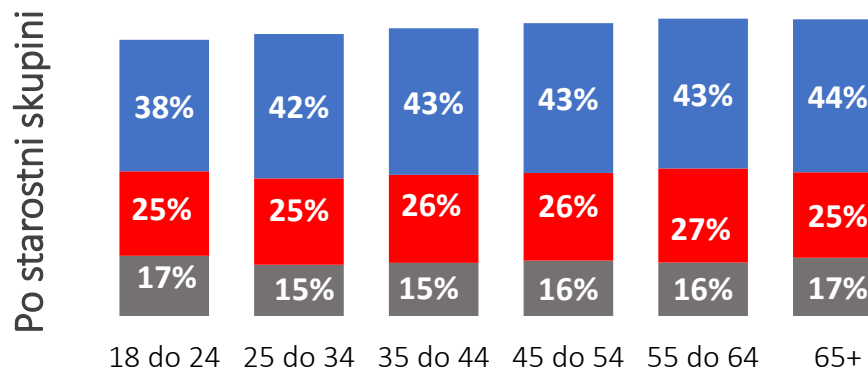
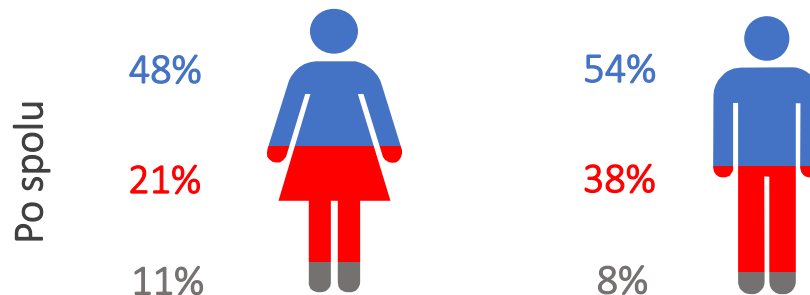
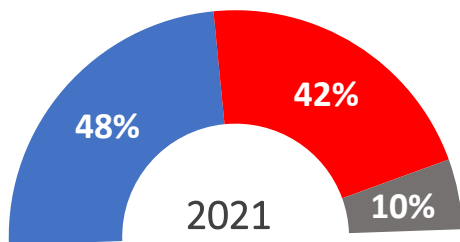
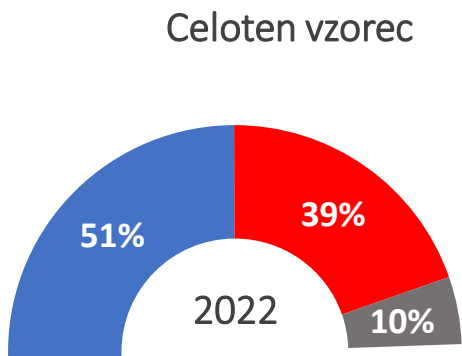




# **KORPORATIVNA DRUŽBENA ODGOVORNOST**

# Splošno znanje o korporativni družbeni odgovornosti

% znotraj celotnega vzorca



Vir: WIN 2022. N: 29.269

V15 -> Že nekaj let pogosto slišimo izraz „družbena odgovornost“. Korporativna družbena odgovornost pomeni pozornost, ki jo podjetja namenjajo „etičnemu ravnanju“ in vplivu, ki ga ima njihovo poslovanje na okolje, družbo in ljudi (državljanke, stranke, zaposlene). Ste za izraz že slišali?

# Splošno znanje o korporativni družbeni odgovornosti

% znotraj celotnega vzorca



## Po stopnji izobrazbe

Brez izobrazbe / nedokončana osnovna šola



Dokončana osnovna šola



Dokončana srednja šola



Dokončana visoka šola



Več kot visoka šola (magisterij, doktorat, ...)



## Po zaposlitvenem statusu

Zaposleni za polni delovni čas (tudi samozaposleni)



Zaposleni za skrajšan delovni čas



Nezaposleni



Študenti



Gospodinje



Upokojeni / invalidi



Vir: WIN 2022. N: 29.269

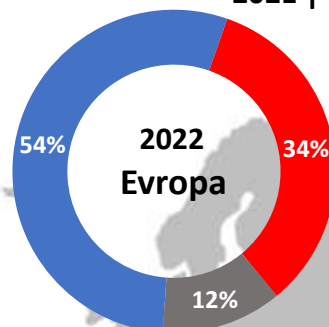
V15 -> Že nekaj let pogosto slišimo izraz „družbena odgovornost“. Korporativna družbena odgovornost pomeni pozornost, ki jo podjetja namenjajo „etičnemu ravnanju“ in vplivu, ki ga ima njihovo poslovanje na okolje, družbo in ljudi (državljanke, stranke, zaposlene). Ste za izraz že slišali?

