

KÜTAHYA DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
EĞİTİM YÖNETİMİ, TEFTİŞİ, PLANLAMASI VE EKONOMİSİ BİLİM
DALI

OKUL YÖNETİCİLERİNİN KURUMSAL İTİBAR ALGILARIYLA
ÖRGÜTSEL BAĞLILIK DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN
BELİRLENMESİ

İlhan İLKER
Yüksek Lisans Tezi

Kütahya, 2019

KÜTAHYA DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
EĞİTİM YÖNETİMİ, TEFTİŞİ, PLANLAMASI VE EKONOMİSİ BİLİM
DALI

OKUL YÖNETİCİLERİNİN KURUMSAL İTİBAR ALGILARIYLA
ÖRGÜTSEL BAĞLILIK DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN
BELİRLENMESİ

İlhan İLKER
Yüksek Lisans Tezi

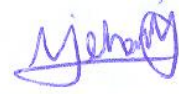
Tez Danışmanı
Prof.Dr. Turgut KARAKÖSE

Kütahya, 2019

Yemin Metni

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “Okul Yöneticilerinin Kurumsal İtibar Algılarıyla Örgütsel Bağlılık Düzeyleri Arasındaki İlişki” adlı çalışmamın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım kaynakların “Kaynaklar” bölümünde gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

06/07/2019



İlhan İLKER

Kabul ve Onay


Yazar İlhan İLKER' in hazırlamış olduğu “Okul Yöneticilerinin Kurumsal İtibar Algılarıyla Örgütsel Bağlılık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi” başlıklı yüksek lisans tez çalışması, jüri tarafından lisansüstü eğitim öğretim yönetmeliğinin ilgili maddelerine göre değerlendirilip oy birliğı ile kabul edilmiştir.

29/08/2019

Prof. Dr. Turgut KARAKÖSE (Danışman)

Doç. Dr. Mehmet Akif HELVACI

Dr. Öğr. Üyesi Recep Serkan ARIK



Doç. Dr. Baykal BİÇER

Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürü

Önsöz

Eğitim bir milletin geleceğini oluşturan en temel etmenlerden birisidir. Bu nedenle ÷lkelerin eğitime büyük önem vermeleri gerekmektedir. ÷lkeler geleceklerini teminat altına alacak her alanda başarılı olmalarını nitelikli eğitimlerine borçludurlar. Bu nedenle eğitim sisteminin her kademedede iyi yönetilmesi gereklidir. Eğitim yönetimin en temel sorumluları olan okul müdürlerinin bu anlamda araştırma konusu olması önem arz etmektedir. Kurumlar iyi yönetildiği, paydaşları açısından kabul edildiği sürece varlıklarını devam ettirirler. Okulların paydaşları tarafından olumlu olarak görülmesinde okul yöneticilerinin görevi büyüktür ve bu konuda okul yöneticilerine düşen görev kurumsal itibarlarını göz önünde bulundurmaları ve bu itibarın zedelenmesine izin vermemeleri olacaktır. Öte yandan çalışanların kuruma bağlılığı ve aidiyet duygusu çalışan performansı dolayısı ile kurum performansı için gerekli bir kavramdır. Bu nedenle, eğitim sistemin yöneticilerinin kurumsal itibar algıları ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

İçindekiler

Yemin Metni	i
Kabul ve Onay	ii
Önsöz	iii
İçindekiler	iv
Tablolar Dizini	vii
Şekiller Dizini	viii
Teşekkür.....	ix
Özet	x
Abstract	xi
Birinci Bölüm.....	1
Giriş.....	1
Kuramsal Çerçeve	2
İtibar Kavramı ve Kapsamı	2
İtibarın Temel Unsurları.....	4
İmaj	4
Kimlik	6
Kimlik, İmaj, İtibar Arasındaki İlişki	9
İtibar Yönetimi ve Önemi	10
Kurumsal İtibarın Bileşenleri.....	13
Duygusal Cazibe	14
Finansal Sağlamlık	15
Toplumsal Sorumluluk Anlayışı	16
Ürün ve Hizmet Kalitesi.....	17
Vizyon ve Liderlik	18
Çalışma Ortamı	19
Kurumsal Etik	19
Okul Yöneticileri Açısından Kurumsal Etik	21
Paydaş Kavramı.....	22
Kurumsal İtibarın Paydaşlar Üzerindeki Etkileri	22
İtibar Riski Yönetimi.....	25
Eğitim Örgütlerinde Yönetici İtibarı	26
Örgütsel Bağlılık	29
Örgütsel Bağlılık Kavramı.....	29
Örgütsel Bağlılık Sınıflandırması.....	32
Davranışsal Yaklaşımına Göre örgütsel Bağlılık.....	33
Tutumsal Yaklaşımına Göre Örgütsel Bağlılık	33
Tutumsal ve Davranışsal Perspektifinden Örgütsel Bağlılık	33
Örgütsel Bağlılık Sınıflandırmaları	35
Kanter'in Sınıflandırması	35
Devam Bağlılığı	35
Kenetlenme Bağlılığı	35
Kontrol Bağlılığı	35
Etzioni'nin Sınıflandırması	36
Negatif-Yabancılaştırıcı Bağlılık	36

Nötr-Hesapçı Bağlılık	36
Pozitif-Moral Bağlılık	36
Allen ve Meyer'in Sınıflandırması	37
Duygusal Bağlılık	37
Devam Bağlılığı	38
Normatif Bağlılık	38
O'ReilyIII veChatman'ın Sınıflandırması	40
Penley ve Gould'un Sınıflandırması	40
Ahlaki Bağlılık	41
Çıkarıcı Bağlılık	41
Yabancılaştırıcı Bağlılık	41
Becker'in Sınıflandırması	42
Salancik'in Sınıflandırması	43
Çoklu Bağlılık Yaklaşımı	43
Örgütsel Bağlılığı Etkileyen Faktörler	44
Kişisel-Demografik Faktörler	45
Cinsiyet	45
Yaş	45
Çalışma Süresi	48
Eğitim Düzeyi	47
Medeni Durum	47
Örgütsel Faktörler	48
İşin Niteliği ve Önemi	48
Ücret Düzeyi	48
Yönetim Tarzı	49
Rol Belirsizliği ve Rol Çatışması	49
Örgütsel Kültür	50
Örgütsel Adalet	51
Örgütsel İletişim	51
Örgütsel Güven	51
Örgütsel Destek	52
İş Tatmini	52
Örgütsel Vatandaşlık	53
Örgüt Dışı Faktörler	53
Profesyonellik	53
Yeni İş Bulma Olanakları	54
Örgütsel Bağlılığın Sonuçları	54
Düşük Örgütsel Bağlılık	55
İlımlı Örgütsel Bağlılık	56
Yüksek Örgütsel Bağlılık	56
Yurt İçinde Yapılan İlgili Çalışmalar	57
Yurt Dışında Yapılan İlgili Çalışmalar	59
Problem Durumu	61
Araştırmanın Amacı ve Önemi	64
Problem Cümlesi	65
Alt Problemler	66
Araştırmanın Sayıtları	66
Araştırmanın Sınırlılıkları	66
İkinci Bölüm	67

