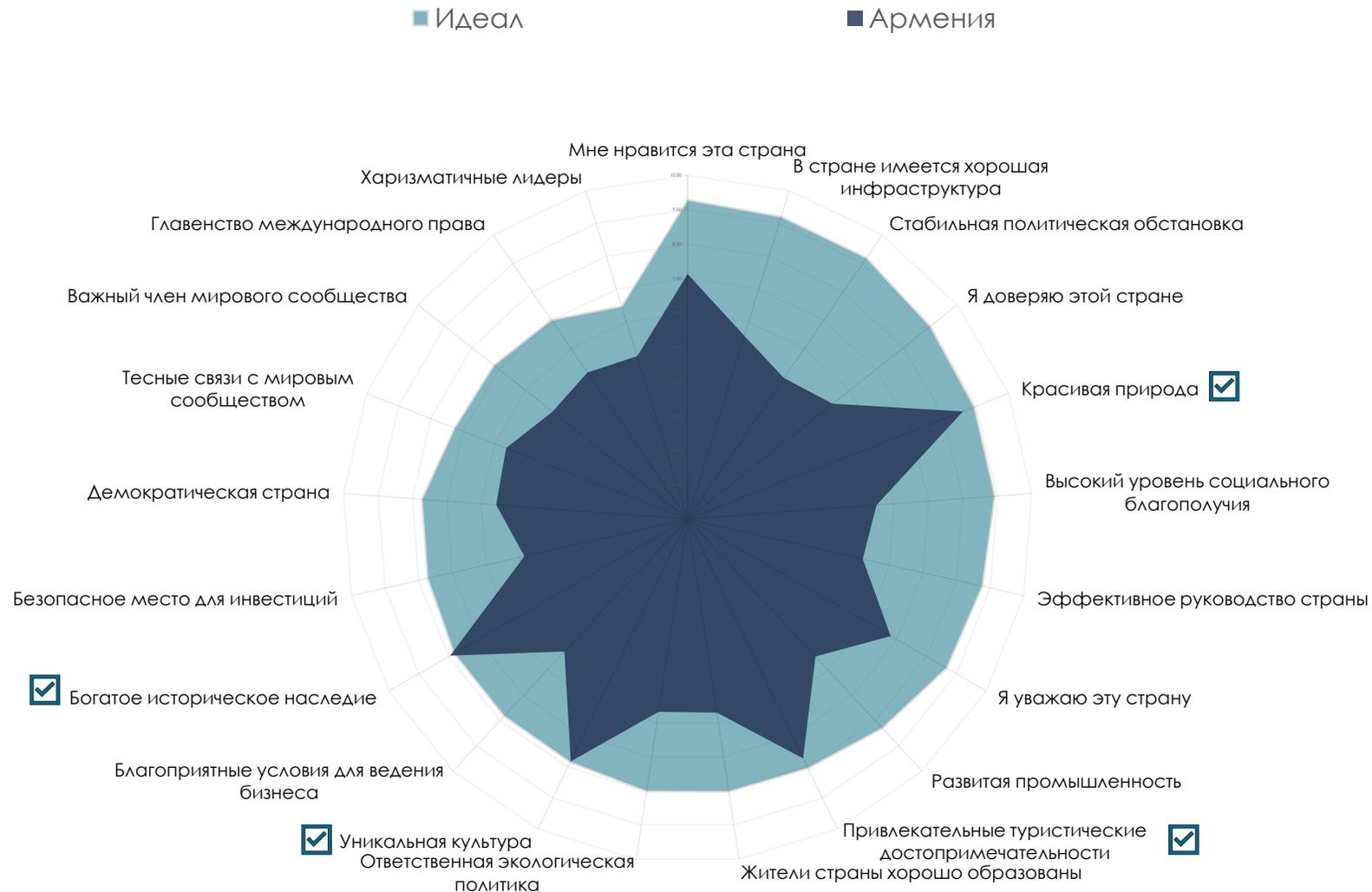
Вопрос анкеты: «Оцените насколько следующие утверждения соответствуют Вашему представлению об Армении по 10-балльной шкале, где 0 – «совсем не совпадает», а 10 – «полностью совпадает».

