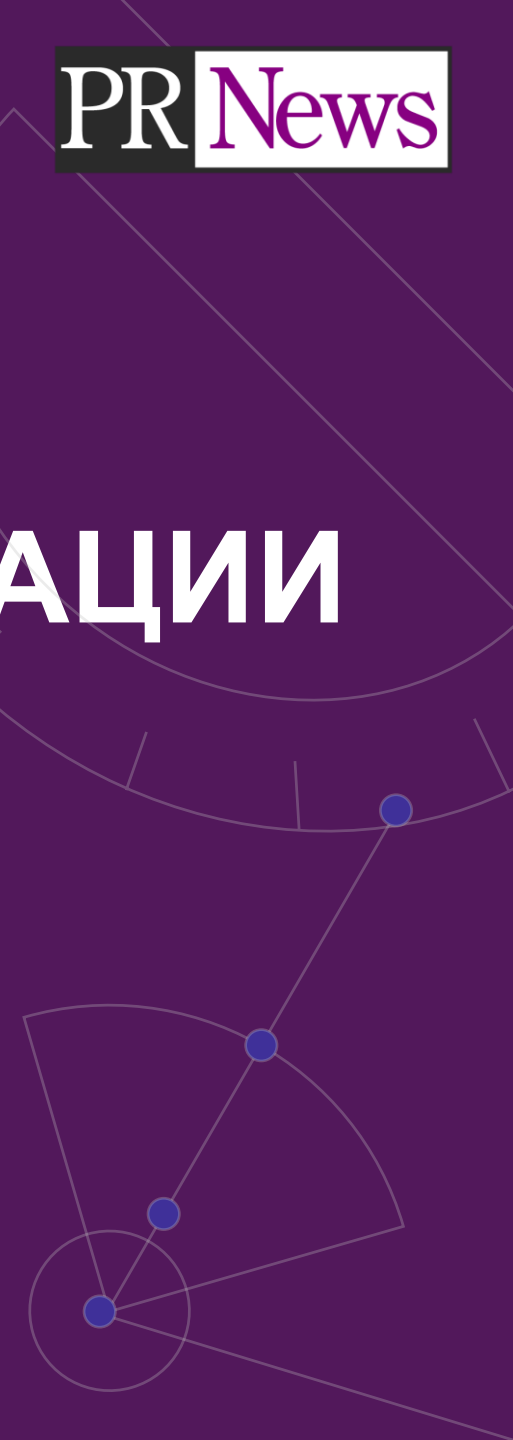
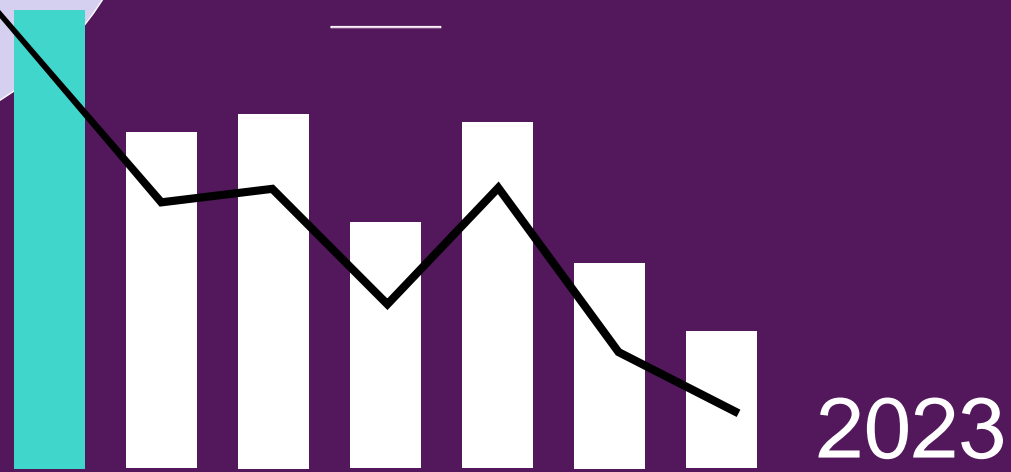
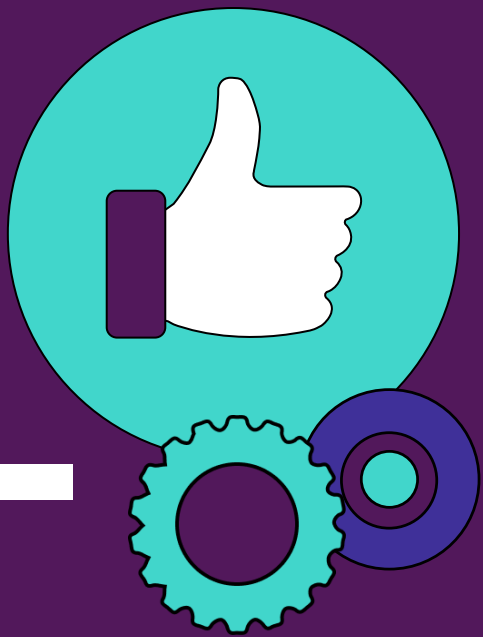
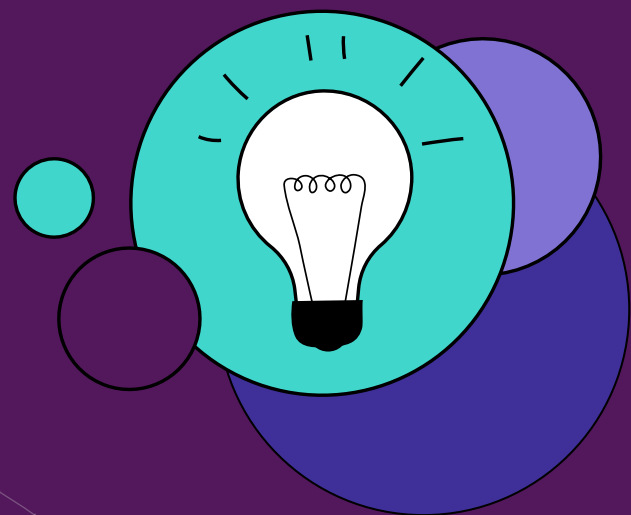


# ДРАЙВЕРЫ РЕПУТАЦИИ ТЕРРИТОРИЙ



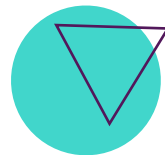
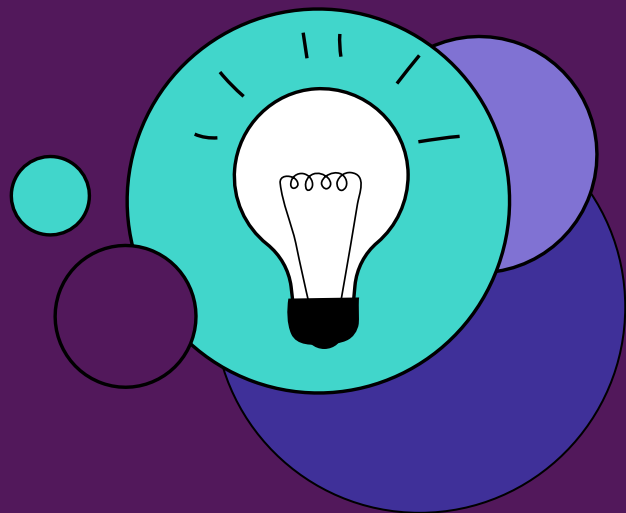


**Репутация — ключевой управленческий инструмент, который крайне важен с точки зрения увеличения культурной, туристической, финансово-инвестиционной привлекательности территории.**

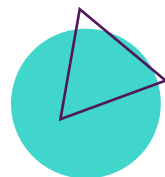


# ЗАЧЕМ ИЗУЧАТЬ РЕПУТАЦИЮ РЕГИОНОВ?

# АКТУАЛЬНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕТОДОЛОГИИ



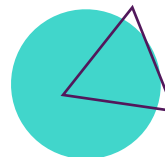
**Процесс формирования репутации территории – комплексная и многоэтапная работа**, затрагивающая многие сферы, начиная от социальной, экономической систем региона и заканчивая аспектами жизнедеятельности населения территории.



Основными уровнями репутации территории являются: международная, общегосударственная и внутренняя (для населения территории).

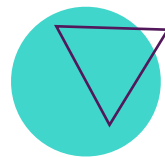
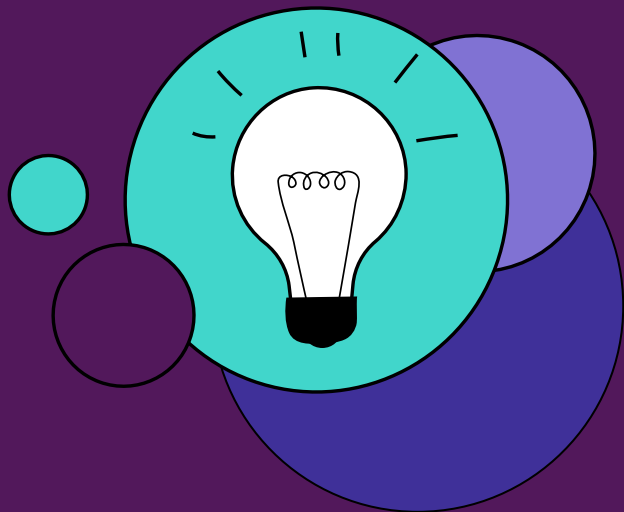


В основу управления репутацией региона должны быть положены **результаты ее оценки, позволяющие сформировать основные направления для развития либо преобразования.**

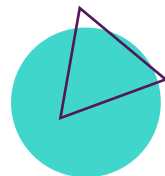


**НО!!! устоявшихся механизмов оценки репутации регионов нет.** Есть различные рейтинги территорий (кредитный, губернаторов, национального рейтинг состояния инвестиционного климата и т.д.), которые лишь в определенной степени могут выступать в качестве индикаторов состояния узнаваемости и успешности регионального позиционирования. В целом они фиксируют сравнительно небольшую группу факторов и не могут выступать единственным основанием для оценки репутации территориального образования.

