



DORANABIZ5

Sosyal Dayanışma

Araştırması

DORA
RESEARCH

Eylül 2010



Çalışmanın saha aşaması,

26 Temmuz– 05 Ağustos 2010 tarihleri arasında ONLINE veri toplama yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Denekler kendilerine e-mail yoluyla iletilen online anketlere yanıt vererek çalışmaya katılmışlardır.

DoraNabız5 Sosyal Sorumluluk Çalışması;

- Farklı sektörlerdeki şirketlerde çalışan
- 19 yaş üstü
- 124 görüşmeci ile gerçekleştirilmiştir

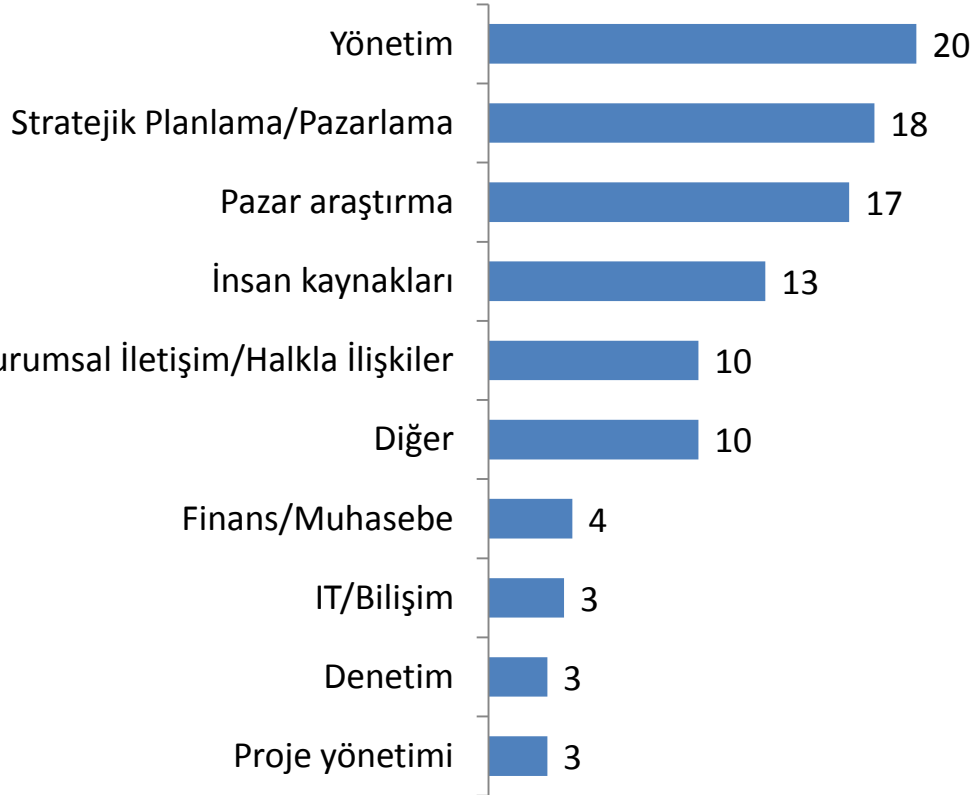


DoraNabız araştırmalarının beşinci ayağı olan “Sosyal Dayanışma Araştırması” özellikle yardım konularında duyarlı olan Türk insanın sosyal dayanışma ve yardım kurumları hakkındaki görüşlerini içermektedir.