Сильные стороны:

- Природа и достопримечательности
- Эмоциональная связь
- Культура

Потенциал роста:

- Стабильная полит. обстановка
- Эффективность правительства
- Соц. благополучие



РЕПУТАЦИЯ ГРУЗИИ

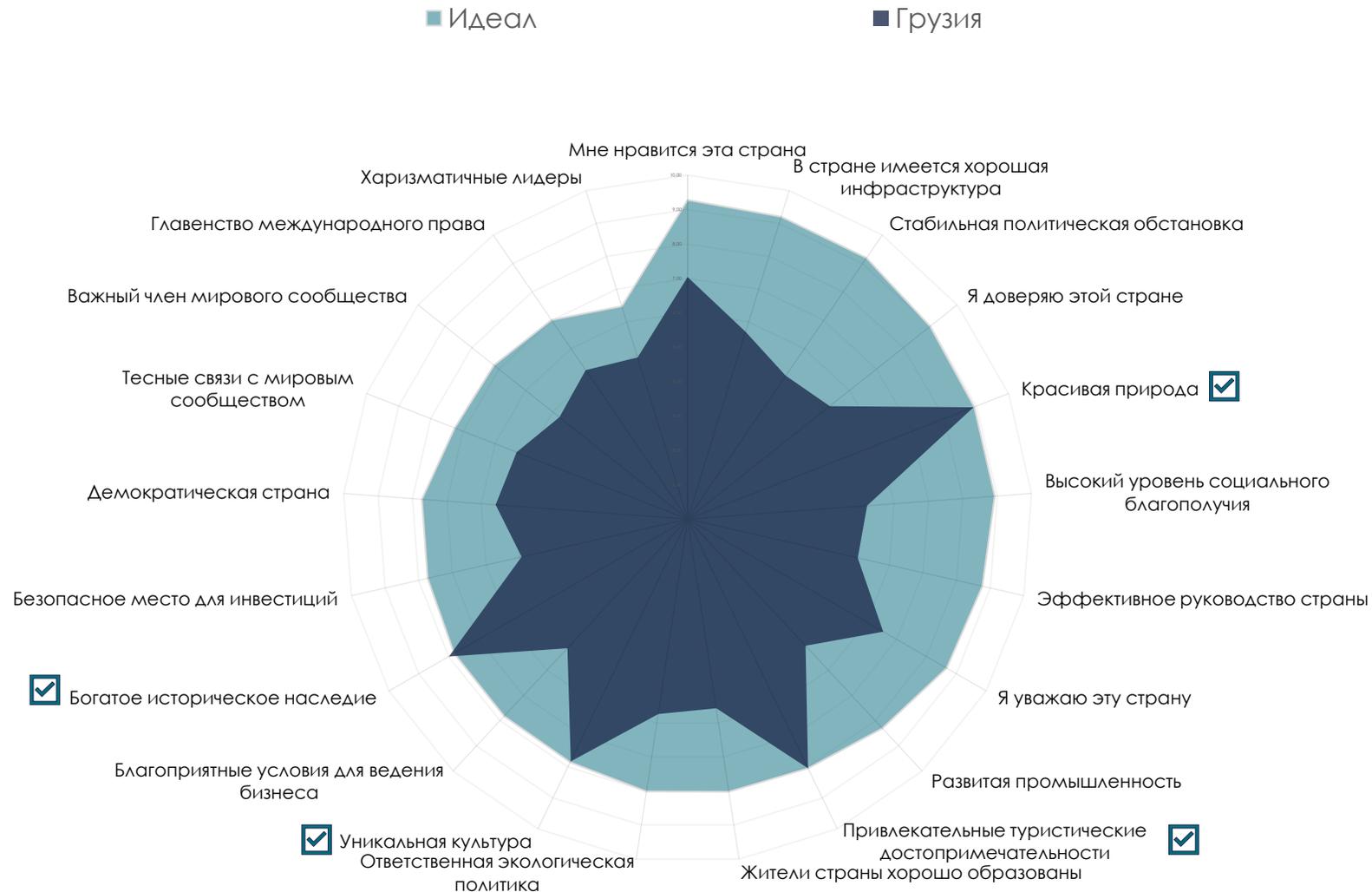
Вопрос анкеты: «Оцените насколько следующие утверждения соответствуют Вашему представлению о Грузии по 10-балльной шкале, где 0 – «совсем не совпадает», а 10 – «полностью совпадает».