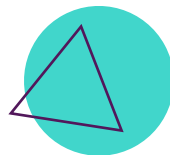
# РЕПУТАЦИЯ КАК РЕСУРС РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ И СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ



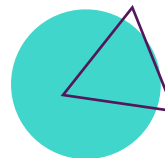
Страна находится в условиях герметизации, а потому все **регионы находятся в условиях конкуренции друг с другом за ресурсы**. Причем ресурсы совершенного разного плана: финансовые, административные и человеческие. Репутация региона обеспечивает его конкурентоспособность и является одним из факторов привлечения ресурсов → благоприятная репутация сама по себе является потенциальным источником дохода для региона.



**Исследование репутации** поможет найти те направления, по которым стоит начать формировать нужный, востребованный, актуальный образ региона → станет **фундаментом для развития информационно-коммуникационного потенциала региона**.

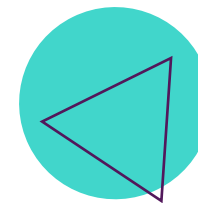
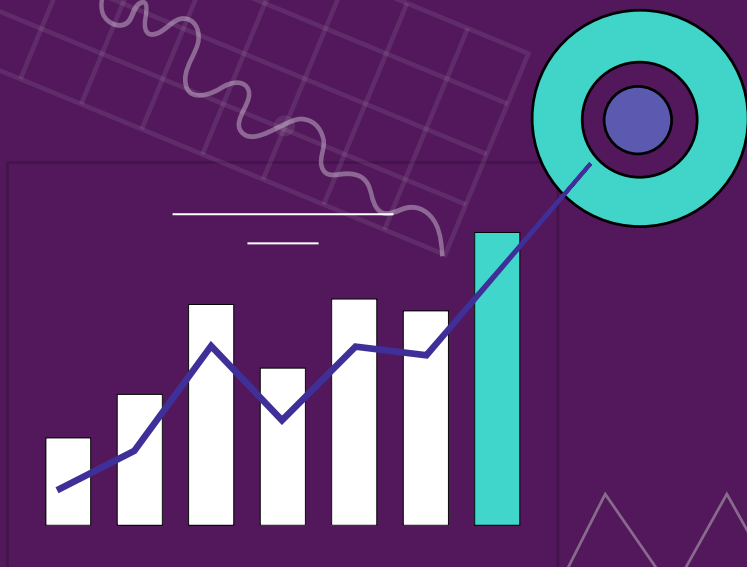


Даже если у региона уже сложилась правильная информационная стратегия, исследование позволит выделить основные направления (понять, что помогает, а что нет) и **выстроить систему управления репутацией** чтобы попадать в более высокие рейтинги.



Это в свою очередь позволяет **вовремя реагировать на негативные события**, происходящие в регионе и предотвращать их отрицательное влияние на репутацию территории. Так как, в случае, когда репутация формируется спонтанно, негативная информация может стать ее неотъемлемой частью и отрицательно влиять на отношение к данной территории со стороны самых различных аудиторий (начиная от потенциальных инвесторов и заканчивая гражданским обществом).

**К РЕПУТАЦИИ  
ТЕРРИТОРИИ МОЖНО  
ПОДОЙТИ ТАК ЖЕ, КАК И К  
ОЦЕНКЕ РЕПУТАЦИИ  
ЛЮБОГО БИЗНЕСА**



Репутацию территории можно детально изучить, применяя привычные механики и бизнес-инструментарий, а на основе полученных данных, выбрать верные управленческие решения, которые помогут системно преодолеть болевые точки.

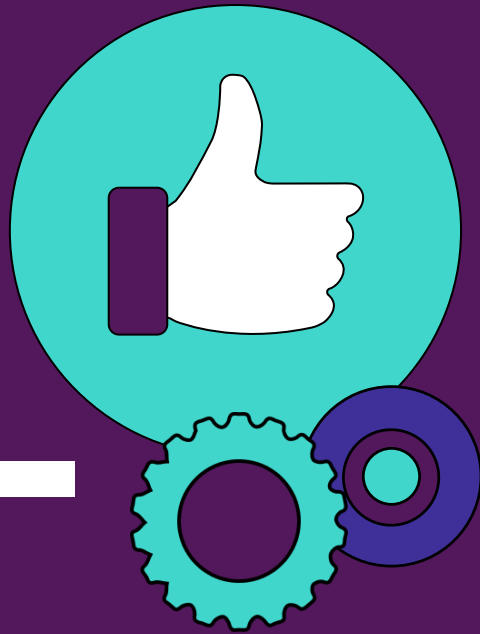
# КЛАССИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ РЕПУТАЦИИ\*

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)



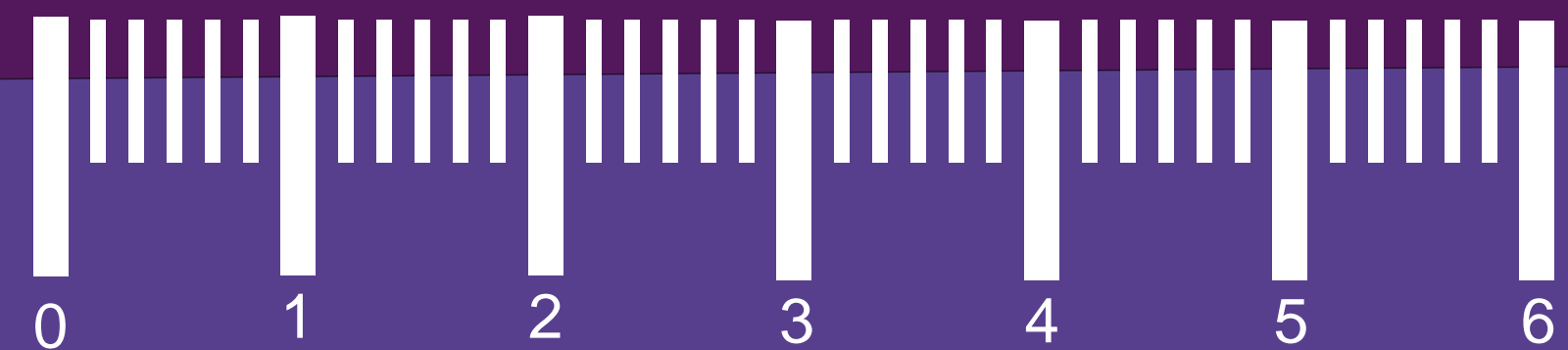
# КЛАССИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ИЗ 7 ДРАЙВЕРОВ БЫЛА АДАПТИРОВАНА ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ РЕПУТАЦИИ ТЕРРИТОРИЙ



\*Индекс репутации страны – адаптированная версия коэффициента репутации Харриса-Фомбруна, используемого для измерения корпоративной репутации.



# РЕПУТАЦИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ



Массовый опрос 2023 год



## МЕТОД

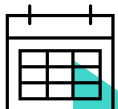
анкетирование,  
формализованный  
онлайн-опрос



## ВЫБОРКА

# 3000

респондентов,  
жители городов 500+



## ПЕРИОД

май – сентябрь 2023 года



## СБОР ДАННЫХ



# Анкетолог

# МЕТОДОЛОГИЯ

Для оценки использовались 15 характеристик, которые детализируют 7 драйверов:



### ФИЗИЧЕСКАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ

- Красивая природа
- Комфортный климат
- Большие возможности для образования
- Развитая инфраструктура дорог, жилья, сервисных услуг, здравоохранения и связи



### ФИНАНСОВАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ

- Благоприятные условия для бизнеса, инвестиций
- Развитая промышленность



### КУЛЬТУРНАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ

- Уникальные культура и богатая история
- Привлекательные туристические достопримечательности
- Возможности для досуга, отдыха



### ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ

- Стабильная политическая обстановка



### ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ

- Нравится регион, считаю регион лучшим



### ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ПРАВИТЕЛЬСТВА

- Яркие, сильные руководители
- Эффективное руководство региона

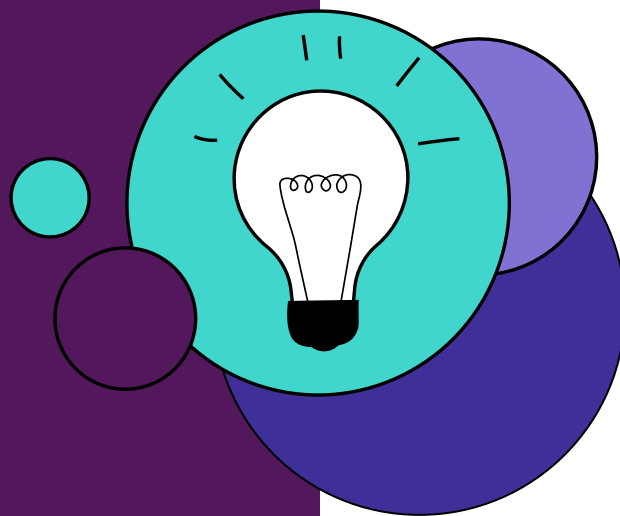


### СОЦИАЛЬНОЕ БЛАГОПОЛУЧИЕ

- Высокий уровень социального благополучия
- Хорошая экология

- Рейтинг строился на основе оценок региона жителями других территорий по набору характеристик: респондентам предлагали выбрать лучший регион России (кроме своего) и оценить его
- Отдельно опрошенные оценивали по аналогичным характеристикам свой регион проживания
- Разрывы в оценках стали основанием для выводов о лояльности населения к своей территории

# ЧТО МОЖНО ИЗУЧАТЬ С ПОМОЩЬЮ МЕТОДИКИ?



**РЕПУТАЦИЮ  
СТРАНЫ**

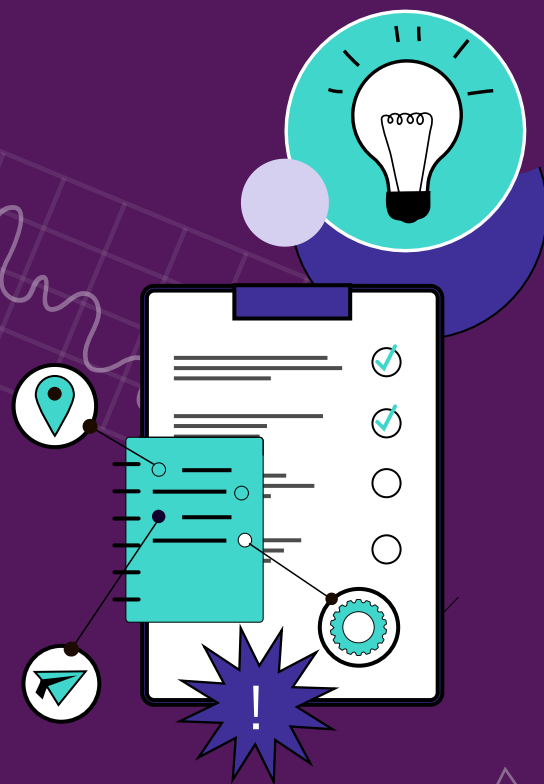


**РЕПУТАЦИЮ  
РЕГИОНА**



**РЕПУТАЦИЮ  
ГОРОДА И ДРУГИХ  
ТЕРРИТОРИЙ**

# РАКУРСЫ АНАЛИЗА ДЛЯ ПОИСКА ИНСАЙТОВ



## С ЧЕМ МОЖНО СРАВНИТЬ?

Линейки анализа результатов региона для формулировки выводов:

