

IPSOS UPDATE

Обзор лучших статей
и исследований Ipsos
со всего мира

Август 2023

В ЭТОМ ВЫПУСКЕ

ГЛОБАЛЬНЫЙ ВЗГЛЯД НА ИИ

Ожидания относительно влияния ИИ по всему миру

Опрос Ipsos, проведенный в 31 стране, показал, как люди в разных странах с разным уровнем дохода и т.д. относятся к использованию искусственного интеллекта: их ожидания и опасения, и начал ли ИИ уже влиять на их повседневную жизнь.

WHAT THE FUTURE: БУДУЩЕЕ ИИ

Эксперты из крупнейших компаний о перспективах

Что необходимо знать брендам о потенциальных рисках и выгодах, связанных с искусственным интеллектом, а также о том, как преодолеть противоречия между пользой от ИИ и опасениями по поводу его потенциала.

СОВЕТ IPSOS ПО УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ

Что важнее всего в области ESG?

Кто такой Chief Value Creator и как концепция ESG меняет отношения компании со стейкхолдерами – об этом в отчете Ipsos ESG Council, основанном на мнениях представителей крупнейших компаний.

ОБЕСПЕЧЕННЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ О БАНКАХ

Отношение россиян к вкладам, кредитам и акциям

Результаты волны 2023 года регулярного исследования обеспеченных слоев населения России Premier для углубленного анализа марок, товаров и услуг верхнего ценового диапазона.

МИКРОБИОТА: ЧТО МЫ О НЕЙ ЗНАЕМ?

Международное исследование Ipsos

Отвечаем на вопросы: все ли осведомлены о роли микробиоты (микрофлоры)? Знаем ли мы, как поддерживать ее баланс? Связаны ли наши заболевания с микрофлорой? Какую роль играют врачи в информировании пациентов?

АДАПТАЦИЯ ИНТЕРФЕЙСОВ, ЦЕНОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И VR

Напоминаем, что записи докладов Ipsos Day по-прежнему доступны в нашем YouTube-канале и наших соцсетях в Telegram и VK.

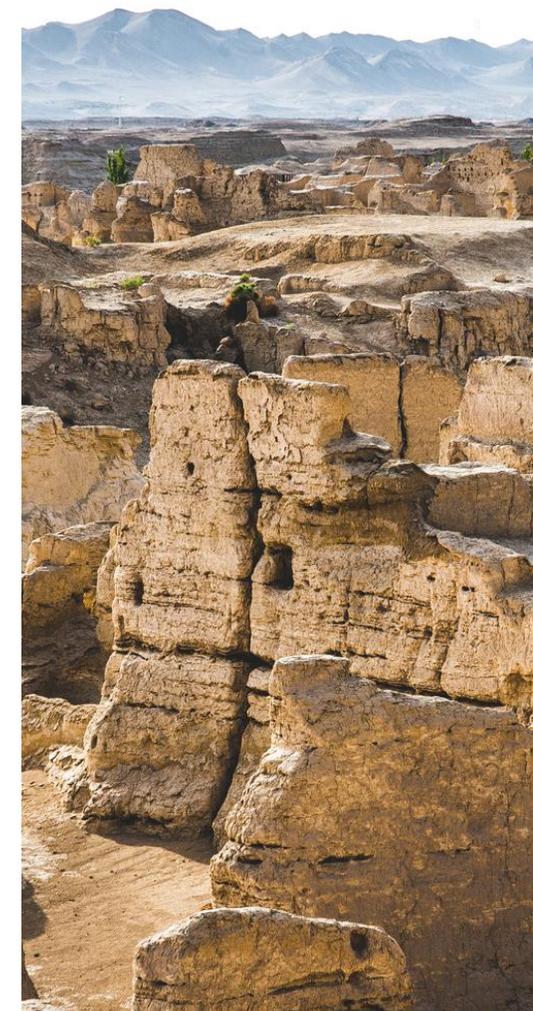


Фото: Китай

В этом месяце в Китае зафиксирована рекордная температура 52°C.
Исследование на тему ESG >>>

ГЛОБАЛЬНЫЙ ВЗГЛЯД НА ИИ

Ожидания относительно влияния искусственного интеллекта

По данным исследования, почти одинаковое число людей нервничают из-за ИИ (52%) и восхищаются им (54%). За 18 месяцев беспокойство выросло на 13 пп, причем в англоязычных странах оно заметно выше, чем в Японии, Корее и Восточной Европе.