Сильные стороны:

- Природа
- Эмоциональная связь
- Культура

Потенциал роста:

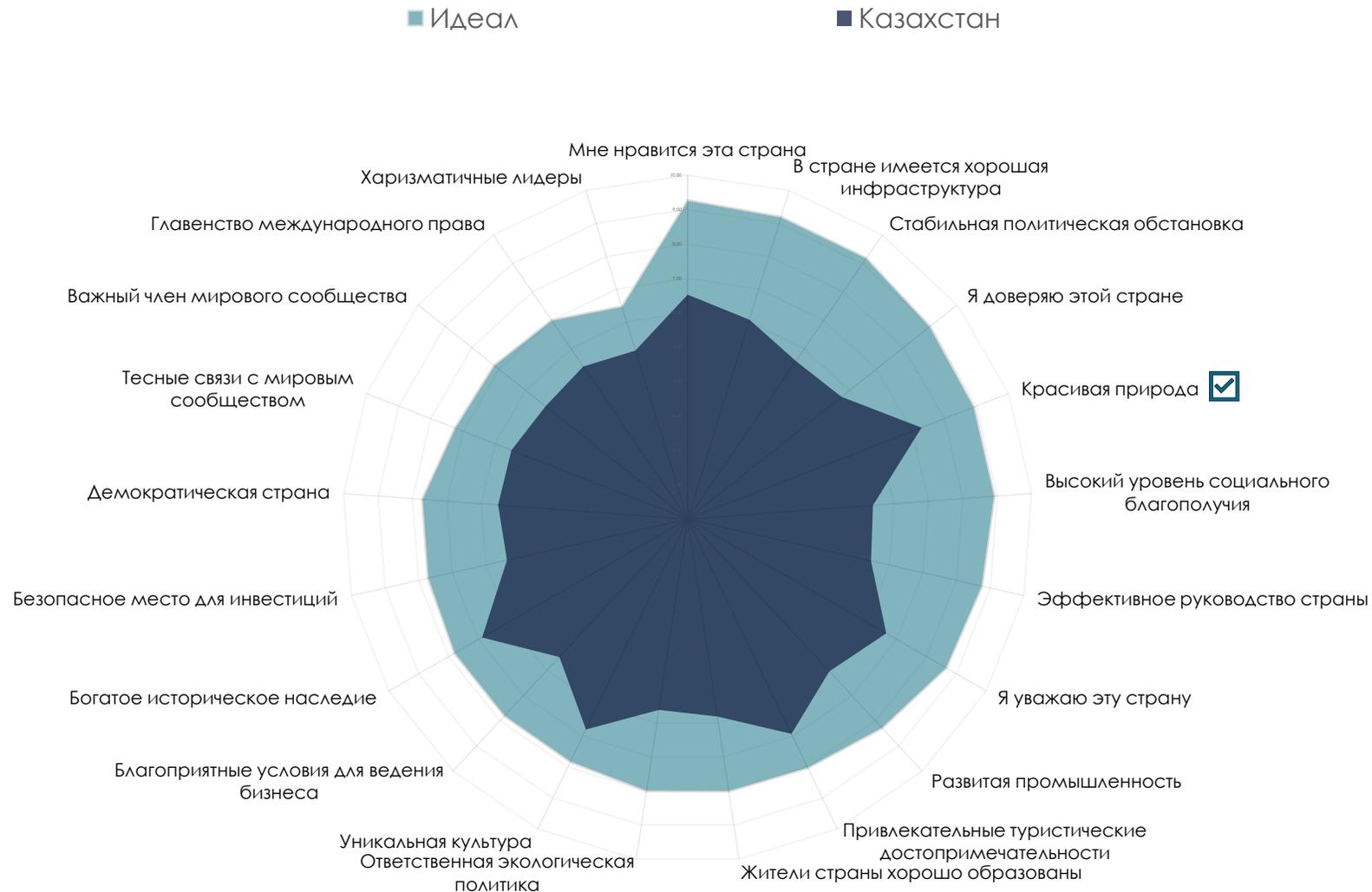
- Стабильная полит. обстановка
- Эффективность правительства
- Соц. благополучие



РЕПУТАЦИЯ КАЗАХСТАНА

Вопрос анкеты: «Оцените насколько следующие утверждения соответствуют Вашему представлению о Казахстане по 10-балльной шкале, где 0 – «совсем не совпадает», а 10 – «полностью совпадает».