# Splošno znanje o korporativni družbeni odgovornosti

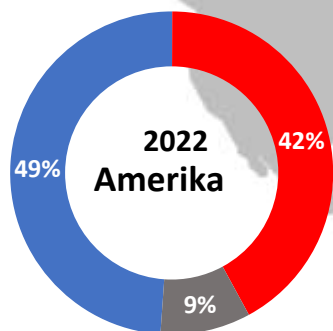
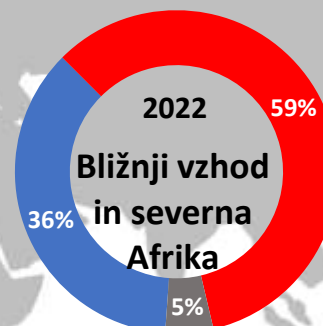
% znotraj celotnega vzorca



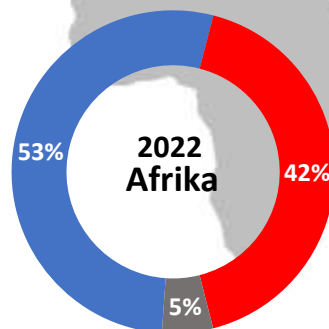
2021 | 48% 39% 13%



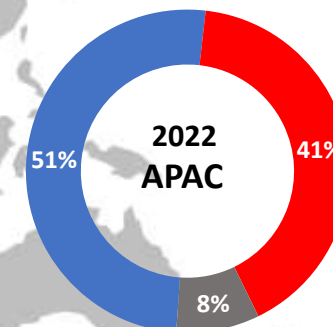
2021 | 35% 60% 5%



2021 | 46% 45% 9%



2021 | 53% 38% 9%

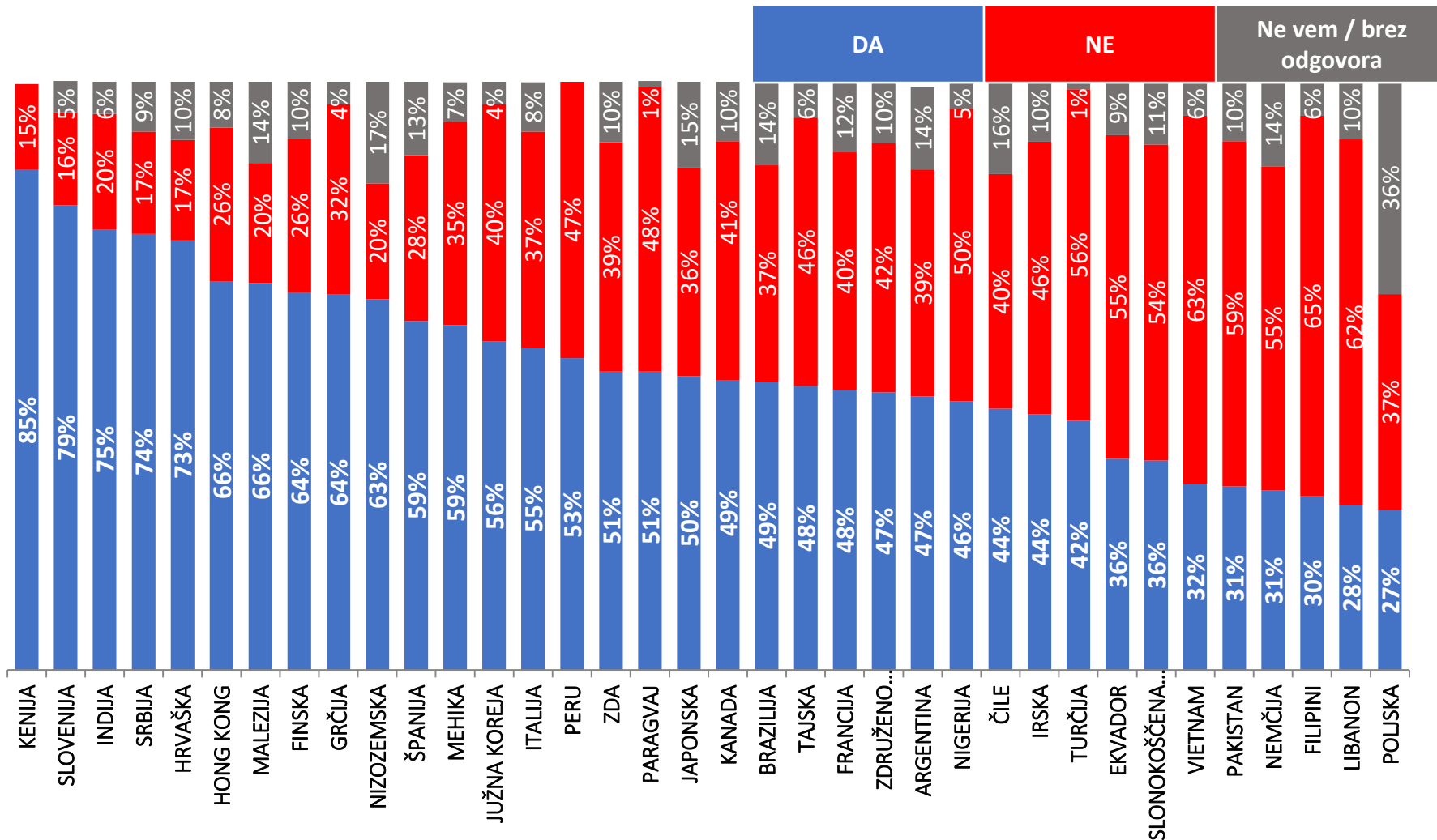


2021 | 50% 40% 10%

Vir: WIN 2022. N: 29.269

# Splošno znanje o korporativni družbeni odgovornosti

% znotraj celotnega vzorca



Vir: WIN 2022. N: 29.269

V15 -> Že nekaj let pogosto slišimo izraz „družbena odgovornost“. Korporativna družbena odgovornost pomeni pozornost, ki jo podjetja namenjajo „etičnemu ravnanju“ in vplivu, ki ga ima njihovo poslovanje na okolje, družbo in ljudi (državljanke, stranke, zaposlene). Ste za izraz že slišali?

