



Имидж химической промышленности: взгляд российского общества

Результаты всероссийского репрезентативного опроса

Москва, 2025





ОГЛАВЛЕНИЕ

I. Интерес россиян к химической промышленности.....	4
Насколько хорошо россияне знают об отечественной химической промышленности	
Как оценивают освещение химической промышленности в СМИ?	
II. Имидж российской химической промышленности.....	9
Представления о текущем положении дел в отрасли	
Представления о роли химической промышленности в российской экономике	
Образ типичного химического предприятия	
Каналы и источники формирования имиджа химической отрасли	
III. Карьера в сфере химической промышленности.....	15
Привлекательность отрасли для трудоустройства	
Представления о работе на химическом предприятии	
IV. Образование в области химии.....	18
Химия в школе	
Профессиональное образование	
V. Повседневный интерес к сфере химии	22
Интерес к погружению в тему химии и химических производств через различные мероприятия	
Рекомендации по стратегическому позиционированию ...	25



ОБ ИССЛЕДОВАНИИ

Сегодня общественное восприятие химической промышленности (ХП) приобретает совершенно новую роль. Если в индустриальную эпоху она воспринималась как одна из основополагающих отраслей сырьевой экономики, то сегодня химия и химическое производство проходят красной нитью через мировоззрение и образ потребления каждого современного человека.

Например, за годы пандемии общество по-новому взглянуло на роль фармацевтики. Современные тренды потребительского поведения показывают, что люди, как никогда раньше, обращают внимание на состав потребляемых продуктов питания, а также на экологический след, который оставляют производства продовольственных и непродовольственных товаров.

Поэтому конкурентоспособность, кадровый суверенитет и успешное развитие российской химической индустрии напрямую зависят от того, как её воспринимают жители нашей страны. Имидж отрасли определяет её привлекательность в глазах будущих молодых специалистов и предпринимателей.

Основой мер по улучшению имиджа отрасли и коммуникации с заинтересованными сторонами является оценка текущего восприятия россиянами химической промышленности, интереса, который соотечественники проявляют к ней (как к потенциальной сфере профессионального развития) и производимой ею продукции. Эти и другие вопросы рассматриваются в представленном **исследовании Фонда Росконгресс и Аналитического центра НАФИ**.

МЕТОДОЛОГИЯ

Метод сбора данных: всероссийский опрос (CAWI), проведен Аналитическим центром НАФИ с использованием собственной онлайн-панели «Тет-о-ответ» ([подробнее](https://tetotvet.ru)).

Выборка: опрошены 1 600 человек в возрасте от 18 лет и старше. Выборка построена на данных официальной статистики Росстат и репрезентирует население РФ по полу, возрасту, уровню образования и типу населенного пункта.

Макс. статистическая погрешность не превышает 2,5% на 95%-доверительном интервале.

Инструментарий: анкета из 22 вопросов закрытого и открытого типа.

Даты опроса: 5 – 10 февраля 2025 г.



Совет

Участвуйте в наших опросах

Регистрируйтесь на сайте «Тет-о-ответ», отвечайте на вопросы и получайте денежное вознаграждение

<https://tetotvet.ru>





01

ИНТЕРЕС РОССИЯН
К ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ



Насколько хорошо россияне знают об отечественной химической промышленности?

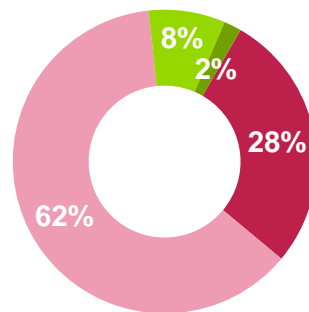
Осведомленность россиян об отечественной **химической промышленности (ХП)** находится на **низком уровне**: 90% плохо или вовсе не знают, как обстоят дела в этой отрасли в нашей стране. Самая низкая осведомленность – среди молодежи до 24 лет (более половины признались, что не знают вообще ничего об этой отрасли).

В то же время налицо **повышенный интерес** россиян к информации о ХП – две трети опрошенных (64%) ответили, что хотели бы знать об этой сфере экономики больше. Причем наибольший интерес – у граждан 45+ лет (68%), наименьший – у молодежи (44%).

9 из 10

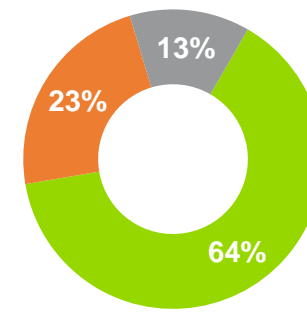
россиян мало или совсем не знают, как в стране обстоят дела с химической промышленностью

«Насколько хорошо или, напротив, плохо Вы знаете о том, как сегодня обстоят дела с химической промышленностью в России?», в % от всех опрошенных (n=1600)



■ Ничего не знаю
■ Знаю мало
■ Знаю хорошо
■ Знаю очень много

«Хотели бы Вы знать о химической промышленности в России больше или эта тема Вам не интересна?», в % от всех опрошенных (n=1600)



■ Хотелось бы знать больше
■ Не хотелось бы, эта тема мне не интересна
■ Затрудняюсь ответить

О чем именно россияне хотели бы знать больше?

Две темы **особенно интересуют** россиян – о **продукции**, которую выпускают отечественные предприятия, а также о том, как химия и химические продукты **влияют на повседневную жизнь** людей.

Большой интерес для россиян представляют и темы, связанные с **новыми материалами** и **инновационными технологиями** в ХП, а также информация о воздействии ХП на **окружающую среду**.

«О чем именно Вам хотелось бы знать больше?»,
в % россиян, которые хотят знать больше о химической промышленности (n=1024)*



* Сумма ответов может составлять более 100%, т.к. у респондентов была возможность выбрать несколько ответов

64% россиян
хотели бы знать
о химической
промышленности
больше

Q: «Хотели бы Вы знать о химической промышленности в России больше или эта тема Вам не интересна?», в % от всех опрошенных

