

KURUM ÇALIŞANI BAKIŞ AÇISIYLA KURUMSAL İTİBAR

Deniz Sezgin*

ÖZET

Kurumsal itibar kavramı modern işletme ve kurumların en temel konularından biri haline gelerek alanını genişletmiştir. Kuruluşların varlığı açısından en önemli unsurlardan biri olan kurumsal itibar, görünür olmayan, elle tutulamayan ancak değeri yüksek bir varlıktır. Bu araştırma, Türkiye’de merkez ve taşra teşkilatlarında faaliyet gösteren bir kamu kurumunun çalışanlarının, çalışmakta oldukları kurumun itibarını ne şekilde algıladıklarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Adının açıklanmasını istemeyen kurumun çalışanlarına yönelik alan araştırması yapılmıştır. Araştırmaya 1671 kişi katılmıştır. Bulgular analiz edildiğinde çalışanların genel olarak güçlü bir kurumsal itibar algısına sahip olmadıkları görülmektedir. Çalışanların kurum hakkındaki olumlu ve olumsuz görüşleri olarak değerlendirildiğinde olumsuz görüşlerin daha baskın olduğu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: İtibar, kurumsal itibar, kurum çalışanı, itibar algısı, itibar yönetimi

CORPORATE REPUTATION FROM CORPORATE EMPLOYEE'S PERSPECTIVE

ABSTRACT

The concept of corporate reputation has expanded its territory by becoming one of the most fundamental subjects for modern enterprises and corporations. Corporate reputation, which is one of the most crucial factors for corporations' existence, is an invisible, intangible but valuable asset. This study aims to reveal how the employees of a public corporation which operates in Turkey with its central and provincial organizations perceive the reputation of the corporation they work for. A field research was conducted targeting the employees of the aforementioned public corporation which does not want its name to be revealed. A Toplam of 1671 people have participated in the research. When the findings are analyzed, it is seen that the employees do not have a strong overall perception of corporate reputation. When the answers to the questions are evaluated as positive and negative opinions of the employees about their corporation, the negative views appear to be more dominant compared to positive views.

Keywords: Reputation, corporate reputation, corporate employee, reputation perception, reputation management

GİRİŞ

Günümüzde kurumlar finansal göstergelerle ifade edilebilen değerlerin yanı sıra doğrudan finansal göstergesi olmayan değerlere de artan oranda önem vermeye başlamıştır. Kurumsal itibar modern işletme ve kurumların en temel konularından biri haline gelerek alanını genişletmiştir. Toplumun takdiri ile elde edilen itibarın sağladığı değer gerçekte karşılığını rakamlarla ifade etmek güçtür. Ku-

* Doç. Dr., Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi

rumun elde ettiği somut veriler kadar, toplumun geniş kesimlerinin desteğini alabilmek veya beğenilmek gibi değerler giderek önemli hale gelmeye ve bir rekabet kriteri olarak algılanmaya başlamıştır. Toplumun beğenisini kazanmak ve bunu sürdürebilmek başarının temel koşulu haline gelmiştir.

Kuruluşlar için önemli bir unsur olan kurumsal itibar, görünür olmayan, elle tutulamayan ancak değeri yüksek bir varlıktır. Bir kurumun sahip olduğu itibar, aniden gelişmiş veya şans eseri yakalanmış bir durum olmayıp, kurumsal davranış, yönetim, politika, liderlik, aynı zamanda hedef kitleye sunulan ürün ya da hizmetin kalitesi, paydaşlarla ilişkiler ve iletişim çalışmaları ile ilgilidir.

1. KURUMSAL İTİBARA BAKIŞ

İtibar kavramı, saygı görme, değerli ve güvenilir olma durumu, saygınlık ve prestij anlamında kullanılmaktadır (tdk.gov.tr 2012). Bir başka deyişle, bireylerin kişiler ya da kuruluşlar hakkındaki olumlu ya da olumsuz değer yargılarını ifade eder. İtibar; bir kişi ya da bir şey hakkında insanların genel düşünceleri; bir kişinin ya da bir şeyin, geçmiş davranışlara ya da karakterine dayanılarak, ne kadar takdir edildiği ve beğenildiği olarak tanımlanmaktadır (Barnett ve ark. 2006: 28; dictionary.cambridge.org 2012; Fombrun 1999: 242; Hutton ve ark. 2001: 249).

Son yıllarda kurumların itibar çalışmalarına verdikleri önemin artmasının beraberinde akademisyenlerin ve uygulayıcıların itibar yönetimi konusundaki yayınlarında da artış gözlenmektedir. Sayısı artan çalışmalara rağmen, ilgili literatür incelendiğinde, üzerinde genel bir uzlaşımın olduğu bir itibar yönetimi tanımına rastlamak güçtür (Sezgin 2013: 120). Charles J. Fombrun ve Cees Van Riel (1996: 5) çalışmalarında itibar yönetimine ilişkin üzerinde uzlaşmış bir tanım yokluğuna vurgu yapmaktadır. Bunun yanı sıra Violina P. Rindova ve benzer şekilde Ingrida Smaiziene ve Robertas Jucevicius itibar yönetimi tanımı yapmanın güçlüğüne çok farklı disiplinlerin bu alanda çalışma yapmasından kaynaklandığı görüşüne sahiptirler (Rindova 1997: 189; Smaiziene ve Jucevicius 2009: 91).

Kurumlar amaçlarına ulaşmak, büyümek, gelişmek ve rekabet edebilmek için iyi bir itibara sahip olmaları gerektiğini, kısaca kurumsal itibarın önemini, giderek artan bir şekilde kabul etmektedir. Fombrun ve Van Riel (1996: 9) kurumsal itibar kavramı üzerine yapmış oldukları çok boyutlu analizleri sonucunda kurumsal itibar tanımı teklif etmektedir: *"Kurumsal itibar, firmaların geçmiş eylemlerinin ve aldıkları sonuçların kolektif bir temsilidir ve firmaların farklı paydaşlarına değerli çıktılar sunma yeteneğini tanımlar. Firmaların hem rekabetçi hem de kurumsal ortamlarda, içeride çalışanları ve dışarıda paydaşları gözündeki başarısını ortaya koyar"*.

Başak Solmaz ve Erhan Eroğlu (2012: 3) kurumsal itibarın paydaşların zihinlerinde oluştuğunu, değerlendirildiğini ve geliştiğini; beraberinde kurumun farklı paydaşlarının gözünde iyi bir yere sahip olup olmadığını tanımlamanın bir yolu olduğunu vurgular. Kısacası, tüm paydaşların (hissedarlar, müşteriler, çalışanlar,

iş ortakları, hükümet, medya, yerel toplum ve doğal çevre) kuruma ilişkin düşünce, duygu ve algılamalarının bir toplamı olarak ifade eder.

Fombrun (1996: 37) itibar yönetimini kurumun hedef kitlesi ile güçlü ilişkiler kurması, yönetmesi ve dolaylı olarak kendisi hakkında çıkmış olan söylentileri yönetmesi olarak tanımlamaktadır. Bir başka ifadeyle kurumsal itibar müşterilerin, yatırımcıların, çalışanların ve hedef kitlelerin kurum hakkındaki iyi veya kötü, zayıf veya güçlü gibi duygusal tepkilerini ifade eder. Fombrun (1996), itibarın kurumun tüm bileşenleriyle elde ettiği toplam değer olduğunu belirtir. Kısaca itibar, toplum tarafından beğenilen, takdir edilen bir kuruluş olmanın karşılığıdır.

