

## ÇAĞDAŞ ÖRGÜTLERDE KURUMSAL İMAJ VE YENİLİKÇİ ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK BAĞLAMINDA BİR ANALİZ

Fuat OKTAY\*

### Özet

Bu çalışma bir kamu kurumunda yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı ile kurumsal imaj arasındaki ilişkiyi ve sosyo-demografik faktörlerin bu iki değişken üzerinde yarattığı farklılaşmayı incelemektedir. Araştırmada ilişkisel tarama ve betimsel tarama metodları kullanılmıştır. Yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı ile örgütsel imaj puanları beşli Likert ölçeği kullanılarak 937 çalışandan elde edilen sonuçlardan oluşturulmuştur. Bağlanım analizi sonuçları kurumsal imajın yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışının pozitif ve istatistiki olarak anlamlı bir belirleyicisi olduğunu ortaya koymuştur. Yaş, kurumdaki geçen hizmet yılı, kadro durumu, unvan, ve eğitim düzeyi için yapılan ANOVA testleri ve post-hoc analiz kurumsal imaj ve yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı puanlarının yaş, toplam hizmet yılı ve unvan yükseldikçe istatistiki olarak anlamlı bir şekilde arttığını göstermektedir. Ancak, eğitim seviyesi yükseldikçe kurumsal imaj algısı puanı negatif yönde ve istatistiki olarak anlamlı olarak azalırken, eğitim seviyesinin yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışında anlamlı bir farklılaşma yaratmadığı bulunmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Kurumsal İmaj, Yenilikçi Örgütsel Vatandaşlık Davranışı.

## AN ANALYSIS ON THE ORGANIZATIONAL IMAGE AND INNOVATIVE ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR IN MODERN

### Abstract

This study examines the relationship between the organizational image and innovative organizational citizenship behavior and how these variables vary with of socio-demographic factors. The research uses both the relational and descriptive methods. Scores of both organizational image and innovative organizational citizenship behavior are obtained from a 937 survey with 5-point Likert scale. Regression analysis

\* T.C. Başbakanlık Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı, Başkan, Dr.

results showed that the organizational image is a statistically significant determinant of the innovative organizational citizenship behavior. The ANOVA and post-hoc analyses results show that age, experience, position, permanent or temporary work status, title, and education show that both the organizational image perception and the innovative organizational citizenship behavior scores significantly improves with age, experience, title level. However, as the level of education rises the organizational image scores significantly declines, but no significant impact of education level on innovative organizational citizenship behavior is observed.

**Keywords:** Organizational Image, Innovative Organizational Citizenship Behavior.

## I. GİRİŞ

Çağdaş örgütlerde kurumsal imaj ve yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışları örgütün verimliliğini etkilediği söylenebilir. Riordan vd,<sup>[12]</sup> Herrback ve Mignonac<sup>[7]</sup> kurumsal imajın iş tatmini, işgücü devri bağlılık ve örgütsel vatandaşlık davranışı gibi değişkenlerle ilişkisini araştırmışlardır. Ancak, ülkemizde kurumsal imajın; yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışına etkisine ilişkin bir araştırma henüz yayınlanmamıştır.

Bu çalışmanın amacı kurumsal imajın, yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışına etkisini açıklayan bir model ortaya koymaktır. Araştırmada kurumsal imaj ve yenilikçi örgütsel vatandaşlık puanlarının çalışanların, kadro durumu, yaş, toplam hizmet süresi, eğitim ve pozisyon gibi sosyo-demografik özelliklere göre farklılaşması da sınanmıştır.

## II. LİTERATÜR

### II.1. Kurumsal İmaj

Kurumsal kimlik ve imaj, iç ve dış müşteriler arasında önemli bir köprü vazifesi görmektedir. Bu kimlik ve imaj, dış faktörler için örgütün anlamı; örgüt üyeleri için ise kendi bireysel kimlikleri ve örgütün dışarıdaki imajı konusunda sembolik değer taşımaktadır. Dış çevre aktörleri tarafından örgüt kimliğine ilişkin algılar, kurumsal imaj olarak karşımıza çıkmaktadır.<sup>[13]</sup> Bir örgütün kurumsal imajının müşteriler, tedarikçiler ve paydaşlar gibi dış çevre aktörleri üzerinde önemli etkisi bulunmaktadır. Bununla birlikte bu imaj, iç müşterileri olarak çalışanları da dolaylı olarak etkilemektedir. Zira dış müşterilerin örgütle ilgili düşünceleri, örgüt üyelerinin örgütün imajına ilişkin algısına etki etmektedir.<sup>[2]</sup> Son yıllarda örgüt imajı sadece pazarlama sektörü için değil, insan kaynakları yönetimi açısından da önem arz eden konulardan biri olmuştur. Bunun çeşitli sebepleri bulunmaktadır. İlk olarak, örgütler işe alımlarda adaylar üzerinde olumlu bir örgüt imajı oluşturdukları takdirde, daha yetenekli adayları örgüte kazandırabilirler<sup>[3]</sup> Söz konusu imaj, sadece nitelikli işgücünün örgüte kazandırılmasında değil, bu işgücünün elde tutulmasında da önemli rol oynayabilmektedir. Bazı araştırmalar, kurumsal imajın, iş gücü devrini de etkilediğini göstermektedir. [4]

## II.2. Yenilikçi Örgütsel Vatandaşlık Davranışı

Örgütsel vatandaşlık davranışları örgüt içindeki formel ödül sistemi tarafından acık ya da doğrudan tanınmamış olsa da örgütün etkin çalışmasını sağlayan, herhangi bir yazılı ya da yazısız zorlama olmadan kişilerin kendi inisiyatifleriyle ortaya koydukları davranışlardır. [11] Genel olarak örgütsel vatandaşlık davranışları kavramı, örgüt içinde değişim ve geliştirme için sorumluluk alma, bir örgüt içindeki işlerin yapılmasıyla ilgili süreçlerde işlevsel değişiklikler ve iyileştirmeler ortaya koymak üzere çalışanların kendi istekleriyle giriştikleri yapıcı çabalarıdır. [9]