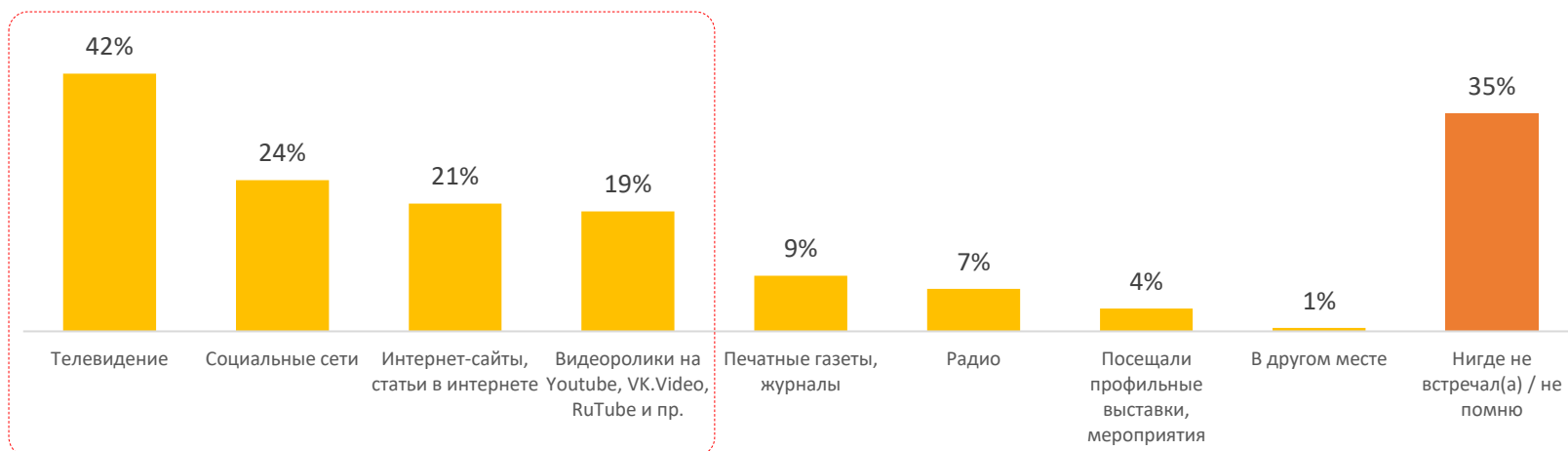
Как россияне оценивают освещение химической промышленности в СМИ?

Большинство россиян (65%) **смогли вспомнить**, что за последнее время сталкивались с информацией об отечественной ХП – преимущественно в СМИ.

В основном указывались:

- **телевидение** (42% видели такие репортажи, чаще всего россияне 55-64 лет)
- **социальные сети** (24% встречали посты в соцсетях, чаще – женщины и молодежь 25-34 лет)
- **интернет-сайты** (тематические статьи в интернете читали 21% опрошенных, преимущественно женщины)
- **тематические видео** на видеохостинговых платформах (смотрели 19%, чаще – молодежь до 35 лет)

«В последнее время приходилось ли Вам встречать информацию о том, как обстоят дела в сфере химической промышленности России, о предприятиях или производимых ими продуктах? Если да, где именно?», в % от всех опрошенных (n=1600)*



* Сумма ответов может составлять более 100%, т.к. у респондентов была возможность выбрать несколько ответов



Как россияне оценивают освещение химической промышленности в СМИ?



Несмотря на то, что большинство россиян за последнее время **встречали информацию** о химической промышленности, по их мнению, **её качество и частота оставляют желать лучшего**:

- более половины опрошенных плохо или удовлетворительно (59%) оценивают освещение в СМИ новостей о проблемах и достижениях ХП
- 62% дают такие же оценки показу познавательных передач о ХП
- особенно недовольны россияне (63%) тем, как освещается тема среди детской аудитории

Каждый третий россиянин считает, что СМИ плохо рассказывают о ней детям

«Насколько хорошо или плохо сегодня средства массовой информации (СМИ) освещают следующие темы?»,
в % от всех опрошенных





02

ИМИДЖ РОССИЙСКОЙ ХИМИЧЕСКОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Представления о текущем положении дел в химической промышленности

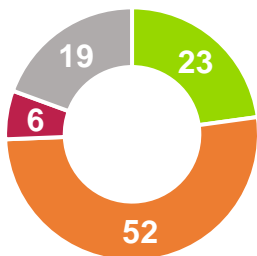


На фоне крайне низкой осведомленности о состоянии дел в отечественной химической промышленности интересным представляется **образ отрасли в глазах россиян**. Более половины россиян (52%) считают, что дела в отечественной ХП обстоят сегодня **удовлетворительно**.

Более **высокие оценки** дают жители регионов Приволжского федерального округа (29% говорят о хорошем положении дел в отрасли), а наиболее **критические** оценки характерны для жителей регионов Юга и Северо-Запада (до 10% назвали положение плохим).

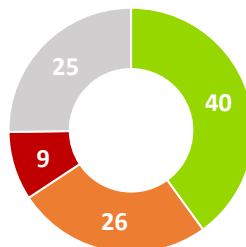
При этом 4 из 10 россиян убеждены в том, что за последние пару лет **ситуация в отрасли улучшалась** (40%). Особенно оптимистичны в этом отношении россияне 25-34 лет – среди них говорили о наметившихся улучшениях 44%. Пессимисты встречаются в наиболее молодой возрастной группе – среди опрошенных до 24 лет.

«На Ваш взгляд, как сегодня обстоят дела в российской химической промышленности – хорошо, удовлетворительно или плохо?»,
в % от всех опрошенных (n=1600)