Kurum itibarı çok yönlü bir bileşen olup, bu bileşenler, paydaşların o kurum ile kurduğu iletişimin etkinliğine, hizmetlerinin içeriğine, kurumun kalite anlayışına, kurumla ilgili beğeniye ve bunların geniş çaplı etkilerine bağlı oluşur. Rosa Chun (2005: 95) itibar paradigmasını, değerlendirme esasına dayanan (*evaluative*), izlenime dayanan (*impressional*) ve ilişkiye dayanan (*relational*) olarak üç düşünce okulu ile açıklar. Düşünce okulları arasındaki fark paydaşların odak noktası değil, epistemolojik temeli veya konu alanlarıdır. Chun (2005) değerlendirme esasına dayanan ve izlenime dayanan düşünce okullarında paydaşları iç (çalışanlar, yöneticiler) ve dış (müşteriler, hissedarlar vb.) olarak belirgin bir şekilde sınıflandırılabileceğini ifade ederken; konuyu ilişkiye dayanan düşünce okulunda farklı paydaşların kurumdaki beklentileri üzerine temellendirir. İlişkiye dayanan okul hem iç hem dış paydaşların görüşlerine ve birbirleriyle olan ilişkilerine odaklanır. 1990'lara kadar itibar konusundaki çalışmalar kurumun finansal değeri ve finansal performansı üzerine odaklanmış; böylece itibar kurumlara rekabetçi bir avantaj sağlamıştır. 1990'lardan itibaren paydaşların kurumla olan bağlarının kurumun uzun dönemli finansal performansını nasıl etkilediğine odaklanılmıştır. Kısacası paydaşların algıları veya izlenimleri finansal figür veya performanstan daha fazla tercih edilir hale gelmiştir.

Çalışanlar, o kuruma duydukları aidiyet ve inanmışlık ile dışarıdaki paydaşların kurum hakkındaki güvenin temelini oluşturur. Bir kurumun hizmetine ve ürünlerine duyulan güven, çalışanların katkısı ile gerçekleşebilir. Çalışanların gözünde çalıştıkları kurumun itibarı her zaman önemlidir.

Fombrun ve Van Riel (1996: 6), kurumsal itibarı altı farklı bakış açısı ile ele almakta ve itibar yönetiminin kurumlara sağladığı kazanımları daha somut bir hale getirmeye çalışmaktadır. Bu bakış açılarından en çok üzerinde durulan tanımlama, kâr, finansman konularını ele alan *ekonomik bakış*tır. Ekonomik bakış açısına göre itibar işlevsel bir unsur olarak kabul edilmektedir. Ekonomik bakışa eşlik eden bir diğer bakış açısı *muhasabe bakışı* olup itibarı maddi olmayan bir varlık olarak değerlendirmektedir. İtibar yönetiminde iyi bir stratejiye sahip olmak önemli bir adımdır. *Stratejik bakış* açısına göre, strateji belirlenirken itibarın gelişmesi ve rakipler karşısında mevcut itibarın güçlenmesi için yapılacak çalış-

malara kaynak ayrılması gereklidir. *Pazarlama bakışı* bir kurumun itibarı marka yönetimi, kurum kültürü, yönetim bilinci, sosyal anlayışlar, kurumun sermaye yeterlilikleri gibi çok geniş bir alanı kapsamaktadır. Aynı zamanda bir kurumun itibarını kurumsal kimliği, imajı, kurum kültürü, kurumsal dizaynı, logosu, rengi, tipografisi, kurumsal iletişim ve kurumsal davranışı da belirlemekte ve etkilemektedir. *Örgütsel bakış* açısından göre, kurumsal itibar çalışanların zihninde oluşan anlamlandırmalardan kaynaklanır. Bir kurumun kültürü ve kimliği, o kurumun kişi ve kuruluşlarla iş yapma biçimlerini, kurum yöneticilerinin paydaşlarıyla olan ilişkilerini şekillendirir; aynı zamanda kurum yöneticilerinin çevreyi kavrayış ve kurumsal beklentilerini, kurum dışından gelen görüşleri nasıl yorumladıklarını da etkiler (Fombrun ve Van Riel 1996: 8; Gotsi ve Wilson 2001a: 99; Sezgin 2013: 120).

Rosa de Carvalho (2004: 4), itibarın kurumların merkezinde yer aldığını, sürekli değişen, gözlenmesi, beslenmesi gereken organik bir yapıya sahip olduğunu belirtir. Aynı zamanda, kurumun itibarının yönetilmesinin küçük bir grubun sorumluluğu olarak görülmemesi gerektiğini, tüm çalışanların bu konuda çalışması gerektiğini savunur.

Özetle, Chun'un farklı düşünce okulları, Fombrun ve Van Riel'in bakış açıları veya başka araştırmacıların farklı ifadeleri kullanması kurum çalışanlarının kurumsal itibarı oluşturan temel bileşenlerden biri olmasını değiştirmemektedir. Çalışanların kurum için önemi verilen görevleri yerine getirmeleri ile sınırlı olmayıp, kurumun itibarını da oluşturmaları ve etkilemeleridir. Çalışanların çalışmakta oldukları kuruma olan inanç, bağlılık ve düşünceleri kurumun itibarının inşası ve devamlılığı açısından büyük önem arz etmektedir.

2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu araştırma, Türkiye'de merkez ve taşra teşkilatlarında faaliyet gösteren bir kamu kurumunun çalışanlarının, çalışmakta oldukları kurumun itibarını ne şekilde algıladıklarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Kurumun adı kurum yönetiminin talebi üzerine saklı tutulmuştur. Kurum yöneticileri kurumsal itibarlarına olumsuz yönde etki edebileceği görüşü ile araştırma bulgularının paylaşımının kurum içine yönelik olmasını, bulguların kurum adı vererek kurum dışına yansıtılmamasını istemiştir.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışmada alan araştırması yapmak üzere 31 adet soru hazırlanmış ve sorulara yanıt aranmıştır. Bu çalışmanın evrenini Türkiye'de merkez ve taşra teşkilatlarında faaliyet gösteren bir kamu kurumunun çalışanları için düzenlenmiş olduğu eğitim programına katılan 2312 çalışan oluşturmaktadır. Uygulama semineri katılımcıları merkez teşkilatı talebi ile Türkiye genelindeki tüm birimlerden bir amir, bir memur olarak seçilmiştir. Eğitim semineri Ocak-Mart 2015 tarihleri arasında 8 hafta sürmüştür. Anketler seminerin 2. Haftasından itibaren uygulanmış,

toplam 1671 kişi anketlere yanıt vermiştir. Kurum çalışanlarına yönelik düzenlenen eğitim programında anketler çalışanlar tarafından cevaplandırılmıştır.

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak, Fombrun ve ekibi tarafından 2000 yılında geliştirilen Kurumsal İtibar Ölçeği'nin (Reputation Quotient-RQ) Türkçeye uyarlanmış şekli ile yerli ve yabancı literatür taraması sonucu farklı paydaşların kurumsal itibar algılamalarını ölçmeye yönelik yapılan araştırmalarda kullanılan ölçekler değerlendirilerek düzenlenmiştir (Bennett ve Kottasz 2000; Fombrun ve Van Riel 1996; Fombrun 2007).