Yöntem.....	67
Araştırma Modeli	67
Evren ve Örneklem	67
Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri	68
Veri Toplama Araçları	69
Verilerin Toplanması ve Analizi.....	70
Üçüncü Bölüm	71
Bulgular.....	71
Araştırmaya Yönelik Frekans Analizleri.....	71
Demografik Değişkenleri İncelemeye Yönelik Analizler	72
Kurumsal İtibar ve Örgütsel Bağlılık İlişki Analizi	77
Değişkenlerin Korelasyon Analizi	80
Dördüncü Bölüm.....	80
Sonuç, Tartışma ve Öneriler	80
Sonuç ve Tartışma	83
Öneriler	86
Kaynakça	87
Ekler	102
Ek-1:Kişisel Bilgi Formu ve Kurumsal İtibar Ölçeği	99
Ek-2:Örgütsel Bağlılık Ölçeği.....	101
Ek-3:Araştırma İzin Belgesi.....	103
Ek-4:Araştırma İzin Dilekçesi.....	104
Özgeçmiş.....	105

Tablolar Dizini

Tablo 1. Örgütsel Bağlılık Tanımları ve Kullanımları.....	31
Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özelliklere Göre Dağılımı.....	68
Tablo 3. Katılımcıların Kurumsal İtibar ve Örgütsel Bağlılık Düzeyleri	71
Tablo 4. Cinsiyet Açısından Kurumsal İtibar Algısı ve Örgütsel Bağlılık	72
Tablo 5. Medeni Duruma göre Kurumsal İtibar Algısı ve Örgütsel Bağlılık	73
Tablo 6. Yaş Açısından Kurumsal İtibar Algısı ve Örgütsel Bağlılık	74
Tablo 7. Örgütsel Bağlılık Değişkeni ile Yaş Grupları Arasındaki İlişki	74
Tablo 8. Eğitim Düzeylerine Göre Kurumsal İtibar Algısı ve Örgütsel Bağlılık .	75
Tablo 9. Çalışma Süresine Göre Kurumsal İtibar Algısı ve Örgütsel Bağlılık	76
Tablo 10. Çalışma Süresi Açısından Kurumsal İtibar Algı Düzeyi	77
Tablo 11. Kurumsal İtibar Algısı ile Örgütsel Bağlılık Korelasyon Analizi	78
Tablo 12. Kurumsal İtibar ile Örgütsel Bağlılık Alt Boyutları Korelasyon Analizi.....	78

Şekiller Dizini

Şekil 1. Malewar'ın Kurumsal Kimlik Taksonomisi.....	8
Şekil 2. Örgütsel Bağlılığın Sınıflandırılması.....	32
Şekil 3. Örgütsel Bağlılıkta Tutumsal Perspektif.....	34
Şekil 4. Örgütsel Bağlılıkta Davranışsal Perspektif.....	34
Şekil 5. Araştırma Modeli.....	67



Teşekkür

Bu çalışmanın oluşmasında bana liderlik eden ve çalışmanın başından sonuna kadar her türlü desteği esirgemeyen, değerli hocam Prof. Dr. Turgut KARAKÖSE'ye yaptığı katkılarından dolayı çok teşekkür ederim. Ayrıca değerli jüri üyelerim Doç. Dr. Mehmet Akif HELVACI ve Dr. Öğr. Üyesi Recep Serkan ARIK'a çalışmamın hatasız olması için yaptıkları değerlendirme ve dönütlerden dolayı, kendilerine teşekkürü bir borç bilirim. Araştırma süresince her zaman yanımda olan güzel eşim Esra Yavuz İLKER'e ve varlığıyla hayatımıza mutluluk katan biricik kızım Esila İLKER'e çok teşekkür ederim.

Özet

Okul Yöneticilerinin Kurumsal İtibar Algılarıyla Örgütsel Bağlılık Düzeyleri Arasındaki İlişki

Bu araştırmada okul yöneticilerinin kurumsal itibar algılarıyla örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma ilişkisel tarama modeli kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın örneklemini Bursa ili merkez ilçeleri devlet okullarında görev yapmakta olan 333 okul yöneticisinden oluşmaktadır. Araştırmanın verileri anket tekniği kullanılarak elde edilmiştir. Araştırmada kullanılan anketlerden kurumsal itibar ölçeği 2000 yılında Charles Fombrun ve diğerleri tarafından geliştirilen Türkiye'ye Altıntaş tarafından uyarlanan kurumsal itibar ölçeğidir. Örgütsel bağlılığı ölçmek içinse 1990 yılında Allen ve Meyer tarafından geliştirilen Türkiye'ye Çil tarafından uyarlanan örgütsel bağlılık ölçeği kullanılmıştır. Okul yöneticilerinin kurumsal itibar algıları ile örgütsel bağlılıkları hakkındaki görüşlerini belirlemek amacıyla yapılan istatistikler, karşılaştırmalar ve ilişkiler için Mann-Whitney U ve Kruskal-Wallis testi değişkenlerin arasındaki ilişkiyi açıklamak içinse Spearman rho korelasyon ve regresyon analizleri kullanılmıştır.

Araştırmanın bulgularına göre okul yöneticileri orta düzeyde kurumsal itibar algısına ve orta düzeyde örgütsel bağlılık düzeyine sahiptirler. Okul yöneticileri örgütsel bağlılık alt boyutlarından orta düzeyde duygusal bağlılığa, devam bağlılığına ve normatif bağlılığa sahiptir. Okul yöneticilerinin kurumsal itibar algıları cinsiyet, medeni durum, yaş ve eğitim düzeylerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Öte yandan okul yöneticilerinin kurumsal itibar algısı çalışma süreleri değişkeni arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Araştırmanın diğer değişkeni olan okul yöneticilerinin örgütsel bağlılık düzeyleri ile cinsiyet, eğitim düzeyi ve çalışma süreleri değişkenleri arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Ancak okul yöneticilerinin örgütsel bağlılık düzeyleri medeni durum ve yaş değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. Okul yöneticilerinin kurumsal itibar algıları ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasında orta güçlükte, pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bununla birlikte kurumsal itibar ile örgütsel bağlılık alt boyutlarından duygusal bağlılık arasında güçlü, pozitif yönlü, anlamlı bir ilişki, kurumsal itibar ile normatif bağlılık arasında pozitif yönlü, çok zayıf anlamlı bir ilişki ve kurumsal itibar algısı ile devam bağlılığı arasında orta güçlülük derecesinde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Anahtar kelimeler: Kurumsal itibar, okul yöneticileri, örgütsel bağlılık.

Abstract

Determining the Relationship between the Perceptions of School Administrators on Corporate Reputation and their Levels of Organizational Commitment

In this study, it aims to determine the relationship between school administrators' perception of corporate reputation and organizational commitment levels. The research uses correlational survey model. The sample of the study consists of 333 school administrators who work in the public schools of central districts of Bursa. The study obtains the data by using the questionnaire technique. The scale of corporate reputation, which was developed by Charles Fombrun and et al. in 2000 and was adapted by Altintas for Turkey, was used. In order to measure organizational commitment, organizational commitment scale, which was developed by Allen and Meyer in 1990 and adapted by Çil for Turkey, was used. In order to determine the opinions of school administrators about organizational reputation and organizational commitment, Mann-Whitney U and Kruskal-Wallis tests were used for comparing variables and statistic results.