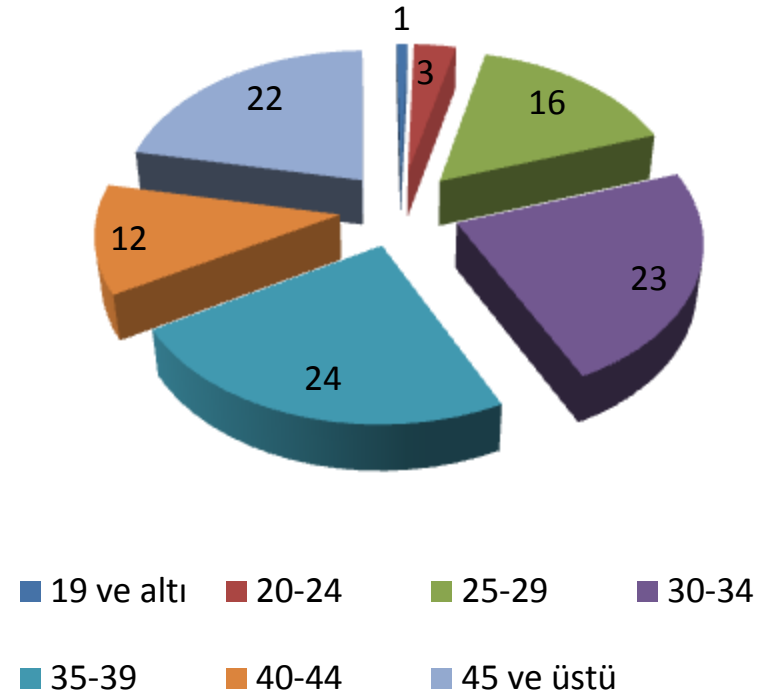
Çalışmaya kimler katıldı

%



Çalışmaya ağırlıklı olarak "Yönetim ve Pazarlama" departmanlarından katılım olmuştur. Katılımcıların ortalama yaşı ise 29,3'dür

