Исследование как основа и как инструмент продвижения регионов

Докладчик:

Первый заместитель генерального директора ВЦИОМ

Абрамов Константин Валерьевич

Концептуальное представление

- ***Тезис.*** Продвижение региона в информационном пространстве – содержание сообщения, форма подачи и целевые группы.

Какая информация будет заложено в сообщении и каков будет её статус?

- Общая информация с неопределенным статусом достоверности?
- Существующие представления?
- Стереотипы?
- Мифы?

- Политическая и бизнес элита региона/федеральная
- Население региона/РФ
- Отдельные целевые сообщества

Место и роль исследований

- ***Тезис.*** Коммуникационная кампания начинается с исследований и ими заканчивается.

1 этап

Исследование сложившегося мнения целевых аудиторий

Представления, оценки, стереотипы, мифы

2 этап

Коммуникационная кампания

3 этап

Оценка эффективности коммуникационной кампании

Замер достижимости целевых показателей

ВЦИОМ в информационном пространстве

ВЦИОМ

- ***Тезис.*** Исследования – не просто способ получения объективной информации, но и эффективный механизм работы с общественным мнением.

Компания	Кол-во сообщений	%
ВЦИОМ	24314	43%
Левада-центр	8297	15%
Фонд "Общественное мнение"	4874	9%
Центр политической конъюнктуры России	4498	8%
Центр политических технологий	4045	7%
ROMIR Monitoring	3911	7%
Фонд Карнеги	3400	6%
Фонд ИНДЕМ	3095	5%

- Телеэфир
- Публикации в ведущих печатных изданиях
- Пресс-конференции
- Круглые столы
- Участие в форумах
- Интернет

Актуальные направления исследований

ВЦИОМ

- ***Тезис.*** Актуальные направления коммуникативных проектов

Оценка эффективности деятельности органов исполнительной власти региона

Изучение инвестиционной привлекательности региона

Оценка модернизационного потенциала

Исследование туристической привлекательности

Репутационный аудит

Актуальные задачи развития социсследований

ВЦИОМ

Качество

Повышение качества методического обеспечения в проводимых на региональном уровне исследованиях

Сопоставимость

Обеспечение сопоставимости с данными, получаемыми на федеральном уровне и в других регионах.

Информационное пространство

Формирование общего информационного пространства, предоставляющего не просто каналы получения информации, но и создающего механизмы по работе с общественным мнением, политическими и экономическими элитами региона и России в целом.

Основные направления: пример первый

- ***Тезис.*** Сегодня происходит активное развитие направления региональных исследований, обусловленное как потребностями самого региона, так и органами центральной власти, что нашло свое отражение в соответствующих Указах Президента РФ.

- Удовлетворенность населения медицинской помощью.
- Удовлетворенность населения условиями для занятия физической культурой и спортом
- Удовлетворенность населения качеством общего образования.
- Удовлетворенность населения жилищно-коммунальными услугами.
- Оценка населением уровня криминогенности в субъекте Российской Федерации.
- Удовлетворенность населения деятельностью органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации по обеспечению безопасности граждан.
- Удовлетворенность населения деятельностью органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации, в том числе их информационной открытостью.

Основные направления: пример второй

ВЦИОМ

•Модернизационный потенциал регионов
•Южного федерального округа

Цель: выявление и измерение социальных факторов, определяющих состояние модернизационного потенциала населения регионов ЮФО

Методика:

- Количественный опрос населения региона в возрасте от 20 до 45 лет (600 чел. в каждом регионе)
- Полуформализованный экспертный опрос : органы государственной власти – 50 чел., бизнес-сообщество – 50 чел., органы МСУ – 50 чел. (всего 150 чел. в каждом регионе)

Результаты:

- Комплекс показателей модернизационного потенциала ЮФО, сопоставление данных с общероссийскими показателями и данными по другим ФО
- Результаты исследования были представлены в докладе Председателя комиссии Общественной палаты РФ по вопросам развития гражданского общества И.Е. Дискина.
- Аналитическая записка по результатам исследования была направлена Президенту Российской Федерации Д.А. Медведеву
- Результаты получили освещение в федеральных и региональных СМИ

Контактная информация

Центральный офис ВЦИОМ:
Москва, Болотная набережная, д.7, стр.1
тел./факс: 8 (495) 748-08-07

inform@wciom.com
www.wciom.ru