- Среднее по всем регионам РФ
- Среднее по регионам округа
- Среднее по ТОП-20



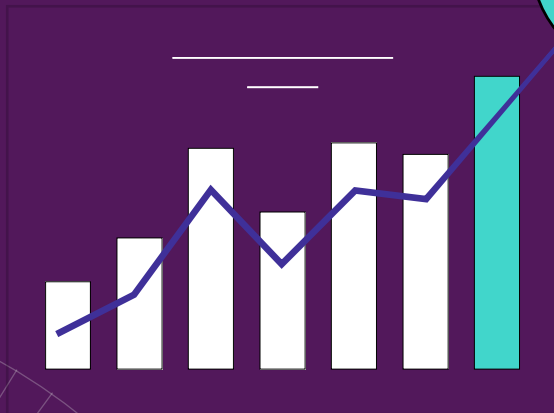
## ОТ ОБЩЕГО К ЧАСТНОМУ

- Анализ данных по **драйверам** позволяет увидеть общую картину, ответить на вопросы, как приоретизировать направления коммуникации
- Анализ **характеристик репутации** позволяет детализировать содержание посылов



## ВНЕШНЕЕ VS ВНУТРЕННЕЕ

- Анализ разрывов в показателях между представлениями о регионе со стороны жителей РФ в целом и населением конкретных территориях позволяет сделать вывод о точках напряжения внутри и целенаправленно направить усилия по корректировке установок



# РЕЙТИНГ РЕГИОНОВ КАК СИСТЕМА КОММУНИКАЦИОННЫХ КООРДИНАТ

# ТОП 20 ЛУЧШИХ РЕГИОНОВ ПО МНЕНИЮ РОССИЯН



# ТОП РЕГИОНОВ ПО РЕПУТАЦИОННОМУ ИНДЕКСУ



● Оценки репутации выше, чем эмоциональной привлекательности



# ДРАЙВЕРЫ РЕПУТАЦИИ КАК РЫЧАГИ УПРАВЛЕНИЯ КОММУНИКАЦИЯМИ

# КАРТА ДРАЙВЕРОВ ОЦЕНКИ РЕПУТАЦИИ РЕГИОНА\*

ДРАЙВЕРЫ

8,65

КУЛЬТУРНАЯ  
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ

8,01

ФИЗИЧЕСКАЯ  
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ

7,80

ПОЛИТИЧЕСКАЯ  
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ

Характеристики

8,69

Привлекательные туристические достопримечательности

8,65

Уникальные культура и богатая история

8,60

Возможности для досуга, отдыха

8,81

Красивая природа

8,22

Комфортный климат

7,45

Развитая инфраструктура дорог, жилья, сервисных услуг, здравоохранения и связи

7,11

Большие возможности для образования

7,80

Стабильная политическая обстановка

7,79

СОЦИАЛЬНОЕ  
БЛАГОПОЛУЧИЕ

7,67

ФИНАНСОВАЯ  
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ

7,54

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ  
ПРАВИТЕЛЬСТВА

7,97

Хорошая экология

7,60

Высокий уровень социального благополучия

7,91

Благоприятные условия для бизнеса, инвестиций

7,43

Развитая промышленность

7,61

Эффективное руководство региона

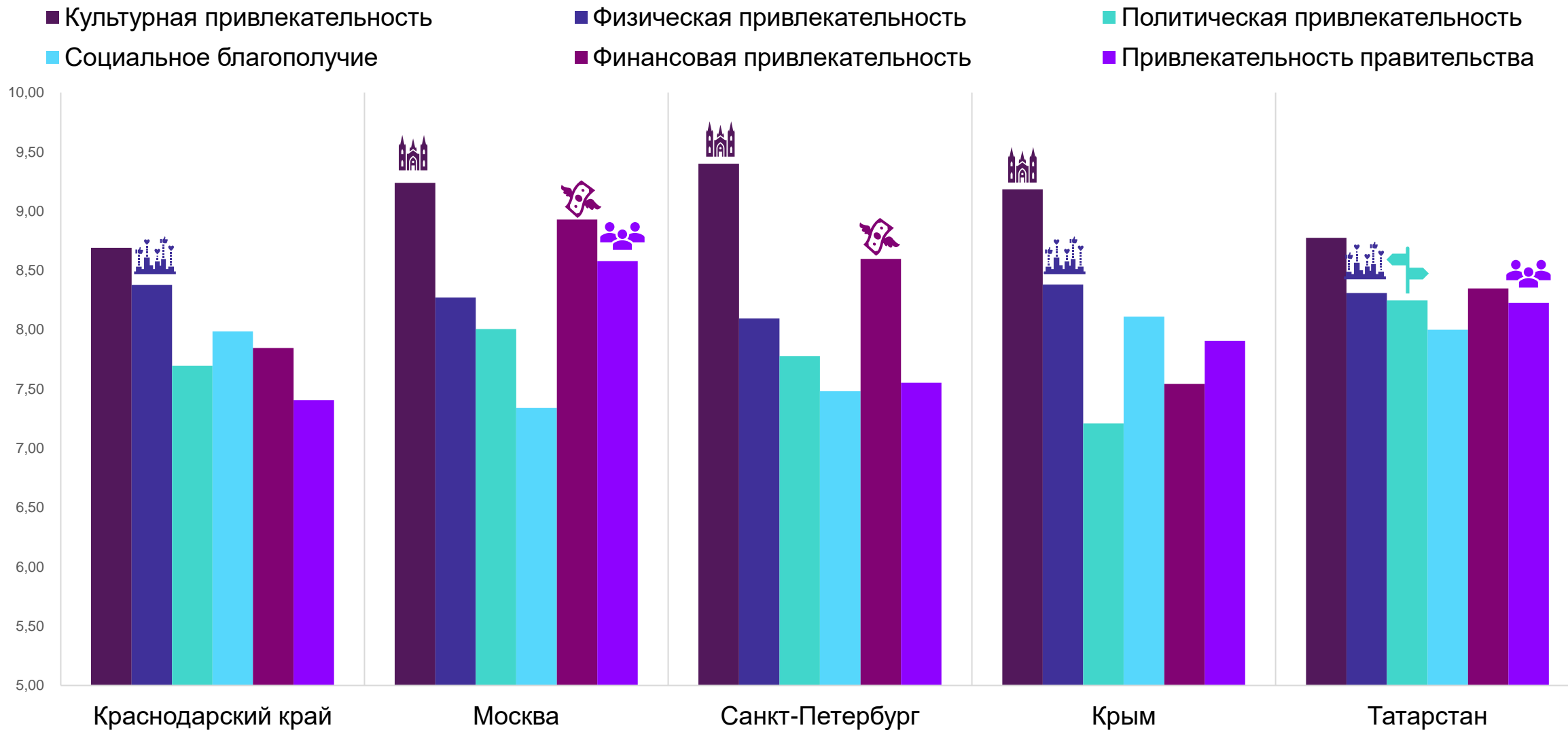
7,46

Яркие, сильные руководители

\*На данных топ 20 регионов



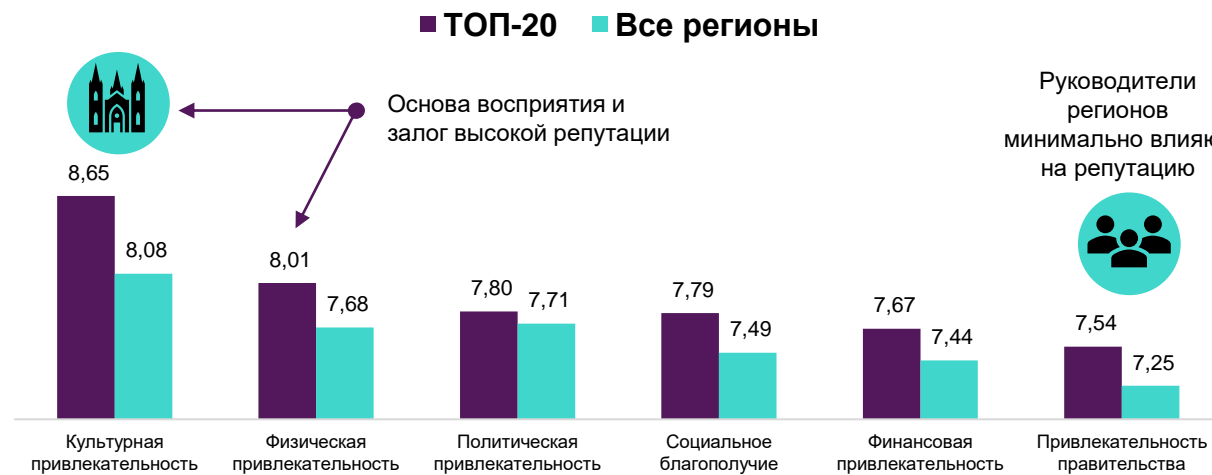
# ДРАЙВЕРЫ РЕПУТАЦИИ РЕГИОНА НА ПРИМЕРЕ ТОП 5



