

## BAYKUŞ ÖDÜLLERİ YÖNETMELİK 2020

### GİRİŞ

Türkiye Araştırmacılar Derneği (TÜAD), "Pazarlama Araştırmaları" alanında "Baykuş Ödülleri" etkinliğini düzenlemektedir. Ödülle ilgili bilgiler ve kurallar aşağıda sunulmaktadır. Bu yönetmelikte "Pazarlama Araştırması Ödülleri" bundan sonra "Baykuş Ödülleri" olarak anılacaktır.

### AMAÇ VE KAPSAM

Bu ödül, araştırmacının iş süreçlerinde ve kararlarında yarattığı etki, katma değer ve araştırmacının önemini, bilimselliğini vurgulamak için tasarlanmıştır. Amacımız, Türkiye araştırma sektörünün tanıtımını yapmak, araştırmacının iş sonuçlarına etkisini daha geniş kitlelere yaymak için bir platform oluşturmak, bununla birlikte araştırma şirketleri, araştırma verenler ve veri toplama şirketleri arasındaki ilişkileri geliştirmek, başarılı iş ortaklıklarını, araştırma projelerini ödüllendirmektir.

### 2020 YILI ÖDÜL TAKVİMİ

Baykuş Ödülleri'ne **1 Ocak 2018- 30 Temmuz 2020** döneminde tamamlanmış araştırmalar katılabilir. Bir önceki Baykuş Ödülleri'ne başvuru yapmış, diskalifiye nedeniyle değerlendirmeye alınmamış projeler, yukarıda belirtilen proje dönemi tarihine uyması şartıyla yeniden başvuru yapabilir.

<b>Başvuru Dönemi</b>	<b>6 Temmuz- 4 Eylül 2020</b>
<b>Uzatılmış Başvuru Dönemi</b>	<b>7 -8 Eylül 2020</b>
<b>Jüri Değerlendirme</b>	<b>16-17 Eylül 2020</b>
<b>Ödül Töreni</b>	<b>6 Ekim 2020</b>

### A- ÖDÜL KATEGORİLERİ

#### AKADEMİK BAYKUŞ

**Akademi; Üniversite Bünyesinde Çalışan Akademisyenlerin Yaptıkları Araştırmalar**  
Bu kategoriye, üniversite bünyesinde çalışan tam zamanlı akademisyenler, son 4 yıl içinde SSCI / SCI ya da Ebsco, Proquest gibi uluslararası alan endekslerinde taranan pazarlama/kamuoyu araştırmaları alanında akademik dergilerde yayımlanan makaleleriyle başvuruda bulunabilirler. Makalelerde kalitatif ya da kantitatif araştırma yöntemlerinin kullanılmış olması gerekmektedir. Bu projeler aksiyona yönelik ve uygulanabilir bulgular içermelidir.

#### ALIŞVERİŞÇİ BAYKUŞ

##### **Tüketicilerin Alışveriş Deneyimlerine Yönelik Araştırmalar**

Alışverişçileri tanımak, ihtiyaçlarını ve davranış örüntülerini anlamak, alışveriş ortamlarına ve alışveriş deneyimine yönelik yapılan araştırmalar bu kategoriye başvuru yapabilir.

#### EŞİTLİKÇİ BAYKUŞ

##### **Toplumsal Cinsiyet Eşitliğine Yönelik Araştırmalar**

Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliğinin nedenleri, sonuçları, toplumsal ve kültürel analizine dair gerçekleştirilen ve bu alanda kamuoyunda farkındalık yaratmayı amaçlayan araştırmalar bu kategoriye başvuru yapabilirler. Araştırma bulgularının medyada ya da çeşitli platformlarda (konferanslar,

seminerler, zirveler vb.) yer alması değerlendirmede önem arz eder. Kategoriye münferit veya bir müşteri ile başvurabilir.

### **GENÇ BAYKUŞ**

#### **Genç Araştırmacılar; Genç Araştırmacıların Proje Yöneticisi Olduğu Araştırmalar**

Bu kategoriye TÜAD Tüzel Üyesi Araştırma Şirketleri'nde çalışan, 1989 ve sonrasında doğmuş olan araştırmacılar yönettikleri araştırma projeleri ile katılabilirler. Bu kategoriye başvurmuş projelerle başka bir kategoriye başvuruda bulunulamaz. Bu kategori başvurusunda, araştırma şirketi ekipler bölümünde sadece proje yöneticisi olan genç araştırmacının ismi yer almalıdır. Başvuruyu yapan kişi yaş tespiti için kimlik bilgilerini beyan etmelidir.