# Splošno znanje o korporativni družbeni odgovornosti

% znotraj celotnega vzorca

	DA 2021	DA 2022
<b>GLOBALNO POVPREČJE</b>	<b>48%</b>	<b>51%</b>
Kenija	<b>63%</b>	<b>85%</b>
Slovenija	<b>74%</b>	<b>79%</b>
Indija	<b>74%</b>	<b>75%</b>
Srbija	<b>70%</b>	<b>74%</b>
Hrvaška	<b>63%</b>	<b>73%</b>
Hong Kong	<b>70%</b>	<b>66%</b>
Malezija	<b>53%</b>	<b>66%</b>
Finska	<b>62%</b>	<b>64%</b>
Grčija	<b>65%</b>	<b>64%</b>
Nizozemska	<b>Ni podatka</b>	<b>63%</b>
Španija	<b>53%</b>	<b>59%</b>
Mehika	<b>46%</b>	<b>59%</b>
Južna Koreja	<b>53%</b>	<b>56%</b>
Italija	<b>48%</b>	<b>55%</b>
Peru	<b>44%</b>	<b>53%</b>
ZDA	<b>53%</b>	<b>51%</b>
Paragvaj	<b>55%</b>	<b>51%</b>
Japonska	<b>52%</b>	<b>50%</b>
Kanada	<b>62%</b>	<b>49%</b>

	DA 2021	DA 2022
Brazilija	<b>52%</b>	<b>49%</b>
Tajska	<b>41%</b>	<b>48%</b>
Francja	<b>43%</b>	<b>48%</b>
Argentina	<b>40%</b>	<b>47%</b>
Združeno kraljestvo	<b>40%</b>	<b>47%</b>
Nigerija	<b>43%</b>	<b>46%</b>
Čile	<b>41%</b>	<b>44%</b>
Irska	<b>38%</b>	<b>44%</b>
Turčija	<b>31%</b>	<b>42%</b>
Ekvador	<b>32%</b>	<b>36%</b>
Slonokoščena obala	<b>Ni podatka</b>	<b>36%</b>
Vietnam	<b>34%</b>	<b>32%</b>
Pakistan	<b>23%</b>	<b>31%</b>
Nemčija	<b>31%</b>	<b>31%</b>
Filipini	<b>23%</b>	<b>30%</b>
Libanon	<b>22%</b>	<b>28%</b>
Poljska	<b>24%</b>	<b>27%</b>

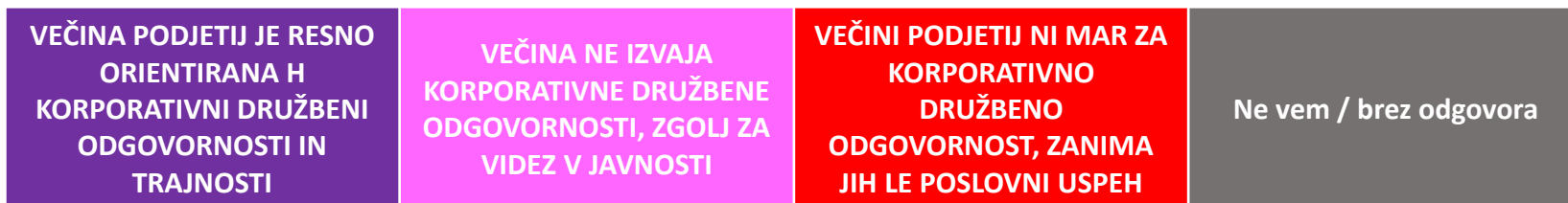
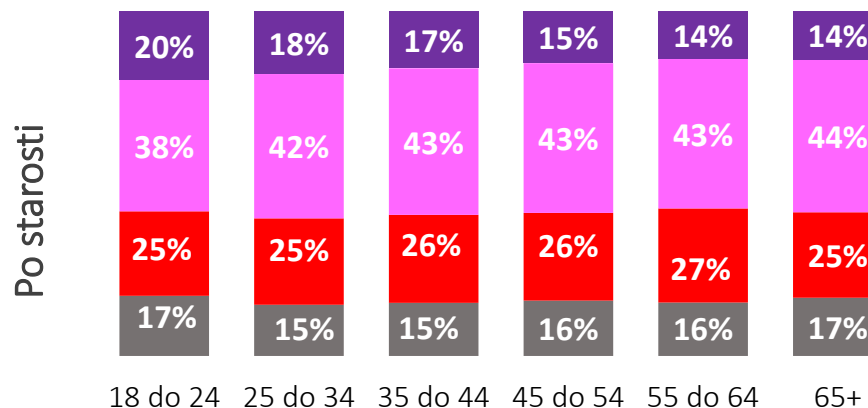
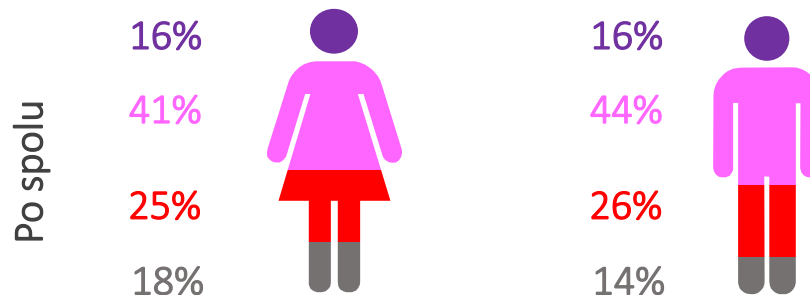
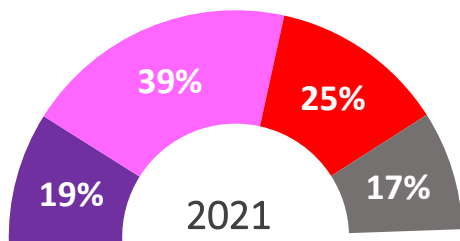
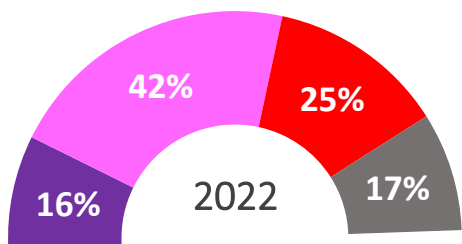
Vir: WIN 2022. N: 29.269