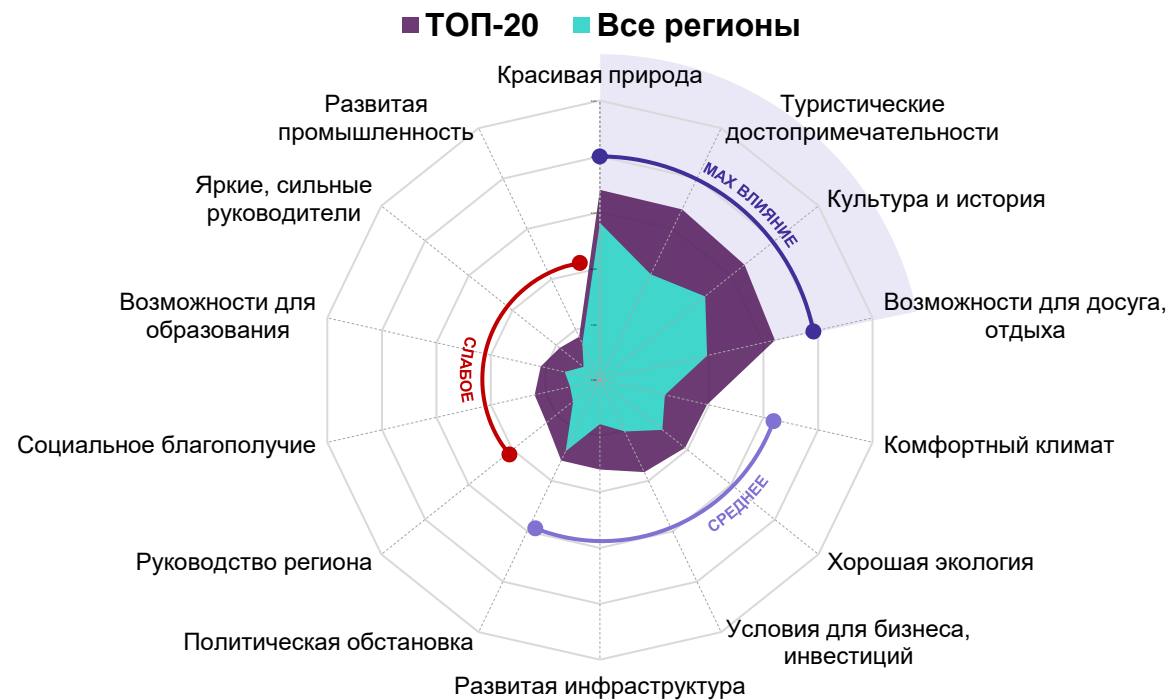
# ЧТО ВЫВОДИТ РЕГИОН В ЛИДЕРЫ РЕПУТАЦИИ?



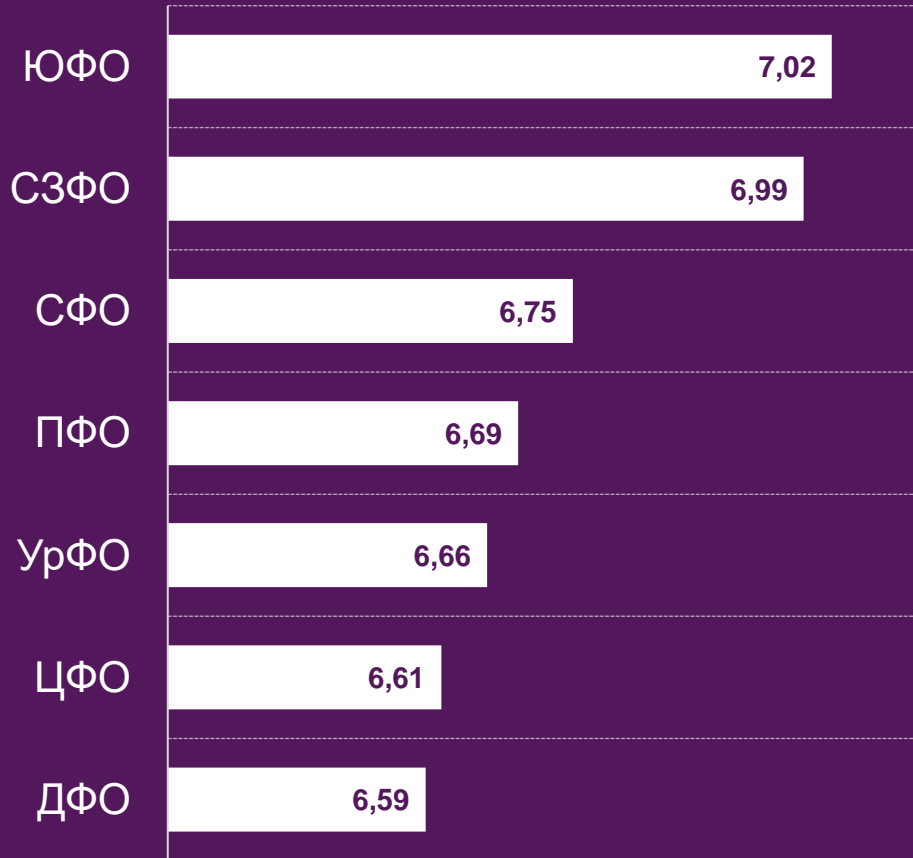
## ДРАЙВЕРЫ



## КРИТЕРИИ



# РЕПУТАЦИОННЫЙ ИНДЕКС



# КАРТА ДРАЙВЕРОВ ПО ОКРУГАМ



Культурная привлекательность



Политическая привлекательность



Физическая привлекательность



Социальное благополучие



Финансовая привлекательность



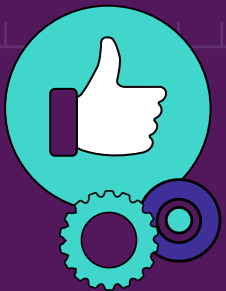
Привлекательность правительства

Область	Культурная привлекательность	Политическая привлекательность	Физическая привлекательность	Социальное благополучие	Финансовая привлекательность	Привлекательность правительства
ЮФО	8,38	7,69	7,93	7,76	7,28	7,39
СЗФО	8,42	7,69	7,76	7,59	7,57	7,16
СФО	8,09	7,69	7,66	7,48	7,42	7,19
ПФО	7,92	7,85	7,73	7,49	7,47	7,34
УрФО	7,57	7,94	7,39	7,36	8,03	7,48
ЦФО	7,92	7,59	7,62	7,22	7,41	7,16
ДФО	8,06	7,64	7,43	7,57	7,24	7,06

**MAX**  
среди округов значение

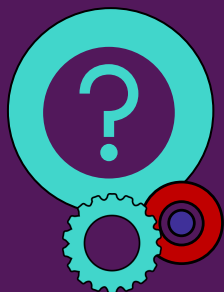
**MIN**  
среди округов значение

# ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ



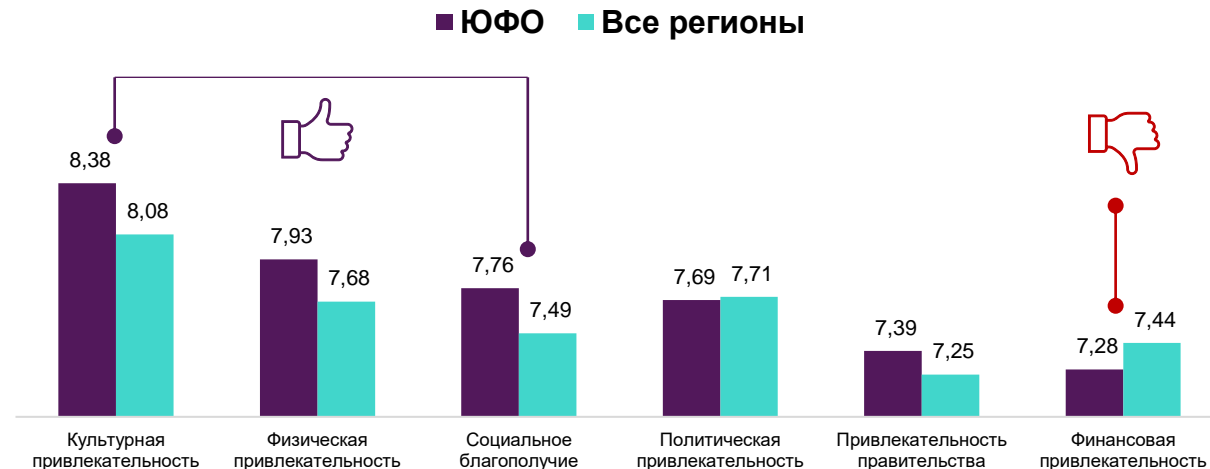
Репутацию южных регионов жители РФ оценивают более позитивно, чем остальных (7,02). Территории ЮФО входят в топ за счет более высоких оценок по критериям:

- природа, климат и хорошая экология;
- развитая сфера туризма и досуга.



Уступают другим территориям с точки зрения финансовой привлекательности, в первую очередь из-за низкого потенциала в развитии промышленности.

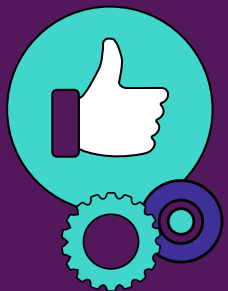
## ДРАЙВЕРЫ



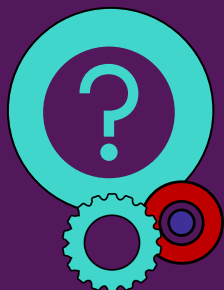
## КРИТЕРИИ



# СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ



Бенчмарком для СЗФО являются Санкт-Петербург и Ленинградская область: оценки территорий задают высокую планку (не только для своего округа, но и для других регионов России) по таким параметрам, как: культура и история, туризм, досуг.



Уступают другим территориям с точки зрения привлекательности правительства: управление территорией и репутация руководителей. И климат, как фактор социального благополучия – на последнем месте.