### **GLOBAL BAYKUŞ**

#### **Yurtdışında Yapılan Araştırmalar**

Farklı ülkeler ve kültürlerdeki insanları anlamaya yönelik olarak gerçekleştirilen ekonomik, sosyal, siyasi ve tüketici araştırmalarıyla bu kategoriye başvuru yapılabilir. Bu kategoriye başvurabilmek için, araştırmacının veri toplama aşaması yurtdışında gerçekleştirilmiş olmalıdır. Araştırmacının soru formu hazırlığı ve raporlama süreci mutlaka Türkiye'den yönetilmelidir. Yurtdışından yönetilip Türkiye'de sahası yapılan araştırmalar ve sadece masa başı yapılan araştırmalar kapsam dışıdır.

### **İÇGÖRÜLÜ BAYKUŞ**

#### **Görünmeyeni Keşfedenler; İçgörü Geliştirme/Ortaya Çıkarma Araştırmaları**

Bu kategorideki ödüller güçlü, sağlam, gerçek içgörülerini yakalamış ve markanın/ürünün/firmanın yaşamına katkı sağlamış araştırma projelerine verilir. Bu ödüle aday olan araştırma çalışmalarının daha önceden tespit edilmemiş, gerilerde veya derinlerde kalmış tüketici tavrı ve davranışlarına dair keşifleri veya unutulmuş ya da üstü örtülmüş ancak aslında yaşamaya devam eden inanışları ortaya çıkarmış olması önemlidir.

### **İNATÇI BAYKUŞ**

#### **Periyodik Araştırmalar, Paneller; 3 Yıl ve Daha Uzun Süreli Yapılan Periyodik Araştırmalar**

Bu ödül, marka bilinirliği, marka algısı, reklam etkinliği, marka sağlığı, iç-dış müşteri memnuniyeti, kurumsal itibar vb. ile ilgili periyodik ölçüm yapan çalışmalara verilecektir. Bu ödüle başvuracak firmaların 3 yıl ve daha uzun süredir bu projeyi yaptıkları ve firmanın taktiksel ve/veya stratejik kararlarını şekillendirmede etkili olduğunu, böylelikle düzenli ölçümün önemini/değerini göstermesi beklenmektedir. Periyodik ölçümün başlangıç tarihi mutlaka belirtilmelidir. Bu kategoriye yapılan başvuruda söz konusu periyodun neden seçildiği açıklanmalıdır.

### **İNOVATİF BAYKUŞ**

#### **Yöntem Değiştirenler; İnovatif Araştırma Yaklaşımlarının Kullanıldığı Araştırmalar**

Kalitatif ve kantitatif araştırma alanında, yenilikçi araştırma yaklaşımlarıyla sektörün büyümesine ya da genişlemesine katkıda bulunan yenilikçi projeler bu kategoride değerlendirilecektir. Bu kategoride değerlendirilecek projeler, yeni yöntemlerini iyi bir şekilde tasvir etmeli ya da mevcut yöntemleri nasıl geliştirdiğini ortaya koyabilmelidir. Buna paralel olarak, ortaya konulan yeniliğin, araştırma müşterisine katkısı açıkça anlatılmalı, zaman ve finansal kaynakların verimli kullanıldığı ortaya konulmalıdır.

### **İTİBARLI BAYKUŞ**

#### **İtibar ve Sosyal Paydaş Yönetimi Araştırmaları**

Bu araştırmalar şirketlere güven kazandırmayla beraber; takdir görme, kriz vb. dönemlerde paydaşların desteğini alabilme, hisse senetlerinin tercih edilmesini sağlama, ürün ve hizmetlerin tercih edilmesi ya da tavsiye edilmesi gibi sonuçların alındığı, şirketin toplam performansını yükseltmeye ve güven sağlamaya yönelik neler yapması gerektiğini belirleyen sonuçlar alınan itibar ve sosyal paydaş araştırmalarıdır. İşveren marka değer araştırmaları da bu kapsamda değerlendirilir.

**MEMNUN BAYKUŞ****Memnuniyet Araştırmaları**

Kurum, kuruluş ve markalar için güçlü/ rekabet üstünlüğü yaratacak alanların belirlenmesi, zayıf/geliştirilmesi gereken unsurların tespit edilebilmesi ve performans/iyileştirme aksiyonları alınabilmesi için bayi, tedarikçi, çalışan ve müşteri memnuniyetini ölçmeye yönelik araştırmalar bu kategoriye başvuru yapılabilirler.

**MERAKLI BAYKUŞ****Şirketleri Anlayanlar; B2B Araştırmalar**

Hedef kitlesi tüzel kişilikler ve kurumlar olan, özel sektör veya kamu alanında iş sorunlarını çözmek, performans takip etmek veya sektör dinamiklerini anlamak için yapılan araştırmalardır. Çalışmada isteğe bağlı olarak kantitatif verilerin neden-sonuç ilişkilerine inilebileceği gibi, sadece kalitatif olarak olaylar ve hikayeler üzerinden de sonuca gidilebilir.

**METODİK BAYKUŞ****Kalitatif, Kantitatif, Karma, Analitik, Neuro vb. Yöntemlerin Araştırmaların Amacına En Uygun Şekilde Kullanılması**

Bu kategoriye başvuru yapılmaz.