According to the findings of the research, school administrators have a medium level of corporate reputation perception and a medium level of organizational commitment. School administrators have moderate emotional commitment, attendance commitment and normative commitment. School administrators' perceptions of corporate reputation do not show statistically significant differences according to their gender, marital status, age and education level. On the other hand, a significant difference was found between the school administrators' perception of corporate reputation and their working time. As to organizational commitment, there was no significant difference between the levels of organizational commitment and gender, education level, working time of school administrators. However, organizational commitment levels of school principals differ statistically according to their marital status and age. In addition, there was a moderate positive relationship between school administrators' perception of organizational reputation and organizational commitment levels. In addition, a strong, positive and significant relationship was found between institutional reputation and emotional commitment from the organizational commitment sub-dimensions. A positive, very weak, significant relationship was found between corporate reputation and normative commitment. There was a positive and significant relationship between the perception of corporate reputation and continuation commitment.

Keywords: Corporate reputation, organizational commitment, school administrators.

Birinci Bölüm

Giriş

Günümüz dünyasında kurumlar, öne çıkmak, ilgi odağı haline gelmek, paydaşları açısından kabul edilmek, bunların sürekliliğini sağlamak ve kurumun yaşamsal faaliyetlerini kısaca kurumun bekasını sağlamak zorundadırlar. Bu amaçlar sadece maddi kazanç sağlayan özel kurumlar için değil aynı zamanda kar amacı gütmeyen kurumlar ve kamu kurumları için de önemlidir. Kurumlar açısından bu amacı gerçekleştirmenin yollarından bir tanesi de kurumların sahip olduğu itibardır. Aynı zamanda çalışanların kurumsal itibar algısına sahip olmasının örgütsel bağlılıklarını olumlu yönde etkileyeceği, onların işlerini severek yapmalarını sağlayacağı düşüncesi araştırmanın nedenini oluşturmakta olup araştırmanın varsayımlarından biri de kurumsal itibarın örgütsel bağlılığı etkilediği yönündedir. Bu kapsamda okul yöneticilerinin kurumsal itibar algılarının örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişki araştırılmıştır.

Araştırma konusu bazı alan yazın geçmişiyle desteklenmektedir. Çiftçioğlu (2008)'na göre çalışanların algıladıkları örgütsel itibar örgütlerine karşı olumlu düşüncelere sahip olmasını sağlamakta ve bu itibar algısı arttıkça çalışanların duygusal bağlılıkları da artmaktadır. Gümüş ve Öksüz (2005) çalışmalarında olumlu kurumsal itibar algısının çalışanların kuruma karşı olan duygularını pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde kurumsal itibar hakkında bilgiler yer almaktadır. Kurumsal itibarın ne olduğu, yönetimi bileşenleri, okul yöneticileri açısından önemi gibi başlıklara yer verilmiştir. Bununla birlikte örgütsel bağlılığın temelleri üzerinde durulmuş, sınıflandırmaları, örgütsel bağlılığı etkileyen faktörler ve örgütsel bağlılığın sonuçları hakkında bilgilere yer verilmiştir. Bunların yanı sıra çalışma kapsamına alınan konularla ilgili yurt içi ve yurt dışındaki çalışmalara, araştırmanın amacına ve önemine, problem cümlesine, sayıtlarına ve sınırlılıklarına yer verilmiştir. Araştırmanın ikinci bölümünde araştırmanın yöntemi hakkında bilgi verilmiştir. Araştırmanın modeli, evren ve örneklemi veri toplama araçları, verilerin toplanması ve analizine değinilmiştir. Üçüncü bölümde yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular yer almaktadır. Katılımcıların demografik özellikleri, bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişki analizleri bulgularına

yer verilmiştir. Dördüncü bölümde elde edilen bulgular ışığında araştırma ile ilgili yorumlara, sonuçlara ve önerilere yer verilmiştir.

Kuramsal Çerçeve

Aşağıda itibar kavramından ve itibar kavramının ne olduğu konusunda yapılan tanımlamalardan yola çıkılarak itibar konusunda genel açıklamalara yer verilmiştir.

İtibar kavramı ve kapsamı

Türk Dil Kurumu itibar sözcüğünün karşılığı olarak saygınlık kelimesini kullanmıştır (URL-2). İtibar sözcüğü Arapça kökenli bir sözcüktür ve İngilizce ‘reputation’ sözcüğünün karşılığı olarak Cambridge sözlüğü itibar kelimesinin anlamını; ‘bir kişi ya da nesne hakkında insanların sahip olduğu genel düşünce’ olarak vermektedir. Sözlükte ikinci anlam olarak da kişi ya da nesnenin geçmişteki karakter yapısı ve davranışlarına dayalı olarak insanların sahip olduğu hayranlık veya saygı olarak verilmektedir (URL-2).

Highhouse ve diğerleri itibarı, destek grupları tarafından paylaşılan, küresel, sınırlı sürede sabit kalan, kurum hakkında yapılan değerlendirici hükümler olarak tanımlamışlardır. Post ve Griffin açısından itibar örgütün sahip olduğu paydaşların fikirleri, algıları ve tutumlarının sentezidir. Wartick ise kurumsal itibarı örgütsel paydaşların beklenti ve isteklerinin ne kadarının örgüt tarafından karşılandığının göstergesi olarak tanımlamıştır. Wilson’a göre itibar bir kişiye ya da kuruma diğerleri tarafından atfedilen karakteristik özelliklerdir ve işlevsel olarak bu genellikle gelecekteki muhtemel tutumların tahminini ya da öngörülmesini temsil eder. Yoon ve diğerleri açısından kurumsal itibar kurumun geçmişini yansıtan gelecek için vadettiklerinin kalitesi ile alıcıların beklentilerini etkileyen değerdir (Akt. Helm, 2011).

Karaköse’ye (2007) göre itibar, insanların ve örgütlerin görünmeyen en önemli değeridir ve tesadüfen oluşmaz. Güçlü bir itibar inşa etmek ve bunu devamlı kılmak belirli bir süreci ve süreci iyi yönetmeyi gerektirir. İtibarın inşası, uzun bir süreci almakta bir kez kaybedildiğinde ise tekrar kazanılması oldukça güç

olmaktadır. İyi bir itibara sahip olmak isteyen örgütlerin, sosyal paydaşların algılamalarını etkili bir biçimde yöneterek hedeflere adapte etmeleri zorunludur.

Yukarıdaki tanımlardan yola çıkarak, itibarı insanların, grupların ya da kurumların zaman içinde sahip olduğu olumlu görüş, olumlu algı şeklinde tanımlayabiliriz. İtibar zamanla ve zor elde edilen bir olgu olup kaybedilmesi kolay, kaybedildiğinde ise yeniden kazanılması oldukça güç olan bir değerdir.

Kurumsal itibar elle tutulamayan soyut bir değerdir. Kurumun, farklı insan grupları tarafından nasıl algılandığıdır. Kurumsal itibarın elde tutulması zor, kontrol edilmesi güç ve sınırları belli değildir. Çok yönlü ve kolayca kaybedilebilir niteliktedir (Honey, 2009).

Kurumsal itibar, kurumun yaptıkları ve sergiledikleri davranışlara dayalı olarak zaman içinde şekillenen üüdür (Balmer ve Greyser, 2003).

İtibar, kurumun ilişki içinde olduğu paydaşlar, çalışanlar ve eş kurumların yanı sıra kurumun çalıştığı ve iş birliği içinde olduğu toplulukların sahip olduğu en genel değerlendirmeyi içerir. İtibar, paydaşların kuruma nasıl davranacağını belirlemektedir ve paydaşların kurum ile ilgili ilişkilerini derinden etkilemektedir. İtibar kurumun çalışanları ve paydaşları çekmesi için hayati öneme sahiptir (Helm, 2011).