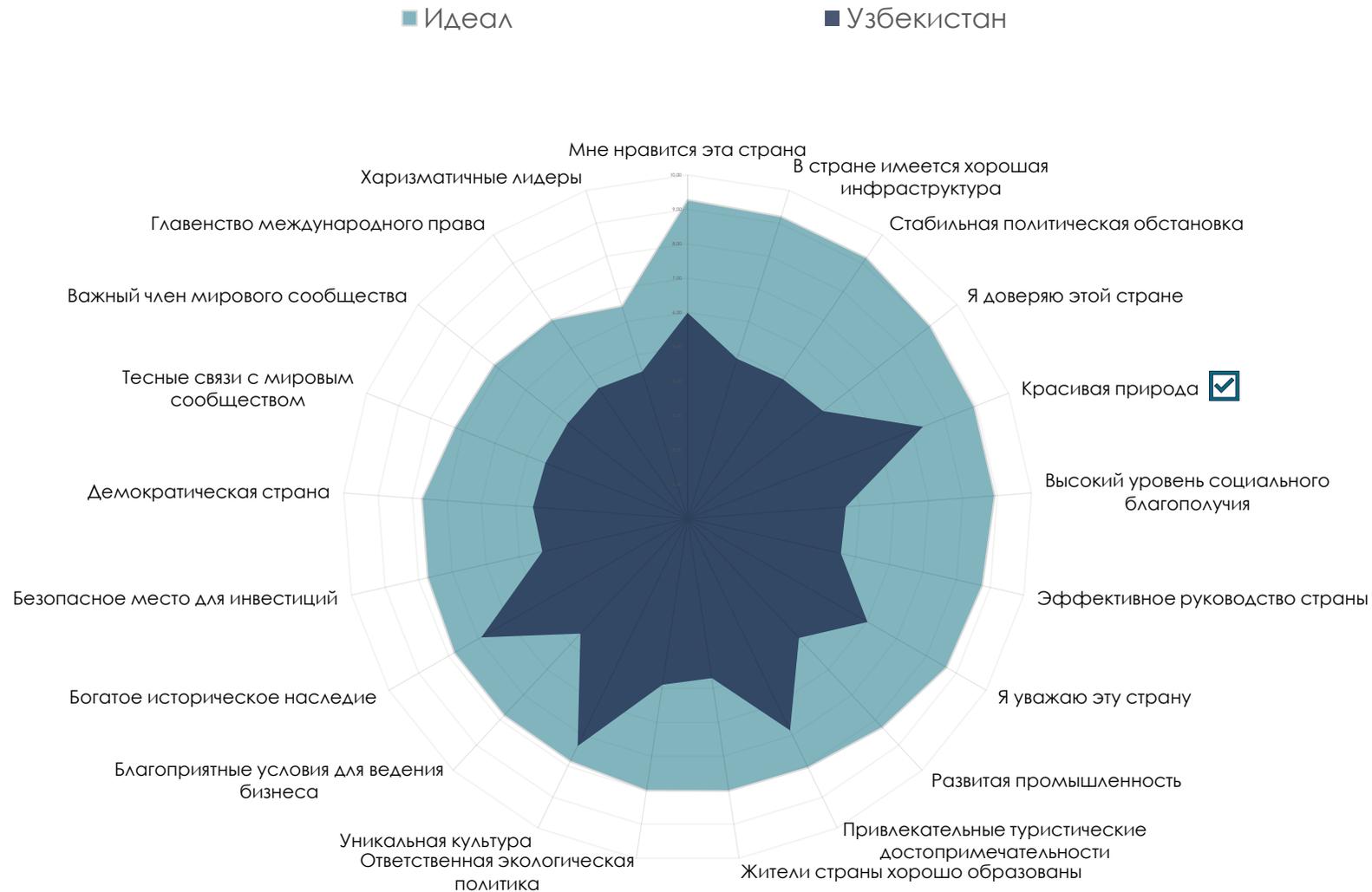
- Страна воспринимается более развитой (промышленность, инфраструктура) и более политически стабильной в сравнении с Арменией и Грузией



РЕПУТАЦИЯ УЗБЕКИСТАНА

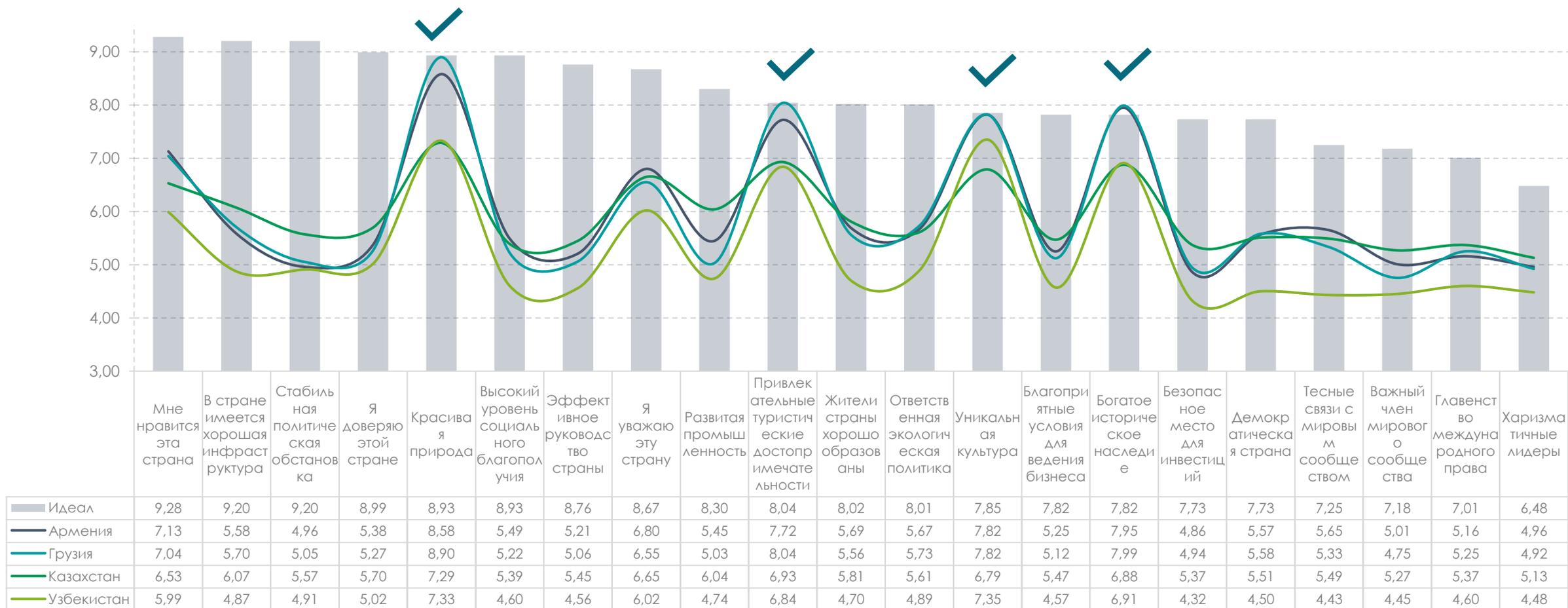
Вопрос анкеты: «Оцените насколько следующие утверждения соответствуют Вашему представлению о Казахстане по 10-балльной шкале, где 0 – «совсем не совпадает», а 10 – «полностью совпадает».

- Имеет схожий профиль с остальными странами.
- Во всём воспринимается хуже, кроме культуры и природы



Сравнение профилей

- Армения и Грузия имеют максимальные пересечения профилей
- Казахстан имеет самый сбалансированный профиль
- Узбекистан повторяет профили других стран, но оценивается ниже других стран.