Bir araştırmanın modellenmesi, araştırmaya en uygun olan yöntem ve örneklemin belirlenmesi araştırmaların bilimselliği için en önemli aşamalardan biridir. Bu kategoride sadece "**Araştırma Tasarımı**" puanları dikkate alınır. Bütün projelerin Araştırma Tasarımı puanları belirlenen beş yöntemle göre en yüksekte en düşüğe doğru sıralanır, en yüksek puanı alan proje, başka bir kategoride de altın ödül almışsa, Metodik Baykuş kategorisinde Altın Ödül alır. Analitik, Kantitatif, Kalitatif, Karma, Neuro olmak üzere her yöntem için sadece bir adet, yukarıda belirtilen şartı sağladığı takdirde, altın ödül verilir, gümüş ve bronz ödül yoktur. Bu kategoride ödül sadece araştırma şirketine verilir.

**SENDİKAL BAYKUŞ****Çok Müşterili Araştırmalar**

Bu kategori birden fazla müşteriye raporlanmak üzere kurgulanmış olan tüm araştırmaları kapsamaktadır. Araştırma şirketleri bu kategoriye münferit veya bir müşterisi ile başvurabilir. Bu kategoride başvuru yapılan projenin halihazırda bir müşterisi yoksa, çalışmanın hedeflediği pazar açıklanmalıdır.

**SOSYAL BAYKUŞ****Toplumu Okuyanlar; Sosyal ve Siyasi Araştırmalar**

Bu ödül, toplum sorunlarını en iyi anlayan ve tanımlayan siyasi ve sosyal araştırma projelerine verilecektir. Bu kategoride değerlendirilecek araştırmaların kapsamı, toplumsal anlamda bir fayda ve hizmet sağlamalı. Araştırma bulgularının medyada ya da çeşitli platformlarda (konferanslar, seminerler, zirveler vb.) yer alması değerlendirmede önem arz eder. Kategoriye münferit veya bir müşteri ile başvurabilir.

**USTA BAYKUŞ****Taktiksel Araştırmalar; Fiyat, Ambalaj, Ürün ve Reklam Promosyon, POP vb. Testler**

Bu ödül, fiyat, ambalaj, ürün ve reklam, promosyon, POP ve benzerleri gibi ürün, dağıtım kanalları, iletişim araçlarının ölçümlenerek seçilmesi, optimize edilmesi ve geliştirilmesine yönelik araştırmaları kapsamaktadır. Bu kategoriye başvuracak projeler, pazarlama sorununu saptamak ve sorunu gidermede hangi yöntemlerin kullanıldığını, hangi aşamalardan geçildiğini net bir şekilde tanımlamalıdır. Araştırma sonuçlarının pazarlama veya iletişim sorununu çözmeye yönelik araştırmaya müşterisine sağladığı katkı ve sorunun çözümü açıkça anlatılmalı, ortaya koyulmalıdır.

## VİZYONER BAYKUŞ

### Yeni Ufukları Görenler; Yeni Bir Pazara Giriş / Lansman/Relansman Araştırmaları

Bu ödül, araştırmanın yeni bir iş alanına girişte, ürün lansman ya da relansmanında veya marka konumlandırma ve yeniden konumlandırma alanında etkin kullanımını gösteren çalışmalara verilecektir. Ödül kategorisi, ürün ve marka yönetimi alanlarında araştırmanın karar alma sürecinin bir parçası olduğunu ve bu süreci olumlu yönde şekillendirdiğini gösteren çalışmalar başvurabilir. Bu ödülle, araştırmayı bugünden yarını görebilen ve bu süreçte araştırmayı etkin bir şekilde kullanan projeler aday olabilirler.

## B- BAŞVURU ŞARTLARI

### B.1. Kimler Başvurabilir?

a. Baykuş Ödülleri'ne, TÜAD Tüzel Üyesi araştırma şirketleri, araştırmayı birlikte gerçekleştirdiği araştırma veren şirket ve veri toplama şirketi ile birlikte başvuracaktır. Başvuru araştırma şirketleri tarafından yapılacaktır.

b. Ödül kazanan bir projede birden fazla veri toplama şirketi ile çalışılmış ise ana veri toplama şirketi dışındaki veri toplama şirketlerine de ödül verilmesi talebi geldiği durumda, ödülün ücretinin ödenmesi karşılığında, diğer veri toplama şirketlerine de ödül hazırlanır.

c. Projelerinde veri toplama işini in-house yapmamış, dışarıdan bir veri toplama şirketi ile çalışmış olan araştırma şirketleri, başvurularında iş ortağı olan veri toplama şirketini belirtmelidir.

d. Aynı projeye ortak iş yapmış araştırma şirketleri birlikte başvuru yapabilir. Araştırma veren şirketler de birden fazla araştırma şirketi veya proje ile katılabilir.

e. Sosyal, Eşitlikçi, Sendikal Baykuş kategorilerine münferit ya da müşteri ile başvuru yapılabilir.

f. Baykuş Ödülleri'ne başvuru yapacak araştırma şirketlerinin ve veri toplama şirketlerinin 2020 yılı ve daha öncesine ait aidat borçlarının (\*) olmaması gerekmektedir. TÜAD'a aidat borcu olan üyelerin başvurusu geçersizdir.