İtibar; bir kurumun çalışanları ve paydaşları tarafından algılanma şeklini belirten soyut bir kavramdır. Başka bir deyişle itibar, toplumun örgüt hakkındaki olumlu ya da olumsuz düşünceleridir. Bu nedenle, örgütün sahip olduğu itibar daha çok toplumun düşüncelerinden oluştuğu açıktır, kamuoyunun fikirlerinden, duygularından ve izlenimlerinden oluşmaktadır. İtibar, örgüt hakkında paydaşların algılamalarından oluşmakla birlikte, bu algılamaların örgütsel amaçlar yönünde değerlendirilme hedeflerini de kapsamaktadır (Karaköse, 2007).

Bromley, kurumun rekabetçi, kuruma özgü tutumunu, içerden çalışanlar ile dışardan paydaşlarıyla birlikte kurumun göreceli duruşunu kurumsal itibar yansıtır şeklinde tanımlar. Fombrun kurumsal itibarı kurumun bileşenleri tarafından sahip olunan bütünsel fikir olarak tanımlar. Yine Fombrun'a göre kurumun diğer öncü rakipleri ile karşılaştırıldığında kendi temel bileşenlerine kurumun cazip gelmesini açıklayan kurumun geçmişte yaptıkları ve gelecekte bekleneninin algısal temsil

boyutu kurumsal itibardır. Gotsi ve Wilson'a göre kurumsal itibar kuruluşun paydaşları gözünde zamanla oluşan değerlendirmedir (Akt. Helm, 2011).

İtibar, bir kurumun iç ve dış paydaşlar tarafından nasıl algılandığını gösteren soyut bir değer olarak ifade edilebilir. İtibarın tanımı yapılırken iç ve dış paydaşlardan bahsedilmektedir. Bu noktada paydaş kavramını açıklamak gerekirse paydaş; bir örgütün bütün faaliyetlerinden doğrudan veya dolaylı olarak etkilenen; aynı zamanda örgüt üzerinde doğrudan veya dolaylı bir etkiye sahip kişi ve örgütler olarak ifade edilebilir (Karaköse, 2006).

Dalton ve Croft'a (2003) göre kurumsal itibar tarihsel süreç açısından değerlendirilmelidir. Kurumun, toplum içerisinde ve piyasadaki duruşu zamanla onun itibarını şekillendirir. Kurumsal itibar, kurumun zaman içinde yaptıkları ile kurumun paydaşları arasındaki ilişkiye dayalı olarak paydaşların kuruma atfettiği değerlerin toplamıdır.

Dalton ve Croft'a (2003) göre kurumsal itibarı inşa etmenin yolları;

- Finansal performans
- Hizmetin ve ürünlerin kaliteli olması
- Marka değeri ve vaatler
- Yenilikçi olmak ve yaratıcılık
- Paydaş hizmetleri memnuniyeti
- Sosyal sorumluluk-vatandaşlık
- Kurumsal politika ve örgütsel yapı
- Başarılı bir rekabetçi konum
- Vizyon ve liderlik
- Çalışanların performansı
- Yasal mevzuatlara mutlak uyum
- Çalışanların memnuniyeti ve sadakat
- Temel becerilerin geliştirilmesi
- İşbirlikçi çalışma ağları ve ittifak kurmaktan geçmektedir.

Lange'a (2011) göre son zamanlardaki yönetim bilimindeki araştırmalarda kurumsal itibar hakkındaki araştırmalara hâkim olan üç ana kavram üzerinde durulmaktadır. Bu kavramların birincisi kurumsal itibarı kurumun görünürlüğü ya da genel olarak kurumun farkında olunma durumu olarak nitelenen “ bilinme”

özelliğidir. İkincisi kurumun belli kitlelerle ilgili tutum ve kurumsal ürünlerin neler olduğunun öngörülebilirliğinin algılanmasını ifade eden “ öne çıkma” özelliğidir. Üçüncü olarak ise kurumun “genel elverişlilik” özelliğidir. Kurumun genel elverişliliği kurumun yararlılık, çekicilik ve uygunluk açısından paydaşların sahip olduğu algı ve hükümler tarafından belirlenir (Carroll, 2013).

Yukarıdaki ifadelerden anlaşılacağı üzere kurumsal itibar, kurumların dış çevre üzerinde bıraktığı etki, toplum gözündeki yeri ve toplum açısından kurumun sahip olduğu ün olarak ifade edilebilir. Kurumlar itibarlarını paydaşları ile aralarındaki alışveriş, karşılıklı iletişim ve ortaklık sayesinde kazanırlar. Paydaşların beklentilerini olumlu yönde karşılayan kurumlar paydaşlarının gözünde olumlu itibar sahibi olurlar. Kurumlar itibarları ile bilinir ve itibar seviyelerine göre kurumların tanınma potansiyelleri artar.

İtibarın temel unsurları

Kurumsal itibar kavramına yakın anlamda olan kimlik ve imaj kavramları ile karıştırılmaktadır. Terminolojide konuyla ilgili çok fazla karışıklık olmasına rağmen bu kavramların ayırt edilmesi önemlidir.

İmaj

İmaj nesne veya kişilerin toplum tarafından algılanan karakteridir. Dilimize Fransızcadan giren bu sözcük kelime anlamı itibariyle insanların kişi veya kurum hakkındaki düşünceleri veya kurumun ya da kişinin topluma görünüşü olarak tanımlanmaktadır (Longman Dictionary, 2010).

İmaj kavramı; insanların belirli yaşantılar sonucunda örgütle ilgili olarak edinmiş oldukları olumlu veya olumsuz izlenimler şeklinde ifade edilebilir. Diğer taraftan imaj, örgütün dış paydaşlar tarafından çekilen bir fotoğrafı olarak da düşünülebilir. Herhangi bir örgüte ilişkin izlenimler, o örgütle ilgili görüşler, tecrübeler beklentiler ve algılamalar imajı oluşturmaktadır (Karaköse, 2006).

İmaj hakkındaki tanımların çoğunda, kurum hakkında kurumun paydaşlarının inançları ve duyguları olarak karşımıza çıkmaktadır (Bernstein, 1992). Ancak alandaki diğer araştırmacılar kurumsal itibarı iç paydaşların inançları ve dış paydaşların algıları olarak tanımlamışlardır (Dutton ve Dukerich, 1991). İmajı

tanımlamanın bir yolu da kişinin kurumun adını duyduğunda ya da kurumun logosunu gördüğünde aklına gelen görüntü ya da değerlendirmelerdir (Gray ve Balmer, 1998). Diğer bir ifadeyle imaj kurum hakkında duygu ve düşünceye sahip olan kişilerin kurum hakkında sahip oldukları olumlu ya da olumsuz yargılardır (Akt. Helm, 2011).

Kişiler, farklı kaynaklardan elde ettikleri veriler aracılığıyla bilgilenmektedirler. Bu bilgiler bir süzgeçten geçerek kişiyi belli bir tutuma yönlendirmektedir. Kişilerin zihinsel haritalarını kullanmak suretiyle oluşturduğu yargılar, algılama sürecindeki temel belirleyicilerdir. Kişi, dış dünya ile ilgili yargılarını oluştururken, iç dünyalarının da etkisinde kalmaktadır. Algılama süreci, kişilerin inanç-değer-tutum davranış oluşumu ile açıklanabilmektedir. Dolayısıyla imaj, içsel ve dışsal faktörlerin birlikte etkili olmasıyla oluşmaktadır (Akgöz, 2003).