Развивающиеся рынки в целом относятся к ИИ с энтузиазмом, а страны с высоким уровнем жизни – настороженно. 83% жителей Таиланда считают, что ИИ не выдает непредвзятые результаты. В Швеции этот показатель – лишь 33%.

В мире каждый второй говорит, что ИИ существенно изменил их повседневную жизнь за последние 3-5 лет.

С этим согласны 58% зумеров и 54% миллениалов, в то время как среди бумеров показатель только 34%.

Люди с высоким доходом, высшим образованием и имеющие работу также заметно чаще говорят, что ИИ сильно изменил их жизнь.

Довольно высоки ожидания от ИИ: 66% в мире ожидают, что в ближайшие годы ИИ значительно изменит их повседневную жизнь.

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)

GLOBAL VIEWS ON A.I. 2023

How people across the world feel about artificial intelligence and expect it will impact their life

A 31-country Global Advisor survey

July 2023

GAME CHANGERS



WHAT THE FUTURE: БУДУЩЕЕ ИИ

Эксперты из крупнейших компаний о перспективах ИИ

Эра искусственного интеллекта наступила. Рассказываем, что необходимо знать брендам о потенциальных рисках и положительном эффекте этой технологии, а также о том, как преодолеть противоречия между пользой от ИИ и опасениями по поводу его потенциала.

Людам нужна причина, чтобы принять новую технологию. Она должна решать какую-то проблему, например, экономить время, повышать удобство или развлекать. ИИ может делать все это. Но люди

ценят свою экономическую безопасность и неприкосновенность частной жизни, а ИИ – угроза для каждого из этих пунктов. ИИ способен на удивительные вещи, если мы сможем преодолеть эти опасения.

ИИ уже вокруг нас, и использовать его проще, чем когда-либо. Но в ближайшие несколько лет нам придется разобраться с рядом сложностей. Исследуем, как ИИ повлияет на нашу работу, повседневную жизнь и заботу о себе и других.

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ



WHAT THE FUTURE | Intelligence | Territory | By the numbers | The lay of the land | Tensions | Future destinations | Appendix

What brands should know about AI early adopters

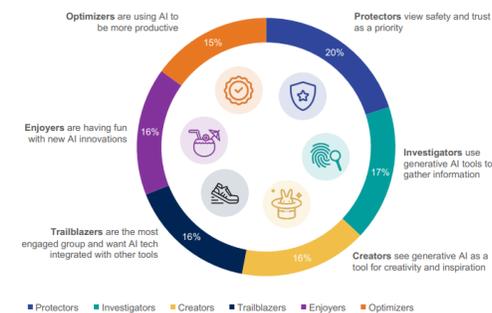
A recent Ipsos survey found that 16% of Americans say they've used a text-based or visual generative artificial intelligence system, such as ChatGPT, DALL-E or Bard. But while these users may be early adopters, Ipsos found that their interests vary widely, from "Optimizers" (who are using generative AI) and "Investigators" (who want a better source of information) to "Creators" (who look for creative tools and inspiration).

Successful brands build their product strategy around the needs of their audience. But when it comes to generative AI — a technology with dizzyingly broad appeal — there is no one type of user and no one type of use.

Brands will need to understand how different segments think about and engage with generative AI in order to build useful solutions and relevant messaging, says Kim Berndt, a senior vice president on Ipsos' Market Strategy and Understanding team.

"As AI technology is integrated more deeply into our lives, it will be essential for brands to know the unique needs of their audience."

People have diverse needs and expectations for using AI



СОВЕТ IPSOS ПО УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ

Что важнее всего в области ESG и устойчивого развития?

Совет Ipsos по устойчивому развитию состоит из руководителей высшего звена, отвечающих за ESG-курс в корпорациях по всему миру.

В этом выпуске мы обсудили эволюции роли директора по КСО. 71% отметили, что за 5 лет эта роль претерпела изменения. Во многом это обусловлено ростом ожиданий инвесторов, потребителей и т.д.

