Sayın Katılımcı,

Bu ölçme aracı Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı’nda Prof. Dr. Hasan AYYILDIZ danışmanlığında **“İlişkisel Pazarlama Faaliyetlerinin İnovasyon Stratejilerine Etkisinde Kurumsal Sürdürülebilirliğin Aracı Rolü”** konusunda yapılmakta olan doktora çalışması kapsamında kullanılmak ve şirketlerin ilişkisel pazarlama etkinliklerinin inovasyon stratejilerine olan etkisinde kurumsal sürdürülebilirliğin rolünün bilimsel olarak ortaya konulması amacıyla yapılmaktadır.

Soruların doğru veya yanlış bir cevabı yoktur. Lütfen tüm soruları içtenlikle yanıtlayınız. Anket formuna isim, soy isim, telefon numarası gibi kimliğinizi belirtecek bilgileri yazmayınız.

İlginiz için teşekkür ederim.

Öğr.Gör.Eda Dişli BAYRAKTAR

Karadeniz Teknik Üniversitesi

KATILIMCI VE İŞLETMEYE AİT BİLGİLER

Anketin bu bölümünde, cevapların sınıflandırabilmesi için gerekli bazı demografik bilgiler istenmektedir. Vereceğiniz bilgiler gizli tutulacak ve sadece bu araştırma kapsamında akademik amaçla kullanılacaktır.

KATILIMCIYA DAİR BİLGİLER

1. Firmanızdaki konumunuz?

 [ ] Genel Müdür [ ] Üst Düzey Yönetici [ ] Pazarlama Müdürü

[ ] AR&GE Müdürü [ ] Satış Müdürü [ ] Üretim Müdürü

[ ] Diğer (Lütfen yazınız) ……………………

2. Yaşınız?

[ ] 20-25 [ ] 26-30 [ ] 31-35 [ ] 36-40 [ ] 41-45 [ ] 46-50 [ ] 51 ve üzeri

3. Eğitim düzeyiniz?

[ ] İlköğretim [ ] Lise [ ] Yüksek Okul [ ] Üniversite [ ] Lisansüstü

4. Cinsiyetiniz?

[ ] Kadın [ ] Erkek

İŞLETMEYE DAİR BİLGİLER

1.Firmanızda çalışan sayısı?

[ ] 0-99 [ ] 100-499 [ ] 500-1999 [ ] 2000-4999 [ ] 5000-9999 [ ] 10.000 ve daha fazla

2.Firmanız kaç yıldır faaliyet göstermektedir?

[ ] 0 – 4 [ ] 5 – 24 [ ] 25 – 49 [ ] 50 – 74 [ ] 75 – 99 [ ] 100 ve üzeri

3.Firmanızın sermaye yapısı nasıldır?

[ ] Yüzde Yüz Yerli [ ] Yüzde Yüz Yabancı [ ] Karma

4.İşletmenizin yıllık net satış hâsılatı aşağıdakilerden hangisidir?

[ ] 0-1 milyon TL [ ] 1-5 milyon TL [ ] 5-25 milyon TL

5.İşletmenizin niteliği aşağıdakilerden hangisidir?

[ ] Ulusal [ ] Uluslarası (ithalat-ihracat faaliyeti) [ ] Farklı ülkede yatırım (çokuluslu)

6.İşletmenizin herhangi bir çevre politikası var mı?

[ ] politikamız var

[ ] planlama aşamasında

[ ] planlama aşamasında değil

[ ] emin değiliz

7.Sürdürülebilirlik konusunda aşağıdaki kurumların her hangi birinden eğitim aldınız mı?

[ ]KOSGEB [ ]Sürdürülebilir Kalkınma Derneği [ ]Danışmanlık şirketleri [ ]TÜBİTAK

 [ ]Ticaret Odası [ ]Diğer........................................

8.İşletmenizde sürdürülebilirlik faaliyetlerini aşağıdaki departmanlardan hangisi yürütmektedir?

[ ]İdari birim [ ]Pazarlama [ ]Muhasebe [ ]Ar-ge ve teknoloji [ ]İnsan kaynakları [ ]Üretim

 [ ]yürütülmemektedir

Anketin bu bölümünde, işletmenizin inovasyon faaliyetlerinin şirketler açısından değerlendirilmesine ilişkin ifadeler yer almaktadır.

Aşağıdaki ifadeleri size uygun yerlere X işareti koyarak lütfen değerlendiriniz.