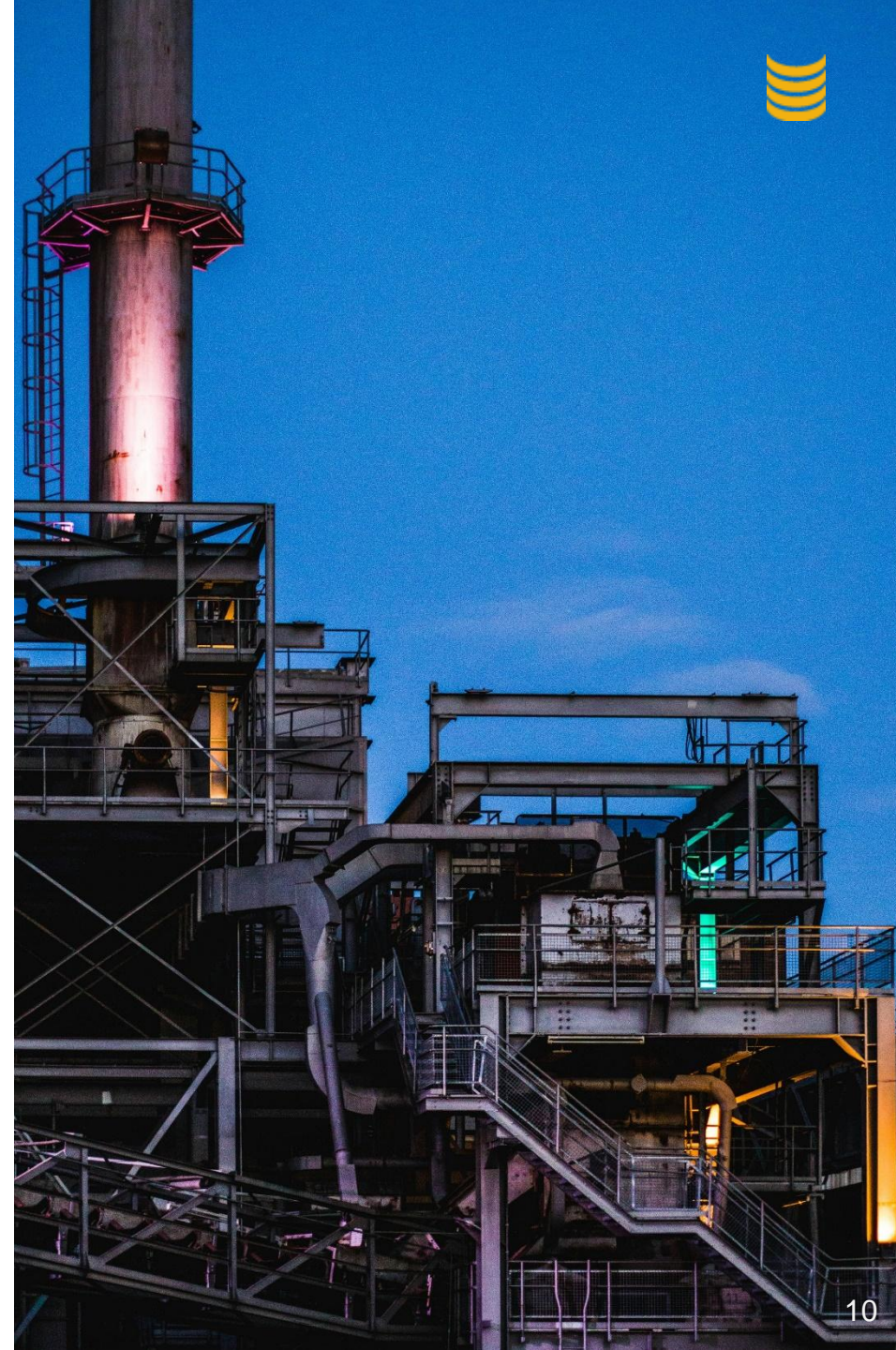


- Хорошо
- Удовлетворительно
- Плохо
- Затрудняюсь ответить

«Как, по Вашему мнению, в России за последний год-два изменилась ситуация в сфере химической промышленности?»,
в % от всех опрошенных (n=1600)



- Скорее улучшилась
- Не изменилась
- Скорее ухудшилась
- Затрудняюсь ответить



Представления о текущем положении дел в химической промышленности

Россияне видят **большой потенциал** в отечественной ХП: большинство уверены в перспективности отрасли, её приоритетности для государства, в её способности обеспечивать страну качественной продукцией и материалами, соответствующими мировым стандартам.

Серьезными **проблемами отрасли** россияне видят её монополизированность (представлена в основном крупными предприятиями), отставание отечественных технологий производства от зарубежных и сохраняющуюся опасность, угрозу ХП для жизни и здоровья людей.

«Какое из суждений лучше описывает то, как обстоят сегодня дела в российской химической промышленности?, в % от всех ответивших



90%

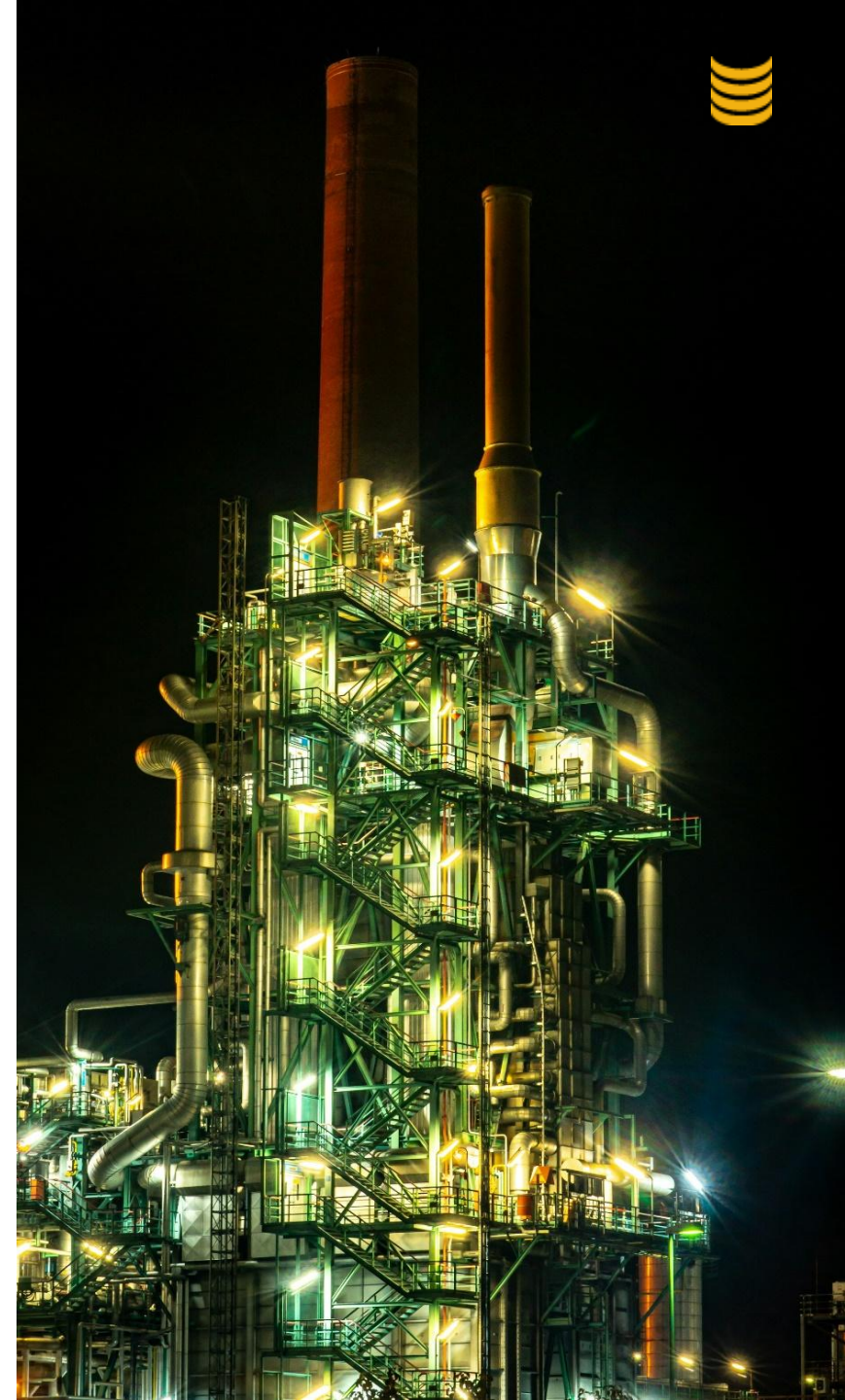
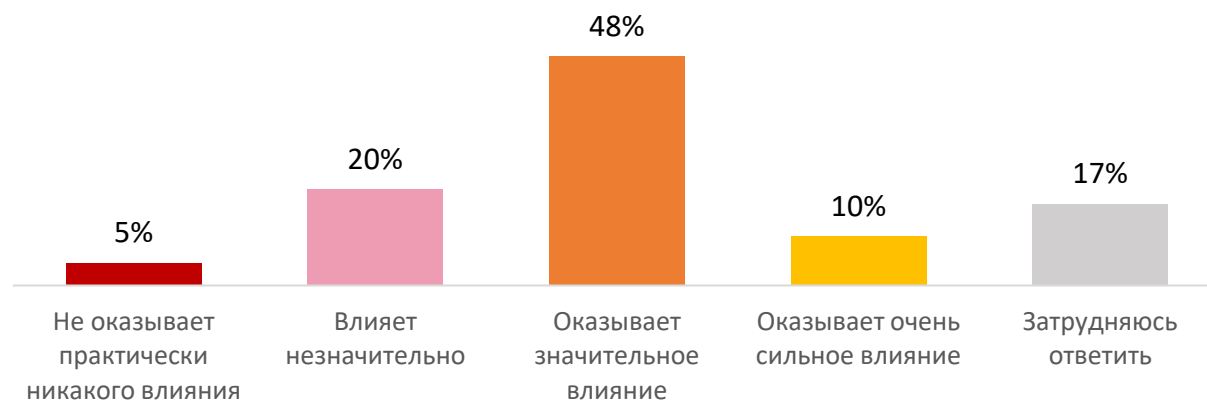
россиян уверены,
что отечественное
химическое
производство
имеет в ближайшем
будущем большие
перспективы