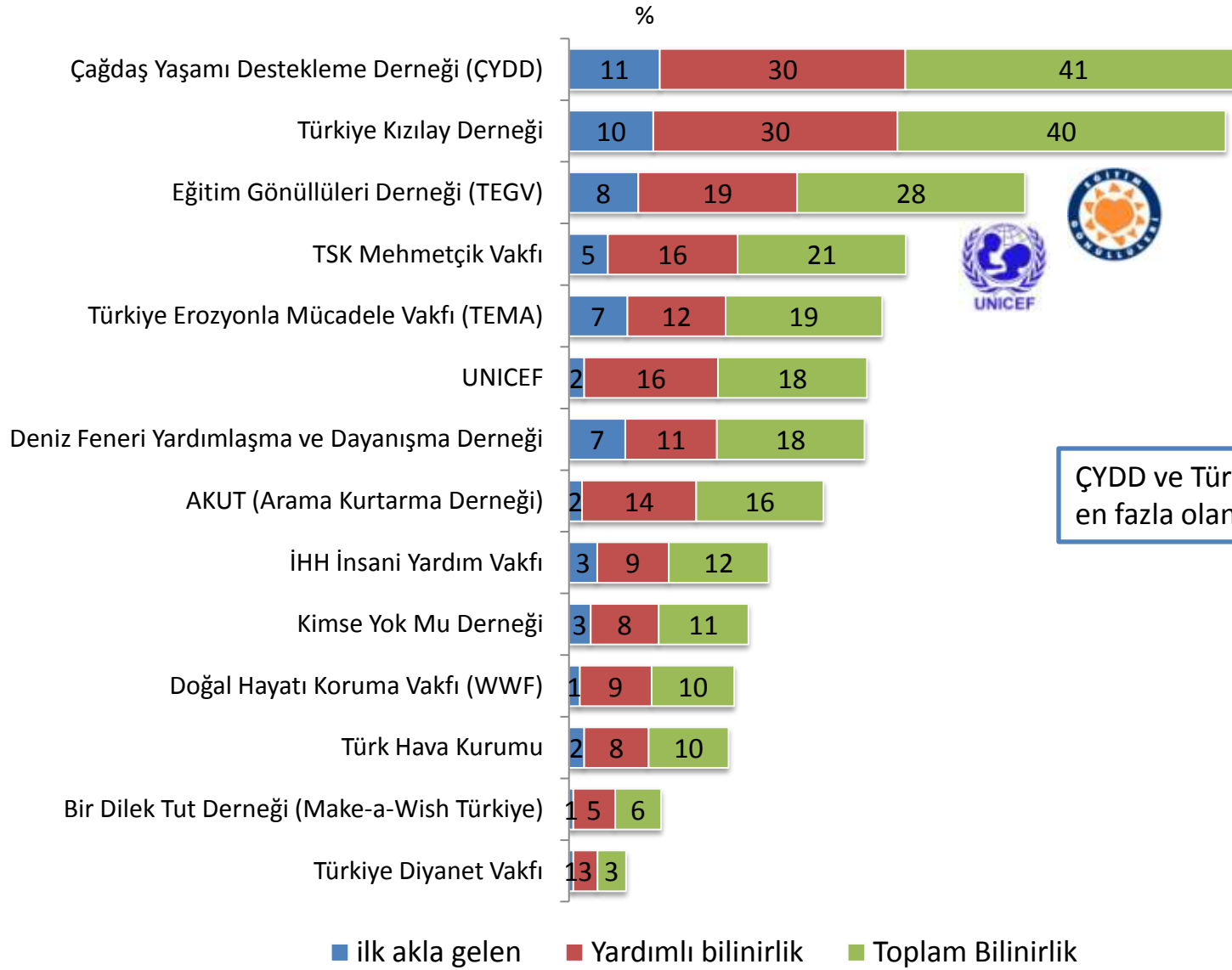
%



Ortalama yaş:29,3



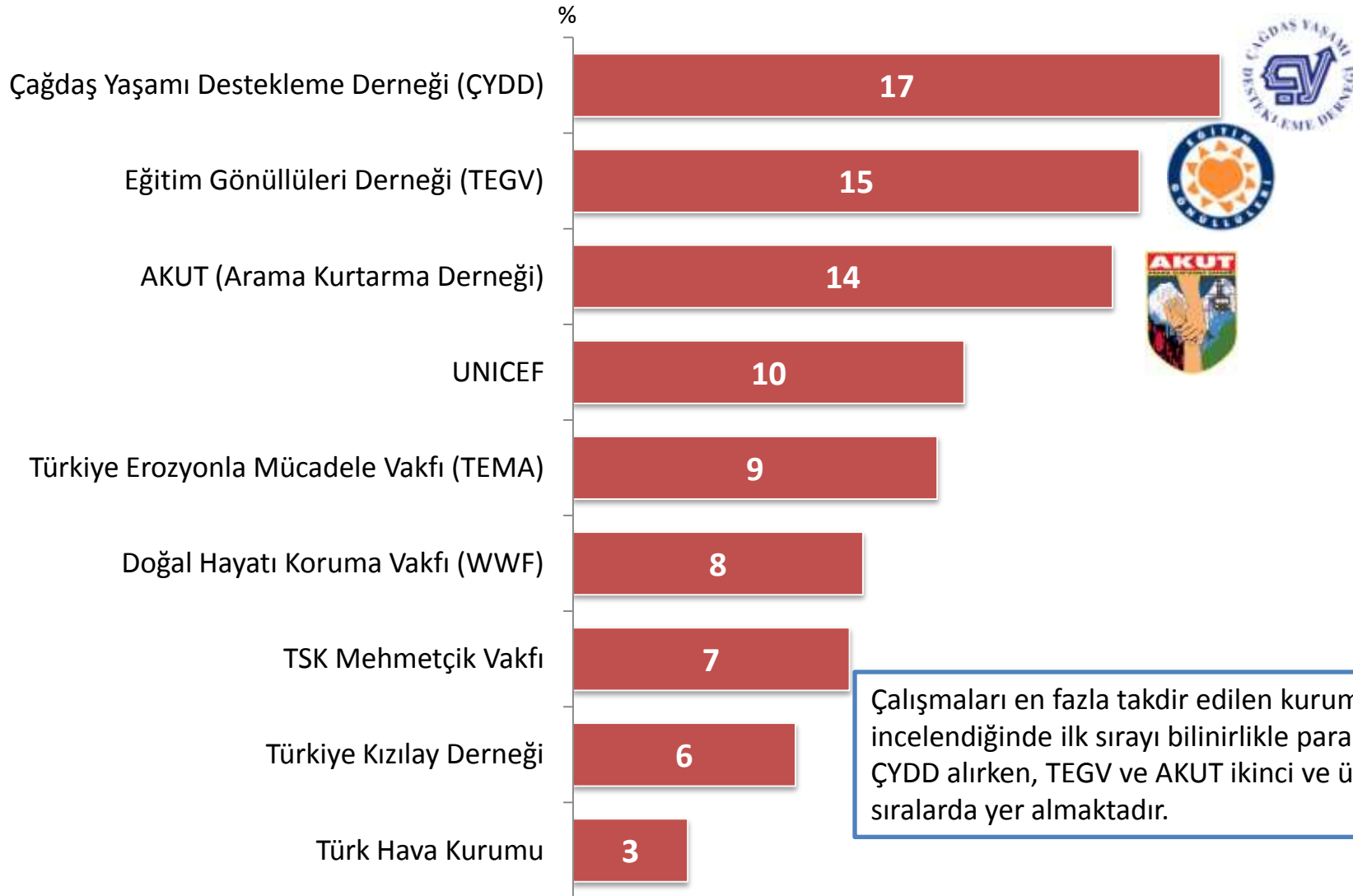
Sosyal Dayanışma Kurumları Bilinirlikleri



ÇYDD ve Türk kıızılay derneği bilinirlikleri en fazla olan kurumlardır.