1=Hiç katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Ne katılıyorum ne katılıyorum, 4=Katılıyorum 5=Tamamen Katılıyorum

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** |   **Madde** | **Hiç Katılmıyorum** | **Katılmıyorum** | **Ne Katılmıyorum Ne Katılıyorum** | **Katılıyorum** | **Tamamen** **Katılıyorum** |
| **1** | Birçok yeni ürün fikrini başarıyla hayata geçiririz. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **2** | Ürün geliştirmek için yeni teknoloji yerine mevcut teknolojimizde küçük değişiklikler yaparız. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **3** | Yeni ürün üretirken genellikle var olanda küçük değişiklikler yaparız. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **4** | Yeni endüstri alanlarına girmek bizim için önemlidir. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **5** | Üretim esnekliğini arttırmaya önem veririz. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **6** | Ürün geliştirmek için halen kullanmakta olduğumuz teknoloji ile yeni teknolojinin birleşimi olan teknolojik sistemi tercih ederiz. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **7** | Var olan ürünleri gerektiğinde yeniden konumlandırırız. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **8** | Firmamız için pazara yepyeni ürün icat edip sunmak önemlidir. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **9** | Verimi arttırmak temel amacımızdır. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **10** | Yeni ürünlerimiz pazarda köklü değişimlere (pazarlama, satış, üretim, tedarik, vb. alanlarda) sebep olur. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **11** | Ürün geliştirmek için mevcut teknolojik bilgimizi yeniden kullanırız. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **12** | Hammadde tüketimini azaltmak için sürekli araştırma yaparız. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **13** | Keşifsel inovasyon için tamamen yeni ve farklı yöntemler geliştiririz. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **14** | Pazara yeni giren ürünleri taklit ederiz. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **15** | Yeni ürün üretirken var olan üründe köklü değişiklik yaparız. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **16** | Firmamız için ürün yelpazesini genişletmek önemlidir. |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **17** | Keşifsel inovasyon firmamızın farklı birimleri (AR&GE, Pazarlama, üretim birimleri vb.) tarafından gerçekleştirilir. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Anketin bu bölümünde, işletmenizde ‘İlişkisel Pazarlamada İnovasyon’ faaliyetlerinin şirketler açısından değerlendirilmesine ilişkin ifadeler yer almaktadır.

Aşağıdaki ifadeleri size uygun yerlere X işareti koyarak lütfen değerlendiriniz.

1=Hiç katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Ne katılıyorum ne katılıyorum, 4=Katılıyorum 5=Tamamen Katılıyorum

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** |   **Madde** | **Hiç Katılmıyorum** | **Katılmıyorum** | **Ne Katılmıyorum Ne Katılıyorum** | **Katılıyorum** | **Tamamen** **Katılıyorum** |
| **1** | Rakiplerimizin ürün stratejileri hakkında düzenli olarak araştırma yaparız. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **2** | Müşterilerin rakiplerimizden satın aldığı ürünleri düzenli olarak takip ederiz. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **3** | Müşterilerin yeni ürün ile ilgili fikirleri, ürün geliştirme sürecinin başlangıcından itibaren toplanır. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **4** | Yeni ürünlerin değerlendirilmesi, ürünün test edilmesi/ev içi kullanımı süreçlerinde müşteri katılımı sağlanır. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **5** | Müşterilerin yeni ürünlere olan ihtiyacını öğrenmek için düzenli olarak toplantılar yaparız. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **6** | Ürünlerimizin fonksiyonları ve deneyimlerini değerlendirebilen müşterileri bilmek isteriz.  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **7** | Düzenli olarak müşteri bilgilerini analiz ederiz.  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **8** | Lider kullanıcı yöntemini kullanma, müşterilerimizin ihtiyaçlarını anlamak için daha iyi veriler verir.  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **9** | Sürekli olarak rakiplerimizin sahip olduğu yeni ürünlerin neler olduğunu araştırırız.  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **10** | Firmamız, ürün geliştirme sürecinin ilk adımından itibaren lider kullanıcıları bu sürece dâhil eder. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **11** | Yeni ürün tasarımında müşterilerimizden gelen eleştirilere önem veririz. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **12** | Müşterilerin yeni ürün ile ilgili şikâyet ve iade nedenleri anlaşılmaya çalışılır.  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **13** | Yeni ürün geliştirme sürecinde müşteriler taslak çizimi ve tasarım sürecine yakından dâhil olur. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **14** | Yeni ürün fikirleri için düzenli olarak müşterilerimizin fikirlerine başvururuz. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **15** | Pazarımızdaki müşterilerin yeni eğilimlerini öğrenmek için lider kullanıcı yöntemini kullanırız. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **16** | Rakiplerimizin ürünleri hakkındaki elde ettiğimiz bilgiler ürün tasarımımızı etkiler. |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **17** | Firmamız, potansiyel müşterilerden ziyade pazarda genel olacak ihtiyaçlarla ilgili fikir sunabilecek müşterileri ürün geliştirme sürecine dâhil etmektedir. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **18** | Firmamızda, ürün geliştirme sürecine dâhil edilen müşteriler, geliştirilecek ürün ve ürünün kullanımı hakkında ilerlemiş bilgiye sahiptir. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **19** | Yeni ürün tasarımlarında müşteriler ile beyin fırtınası çalışmaları yaparız. |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **20** | Firmamız, lider kullanıcıların yardımıyla ortaya çıkan ürün kavramını hedef pazarda daha fazla müşteriyle test etmektedir. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **21** | Yeni ürün tasarımlarından önce müşteriler ile ilgili bilgi toplayacağımız geniş veri ağlarına sahibiz. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **22** | Yeni ürün tasarımlarımızda meydana gelen sorunları gidermek için Lider kullanıcılarımızla birlikte çalışırız. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **23** | Yeni ürün tasarımlarımızın temelinde müşteri vardır. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **24** | Yeni ürün tasarımlarımızda müşteri deneyimlerine önem veririz. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **25** | Müşterilerimizin hayatlarını kolaylaştıracak yeni ürünleri müşteri deneyimlerinden yola çıkarak yaparız. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **26** | Müşterilerin işletmemiz ile sürekli etkileşimde olacakları yeni inovasyon noktaları oluştururuz. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **27** | Yeni ürün tasarım evresinde müşteriler ile iş birliği yaparak deneyimlerinden faydalanırız. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **28** | Yeni ürün tasarımlarımızda müşterilerimize özelleştirilmiş teklifler sunarız. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **29** | Kişisel ürün tasarımlarımızda müşteri deneyimlerine (anketler, odak grup görüşmeleri vs.) başvururuz. |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **30** | Yeni ürün tasarımlarımızda öncelikle müşterilerimizin tatmin edilmemiş ihtiyaçlarını ortaya çıkarırız. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **31** | Yeni ürün geliştirme sürecinde çevrimiçi veya diğer yollardan bize ulaşmış olan müşteri şikâyetlerini ve iyileştirme önerilerini dikkate alırız. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **32** | Yeni ürün tasarımlarımız müşteri şikâyetlerini ortadan kaldıracak şekilde yeniden tasarlanabilir veya iyileştirilebiliriz. |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **33** | Farklı müşteri gruplarını, inovasyon sürecinin farklı aşamalarına dâhil ederiz. |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **34** | Müşterilerimizin özel günleri (doğum günü, evlilik yıl dönümü) için yeni ürünler tasarlarız. |  |  |  |  |  |  |  |  |