Öte yandan, Frese ve diğerleri, [5] Çalışanın örgüt içinde aktif rol üstlenmesiyle ilgili kişisel inisiyatif kavramını kullanmışlardır. Kişisel üstünlük, örgütün amaçlarıyla da uyumlu bir şekilde, çalışanın kendi basına harekete geçerek kendisinden resmi olarak istenenin ojesinde inisiyatif kullandığı bir iş yeri davranış yaklaşımı olarak tanımlamışlardır. Yenilikçi örgütsel vatandaşlık etmenleri üç grup olarak sınıflandırılabilir. Çalışanın isteki performansı perspektifinden bakıldığında yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı işteki bağlamsal performans kavramı içinde değerlendirilebilir. İş yaşamında iki temel performanstan söz edilebilir. Birincisi iş veya görev performansı olarak bilinen örgüt içinde kişilerin üzerine ödev olan örgütte yapılan işin teknik gereklerinin yerine getirilmesi ve idame ettirilmesine yönelik caba ve davranışlardır. Bağlamsal performans ise örgütün asli işi olarak bilinen isleyişin dışında kalıp bu asli isleyişin döndüğü daha geniş sosyal, psikolojik ve örgütsel çevreye katkı sağlayan caba ve davranışlardır. [10] Yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışları çalışanın yeri geldiğinde örgütteki normal düzen ve isleyişin dışına çıkarak örgütün gelişimi ve daha iyi isleyişine proaktif olarak katkıda bulunmasıdır. Özellikle Taylor sonrası dönemde yönetim ve stratejik yönetim literatürlerinde işgücü firmaların rekabetteki en önemli üstünlük kaynağı olarak görülmüştür. Teknoloji ne kadar gelişmiş olsa da teknolojinin piyasa ve müşteri isteklerine en uygun olarak ve yerinde kullanılması personelin firma ve firma dışı çevreye duyarlı olmasıyla gerçekleşebilir. [1]

## III. YÖNTEM

Araştırma ilişkisel tarama ve betimsel tarama metodları kullanılmıştır. Tarama modelleri; araştırmaya konu olan olay, birey veya nesneyi kendi koşulları içinde, herhangi bir değiştirme ve etkileme yapmaksızın olduğu gibi betimlemeyi amaçlar. İlişkisel tarama modelleri ise, “iki veya daha çok sayıdaki değişken arasında birlikte değişim varlığını ve/veya derecesini belirlemeyi amaçlayan araştırma modelleridir”. İlişkisel tarama modellerinde değişkenler arası ilişkiler korelasyon türü ve karşılaştırma türü olmak üzere iki şekilde elde edilebilmektedir. Korelasyon türü ilişkisel taramalarda, değişkenlerin birlikte değişip değişmedikleri birlikte değişim söz konusu ise bunun nasıl olduğu saptanmaya çalışılırken; karşılaştırma türü ilişkisel tarama modellerinde en az iki değişken bulunup bunlardan birine (sınanmak istenen bağımsız değişkene) göre gruplar oluşturularak öteki değişkene (bağımlı değişkene) göre aralarında bir farklılaşma olup olmadığı incelenir. [8]

Araştırma 937 kamu personeli üzerinde yapılmıştır. Örneklemen dağılımı şöyledir: Katılımcıların %75,9'u erkek, %24,1'i kadındır. Katılımcıların %96,6'sı kadrolu, %3,4'ü geçici kadroda çalışmaktadır. Katılımcıların %14,4'ü 18-28 yaş aralığında, %37,4'ü 29-35 yaş aralığında, %29,8'i 36-44 yaş aralığında ve %18,5'i 45 üstü yaş aralığında yer almaktadır. Katılımcıların %28 0-4 yıl, %21, 5-8 yıl, %24'ü 9-17 yıl ve %26'sı 18 yıl ve üstü hizmet yılı grubundadır. Katılımcıların %9'u lise ve altı, %17,6'sı önlisans, %62,3'ü lisans ve %11,4'ü lisansüstü mezundur. Katılımcıların görev ünvanına göre dağılımı Daire Başkanı, Müşavir, Müdür vb. %8,0 Mühendis / Mimar / Şehir Plancısı %22,7 Uzman?/Uzman Yardımcısı %5,1 Öğretmen % 0,4 Tekniker, Teknisyen, Muhasebeci, veri hazırlama ve kontrol işletmeni (VHKİ) % 21,2, arama kurtarma takımı (AKT) %10,2 ve Diğer % 32,2 şeklindedir.

Araştırmada kurumsal imaj ile yenilikçi örgütsel vatandaşlık puanları arasındaki ilişki basit ve çoklu regresyon modellemesi ile incelenmiştir. Kurumsal imaj ve yenilikçi örgütsel vatandaşlık puanlarının sosyo-demografik değişkenlere göre farklılaşması ise fark testleri ile incelenmiştir. Araştırmada kurumsal imaj verilerini toplamak için Mael ve Ashforth (1992) tarafından geliştirilen ve Gürbüz [6] tarafından Türkçe'ye uyarlanan ölçek kullanılmıştır. Ölçek 7 maddeden oluşan tek faktörlü bir yapıya sahip olup, Cronbch Alpha 0,83'tür. Kurumsal imaj ölçeği 5'li Likert tipidir. Yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı verileri toplamak için ise, Morrison ve Phelps [9] (1999) tarafından hazırlanan "değişim için sorumluluk alma ölçeği" kullanılarak ölçülmüştür. Ölçek 10 maddeden oluşan, 5'likert tipi ölçektir. Veriler SPSS 21 paket programı ile analiz edilmiştir.

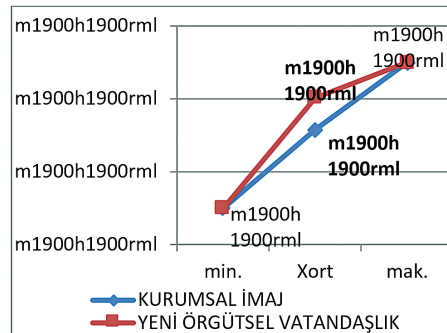
## IV. BULGULAR

### IV.1. Betimleyici İstatistikler

Tablo 1 kurumsal imaj ile yenilikçi örgütsel vatandaşlık puanları ile ilgili betimsel istatistikleri vermektedir. Tablodan görüldüğü gibi Çalışanların kurumsal imaj algıları 3,15 puan ile orta düzeydedir ( $X_{ort} = 3,15$   $SS = 0,90$ ). Yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı puanı ise 4,02 aritmetik ortalama ile ortalama puanın üzerindedir ( $X_{ort} = 4,02$   $SS = 0,68$ ).

**Tablo 1.** Betimleyici İstatistikler

Puan Türü	N	$X_{ort}$	$Sh_x$	SS
Kurumsal imaj	937	3,15	0,03	0,90
Yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı	937	4,02	0,02	0,68



## IV.2. Kurumsal İmaj Puanları ile Yenilikçi Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Puanları Arasındaki İlişki

Kurumsal imaj puanları ile yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı puanları arasında ilişki olup olmadığını sınamak için öncelikler Pearson korelasyon katsayısı tahminlerine bakılmıştır. Pearson korelasyon katsayısı tahminleri Tablo 2'de verilmiştir.

**Tablo 2.** Kurumsal İmaj Değişkeninin ve Yenilikçi Örgütsel Vatandaşlık Davranış Korelasyon İlişkisi

		Kurumsal imaj	Yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı
Kurumsal imaj	<i>r</i>	1.000	**0,284
	<i>p</i>		0,000
	<i>N</i>	937	937
Yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı	<i>r</i>	**0,284	1.000
	<i>p</i>	000,	
	<i>N</i>	937	937

**Not:** Tabloda *r* Pearson korelasyon katsayısını, *p* Pearson korelasyon katsayısı ile ilgili *p*-değerini ve *N* gözlem sayısını göstermektedir.

Tabloda görüldüğü gibi kurumsal imaj puanları ile yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı puanları arasında  $p < 0,001$  düzeyinde anlamlı  $r = 0,284$  düzeyinde bir ilişki tespit edilmiştir. Bu ilişkilerin yönü ve etkileme derecesini sınamak için bağlantım analizi yapılmıştır.

Kurumsal imaj ile yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiyi sınamak için diğer sosyo-demografik değişkenlerinde kısmi etkilerini de dikkate almamız izin veren bağlantım analizinden yararlanılmıştır. İlişki basit bağlantım modeli çerçevesinde incelenmiştir. Bağlantım modeli

$$(1) \quad Y\ddot{O}D_i = \alpha_0 + \alpha_1 K\ddot{I}_i + v_i$$

Denklem (1)'de  $K\ddot{I}$  değişkeni kurumsal imajı,  $Y\ddot{O}D$  değişkeni, yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı, araştırma birimini,  $v$  rastsal hata terimin,  $\beta_0$  ve  $\beta_1$  sırasıyla bağlantım modelinin kesişim katsayısı ve eğim katsayısını göstermektedir. Kurumsal imajın yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı etkilemediği hipotezi  $H_0 : \beta_1 = 0$  şeklinde formüle edilebilir.

**Tablo 3.** Kurumsal İmaj Değişkeninin, Yenilikçi Örgütsel Vatandaşlık Açıklama Gücü için Bağlanım Sonuçları

<i>Bağlayan</i>	<i>Bağlanan</i>	<i>r</i>	<i>R<sup>2</sup></i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Kurumsal imaj	Yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı	0,284 <sup>a</sup>	0,081	82,051	0,000 <sup>b</sup>

**Not:** Tabloda *r* korelasyon katsayısını, *R<sup>2</sup>* belirlenme katsayısını, *F* ANOVA *F* istatistiğini ve *p* ise *F* istatistiğinin *p*-değerini göstermektedir.

Tablo 3 basit regresyon modeli için açıklama gücü istatistiği determinasyon katsayısı (*R<sup>2</sup>*) ve regresyon ANOVA analizi sonucu elde edilen *F* istatistiğini vermektedir. Tabloda görüldüğü gibi kurumsal imaj puanlarının Yenilikçi Örgütsel Vatandaşlık Davranışı puanlarını yordama gücünü sınamak için yapılan regresyon analizinde bağlayan, bağlanandaki değişimin %8'ini açıkladığı ve bu modelin ANOVA testi sonucunda göre  $p < 0,001$  düzeyinde anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 4.** Kurumsal İmaj Yenilikçi Örgütsel Vatandaşlık Davranış Bağlanım İlişkisi Tahminleri

<i>Değişken</i>	<i>Katsayı</i>	<i>sh</i>	<i>β</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
(Sabit (Kesişim	3,345	0,078		42,988	0,000
Kurumsal İmaj	0,215	0,024	0,284	9,058	0,000

**Not:** Tablo, Denklem (1)'in en küçük karelere tahminlerini vermektedir. Burada,  $\beta$  katsayılarını (standartlaştırılmış katsayılar) *sh* standart hatayı, *t* katsayı tahminlerinin *t* istatistiğini ve *p* ise *t* istatistiği ile ilgili *p*-değerini göstermektedir.

Tablo'da 4 basit regresyon tahmini sonuçlarını vermektedir. Tablodan görüldüğü gibi regresyon sonuçları kurumsal imaj (bağlayan) puanları ile yenilikçi örgütsel vatandaşlık (bağlanan) değişkeni puanının arasındaki doğrusal bağlanım eğim katsayısını  $\alpha_0 = 0,215$  olarak tahmin edilmiştir. Bu katsayı ile ilgili *t* istatistiğinin ile ilgili *p*-değeri için  $p < 0,001$  elde edildiğinden kurumsal imajın yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı etkilemediği hipotezi red edilmiştir. Bu sonuca göre kurumsal imaj yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı pozitif yönde etkileyen önemli bir değişkendir.