V15 -> Že nekaj let pogosto slišimo izraz „družbena odgovornost“. Korporativna družbena odgovornost pomeni pozornost, ki jo podjetja namenjajo „etičnemu ravnanju“ in vplivu, ki ga ima njihovo poslovanje na okolje, družbo in ljudi (državljanke, stranke, zaposlene). Ste za izraz že slišali?

# Prizadevanja za sprejemanje in spodbujanje korporativne družbene odgovornosti

% znotraj celotnega vzorca

Celoten vzorec



Vir: WIN 2022. N: 29.269

V16 -> Katera od treh izjav najbolj opiše kaj menite o podjetjih in korporativni družbeni odgovornosti?

# Prizadevanja za sprejemanje in spodbujanje korporativne družbene odgovornosti

% znotraj celotnega vzorca



## Po stopnji izobrazbe

Brez izobrazbe / nedokončana osnovna šola



Dokončana osnovna šola



Dokončana srednja šola



Dokončana visoka šola



Več kot visoka šola (magisterij, doktorat, ...)



## Po zaposlitvenem statusu

Zaposleni za polni delovni čas (tudi samozaposleni)



Zaposleni za skrajšan delovni čas



Nezaposleni



Študenti



Gospodinje



Upokojeni / invalidi



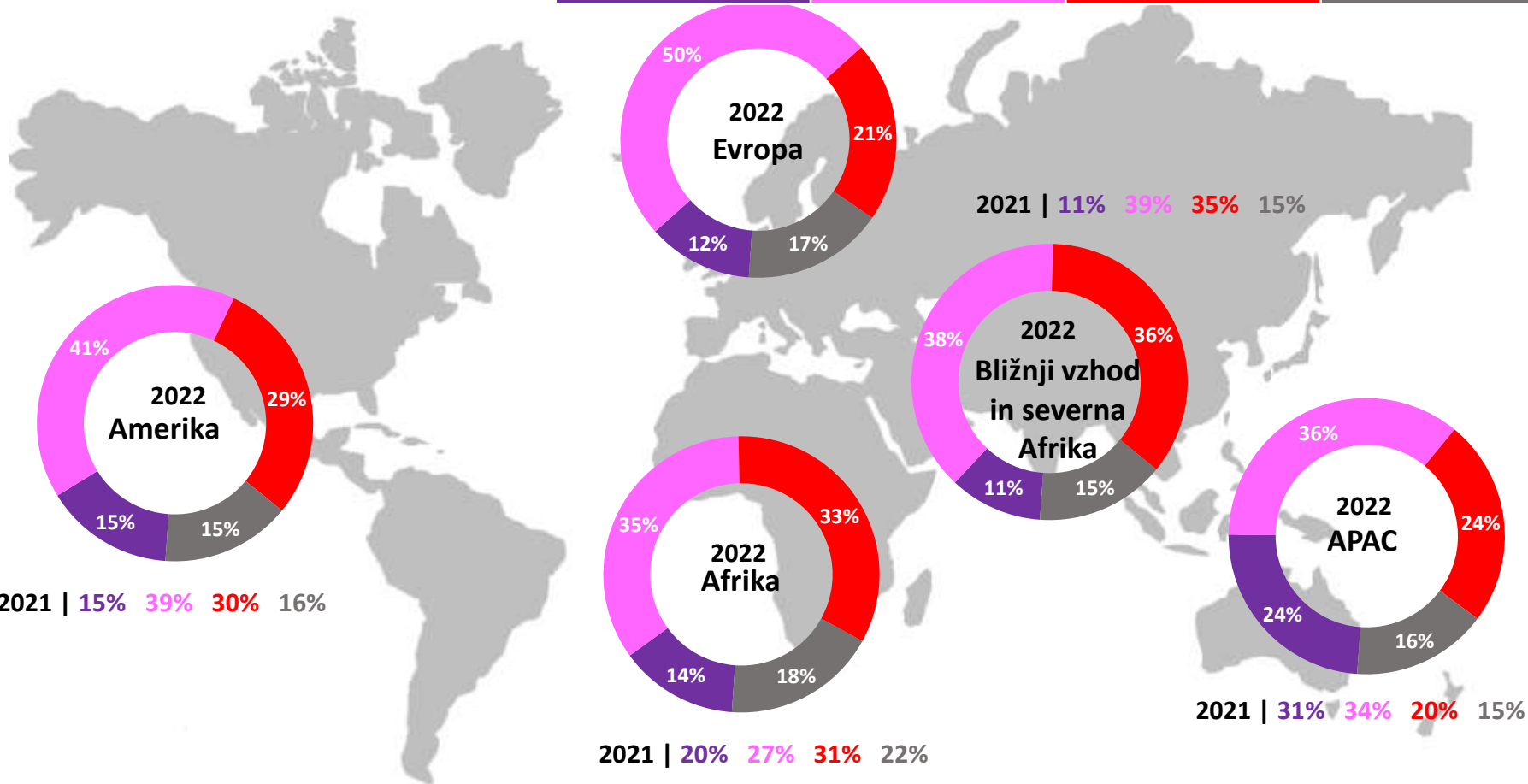
Vir: WIN 2022. N: 29.269

V16 -> Katera od treh izjav najbolj opiše kaj menite o podjetjih in korporativni družbeni odgovornosti?



