



Globalizacja

Wiedza o gospodarce Studium przypadku

2013



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



Zachodniopomorska
Szkoła Biznesu
w Szczecinie

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY





Globalizacja

Cel

Przedstawienie opinii światowej na temat globalizacji na podstawie badań przeprowadzonych przez Global Online Consumer SurveyACNielsen w roku 2005 oraz weryfikacja własnych poglądów na ten temat.

Wprowadzenie

Pracownicy firmy Global Online Consumer SurveyACNielsen przeprowadzili w roku 2005 cykl badań opinii publicznej na temat globalizacji i jej skutków. Zakres terytorialny badań obejmował 42 kraje (w Europie, Ameryce Północnej, Azji, Ameryce Południowej i na Bliskim Wschodzie).

W roku 2012 podjęto decyzję o ponowieniu badań, ale już na rozszerzonym terytorium. Do badań włączono również Polskę. Firma Global Online Consumer SurveyACNielsen zaproponowała Ci pracę przy realizacji badań na terenie kraju. Twoim zadaniem będzie przeprowadzenie badań za pomocą ankiety (zamieszczonej niżej) na próbie 10 osób i zaopiniowanie uzyskanych wyników.

Otoczenie podmiotu

W roku 2005 Global Online Consumer SurveyACNielsen przeprowadził badania na próbie ponad 23 tys. użytkowników internetu w 42 krajach (w Europie, Ameryce Północnej, Azji, Ameryce Południowej i na Bliskim Wschodzie). Badania dotyczyły opinii respondentów na temat globalizacji.



Źródło: www.google.pl



Globalizacja

Respondenci z Filipin, Malezji, Tajwanu, RPA i Indii postrzegają pozytywne aspekty globalizacji, co może być skutkiem zwiększającego się dostępu do produktów i usług w wyniku dynamicznego rozwoju gospodarczego. Natomiast mieszkańcy Europy oraz Ameryki Północnej są w swoich wypowiedziach bardziej krytyczni.

Okolo 50% respondowanych przypisuje globalizacji istotną rolę w poprawie ich warunków życia.

Najwięcej mieszkańców Ameryki Południowej, bo aż 75%, oraz 70% mieszkańców Azji i Pacyfiku przyznaje, że postęp globalizacji pozwala na większy dostęp do informacji, rozrywki i wiadomości z całego świata. W krajach europejskich ta teza uzyskała tylko 59% akceptacji.

Możliwość zakupu wcześniej niedostępnych towarów oraz usług potwierdzają internauci z Ameryki Południowej i regionu Azji i Pacyfiku, natomiast Francuzi, Finowie i Szwajcarzy znaleźli się po zupełnie przeciwnej stronie skali.

Większość respondowanych ze wszystkich krajów wyraża obawy o trwałość lokalnych tradycji i zwyczajów. Proces globalizacji postrzegany jest jako zagrożenie dla rodzimych zwyczajów i kultury.

Globalizacja stwarza większe możliwości pracy i rozwoju zawodowego – tak twierdzą aż 70% mieszkańców Indii, Filipin i Chin. Negatywnie to zjawisko zostało ocenione przez kraje europejskie, obok Japonii, USA i Australii. Natomiast ponad 30% Austriaków, Japończyków i Finów zupełnie nie zgadza się z tym stwierdzeniem.

Źródło: dane dotyczące wyników badań: [www. GlobaronlineconsumersurveyACNielsen](http://www.GlobaronlineconsumersurveyACNielsen)

Problematyka

Problemem jest zróżnicowana opinia światowa na temat globalizacji, opinia ta jest uzależniona od położenia geograficznego, pochodzenia społecznego, wykształcenia i wyznania religijnego.

Główni aktorzy

10-osobowy zespół, który wypełni ankietę badawczą zamieszczoną niżej.

Uczeń, którego zadaniem jest przeprowadzenie badań ankietowych na 10-osobowej próbie badawczej, samodzielne wypełnienie ankiety i porównanie swojej opinii na temat globalizacji z opiniami badanych osób.

Ryzyko problemu

Ryzykiem może być zbyt mała próba badawcza i uzyskane wyniki trudno będzie zinterpretować i porównać z własnym spojrzeniem na globalizację.



Globalizacja

Ważne pytania

Przeprowadź badania ankietowe na próbie 10-osobowej, oceń opinię badanej grupy.

Wypełnij ankietę i porównaj swoją opinię ze średnimi wynikami badanych przez Ciebie osób.

Ankieta badawcza

Oceń w skali od 1 do 5 wpływ globalizacji na poszczególne zjawiska (1 oznacza negatywny wpływ, 2 – minimalny wpływ, 3 – średni wpływ, 4 – duży wpływ, 5 – maksymalny wpływ).

Zjawisko	1	2	3	4	5
Poprawa warunków życia					
Dostęp do informacji, rozrywki i wiadomości					
Możliwość zakupu towarów i usług z całego świata					
Trwałość lokalnych zwyczajów, kultur, tradycji					
Większe możliwości pracy i rozwoju zawodowego					
Przełamanie barier kulturowych, więcej zrozumienia i tolerancji wobec innych kultur i społeczeństw					
Wpływ globalnych trendów na stan lokalnej gospodarki					