### IV.3. Sosyo-demografik Değişkenlere Göre Farklılaşma

Bu bölümde çalışanlarla ilgili çeşitli sosyo-demografik değişkenlerle yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranış ve kurumsal davranışın nasıl değiştiği fark testleri ile incelenmektedir. Spesifik olarak kurumsal imaj ve yenilikçi örgütsel vatandaşlık puanlarının çalışanların, kadro durumu, yaş, toplam hizmet süresi, eğitim ve pozisyon gibi sosyo-demografik özelliklere göre farklılaşması incelenecektir.

Kurumun önem arz eden değişkenlerden birisi kadroların geçici ve kadrolu olarak ayırılmış olmasıdır. Hem iş sürekliliği beklentisi hem de özlük hakları bakımında kadrolu-geçici ayrımı çok önemli bir ayrıl olarak ortaya çıkabilir. Tablo 5 kadrolu-geçici ayrışımının örgütsel imaj ve yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı bakımından ayrışımın vermektedir.

**Tablo 5.** Kadro Durumu için Bağımsız Gruplar t Testi

Faktör	Kadro durumu	N	İstatistik			Levene's t.		t-testi		
			$X_{ort}$	ss	$sh_x$	F	p-F	t	sd	p-t
Kurumsal imaj	Kadrolu	905	3,14	0,90	0,03	9,36	0,002			
	Geçici	32	3,67	0,60	0,11			-4,863	36	0,000
Yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı	Kadrolu	905	4,02	0,69	0,02	3,13	0,077	-0,100	935	0,921
	Geçici	32	4,03	0,43	0,08					

**Not:**  $N$ , gözlem sayısını;  $X_{ort}$ , aritmetik ortalamayı;  $sd$ , standart sapmayı;  $sh_x$ , ortalamanın standart hatasını;  $F$ , varyansların eşitliği için  $F$  istatistiğini;  $p-F$ ,  $F$  istatistiğinin  $p$ -değerini;  $t$ , ortalamaların eşitliği için  $t$ -istatistiğini;  $p-t$ ,  $t$  istatistiğinin  $p$ -değerini;  $sd$ ,  $t$  istatistiği için serbestlik derecesini göstermektedir.

Tabloda 5'ten görüldüğü gibi, kadrolu çalışanlar ile geçici çalışanların kurumsal imaja ilişkin puanları arasında istatistiksel olarak  $p < 0,001$  düzeyinde anlamlı geçici çalışanların lehinde farklılık vardır. Tabloda görüldüğü gibi, kadrolu çalışanlar ile geçici çalışanların yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmemiştir.

İkinci olarak kurumsal imaj ve yenilikçi örgütsel davranış puanlarının yaşa gruplarına göre farklılık gösterip göstermediği ele alınmıştır. Bu amaçla tek yanlı ANOVA testi yapılmıştır. ANOVA testinde 18-28, 29-35, 36-44, ve 45+ yaş kategorileri yaş ayrışımı olarak kullanılmıştır. Yaş gruplarına göre ANOVA test sonuçları Tablo 6'da verilmiştir.

**Tablo 6.** Yaş Grupları için ANOVA Testi

	Yaş	N	$X_{ort}$	ss	$sh_x$	Var.K.	KT	sd	KO	F	p
Kurumsal imaj	18-28	135	2,88	0,85	0,07	G.İçi	35,10	3	11,70	15,20	<b>0,000</b>
	29-35	350	3,01	0,90	0,05	G.Arası	718,23	933	0,77		
	36-44	279	3,29	0,89	0,05	Toplam	753,33	936			
	45 ve üstü	173	3,43	0,84	0,06						
	Toplam	937	3,15	0,90	0,03						
Yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı	18-28	135	3,87	0,68	0,06	G.İçi	13,62	3	4,54	10,14	<b>0,000</b>
	29-35	350	3,93	0,71	0,04	G.Arası	417,78	933	0,45		
	36-44	279	4,09	0,68	0,04	Toplam	431,40	936			
	45 ve üstü	173	4,21	0,53	0,04						
	Toplam	937	4,02	0,68	0,02						

**Not:**  $N$ , gözlem sayısını;  $X_{ort}$ , aritmetik ortalamayı;  $sd$ , standart sapmayı;  $sh_x$ , ortalamanın standart hatasını;  $F$ , ortalamaların eşitliği için  $F$  istatistiğini;  $p$ ,  $F$  istatistiğinin  $p$ -değerini; Var.K., Karşılatırılan varyansı;  $KT$ , kareler toplamını;  $KO$ , kare ortalamalarını göstermektedir.

Tabloda 6'dan görüldüğü gibi çalışanların yaş değişkeni, kurumsal imaj ve yenilikçi örgütsel vatandaşlık puanlarında nasıl farklılık oluşturduğunu sınamak için yapılan tek yönlü varyans analizi ANOVA testi sonucunda; kurumsal imaj puanlarında  $p < 0,001$  düzeyinde, yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı puanlarında  $p < 0,001$  düzeyinde anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bu farklılıkların hangi yaş grupları arasında olduğunu sınamak için post-hoc LSD testi sonuçları aşağıdaki gibi ortaya çıkmıştır. Kurumsal imaj puanları 36-44 yaş grubuna kadar kategorik olarak en az  $p < 0,05$  düzeyinde anlamlı farklılaşmakta ve kategorik olarak artmaktadır, 36-44 grubu ile 45 yaş ve üstü yaş grubu arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma görülmemektedir. Yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı puanları 36-44 yaş grubuna kadar kategorik olarak en az  $p < 0,05$  düzeyinde anlamlı farklılaşmakta ve kategorik olarak artmaktadır, 36-44 grubu ile 45 yaş ve üstü yaş grubu arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma görülmemektedir.

Yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranış ve kurumsal imajın farklılık göstereceği üçüncü bir kategorik değişken olarak toplam hizmet yılı ele alınmıştır. Toplam hizmet yılı 0-4, 5-8, 9-17 ve 18+ guruplarına ayrılarak ANOVA analizine dahil edilmiştir. Tablo 7 toplam hizmet yılı guruplarına göre kurumsal imaj ve yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı ANOVA analiz sonuçlarını sunmaktadır.