Anketin bu bölümünde, işletmenizde ‘Kurumsal Sürdürülebilirlik’ faaliyetlerinin şirketler açısından değerlendirilmesine ilişkin ifadeler yer almaktadır.

Aşağıdaki ifadeleri size uygun yerlere X işareti koyarak lütfen değerlendiriniz.

1=Hiç katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Ne katılıyorum ne katılıyorum, 4=Katılıyorum 5=Tamamen Katılıyorum

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** |   **Madde** | **Hiç Katılmıyorum** | **Katılmıyorum** | **Ne Katılmıyorum Ne Katılıyorum** | **Katılıyorum** | **Tamamen** **Katılıyorum** |
| **1** |

|  |
| --- |
| Sürdürülebilirlik konusu işletmemizin iş yapış tarzı ile ilgilidir. |

 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **2** | Türkiye’ de sürdürülebilirlik alanında yapılan çalışmalar işletmemiz tarafından takip edilir (diğer işletme uygulamaları, yayınlar vb.)  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **3** | Sürdürülebilirlik konusu işletmelerin ana faaliyetleri için giderek daha önemli hale gelmiştir.  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **4** | Sürdürülebilir işletmeler ekonomik faaliyetlere ek olarak çevresel ve sosyal meselelerle de ilgilenirler.  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **5** | Tüm işletmeler toplumdan sorumlu olmalıdır. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **6** | Tüm işletmeler çevrenin korunmasından sorumlu olmalıdır. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **7** | İşletmemizin sürdürülebilirlik konusunda bir stratejisi vardır. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **8** | İşletmemizde sürdürülebilirlik stratejimiz misyon ve vizyon ifadelerimizle desteklenir  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **9** | Sürdürülebilirlik uygulamaları, işletmemize faaliyet gösterdiğimiz sektörde farklılık yaratır  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **10** | Sürdürülebilirlik yakın rakiplerimizin önüne geçmemizi sağlar  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **11** |

|  |
| --- |
| Sürdürülebilirlik yönündeki uygulamalarımız müşterilerimizin işletmemize ve ürünlerimize olan bağlılığını arttır  |

 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **12** | Sürdürülebilirlik, tedarikçisi olduğumuz işletmelere karşı pazarlık gücümüzü arttırır  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |