

Árleg könnun Edelmans á trausti og trúverðugleika

Fyrirtæki njóta meira trausts en fjölmiðlar og stjórnvöld í öllum heimshlutum

Fyrirtæki njóta meira trausts en stjórnvöld og fjölmiðlar í öllum heimshornum samkvæmt árlegri könnun sem framkvæmd er af Edelman. Könnunin, sem kallast upp á ensku Edelman Trust Barometer 2007 og var nú framkvæmd í áttunda sinn, mælir traust á stofnunum, fyrirtækjum og uppsprettu upplýsinga hjá 3.100 áhrifavöldum (e. opinion leaders) í 18 löndum í fjórum heimsálfum.

Fyrirtæki eru trúverðugri en stjórnvöld eða fjölmiðlar í 13 af löndunum 18 sem tekin voru fyrir og í könnuninni kom einnig í ljós að meirihluta svarenda í 16 af löndunum 18 fannst jákvæð áhrif fyrirtækja á samfélagið meiri en þau neikvæðu.

Í Bandaríkjunum treysta 53% svarenda fyrirtækjum, sem er það hæsta sem þar hefur mælt í könnuninni frá upphafi. Þetta er 9% meira en árið 2002 þegar traust á fyrirtækjum var í lágmarki og mældist aðeins 44% í kjölfarið á Enron- og WorldCom-hneykslunum. Í þremur stærstu efnahagskerfum Vestur-Evrópu; Frakklandi, Þýskalandi og Bretlandi, mælist traust á fyrirtækjum 34%, hærra en traust á fjölmiðlum og stjórnvöldum sem mælist 25% og 22% og hefur traust á stjórnvöldum í löndunum þremur aldrei mælt lægra.

Í Suður- og Mið-Ameríku, en Brasilía og Mexíkó eru fulltrúar álfunnar í könnuninni, mælist traust á fyrirtækjum 68%, traust á fjölmiðlum er 62% en stjórnvöldum 37%. Asíubúar treysta fyrirtækjum í 60% tilfella á meðan stjórnvöld og fjölmiðlar mælast bæði með 55%. Kína, Japan, Indland og Suður-Kórea voru fulltrúar Asíu í könnuninni þetta árið.

Í þremur af fjórum ört vaxandi efnahagskerfum, þekkt sem „BRIC-löndin“ (Brasilía, Rússland, Indland og Kína), er fyrirtækjum meira treyst heldur en stjórnvöldum, fjölmiðlum og frjálsum félagasamtökum (NGO's). Fyrirtækjum er treyst af 67% svarenda í Kína en er engu að síður treyst minna en stjórnvöldum, sem njóta trausts 78% svarenda. Rússland, þar sem fólk virðist almennt treysta stofnunum minna en annars staðar, er eina „BRIC“-landið þar sem minnihluti svarenda, 39%, treystir fyrirtækjum, sem þeir treysta þó meira en stjórnvöldum (32%) og fjölmiðlum (35%).

Í könnuninni 2007 eru frjáls félagasamtök trúverðugustu stofnanirnar í 10 af 18 löndum. Fyrirtæki njóta hins vegar mests trausts í sjö af 18 löndum. Í könnuninni 2006 nutu frjáls félagasamtök mests trausts í sjö af 11 löndum sem tóku þátt í könnuninni það árið.

Fyrirtækin njóta meira trausts nú en oft áður; vegna mikils hagvaxtar, sýnilegra refsinga við afglöpum yfirmanna í starfi og að hafa á árangursríkan hátt tekið á vandamálum sem lúta að samfélaginu, samkvæmt Richard Edelman, framkvæmdastjóra Edelman, sem segir jafnframt að fyrirtæki séu í góðri stöðu til þess að taka sér forystuhlutverk í ýmsum málum, svo sem vegna loftslagsbreytinga.