**Tablo 7.** Toplam Hizmet Yılı Değişkeni İçin ANOVA Testi

	<i>T.Hizmet Yılı</i>	<i>N</i>	<i>X<sub>ort</sub></i>	<i>ss</i>	<i>sh<sub>x</sub></i>	<i>Var.K.</i>	<i>KT</i>	<i>sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Kurumsal imaj	0-4 yıl	268	3,00	0,86	0,05	G.İçi	37,34	3	12,45	16,22	0,000
	5-8 yıl	198	2,91	0,91	0,06	G.Arası	715,99	933	0,77		
	9-17 yıl	226	3,26	0,88	0,06	Toplam	753,33	936			
	18 yıl ve üstü	245	3,42	0,86	0,05						
	Toplam	937	3,15	0,90	0,03						
Yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı	0-4 yıl	268	3,84	0,77	0,05	G.İçi	16,30	3	5,43	12,21	0,000
	5-8 yıl	198	4,01	0,61	0,04	G.Arası	415,10	933	0,44		
	9-17 yıl	226	4,08	0,64	0,04	Toplam	431,40	936			
	18 yıl ve üstü	245	4,18	0,62	0,04						
	Toplam	937	4,02	0,68	0,02						

**Not:** bk. Tablo 6.

Tabloda 6'dan görüldüğü gibi çalışanların toplam hizmet yılı değişkeni, kurumsal imaj ve yenilikçi örgütsel vatandaşlık puanlarında nasıl farklılık oluşturduğunu sınamak için yapılan tek yönlü varyans analizi ANOVA sonucunda; Kurumsal imaj puanlarında  $p < 0,001$  düzeyinde anlamlı farklılık; yenilikçi örgütsel vatandaşlık puanlarında  $p < 0,001$  düzeyinde anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

Farklılığın hangi hizmet yılı grupları arasında olduğunu sınamak için post-hoc LSD testi yapılmıştır.

Kurumsal imaj puanları 8 yıla kadar hizmeti olan gruplar ile 9 yıldan fazla hizmet yılı olan gruplar arasında en az  $p < 0,05$  düzeyinde hizmet yılı 9 yıldan fazla olanlar lehine anlamlı olarak farklılaşmakta ve kategorik olarak artmaktadır; Buna göre çalışanların kurumsal imaja bakışları 9. hizmet yılından itibaren anlamlı düzeyde artmakta ve ondan sonra büyük farklılık göstermemektedir. Yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı puanları 8 yıla kadar hizmeti olan gruplar ile 9 yıldan fazla hizmet yılı olan gruplar arasında en az  $p < 0,05$  düzeyinde hizmet yılı 9 yıldan fazla olanlar lehine anlamlı olarak farklılaşmakta ve kategorik olarak artmaktadır; Buna göre çalışanların kurumsal yenilikçi örgütsel vatandaşlık algılarında 9. hizmet yılından itibaren anlamlı düzeyde artmakta ve ondan sonra büyük farklılık göstermemektedir.

Çalışanların eğitim düzeylerinin kurumsal imaj ve yenilikçi örgütsel davranış bakımında yarattığı farklılık lise ve altı, önlisans, lisans ve lisansüstü eğitim gurupları açısından tek yönlü varyans analizi ile incelenmiştir. ANOVA analizi sonuçları Tablo 8'de sunulmuştur.

**Tablo 8.** Eğitim Düzeyi İçin ANOVA Testi

	<i>Eğitim</i>	<i>N</i>	<i>X<sub>ort</sub></i>	<i>ss</i>	<i>sh<sub>x</sub></i>	<i>Var.K.</i>	<i>KT</i>	<i>sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Kurumsal imaj	Lise ve altı	84	3,50	0,89	0,10	G.İçi	14,34	3	4,78	6,03	0,000
	Önlisans	165	3,24	0,84	0,07	G.Arası	739,00	933	0,79		
	Lisans	584	3,08	0,90	0,04	Toplam	753,33	936			
	Lisansüstü	104	3,15	0,90	0,09						
	Toplam	937	3,15	0,90	0,03						
Yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı	Lise ve altı	84	4,00	0,66	0,07	G.İçi	1,82	3	0,61	1,32	0,267
	Önlisans	165	3,98	0,64	0,05	G.Arası	429,58	933	0,46		
	Lisans	584	4,01	0,69	0,03	Toplam	431,40	936			
	Lisansüstü	104	4,14	0,68	0,07						
	Toplam	937	4,02	0,68	0,02						

**Not:** bk. Tablo 6.

Tabloda 8'deki sonuçlardan görüldüğü gibi çalışanların eğitim düzeyi, kurumsal imaj ve yenilikçi örgütsel vatandaşlık puanlarında nasıl farklılık oluşturduğunu sınamak için yapılan tek yönlü varyans analizi ANOVA sonucunda; kurumsal imaj puanlarında  $p < 0,01$  düzeyinde anlamlı farklılık tespit edilirken, yenilikçi örgütsel vatandaşlık puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Kurumsal imaj puanlarında eğitimden kaynaklanan farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek için post-hoc LSD testi yapılmıştır. Kurumsal imaj puanları eğitim gruplarının hepsi arasında en az  $p < 0,05$  düzeyinde farklılaşmakta ve eğitim seviyesi yükseldikçe kurumsal imaj puanları kategorik olarak azalmaktadır.

Araştırmaya konu olan kurumdaki çalışanların farklılığı en önemli olarak ünvanları bakımından ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla, kurumsal imaj ve yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışının kurumsal ünvan bakımından önemli farklılıklara ortaya koyması beklenebilir. Kurumdaki mevcut ünvanlar daire başkanı, müşavir, müdür vb.; mühendis/mimar/şehir plancısı; uzman/uzman yardımcısı; öğretmen; tekniker/teknisyen, muhasebeci, VHKİ; AKT; ve diğer şeklinde ayrılmaktadır. Ünvan bakımında tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 9'da sunulmuştur.