## ДРАЙВЕРЫ



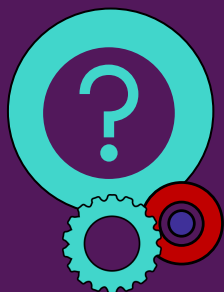
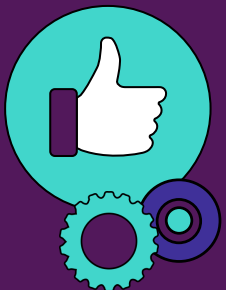
## КРИТЕРИИ



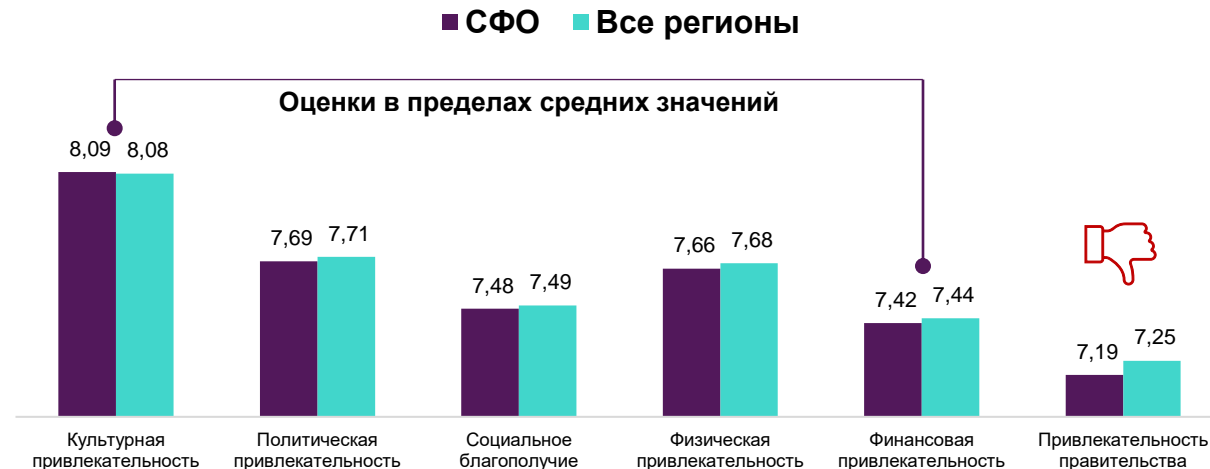
# СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ

В восприятии разных регионов округа есть некоторая полярность, репутационный фон неровный

- Визитная карточка региона – Алтай, олицетворение красивой природы, возможностей для туризма и досуга, хорошей экологии, но край уступает своим соседям по уровню развития инфраструктуры и финансовой привлекательности.
- Красноярский край и Новосибирская область наоборот – флагманы финансовой и физической привлекательности (инфраструктура, возможности для бизнеса и образования), но их оценки благополучия снижаются из-за экологии и климата.



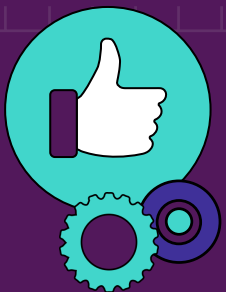
## ДРАЙВЕРЫ



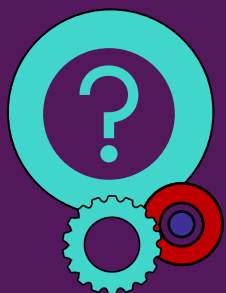
## КРИТЕРИИ



# ПРИВОЛЖСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ

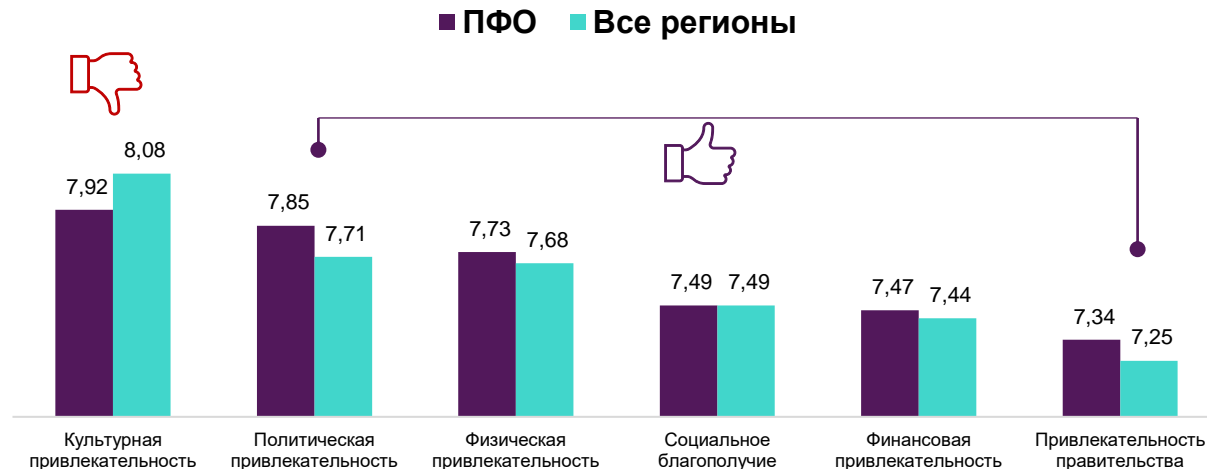


- Лидерами по репутационному индексу в регионе являются Татарстан, Башкортостан и Нижегородская область.
- Оценки по большей части драйверов округа превышают средние по России.
- Важно, что ПФО также воспринимается как один из округов с самыми высокими значениями политической стабильной обстановки.



- А вот культурный потенциал регионов ПФО – пока недооценен.

## ДРАЙВЕРЫ



## КРИТЕРИИ

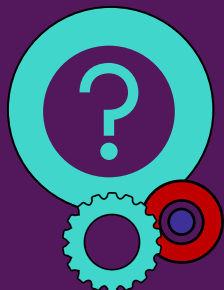


# УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ

Оценки регионов УрФО – неоднозначные, рельефные (есть большие разрывы как в пользу, так и в ущерб) → уникальный репутационный рисунок.

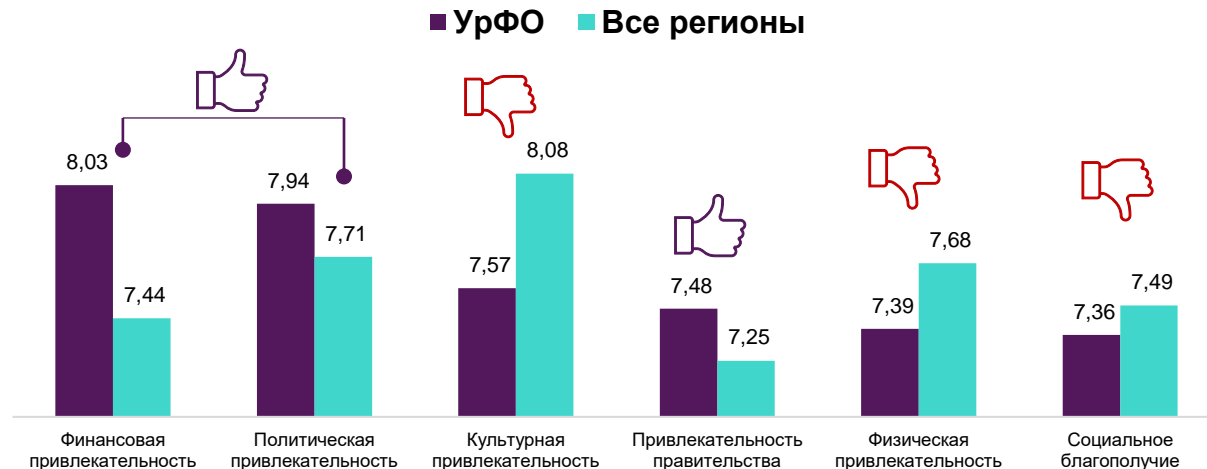


- Для россиян Урал – это олицетворение промышленных мощностей и благоприятных условий для бизнеса.



- А вот все, что связано с культурой, туризмом, а также с экологией и климатом – оценивается достаточно низко.

## ДРАЙВЕРЫ

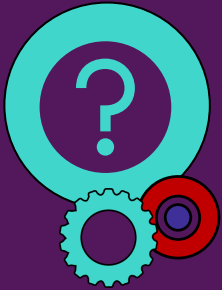


## КРИТЕРИИ



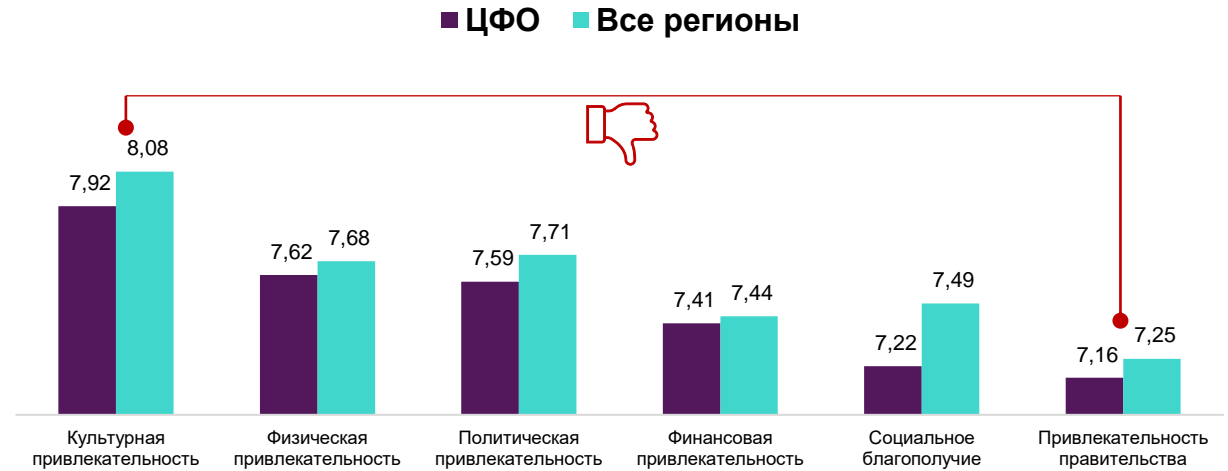


# ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ



- Репутация регионов ЦФО ниже среднего. За исключением Москвы и Московской области, остальные территории воспринимаются хуже, чем регионы по России в целом.
- Максимальный разрыв наблюдается по уровню социального благополучия.
- Также под вопросом политическая стабильность и культурная привлекательность.

