

GLOBESCAN RADAR 2010 – I. RAPOR

1999'dan beri Türkiye'de ve dünyada 25'ten fazla ülkede gerçekleştirilen ve iş dünyasını etkileyen, başta kurumsal sosyal sorumluluk olmak üzere ekonomik, politik, kültürel pek çok stratejik alanda kamuoyunun nabzını tutan GlobeScan Radar artık aynı adla yıllık iki rapor halinde ilginize sunulmakta. GlobeScan Radar 2010'un ilk raporu yine kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) kavramına odaklanıyor ve daha önceki yıllara kıyasla daha da detaylı bir küresel izleme raporu ile şirketlerin stratejik kararlarına katkıda bulunmayı amaçlıyor.

GlobeScan Radar 2010, 29 ülkede 29.000 kişiyle kantitatif anlamda yüz yüze ya da telefon ile görüşülerek gerçekleştirilmiştir. Türkiye'deki örnek büyüklüğü 1.000'dir. Araştırmada ele alınan konular aşağıda sıralanmıştır:

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Tanımı

- KSS sahibi kabul edilebilmesi için şirketlerin yapabileceği en önemli şey
- Büyük şirketlerin daha iyi bir toplum yaratmak için gösterdiği performans
- Sosyal sorumlulukta istihdam güvencesi sağlamanın ve verginin yeri
- Çeşitli sosyal alanlardan kurumsal olarak sorumluluk
- KSS için yasal düzenlemelere duyulan ihtiyaç

Kurumsal Liderlik

- Büyük şirketlerin politik liderlere göre gelecekte daha iyi liderlik olasılığı
- Sorumlu olmak için elinden geleni yapan büyük şirketlerin oranı
- Şirketlerin sosyal anlamda sorumlu/sorumsuz kabul edilme nedenleri

Kurumsal Sosyal Sorumluluk İletişimi

- Şirketlerin KSS faaliyetleri hakkında bilgi sahibi olanlar
- Büyük şirketlerin KSS performansı hk. yıllık rapor yayınladığını bilenler
- Şirketlerin sosyal ve çevresel performanslarının iletişimde dürüstlük
- KSS'nin topluma katkıda bulunmak için değil imaj için yapıldığı algısı
- KSS iletişimleri karşısında kamuoyunun geçirgenliği
- Şirketlerin KSS faaliyetleri hakkında bilgi alınan kaynaklar

Etik Tüketim Anlayışı

- Tüketici aktivizmi ve etik satın alma davranışları
- Çevresel nedenlerden dolayı belirli bir ürünü/markayı satın almama
- Adil ticaret (fairtrade) ürünleri satın alma eğilimi
- Organik gıda ürünleri satın alma eğilimi
- Enerji tasarruflu ürünleri satın alma eğilimi

Sektörlere Göre KSS İtibarını Oluşturan Unsurlar

- Sosyal anlamda en sorumlu bulunan sektörler
- Sosyal anlamda en sorumsuz bulunan sektörler
- Sosyal anlamda en sorumlu bulunan şirketler
- Sosyal anlamda en sorumsuz bulunan şirketler

Sektörler

- Alkollü İçecek / Bira
- Banka / Finans
- Elektrik/Enerji
- Elektronik Aletler
- Gıda ve İçecek
- Giyim / Tekstil
- Hızlı Tüketim Malları
- İlaç
- Kamu Hizmetleri
- Madencilik
- Medya
- Otomotiv
- Perakende/S.Market
- Petrol
- Telekomünikasyon
- Tütün
- Ulaşım

- ABD
- Almanya
- Arjantin
- Avustralya
- Azerbaycan
- Brezilya
- Çin
- El Salvador
- Endonezya
- Filipinler
- Fransa
- Gana
- Guatemala
- Güney Kore
- Hindistan
- Honduras
- İngiltere
- İspanya
- İtalya
- Japonya
- Kanada
- Kenya
- Kosta Rika
- Meksika
- Nijerya
- Nikaragua
- Pakistan
- Panama
- Peru
- Portekiz
- Rusya
- Şili
- Türkiye
- Yunanistan

Ne Veriyoruz?

Türkiye Raporu	Yönetici Özeti PowerPoint Sunum Stratejik Danışmanlık
Dünya Raporu	Yönetici Özeti PowerPoint Sunum Ayrıntılı İstatistikî Tablolar 5 CD Firma İçi Dağıtım Lisansı Stratejik Danışmanlık
Türkiye Raporu	5.000 TL + K.D.V.
Dünya Raporu	16.500 EUR + K.D.V.

Daha fazla bilgi için lütfen Melike Kıratlı ile irtibat kurunuz.
melike.kiratli@yontemresearch.com

Yöntem