**Tablo 9.** Kurumdaki Ünvan Değişkeni İçin ANOVA Testi

	<i>Unvan</i>	<i>N</i>	<i>X<sub>ort</sub></i>	<i>SS</i>	<i>sh<sub>x</sub></i>	<i>Var.K</i>	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Kurumsal imaj	Diğer	302	3,25	0,84	0,05	G.İçi	38,82	6	6,47	8,42	0,000
	Daire Başkanı, Müşavir, Müdür vb.	75	3,59	0,86	0,10	G.A- rası	714,51	930	0,77		
	Mühendis / Mimar / Şehir Plancısı	213	2,85	0,95	0,06	Top- lam	753,33	936			
	Uzman/Uzman Yardımcısı	48	3,22	0,89	0,13						
	Öğretmen	4	3,71	0,16	0,08						
	Tekniker/Teknisyen, Muhasbeci, VHKİ	199	3,17	0,84	0,06						
	AKT	96	3,09	0,92	0,09						
	Toplam	937	3,15	0,90	0,03						
Yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı	Diğer	302	4,01	0,71	0,04	G.İçi	14,56	6	2,43	5,42	0,000
	Daire Başkanı, Müşavir, Müdür vb.	75	4,44	0,39	0,05	G.A- rası	416,84	930	0,45		
	Mühendis/Mimar/ Şehir Plancısı	213	3,97	0,63	0,04	Top- lam	431,40	936			
	Uzman/Uzman Yardımcısı	48	3,95	0,93	0,13						
	Öğretmen	4	3,95	0,25	0,13						
	Tekniker,Teknisyen, Muhasbeci, VHKİ	199	3,98	0,66	0,05						
	AKT	96	3,98	0,68	0,07						
	Toplam	937	4,02	0,68	0,02						

**Not:** bk. Tablo 6.

Tabloda 9'daki sonuçlar göstermektedir ki çalışanların kurumdaki ünvanı değişkeni, kurumsal imaj ve yenilikçi örgütsel vatandaşlık puanlarında nasıl farklılık oluşturduğunu sınamak için yapılan tek yönlü varyans analizi ANOVA sonucunda; kurumsal imaj puanlarında  $p < 0,001$  düzeyinde, yenilikçi örgütsel vatandaşlık puanlarında  $p < 0,001$  düzeyinde anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Kurumdaki ünvan değişkeninden kaynaklanan farklılığın hangi alt gruplar arasında

olduğunu tespit etmek için post-hoc LSD testi yapılmıştır. Yapılan post-hoc LSD testi sonucunda, kurumsal imaj puanlarında, kurumdaki ünvan değişkeninden kaynaklanan farklılıklar şu şekildedir: diğer ünvan sahipleri ile daire başkanı, müşavir, müdür vb. arasında; daire başkanı, müşavir, müdür vb. lehine  $p < 0,01$  düzeyinde; diğer ünvan sahipleri ile mühendis/mimar/şehir planlamacısı arasında diğer ünvan grubu lehine  $p < 0,001$  düzeyinde; daire başkanı, müşavir, müdür vb. ile mühendis/mimar/şehir Plancısı arasında daire başkanı, müşavir, müdür vb. lehine  $p < 0,001$  düzeyinde; daire başkanı, müşavir, müdür vb. ile uzman/uzman yardımcısı arasında daire başkanı, müşavir, müdür vb. lehine  $p < 0,05$  düzeyinde; daire başkanı, müşavir, müdür vb. ile tekniker/teknisyen, muhasebeci, VHKİ arasında daire başkanı, müşavir, müdür vb. lehine  $p < 0,001$  düzeyinde; daire başkanı, müşavir, müdür vb. ile AKT arasında AKT lehine  $p < 0,001$  düzeyinde; mühendis/mimar/şehir plancısı ile uzman/uzman yardımcısı arasında uzman/uzman yardımcısı lehine  $p < 0,01$  düzeyinde; mühendis/mimar/şehir plancısı ile tekniker/teknisyen, muhasebeci, VHKİ arasında tekniker/teknisyen, muhasebeci, VHKİ lehine  $p < 0,01$  düzeyinde; mühendis/mimar/şehir plancısı ile AKT arasında AKT lehine  $p < 0,05$  düzeyinde anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

Yapılan post-hoc LSD testi sonucunda, yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı, kurumdaki ünvan değişkeninden kaynaklanan farklılıklar şu şekildedir: Diğer ünvan grubu ile daire başkanı, müşavir, müdür vb. arasında, daire başkanı, müşavir, müdür vb. lehine  $p < 0,001$  düzeyinde; daire başkanı, müşavir, müdür vb. ile mühendis/mimar/şehir plancısı arasında daire başkanı, müşavir, müdür vb. grubu lehine  $p < 0,001$  düzeyinde; daire başkanı, müşavir, müdür vb. ile uzman/uzman yardımcısı arasında daire başkanı, müşavir, müdür vb. grubu lehine  $p < 0,001$  düzeyinde; daire başkanı, müşavir, müdür vb. ile tekniker/teknisyen, muhasebeci, VHKİ arasında daire başkanı, müşavir, müdür vb. grubu lehine  $p < 0,001$  düzeyinde; daire başkanı, müşavir, müdür vb. ile AKT arasında daire başkanı, müşavir, müdür vb. grubu lehine  $p < 0,001$  düzeyinde anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bu sonuçlardan görüldüğü üzere hem kurumsal imaj hem de yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı bakımından genelde daire başkanı, müşavir, müdür vb. ile uzman/uzman yardımcısı ünvan grupları lehine önemli farklılıklar mevcuttur.

## V. BULGULARIN TARTIŞILMASI

Betimleyici bulgular istatistik sonuçları, çalışanların kurumsal imaj algılarının 3,15 puan ile orta düzeyde, ( $X_{ort} = 3,15$   $SS = 0,90$ ) yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı puanının ise 4,02 aritmetik ortalama ile ortalama puanın üzerinde ( $X_{ort} = 4,02$   $SS = 0,68$ ) olduğunu göstermektedir. Buna göre çalışanların kurumsal imaj algısı orta düzeyde, yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışları ise yüksek düzeydedir denilebilir.