# Prizadevanja za sprejemanje in spodbujanje korporativne družbene odgovornosti

% znotraj celotnega vzorca



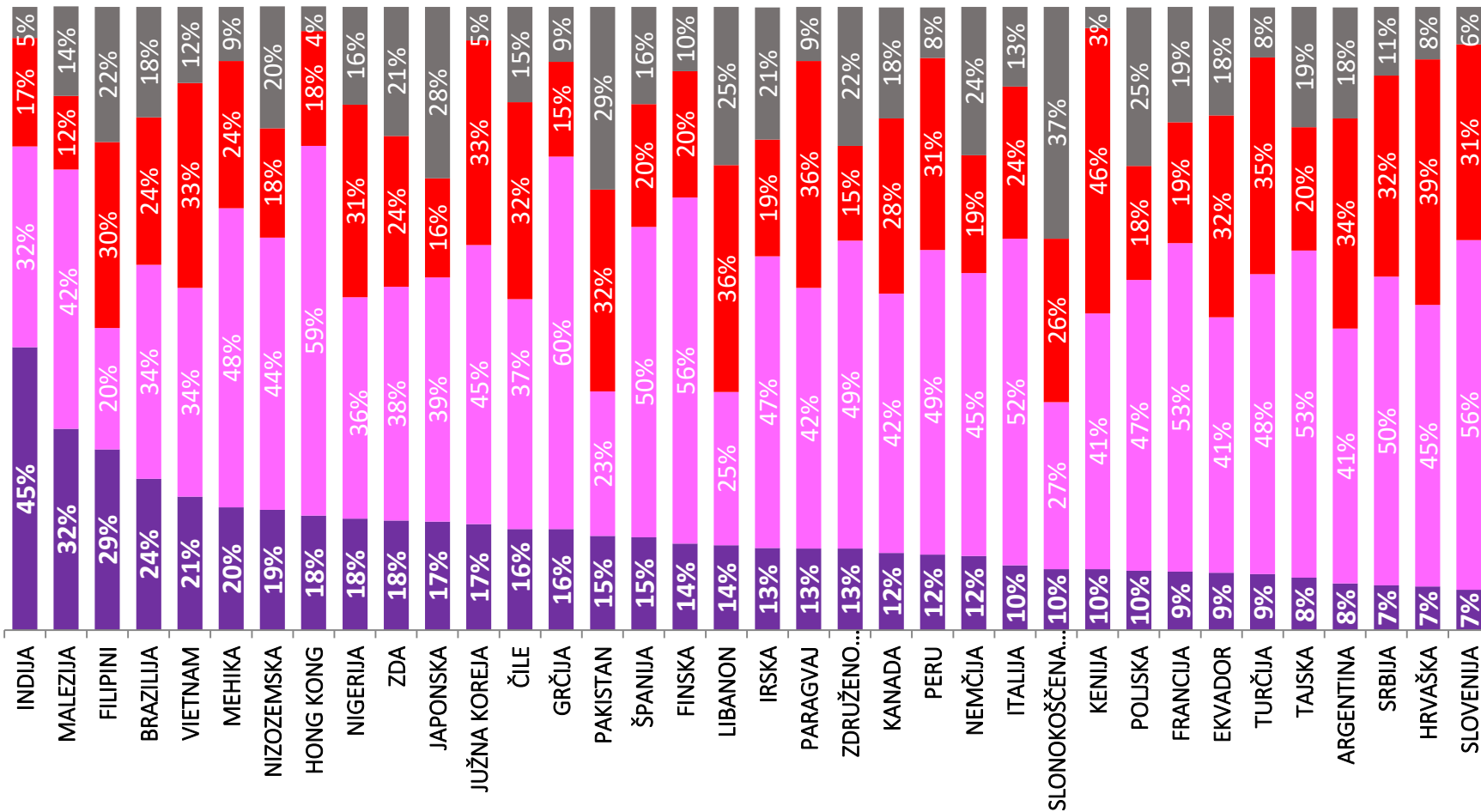
Vir: WIN 2022. N: 29.269

V16 -> Katera od treh izjav najbolj opiše kaj menite o podjetjih in korporativni družbeni odgovornosti?

# Prizadevanja za sprejemanje in spodbujanje korporativne družbene odgovornosti

% znotraj celotnega vzorca

VEČINA PODJETIJ JE RESNO ORIENTIRANA H KORPORATIVNI DRUŽBENI ODGOVORNOSTI IN TRAJNOSTI	VEČINA NE IZVAJA KORPORATIVNE DRUŽBENE ODGOVORNOSTI, ZGOLJ ZA VIDEZ V JAVNOSTI	VEČINI PODJETIJ NI MAR ZA KORPORATIVNO DRUŽBENO ODGOVORNOST, ZANIMA JIH LE POSLOVNI USPEH	Ne vem / brez odgovora
--	--	---	------------------------



Vir: WIN 2022. N: 29.269

V16 -> Katera od treh izjav najbolj opiše kaj menite o podjetjih in korporativni družbeni odgovornosti?