**(\*) Pandemi nedeniyle 2020 yılında istisnai olarak aidat ödemeleri Eylül ayına kadar uzatılmıştır. Bu nedenle bu yıla özel olarak aidat borcu olanlar başvuru yapabileceklerdir.**

g. Aynı proje ile birden fazla kategoride başvuru yapılabilir. Bu durumda başvuru alan her bir kategori, farklı başvuru olarak değerlendirilir. Aynı proje maksimum 2 farklı kategoride ödül alabilir. **İstisnai Durum: Genç Baykuş kategorisine başvuru alan proje ile başka kategorilere başvuru yapılamaz.**

h. Metodik Baykuş kategorisine başvuru yapılmaz, değerlendirme sonucu ödül alan projede ödül sadece araştırma şirketine verilir. Proje Bilgisi formunu doldurulurken "Metodik Baykuş Kategorisi İçin Yöntem" bölümünde bir yöntem seçilmelidir, değerlendirme seçilen yönteme göre yapılacaktır.

### B.2. Başvuru Formatı ve Yöntem

Tüm başvurular dijital olarak yapılır. Başvuruyu gerçekleştirecek olan TÜAD Tüzel Üyesi araştırma şirketi, dijital başvuru platformuna kaydını yaparak giriş yapar. TÜAD, giriş yapan yetkilinin bilgilerini sistemden onaylar. Başvurunun geçerli olması için gerekli tüm evraklar sistemde belirtilmiş ve ne şekilde portala yükleneceği tanımlanmıştır.

- a. Taahhütname- Proje Bilgileri- Proje Açıklaması** formlarının eksiksiz ve doğru doldurulması önemlidir. Ödül alan projelerin adı, kategorisi ve proje ekiplerinin isimleri bu formda yazıldığı gibi takdim edilecektir.
- b.** Proje Açıklaması formunun kelime sayısı 1500- olarak sisteme tanımlanmıştır. Projeler, dijital platformda mevcut olan boş formlara, kopyala-yapıştır yöntemi ile girilebileceği gibi doğrudan platformdaki forma yazılabilir.
- c.** Font "Tahoma" olmalı, Türkçe yazılmalı ve 11 puntodan küçük olmamalıdır. 1,5 satır boşluğu kullanılmalıdır. Bar, chart ve grafiklerde İngilizce ifadeler yer almamalı, bütün dokümanlar Türkçe hazırlanmalıdır. İstenilen yerlerde renkli veya koyu font kullanılabilir.
- d.** Sayfalar tek sütun olarak kullanılmalıdır.
- e.** Proje Açıklaması formunda kullanılacak görsellerde, grafiklerde, fotoğraflarda herhangi bir şirket (araştırma şirketi, araştırma veren, veri toplama şirketi) marka logosu, firma adı ve model/ürün adı logosu, amblemi, maskotu ve sloganı kullanılmamalıdır. Bunların formda kullanılması diskalifiye nedenidir. **İstisnai Durum: Bir marka için yapılmış araştırma sonucunda, bir maskot, jingle, slogan çıkmışsa, proje açıklamasında bu belirtilebilir ve diskalifiye nedeni değildir.**
- f.** Rakip isimler açıkça belirtilmeden "Rakip1, Rakip2" gibi anonim olarak kullanılmalıdır.
- g.** Grafik ve tablolar gösterilebilir.
- h.** Formlarda "**uyarı, dikkat, not**" şeklinde yer alan açıklamalar 1500 kelimeye dahil değildir.
- i.** Aşağıda belirtilmiş olan katılım ücretleri proje teslim tarihine kadar havale/EFT ile ödenmelidir.
- j.** Proje başvuru bedellerini araştırma şirketi, araştırma veren şirket ve veri toplama şirketi birlikte öder. TÜAD başvuru bedelini araştırma şirketine fatura eder. Araştırma şirketi de gerekli payları araştırma veren şirket ve veri toplama şirketine fatura ederek tahsil eder. Proje başvurusu ücret dağılımı şu şekildedir: **%40 araştırma şirketi, %40 araştırma veren şirket, %20 veri toplama şirketi.** Projede veri toplama şirketi olmadığı durumda, araştırma şirketi ve araştırma veren şirket ödemeyi **%50-%50** olarak paylaşır.
- k.** Aynı proje ile ortak başvurularda her araştırma şirketinin ödeyeceği bedel 1.000 TL + KDV'dir.
- l. Başvuru bedellerine %18 KDV eklenir.**

