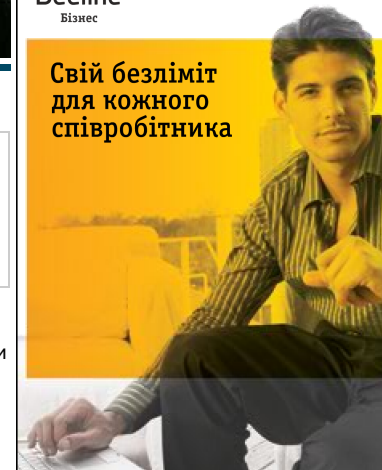


[Войти](#) | [Регистрация](#)[Что не так с украинским рынком лекарств?](#)["Одесса-Броды" и ЕАНТК: деньги, которые ушли в трубу](#)[RSS](#)
[Карта портала](#)
[Реклама](#)[Свій безліміт для кожного співробітника](#)Вы здесь: [Национальная идея](#) → [Аналитика](#) →

Репутация стран: измерение и управление

08 декабря 2008, 14:06



Ключевым этапом в процессе управления репутацией стран, как и компаний, является ее измерение

Хорошая репутация издавна считалась большой ценностью. Позитивное отношение со стороны общества всегда было важным подспорьем в достижении самых амбициозных целей. Обладание хорошей репутацией важно как для обычных людей, так и для компаний. Первые попытки измерения и централизованного управления корпоративной репутацией были предприняты два десятилетия назад. С того времени репутация стала восприниматься самым ценным нематериальным активом для компаний во всех развитых странах. Некоторые исследовательские организации разработали собственные методики ее измерения, стали оказывать консалтинговые услуги по правильному управлению этой ценностью.

Размер шрифта:

A A A

Комментариев:

[0](#)

Материалы по теме:

В то время как развитие репутационного менеджмента в корпорациях постепенно завоевывало умы делового сообщества, а некоторые

исследовательские организации стали заниматься целенаправленным управлением репутацией топ-менеджмента, неохваченным оставалось такое важное направление как изучение репутации отдельных стран и регионов. И лишь недавно данное направление получило важный импульс.

Правительства отдельных развивающихся стран перестали надеяться лишь на собственные силы, пытаясь привлечь в свои регионы стратегических инвесторов и миллионные армии зарубежных туристов. Понимая, что решение подобных вопросов лежит не в плоскости межправительственных встреч и не всегда зависит от выверенных решений на законодательном уровне, стали прибегать к организации профессиональных коммуникационных кампаний, целью которых было изменить негативные стереотипы по отношению к их странам.

Подготовка и внедрение в жизнь подобных программ требует планомерного выполнения всех этапов, среди которых определение целей кампании, целевых аудиторий и ожидаемых результатов, проведение репутационного исследования, направленного на выявление ключевых факторов, влияющих на репутацию страны или отдельного региона, разработка коммуникационной стратегии и тактики, поэтапное внедрение всех элементов кампании, оценка результатов с помощью повторного репутационного исследования.

Широкую известность получили некоторые реализованные кампании, направленные на повышение репутации стран. Добиться внушительных результатов позволила программа по привлечению прямых зарубежных инвестиций в Сальвадор, начатая государственным агентством PROESA в 2002 году. Убедительных успехов удалось достичь и после запуска аналогичных коммуникационных кампаний в Индии и Малайзии.

Измерение репутации

Ключевым этапом в процессе управления репутацией стран, как и компаний, является ее измерение. Следует начать с того, что репутация страны – это некая интегральная оценка по отношению к ней как к бренду со стороны ключевых заинтересованных сторон (стейкхолдеров). Если говорить о корпорации, то перечень ключевых стейкхолдеров достаточно очевиден – сотрудники, клиенты, масс медиа, инвесторы, акционеры, общественные организации. В случае со страной вопрос: «в чьих глазах мы хотим выстроить репутацию страны?» уже не так однозначен.

Чаще всего стремятся вызвать высокий уровень доверия к тому или иному региону у зарубежных граждан, склонных к путешествиям, и представителей деловых кругов. Здравый смысл подсказывает, что страна глазами туриста и бизнесмена – это два совершенно разных "образа". И важно понимать не только то, чем эти два образа отличаются, но и главное – что может быть у них общего. Выявить это призвана именно эффективная методика по изучению репутации страны.

Таким образом, при построении эффективной схемы управления репутацией страны важно знать:



1. Цели страны – как, для кого, какую репутацию создавать;
2. Кто является ключевыми стейкхолдерами, что для них важно и с помощью каких инициатив можно изменить отношение к стране;
3. Как правильно оценить эффективность подобных инициатив.