Представления о роли химической промышленности в российской экономике

Россияне в большинстве случаев заявляют, что положение дел в ХП оказывает **значительное влияние на российскую экономику** (48%), тогда как об очень сильном влиянии сказали не более 10% опрошенных (в основном, россияне с высшим образованием).

«Как Вы думаете, насколько сильное влияние на российскую экономику оказывает положение дел именно в химической промышленности?», в % от всех опрошенных (n=1600)



Образ типичного химического предприятия



Образ российского химического предприятия довольно **противоречив**, хотя включает в себе **больше положительных характеристик**.

Превалируют суждения о том, что такие предприятия получают **большой доход** (83%), производят **высококачественную продукцию** (81%), применяют **современные технологии** (78%) и, как правило, **не испытывают проблем с реализацией своей продукции** (77%).

В то же время более половины опрошенных считают, что такие предприятия **не предоставляют безопасные условия труда** (54%), а также **вредят окружающей среде** (51%). Каждый второй уверен, что химические предприятия **не привлекательны** для трудоустройства молодежи.

«Какое из суждений лучше описывает типичные российские химические предприятия?»,
в % от всех ответивших



Через какие каналы и источники формируется имидж химической отрасли?



Текущие представления россиян о ХП были сформированы, прежде всего, новостными и аналитическими передачами (34%). Вторую и третью позицию занимают, соответственно, публикации и статьи в интернете (27%) и научно-популярные передачи по ТВ (25%). Личный опыт работы или посещения предприятий, участия в экскурсиях, выставках ХП имеют не более 10% россиян.

«На Ваш взгляд, какие каналы и источники информации в большей степени повлияли на Ваше представление о химической промышленности в России?»*,*
в % от всех ответивших



* Сумма ответов может составлять более 100%, т.к. у респондентов была возможность выбрать несколько ответов





03

КАРЬЕРА В СФЕРЕ ХИМИЧЕСКОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Привлекательность отрасли для трудоустройства

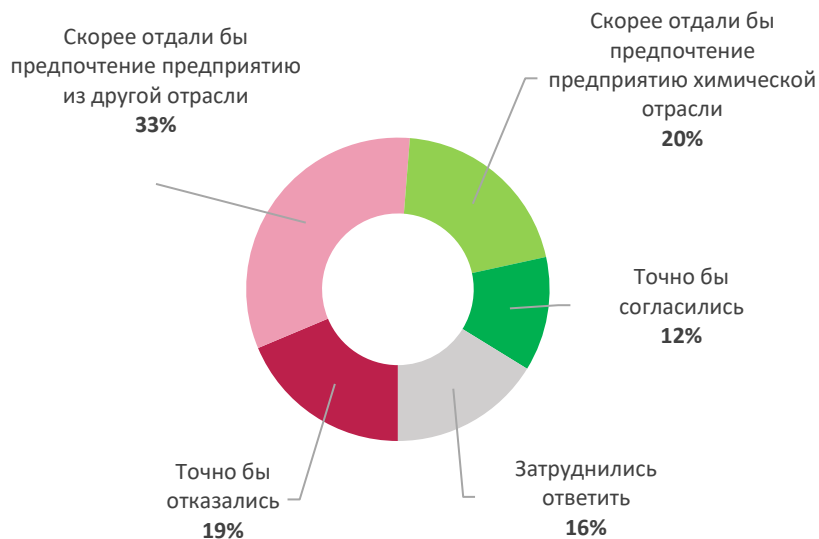
Трудоустройство на предприятии ХП **едва ли можно назвать привлекательным** для россиян – 52% опрошенных, вероятно, не приняли бы предложения такого работодателя.

Привлекательность химической промышленности для карьеры **выше:**

- среди мужчин (38% против 28% среди женщин)
- россиян среднего возраста (35-54 лет)
- жителей малых городов 50 -100 тыс. человек
- жителей регионов Южного, Приволжского, Уральского и Сибирского федеральных округов.

Напротив, **наиболее сложным** оказался бы поиск персонала среди жителей сельской местности, населения регионов Северо-Западного, Северо-Кавказского и Дальневосточного федеральных округов.