Kurumsal imaj puanlarının yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı puanlarını yordama gücünü sınamak için yapılan bağlanım analizinde, bağlanan değişken yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışının %8 oranında etkilendiği, bu modelin ANOVA testi sonucunda göre  $p < 0,001$

düzeyinde anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Kurumsal imaj (bağımsız) puanları ile yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı (bağımlı) değişkeni puanının bağlanım eğim katsayısı 0,22 olarak tahmin etmenin mümkün olduğu ve bunun  $p < 0,001$  düzeyinde anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Buna göre, çalışanların algıladığı kurumsal imaj puanları, onların yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranış puanlarını pozitif ve kurumsal imaj algısındaki her bir puanlık artış için 0,22’li bir artışla etkilemektedir.

Çalışanların kadro durumu değişkeninin oluşturduğu farklılığı sınamak için yapılan *t* testi sonucunda; kadrolu çalışanlar ile geçici çalışanların kurumsal imaja ilişkin puanları arasında istatistiksel olarak  $p < 0,001$  düzeyinde anlamlı geçici çalışanların lehinde farklılık vardır. Buna göre çalışanların algıladığı kurumsal imaj puanlarında, geçici çalışanların algısı kadrolu çalışanların algısından daha yüksektir denilebilir.

Kadrolu çalışanlar ile geçici çalışanların yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmemiştir. Buna göre çalışanların kadro durumu, yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı puanlarında farklılık oluşturan bir unsur değildir denilebilir.

Çalışanların yaş değişkeni, kurumsal imaj ve yenilikçi örgütsel vatandaşlık puanlarında nasıl farklılık oluşturduğunu sınamak için yapılan tek yönlü varyans analizi ANOVA sonucunda; kurumsal imaj puanlarında  $p < 0,001$  düzeyinde, yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı puanlarında  $p < 0,001$  düzeyinde anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bu farklılıkların hangi yaş grupları arasında olduğunu sınamak için post-hoc LSD testi sonuçları aşağıdadır. Kurumsal imaj puanları 36-44 yaş grubuna kadar kategorik olarak en az  $p < 0,05$  düzeyinde anlamlı farklılaşmakta ve kategorik olarak artmaktadır, 36-44 grubu ile 45 yaş ve üstü yaş grubu arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma görülmemektedir. Buna göre çalışanların kurumsal imaja bakışları 36 yaşına kadar sürekli ve anlamlı düzeyde artmaktadır. 36 yaşından sonra ise anlamlı bir farklılığa uğramamaktadır denilebilir.

Yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı puanları 36-44 yaş grubuna kadar kategorik olarak en az  $p < 0,05$  düzeyinde anlamlı farklılaşmakta ve kategorik olarak artmaktadır, 36-44 grubu ile 45 yaş ve üstü yaş grubu arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma görülmemektedir. Buna göre çalışanların yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı algıları 36 yaşına kadar sürekli ve anlamlı düzeyde artmaktadır. 36 yaşından sonra ise anlamlı bir farklılığa uğramamaktadır denilebilir.

Çalışanların toplam hizmet yılı değişkeni, kurumsal imaj ve yenilikçi örgütsel vatandaşlık puanlarında nasıl farklılık oluşturduğunu sınamak için yapılan tek yönlü varyans analizi ANOVA sonucunda; kurumsal imaj puanlarında  $p < 0,001$  düzeyinde anlamlı farklılık; yenilikçi örgütsel vatandaşlık puanlarında  $p < 0,001$  düzeyinde anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Farklılığın hangi hizmet yılı grupları arasında olduğunu sınamak için post-hoc LSD testi yapılmıştır. Kurumsal imaj puanları 8 yıla kadar hizmeti olan gruplar ile 9 yıldan fazla

hizmet yılı olan gruplar arasında en az  $p < 0,05$  düzeyinde hizmet yılı 9 yıldan fazla olanlar lehine anlamlı olarak farklılaşmakta ve kategorik olarak artmaktadır. Buna göre çalışanların kurumsal imaja bakışları 9. hizmet yılından itibaren anlamlı düzeyde artmakta ve ondan sonra büyük farklılık göstermemektedir. Yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı puanları 8 yıla kadar hizmeti olan gruplar ile 9 yıldan fazla hizmet yılı olan gruplar arasında en az  $p < 0,05$  düzeyinde hizmet yılı 9 yıldan fazla olanlar lehine anlamlı olarak farklılaşmakta ve kategorik olarak artmaktadır. Buna göre çalışanların kurumsal yenilikçi örgütsel vatandaşlık algılarında 9. hizmet yılından itibaren anlamlı düzeyde artmakta ve ondan sonra büyük farklılık göstermemektedir. Kurumsal imaj ve yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı puanlarında yaş ve hizmet yıllarındaki kategorik artış her iki değişkenin (yaş, hizmet yılı) kurumsal imaj ve yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı puanlarını birlikte etkiledikleri sonucunu doğurmakta ve farklılığa neden olmaktadır denilebilir. Ancak analiz anlamlı farklılığın yalnız yaştan mı yoksa yalnız toplam hizmet yılında mı veya her ikisinden de mi kaynaklandığını ayırma gücüne sahip değildir. Bu durum toplam hizmet yılı ile yaşın çok yüksek düzeyde doğrusal ilişkili olmasından kaynaklanmaktadır.

Çalışanların eğitim değişkeni, kurumsal imaj ve yenilikçi örgütsel vatandaşlık puanlarında nasıl farklılık oluşturduğunu sınamak için yapılan tek yönlü varyans analizi ANOVA sonucunda; kurumsal imaj puanlarında  $p < 0,01$  düzeyinde anlamlı farklılık tespit edilirken, yenilikçi örgütsel vatandaşlık puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Kurumsal imaj puanlarında eğitimden kaynaklanan farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek için post-hoc LSD testi yapılmıştır. Kurumsal imaj puanları eğitim gruplarının hepsi arasında en az  $p < 0,05$  düzeyinde farklılaşmakta ve eğitim seviyesi yükseldikçe kurumsal imaj puanları kategorik olarak azalmaktadır. Buna göre çalışanların kurumsal imaja bakışları eğitim yükseldikçe anlamlı düzeyde azalmaktadır denilebilir. Bu durum, eğitim düzeyi yükseldikçe çalışanların beklenti ve farkındalığının yükselmesi ile ilgili olabilir.