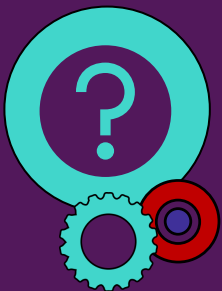
## ДРАЙВЕРЫ



## КРИТЕРИИ

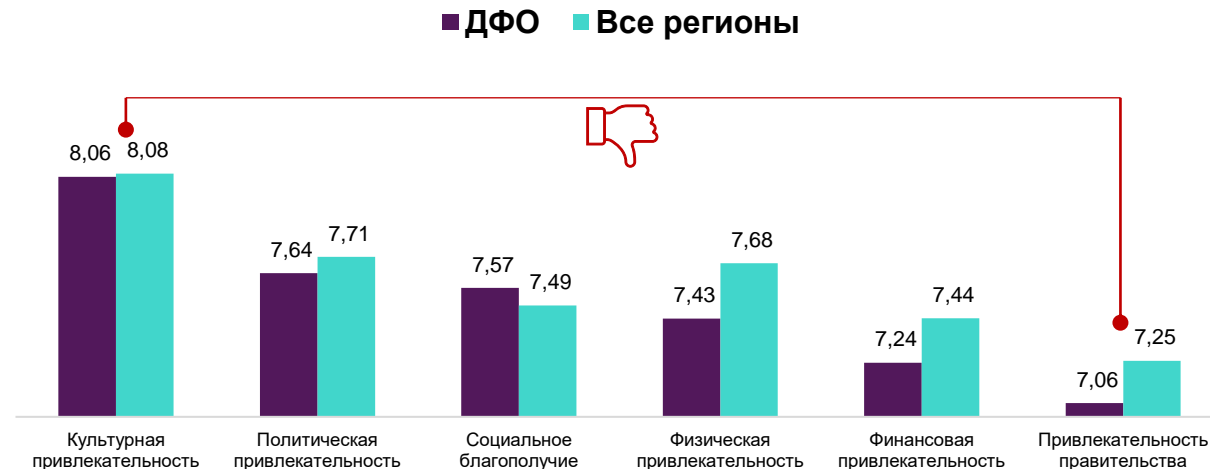


# ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ



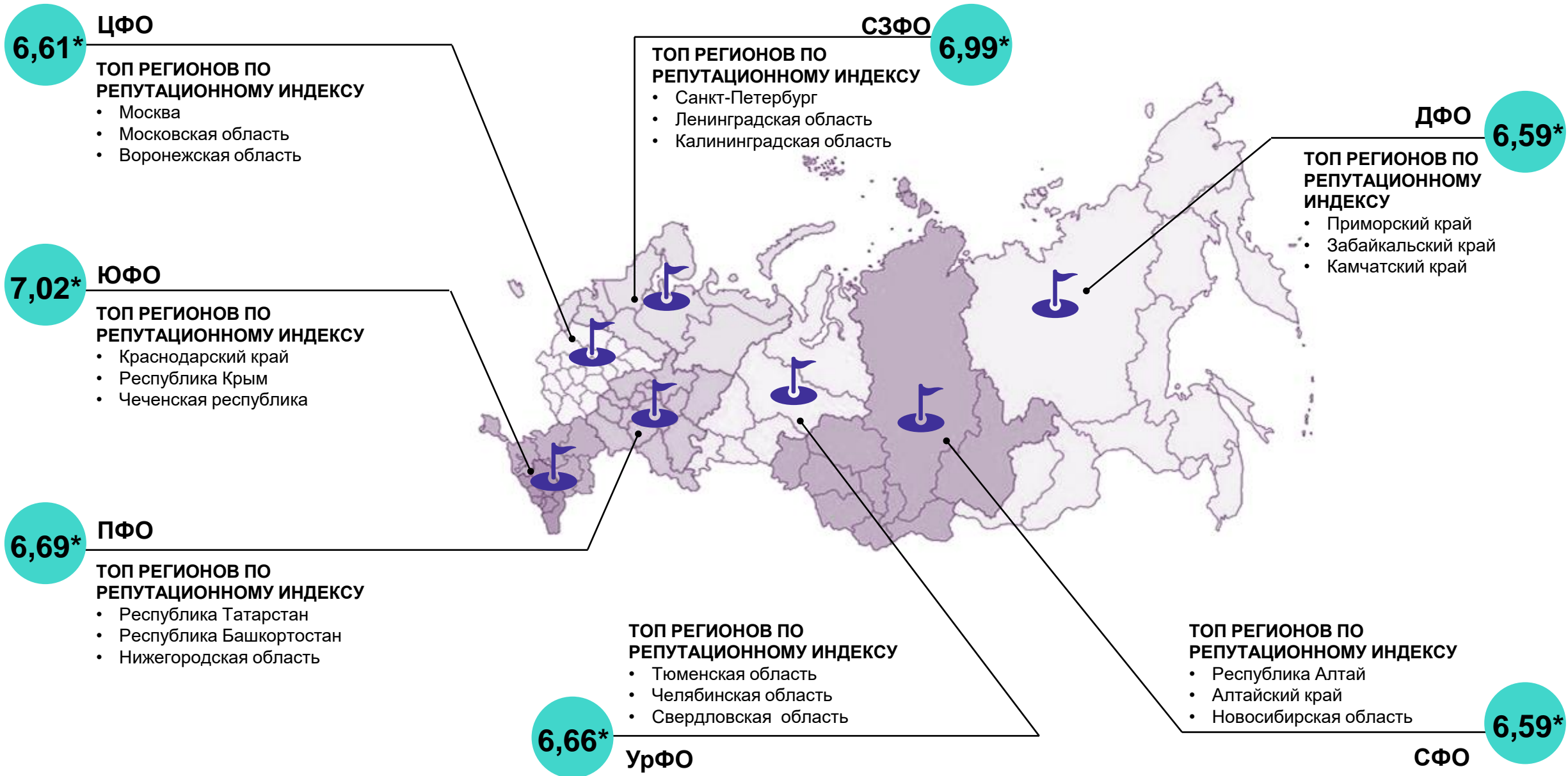
- Регионы ДФО по репутационному индексу находятся на последнем месте.
- Точка опоры репутации – экология, природа. Есть потенциал для повышения туристической привлекательности.
- Но по остальным параметрам, особенно с точки зрения развития инфраструктуры – территории получают низкие (в сравнении с другими регионами РФ) оценки.

## ДРАЙВЕРЫ



## КРИТЕРИИ





\*Средний балл по всем регионам округа



**ВЗГЛЯД СО СТОРОНЫ  
ИЛИ РАЗНИЦА В ОЦЕНКАХ  
КАК ТОЧКА РОСТА**

# НАСЕЛЕНИЕ РЕГИОНА

ВЗГЛЯД ИЗНУТРИ

7,41

среднее между индексом  
регионов лидеров



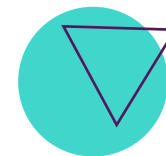
# НАСЕЛЕНИЕ РОССИИ

ВЗГЛЯД СО СТОРОНЫ

8,06

среднее между индексом  
регионов лидеров

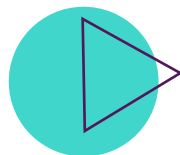
# РАЗРЫВЫ В ВОСПРИЯТИИ, КАК «ТОЧКИ РОСТА» И «ЗОНЫ РЕПУТАЦИОННОГО РИСКА»



## Эффективная репутация

предполагает, что профили относительно совпадают. Значительные «разрывы» по тем или иным репутационным параметрам свидетельствуют о пунктах нуждающихся в корректировке.

# КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ



Регион – лидер по репутации и эмоциональной привлекательности (больше половины россиян считают его лучшим). Но именно здесь наблюдается один из самых высоких разрывов между оценками внешней и внутренней аудитории → угроза для снижения авторитета и **местные жители как центр напряжения** (больше всего недовольства у которых вызывает руководство, состояние инфраструктуры и промышленности).



## РЕПУТАЦИОННЫЙ ИНДЕКС

среднее значение по критериям на внешней аудитории



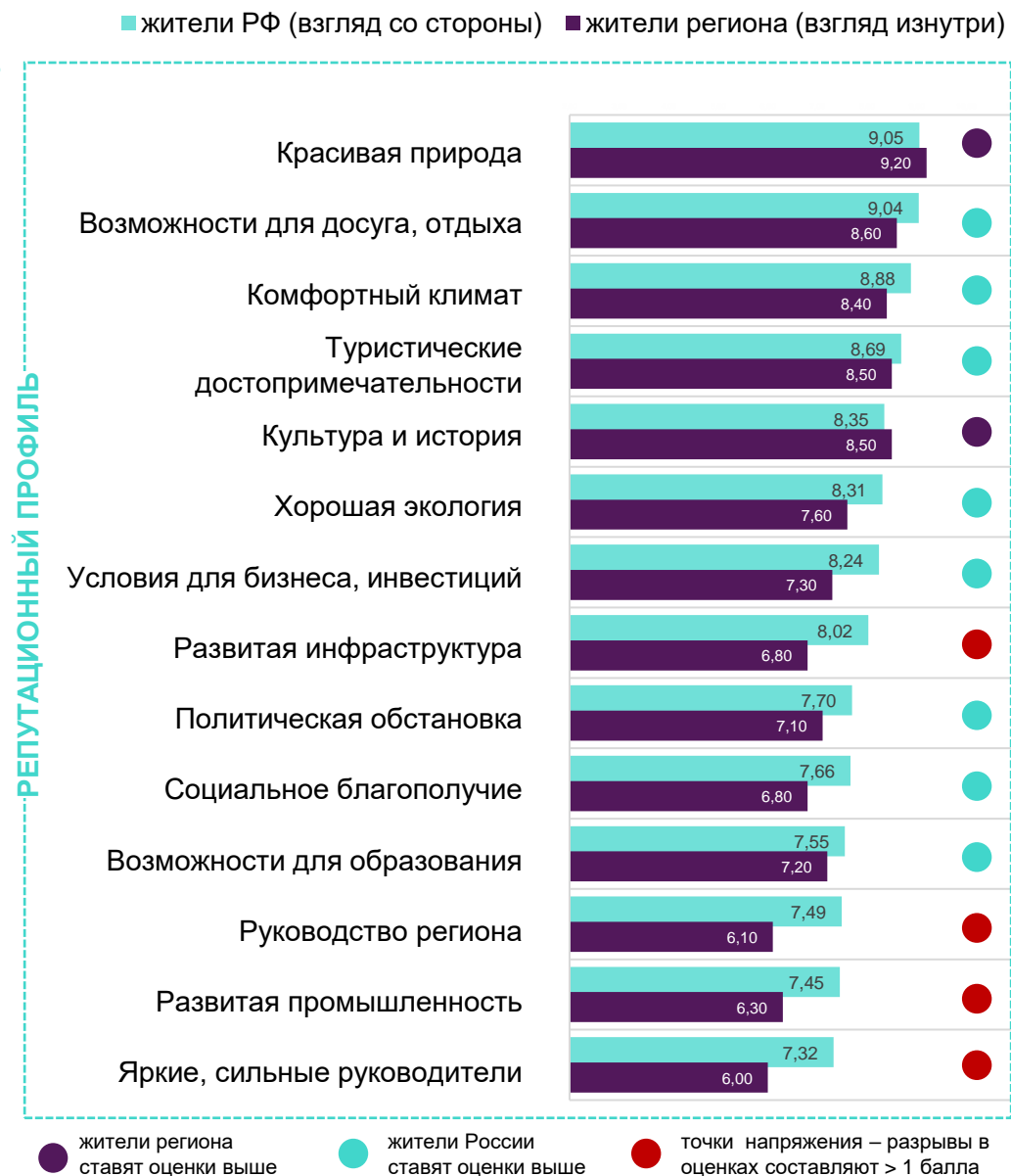
## ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ

доля тех, кто считает регион лучшим в России



## ЛОЯЛЬНОСТЬ

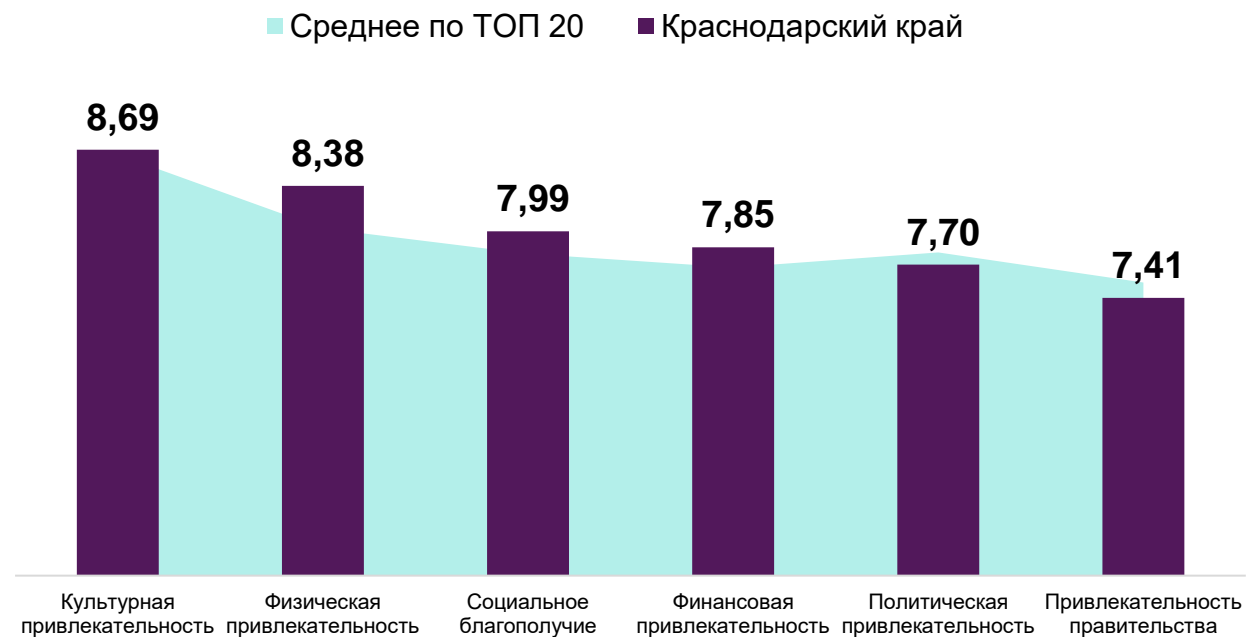
соотношение detractors и promoters от числа жителей региона



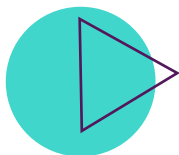
# КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ



- Репутационный капитал составляют **культурная и физическая привлекательность** (природа, климат, экология, туризм).
- Точки роста: политическая привлекательность, усиление авторитета первых лиц региона.







В целом репутация региона – высокая, существенных разрывов нет, значения находятся на уровне лидеров. А еще здесь можно наблюдать обратный Краснодарскому краю эффект – местные жители выступают промоутерами региона, демонстрируют высокую лояльность.



## РЕПУТАЦИОННЫЙ ИНДЕКС

среднее значение по критериям на внешней аудитории



## ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ

доля тех, кто считает регион лучшим в России



## ЛОЯЛЬНОСТЬ

соотношение detractors и promoters от числа жителей региона

■ жители РФ (взгляд со стороны) ■ жители региона (взгляд изнутри)

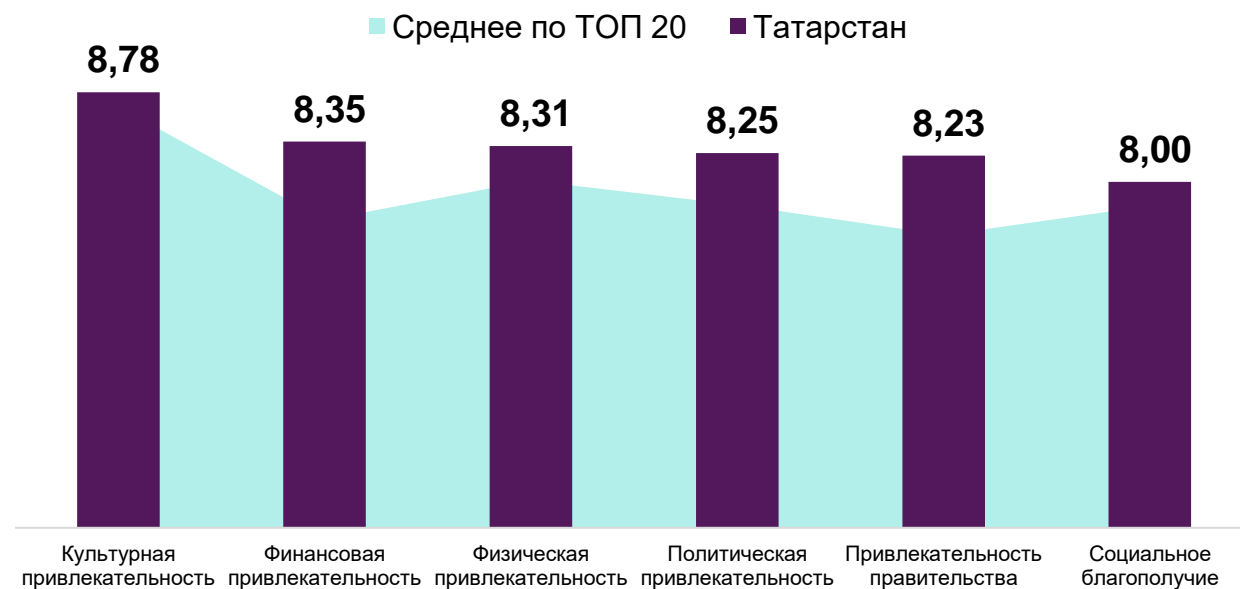
РЕПУТАЦИОННЫЙ ПРОФИЛЬ



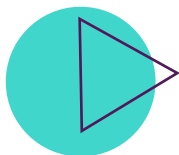
● жители региона ставят оценки выше    ● жители России ставят оценки выше    ● точки напряжения – разрывы в оценках составляют > 1 балла



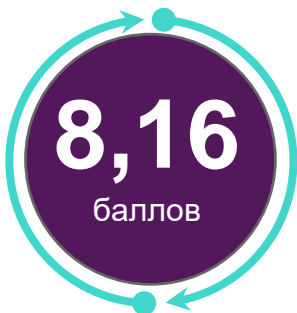
- В целом у Татарстана достаточно устойчивая и **гармоничная репутация** (нет разрывов как между мнения изнутри и снаружи, так и большой разницы в значениях по драйверам). С точки зрения коммуникации это говорит о том, что одновременно развиваются все тематические направления.
- Репутационный капитал составляют **культурная и финансовая привлекательность**.



# МОСКВА



Москва для жителей России выступает центром притяжения с точки зрения культуры, развитой социальной и финансовой инфраструктуры (образование, досуг, условия для бизнеса). Противоречия в установках жителей столицы и внешней аудитории строятся на оценках климата и природы (извне мнение хуже) и руководства региона (внутри оценивают хуже).



## РЕПУТАЦИОННЫЙ ИНДЕКС

среднее значение по критериям на внешней аудитории



## ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ

доля тех, кто считает регион лучшим в России



## ЛОЯЛЬНОСТЬ

соотношение detractors и promoters от числа жителей региона

■ жители РФ (взгляд со стороны) ■ жители региона (взгляд изнутри)