«Если бы Вы искали работу и Вам предложили трудоустройство на предприятии химической промышленности, Вы...», в % от всех ответивших



- Точно или скорее отказались бы
- Точно или скорее согласились бы
- Затрудняюсь ответить



Полезный материал

Путь женщин в инженерные и производственные профессии

Загрузите отчет бесплатно (PDF) [по ссылке](#)



Представления о работе на химическом предприятии



Работа на химическом предприятии видится россиянам общественно значимой, инновационной и перспективной, требующей физической выносливости, но при этом и высокооплачиваемой. В то же время россияне считают такую работу небезопасной для здоровья, стрессовой и связанной с вредом для экологии.

В общественном представлении **работать на предприятия химической промышленности идут**, прежде всего, люди с особым складом ума, увлекающиеся химией и другими естественными науками, а также те, кто твердо решил связать свою жизнь с промышленным производством.

«Кто, на Ваш взгляд, в основном идет работать на предприятия химической промышленности?», в % от всех ответивших*



«Какие прилагательные лучше описывают работу на предприятиях химической промышленности», в % от всех ответивших



* Сумма ответов может составлять более 100%, т.к. у респондентов была возможность выбрать несколько ответов



04

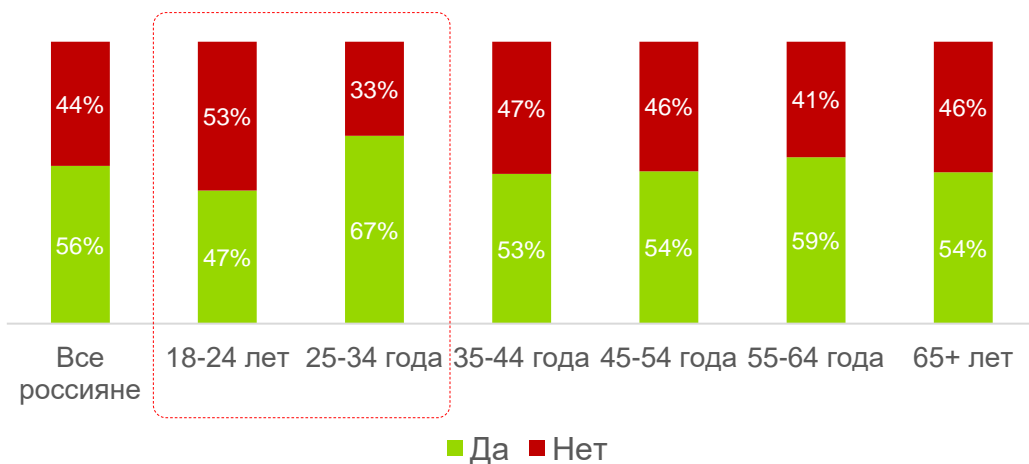
ОБРАЗОВАНИЕ В ОБЛАСТИ ХИМИИ



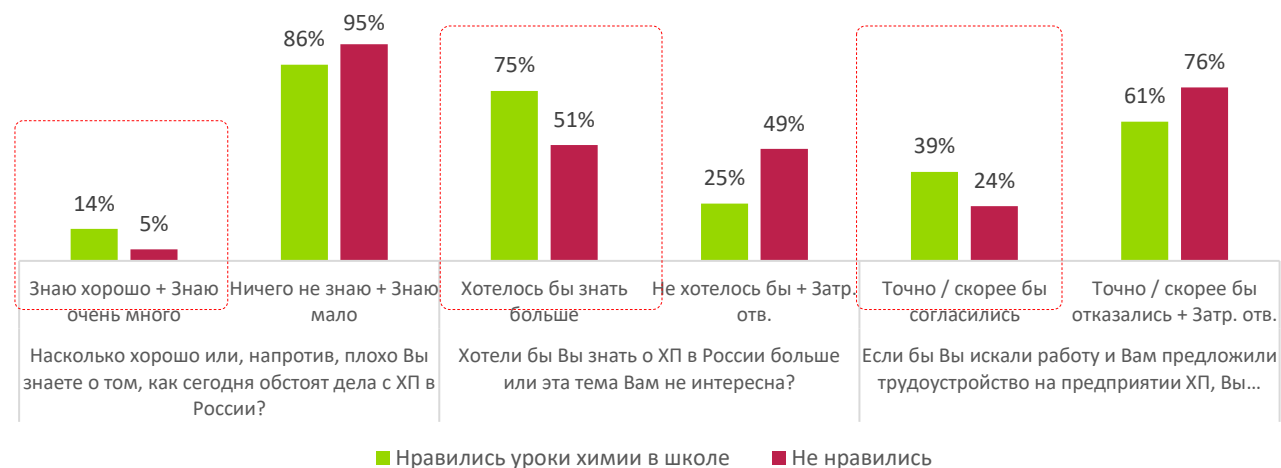
Разные поколения россиян примерно одинаково вспоминают и чаще положительно описывают свое отношение к химии в школьные годы. Значимая разница в ответах – среди молодых россиян 18-24 лет (самые негативные воспоминания) и россиянами 25-34 лет (самые позитивные воспоминания). Вероятно, в перспективе следует дополнительно проанализировать учебно-методическую базу преподавания химии в 2005-2015 гг. и использовать её опыт сегодня.