Geliştirilen anket formu üç bölüm ve 31 sorudan oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde 4 adet soru ile demografik veriler toplanmıştır. İkinci bölümde çalışanların kurumun itibarı hakkındaki görüşlerine yönelik 26 soru sorulmuştur. Ankette kullanılan ölçek 5'li likert tipi ölçektir. (1-Kesinlikle katılıyorum, 2-Katılıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılmıyorum, 5- Kesinlikle katılmıyorum). Üçüncü bölüm olarak son soruda ise çalışanların kurum faaliyetlerini duyurmak açısından itibarlı buldukları mecra sorulmuştur.

Araştırmada veri işleme ve değerlendirme aracı olarak SPSS 22 kullanılmıştır. Bulguların değerlendirilmesinde frekans analizinden yararlanılmıştır. Bu araştırmanın en önemli sınırlılığı kurumun tümünü kapsayan bir örnekleme sahip olmamasından dolayı araştırma sonuçlarının evrene genellenemez olmasıdır. Sosyal bilimlerdeki çalışmalarda insanı konu alan tüm sınırlılıklar bu çalışma içinde geçerlidir.

4. BULGULAR

4.1. Örneklem Özellikleri

Araştırma toplam 1671 kişi ile gerçekleştirilmiş olup katılımcıların % 98,2'si erkek, %0,8'i kadındır. Çalışanların %29,4'ü 20-30 yaş, %27,9'u 31-40 yaş, %35,9'u 41-50 yaş ve %3,5'i 51-55 yaş aralığındadır. Çalışanların % 47,7'si lisans, %38,7'si ön lisans, %6,8'i lise, %5,6'sı yüksek lisans mezunudur. İlköğretim ve ortaöğretim mezunlarının toplamı %0,6'dır. Çalışanların kurumda çalışma süreleri ise, 20 yıldan çok %23,9, 15-20 yıl %23,3, 5-10 yıl %18,9, 1-5 yıl %15,7, 10-15 yıl %12,6, 1 yıldan az %5,3'dür. Çalışanların %59,80'inin 10 yıl ve daha fazla süredir kurumda çalışıyor olması kurumla ilgili daha fazla bilgi ve deneyime sahip olmaları açısından önemlidir. 10 yıl ve 10 yıldan daha az süreden beri çalışanların oranı da (%39,8) kuruma ilişkin az bilgi ve deneyimle kurumu nasıl algıladıklarını ortaya koymak açısından değerlidir.

Araştırma soruları açık uçlu olmamasına karşın, sorulara ilişkin belirtilen görüşler ilgili bölümlerde, kurumun adı ve kuruma dair ipucu olabilecek yorumlar ayrılmış, diğer yorumlar değişiklik ve düzenleme yapılmaksızın aynı şekilde paylaşılmıştır.

Kurum çalışanları gözünden kurumsal itibarı ortaya koymak üzere soruların analizindeki bulgular ortaya konmuştur.

Tablo 1. Çalışmakta Olduğum Kurum Güçlü Bir Kurumdur

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılıyorum	308	18,4	18,5	18,5
	Katılıyorum	566	33,9	34,0	52,4
	Kararsızım	192	11,5	11,5	63,9
	Katılmıyorum	370	22,1	22,2	86,1
	Kesinlikle katılmıyorum	231	13,8	13,9	100,0
	Toplam	1667	99,8	100,0	
Kayıp Sistem		4	,2		
Toplam		1671	100,0		

Çalışanların %52,5'i çalışmakta oldukları kurumu güçlü olarak tanımlarken (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum), % 36,1'i (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum) güçlü bir kurum olduğu görüşüne katılmamaktadır. Kararsızların oranı ise %11,5'dir.

"Kendimize ait karar mercii yok... Yönetim birliği yok.", "Personeline hak kazanımı konusunda sıfır.", "Kurumun adı güçlü ama devlet katında önemsenmeyen bir kurum."

Tablo 2. Çalışmakta Olduğum Kurum Deneyimli Bir Kurumdur

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılıyorum	401	24,0	24,1	24,1
	Katılıyorum	851	50,9	51,0	75,1
	Kararsızım	136	8,1	8,2	83,3
	Katılmıyorum	196	11,7	11,8	95,0
	Kesinlikle katılmıyorum	83	5,0	5,0	100,0
	Toplam	1667	99,8	100,0	
Kayıp Sistem		4	,2		
Toplam		1671	100,0		

Çalışanların %75,1'i (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum) çalıştıkları kurumu deneyimli olarak tanımlamaktadır. Bu görüşe katılmayanların oranı %16,8 (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum), kararsızların oranı ise %8,2'dir.

"Deneyimli bir kurum ancak deneyimleri kullanıldığı sürece.", "Deneyimli fakat deneyiminden yararlanmayan bir kurumdur."

Tablo 3. Çalışmakta Olduğum Kurum Yenilikçi Bir Kurumdur

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılıyorum	184	11,0	11,0	11,0
	Katılıyorum	584	34,9	35,0	46,0
	Kararsızım	286	17,1	17,1	63,2
	Katılmıyorum	391	23,4	23,4	86,6
	Kesinlikle katılmıyorum	222	13,3	13,3	99,9
	Toplam	1668	99,8	100,0	
Kayıp Sistem		3	,2		
Toplam		1671	100,0		

Çalışanların %46'sı (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum) çalışmakta oldukları kurumun yenilikçi bir kurum olduğu görüşüne katılmakta, %36,7'si (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum) ise bu görüşe katılmamaktadır. Kararsızların oranı ise %17,1'dir.

"Yönetim sistemi itibarıyla gelenekçi, teknoloji kullanımı itibarıyla yenilikçi.", "Tribünlere oynuyor.", "Hizmete yönelik konularda evet ama personele yönelik (insan kaynaklarına) yenilikçi değil.", "Evet yenilikçi olmaya gayret gösteriyor ama devlet gerekli imkanları sağlamakta yetersiz."

Tablo 4. Çalışmakta Olduğum Kurum Kendini Geliştiren Bir Kurumdur

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılıyorum	205	12,3	12,3	12,3
	Katılıyorum	702	42,0	42,1	54,4
	Kararsızım	276	16,5	16,5	70,9
	Katılmıyorum	324	19,4	19,4	90,3
	Kesinlikle katılmıyorum	161	9,6	9,7	100,0
	Toplam	1668	99,8	100,0	
Kayıp Sistem		3	,2		
Toplam		1671	100,0		

Çalışanların %54,4'ü (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum) çalışmakta oldukları kurumun kendini geliştiren bir kurum olduğu görüşüne katılmaktadır. Bu görüşe katılmayanların oranı %29,1 (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum), kararsızların oranı ise %16,5'dir.

"Çalışanı hariç.", "Personelini ezerek.", "Her yer için değil.", "Çalışma saatleri."

Tablo 5. Çalışmakta Olduğum Kurum Modern Bir Kurumdur

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılıyorum	130	7,8	7,8	7,8
	Katılıyorum	502	30,0	30,1	37,9
	Kararsızım	359	21,5	21,5	59,4
	Katılmıyorum	475	28,4	28,5	87,8
	Kesinlikle katılmıyorum	203	12,1	12,2	100,0
	Toplam	1669	99,9	100,0	
Kayıp Sistem		2	,1		
Toplam		1671	100,0		

Çalışanların %40,7'si (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum), çalışmakta oldukları kurumun modern bir kurum olduğu görüşüne katılmamaktadır. Bu görüşe katılanların oranı %37,9 (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum), kararsız olanların oranı ise %21,5'dir.