Açıklama	Akademik	Diğer Kategoriler
İlk Proje Bedeli	Bedelsiz	1,650 ₺
İlave Her Proje Bedelleri	Bedelsiz	1,350 ₺
Bir Projede Ortak Başvuru	Bedelsiz	1,000 ₺ (beher firma)
Uzatılmış Başvuru Dönemi	Bedelsiz	2,500 ₺

- m.** Ödemeler aşağıda belirtilen hesaplara EFT/Havale yoluyla yapılır.  
Türkiye Araştırmacılar Derneği İktisadi İşletmesi  
Garanti Bankası, Galatasaray Subesi: 068  
**Hesap No: 629 78 50 IBAN: TR25 0006 2000 0680 0006 2978 50**

### B.3. Başvurunun Geçerli Olması için Gerekenler

- a-** Başvuru platformunda yer alan Taahhütnamenin elektronik onayı
- b-** Proje Bilgileri formunun eksiksiz doldurulması
- c-** Proje Açıklaması formunun eksiksiz doldurulması
- d-** Projede yer alan araştırma veren şirkete ve veri toplama şirketine fatura edilmiş olan başvuru ücreti katkı payı faturalarının jpg görselinin başvuru platformunda ilgili bölüme yüklenmesi.

### C- PROJE İÇERİĞİ

**NOT: DİKKAT:** Bu yıl itibariyle Proje Açıklama formuna “Neden Bu Kategoriyeye Başvurdunuz?” bölümü eklenmiştir. Bu bölümde yapacağınız açıklama 1500 kelime kontenjanına dahildir.

#### C.1 Tavsiye Ederiz

- a.** Başvuru dosyanızı hazırlamadan önce TÜAD Baykuş Ödülleri web sitesinde ([www.baykusodulleri.org.tr](http://www.baykusodulleri.org.tr)) bulunan, daha önceki yıllara ait ödül alan projeleri okumanızı tavsiye ederiz.
- b.** Jüri, her biri kendi alanında uzman ve araştırma konusunda yetkin kişilerden oluşmaktadır. Ancak hepsi ileri araştırma terminolojisine aşina olmayabilir. Dolayısıyla anlaşılır bir başvuru olduğundan emin olunuz.
- c.** Jüri, her bir projeyi değerlendirirken kısıtlı bir zaman ayırdığı için projelerde kısa ve net cümleler kurmanızı öneririz. Kullandığınız dilin yalın olmasına, kendi içinde tekrarlar olmamasına dikkat ediniz.
- d.** Projenizi değerlendirmek için gereken tüm bilgilerin başvurunuzda yer almasına özen gösteriniz. Eksik bilgi projenizin elenmesine sebep olabilir.
- e.** Başvurularınızda “sektördeki en iyi proje”, “daha önce kimsenin yapmadığı” tarzında abartılı ifadelerden kaçınınız. Verinizi sunarken şeffaf olunuz.
- f.** Başvurularınızda, projenizin başarısını kanıtlayan bilgileri (sonuç önerileri, alınan aksiyonlar ve sonuçlar vb.) yazmanız son derece önemlidir. Neden – Sonuç ilişkisini net olarak ortaya koyunuz.
- h.** Başvuru dosyanızı tamamlayınca, projenizi bilmeyen birine okutunuz. Alacağınız geri bildirimlere göre anlaşılmayan bölümleri gözden geçiriniz.

#### C.2 İçerik Hakkında

Kategorilerin özelliklerine göre bölümlerin ağırlıklandırılması farklıdır. Projenizi yazmadan önce ilgili kategoriye ait ağırlıklandırma tablosunu inceleyiniz.

**Proje Bilgisi Formu:** Proje Bilgisi formunda “Metodik Baykuş” kategorisi için hangi yöntemden değerlendirilmek istediğinizi mutlaka seçiniz. Değerlendirme bu alanda seçtiğiniz yöntem üzerinden yapılacaktır.

**Proje Açıklaması Formu:** Proje Açıklaması formu maksimum 1500 kelimedenden oluşmalıdır.

**Neden Bu Kategoriyeye Başvuru Yaptınız?:** Projenizin kategorisini seçerken, neden o kategoriye başvurduğunuzu, jürinin net ve açık olarak anlamasına yardımcı olacak şekilde yazınız. Bu bölümde yapacağınız açıklama, jürinin, diğer bölümleri değerlendirmesinde etkilidir.

#### a. Araştırmanın Tasarımı

Bu bölümde araştırmanın iş hedeflerini ve amacını açıklayınız. Araştırmanın künyesini giriniz. (Evreni, hedef kitlesi, örneklem seçimi, yöntemi ve yöntem seçim nedeni, hata payı, hangi tarihler arasında yapıldığı) Metodik Baykuş kategorisi için sadece bu bölüm dikkate alınacaktır.