Kurumsal imaj, insanların kuruma atfettiği inançlar dizisini yansıtır. Özünde, kurumsal imaj bireysel paydaşların kurum hakkında sahip olduğu bütün bilgi ve inanışlardır. İmaj bilişsel (rasyonel ve fonksiyonel) ve duygusal atıfların karışımıdır. Bu bütünsel değerlendirme kimliği tanımlar ve daha sonra paydaşların kurum hakkındaki kendi deneyimleri, kurumun bütünlüğü ve yaptıklarına dayanarak ürün ve örgüt ile ilgili duygular ve inançlar geliştirmektedir (Dalton ve Croft, 2003).

Genel olarak imaj, paydaşların kurumun dışı vurduklarını nasıl algıladığı ve yorumladığıdır. Her bir paydaşın örgüt hakkında sahip olduğu deneyim, inanç, duygu, bilgi, ilişkilendirme ve izlenimle ilişkilidir (Malewar, 2003) .

İmaj kamuoyunun kurumlar hakkında sahip olduğu soyut resim olarak kabul edilebilir. Kurumlar yaptıkları hizmetler ve sundukları ile toplumun gözünde bir resme sahip olurlar. Toplumun gözünde oluşan bu resmin olumlu olması kurumun geleceği açısından önemlidir. Kurum toplum içinde olumlu olarak algılandığı sürece varlığını devam ettirebilir. Bu sebepten kurumlar, kamuoyu tarafından olumlu izlenime sahip olmalıdırlar.

Kimlik

Fombrun gibi itibar konusu üzerine söz sahibi bilim insanlarına göre kimlik kurumun varlık sebebidir. İtibar kurum için başka her şeyden daha önemlidir bu nedenle kurumun itibarının oluşmasında kurum kimliği de önemli yer tutmaktadır. Kurum kimliği kuruma ait somut özelliklerden oluşmaktadır. Bunların arasında kurum binası, kurumun logo ya da amblemi ya da paydaşlarının hafızalarında yer edecek kuruma ait her türlü fiziksel materyal kurum kimliğini oluşturmaktadır (Doorley ve Garcia, 2007).

Kimlik, iç ve dış çevrede bulunan tüm paydaşlar üzerinde bırakılan etki olarak tanımlanmaktadır. Kimlik, kişi ve kurumların kendisini diğerlerinden ayrılmasına yardımcı olmakta, rekabet gücünü artırmakta, iç ve dış hedef kitle ile ilişkilerini yönlendirmektedir (Akgöz, 2003).

Malewar'a göre kurumsal kimlik, kurumsal iletişim, tasarım, kültür, tutum, strateji ve yapının toplamıdır ve bunlar bir kurum için birbirinden ayrılmaz öğelerdir. Kurumsal kimlik kurumun temel karakterini ve özünü içerir. Kimlik kurumun doğuşundan gelen karakteridir ve kurumun yaptığı, ürettiği ve söylediği her şeyi etkileyen, kurumun toplum içinde nasıl algılandığının tanımıdır. Bundan dolayı, Melewar ve Jenkins kurumsal kimliği iki ayrı seviyede yorumlamıştır. Bunlardan birincisi logo, marka, reklam, pazarlama üniteleri ve web sitesi gibi örgütsel sembollerdeki görsel kimliğin kullanılması ikincisi ise örgütsel performansın merkezi olan, örgütsel kültür ve davranıştır. Akademik alan yazında kurumsal kimliğin tanımı, kurum içi kültürü, değerleri ve davranışlarının yanı sıra kurumun fiziksel görünüşünü de temsil etmektedir (Helm, 2011).

Kurumsal kimliği paydaşların hafızalarında kalan soyut resim, kavram veya olumlu ya da olumsuz düşünceler bütünü olarak tanımlayabiliriz. Bundan dolayı kurumlar paydaşlarının gözünde kimliklerini olumlu yönde tutmak zorundadırlar demek mümkündür. Böylece hem kurumlar geleceğini garantileyecektir hem de paydaşlarını memnun etmeye devam edecektir.

Kurumsal kimlik örgütün kendini nasıl sunduğu, konumlandığı ve diğer örgütlerden kurumsal, işletme ve ürün seviyelerinde görsel ve sözlü olarak kendini ayırmasıdır (Melewar ve Vella, 2008).

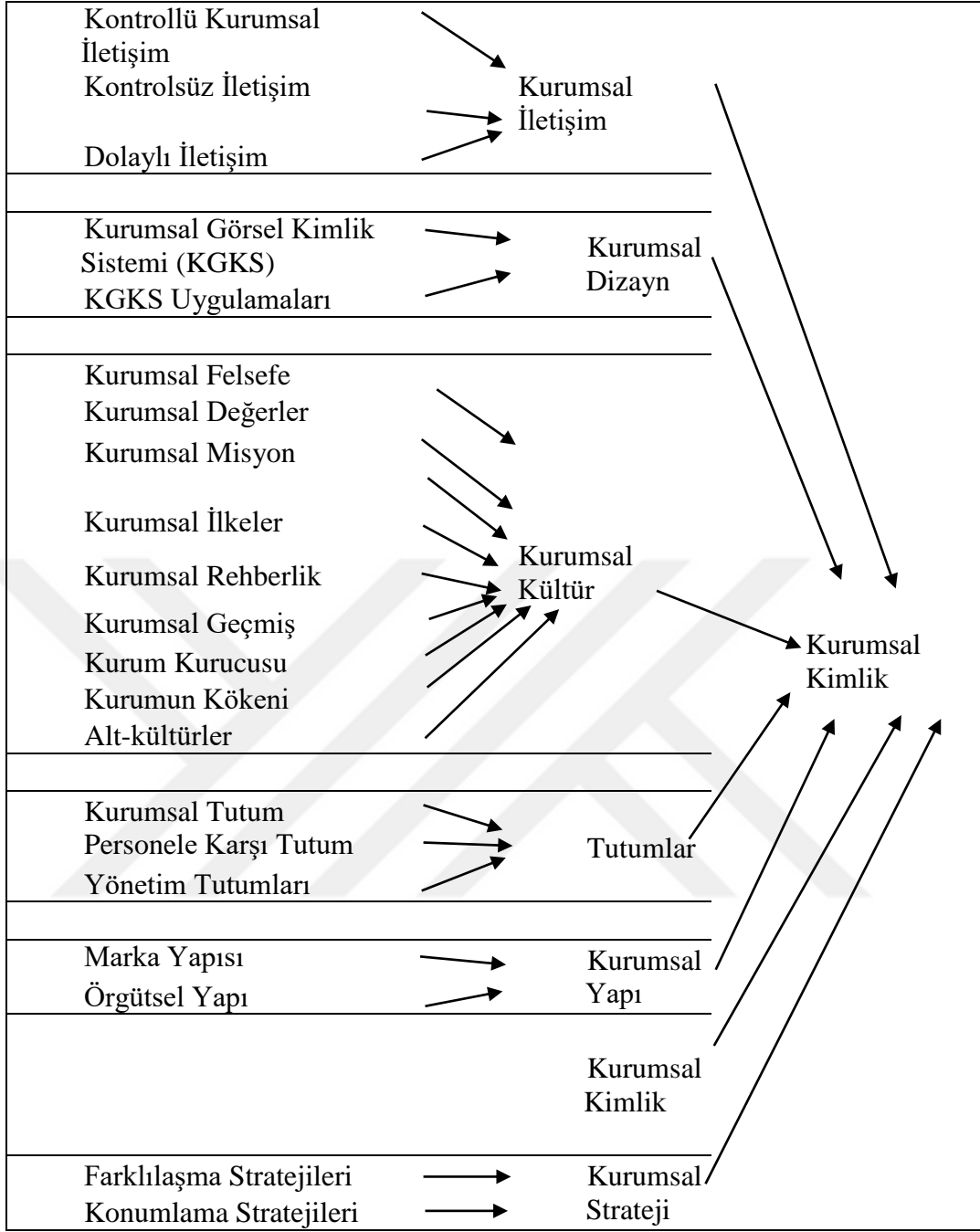
Albert ve Whetten kurumsal kimliği kurum hakkında paydaşların dayanıklılık, merkezilik ve teklik olarak algıladıkları kurumun özellikleridir şeklinde tanımlamışlardır. Bireysel seviyede paydaşlar kurumu tanımlayan temel özellikler geliştirebilirler. Bu, kurumsal itibarın paydaşlar tarafından kurumla özdeşleştirilen özelliklerin değişebileceğinin de bir göstergesidir. Kurum, sosyal sorumluluk alanındaki etkinlikleri ve toplumsal alandaki yaptıkları ile bilinirken, başkaları o kurumu kaliteli hizmeti ve ürünleri ile tanımlıyor olabilir. Ama yine de, kurum nasıl algılanırsa algılsın, kurumsal kimlik kurumsal kültürü oluşturan kolektif inançların alt kümesidir (Caroll, 2013).