Çalışmaları en fazla takdir edilen Sosyal Dayanışma Kurumları

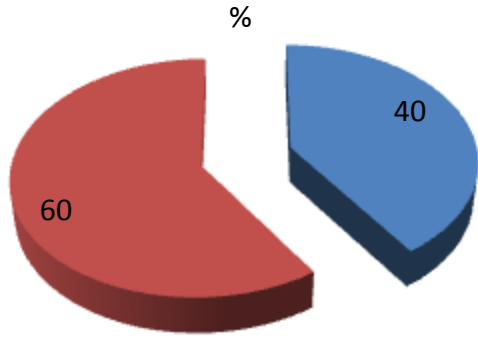


Çalışmaları en fazla takdir edilen kurumlar incelendiğinde ilk sırayı bilinirlikle paralel olarak ÇYDD alırken, TEGV ve AKUT ikinci ve üçüncü sıralarda yer almaktadır.



Sosyal Dayanışma – katılım

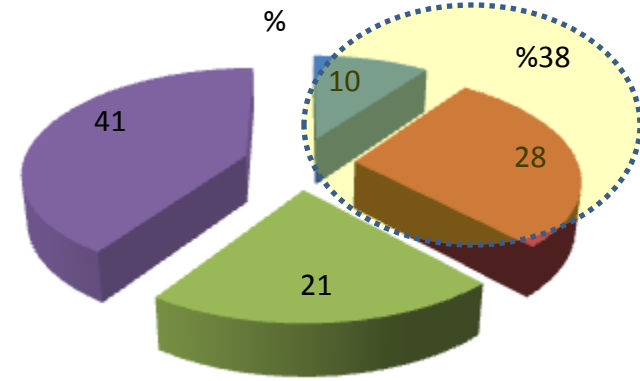
Gönüllü olarak çalışma



- Evet, gönüllü olarak yer aldım
- Hayır, gönüllü olarak yer almadım

Katılımcıların %40'ı gönüllü olarak en az bir sosyal dayanışma kurumunda yer almıştır.

Firmaların karar sürecinde katılımcıların yeri



- Bu konudaki kararları ben veriyorum
- Bu konudaki kararlara katılıyorum
- Sadece fikir veriyorum
- Karar sürecine katılmıyorum

Çalışmaya katılan görüşmecilerin %38'i çalıştıkları firmalarının yardım kurumlarına bulunacağı yardımlarda karar sürecinde yer almaktadır.

Bugüne kadar herhangi bir hayır/yardım kurumunda gönüllü olarak yer aldınız mı?

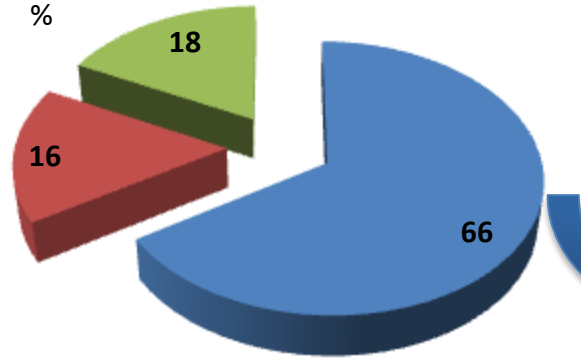
Firmanızın hayır/yardım kurumlarına destek vereceği süreci düşündüğünüzde, aşağıdaki ifadelerden hangisi sizin durumunuzu en iyi şekilde ifade eder?



Firmalar tarafından yardımda bulunma

Katılımcıların bağlı oldukları firmaların %66'sı yardımda bulunurken, yardımda bulunulan ilk üç kurum sırasıyla, AKUT, Make a Wish ve ÇYDD'dir.