# Prizadevanja za sprejemanje in spodbujanje korporativne družbene odgovornosti

% znotraj celotnega vzorca

	RESNO 2021	RESNO 2022
<b>GLOBALNO POVPREČJE</b>	19%	16%
Indija	44%	45%
Malezija	26%	32%
Filipini	31%	29%
Brazilija	23%	24%
Vietnam	35%	21%
Mehika	11%	20%
Nizozemska	Ni podatka	19%
Hong Kong	17%	18%
Nigerija	12%	18%
ZDA	21%	18%
Japonska	18%	17%
Južna Koreja	24%	17%
Čile	9%	16%
Grčija	14%	16%
Pakistan	18%	15%
Španija	17%	15%
Finska	16%	14%
Libanon	13%	14%
Irska	14%	13%

	RESNO 2021	RESNO 2022
Paragvaj	18%	13%
Združeno kraljestvo	12%	13%
Kanada	16%	12%
Peru	13%	12%
Nemčija	13%	12%
Italija	9%	10%
Slonokoščena obala	Ni podatka	10%
Kenija	29%	10%
Poljska	9%	10%
Francija	10%	9%
Ekvador	12%	9%
Turčija	8%	9%
Tajska	21%	8%
Argentina	11%	8%
Srbija	11%	7%
Hrvaška	5%	7%
Slovenija	10%	7%

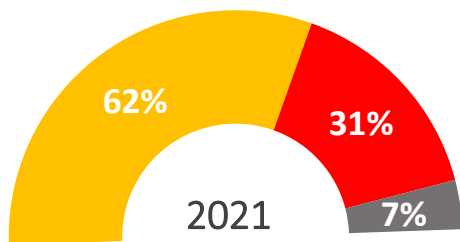
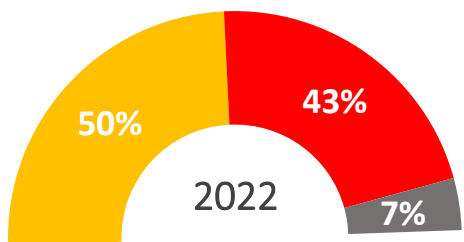
Vir: WIN 2022. N: 29.269

V16 -> Katera od treh izjav najbolj opiše kaj menite o podjetjih in korporativni družbeni odgovornosti?

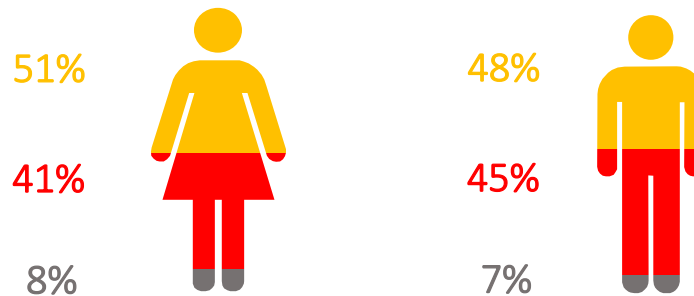
# Vpliv korporativne družbene odgovornosti na nakup

% znotraj celotnega vzorca

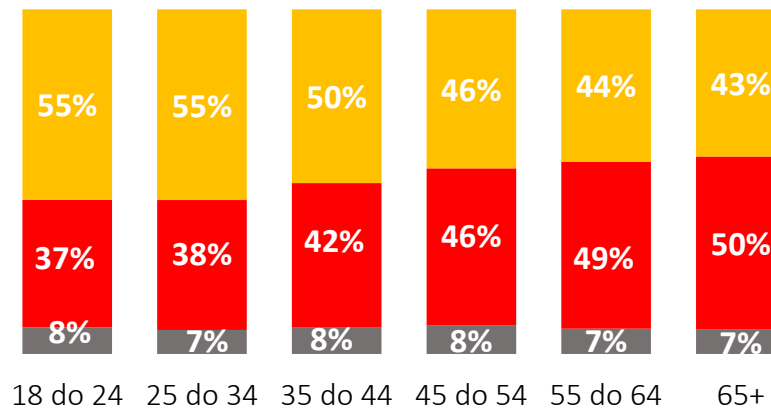
Celoten vzorec



Po spolu



Po starostnih skupinah



Vir: WIN 2022. N: 29.269

V17 -> Ali korporativna družbena odgovornost podjetij / znamk vpliva na vašo odločitev za nakup?

# Vpliv korporativne družbene odgovornosti na nakup

% znotraj celotnega vzorca



## Po stopnji izobrazbi

Brez izobrazbe / nedokončana osnovna šola



Dokončana osnovna šola



Dokončana srednja šola



Dokončana visoka šola



Več kot visoka šola (magisterij, doktorat, ...)



## Po zaposlitvenem statusu

Zaposleni za polni delovni čas (tudi samozaposleni)



Zaposleni za skrajšan delovni čas



Nezaposleni



Študenti



Gospodinje



Upokojeni / invalidi



ZELO / PRECEJ

MALO / SPLOH NE

Ne vem / brez odgovora

Vir: WIN 2022. N: 29.269

V17 -> Ali korporativna družbena odgovornost podjetij / znamk vpliva na vašo odločitev za nakup?