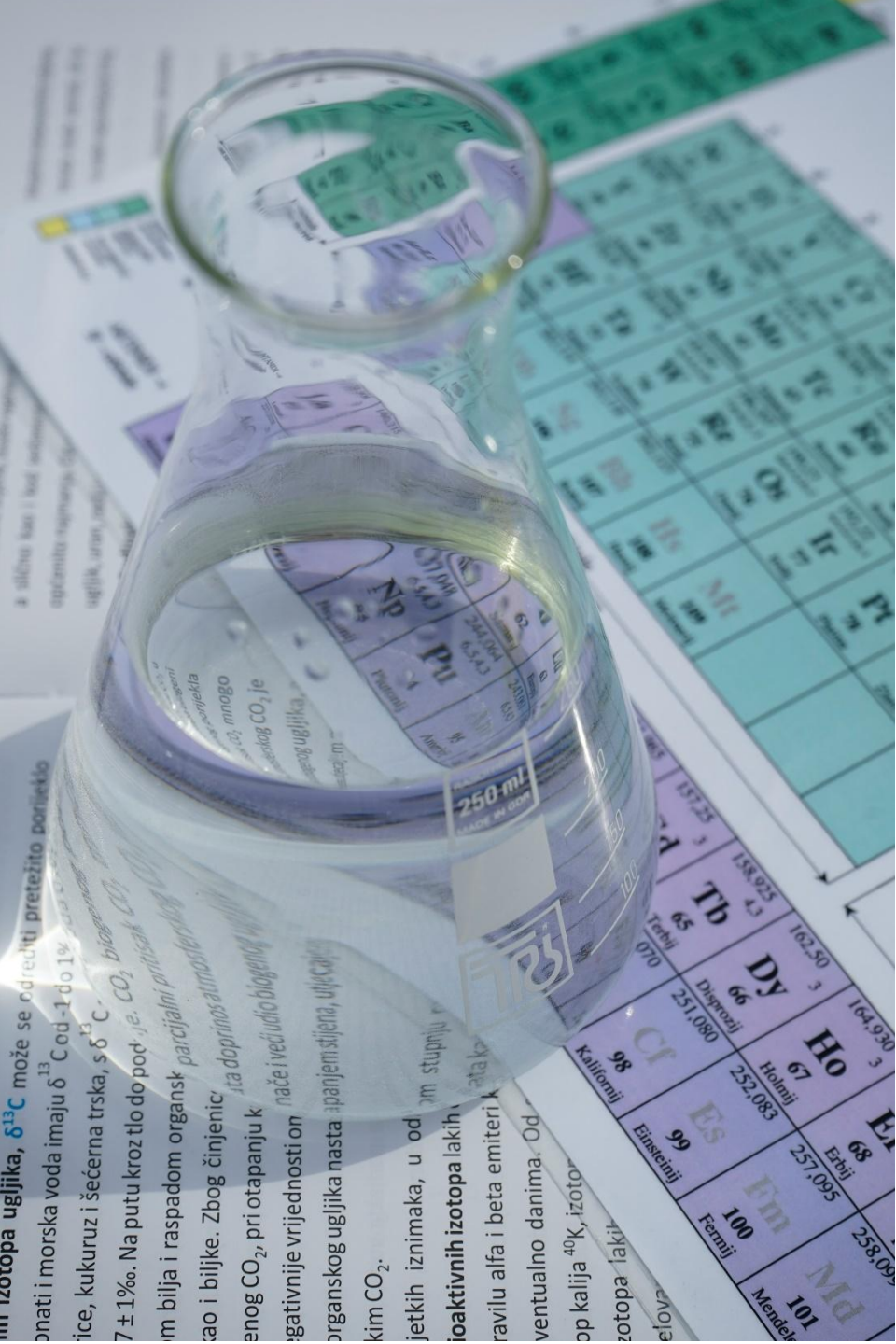
Сильная прямая связь зафиксирована между отношением к химии в школе и дальнейшим восприятием химической отрасли, интересом к ХП, оценкой привлекательности этой сферы для трудоустройства.

«Вспомните свои школьные уроки химии. Нравился ли Вам этот школьный предмет?», в % от всех опрошенных (n=1600)



Связь интереса к химии в школе с последующим отношением к химической отрасли, в % от всех опрошенных (n=1600)

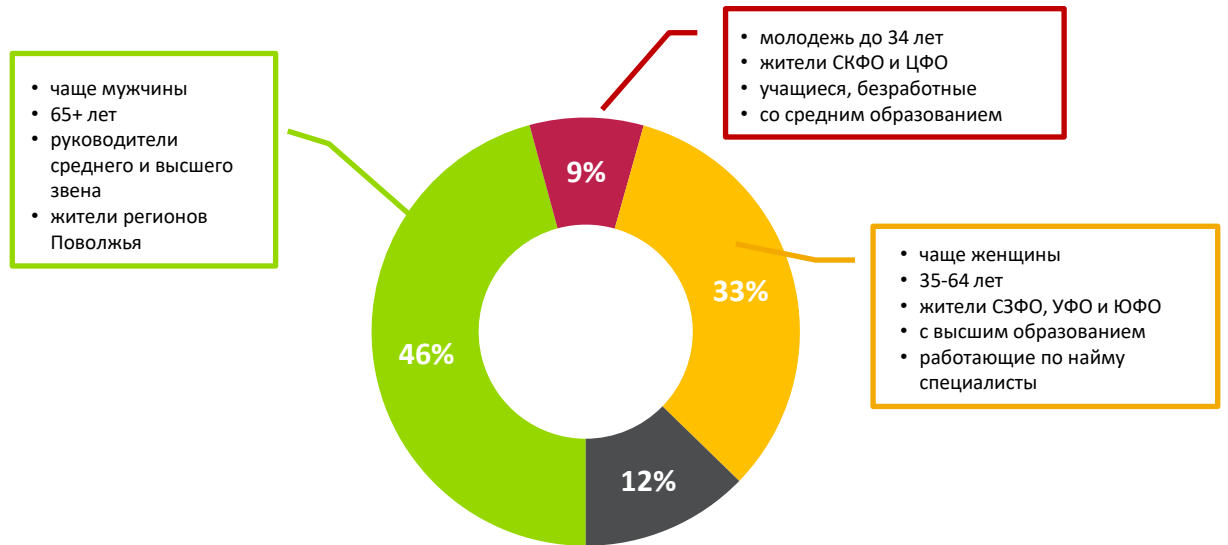




Химия в школе



«Как Вы считаете, с учетом роли химической промышленности в нашей стране и мире, внимание урокам химии в школах...»,
в % от всех опрошенных (n=1600)



■ Нужно увеличивать (увеличивать объем часов / начинать преподавание химии раньше / улучшать учебные материалы / углублять программу и пр.)

■ Нужно сокращать (сокращать объем часов в пользу других предметов / начинать преподавание химии позже / упрощать учебные материалы и пр.)

■ Оставить все как есть, ничего не менять

■ Затрудняюсь ответить

Профессиональное образование

7 из 10 россиян не могут назвать ни одного вуза, в котором готовят специалистов для химической промышленности.

Знание отечественных вузов в области химии прямо пропорционально **возрасту** россиян: чем старше опрошенные, тем чаще они могли назвать такие вузы.

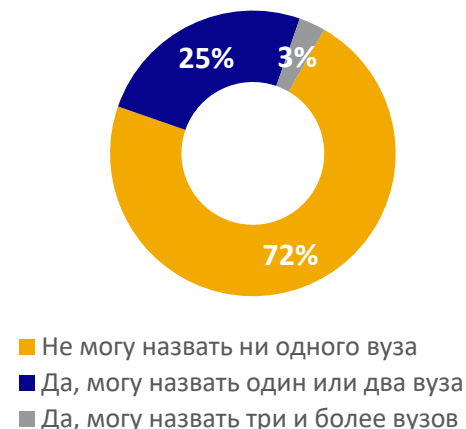
Самые большие затруднения вопрос вызвал у жителей регионов Дальнего Востока и Северо-Запада, где 88% и 78% соответственно не смогли вспомнить ни одного названия вуза. Относительно лучше знание вузов оказалось в Центральном, Приволжском федеральных округах.