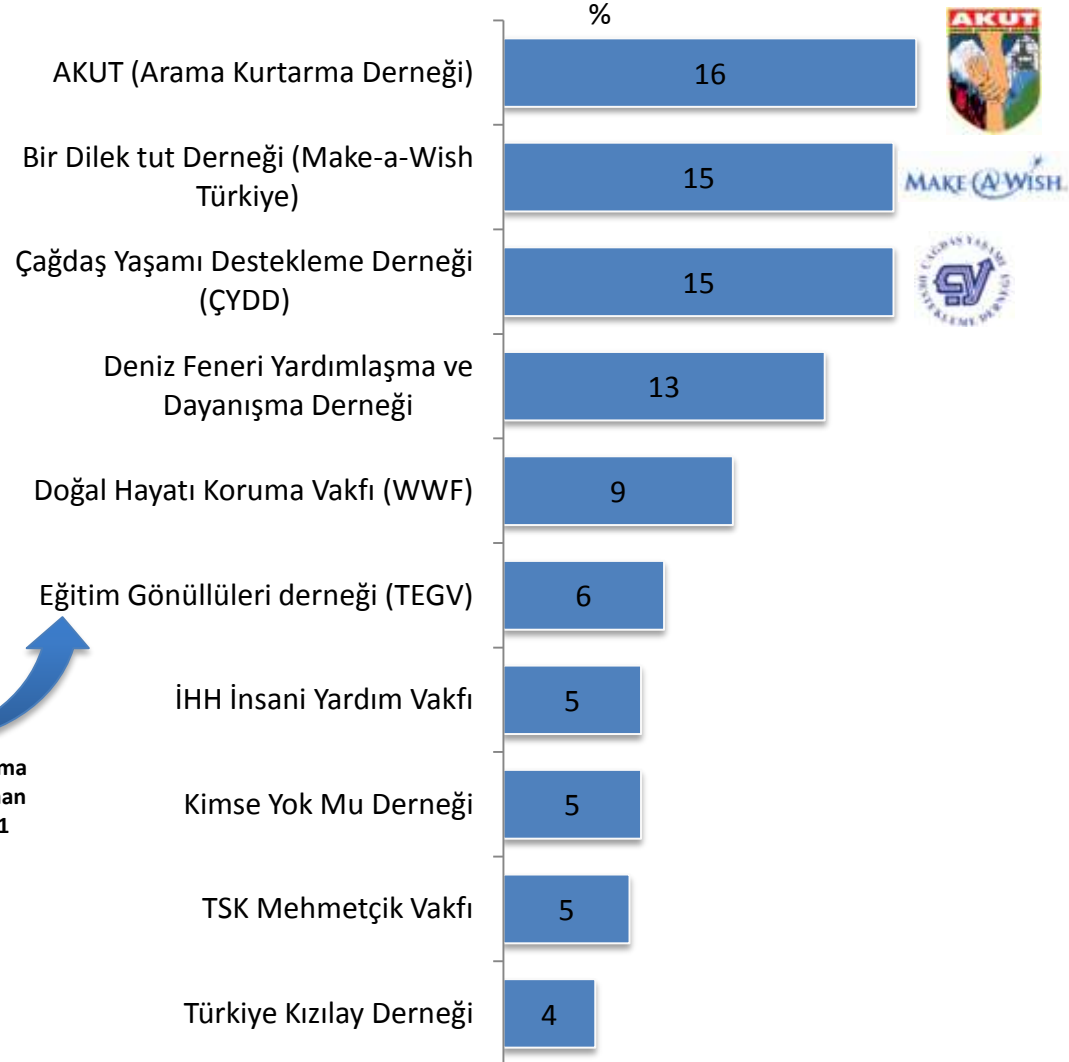
Firmalar tarafından yardımda bulunma



- Evet, çalıştığım firma yardımda bulundu
- Hayır, çalıştığım firma yardımda bulunmadı
- Bilmiyorum

Baz (Çalıştığı firma yardımda bulunan katılımcılar):81

Firmalar tarafında yardımda bulunulan "yardım kurumları"



Bugüne kadar, çalışmakta olduğunuz firma herhangi bir hayır/yardım kurumuna yardımda bulundu mu?