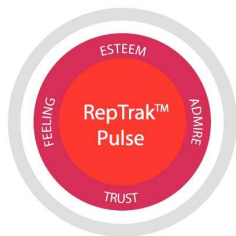
В свою очередь, репутационный аудит страны призван дать ответы на следующие вопросы:

1. Каким уровнем репутации обладает регион в данный момент?
2. Какие из составляющих репутации важны для определенной группы заинтересованных групп (стейкхолдеров)?
3. Какой вклад в общий уровень репутации осуществляет каждая составляющая (драйвер)?

Ответить на все перечисленные выше вопросы позволяет методика, разработанная мировым лидером по репутационному менеджменту Reputation Institute. Ежегодно данная исследовательская организация проводит глобальное изучение репутации крупнейших компаний - World`s Most Respected Companies, финальные результаты которого публикуются в журнале Forbes. В исследовании RI использует собственную оригинальную методику RepTrak Pulse.

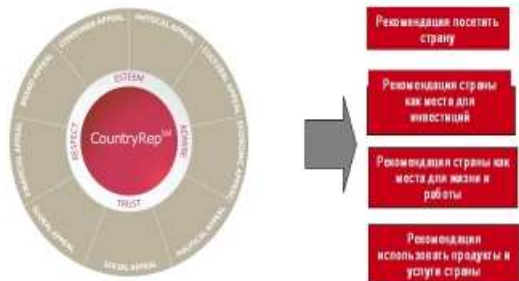
Эта же методика была положена в основу первого специализированного исследования репутации стран, проведенного Институтом в 2008 году. 34 000 онлайн-интервью дали возможность изучить отношение респондентов к своим странам, и другим странам, включенных в исследование. В общем свое мнение высказали граждане 27 стран, среди которых Нидерланды, Франция, Германия, Швейцария, Дания, Испания, Греция, Финляндия, Великобритания, Италия, Норвегия, Польша и другие.

Согласно методике Reputation Institute, в основе модели RepTrak Pulse лежат следующие элементы: эмоциональная оценка страны, рациональные составляющие, которые сгруппированы в 9 ключевых факторов и поддерживающее поведение, то есть готовность работать, инвестировать, покупать и приезжать в данную страну.



Также RI определил 9 факторов, которые влияют на репутацию страны:

- Географическая привлекательность:** Красивая местность с прекрасной природной средой;
- Культурная привлекательность:** Приятная страна предлагает широкий спектр возможностей для развлечений;
- Глобальная привлекательность:** Страна является ответственным участником мирового сообщества – она поддерживает благотворительность, а ее лидеров уважают в мире;
- Финансовая привлекательность:** Страна владеет большим потенциалом будущего развития – она предлагает возможности роста для людей и бизнеса;
- Потребительская привлекательность:** Страна предлагает высококачественные продукты и услуги;
- Социальная привлекательность:** Страна проводит прогрессивную социальную и экономическую политику – она беспокоится об улучшении благосостоянии своих граждан;
- Политическая привлекательность:** Страной управляет эффективное правительство – у нее есть хорошо развитая структура политических и юридических институций;
- Экономическая привлекательность:** Страна с привлекательной средой для ведения бизнеса – имеет стабильную экономику с низкой степенью риска и хорошо развитой инфраструктурой;
- Привлекательность бренда:** Страна является родиной многих известных продуктов, брендов и компаний.





Таким образом, модель, созданная для измерения репутации стран – CountryRepSM, состоит из основного индикатора репутации, окруженного девятью объясняющими факторами. Основной индикатор репутации измеряет общее отношение к стране. Модель позволяет определить основные атрибуты (драйверы) растущей поддержки стейкхолдеров.

Исследование Reputation Institute 2008 выявило страны-лидеры по каждому из изученных девяти факторов:


- Географическая привлекательность** – Канада;
- Культурная привлекательность** – Италия;
- Глобальная привлекательность** - Швейцария;

SIMPLY CLEVER

ГОДІ СПАТИ!