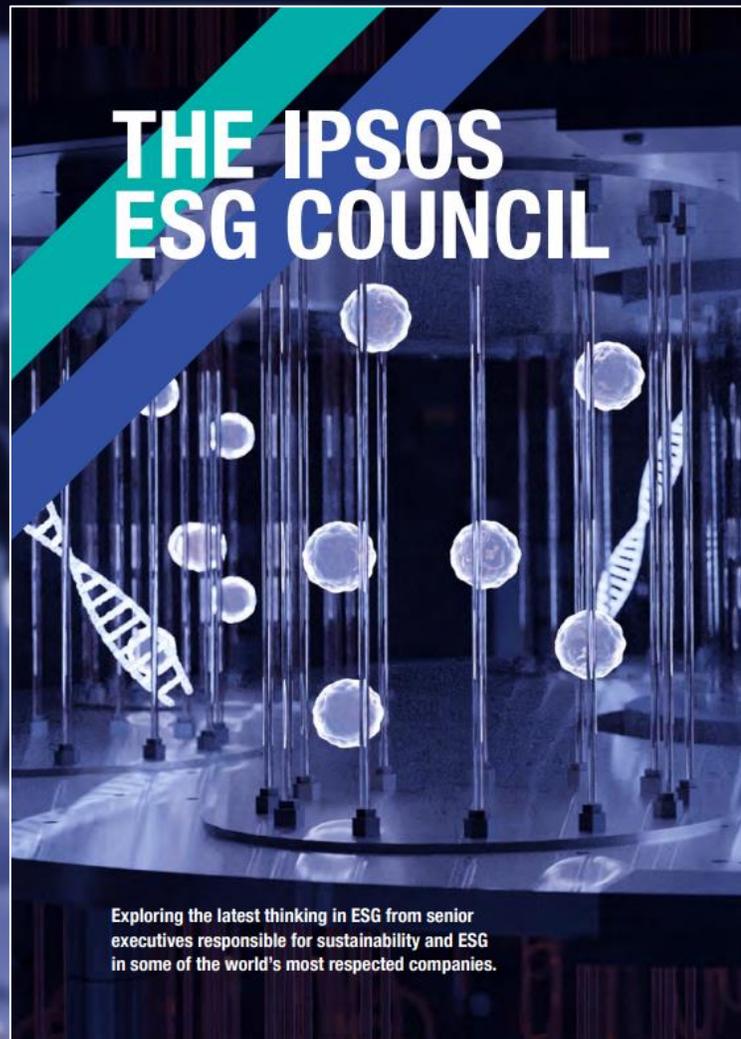
89% участников считают, что роль директора по КСО стала стратегической руководящей позицией. В последние годы роль КСО – определять цели и обязательства компаний в

области ESG, и их пути достижения с учетом ценностей бизнеса.

Компаниям, по общему мнению, необходимо идти дальше. 80% считают, что предстоит пройти еще долгий путь, прежде чем ESG проникнет в каждый процесс внутри организаций.

В отчете представлены мнения представителей крупнейших компаний о проблемах КСО, факторах, ведущих к переменам в области ESG и способах построения по-настоящему интегрированной стратегии устойчивого развития.

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)



PREMIER: ОБЕСПЕЧЕННЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ О БАНКАХ

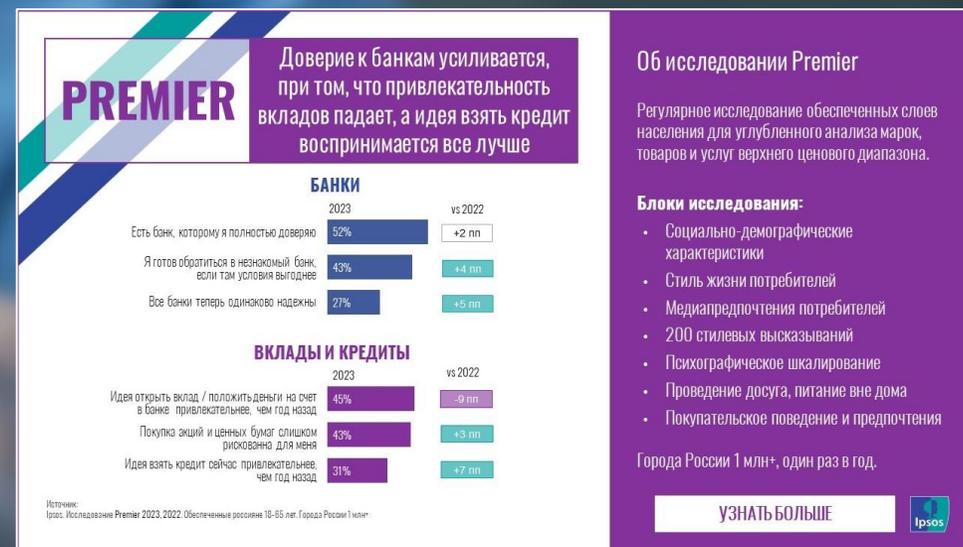
Отношение россиян к вкладам, кредитам и покупке акций