СРАВНЕНИЕ ПРОФИЛЕЙ

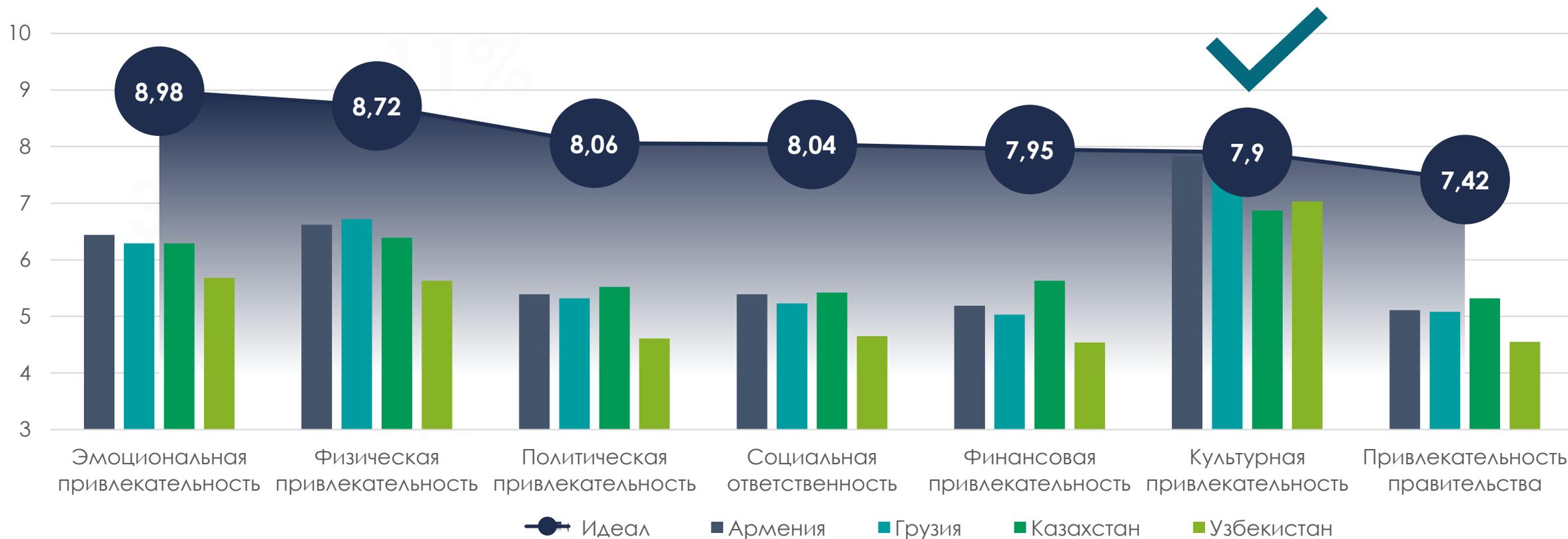
Наибольшие разрывы у всех стран по 4 драйверам:

- Привлекательность правительства
- Политическая привлекательность
- Социальная привлекательность
- Финансовая привлекательность

Наименьший разрыв у всех стран – по культурной привлекательности

По 6 из 7 драйверов, Армения, Грузия и Казахстан имеют приблизительно одинаковые показатели

Узбекистан имеет худшие показатели по всем драйверам с отрывом от остальной троицы



МОДЕЛИ ОЦЕНОК РЕПУТАЦИИ

Для изучения взаимосвязей между критериями использован факторный анализ*. В результате обработки оценок «идеально» страны выделены четыре фактора: группы взаимосвязанных критериев. Каждый из факторов статически объединяет те или иные характеристики репутации, раскрывает логику оценок стран: категории, сгруппированные в одном факторе, являются ассоциативно связанными по принципу «если..., то...».



Фактор 1: СТРАНА ДЛЯ БИЗНЕСА

Важный член мирового сообщества	0,78
Ответственная экологическая политика	0,74
Благоприятные условия для ведения бизнеса	0,70
Харизматичные лидеры	0,68
Безопасное место для инвестиций	0,64
Развитая промышленность	0,63
Жители страны хорошо образованы	0,61

Фактор 2: СТРАНА ДЛЯ ЖИЗНИ

В стране имеется хорошая инфраструктура	0,77
В первую очередь я должен доверять стране	0,77
В первую очередь страна должна мне нравиться	0,73
В первую очередь я должен уважать страну	0,72
Высокий уровень социального благополучия	0,66
Эффективное руководство страны	0,65
Стабильная политическая обстановка	0,64

Фактор 3: СТРАНА ДЛЯ ОТПУСКА

Привлекательные туристические достопримечательности	0,86
Уникальная культура	0,79
Богатое историческое наследие	0,75
Красивая природа	0,63

Фактор 4: СТРАНА ДЛЯ ЛИБЕРАЛОВ

Главенство международного права	0,63
Демократическая страна	0,78

ЖЕЛАНИЕ ПОСЕТИТЬ

Вопрос анкеты: «Насколько вы согласны со следующими утверждениями, если говорить о стране ? Оцените согласие по шкале от 1 до 5, где 1 – совсем не согласен; 2 – скорее согласен; 3 – нейтрально; 4 – скорее согласен; 5 – полностью согласен».