Kişilik kavramı, örgütün içinde bulunduğu mevcut durumunu anlatırken; kimlik ise çalışanların kurumla ilgili düşüncelerinden oluşmaktadır. Kurumsal imaj ise, paydaşların, daha genel anlamda kamuoyunun örgüte ilişkin izlenimlerinden meydana gelmektedir (Karaköse, 2007).

Tüm bu tanım ve açıklamalara göre kurumsal kimlik için kurumun dış çevreden görünen yüzü denilebilir. Kurumun sahip olduğu paydaş kitlesinden sağladığı olumlu izlenim kadar, çalışanların kurum hakkındaki görüşlerinden ürün kapasitesine, kurumların iç ve dış renginden sahip olduğu isme kadar iç ve dış genel anlamda sahip olduğu her türlü olumlu ve olumsuz yargı kurumun kimliğini meydana getirmektedir denilebilir.

Kurumsal kimlik kurumun kendini tanımladığı fiziksel öğelerdir. Bu fiziksel öğeler logolar, topoğraf, renkler, işaretler, yıllık raporlar ve kurumun üniforması denilebilir. Bu fiziksel öğeler kurum tanındıkça paydaşlarının zihninde kuruma ait fiziksel öğeler yer etmeye başlayacak ve kurumun paydaşları arasında kurumsal kimliği oluşacaktır. Özetle, kurumun tutarlı bir şekilde kendisini görsel olarak sunmasıdır (Dalton ve Croft, 2003).

Şekil 1’de Malewar’ın her paydaşa örgütün sunumu olarak tanımladığı bütünsel ve multi-disipliner taksonomisi verilmiştir. Bu taksonomi örgütün iletişimini, tasarımını, kültürünü, yapısını, sektörel kimliğini ve stratejisini birleştirmektedir. Taksonomi kurumsal kimliğin hangi alt dallardan oluştuğunu, bu alt dalların hangi parçalardan oluştuğunu ayrıntılı bir şekilde vermektedir.



Şekil 1. Malewar'ın Kurumsal Kimlik Taksonomisi (Malewar, 2003).

Bu taksonomiye göre kontrollü kurumsal iletişim, kontrolsüz iletişim ve dolaylı iletişim kurumsal iletişimi oluşturmakta, kurumsal görsel kimlik sistemi ve kurumsal görsel kimlik sistemi uygulamaları kurumsal tasarımı oluşturmaktadır. Kurumun sahip olduğu değerler, felsefe, misyon, ilkeler, rehberlik, kurumun geçmişi ve kurucusu, kurumun kökeni ve alt-kültürler kurum kültürünü oluşturmaktayken, kurumsal tutum, personele olan tutum ve yönetim tutumları kurumun tutumunu oluşturmaktadır. Öte yandan kurumun marka yapısı ve örgütsel yapı kurumun yapısını meydana getirmektedir. Farklılaşma ve konumlama

stratejileri ise kurumun kurumsal stratejisini oluşturmaktadır. Kurumsal iletişim, kurumsal dizayn, kurumsal kültür, kurumun tutumunu, kurumsal yapı, kurumsal kimlik, kurumsal stratejilerin tamamı kurumsal kimliği oluşturmaktadır.

Kimlik, imaj, itibar arasındaki ilişki

Kimlik ve imaj kavramları kurumsal itibarın oluşumunda ve gerçekleşmesinde önemli yere sahiptirler.

Kurumsal kimlik şirketin tanınması ve keşfedilmesi açısından kurum için önemlidir. Kurumsal imaj ise örgüt ile ilgili inançlar ve hislerden meydana gelmektedir. Kurumsal itibar ise değer tabanlı bir kavramdır (Dowling, 2001).

Kurumsal kimlik kurumların sahip olduğu kültürel öğelerin paydaşlar açısından bir imaj olarak değerlendirilmesidir. Bununla beraber, algılanan imaj, kültürel değerler tarafından bir kalıba sokulurken, diğerlerinin bu oluşan kalıba karşı tutumları kendi sahip oldukları kültürlerin değerlendirmesiyle oluşacaktır. Büyük bir çoğunluğun aynı kurumun çalışanı olması durumunda, kültür, imaj ve kimlik yapısı doğal olarak öznel bir sistem içerecektir. Öte yandan, dış çevre veya toplumu da kapsıyorsa kurumsal kültür dış etkenlere karşı açık olabilir. Kurumsal kültür dıştan gelen etkenlere açık oldukça kurumsal imajın ve kurumsal kimliğin birbirlerine zaman geçtikçe daha da bağımlı olacağı söz konusudur (Hatch ve Schultz, 1997).

Mecdiacat (2003)'a göre kurumun sahip olduğu kimlik ile imaj birbirlerini etkilemektedirler ve bu etkileri ayırmak çok güçtür. Kimlik ve imaj birbirini tamamlamaktadırlar. Kurumun imajı, o kurumun istediği ya da hedeflediği noktayı tanımlamaktadır öte yandan kurum kimliği ise kurum içindeki çabaları kapsamaktadır. Somut çabalar sonucunda paydaşların aklında soyut olarak bulunan düşünceler değiştirilebilmektedir. Bu sebepten ötürü imaj oluşturulmak istendiğinde kurum kimliğinin sahip olduğu bütün öğeler arzu edilen imaja göre düzenlenmelidir ve buna göre etkinliklere şekil verilmelidir.