# Vpliv korporativne družbene odgovornosti na nakup

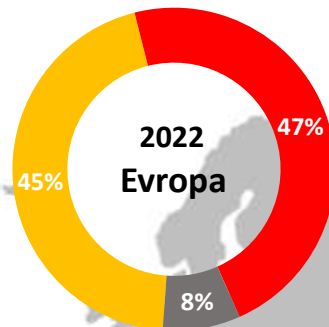
% znotraj celotnega vzorca

ZELO / PRECEJ

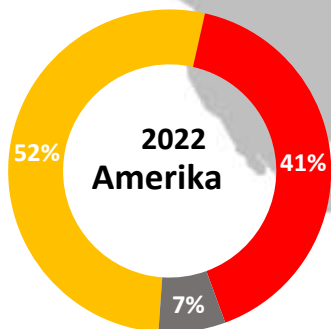
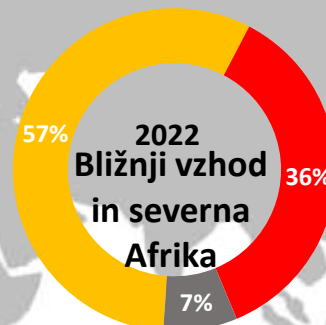
MALO / SPLOH NE

Ne vem / brez odgovora

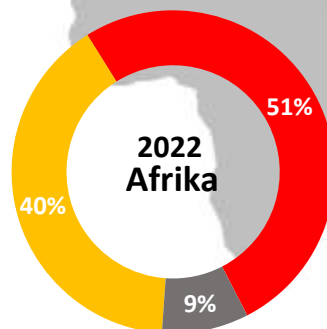
2021 | 54% 39% 7%



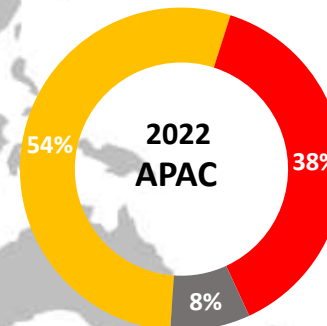
2021 | 71% 25% 4%



2021 | 64% 31% 5%



2021 | 63% 24% 13%



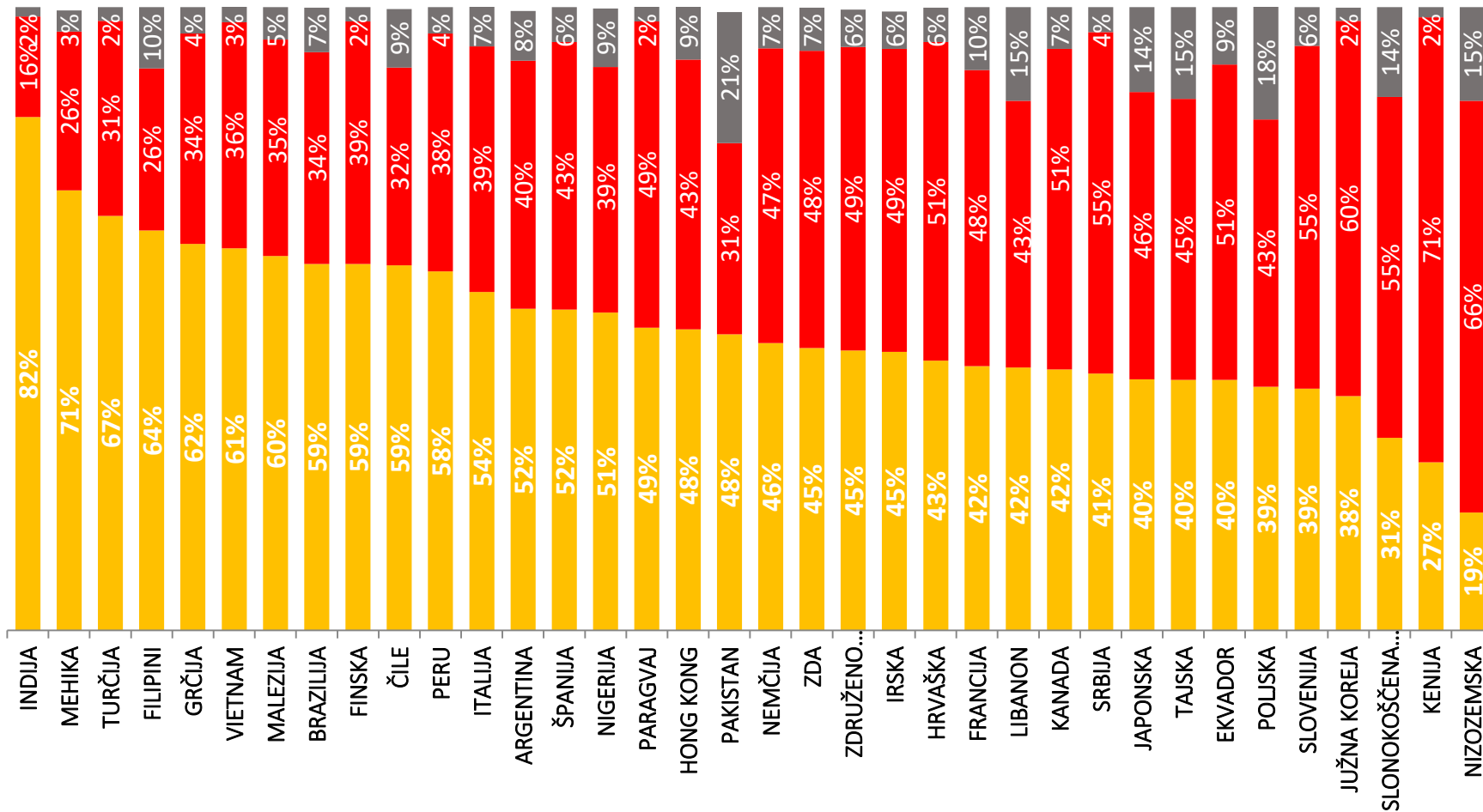
2021 | 66% 26% 8%

Vir: WIN 2022. N: 29.269

V17 -> Ali korporativna družbena odgovornost podjetij / znamk vpliva na vašo odločitev za nakup?