## b. Bulgular ve İlgörüler

Araştırma kapsamında yapılan analizler, elde edilen ana bulgular ve yorumlar, analizlerin uygunluğu, bulguların anlamlılığı, sonuçların araştırmanın amacıyla doğrudan ilişkisi. Elde edilen iç görüler.

## c. Öneriler ve Aksiyonlar

Araştırma bulguları doğrultusunda aksiyon önerilerinin yapılması ve bu önerilerin açıklığı, ihtiyaçlara uygunluğu, uygulanabilirliği ve varsa araştırmanın müşteri tarafından hangi süreçlerde kullanıldığı, alınan aksiyonları ve bu aksiyonların iş sonuçlarına etki etmesi için yeteri kadar zaman geçmişse, iş sonuçlarına etkisini yazınız. İş sonuçları araştırma hedefleriyle ve araştırma bulgu ve önerileriyle ilintili olmalıdır.

## D- JÜRİ YAPISI

**a. Jüri Başkanı:** TÜAD Başkanı, jüri başkanıdır. Jüri Başkanı oy kullanmaz. Değerlendirme sisteminin sağlıklı yürümesinden sorumludur. Değerlendirme sürecinde jüri tarafından gelen uyarı, soru ve tartışmaya konu olacak konuları yönetir, gerekirse oylamaya açar. Kategoriler, yönetmelik, puantaj sistemi hakkında açıklama yapmak ve değerlendirme bitince puanlamayı şeffaf bir şekilde yönetmek ile sorumludur

**b. Jüri karması, 7 araştırma şirketi temsilcisi, 1 veri toplama şirketi temsilcisi, 8 araştırma veren şirket temsilcisi, 2 akademisyen, 1 medya temsilcisi, 1 iletişim sektörü temsilcisi, 1 reklam sektörü temsilcisi olmak üzere 21 kişiden oluşur.**

Jüri Seçim Yöntemi:

- Jüri kura yöntemi ile belirlenir.
- TÜAD Tüzel üyelerine gönderilen mektup ile adaylar talep edilir.
- Aday kriterleri aşağıda belirtilmiştir;

- **Araştırma Şirketi ve Veri Toplama Şirketi Adayları:** TÜAD Tüzel Üyesi şirketlerde çalışan, aşağıdaki kriterleri karşılayan adaylar arasında kura çekimi suretiyle belirlenir.

- Jüri adayı, 2013 yılından itibaren 3 kereden fazla ve/ veya son 2 yıl üst üste jüride görev almışsa aday olamaz.
- Her şirket 1 kişiyi aday gösterebilir.
- Aday kişi, genel müdür, genel müdür yardımcısı, direktör, yönetim kurulu üyesi, şirket ortağı ve sektörde en az 8 yıl deneyim sahibi olmalıdır.

- **Araştırma Veren Şirket Adayları:**

- İçinden aday gösterilecek araştırma veren şirket, son bir yılda en az 10 ad-hoc araştırma yapmış olmalıdır.
- Aday kişi 10 ve üzeri araştırma projesinin yönetilmesinden sorumlu ve en az 5 yıl tecrübeli olmalıdır.
- Araştırma veren adaylar sektörel, global ve yerli olarak gruplara ayrılır. Her grup için ayrı kura çekilir.
- CMO, CEO unvanlarına sahip adaylar ayrı bir grupta yer alırlar ve aralarında kura çekilir, temsil ettiği sektöre göre kontenjanı karşılıyorsa o sektör için ayrıca kura

çekilmez, temsil ettiği sektör için birden fazla jüri üyesi seçilecekse, kalan kontenjan için havuzdan kura çekilir. Adayların belirlenmesi için TÜAD üyelerinden aday önerileri alınır.

- 8 kişiden oluşan araştırma veren karması, sektör büyüklüğü raporunda yer alan cirosal büyüklüğün faaliyet alanı dağılımına göre belirlenir.

- **Akademisyen:** Üniversitelerin tüketici ve pazarlama araştırmaları ile ilgili olan bölümlerinde Prof. ve Doç. unvanlarına sahip olan, bilimsel çalışmalarda araştırmaları tasarlayan ve yöneten akademisyenler aday olabilir. Adayların belirlenmesi için TÜAD Üyelerinden aday önerileri alınır.

- **Medya Reklam ve İletişim Sektörü Temsilcileri:** Bu sektörden seçilecek adayları üst düzey yönetici pozisyonunda ve araştırma sektörü ile iş birliği yapan kişiler olmalıdır. Adayların belirlenmesi için TÜAD üyelerinden aday önerileri alınır ve gelen isimler arasında kura ile aday belirlenir.