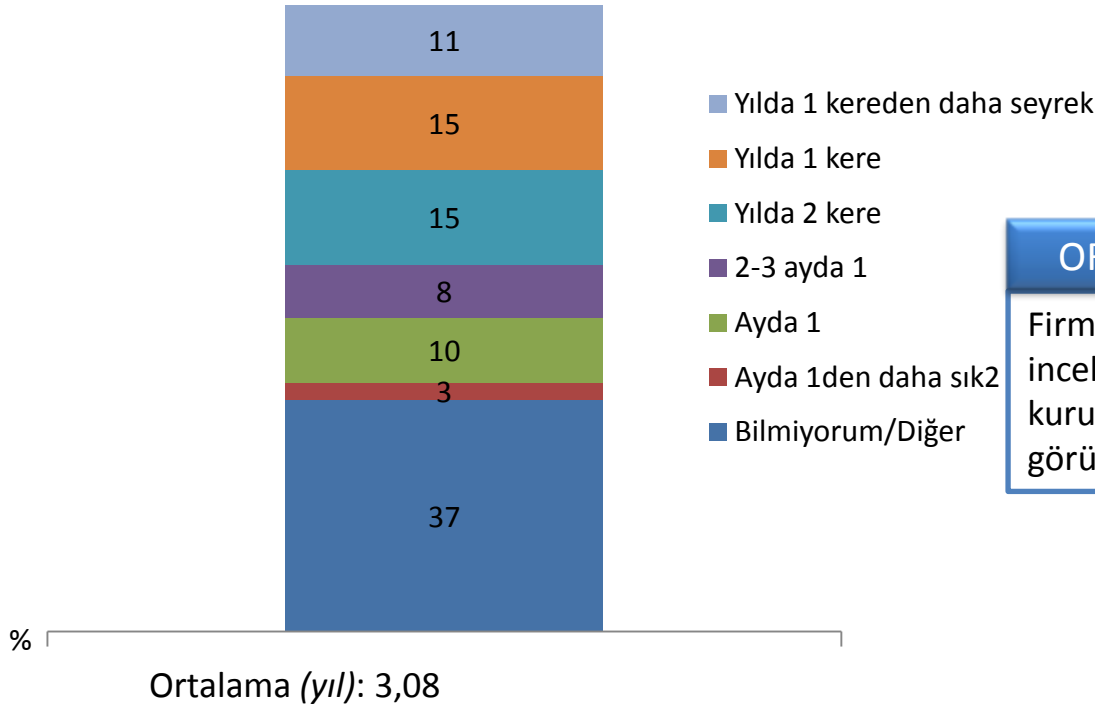
Çalıştığınız firma hangi hayır/yardım kurumuna/kurumlarına yardımda bulundu?