Þá er „maður eins og ég“ (e. a person like me) sá talsmaður sem borið er mest traust til í löndum Evrópusambandsins, Bandaríkjunum og Rómönsku Ameríku, en er

í öðru sæti í Asíu á eftir læknum. Annað árið í röð er „maður eins og ég“, eða jafningi, sá talsmaður sem mest traust er borið til í Bandaríkjunum eða 51%. „Maður eins og ég“ er jafn læknum sem sá talsmaður sem mest er treyst í þremur stóru efnahagskerfum Evrópu, með 45%.

Framkvæmdastjórar njóta einungis trausts 18% áhrifavalda í Bretlandi, Frakklandi og Þýskalandi, það lægsta sem mælt hefur hjá þessum þjóðum frá því könnunin var fyrst framkvæmd. Í Bandaríkjunum treysta 22% framkvæmdastjórum og 36% treysta óbreyttu starfsfólki en sama tala er 28% í Bretlandi, Þýskalandi og Frakklandi, sem þýðir að almennir starfsmenn njóta meira trausts en framkvæmdastjórar í Bandaríkjunum og Evrópu.

„Þessi aukning á trausti á jafningjanum og óbreyttu starfsfólki þýðir að fyrirtæki þurfa að sníða samskipti sín lárétt, færa þau á jafningjagrundvöll, meðfram lóðréttum samskiptum,“ segir David Brain, framkvæmdastjóri Edelman í Evrópu. „Framkvæmdastjórar eiga að halda áfram að eiga samskipti við elítuna, til dæmis fjárfesta, en mega ekki gleyma að láta starfsfólk og áhugasama neytendur, sem eru uppspretta jafningjasamskipta (e. peer-to-peer discussion), fá mikilvægar upplýsingar. Trúverðuglegur þriðji aðili, fræðimaður eða læknir til dæmis, er einnig mikilvægur.“

Samfélagsleg ábyrgð fyrirtækja er í öllum heimshlutum, næst á eftir góðri vöru og þjónustu, það mikilvægasta sem fyrirtæki getur gert til þess að byggja upp traust. Þá njóta fyrirtæki með höfuðstöðvar í Svíþjóð og Kanada mests trausts á alþjóðavísu en brasilísk, mexíkósk og rússnesk fyrirtæki eru þau sem njóta minnsts trausts.

Aðrar lykilniðurstöður úr könnuninni í ár voru:

- Fimm árum eftir verðbréfhneykslið á Wall Street mælist traust á skýrslum frá verðbréfa- eða greiningadeildum 47% í Bandaríkjunum, en mældist 23% árið 2003. Í 12 löndum eru skýrslur frá sömu aðilum þær upplýsingar um fyrirtæki sem fólk treystir best eða næstbest.
- Í 11 af 18 löndum eru viðskiptatímarit sú uppspretta upplýsinga um fyrirtæki sem fólk treystir best eða næstbest.
- Samtöl við vini og jafningja er jafn traust uppspretta upplýsinga í 12 löndum og greinar í dagblöðum eða umfjöllun í sjónvarpi. Í þeim níu löndum Evrópusambandsins sem tóku þátt í könnuninni treysta til dæmis 44% samtölum við vini og jafningja á meðan 33% treysta greinum í dagblöðum.
- Í öllum heimshornum (Evrópu, Norður-Ameríku, Suður-Ameríku) nefndu svarendur oftast sameiginlegt áhugamál sem eitt af þremur einkennum sem auki traust þeirra á þeim sem deila upplýsingum um fyrirtæki. Hvergi var trú, kynþáttur eða þjóðerni eitt af þremur mikilvægustu einkennum.
- Vegur frjálsra félagasamtaka hefur vaxið gríðarlega í Asíu. Traust á þeim í Kína hefur aukist úr 31% árið 2004 í 56% í dag; frá 42% árið 2005 í 55% í Japan; og úr 39% í 46% í Suður-Kóreu á síðustu 12 mánuðum.
- Að minnsta kosti 70% svarenda í Norður-Ameríku (71%) og í Asíu (72%) segja að alþjóðleg fyrirtæki leiki stærri rullu en aðrir í stórum samfélags- og umhverfisáskorunum. 57% svarenda í Evrópusambandinu og 63% í Suður-Ameríku eru á sama máli.
- Samfélagslega ábyrg málefni eru séð sem það mikilvægasta, á eftir góðri vöru og þjónustu, sem fyrirtæki geti gert til að byggja upp traust. Samfélagslega ábyrg málefni voru talin mikilvægari en að bjóða sanngjarnt verð fyrir vöru eða þjónustu, þjónusta við viðskiptavinum og góð tengsl við verkalýðsfélög á flestum mörkuðum.