"Her il için değil.", "Kişiye göre değişir.", "Sunulan hizmetlerde modern, personelin çalışma ortamı, malzemeler ve mekan olarak genel itibarıyla eski.", "Personelini sinek gibi gören bir kurum."

Tablo 6. Çalışmakta Olduğum Kurum Yüksek Kalite Standartlara Sahip Bir Kurumdur

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılıyorum	93	5,6	5,6	5,6
	Katılıyorum	401	24,0	24,0	29,6
	Kararsızım	337	20,2	20,2	49,8
	Katılmıyorum	583	34,9	34,9	84,7
	Kesinlikle katılmıyorum	256	15,3	15,3	100,0
	Toplam	1670	99,9	100,0	
Kayıp Sistem		1	,1		
Toplam		1671	100,0		

Çalışanların %50,2'si (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum), çalışmakta oldukları kurumun yüksek standartlara sahip bir kurum olduğu görüşüne katılmamaktadır. Bu görüşe katılanların oranı %29,6 (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum), kararsızların oranı ise %20,2'dir.

"Dökülen, yıkılmak üzere olan yerler var. Koltuk, mobilya vb. şeyler ihtiyaç olduğunda Ziraat Bankası çıkıntıları veya mahalli imkanlarla karşılanmakta."

Tablo 7. Çalışmakta Olduğum Kurum İtibarı Yüksek Bir Kurumdur

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılıyorum	222	13,3	13,3	13,3
	Katılıyorum	423	25,3	25,4	38,7
	Kararsızım	275	16,5	16,5	55,2
	Katılmıyorum	444	26,6	26,6	81,8
	Kesinlikle katılmıyorum	304	18,2	18,2	100,0
	Toplam	1668	99,8	100,0	
Kayıp Sistem		3	,2		
Toplam		1671	100,0		

Çalışanların % 44,8'i (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum), çalışmakta oldukları kurumun itibarının yüksek olduğu görüşüne katılmazken, %38,7'si (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum) itibarının yüksek olduğunu düşünmektedir. Kararsızların oranı ise %16,5'dir.

"Kesinlikle itibarlı ve köklü bir kurum. Ancak gerek siyasi gerek basiretsiz yöneticiler yüzünden gerekli itibarını görememektedir.", "Son zamanlarda itibarı kayboldu.", "Kalmadı.", "Kurumumuza verilen değer, araç gereç ve haklarımızın savunulması ve edinilmesi konularında böyle olmadığı bellidir."

Tablo 8. Çalışmakta Olduğum Kurumun Kurum Dışında Olumlu Bir İmajı Vardır

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılıyorum	128	7,7	7,8	7,8
	Katılıyorum	393	23,5	23,9	31,7
	Kararsızım	326	19,5	19,9	51,6
	Katılmıyorum	507	30,3	30,9	82,5
	Kesinlikle katılmıyorum	285	17,1	17,4	99,9
	Toplam	1641	98,2	100,0	
Kayıp Sistem		30	1,8		
Toplam		1671	100,0		

Çalışanların %48,3'ü (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum), çalışmakta oldukları kurumun kurum dışında olumlu bir imajı olduğu görüşüne katılmazken, %31,7'si (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum) olumlu imaja sahip olduğu görüşüne sahiptir. Kararsızların oranı ise %19,9'dur.

Tablo 9. Çalışmakta Olduğum Kurum Toplumunu Bilinçlendirme Ve İletişim Çalışmalarını Aralıksız Sürdürür

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılıyorum	192	11,5	11,7	11,7
	Katılıyorum	798	47,8	48,6	60,3
	Kararsızım	263	15,7	16,0	76,4
	Katılmıyorum	293	17,5	17,9	94,2
	Kesinlikle katılmıyorum	94	5,6	5,7	99,9
	Toplam	1641	98,2	100,0	
Kayıp Sistem		30	1,8		
Toplam		1671	100,0		

Çalışanların %60,3'ü (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum), çalışmakta oldukları kurumun toplumu bilinçlendirme ve iletişim çalışmalarını aralıksız sürdürdüğü görüşüne sahiptir. Bu görüşe katılmayanların oranı %23,6 (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum), kararsızların oranı ise %16'dır.

Tablo 10. Çalışmakta Olduğum Kurum Çalışanlarına Değer Verir

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılıyorum	39	2,3	2,4	2,4
	Katılıyorum	144	8,6	8,8	11,2
	Kararsızım	218	13,0	13,3	24,5
	Katılmıyorum	498	29,8	30,4	54,9
	Kesinlikle katılmıyorum	739	44,2	45,1	100,0
	Toplam	1638	98,0	100,0	
Kayıp Sistem		33	2,0		
Toplam		1671	100,0		

Çalışanların %75,5'i (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum), çalışmakta oldukları kurumun çalışanlarına değer verdiği görüşüne katılmamaktadır. Bu görüşe katılanların oranı %11,2 (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum), kararsızların oranı ise %13,3'dür.

"Şaka gibi soru ve yanıt.", "Her olayda soruşturma açar, haklı veya haksız olduğuna bakmaksızın! Kendi memurunu dinlemez.", "Değer verdiği maaşlardan ve çalışma saatlerinden belli.", "Sürekli atamalar ve yer değiştirme (birimler arası)"

Tablo 11. Çalışmakta Olduğum Kurum Çalışanlarını Ödüllendirir

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılıyorum	25	1,5	1,5	1,5
	Katılıyorum	169	10,1	10,3	11,9
	Kararsızım	263	15,7	16,1	28,0
	Katılmıyorum	614	36,7	37,6	65,6
	Kesinlikle katılmıyorum	561	33,6	34,4	99,9
	Toplam	1633	97,7	100,0	
Kayıp Sistem		38	2,3		
Toplam		1671	100,0		

Çalışanların %72'si (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum), çalışmakta oldukları kurumun çalışanlarını ödüllendirdiği görüşüne katılmamaktadır. Bu görüşe katılanların oranı %11,8 (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum), kararsızların oranı ise %16,1'dir.

"Evet., Meclis ve bakanlık, Cumhurbaşkanlığı için geçerli.", "Adaletsiz bir şekilde ödüllendirir.", "Kısmi olarak belli memurları.", "Eşit dağılımın olmadığını düşünüyorum.", "Sadece şubeler ödüllendirilir."

Tablo 12. Çalışmakta Olduğum Kurum Çalışanlarına Eşit Fırsat Sunar

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılıyorum	32	1,9	2,0	2,0
	Katılıyorum	63	3,8	3,8	5,8
	Kararsızım	133	8,0	8,1	13,9
	Katılmıyorum	524	31,4	32,0	45,9
	Kesinlikle katılmıyorum	886	53,0	54,1	99,9
	Toplam	1639	98,1	100,0	
Kayıp Sistem		32	1,9		
Toplam		1671	100,0		

Çalışanların %86,1'i (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum) çalışmakta oldukları kurumun çalışanlarına eşit fırsat sunduğu görüşüne katılmamaktadır. Bu görüşe katılanların oranı %5,8 (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum), kararsızların oranı ise %8,1'dir.

"Adam olan iyi yerde çalışır.", "Eşit dağılımın olmadığını düşünüyorum.", "Maalesef.", "Hangi eşitlik? Torpilliyeye fırsat sunuyor.", "Torpilin varsa evet.", "Bu soru kamera şakası mı?"