Özetlemek gerekirse, kurumsal kimliğin kuruma ait logo, amblem, kartvizit vb. gibi kuruma ait görsel araçlar gelmektedir. Ancak kurumsal kimliğe bu kadar dar açıdan bakılamayacağından dolayı, kurumun tasarımını, kurumun davranış tarzını ve kurumun felsefesini de kurumsal kimliğe dahil etmek görsel araçların

yanında daha da akıllıca olacaktır. Kurumsal kimlik oluştuktan sonra paydaşların zihninde bir algı oluşur ve bu oluşan algı paydaşların o kurum hakkında sahip olduğu imaj anlamına gelmektedir. Bu anlamda imajın somut olmayan bir kavram olduğu, kurum hakkında paydaşların aklında oluşan olgular denilebilir. Oluşan bu somut olmayan kişisel olgulara soyut imaj adı da verilmiştir. İtibar ise soyut bir kavram olmasının yanı sıra kuruma duyulan güven ve inanırlığa denmektedir. Bu durumda itibar için kurumun şeffaflığı, kurumun açıklığı da söz konusu olmaktadır. İmaj kişisel fikir ve algılardan oluşurken itibar kurum hakkında kamuoyunun sahip olduğu imajdan daha büyük değerlendirmeleri içerir. Bu nedenden dolayı itibarın imajdan sonra oluştuğu yargısına varılmaktadır. (Yirmibeş, 2010).

İtibar yönetimi ve önemi

İtibar, insanların ve kurumların en önemli varlığı olarak kabul edilmektedir. İtibar görmek birey ve kurumların başarısı için ayrı bir öneme sahiptir. Kişi ve kurumların sahip oldukları itibar, buldukları çevre tarafından belirlenmektedir. Uzun bir sürede tutarlı davranışlarla kazanılan itibar, çok kısa sürede kaybedilebilmektedir. Kurumsal itibarını göz önünde bulunduran kurumlar sadece paydaşlarıyla olan ilişkilerinde değil, personeli, iş ortakları, yatırımcılar gibi tüm paydaşları ile olan ilişkilerinde tutarlı ve ilkeli olmalıdırlar. Dış çevresiyle olan iletişimine önem veren kurumların itibar kazanmaları daha kolay olmaktadır (Akgöz, 2003).

İtibar yönetimini kurum çalışanları ile kurumun dış paydaşlarının fikir, bilgi ve algılarının kontrol altına alınması, bunların yönetilmesi olarak tanımlamak mümkündür. Bunun yanı sıra paydaşların kurum hakkındaki beklentileri belirlenerek kurumun hedefleri ile çalışanların hedefleri ve beklentileri eşleştirilerek uygulanan yönetim biçimi de denilebilir. Bu nedenden dolayı itibar yönetiminin dikkatli ve verimli bir şekilde yönetilmesi önemlidir. Kurumun itibarını olumsuz etkileyecek durum ve olaylara karşı alınacak tedbirler, bunların önceden tahmini ve gerçekleştiğinde doğru hamleleri yapacak yeterliliğe sahip olmak kurumsal itibarın amacıdır (Karaköse, 2007).

Kurumlar dünyası sürekli bir rekabet içindedir. Her kurum diğer kurumlara karşı üstünlük yarışı içerisinde ve bu kurum için önem arz etmektedir. Bu rekabet yarışında itibar sahibi olmak çok önemli olduğu gibi sahip olunan bu itibarı

korumak da kurum için fazlasıyla önemlidir. Bu nedenle kurumlar itibarlarını her türlü risk ve tehlikelerden korumak zorundadırlar. Bu bağlamda her kurum içinde bulunduğu çevreyi, paydaşların beklentilerini, kendi içyapısını göz önüne alarak itibar risk yönetimi ve itibar korunumu sürecini başlatabilir. Bu süreç içerisinde kurum ile paydaşları arasındaki iletişim çok önemlidir. Özellikle kurumun halkla ilişkiler bölümü kurum ile halk arasındaki olumlu iletişimi sağlama görevini üstlenmektedir. Halkla ilişkilerin rolleri arasında kurumun itibarını zedeleyecek herhangi bir risk olması durumunda paydaşları konu ile ilgili bilgilendirmek oluşabilecek riskler konusunda uyarmak, çalışanları da bu sürecin içine dahil ederek oluşmuş riski el birliğiyle bertaraf etmektedir. Böylece hem kurum kurumsal itibarı zedeleyecek risk ortadan kalkmış olacaktır hem de paydaşlar var olan riskten etkilenmeyecektir (Uzunoğlu ve Öksüz, 2008).

Örgütler, itibarlarını güçlendirmek ve bunu daha da kalıcı hale getirebilmek amacıyla; paydaşlarının kimler olduğunu ve onlar tarafından nasıl algılandıklarını, aynı alanda faaliyet gösteren rakiplerine göre nasıl bir itibara sahip olduklarını, rakiplerine göre güçlü ve zayıf yönlerini ve paydaşlarıyla etkileşimde kullanacağı yöntemleri çok iyi tespit etmelidirler. Yöneticilerin bunu başarabilmeleri, örgütsel itibarı yönetebilecek bilgi birikimine sahip olmalarına bağlıdır. İnsanlar veya örgütler, yaşadıkları çevrede iyi bir itibar sahibi olmak isterler. İnsanların sahip oldukları itibarı yaşadıkları çevre belirler ve insana itibar dış çevreden gelmektedir. İtibar bir nevi; arkadaşlarımızın, eşimizin, dostumuzun bizimle ilgili olarak çekmiş oldukları bir fotoğraf gibidir. Çevrenize olumlu izlenimler bıraktığınızda çok hızlı biçimde itibar kazanabilirsiniz ancak itibarın zedelenmesi veya kaybedilmesi de aynı şekilde hızlı olabilmektedir. Bu yüzden, olumsuz durumlara karşı itibarın korunması amacıyla stratejik bir planın geliştirilmesi faydalı olacaktır (Karaköse, 2007).

Yukarıda kurumsal itibar yönetiminden bahsedilmiştir. Aşağıda ise kurumsal itibarın öneminden bahsedilecektir.

İtibar örgütler için değerlidir, çünkü soyut bir değer olan itibar, uzun vadede somut değerler üretmektedir. Güçlü bir kurumsal itibarın kurumlara finansal açıdan, pazar payı açısından ve insan kaynakları olarak üç açıdan kurumalara değer kattığı görülmektedir. Güçlü itibara sahip kurumlar, kamuoyuna sunacakları hizmetler sayesinde kolaylıkla paydaş bulabilirler, toplum tarafından kabul edilebilirliklerini

arttırabilirler, nitelikli çalışanları kendilerine çekebilirler, çalışanların desteği ve inancıyla kurumları kriz dönemlerinde daha kolay atlatmalarına yardımcı olabilirler. Diğer yandan kötü bir itibar, kurumların paydaşları açısından desteklenmesini olumsuz etkileyecek, kurumun çalışanları verimli çalışmayacak ve kurumun faaliyetlerini devam ettirmesi zorlaşacaktır. Görüldüğü gibi günümüzde itibar, kurumların yaşamsal faaliyetlerini ve günlük hayatta kazananları ve kaybedenleri belirleyen en önemli öğelerden biridir. İtibarın temelinde güven vardır. İster siyasi, ister ekonomik, ister kültürel olsun dünyadaki tüm sorunların ve krizlerin temelinde güven eksikliği ya da kaybı bulunmaktadır. Bu nedenle güçlü bir itibar yaratabilmek için hedef kitlelerle güvene dayalı ilişkiler kurmak gerekmektedir (Güzelcik, 2012).