По результатам волны 2023 года регулярного исследования Premier, доверие обеспеченных потребителей к банкам усилилось, при том, что привлекательность вкладов падает, а идея взять кредит воспринимается все лучше.

Premier – регулярное исследование обеспеченных слоев населения России для углубленного анализа марок, товаров и услуг верхнего ценового диапазона.

Основные данные:

- 52% говорят, что есть банк, которому они полностью доверяют.
- 43% готовы обратиться в незнакомый банк, если там более выгодные условия.
- 27% считают, что все банки теперь одинаково надежны.



ДОВЕРИЕ ОБЕСПЕЧЕННЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К БАНКАМ УСИЛИВАЕТСЯ. ”

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ



МИКРОБИОТА: ЧТО МЫ О НЕЙ ЗНАЕМ?

Международное исследование для Института Микробиоты

Микробиота (или микрофлора) состоит из миллиардов микроорганизмов и вносит большой вклад в наше здоровье. Но все ли мы осведомлены о роли микробиоты? Какую роль играют врачи в информировании пациентов?

По данным исследования Ipsos, общество недостаточно хорошо осведомлено о вкладе микробиоты (микрофлоры) в здоровье человека. Результаты исследования подчеркивают роль врачей в повышении осведомленности пациентов по этой теме.

Основные выводы:

- Мало известно о роли микробиоты в поддержании здоровья.
- Расплывчатое понимание, как поддерживать микробиоту.
- Объяснения врачей о пользе микробиоты — ключ к принятию лучших практик!
- Пожилые люди плохо информированы, но более уязвимы и менее склонны принимать меры для поддержания баланса микробиоты.

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ



75% НЕ ЗНАЮТ, ЧТО НЕКОТОРЫЕ БОЛЕЗНИ, НАПРИМЕР, БОЛЕЗНЬ ПАРКИНСОНА, АЛЬЦГЕЙМЕРА И АУТИЗМ, МОГУТ ЗАВИСЕТЬ ОТ МИКРОФЛОРЫ. ”



АДАПТАЦИЯ ИНТЕРФЕЙСОВ, АНАЛИЗ ЦЕН И VR

Напоминаем, что записи докладов Ipsos Day по-прежнему доступны в нашем YouTube-канале и наших соцсетях.

ДОСТУПНЫЕ ИНТЕРФЕЙСЫ КАК НОВАЯ НОРМА

Сейчас все больше услуг можно получить только онлайн. Важно, чтобы сервисы оставались доступными для всех, независимо от личных особенностей. Рассказываем, как проверять продукты на доступность, и к чему готовиться при проведении инклюзивных исследований.

[Подробнее...](#)

10 ВОПРОСОВ ЭКСПЕРТУ ПО ЦЕНОВЫМ ИССЛЕДОВАНИЯМ

Ценовые исследования позволяют разрабатывать

ценовые стратегии в период изменения структуры рынка, определять оптимальную цену на новинку, оптимизировать портфель и т.д. [Подробнее...](#)

ЭВОЛЮЦИЯ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Делимся готовыми проверенными инструментами и новыми разработками, прогуливаемся по настоящему виртуальному магазину и рассказываем, как VR помогает в решении реальных задач. Как исследовать то, что вы хотите, не ограничиваясь только тем, что вы можете. [Подробнее...](#)

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ



КОНТАКТЫ

Вся информация из нового выпуска находится в открытом доступе.

Выпуски Ipsos Update можно найти на наших сайтах и в социальных сетях.

Свои комментарии и идеи вы можете направлять по адресу ipsosnews@ipsos.com или через наш бот [@ipsos_in_russia_bot](#)



Ipsos в России



Ipsos in Russia