Tablo 13. Çalışmakta Olduğum Kurumda Olumlu Ya Da Olumsuz Tüm Bilgiler Çalışanlarla Paylaşılır

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılıyorum	58	3,5	3,5	3,5
	Katılıyorum	337	20,2	20,6	24,1
	Kararsızım	257	15,4	15,7	39,8
	Katılmıyorum	580	34,7	35,4	75,3
	Kesinlikle katılmıyorum	404	24,2	24,7	99,9
	Toplam	1637	98,0	100,0	
Kayıp Sistem		34	2,0		
Toplam		1671	100,0		

Çalışanların %60,1'i (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum), çalışmakta oldukları kurumda gizlilik gerektirenler hariç olumlu ya da olumsuz tüm bilgilerin çalışanlarla paylaşıldığı görüşüne katılmazken, katılanların oranı %24,1'dir (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum). Kararsızların oranı ise %15,7'dir.

"Önemli kurslar bazı kişilere tebliğ edilip bizlere sonradan imza veriliyor."

Tablo 14. Çalışmakta Olduğum Kurumda Çalışanların Uzmanlık, Beceri Ve Deneyimleri Yaptıkları İle Uygundur

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılıyorum	39	2,3	2,4	2,4
	Katılıyorum	224	13,4	13,7	16,1
	Kararsızım	227	13,6	13,9	29,9
	Katılmıyorum	579	34,6	35,3	65,3
	Kesinlikle katılmıyorum	568	34,0	34,7	99,9
	Toplam	1638	98,0	100,0	
Kayıp Sistem		33	2,0		
Toplam		1671	100,0		

Çalışanların %70'i (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum), çalışmakta oldukları kurumda çalışanların uzmanlık, beceri ve deneyimleri yaptıkları ile uygun olduğu görüşüne katılmamaktadır. Bu görüşe katılanların oranı %16,1'i (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum), kararsızların oranı ise %13,9'dur.

"Müdürün inisiyatifinde.", "Adamın varsa bilgi ve beceriye bakmadan istediğin yerde çalışırsın."

Tablo 15. Çalışmakta Olduğum Kurumda Uygulamalar Açısından Bölümler Arasında Güçlü Bir İşbirliği Ve Uyum Vardır

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılıyorum	35	2,1	2,1	2,1
	Katılıyorum	223	13,3	13,6	15,8
	Kararsızım	273	16,3	16,7	32,5
	Katılmıyorum	631	37,8	38,6	71,1
	Kesinlikle katılmıyorum	471	28,2	28,8	99,9
	Toplam	1635	97,8	100,0	
Toplam		1671	100,0		

Çalışanların %67,4'ü (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum), çalışmakta oldukları kurumda uygulamalar açısından bölümler arasında güçlü bir işbirliği ve uyum olduğu görüşüne katılmamaktadır. Bu görüşe katılanların oranı %15,7 (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum), kararsızların oranı ise %16,7'dir.

"Tam olarak bir uyum olmamakta. İş ve yükümlülükleri en alt birime yıkma.", "Görev tanımlar ve yetkiler kesin olmadığı için sıkıntılar yaşanabiliyor.", "Herkes birbirine iş yıkma derdinde."

Tablo 16. Yeni İşe Başlayacak Nitelikli Elemanlar İçin Çalışmakta Olduğum Kurum İyi Bir Kariyer Fırsatıdır

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılıyorum	71	4,2	4,3	4,3
	Katılıyorum	234	14,0	14,3	18,6
	Kararsızım	276	16,5	16,9	35,5
	Katılmıyorum	554	33,2	33,9	69,4
	Kesinlikle katılmıyorum	501	30,0	30,6	100,0
	Toplam	1636	97,9	100,0	
Kayıp	Sistem	35	2,1		
Toplam		1671	100,0		

Çalışanların %64,5'i (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum), yeni işe başlayacak nitelikli elemanlar için çalışmakta oldukları kurumun iyi bir kariyer fırsatı olduğu görüşüne katılmamaktadır. Bu görüşe katılanların oranı 18,6 (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum), kararsızların oranı ise %16,9'dur.

"Töbe töbe.", KPSS ile ilk kademe amir olan kurumda nasıl kariyer olacaktı?", "Kast sistemi nasıl bir kariyer oluşturabilir.", "Şu anda nüfus memurundan sonra en düşük"

maaşı alan bir kurumda ne kariyeri yapacaksın. İtfaiye, zabıta memuru bile bizden fazla maaş alıyor."

Tablo 17. Çalışmakta Olduğum Kurumda Yöneticiler Teknoloji, İnsan Kaynakları, Yeni Gelişmelerle İlgili Bilgi Gibi Değişimleri Çabuk Kurumsal Avantaja Dönüştürebilirler

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılıyorum	47	2,8	2,9	2,9
	Katılıyorum	324	19,4	19,8	22,7
	Kararsızım	363	21,7	22,2	44,9
	Katılmıyorum	543	32,5	33,3	78,2
	Kesinlikle katılmıyorum	355	21,2	21,7	99,9
	Toplam	1633	97,7	100,0	
Kayıp	Sistem	38	2,3		
Toplam		1671	100,0		

Çalışanların %55'i (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum), çalışmakta oldukları kurumda yöneticilerin teknoloji, insan kaynakları, yeni gelişmelerle ilgili bilgi gibi değişimleri çabuk kurumsal avantaja dönüştürebildikleri görüşüne katılmamaktadır. Bu görüşe katılanların oranı %22,7 (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum), kararsızların oranı ise %22,2'dir.

"Geleneksel yönetim anlayışını aşır kendini gerçekleştiren az sayıda yöneticiler için geçerli."

Tablo 18. Çalışmakta Olduğum Kurumda Yöneticiler Çalışanların İş Performanslarını Geliştirmesi İçin Olanak Sağlar

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılıyorum	41	2,5	2,5	2,5
	Katılıyorum	222	13,3	13,8	16,3
	Kararsızım	228	13,6	14,2	30,5
	Katılmıyorum	662	39,6	41,1	71,6
	Kesinlikle katılmıyorum	457	27,3	28,4	100,0
	Toplam	1610	96,3	100,0	
Kayıp Sistem		61	3,7		
Toplam		1671	100,0		

Çalışanların %69,5'i (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum), çalışmakta oldukları kurumda yöneticilerin çalışanların iş performanslarını geliştirilmesi için olanak sağladığı görüşüne katılmamaktadır. Bu görüşe katılanların oranı %16,3 (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum), kararsızların oranı ise %14,2'dir.

"7/24 Offline.", "Amir neyin benim dediğimi yap sen düşünme diyen kurum amiri personelini ne kadar geliştirir.", "İnsan yerine koymuyor ki."

Tablo 19. Çalışmakta Olduğum Kurumda Yöneticilerin Kurum İçi Çalışanlarla İletişimleri Sürekli Ve Karşılıklıdır

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılıyorum	38	2,3	2,4	2,4
	Katılıyorum	269	16,1	16,7	19,1
	Kararsızım	275	16,5	17,1	36,2
	Katılmıyorum	604	36,1	37,5	73,7
	Kesinlikle katılmıyorum	423	25,3	26,3	100,0
	Toplam	1609	96,3	100,0	
Kayıp Sistem		62	3,7		
Toplam		1671	100,0		

Çalışanların %63,8'i (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum), çalışmakta oldukları kurumda yöneticilerin kurum içi çalışanlarla iletişimlerinin sürekli ve karşılıklı olduğu görüşüne katılmamaktadır. Bu görüşe katılanların oranı %19,1 (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum), kararsızların oranı ise %17,1'dir.