- Þriðja árið í röð njóta bandarísk fyrirtæki lítils trausts í Evrópu. Til dæmis nýtur McDonald's trausts 60% svarenda í Bandaríkjunum en eingöngu 26% svarenda í Þýskalandi, Frakklandi og Bretlandi. Bandarísk merki njóta hins vegar trausts í ört vaxandi efnahagskerfum, McDonald's nýtur trausts 75% kínverskra svarenda og 66% brasilískra svarenda.
- Könnunin sýndi að alþjóðleg merki njóta mun meira trausts í heimalöndum sínum. Í Bandaríkjunum skorar UPS hæst (83%). Næsthæsta skorið í Frakklandi fær Danone (69%). Í Japan er það Nissan sem nýtur mests trausts (79%) og í Indlandi er það Tata (89%).
- Tækniiðnaðurinn er sú grein sem nýtur mests trausts á öllum svæðum. Greinin nýtur trausts 79% Asíubúa, 80% fólks í Suður-Ameríku, 72% Evrópubúa og 75% Norður-Ameríkumanna. Líftækniiðnaðurinn og heilbrigðisgeirinn njóta einnig mikils trausts um allan heim.
- Fyrirtæki með höfuðstöðvar í Svíþjóð og Kanada njóta mests trausts á heimsvísu; brasilísk, mexíkósk og rússnesk fyrirtæki eru þau sem minnst njóta trausts.
- Hefðbundnir fjölmiðlar líkt og sjónvarp, dagblöð og útvarp njóta enn meira trausts en nýir fjölmiðlar líkt og heimasíður fyrirtækja og blogg.
- Á öllum svæðum (Evrópa, Norður-Ameríka, Asía og Suður-Ameríka) treysta svarendur sínum eigin framkvæmdastjóra betur en framkvæmdastjórum almennt. Í Norður-Ameríku, til dæmis, sögðust 31% svarenda treysta sínum framkvæmdastjóra en 22% treystu framkvæmdastjórum almennt.

Um könnunina

Könnunin í ár er áttunda könnun Edelman á trausti og trúverðugleika. Könnunin var framkvæmd af rannsóknarfyrirtækinu StrategyOne. Tekin voru 30 mínútna löng viðtöl í október og nóvember 2006. Úrtakið í könnuninni var fólk 35-64 ára, með háskólamenntun, á meðal 25% tekjuhæstu heimila í viðkomandi landi, með mikinn áhuga á og taka þátt í fjölmiðlun, viðskiptalífínu og stjórnámálum. Þær þjóðir sem eiga fulltrúa í könnuninni eru Bandaríkin (400 svarendur), Kína (300), Bretland (150), Þýskaland (150), Frakkland (150), Ítalía (150), Spánn (150), Holland (150), Svíþjóð (150), Pólland (150), Írland (150), Mexíkó (150), Brasilía (150), Kanada (150), Japan (150), Suður-Kórea og Indland (150).

Hægt er að fræðast nánar um könnunina á www.edelman.com.

Um Edelman

Edelman er stærsta óháða almannatengslafyrirtæki í heimi, með 2.600 starfsmenn á 46 skrifstofum um heim allan. Fyrirtækið var valið almannatengslafyrirtæki ársins 2006, í flokki stærri fyrirtækja, hjá PR Week. Advertising Age nefndi Edelman sem eitt af tíu markaðsfyrirtækjum til að fylgjast með árið 2007. Þá var Edelman valið almannatengslafyrirtæki ársins 2006, í flokki stærri fyrirtækja, og besta alþjóðlega almannatengslafyrirtæki ársins 2006 af The Holmes Group.