Katılımcı sayısı n:124



Bağışta bulunma sıklığı

Firmalar tarafından yardımda bulunma sıklığı



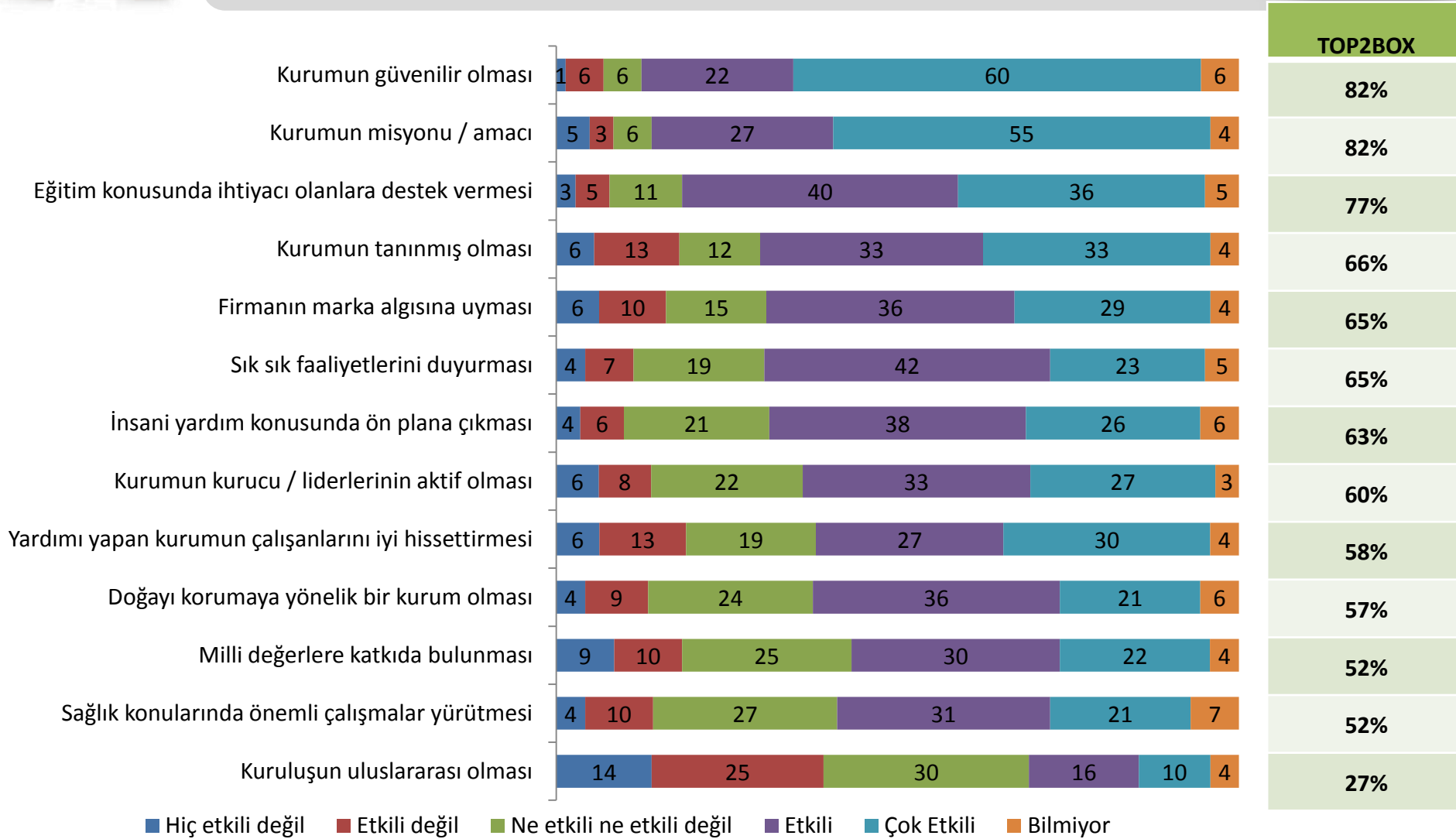
ORTALAMA YARDIMDA BULUNMA SIKLIĞI

Firmaların bağışta/yarımda bulunma sıklıkları incelendiğinde ortalama olarak **yılda 3 kere** kurumlara bağışta/yarımda buldukları görülmektedir.

Kurum olarak, hayır/yardı kuruluşlarına ne sıklıkta bağışta bulunuyorsunuz?



Yardım kuruluşlarına destek olunmasında etkili faktörler



Bir firmanın, herhangi bir yardım kuruluşuna destek olmasında en etkili faktörler incelendiğinde Top 2 Box bazında ilk 3 faktör, "Kurumun Güvenilir olması", "Kurumun misyonu amacı" ve "Eğitim konusunda ihtiyacı olanlara destek vermesi" olarak sıralanmaktadır.

Yardım kuruluşlarına destek olunmasında etkili ifadeler



İMAJ
ORTALAMASI

Kurumun bir misyonu amacı vardır	15	5	16	4	11	12	5	4	13	14	10
Tanınmış bir kurumdur	16	3	15	9	9	12	4	2	15	12	10
Güvenilir bir kurumdur	18	3	17	2	10	14	3	2	14	15	10
Kurucuları/liderleri aktiftir	21	4	19	4	5	10	4	2	5	17	9
Marka algısına uyan bir kurumdur	13	3	16	2	12	11	2	2	16	16	9
Yapılan yardımın, yardım yapan kurumun çalışanlarını iyi hissettirir	13	4	17	2	10	14	3	3	11	14	9
Uluslararası bir kurumdur	9	9	1	2	24	1	3	2	45	1	10
Doğayı korumaya yöneliktir	4	1	1	1	42	1	1	1	3	43	10
Sık sık faaliyetlerini duyduğum bir kurumdur	15	2	18	6	9	13	5	3	13	15	10
Eğitim konusunda ihtiyacı olanlara destek verir	3	2	35	2	2	38	2	2	9	1	10
Özellikle insani yardımlar konusunda ön plana çıkar	23	6	13	7	2	6	12	7	16	2	9
Milli değerlere katkıda bulunan bir kurumdur	9	2	20	5	3	13	4	4	3	16	8
Sağlık konularında önemli çalışmalar yürüten bir kurumdur	12	6	3	2	2	2	7	3	22	2	6
MARKA ORTALAMASI	13	4	15	4	11	11	4	3	14	13	

*Bordo renkler hem imaj , hemde marka ortalamasından yüksek oranları ifade eder

*Sarı renkler imaj ,ortalamasından yüksek oranları ifade eder

*Mavi renkler marka ortalamasından yüksek oranları ifade eder



Correspondence analizi

Bu analiz, kurumların hangi ifadelere yakın olduğuna ve nasıl konumlandığına dair bir göstereimdir.

Soru formundaki çalışma öncesi tespit edilen kurum özellikleri her kurum için sorgulanmış ve katılımcıların hangi özellikleri hangi kurumlarla eşleştirdiği ölçümlenmiştir.

- Hem “marka için hangi özelliklerle ne sıklıkta eşleştirildiği”
- Hem de “özellikler için hangi markalarla eşleştirildiği” göz önünde bulundurulmuştur.