"Kişiye göre değişiyor. Şube müdürü bile konuşmuyor nasıl iletişim iyi olur.", "Müdürümüzle sadece pazartesi günü görüşebiliyoruz."

Tablo 20. Çalışmakta Olduğum Kurumda Çalışanlar İşleriyle İlgili Bilgi Ve Becerilerde Tam Olarak Yetkindir

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılıyorum	43	2,6	2,7	2,7
	Katılıyorum	323	19,3	20,1	22,8
	Kararsızım	325	19,4	20,2	43,0
	Katılmıyorum	634	37,9	39,5	82,5
	Kesinlikle katılmıyorum	281	16,8	17,5	100,0
	Toplam	1606	96,1	100,0	
Kayıp Sistem		65	3,9		
Toplam		1671	100,0		

Çalışanların %57'si (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum) çalışmakta oldukları kurumda çalışanların işleriyle ilgili bilgi ve becerilerde tam olarak yetkin olduğu görüşüne katılmamaktadır. Bu görüşe katılanların oranı %22,8 (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum), kararsızların oranı ise %20,2'dir.

Tablo 21. Çalışmakta Olduğum Kurum Çalışanları Sorumluluk Sahibidir

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılıyorum	187	11,2	11,6	11,6
	Katılıyorum	732	43,8	45,5	57,1
	Kararsızım	252	15,1	15,7	72,8
	Katılmıyorum	293	17,5	18,2	91,0
	Kesinlikle katılmıyorum	144	8,6	8,9	99,9
	Toplam	1609	96,3	100,0	
Kayıp Sistem		62	3,7		
Toplam		1671	100,0		

Çalışanların %57,1'i (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum), çalışmakta oldukları kurum çalışanlarının sorumluluk sahibi olduğu görüşüne katılmaktadır. Bu görüşe katılmayanların oranı %27,1 (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum), kararsızların oranı ise %15,7'dir.

"Yetki varsa sorumluluk kaçınılmazdır.", "Çoğunluk sorunlu. Azınlıkta sorumsuzlar da bayağı var.", "Sorumluluk alan kadar almayan da maalesef mevcuttur."

Tablo 22. Çalışmakta Olduğum Kurumda Çalışanlar Kendi Aralarında Güçlü Bir İletişime Sahiptir

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılıyorum	81	4,8	5,0	5,0
	Katılıyorum	364	21,8	22,7	27,7
	Kararsızım	373	22,3	23,2	50,9
	Katılmıyorum	559	33,5	34,8	85,7
	Kesinlikle katılmıyorum	230	13,8	14,3	100,0
	Toplam	1607	96,2	100,0	
Kayıp Sistem		64	3,8		
Toplam		1671	100,0		

Çalışanların %49,1'i (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum) çalışmakta oldukları kurumda çalışanların kendi aralarında güçlü bir iletişime sahip olduğu görüşüne katılmamaktadır. Bu görüşe katılanların oranı %27,7 (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum), kararsızların oranı ise %23,2'dir.

"İşimiz iletişim olmazsa olmaz."

Tablo 23. Bu Kurumda Çalışmaktan Gurur Duyuyorum

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılıyorum	602	36,0	37,5	37,5
	Katılıyorum	459	27,5	28,6	66,1
	Kararsızım	279	16,7	17,4	83,4
	Katılmıyorum	138	8,3	8,6	92,0
	Kesinlikle katılmıyorum	128	7,7	8,0	100,0
	Toplam	1606	96,1	100,0	
Kayıp Sistem		65	3,9		
Toplam		1671	100,0		

Çalışanların %66,1'i (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum) bu kurumda çalışmaktan gurur duyduğu görüşüne katılırken; bu görüşe katılmayanların oranı %16,6 (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum); kararsızların oranı ise %17,4'dür.

"Şaka gibi.", "Onurlu bir meslek, fedakarlık isteyen, özveri isteyen bir meslek, onur duyuyorum.", "Yaptığım iş için gurur duyuyorum.", "Eskiden gurur duyardım ama şimdi güvenim sarsıldı.", "Gurur duymak için çalışan personele insan olarak değer verildiği zaman T.C. çalışılabilecek en iyi kurumların başında gelir."

Tablo 24. Çalışmakta Olduğum Kurum Uzun Süreli Çalışmak İstedğim Bir Kurumdur

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılıyorum	324	19,4	20,2	20,2
	Katılıyorum	398	23,8	24,8	44,9
	Kararsızım	338	20,2	21,0	66,0
	Katılmıyorum	292	17,5	18,2	84,1
	Kesinlikle katılmıyorum	255	15,3	15,9	100,0
	Toplam	1607	96,2	100,0	
Kayıp Sistem		64	3,8		
Toplam		1671	100,0		

Çalışanların %45'i (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum) çalışmakta oldukları kurumun uzun süreli çalışmak istedikleri bir kurum olduğu görüşüne katılmaktadır. Bu görüşe katılmayanların oranı %34,1 (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum); kararsızların oranı ise %21'dir.

"Emekliliği bekliyorum hayırlısı ile.", "Ekmek parası, el mahkum.", "Mesleğe başladığımda evet derdim."

Tablo 25. Herhangi Bir İletişim Aracında Çalışmakta Olduğum Kurum İle İlgili Çıkan Olumlu Bir Haber Kurumun İtibarını Olumlu Yönde Etkiler

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılıyorum	597	35,7	37,2	37,2
	Katılıyorum	723	43,3	45,1	82,3
	Kararsızım	98	5,9	6,1	88,4
	Katılmıyorum	100	6,0	6,2	94,6
	Kesinlikle katılmıyorum	86	5,1	5,4	100,0
	Toplam	1604	96,0	100,0	
Kayıp Sistem		67	4,0		
Toplam		1671	100,0		

Çalışanların %82,3'ü (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum) herhangi bir iletişim aracında çalışmakta oldukları kurum ile ilgili çıkan olumlu bir haberin kurumun itibarını olumlu yönde etkilediği görüşüne katılmaktadır. Bu görüşe katılmayanların oranı %11,6 (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum); kararsızların oranı ise %6,1'dir.

"Bugüne kadar kitle iletişim araçlarında çıkan kötü haberler nasıl kurumun kötülemişse, uzun süreli ve sistemli çıkan iyi haberler kurum imajını düzeltmiş.", "Yaptığımız iyi işler medyada gösterilmiyor.", "Medyanın günlük gündem değişikliği ile ve sahipsizliğimiz ile çıkan her olumlu haberde vezir, her olumsuz haberde rezil oluyoruz, üstelik haber yalan olsa dahi..."

Tablo 26. Herhangi Bir İletişim Aracında Çalışmakta Olduğum Kurum İle İlgili Çıkan Olumsuz Bir Haber Kurumun İtibarını Olumsuz Yönde Etkiler

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılıyorum	692	41,4	43,1	43,1
	Katılıyorum	695	41,6	43,2	86,3
	Kararsızım	48	2,9	3,0	89,3
	Katılmıyorum	77	4,6	4,8	94,1
	Kesinlikle katılmıyorum	95	5,7	5,9	100,0
	Toplam	1607	96,2	100,0	
Kayıp Sistem		64	3,8		
Toplam		1671	100,0		

Çalışanların %86,3'ü (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum) herhangi bir iletişim aracında çalışmakta oldukları kurum ile ilgili çıkan olumsuz bir haber kurumun itibarını olumsuz yönde etkilediği görüşüne katılmaktadır. Katılmayanların oranı %10,7 (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum) iken kararsızların oranı %3'tür.