8 800 500 0230
Дзвінки по Україні зі стаціонарних телефонів безкоштовні


www.eurocar.com.ua

[В Одессе водитель-новичок провалился под асфальт! Фото!](#)

[Тимошенко упала лицом вниз на глазах у целого стадиона. ФОТО](#)

[Россия отказывается от 92-го бензина](#)

[Китайский автомобиль запретили продавать в Европе](#)

[Те, що відбулося у Львові, – політичне свинство, – Тарас Стецьків](#)

[В авткатастрофе разбились сыновья Еханурова и Поплавского](#)

[Украинская армия меняет газики на КРАЗИКИ](#)

[Сьогодні в Україні не працюють обмінники](#)

[Лігу чемпіонів вииграє "Барса"](#)

[Зарплата, валовые расходы на открытие счета](#)

11.12.2008 11:48 | [Налоги и учет](#)

[Выплаты по декрету](#)

10.12.2008 20:12 | [Учеба и работа](#)

[Кошка в доме](#)

10.12.2008 20:03 | [Астрология и Фэн-шуй](#)

[Отпуск](#)

10.12.2008 20:01 | [Учеба и работа](#)

[Выплаты пособий по декретным до 3-х лет](#)

10.12.2008 17:00 | [Учеба и работа](#)

[Размер пособия по уходу за ребенком до 3-х лет](#)

10.12.2008 11:35 | [Учеба и работа](#)

Финансовая привлекательность - Канада;
Потребительская привлекательность - Швейцария;
Социальная привлекательность - Швейцария;
Политическая привлекательность - Швейцария;
Экономическая привлекательность - Швейцария;
Привлекательность бренда - Швейцария.

Хотелось бы отметить, что методология CountryRepSM позволяет определить главные факторы, которые имеют значение для заинтересованных групп при принятии решения о тех или иных действиях в отношении страны.

Более глубокий анализ составляющих репутации для каждой страны показывает специфичность структуры репутации в каждом случае, а также факторов, влияющих на доверие к ней.

Для репутации страны важны именно интегрирующие факторы, то есть те составляющие бренда страны, вокруг которых возможно объединение как граждан, так и тех групп за пределами государства, мнение которых является важным для формирования репутации страны на международной арене (влиятельных общественных деятелей, журналистов, инвесторов, политиков).

Любопытно влияние политической составляющей на репутацию страны. Как показывают результаты глобального исследования, вес данного фактора в формировании доверия к отдельному региону равен только 9,5%. По сравнению со степенью влияния физической и культурной составляющей (15,8% и 14,4% соответственно) политические процессы в стране оказывают меньшее влияние на доверие к ней, нежели принято считать. Кроме того, инициативы делового сообщества могут оказать большее влияние на улучшение репутации страны, чем действия властных структур.

Сегодня проблемой многих стран является корректная оценка влияния собственных инициатив на восприятие различных целевых групп в ключевых для них регионах. Также важно понимать, как эти инициативы влияют на поддерживающие поведения (посещение, инвестировать, покупать товары / услуги, и т.д.) к конкретной стране.

Reputation Institute рекомендует следовать следующим пяти этапам разработки бренда и репутации регионов:

Insight: исследование текущего ландшафта;
Обещание бренда: Разработка стратегии бренда;
Планирование инициатив: разработка коммуникационных планов и действий по улучшению репутации;
Реализация планов;
Аудит: Изучение степени достижения целей бренда.

O Reputation Institute

Основанный в 1997 году, Reputation Institute является пионером и мировым лидером в области корпоративного управления репутацией и в сфере репутационного аудита и консалтинга. RI имеет крупнейшую в мире сеть специалистов-практиков и ученых, исследующих репутацию. Представительства Reputation Institute открыты в 25 странах мира. Всемирная сеть местных офисов, представительств, практиков и академиков Reputation Institute регулярно генерирует идеи относительно корпоративной репутации, которые обсуждаются на конференциях и семинарах, а также подаются в виде статей в электронных рассылках и ежеквартальном журнале Corporate Reputation Review.

С 2006 года Reputation Institute проводит ежегодное исследование Global Pulse, в котором участвуют более 30 000 человек в 28 странах. Широкий географический охват позволяет Reputation Institute оценить общее состояние репутации более 700 компаний.

[ОТПРАВИТЬ](#)[ПЕЧАТАТЬ](#)[В ЗАКЛАДКИ](#)[ПОЛУЧИТЬ КОД](#)

Если вы нашли ошибку на этой странице, выделите ее и нажмите **Ctrl + Enter**

Источник: [Reputation Capital](#)

Комментарии (0):

[Оставить комментарий](#)

К этой статье пока нет комментариев. Вы можете быть первым!

Новотекс:

["Газпром" угрожает негативными последствиями в случае невыплаты Украиной задолженности](#)

[Россия поможет МВФ 750 миллионами долларов](#)

[В Блоке Кличко рассказали о цинизме Черновецкого](#)

[Европейская народная партия поздравила Ющенко и Тимошенко с коалицией](#)

[В центре нашей Галактики обнаружена черная дыра](#)