Названные респондентами вузы по частоте упоминания:

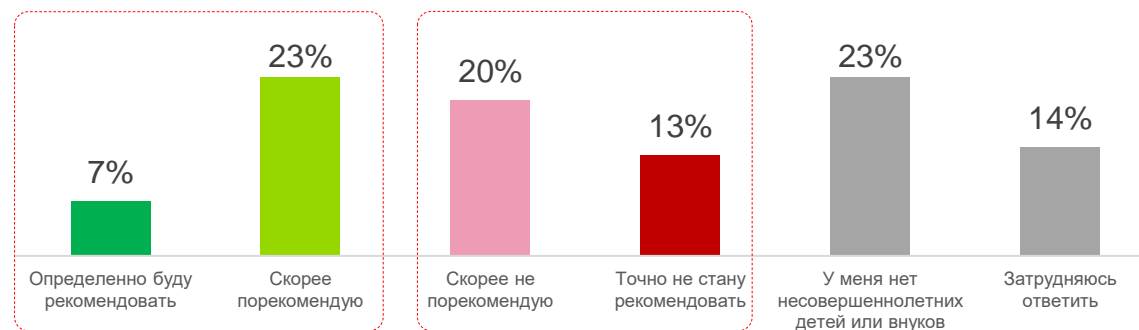
- МГУ (химический факультет)
- РХТУ им. Менделеева
- Томский политехнический университет
- Уфимский государственный нефтяной технический университет
- Уральский федеральный университет
- Сибирский федеральный университет
- Северо-Кавказский федеральный университет
- и др.

По готовности порекомендовать своим детям или внукам получить профессиональное образование по направлению химии россияне разделились на две равные группы: 30% готовы рекомендовать и столько же (33%) не готовы. Главная разделительная черта: информированность и интерес к отрасли: чем они выше, тем выше вероятность рекомендаций.

«Можете ли Вы вспомнить российские вузы, в которых готовят специалистов для химической промышленности?»,
в % от всех опрошенных (n=1600)



«Если у Вас есть несовершеннолетние дети или внуки, насколько вероятно, что Вы порекомендуете им пойти учиться в вуз или ссуз по направлению химии?»,
в % от всех опрошенных (n=1600)





05

ПОВСЕДНЕВНЫЙ ИНТЕРЕС
К СФЕРЕ ХИМИИ

Интерес к погружению в тему химии и химических производств через различные мероприятия

Независимо от отношения и желания связывать свою карьеру с ХП россияне проявляют **большой интерес** к различным активностям в этой сфере, что может использоваться в продвижении имиджа отрасли и отдельных компаний среди широкой аудитории.

Так, например, 80% россиян ответили, что хотели бы **больше узнать** о значении химии в повседневной жизни, о новых материалах, лекарствах и продуктах. Особенно эта информация интересна россиянам среднего и старшего возраста.

Почти столько же (78%) хотели бы **посетить музей** или выставку с достижениями в области химии.

Три четверти (74%) хотели бы лично **посетить производство** (особенно, жители регионов Урала) либо посмотреть документальный фильм о нем.

Меньший интерес россияне испытывают к **подписке на блоги / видеоблоги** по этой теме, поэтому социально-сетевые коммуникации с целевой аудиторией в настоящее время не имеют большой перспективы (даже среди самой молодой аудитории из-за минимального интереса к этой теме).

«Вам было бы интересно или, напротив, не интересно...?»,
в % от всех опрошенных (n=1600)



■ Интересно ■ Не интересно

65% россиян хотят получать больше информации на тему экологии



Полезный материал

Ознакомьтесь с полным текстом пресс-выпуска НАФИ [по ссылке](#)

Интерес к погружению в тему химии и химических производств через различные мероприятия

В проекте [«Цифры дня»](#) мы ежедневно задаем 3 вопроса россиянам через нашу платформу для онлайн-опросов "Тет-о-ответ". За результатами следите в Telegram-канале НАФИ:

https://t.me/nafi_research

Бытовая химия

87% россиян довольны ассортиментом товаров бытовой химии ([19.12.2024](#))

64% россиян уверены, что их траты на бытовую химию в ближайший год вырастут ([23.02.2024](#))

92% россиян готовы при очередной покупке бытовой химии выбрать товар неизвестного им прежде бренда ([28.08.2024](#))

11% россиян не довольны качеством товаров бытовой химии ([13.08.2024](#))

64% россиян при следующей покупке товаров бытовой химии отдали бы предпочтение отечественному бренду ([19.07.2024](#))

30% россиян покупают товары бытовой химии, выбирая более дешевые, даже если они хуже качеством ([07.02.2024](#))

Экология

64% за последние полгода обсуждали вопросы, связанные с экологией, в разговорах с близкими, друзьями ([22.08.2024](#))

26% россиян в повседневной жизни интересуются вопросами экологии, состояния окружающей среды, в 2023 г таковых было 32% ([12.07.2024](#))

61% россиян убеждены, что сегодня в России проблемам экологии уделяется недостаточно внимания, годом ранее так считали 72% ([31.07.2024](#))

46% россиян считают экологическую ситуацию в своем населенном пункте неблагоприятной. Годом ранее так же отвечали 42% ([05.08.2024](#))

Доля россиян, считающих что сегодня в СМИ теме экологии уделяется недостаточно внимания, продолжает расти: 60% в 2024 г. против 55% в 2023 и 52% в 2022 ([16.10.2024](#))

**«Цифры дня»,
которые могут быть
Вам интересны**



РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СТРАТЕГИЧЕСКОМУ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЮ



Рекомендации по выстраиванию коммуникаций

Как химической промышленности позиционировать себя, чтобы её актуальность и значимость для общества воспринимались более благоприятно на фоне меняющихся ценностей и мировоззрения людей?

Разрабатывая репутационную стратегию или коммуникационную политику, мы рекомендуем вам обратить внимание на следующие **ключевые ценности**, к которым люди стремятся привести свою жизнь в ближайшем будущем:

- бездумное потребление становится всё более рациональным
- отказ от потребления воспринимается как освобождение (свобода управлять своими потребностями)
- люди больше внимания стали уделять себе и своим семьям
- люди стараются больше ценить мелочи, то что раньше воспринималось как должное
- больше порядка и гармонии в жизни, стремление уйти от хаоса
- отечественное, в т.ч. локальное, производство ценится всё выше, импортозависимость подвергается критике
- развитие внутреннего туризма актуализирует особо трепетное отношение к сохранению природы

Ежегодно НАФИ выпускает **Трендбук**, в котором описываются все наиболее значимые тренды в разных сферах жизни россиян. С полным перечнем актуальных трендов Вы можете ознакомиться [у нас на сайте](#).