"Yalan ve art niyetli haberler veriliyor."

Tablo 27. Sizce Önümüzdeki 2 Yıl İçinde Kurumunuzun Faaliyetlerini Topluma İletmek Açısından En İtibarlı Mecra Hangisi Olacak?

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Dijital medya ve sosyal ağlar	865	51,8	54,7	54,7
	Televizyon	610	36,5	38,6	93,2
	Gazete	6	,4	,4	93,6
	Dergi	2	,1	,1	93,7
	Açık hava mecraları	17	1,0	1,1	94,8
	Diğer	72	4,3	4,6	99,4
	Toplam	1582	94,7	100,0	
Kayıp Sistem		89	5,3		
Toplam		1671	100,0		

Çalışanların %54,7'si dijital medya ve sosyal ağların, %38,6'sı televizyonun önümüzdeki 2 yıl içinde kurumun faaliyetlerini topluma iletmek açısından en itibarlı mecra olacağı görüşüne sahiptir.

"Kurum personelinin güler yüzle ve içten görev yapması sağlanabilirse kurumun en önemli iletişim faaliyeti olur kanısındayım.", "Birebir diyaloglar.", "Halkla bir bütün olarak sahada anlatılabilir ve uygulanabilir.", "Kurumla ilgili taraflı kötü ve yanlış olarak kötü haber yapan bütün mecralara engel olunmalı ve ulusal televizyonlarda daha iyi haberlere yer verilmeli."

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Fombrun (1996: 37) itibar yönetimini kurumun hedef kitlesi ile güçlü ilişkiler kurması, yönetmesi ve dolaylı olarak kendisi hakkında çıkmış olan söylentileri yönetmesi olarak tanımlamaktadır. Bir başka ifadeyle, itibarın kurumun tüm bileşenleriyle elde ettiği toplam değer olduğunu belirtir. Fombrun ve Van Riel'in (1996: 8), kurumsal itibarı ele aldıkları altı farklı bakış açısından *örgütsel bakış* açısına göre, kurumsal itibar çalışanların zihninde oluşan anlamlandırmalardan kaynaklanır. Bir kurumun kültürü ve kimliği, o kurumun kişi ve kuruluşlarla iş yapma biçimlerini, kurum yöneticilerinin paydaşlarıyla olan ilişkilerini şekillendirir; aynı zamanda kurum yöneticilerinin çevreyi kavrayış ve kurumsal beklentilerini, kurum dışından gelen görüşleri nasıl yorumladıklarını da etkiler (Gotsi ve Wilson 2001a: 99).

İtibar yönetimi, sadece kurumun hedef kitleleriyle ilgili olan algılamaları yönetmeyi değil; kurumsal sürecin de revize edilerek geliştirilmesini kapsar. İç ve dış hedef kitlelerin kuruma ilişkin kimlik algısı, imaj algısı yönetimler tarafından takip edilmeli ve yönetilmeye çalışılmalıdır. Çalışanlar, o kuruma duydukları aidiyet ve inanmışlık ile dışarıdaki paydaşların kurum hakkındaki güvenin teme-

lini oluşturur. Bir kurumun hizmetine ve ürünlerine duyulan güven, çalışanların katkısı ile gerçekleşebilir. Çalışanların gözünde çalıştıkları kurumun itibarı her zaman önemlidir.

Bir kurum iyi bir itibar, kurum kültürü ve kurum kimliğine sahip olduğu takdirde çok sayıda nitelikli personel adayına da sahip olacaktır. İyi bir itibar, kuruluşa nitelikli iş gücü sağladığı gibi insan kaynakları performansının artırılması konusunda da yarar sağlamakta ve verimliliğin artmasına katkı sağlamaktadır. Kurumun ihtiyacı olan nitelikleri taşıyan çalışanlara sahip olmak kurumun itibarını da koruyacaktır (Helm 2007: 24). Kurum kimliği güçlü olan bir kurum çalışanı kurumun başarılı çalışmalar gerçekleştirmesine daha fazla katkı sağlayacak; benzer bir şekilde, iş ortaklarıyla daha uyumlu çalışma davranışlarında bulunacaktır. İyi bir itibara sahip olmanın kurumsal iletişim açısından olumlu etkisi ise sahip olunan kurum kültürünün ve ikliminin gelişmesine olanak sağlamasıdır (Çiftçioğlu 2009: 11; Güzelcik-Ural 2002: 89; Şahin 2014: 79; Sezgin 2013: 126). Son olarak, kurumun hedef kitleleriyle sürekli iletişim halinde olması ve bunu korumaya çalışması kurum ile hedef kitle arasındaki ilişkiyi geliştirirken, itibarın tekrar tekrar inşa edilmesine de olanak sağlayacaktır (Oržekauskas ve Šmaižienė 2007: 94; Çiftçioğlu 2009: 61; Hillenbrand ve Money 2007: 262).

Türkiye'de merkez ve taşra teşkilatlarında faaliyet gösteren bir kamu kurumunun çalışanlarının, çalışmakta oldukları kurumun itibarını ne şekilde algıladıklarını ortaya koymayı amaçlayan 1671 çalışan ile gerçekleştirilen bu çalışmada, çalışanların görüşleri Fombrun ve ekibi tarafından 2000 yılında geliştirilen Kurumsal İtibar Ölçeği'nin Türkçeye uyarlanmış şekli ile yerli ve yabancı literatür taraması sonucu farklı paydaşların kurumsal itibar algılamalarını ölçmeye yönelik yapılan araştırmalarda kullanılan ölçekler üzerinden değerlendirilmiştir (Bennett ve Kottasz 2000; Fombrun ve Van Riel 1996).

Çalışmada kurumun adı kurum yönetiminin talebi üzerine saklı tutulmuştur. Kurum yöneticileri kurumsal itibarlarına olumsuz yönde etki edebileceği görüşü ile araştırma bulgularının paylaşımının kurum içine yönelik olmasını, bulguların kurum adı vererek kurum dışına yansıtılmamasını istemiştir. Elde edilen bulgular analiz edildiğinde çalışanların genel olarak güçlü bir kurumsal itibar algısına sahip olmadıkları görülmektedir. Ölçekten yola çıkılarak sorulan sorulara verilen cevaplar çalışanların kurum hakkındaki olumlu ve olumsuz görüşleri olarak değerlendirildiğinde olumsuz görüşlerin daha baskın olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışanların kurum ile ilgili "güçlü", "deneyimli", "yenilikçi", "kendini geliştiren", "toplumu bilinçlendiren", "iletişim çalışmalarını aralıksız sürdüren", "çalışanların sorumluluk sahibi olduğu", "çalışmaktan gurur duydukları" ve "uzun süreli çalışmak istedikleri bir kurum" olarak olumlu nitelendirmelerde bulunmuşlardır.