Çalışanların kurumdaki ünvanı değişkeni, kurumsal imaj ve yenilikçi örgütsel vatandaşlık puanlarında nasıl farklılık oluşturduğunu sınamak için yapılan tek yönlü varyans analizi ANOVA sonucunda; kurumsal imaj puanlarında  $p < 0,001$  düzeyinde, yenilikçi örgütsel vatandaşlık puanlarında ise  $p < 0,001$  düzeyinde anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Kurumdaki ünvan değişkeninden kaynaklanan farklılığın hangi alt gruplar arasında olduğunu tespit etmek için post-hoc LSD testi yapılmıştır. Yapılan post-hoc LSD testi sonucunda, kurumsal imaj puanlarında, kurumdaki ünvan değişkeninden kaynaklanan farklılıklar, ünvan yükseldikçe kurumsal imaj algısı puanlarının da yükseldiği göstermektedir. Buna göre ünvan yükselmesi, kurumsal imaj algısını yükselten bir faktördür denilebilir. Yapılan post-hoc LSD testi sonucunda, yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı, kurumdaki ünvan değişkeninden kaynaklanan farklılıklar kurumsal imaja benzer bir şekilde ünvan yükseldikçe yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı algısı puanlarının da yükseldiği görülmektedir. Buna göre ünvan yükselmesi, yenilikçi örgütsel vatandaşlık davranışı algısını yükselten bir faktördür denilebilir.

## VI. SONUÇ

Genel bir değerlendirme yapılacak olursa. Yenilikçi bir örgüt yapısı oluşturacak politikalar kurumsal imajın çalışanlar üzerindeki etkisini göz önünde bulundurmalıdır. İmaj çalışmalarının yenilikçi politikalar öncesinde yapılması çalışanların yenilikçi davranışlarını motive edecektir. Bunun yanında, yüksek eğitimlilerin ve genç yaştaki çalışanların farklı ele alınması gerektiği ortaya çıkmaktadır. Yüksek eğitimlilerin ve genç yaştakilerin imaj konusundaki beklentilerinin yüksek, ayrıca genç yaştakilerin yenilikçi davranışları benimsemelerinin daha zor olduğundan bu gurupların özellikleri dikkat edilmesi gereken önemli bir noktadır.

## Yararlanılan Kaynaklar

- [1] Aktouf, O. (1992) Management and Theories of Organizations in the 1990s: Toward a Critical Radical Humanism. *Academy of Management Review*, 17(3), 407-431.
- [2] Bird, F., Westley, F. ve Waters, J.A. (1989). "The Uses of Moral Talk: Why Do Managers Talk Ethics?". *Journal of Business Ethics*, 8 (1), 75-89.
- [3] Cable, D.M. ve Graham, M.E. (2000). "The Determinants of Job Seekers' Reputation Perceptions". *Journal of Organizational Behavior*, 21 (8), 929-947.
- [4] Carmeli, A. ve Freund, A. (2002). "The Relationship Between Work and Workplace Attitudes and Perceived External Prestige". *Corporate Reputation Review*, 5 (1), 51-68.
- [5] Frese, M. Kring, W., Soose, A. ve Zempel, J. (1996). Personal Initiative at Work: Differences Between East and West Germany. *Academy of Management Journal*, 39, 37-63, s.38
- [6] Gürbüz, S. (2010). Algılanan Kurumsal İmajın Yöneticilerin Bazı Tutum ve Davranışlarına Etkisi. Selçuk Üni. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 24.229-240
- [7] Herrbach, O., ve Mignonac, K. (2004). How Organisational Image Affects Employee Attitudes. *Human Resource Management Journal*, 14, 76-88.
- [8] Karasar, N. (1999) Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler, Ankara: Nobel Yayınevi.
- [9] Morrison, E. W. ve Phelps, C. C. (1999). Taking Charge at Work: Extra-role Behaviors to Initiate Workplace Change. *Academy of Management Journal*, 42(4), 403-419. S.403
- [10] Motowidlo, S. J. ve Van Scotter, J.R. (1994). Evidence That Task Performance Should Be Distinguished From Contextual Performance. *Journal of Applied Psychology*, 79(4), 475-480. s.476
- [11] Organ, D. W. (1997). Organizational Citizenship Behavior: It is Construct Clean- Up Time, *Human Performance*, 10(2), 85-97.

- [12] Riordan, C.M., Gatewood, R.D. ve Bill, J.B. (1997), “Corporate Image: Employee Reactions and Implications For Managing Corporate Social Performance”. *Journal of Business Ethics*, 16 (4), 401-412.
- [13] Whetten, D.A. ve Mackey, A. (2002), “A Social Actor Conception of Organizational Identity And Its Implications For the Study of Organizational Reputation”, *Business and Society*, 41 (4), 393-414.



**Fuat OKTAY** – fuatomz@gmail.com

Fuat Oktay graduated from Cukurova University Department of Business in 1985. In 1990 he got his master degree in Wayne State University at Department of Manufacturing Engineering and MBA of Business. He became an expert on aviation and automotive industries. Throughout his stay at the US, he worked in the automotive industry, with companies such as Ford, General Motors and Chrysler. In these companies, he worked on product development and lean production projects. He lectured in universities in the US and in Turkey. Also working in the field of Aviation and Maintenance & Repair, Dr. Fuat OKTAY served as Deputy Director General responsible for Strategic Planning and Business Development, Sales and Marketing, Production Planning and Information Technologies, at Türk Hava Yolları Teknik A.Ş. In the last three years, he has brought to life 5 different joint venture projects at THY Teknik A.Ş. in the fields of maintenance & repair, design and manufacturing. He is still president of AFAD (The Disaster and Emergency Management Authority).