Рекомендации по выстраиванию коммуникаций



Ключевые факты, о которых нужно помнить в позиционировании бренда:

- Химическая промышленность сегодня воспринимается амбивалентно: вакцины и лекарства спасают людям жизнь, при этом химические добавки в продуктах вредят здоровью, химическое производство – убивает живое. В этой амбивалентности люди особенно будут ценить сообщения, которые обещают безопасность и защиту.
- Последние новости об экологических катастрофах, авариях и чрезвычайных ситуациях отдалили общество от веры в то, что в России соблюдаются самые строгие стандарты безопасности в области производства и транспортировки химической продукции. Если стандарты действительно на высшем уровне, есть ли у россиян шансы узнать о них, поверить в них и почувствовать себя защищенными?
- Потребители бессознательно ожидают изменений в позиционировании химической промышленности. Привычка винить промышленность в загрязнении окружающей среды должна трансформироваться в чувство облегчения от сообщений как химические продукты помогают обеспечивать экологическую устойчивость, нейтрализовать загрязнения. Наше исследование показало, что подобных новостных сюжетов о ХП как поставщике решений для защиты окружающей среды россияне не видят и винят СМИ в слабом освещении этой темы.
- Рационализация потребления, отказ от чрезмерного потребления заставляют россиян ожидать разделения этих же ценностей производителями. Новости, освещающие открытие новых фабрик, выпуска больших объемов продукции, будут восприниматься негативнее новостей об оптимизации работы ХП, концентрации на наукоемких и высокотехнологичных продуктах. Делитесь конкретными кейсами, улучшившими жизнь людей, в противовес громким цифрам о новых рекордах производства.
- Парадокс общественного восприятия ХП заключается и в том, что она понятна россиянам наполовину – как правило, в части фармацевтики и бытовой химии. И эта часть имиджа отрасли воспринимается положительно. Другая сторона – производство химических продуктов и материалов, напротив, непонятна, абстрактна и воспринимается отрицательно, потому ассоциируется с вредом всему живому. Таким образом, позитивное восприятие обеспечивается доступным для понимания обывателя объяснением «невидимой им продукции» – особенно, через научно-популярные и документальные видео. Главное – объяснение того, как химия служит обществу.



Рекомендации по выстраиванию коммуникаций



Ключевые факты, о которых нужно помнить в позиционировании бренда:

- Химические предприятия воспринимаются людьми как крупные, закрытые предприятия с огромными установками, резервуарами, трубами и дымоходами, скрытые за высокими заборами, потому что «есть что скрывать» и в этом есть что-то порождающее сомнения в их пользе. Исследование показало, что личного контакта (опыта работы, посещения экскурсий на предприятия) у абсолютного большинства людей нет, тогда как интерес к отрасли – высокий. Политика открытости и вовлечения могла бы быть позитивной практикой. Рассказывайте и о том, как химия позволяет человеку лично участвовать в значимом (например, как заправка автомобиля топливом с новыми химическими присадками позволят сокращать выбросы вредных веществ).
- Интерес к химическому производству, отрасли в целом зарождается на школьных уроках химии и, как показал опрос, сохраняется на всю жизнь. Сегодня далеко не все могут похвастаться позитивными воспоминаниями о химии в школе, что потом формирует представление, что в эту отрасль идут лишь «особые, предрасположенные к химии люди». Химия остается надолго чуждой, непонятной, пугающей для карьеры область. Сотрудничество региональной ХП с местными школами, организация экскурсий, кружков и факультативов, спонсирование закупок оборудования и реагентов могли бы способствовать усилению интереса к химии учеников и через несколько лет – населения в целом. Музеи технологий также мало распространены в России и у них есть большой потенциал.
- Остается высокой доля людей, которые не видят «моральный компас» химических предприятий, полагающих, что те ведут беспринципный бизнес, ставя ради прибыли под угрозу здоровье людей и окружающую среду (40% думают, что во главе интереса химических предприятий свои интересы против 60% уверенных, что это предприятия, работающие на благо общества). ХП следует активнее брать на себя социальные обязательства, но не столько в решении социальных проблем региона, сколько в подчеркивании социальной важности производимой продукции, в служении человеку и обществу.
- Люди находятся в постоянном поиске внутреннего компромисса и самооправдания: готовы мириться с побочными эффектами быстродействующих лекарств, вредными добавками, усиливающими вкус пищи, приятной упаковкой, вредящей экологии, пестицидами, вызывающими рак, но повышающими урожайность и делающими продукты более дешевыми и доступными. Внутренний компромисс в этой диспозиции с ХП формирует у людей чувство вины и соучастия, «сделки с дьяволом»: химия везде и нужно мириться с её последствиями для здоровья и окружающей среды. Далее психология потребителя переносит эту вину на саму ХП. В этом аспекте ожидаемым позиционированием продукта, бренда и отрасли в целом было бы освещение ХП как сферы решений, движущей силы инноваций, источника спасения в трудные времена. Цифровая индустрия сегодня прочно занимает лидерство в списке отраслей, формирующих будущее человечества и решающих его насущные проблемы. ХП имеет все шансы занять на этом пьедестале второе место.



ЦИФРЫ И ФАКТЫ О НАФИ

18 лет

на рынке маркетинговых исследований

Топ-3

цитируемых исследовательских агентств России

1000+

исследовательских проектов со сложными целевыми аудиториями

100 мероприятий

с участием спикеров НАФИ ежегодно

География

Россия, страны СНГ и Восточной Европы

Масштабные

федеральные и региональные исследовательские проекты

Оставайтесь в курсе

Посетите nafi.ru, чтобы найти самые актуальные результаты исследований



Совет

ESOMAR
member



International
Organization for
Standardization

МЫ ИССЛЕДУЕМ — ВЫ ПРИУМНОЖАЕТЕ!

Исследования НАФИ выполняются в соответствии со стандартами качества ISO 20252.
Ваши пожелания и предложения будем рады получить по адресу: info@nafi.ru
Все дополнительные методологические детали доступны по запросу.



В соответствии с принятыми Аналитическим центром НАФИ нормами экологической ответственности для минимизации воздействия на окружающую среду этот документ распространяется преимущественно в электронном виде. Печать тиража производится на бумаге с высоким содержанием вторичного сырья.

115054, Россия, Москва, ул. 1-я Брестская, 29
+7 (495) 982-50-27 | <https://nafi.ru>