*NOT: Araştırma şirketleri ve veri toplama şirketlerinden belirlenecek jüri adaylarında, daha önce TÜAD Etik Kurulu ve/veya TÜAD Disiplin Kurulu'nda haklarında işlem yapılmamış olması, TÜAD Tüzel Üyesi olan diğer şirketlerle hukuki bir uzlaşmazlık içinde olmaması koşulu aranır.*

## E- DEĞERLENDİRME

- Jüri, değerlendirmeler için iki gün toplanır, elektronik oylama sistemi ile değerlendirme yapılır.
- Değerlendirme aşağıdaki 3 bölümden yapılır, kategorinin özelliğine göre bölümlerin ağırlıklandırılması farklıdır. Jüriler her bölüm için 5-100 arası puan verir.
- Jüri kategori değiştiremez.
- Ağırlıklandırma tablosu aşağıdaki gibidir.
- Jüri değerlendirme yaparken aşağıdaki kriterleri göz önünde bulundurur.

	Akademik	Eşitlikçi	Sosyal	Genç	İçgörü	Alışverişçi	Global	Sendikal	Usta	Meraklı	Vizyoner	İnatçı	İnovatif	İtibarlı	Memnun	Metodik
Araştırma Tasarım	50%	40%	40%	35%	25%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	50%	25%	25%	100%
Bulgular & İçgörüler	35%	35%	35%	35%	45%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	30%	30%	35%	35%	0%
Öneriler & Aksiyonlar	15%	25%	25%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	40%	20%	40%	40%	0%

### Araştırma Tasarımı Bölümü Değerlendirme Kriterleri

- Briefi anlamak ve araştırma ihtiyacının tanımlanması
- İş hedefleri ve araştırmanın arka planı
- Araştırma amacı ve tasarımın uygunluğu
- Araştırma kurgusu (yöntem, örneklem, vs)

### Bulgular & İçgörüler Bölümü Değerlendirme Kriterleri

- Araştırma bulgularının, iş hedeflerine ve araştırma amacına uygunluğu
- Bulguların açık, net ve anlaşılır şekilde sunulması
- Veri, grafik, tablo ve görsellerle desteklenmesi, anlatılması
- Bulguların içgörüyeye dönüştürülmesi



### Öneriler & Aksiyonlar Bölümü Değerlendirme Kriterleri

- Araştırma sonucunda getirilen öneriler
- Bu önerilerin açıklığı, netliği
- Önerilerin iş ihtiyaçlarına uygunluğu
- Araştırma sonuçlarının kısmen veya tamamen iş planında ve karar verme süreçlerinde kullanımı
- Araştırmanın aksiyon planını yönlendirmesi
- Alınan aksiyonların iş sonuçlarına etki etmesi için yeteri kadar zaman geçmişse, iş sonuçlarına etkisini yazılır.

### F- ÖDÜLENDİRME

- Gerekli şartları sağlayan projelere altın, gümüş ve bronz ödül verilir. Her proje için araştırma şirketine, araştırma veren şirkete ve veri toplama şirketine birer ödül verilir.
- Jüri puanlarının standardize edilmesi: Her jürinin tüm projelere verdiği puanların ortalaması ve bu puanların standart sapması bulunur. Her bir puanın o ortalamadan farkı hesaplanır ve standart sapmasına bölünür. Böylelikle jüri puanları %95 olasılıkla -3 ve +3 arasında değişecektir. Bu hesaplama ile jüri puanları standardize edilir. Bu standardizasyon işleminden sonra eğer -3 ve +3 arasına düşmeyen uç değerler (outlier) söz konusuysa, sistem bu uç değerleri her jürinin kendi ortalaması ile değiştirir. Veriler standardize edildikten sonra her bir kritere verilen puan tanımlanan başarı ağırlıklandırması hesaplanır ve proje puanı belirlenir. Her kategori puanları kendi içinde çoktan aza göre dizilir. En yüksek puana altın verilir ancak ikinci ve üçüncü puanlar en yüksek puandan 0.15 puandan daha az fark varsa onlar da altın almaya hak kazanır. Bu ölçek içinde kalmayan ilk en yüksek proje gümüş alır ve aynı sistemle gümüş ve bronz ödüller belirlenir. Bir projenin altın ödül alabilmesi için 0.50 ve üzerinde, gümüş alabilmesi için 0.35 ve üzeri, bronz alabilmesi için 0.20 ve üzeri puan alması gereklidir. Metodik Baykuş Kategorisi: tüm projelerin ödülleri belirlendikten sonra, Kalitatif – Kantitatif – Neuro – Analitik - Karma yöntemlere göre gruplandırılır. Projelerin "Araştırma Tasarımı" bölümden aldığı ham puan esas alınır. Her grupta birinci bölümden en yüksek puanı alan proje eğer başka bir kategoride de Altın almışsa, belirtilen yönetime göre bir Altın daha alır.
- Jüri üyeleri kendilerinin ve rakiplerinin projelerine puan veremez. Bu şartın sağlanması için, başvurular jüri yapısına göre önceden incelenir ve bir matris tablo hazırlanır. Bu tabloda, kendi projesine ve rakip projelere puan veremeyecek jüri üyeleri sisteme önceden tanımlanır. Oylama esnasında tüm jüriler her projeyi okur ve puan verir. Oylanmaması gereken projelerin puanları sistem tarafından otomatik olarak sıfırlanır. Okunan projenin hangi firmaya veya rakibe ait olduğunun anlaşılması için jüriler bütün projeleri oylar.
- Her kategoriye yapılan başvuru sayısına göre okuma süresi verilir.