Bununla beraber çalıştıkları kurumun itibarına ilişkin görüşleri çoğunlukla olumsuzdur. Çalışanlar çalışmakta oldukları kurumu "modern değil", yüksek standartlara sahip değil", "itibarı yüksek değil", "olumlu imajı yok", "çalışanına

değer vermeyen", "çalışanını ödüllendirmeyen", "çalışanına eşit fırsat sunmayan", "bilgi paylaşımı yapmayan", "çalışanlarının uzmanlık beceri ve deneyimlerinin yaptıkları iş ile uyumlu olmayan", "işbirliği ve uyum olmayan", "iyi bir kariyer fırsatı değil", "yöneticileri teknoloji, insan kaynakları, yeni gelişmelerle ilgili bilgi gibi değişimleri kurumsal avantaja dönüştüremeyen", "yöneticileri çalışanların iş performanslarını geliştirmesi için olanak sağlamayan", "yöneticilerin kurum içi çalışanlarla iletişimleri sürekli ve karşılıklı değil", "kurum bilgi ve becerilerde yetkin değil", "çalışanlar kendi aralarında güçlü bir iletişime sahip değil" olarak nitelendirmiştir.

Araştırma sonucunda kurumun çalışanlarının zihinlerindeki olumsuz algılamaları gidermesi gerekli olduğu açıktır. Kurum çalışanlarının mutsuz ve umutsuz olmaları, iş verimliliğini kısa vadede olduğu gibi uzun vadede de düşürecektir. Kurum çalışanları göz ardı edilmemeli, çalışanların kurumla aralarındaki bağ güçlendirilmelidir. Kurumsal değişimin hızla gerçekleşmesi olanaklar dahilinde olmayabilir ancak yöneticilerin alacakları tedbirler ve geliştirecekleri çalışmalarla çalışanları kazanmak mümkündür. Öncelikle, yöneticiler ve çalışanlar ve beraberrinde çalışanların birbirleriyle olan iletişimlerinin geliştirilmesi ve sürdürülmesi için çaba harcanmalıdır. Yöneticilerin çalışanlarına değer vermesi, gerçekleştirdikleri nitelikli çalışmaları takdir etmesi ve ödüllendirmesi, çalışanların iş performanslarını izlemeleri ve geliştirmek için stratejiler geliştirmeleri gereklidir. Kurum yönetiminin sürekli öğrenmeye önem vermesi, gelişen teknolojiye uyum sağlaması hem kurum çalışanları hem de hizmet sundukları hedef kitle açısından önem taşımaktadır. Hizmet sunulan kişi ve kitlelerin beklentilerinin gelişmekte ve farklılaşmakta olduğu kadar, çalışanların beklentilerinin gelişmekte ve farklılaşmakta olduğu da unutulmamalıdır. Yöneticiler ulaşmak istedikleri hedefe yönelik çalışmalarda çalışanlarını doğru yönlendirmelidir.

Tüm olumsuz görüşlerine karşın çalışanlar çalıştıkları kurumla gurur duymakta; uzun süreli çalışmak istemekte ve kurumu güçlü ve deneyimli bulmaktadır. Güçlü ve deneyimli bir kurum olarak çalışanın gözünden nasıl algılandığını göreyerek çalışanlarını önemsemek ve kurumsal itibarını öncelikle çalışanı açısından geliştirmek uzun vadede toplumsal katma değerini büyümesini sağlayacaktır.

Bir kurumun nitelikli çalışanlara sahip olması kurumsal itibar açısından çok önemlidir. Nitelikli çalışanlar kurumun geleceğine yönelik bilginin üretilmesinde ve kullanılmasında önemli bir role sahiptir. Bu nedenle kurumsal itibar ve nitelikli üretkenlik açısından çalışanların oynadığı önemli rol unutulmamalıdır.

KAYNAKÇA

Barnett M L, Jermier J M and Lafferty B A (2006) Corporate Reputation: The Definitonal Landscape, Corporate Reputation Review, Vol. 9, No. 1, 26-38.

Bennett R and Kottasz R (2000) Practitioner Perceptions Of Corporate Reputation: An Empirical Investigation, *Corporate Communications: An International Journal* Vol. 5. Iss: 4, 224-235

Carvalho R (2004) Reputational Management as Relationship Management ANZCA04 Conference Sydney July, 1-11.

Chun R (2005) Corporate Reputation: Meaning and Measurement, *International Journal of Management Reviews*, Volume 7, Issue 2, 91- 109.

Çiftçiöğlü A (2009) Kurumsal İtibar Yönetimi, Dora, Bursa.

Fombrun C J (2007) List of Lists: A Compilation of International Corporate Reputation Ratings, *Corporate Reputation Review*, 10. 144 -153. doi: 10.1057/palgrave.crr.1550047, erişim tarihi 15.10.2012.

Fombrun C J (1996) Reputation: Realizing Value from the Corporate Image, Cambridge, MA, Harvard Business School Press.

Fombrun C J and Van Riel C (1996) The Reputational Landscape, *Corporate Reputation Review*, Volume 1, Numbers 1 and 2, 5-13.

Fombrun C J, Gardberg N A and Sever J M (1999) The Reputation Quotient: A Multi-stakeholder Measure of Corporate Reputation, *The Journal of Brand Management*, Vol.7, Number. 4, 241-255.

Gotsi M and Wilson A (2001a) Corporate Reputation Management: "Living The Brand", *Management Decision*, Vol. 39, Iss: 2, 99-104.

Gotsi M and Wilson A (2001b), Corporate Reputation: Seeking a Definition, *Corporate Communications, An International Journal*, Vol. 6, Iss: 1, 24-30.

Güzelcik U E (2002) İtibar Yönetimi Değer Yaratan Bir Halkla İlişkiler Çalışması Olarak İtibar Yönetimi, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Derg*, 1 (2), 83-93.

Helm S (2007) The Role of Corporate Reputation in Determining Investor Satisfaction and Loyalty, *Corporate Reputation Review*, 10, 22-37, doi: 0.1057/palgrave.crr.1550036, erişim tarihi:15.10.2012.

Hillenbrand K and Money C (2007) Corporate Responsibility and Corporate Reputation: Two Separate Concepts or Two Sides of the Same Coin?", *Corporate Reputation Review*, 10, 261-277, doi: 10.1057/palgrave.crr.1550057, erişim tarihi: 15.10.2012.

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5118175cbf3859.93336045, erişim tarihi:10.10.2012.

<http://dictionary.cambridge.org/dictionary/british/reputation?q=reputation>, erişim tarihi: 10.10.2012

Hutton J G, Goodman M B, Alexander J B and Genest C M (2001) Reputation Management: The New Face of Corporate Public Relations?, *Public Relations Review*, 27, 247-261.

Oržekauskas P and Šmaižienė I (2007) Public Image and Reputation Management: Retrospective and Actualities, *Viesoji Politika ir Administravimas*, Nr.19, 90-97.

Rindova V P (1997) The Images Cascade and The Formation of Corporate Reputations, *Corporate Reputation Review*, Vol.1, No. 1 ve 2, 188-94.

Sezgin D (2013) İtibar Yönetimi: Tanım ve Paradigma Arayışı, *Halkla İlişkilerin Kazancı Geçmiş Eğilimler, Yeni Yönelimler*, M Aktaş Yamanoglu ve B P Özdemir (ed), 117-132.

Smaiziene I and Jucevicius R (2009) Corporate Reputation: Multidisciplinary Richness and Search for a Relevant Definition", *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*, (2), 91-100.

Solmaz B ve Eroğlu E (2012) Kurumsal İtibar Araştırması ve Bir Uygulama Örneđi, *e-gifder*, Cilt:1, Sayı: 4, Eylül, 1-18.

Şahin Ç (2014) Kurumsal İtibar Yönetimi, *Günümüzde ve Gelecekte Stratejik Halkla İlişkiler Yönetimi*, S Uğurlu (ed), İstanbul, Beta, 77-94.