Респонденты были **наиболее благосклонны к Армении** (самые низкие показатели несогласия)

Люди больше **верят в то, что окружающие хотят посетить Армению (71%) и Грузию (70%),** чем Казахстан (56%) и Узбекистан (52%)

Наименьшее количество людей готовы рекомендовать знакомым Узбекистан (49%) в равнении с остальными странами

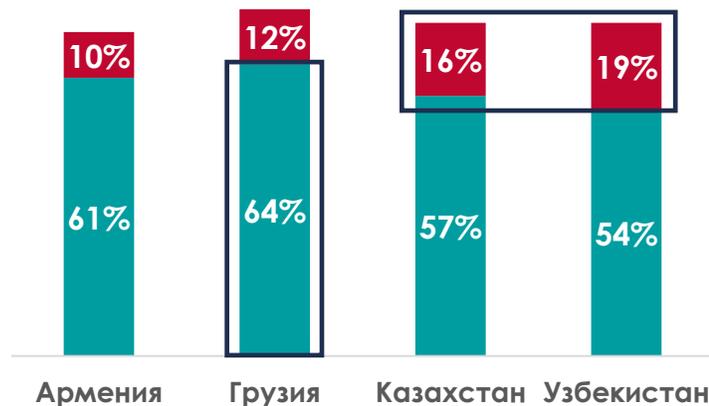
«Я хотел бы посетить эту страну»



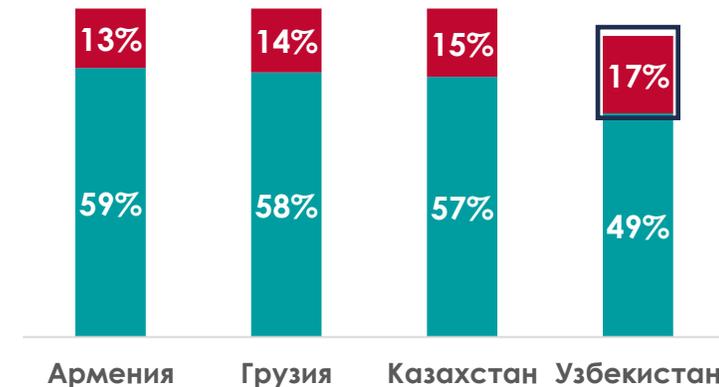
«Думаю, другие люди хотят посетить эту страну»



«Я удовлетворен посещением этой страны»



«Я бы рекомендовал посетить эту страну другим»



ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ В ПРОДУКТАХ СТРАНЫ

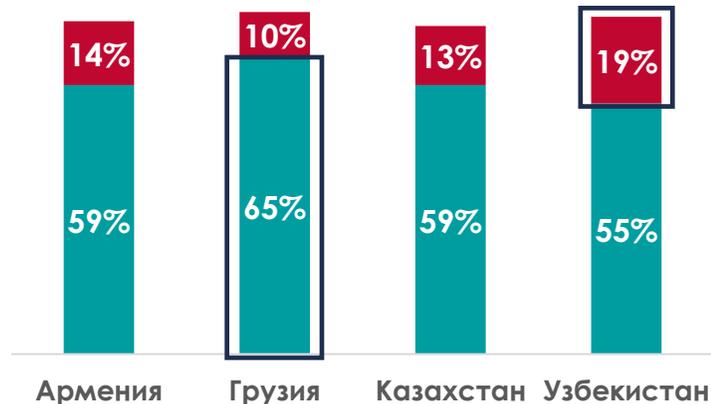
Вопрос анкеты: «Насколько вы согласны со следующими утверждениями, если говорить о стране ? Оцените согласие по шкале от 1 до 5, где 1 – совсем не согласен; 2 – скорее согласен; 3 – нейтрально; 4 – скорее согласен; 5 – полностью согласен».

Продукты производимые в Грузии – самые привлекательные для потребления

Напротив, Узбекистан – наименее привлекательная страна-производитель продуктов

Армения и Казахстан имеют схожие средние показатели

«Я хотел бы приобрести продукты, произведенные в этой страны»



«Я думаю, что другие люди любят продукты, произведенные в этой страны»



«Я был бы доволен использованием продуктами, произведенными в этой страны»



«Я бы рекомендовал продукты, произведенные в этой стране, другим»



ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

Вопрос анкеты: «Откуда Вы получаете общую информацию об Армении, Грузии, Казахстане и Узбекистане? Укажите, пожалуйста, как часто Вы получаете информацию из этих источников.»