ÖZET SONUÇ:

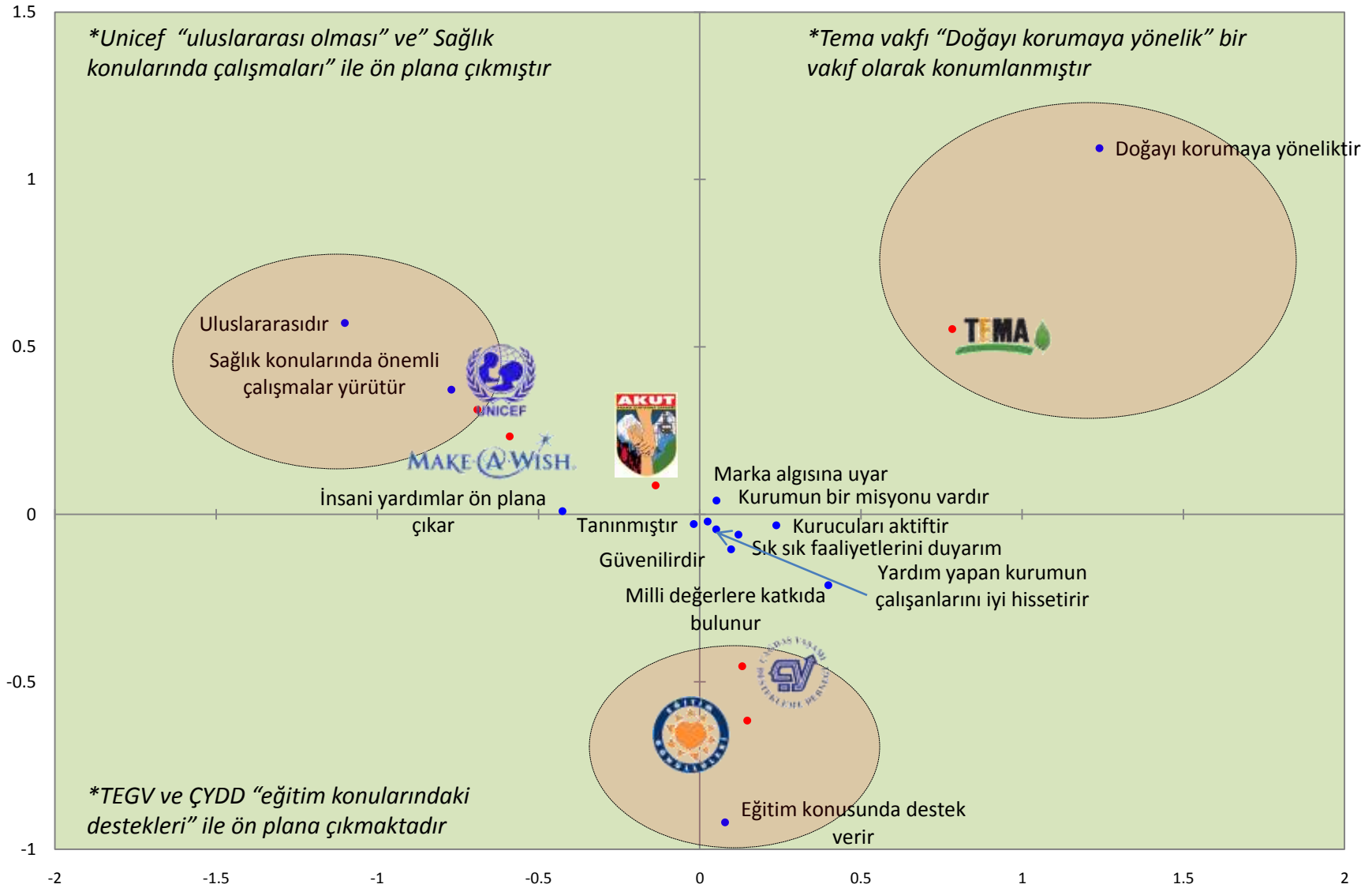
Sosyal Dayanışma kurumları söz konusu olduğunda üç net konumlandırma mevcuttur;

- Doğa
- Sağlık
- Eğitim

Bu konuları sahiplenmiş kurumlar algıda (konuların önem ve gücü de düşünülduğünde normal olarak) güçlü yer edinmiştir. Bunun dışında net olarak konumlanmış ve diğer alanları sahiplenmiş bir kurum bulunmamaktadır.



Correspondence analizi





DORA

RESEARCH

Cem Emre alıŐkan
DanıŐman AraŐtırma Uzmanı

Barbaros Mah. Uphill Court Towers
A1-A Blok D.47 Batı Atasehir/ İstanbul
Tel : + 90 216 688 33 23
cememre.caliskan@doraresearch.com
www.doraresearch.com