### РЕПУТАЦИОННЫЙ ПРОФИЛЬ

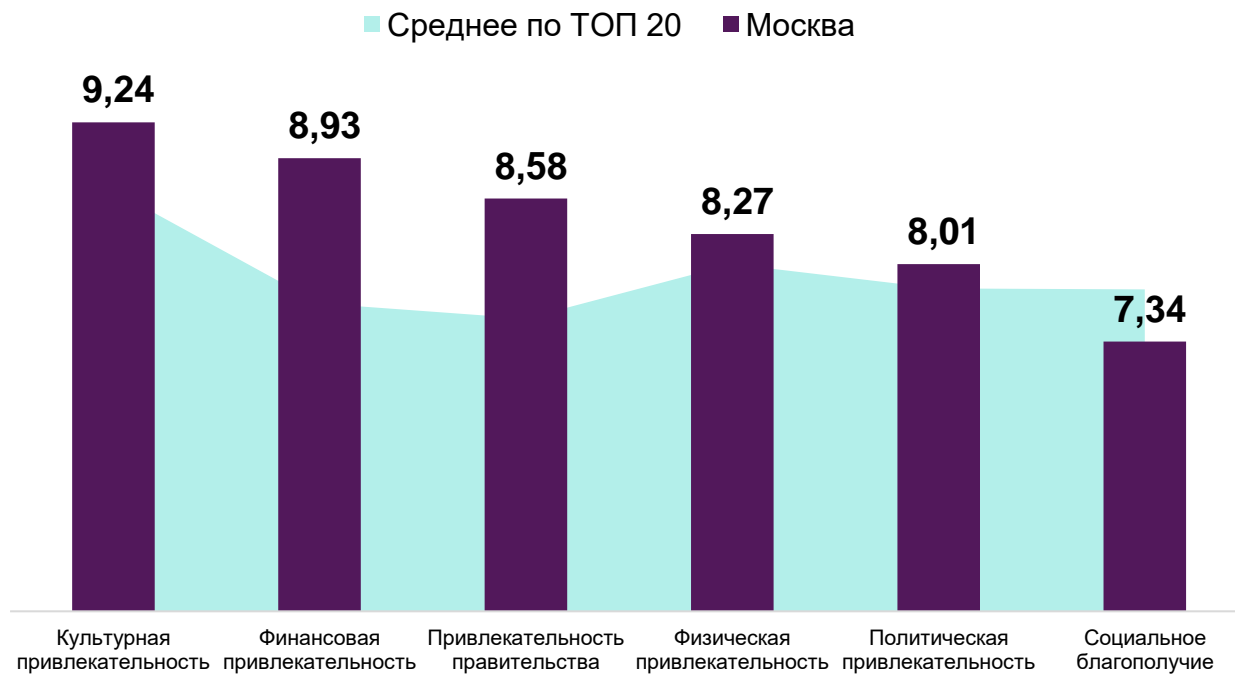


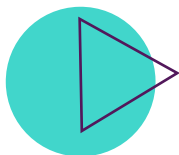
● жители региона ставят оценки выше ● жители России ставят оценки выше ● точки напряжения – разрывы в оценках составляют > 1 балла

# МОСКВА



- Москва – бенчмарк для регионов (в том числе лидеров) по большей части драйверов.
- «Ахиллесова пята» – социальное благополучие (в других регионах оценки выше).





Жители региона более скептически в оценках, чем по России в целом. Если по культурной составляющей различий почти нет, то по остальным параметрам уже намечаются разрывы. Особенно, по оценке социального благополучия и руководства региона.



## РЕПУТАЦИОННЫЙ ИНДЕКС

среднее значение по критериям на внешней аудитории



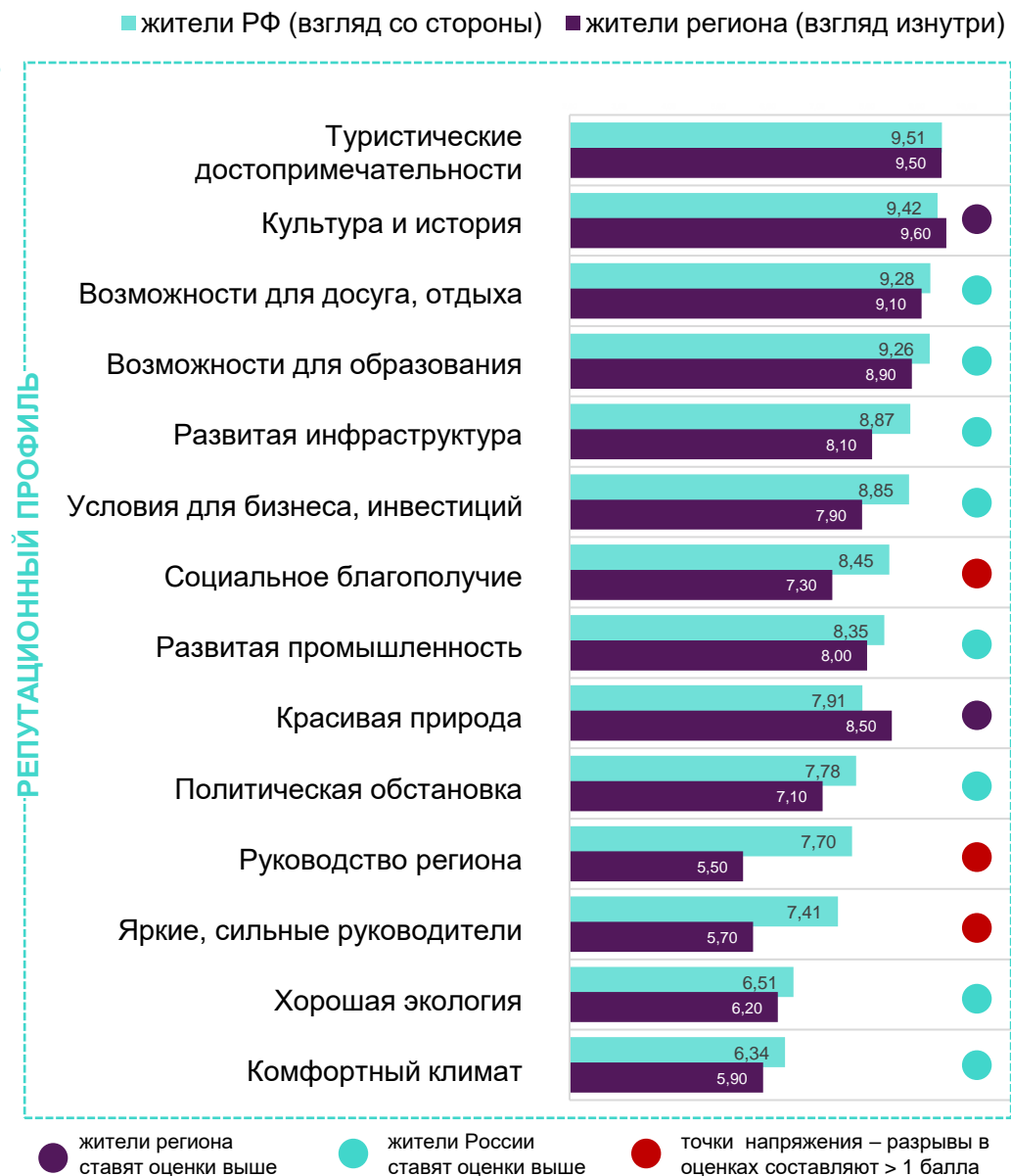
## ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ

доля тех, кто считает регион лучшим в России



## ЛОЯЛЬНОСТЬ

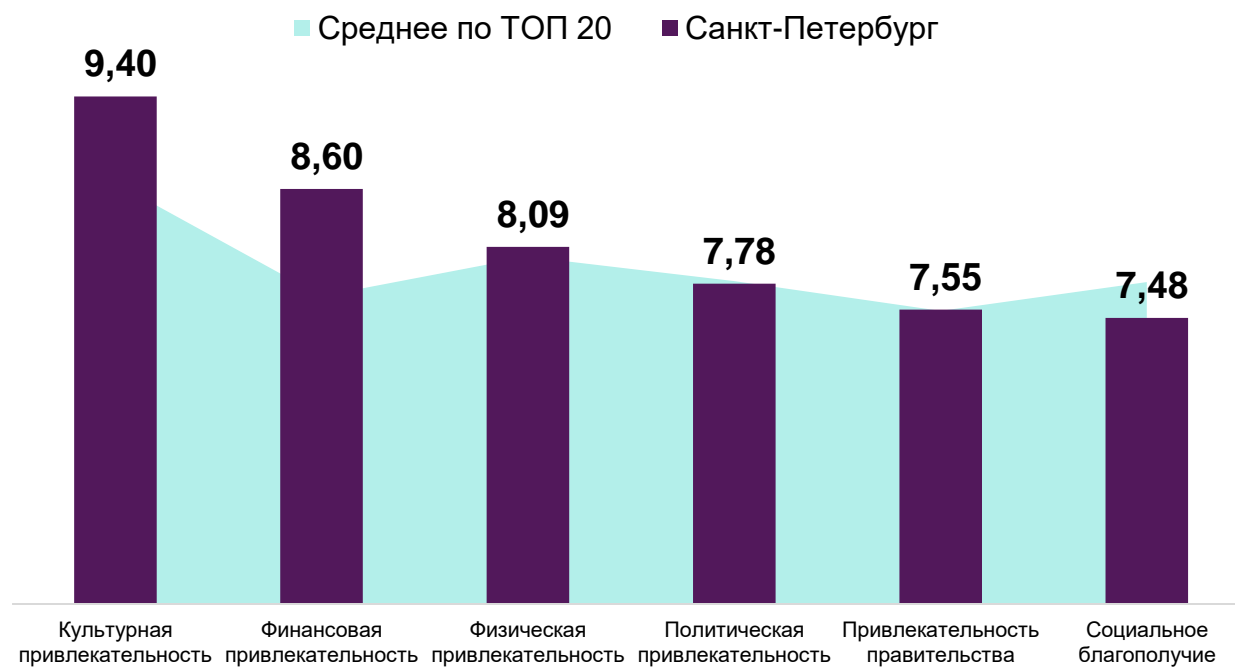
соотношение detractors и promoters от числа жителей региона

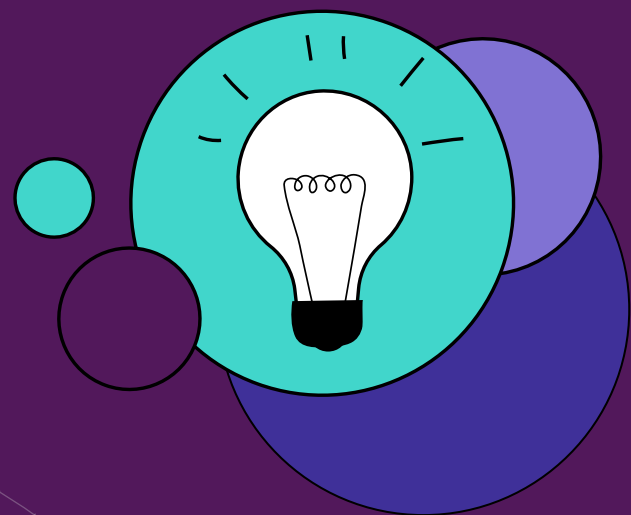


# САНКТ-ПЕТЕРБУРГ



- Санкт-Петербург подтверждает свое звание «культурной столицы». Также как и у Москвы в репутации важную часть составляет компонент финансовой привлекательности, а слабым местом является социальное благополучие.





**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**