Чаще всего респонденты получали информацию о рассматриваемых странах из онлайн-медиа (53%) и телевидения (33%)

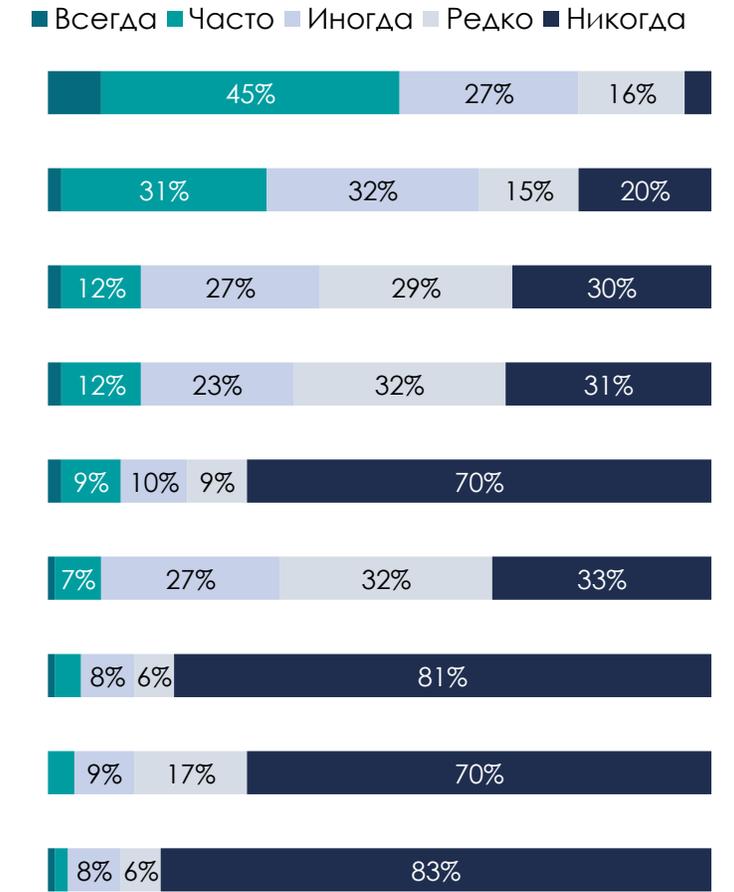
Самыми распространенными источниками, после онлайн-медиа и телевидения, оказались:

- Личное общение (70%)
- Газеты и печатные издания (69%)
- А также радио (67%)

Источники получения информации



Частота обращения к источникам



Репутационный профиль Армении и Грузии имеет схожий рисунок как среди экспертов, так и среди жителей России

Главное отличие между двумя странами – политические настроения в отношении России (по мнению экспертов).

Казахстан выделяется сбалансированностью профиля. А по мнению экспертов, имеет самую деловую среду из рассматриваемых стран.

Узбекистан выделяется наибольшим потенциалом для роста в аспектах инвестиционной привлекательности, эффективности правительства и социального благополучия.

Обе ЦА высоко оценили привлекательность правительства и экономики Казахстана.

Напротив, Армения и Узбекистан воспринимаются менее организованными странами.

Несмотря на недостатки, это расценивалось экспертами как возможности, а не как препятствия, в отличие от жителей России.

Эксперты и жители России примерно одинаково относятся к объектам исследования, но по- разному оценивают это для себя

Онлайн-медиа и телевидение – основные источники информации

И эксперты, и жители России назвали эти каналы ключевыми источниками информации о рассматриваемых странах.

Армения – для туризма, Грузия – для потребления...

И жители России, и эксперты высоко оценивают туристическую привлекательность Армении.

Грузия оказалась более интересной как страна-производитель потребляемых товаров для жителей России.

При этом Казахстан в обоих аспектах оказался ближе к Армении и Грузии, чем к Узбекистану.

Эксперты называли отношение грузин к россиянам скорее напряженным, несмотря на то, что оценивали страну привлекательной во многих аспектах (туризм, бизнес, жизнь).

Отношение россиян к Грузии – неоднозначное

Спокойствие и стабильность – в приоритете

Стабильная политическая обстановка, социальное благополучие и эффективное руководство вошли в 7 самых важных характеристик идеальной страны для россиян.

Низкозначимые критерии: «Важный член мирового сообщества» и «Тесные связи с мировым сообществом», «Демократическая страна», «Харизматичные лидеры» и «Главенство международного права».

КОНТАКТЫ

PR News



<https://prnews.ru>



contact@prnews.ru



+7 495 789 4259



Адрес: 119034, г. Москва,
Соймоновский проезд д. 7, стр. 1,
подъезд 2, 2 этаж, офис 20



<https://t.me/cominsights>



https://vk.ru/lilia_prnews



<https://vc.ru/u/497573-pr-news>



МЕЖДУНАРОДНАЯ
НЕДЕЛЯ БИЗНЕСА 2022
INTERNATIONAL
BUSINESS WEEK

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

