

**Пресс-релиз**

**Noblet Media CIS PR&Communications Guide: первое в Украине специализированное исследование в сфере PR и коммуникаций**

PR-агентство Noblet Media CIS представило первое в Украине и странах СНГ исследование доверия платежеспособных потребителей - PR&Communications Guide. Исследование охватывает Украину, Казахстан и Азербайджан и призвано стать важнейшим инструментом формирования коммуникаций и оценки их эффективности для PR-специалистов. Партнером в проведении исследования выступила компания GfK Ukraine.

«Во всем мире такие исследования проводятся крупными агентствами уже порядка 10 лет, а из стран СНГ только Россия в прошлом году была включена в исследование Edelman. Теперь необходимая информация доступна специалистам Украины, Казахстана и Азербайджана, - говорит Евгения Панкратьева, генеральный директор PR-агентства Noblet Media CIS. - Для обоснования бюджетов и стратегий PR-специалистам необходимо опираться на серьезный инструментарий. Именно такой - практический - инструмент мы предлагаем PR-специалистам».

Исследование будет проводиться ежегодно, что позволит отслеживать важнейшие показатели доверия потребителей в динамике.

Noblet Media CIS PR&Communications Guide включает 4 содержательных блока для каждой из 3-х стран, отвечающих на ключевые вопросы планирования коммуникаций. Это доверие потребителей к важнейшим общественным институтам - бизнесу и власти, доверие к различным каналам и формам коммуникаций, оценка факторов репутации компаний, товаров и услуг, а также влияние доверия на потребительское поведение.

Первым результатом исследования стали данные о том, что около трети обеспеченных украинцев (36%) доверяют бизнесу и лишь 8% - органам государственной власти. Большинство респондентов полагают, что государственная политика приводит к повышению цен. При этом половина опрошенных поддерживает необходимость контроля над бизнесом. И при вмешательстве правительства в дела бизнеса будет на стороне правительства. Это свидетельствует о необходимости для бизнеса прикладывать усилия для объяснения своей роли и места в системе социально-экономических отношений.

В разрезе отраслей наибольшим доверием обеспеченных потребителей согласно PR&Communications Guide пользуются компании на рынке техники и технологий, телекоммуникаций и сельского хозяйства, меньше всего - банки и страховые компании.

Говоря о каналах коммуникаций, большинство обеспеченных украинцев активно используют различные виды СМИ для получения новостей. При этом по частоте пользования СМИ как источника новостей традиционно лидирует телевидение. Наиболее же достоверными источниками информации для респондентов являются специализированные журналы, общение с людьми «такими же, как я», интернет-форумы и блоги. Полученные новости потребители чаще всего обсуждают с коллегами по работе, и лишь во вторую и третью очередь - дома и с друзьями.

Что касается персоналий, то больше всего доверяют ученым, независимым экспертам и «таким людям, как я». Под «такими людьми, как я» респонденты чаще всего понимают людей их профессии или работающих в той же отрасли. Возраст и доход важны почти в равной степени. Такие данные позволяют говорить о том, что признак профессиональной принадлежности становится для обеспеченных украинцев все более значимым.

Примечателен факт, что информации из достоверного источника, услышанной только 1 раз, поверят 40% обеспеченных украинцев. Это свидетельствует о значительном потенциале четко ориентированных на конкретную аудиторию коммуникаций. В этом

значительное отличие украинской аудитории от европейской и американской, где 60% потребителей будут доверять информации, услышанной не менее 3 – 5 раз.

Согласно данным PR&Communications Guide, наиболее позитивное влияние на оценку репутации компании оказывают качество товаров и услуг (93% считают этот фактор важным), отношение к своим сотрудникам (85%), отношение к окружающей среде (83%), соблюдение законов (82%), создание рабочих мест в регионе (81%), надежность собственника (80%). Респонденты с более низким уровнем дохода придают больше значение факторам, связанным с социальной ответственностью.

Потребители в целом доверяют украинским товарам больше, чем зарубежным. Однако при уточнении страны происхождения товара безусловное лидерство за западноевропейскими производителями, аутсайдеры – Индия и Китай.

Если говорить о характеристиках товаров и услуг, то самыми важными являются экономичность, надежность, полезность и экологичность. Дизайн в рейтинге важных характеристик значительно отстает.

Также была подтверждена гипотеза о том, что доверие оказывает существенное влияние на потребительское поведение. Так, 71% доверяющих компании потребителей утверждают, что приобретали товары компаний, которым доверяли, а 48% - что платили за эти товары больше даже при наличии более дешевых аналогов. 57% рекомендовали такие компании своим друзьям и коллегам. В то же время, 67% не покупают товары компаний, которым они не доверяют, даже несмотря на низкую цену, а 41% критикуют такие компании при разговоре с друзьями и коллегами.

Исследование в Украине проводилось в период с 17 по 26 августа 2009 года методом компьютеризированных телефонных интервью (CATI). Всего было проведено 200 интервью с обеспеченными потребителями в возрасте 24-55 лет, которые приносят основную или значительную часть дохода в семье. Максимальная возможная погрешность для доли признака 50% составляет 6,9%. География исследования – 6 крупнейших городов Украины: Киев, Донецк, Харьков, Одесса, Днепрпетровск, Львов.

**PR - агентство NOBLET MEDIA CIS** основано в 2004 году и на данный момент работает на рынках Украины, Казахстана, Грузии, Армении, Молдовы, Азербайджана. Компания занимает лидирующее положение в Украине в направлениях бренд и корпоративного PR. В 2008 году агентством было реализовано порядка 130 успешных PR-проектов в сфере FMCG, IT/Telecom, финансы и страхование, и т.д.

Более детально на [www.nobletmedia.com.ua](http://www.nobletmedia.com.ua)

**GfK Ukraine** — крупнейшая компания по маркетинговым и социальным исследованиям в Украине. Входит в международную исследовательскую сеть GfK Group - одну из крупнейших по размерам исследовательскую группу в мире. В компании GfK Ukraine работают свыше 170 штатных сотрудников - специалистов в различных сферах, в том числе социологи, психологи, экономисты, а также специалисты в области маркетинга, статистики, программирования, математики.

Более детально на [www.gfk.ua](http://www.gfk.ua)

При возникновении вопросов, пожалуйста, обращайтесь:

Людмила Рубинец

201 10 95

8 097 811 98 33

[L.Rubinets@nobletmedia.com.ua](mailto:L.Rubinets@nobletmedia.com.ua)