# Vpliv korporativne družbene odgovornosti na nakup

% znotraj celotnega vzorca



Vir: WIN 2022. N: 29.269

V17 -> Ali korporativna družbena odgovornost podjetij / znamk vpliva na vašo odločitev za nakup?

# Vpliv korporativne družbene odgovornosti na nakup

% znotraj celotnega vzorca

	ZELO /PRECEJ 2021	ZELO /PRECEJ 2022
<b>GLOBALNO POVPREČJE</b>	62%	50%
Indija	85%	82%
Mehika	70%	71%
Turčija	80%	67%
Filipini	59%	64%
Grčija	71%	62%
Vietnam	81%	61%
Malezija	64%	60%
Brazilija	72%	59%
Finska	60%	59%
Čile	75%	59%
Peru	74%	58%
Italija	67%	54%
Argentina	58%	52%
Španija	57%	52%
Nigerija	60%	51%
Paragvaj	60%	49%
Hong Kong	49%	48%
Pakistan	53%	48%
Nemčija	51%	46%

	ZELO /PRECEJ 2021	ZELO /PRECEJ 2022
ZDA	49%	45%
Združeno kraljestvo	44%	45%
Irska	53%	45%
Hrvaška	56%	43%
Francija	52%	42%
Libanon	78%	42%
Kanada	57%	42%
Srbija	61%	41%
Japonska	53%	40%
Tajska	56%	40%
Ekvador	47%	40%
Poljska	45%	39%
Slovenija	42%	39%
Južna Koreja	72%	38%
Slonokoščena obala	Ni podatka	31%
Kenija	66%	27%
Nizozemska	Ni podatka	19%

Vir: WIN 2022. N: 29.269

V17 -> Ali korporativna družbena odgovornost podjetij / znamk vpliva na vašo odločitev za nakup?



## METODOLOGIJA

DRŽAVA	PODJETJE	METODOLOGIJA	VELIKOST VZORCA	POKRITOST
ARGENTINA	Voices Research & Consultancy	CAWI	621	Nacionalna
BRAZILIJA	Market Analysis Brazil	CAWI	1000	Nacionalna
KANADA	LEGER	CAWI	1000	Nacionalna
ČILE	Activa Research	CAWI	1004	Nacionalna
HRVAŠKA	Mediana Fides	CAWI	540	Nacionalna
EKVADOR	CEDATOS	FACE-TO-FACE/CAPI	620	Nacionalna
FINSKA	Taloustutkimus Oy	CAWI	1042	Nacionalna
FRANCIJA	BVA	CAWI	1000	Nacionalna
NEMČIJA	Produkt+Markt	CAWI	1000	Nacionalna
GRČIJA	Alternative Research Solutions	CAWI	500	Nacionalna
HONG KONG	Consumer Search Group (CSG)	CAWI	501	Nacionalna
INDIJA	DataPrompt International Pvt. Ltd.	CAWI	1000	Nacionalna
IRSKA	RED C Research & Marketing Ltd	CAWI	1015	Nacionalna
ITALIJA	BVA Doxa	CAWI	1001	Nacionalna
SLONOKOŠČENA OBALA	EMC SARL	CATI	508	Nacionalna
JAPONSKA	Nippon Research Center, LTD.	CAWI	1236	Nacionalna
KENIJA	Mind Pulse Research & Consulting Ltd	CATI	500	Nacionalna - Urbano
LIBANON	REACH SAL	CATI	500	Nacionalna
MALEZIJA	Central Force International Sdn.Bhd.	CAWI	1003	Nacionalna
MEHIKA	Brand Investigation S.A de C.V	Online	535	Nacionalna

## METODOLOGIJA

DRŽAVA	PODJETJE	METODOLOGIJA	VELIKOST VZORCA	POKRITOST
NIGERIJA	Market Trends International	CATI	1003	Nacionalna
PAKISTAN	Gallup Pakistan	CATI	1000	Nacionalna
PARAGVAJ	ICA Consultoría Estratégica	CATI	501	Nacionalna
PERU	Datum Internacional	CAWI	1003	Nacionalna - Urbano
FILIPINI	Philippine Survey and Research Center, Inc. (PSRC)	F2F CAPI	1001	Nacionalna
POLJSKA	Mareco Polska	CAWI	509	Nacionalna
JUŽNA KOREJA	Gallup Korea	CAPI	1549	Nacionalna
SRBIJA	Mediana Adria	CAWI	520	Nacionalna
SLOVENIJA	Mediana	CAWI	501	Nacionalna
ŠPANIJA	Instituto DYM	CAWI	1006	Nacionalna
TAJSKA	Infosearch Limited	CAPI	500	Nacionalna
NIZOZEMSKA	Motivaction International B.V.	CAPI	1011	Nacionalna
TURČIJA	Barem	CATI	708	Nacionalna
ZDRUŽENO KRALJESTVO	ORB International	CAWI	1018	Nacionalna
ZDA	LEGER	CAWI	1000	Nacionalna
VIETNAM	Indochina Research	CAPI	800	Ha Noi, Ho Chi Minh, Da Nang, CanTho