### G- DİSKALİFİYE NEDENLERİ

- Başvurunun geçerli olması için gerekli belgelerin eksik olması
- Yönetmelikte belirtilen formatın dışına çıkmış olması
- Projeye konu olan tarafların izinlerinin alınmamış olması
- Projenin abartılı dille veya bozuk Türkçe ile yazılmış olması
- Sonuçlara ilişkin kaynak gösterilmemesi veya kanıtlanamaması
- Proje Açıklaması formunda kullanılacak görsellerde, grafiklerde, fotoğraflarda herhangi bir şirket (araştırma şirketi, araştırma veren, veri toplama şirketi) marka logosu, firma adı ve model/ürün adı logosu, amblemi, maskotu kullanılması.  
**İSTİSNAİ DURUM: Bir marka için yapılmış araştırma sonucu olarak bir maskot, jingle, slogan çıkmışsa, proje açıklamasında bu belirtilebilir ve diskalifiye nedeni değildir.**
- Rakip isimlerin belirtilmiş olması. "Rakip1, Rakip 2" gibi anonim olarak kullanılmalıdır.

NOT: Tüm veriler, savlar ve durum tanımları belirgin ve başvurulabilir bir kaynağa dayanmalıdır. Jüri, belirtilen kaynaklardan veri doğrulama hakkını saklı tutar. Kaynaklar, Proje Açıklama Formunun ilgili sayfasında dipnot olarak yer almalıdır. Kaynaklarda şirket, marka, kurum, kuruluş adı kullanılmadan referans verilmelidir. Örneğin, "Türkiye 2019 Hane Tüketim Paneli Raporu" gibi.

## H- BİLGİ DOSTU BAYKUŞ ÖZEL ÖDÜLÜ

Yönetim Kurulu'nun belirlediği, araştırma sektörüne değer veren, katkı sağlamış kişilere verilir. Ödül, Yönetim Kurulu Kararı ile verilir jüriye sunulmaz.

## I- GENEL KURALLAR

- a. Başvurular 14 Ağustos 2020 tarihine kadar tamamlanmalıdır.
- b. Jüriye, TÜAD Yönetim Kurulu Başkanı başkanlık eder, Jüri işleyişinden Başkan sorumludur.
- c. Jüri üyeleri bir kategori süresinde oylamayı terk edemezler, ayrılmaları gerekiyorsa o kategorinin oylaması başlamadan ayrılmalıdırlar. Jürinin kararı kesindir, taraflarla tartışmaya açık değildir.
- d. Jüri üyeleri değerlendirme çalışmaları öncesinde gizlilik kurallarına uyacaklarına dair yazılı beyanda bulunur.
- e. Projelerin içeriği jüri üyeleri dışında hiç kimseye paylaşılmaz. Projelere ait belgeler ya da cihazlar herhangi bir nedenle toplantı salonundan dışarıya çıkarılamaz.
- f. Jüri değerlendirme süreci bittikten sonra proje başvuruları sistemden silinir.
- g. Baykuş Ödülleri'nde toplam 16 kategori bulunmaktadır. Jürinin kategorik bazda okuma sıralaması kura usulü ile belirlenir.
- h. Birincil irtibat kişisi, projeye katılmış olan tüm tarafların onayını almakla yükümlüdür.
- i. Başvurular, jüriye incelenmek üzere ek belge isteme iznini verir.
- j. Projelerinizin geliştirilmesinde, yürütülmesinde ve bulgularının yorumlanmasında reklam, medya, dijital, PR ajansı, danışmanlık şirketi vb. türden kurumlar ile iş birlikleriniz olduysa, projenize ne tür bir katkı sağladığınızı proje açıklamasında belirtiniz.
- k. Metodik Baykuş kategorisi hariç, diğer kategorilerde altın, gümüş ve bronz ödül verilebilir. Aynı kategoride birden fazla aynı tip ödül verilebilir veya puanlamaya göre hiç ödül verilmeyebilir.
- l. Tüm başvuru sahipleri, ödül kazanmaları durumunda ödül sonuçlarının ve ödüllerin web sitesinde yayınlanması ve kamuoyu ile paylaşılmasını kabul eder.
- m. Ödül almış olan tüm taraflar Baykuş Ödülleri ile ilgili yayınlacakları tüm metinleri TÜAD ile paylaşmalıdır.