

Încrederea populației față de mediul de business și de toate instituțiile a scăzut alarmant comparabil cu pragurile cele mai joase atinse la începutul crizei financiare, în 2009, relevă Barometrul Încrederii (Trust Barometer) pentru anul 2015, elaborat de compania de relații publice Edelman.

Potrivit studiului, încrederea populației în guvern, mediul de afaceri, media și ONG-uri este sub 50 la sută, în două treimi dintre țări, incluzând Statele Unite, Germania și Japonia. Publicul informat este la fel de neîncrezător, înregistrând niveluri ale încrederii sub 50 la sută, în jumătate dintre cele 27 de țări incluse în cercetare, se arată într-un comunicat transmis de Links Associates, afiliat Edelman în România.

"Scăderea dramatică a încrederii în toate instituțiile a fost determinată de evenimentele inimaginabile și imprevizibile care s-au întâmplat în 2014. Răspândirea Ebola în Africa de Vest; dispariția avionului 370 aparținând Malaysian Airlines însoțită de alte două catastrofe aeriene; arestarea unor oficiali guvernamentali din China; invadarea Ucrainei de către Rusia; scandalul legat de manipularea ratelor de schimb de către șase bănci la nivel global; numeroase atacuri la siguranța datelor, cel mai recent fiind atacul asupra Sony de către o țară suverană, toate acestea au zguduit încrederea lumii", susține Richard Edelman, președinte și CEO al Edelman.

Anul acesta marchează sfârșitul unei perioade de refacere a încrederii în mediul de business, întrucât încrederea în această instituție a scăzut în două treimi dintre piețe și este în prezent sub 50 de procente în 14 țări, cea mai gravă situație din 2008.

Cele mai abrupte scăderi ale încrederii în mediul de business le-au înregistrat Canada (15 puncte ajungând până la 47 la sută), Germania (12 puncte până la 45 la sută), Australia (11 puncte până la 48 la sută) și Singapore (10 puncte până la 61 la sută).

Guvernul rămâne însă cel mai puțin de încredere instituție pentru al patrulea an consecutiv, cu niveluri de încredere sub 50 de procente în 19 din cele 27 de țări studiate, incluzând SUA (41 la sută), Marea Britanie (43 la sută) și Japonia (40 la sută).

Pentru prima dată, 60 la sută dintre țări nu au încredere în media ca instituție, iar motoarele de

Written by Administrator

Thursday, 26 February 2015 18:17 - Last Updated Wednesday, 25 February 2015 23:23

căutare se bucură acum de o mai mare încredere ca sursă de știri și informație (64 la sută) față de media tradițională (62 la sută).

Totodată, încrederea în ONG-uri este în declin pentru a doua oară, însă organizațiile neguvernamentale rămân în continuare cea mai de încredere instituție. Astfel, în 19 din 27 de țări, încrederea în ONG-uri a scăzut sau a rămas la același nivel ca în anii trecuți, înregistrând o scădere dramatică în Marea Britanie (16 puncte) și în China (12 puncte).

Potrivit documentului, aproape două treimi din respondenți (63 la sută) refuză să cumpere produse sau servicii de la o companie în care nu au încredere, în timp ce 58 la sută vor critica acele produse/servicii în fața prietenilor sau a colegilor. De cealaltă parte, 80 la sută dintre cei chestionați aleg să cumpere produse ale companiilor în care au încredere, 68 la sută recomandând acele companii prietenilor.

Pentru prima dată, Barometrul Încrederii a analizat legătura dintre nivelul de încredere și inovație, arătând că problemele legate de încredere împiedică acceptarea dezvoltărilor tehnologice.

Astfel, majoritatea respondenților cred că ritmul de inovare este prea rapid (51 la sută) și că acesta este condus de lăcomie (54 la sută) și constrângeri legate de creșterea afacerilor (66 la sută), în timp ce doar (24 la sută) cred că acesta este determinat de dorința de a face ca lumea să fie un loc mai bun.

Mai mult de jumătate dintre participanții la studiu (55 la sută) cred că marile companii nu fac suficiente teste pentru produsele inovatoare.

"Ritmul schimbării nu a fost niciodată mai rapid iar inovația a devenit un imperativ, mai mult decât orice altceva, pentru succesul unei afaceri. Inovația ar trebui să fie un accelerator al încrederii, ceea ce nu este astăzi. A inventa nu mai este suficient. Este nevoie de o nouă poveste între companie și individ, una în care companiile trebuie să demonstreze că inovațiile sunt în mod sigur bazate pe cercetări independente, că asigură beneficii atât pentru indivizi, cât și pentru societate și că sunt dedicate protecției datelor clienților", a mai arătat Richard Edelman.

Emiratele Arabe Unite, India și Indonezia, primele trei țări ca nivel de încredere, sunt și cele mai deschise în acceptarea inovației. La celălalt pol, câteva țări europene, incluzând Germania, Franța și Spania, plus Japonia și Coreea, care sunt la capătul de jos în topul încrederii, sunt mult mai puțin deschise spre acceptarea dezvoltărilor tehnologice.

În general, piețele în curs de dezvoltare sunt mult mai deschise la inovație decât cele dezvoltate (65 de procente versus 44 de procente).

Nivelurile de încredere variază semnificativ în funcție de tipul inovației. Încrederea este mai mare în inovațiile care privesc tehnologiile folosite pentru serviciile financiare și industria de sănătate, precum plățile electronice și pe mobil (69 la sută) sau gadget-urile care monitorizează starea de sănătate și efortul fizic (59 la sută).

Pe de altă parte, inovațiile din sectoare precum energia și industria alimentară, precum fracturarea hidrocarburilor și organisme modificate genetic, sunt văzute cu mult mai mult scepticism.

Doar 35 la sută din respondenți au încredere în dezvoltarea și implementarea organismelor modificate genetic, deși sectorul alimentar și al băuturilor este unul dintre cele mai de încredere (67 la sută).

Printre acțiunile indicate ca generatoare de încredere pentru industrie în vederea implementării unor inovații se numără: publicarea rezultatelor testelor astfel încât ele să fie analizate (80 la sută), parteneriate cu terți credibili – instituții academice (75 la sută), efectuarea de teste clinice sau beta teste (71 la sută).

Barometrul Încrederii, realizat în 27 de țări, pentru al 15-lea an consecutiv, a constatat în aplicarea unui sondaj sub formă de interviu online de 20 de minute. Sondajul a fost realizat între 13 octombrie și 24 noiembrie 2014, pe un eșantion de 27.000 de respondenți și un extra eșantion de 6.000 de indivizi din categoria persoanelor informate cu vârste cuprinse între 25 și 64 de ani. Toți respondenții din categoria public informat au îndeplinit următoarele criterii: absolvenți de facultate, venit mediu superior pentru categoria de vârstă din țara de origine,

STUDIU: Încrederea populației în toate instituțiile a scăzut alarmant aproape de pragul minim din 2009

Written by Administrator

Thursday, 26 February 2015 18:17 - Last Updated Wednesday, 25 February 2015 23:23

cititor sau telespectator al presei de business/știri de cel puțin câteva ori pe săptămână, interesat de probleme legate de politici publice pe care le urmărește în știri măcar de câteva ori pe săptămână.