Bir örgütün sahip olduğu itibarını yitirmesinin maliyeti, ekonomik olarak değer kaybetmesinden çok daha yüksektir. Bu durumda, üst yönetim kaybedilen itibarın geri kazanılması için duyarsız davranıyorsa örgütün yok olmasına sebebiyet verebilir. Çünkü kaybedilen ekonomik değer tekrar kazanılabilir ancak zedelenen itibarın tamir edilmesi, sanıldığı kadar kolay ve ucuz olmayacaktır. İtibarın yeniden kazanılması için, örgütün bütün süreçleri titizlikle gözden geçirilerek hızlı ve doğru çözüm yolları üretilmelidir. Ekonomik açıdan düşünüldüğünde, piyasada sağlam bir itibara sahip olan örgütler, rakiplerine oranla müşteriyi daha fazla cezbederler. Sağlam bir itibar elde etmek uzun bir süreci alabilir. İnsanlara örgütü sevdirmek, daha da önemlisi onlarla gönül bağı kurmak gerçekten zor bir iştir. Bu yüzden, paydaşlara verilen sözlerde ve yapılan işlerde devamlı olarak güvenilir ve tutarlı olunmalıdır. İnsanlar, sizin veya kurumunuzun herhangi bir zamanda tutarsız davranışlar sergilediğini ve güvenilir olmadığınızı fark ettikleri anda kolaylıkla sizinle olan gönül bağına koparabileceklerdir. Kurumların itibarlarını sadece kendilerinin sergiledikleri davranışlar belirlemez. Doğal olarak paydaşların kurumla ilgili olumlu veya olumsuz izlenimleri de itibarı doğrudan etkilemektedir. Herhangi bir örgütün veya kişinin, kurumunuz hakkında sarf ettiği olumlu düşünceler, insanların nezdinde itibarınızı yükseltecektir. Tersisi durum söz konusu olduğunda ise itibar doğal olarak zedelenecektir. Örgütler, itibar yönetimini etkin olarak gerçekleştirebilmek için, önce kimlik analizi yapmalıdırlar. Kimlik analizi yapılırken, örgüt gerçekleştirmek istediği hedeflerini açık ve net olarak ortaya koyarak, çalışanların beklenti ve isteklerini şekillendirmelidir. Örgütlerin, iç ve dış

paydaşlarının beklenti ve isteklerinin tümüne cevap vermesi mümkün değildir. Bunun için, öncelikle hayati öneme sahip olan hedefler net olarak belirlenmeli ve bunlar tüm paydaşlara kabul ettirmelidir. Daha sonraki adımda ise, iç ve dış paydaş gruplarının beklenti ve istekleri tespit edilerek; hangilerinin karşılanabileceği ortaya konmalıdır. Böylece, sosyal paydaşların boş hayaller peşinde koşmaları da engellenmiş olacaktır (Karaköse, 2007).

Kurumların günümüz dünyasında sahip olması gereken, genel anlamda karşılıklı güvenin oluşturulması ve beklentilerin gerçekleştirilmesi ile oluşan kurumsal itibara, kurumun bekasını sağlamak ve yaşamsal faaliyetlerini sürdürebilmek için ihtiyacı vardır. Kurumlar için hayati öneme sahip olan itibarı korumak ve yönetmek de aynı derecede önemlidir. Kaybedildiğinde kurum için geri kazanılamaz ya da uzun ve zor bir süreç sonrası geri kazanılabilen itibarın yönetilmesi kurumlar için hayati öneme sahiptir. Bu sebepten dolayı itibar yöneticileri kurumun paydaşlarının beklentilerini gerçekleştirmede gevşeklik göstermemesi gerekmektedir. Aynı zamanda kurumlar ve paydaşları arasında oluşan karşılıklı güvenin zedelenmemesi için kurum gerek iletişim yoluyla gerekse alternatif çözümlerle oluşan itibar riskini gidermelidir. Kurumlar faaliyetlerinde tutarlı olarak, hedeflediği amaçlar doğrultusunda çalışarak, iç ve dış paydaşların beklenti ve isteklerine mümkün mertebe karşılık vererek itibarlarını koruyabilirler ve kurumsal itibarı yönetebilirler.

Kurumsal itibarın bileşenleri

Kurumsal itibar bileşenleri, kurumsal itibarı nelerin olumlu ve nelerin olumsuz etkilediğini, hangi paydaşları memnun edip, hangi paydaşları memnun etmediğini tespit etmek için çok önemlidir (Karaköse, 2007).

Kurumsal itibar alan yazınında kurumsal itibarın bileşenlerinin farklı maddeler halinde incelendiğini görmekteyiz. Bu çalışmada kurumsal itibarın bileşenleri duygusal cazibe, finansal sağlamlık, toplumsal sorumluluk anlayışı, ürün ve hizmet kalitesi, vizyon ve liderlik, çalışma ortamı ve kurumsal etik bileşenleri olarak incelenecektir.

Duygusal cazibe

Duygusal cazibe kurumların saygı görme ve sevilme seviyesidir. Çalıştığı kurum ile duygusal bağ kuran çalışan kendini kurumla özdeşleştirecek ve böylece kurumuna karşı güvenilir ve sadakatli bir çalışan olarak kurumun itibarının kuvvetlenmesini olumlu etkileyecektir (Karaköse, 2007).

Kurumsal itibar oluşturulurken sosyal paydaşların belirlenmesi kurum için önem arz etmektedir. Tüketici, kamuoyu, medya, çalışanlar gibi paydaşların kurum ile ilgili düşünceleri ve sonrasında ise bu paydaşların kuruma bağlılık dereceleri önemlidir. Örnek vermek gerekirse, dış paydaş olan tüketiciler ürün ya da hizmet aldıklarında duygusal bağ kurmaları kendileri açısından kurumu farklı kılacaktır (Argüden, 2003).

Kurumlar, felsefelerini ve değerlerini belirlemede iç paydaşlarına başvurmaları ve ortak anlayışı ürün ve hizmetleriyle ilgili mesajları hedef kitlelerine bildirmelidirler. Bu noktada yaşanabilecek olası problem, farklı paydaş gruplarının kurumdan beledikleri ve isteklerinin de farklılaşması, dolayısıyla tüm paydaşları tatmin etmenin zorluğu ve tutarlılık ilkesi ön plana çıkmaktadır. İtibarı kazanmak için kurumların birçok alanda birbiri içinde uyum olan tutum göstermeleri gerekmektedir. Özellikle kurumlar paydaşlarına hitap ederken sundukları hizmetlerle farklılık oluşturmaları gerekmektedir. İtibar temelde paydaşları ile kurum arasında güven ve anlayış barındırmaktadır. Anlayışın tesis edilmesi ve itibarın sürekliliği için kurumun paydaşları arasında uyumlu ve tutarlı anlayış oluşturmaları önemlidir (Dinçel, 2012).

Yukarıdaki ifadelerle göre duygusal cazibe kurumların toplum tarafından sevilmesini ve toplumun kuruma saygı göstermesi anlamlarını ifade etmektedir. Paydaşların kurumu sevmeleri kurumun her an yanında olmalarını sağlar ve bu kurumun geleceği için önem taşımaktadır.

Aynı zamanda kurumlar duygusal cazibesini kullanarak geleceğini de sağlamlaştırmış olmaktadır. Paydaşları ile aralarında duygusal bağ kuran kurumlar daha az paydaş kaybetme endişesi içindedirler. Kurum ile paydaş birbirlerini kaybetmemek için bu duygusal cazibeye ihtiyaç duyarlar denilebilir.

Finansal sağlamlık

Finansal performans örgütün kar yapma kapasitesini, yatırım için riskleri göze alması ve diğer örgütlerle rekabet içinde olabilme etkinliğini belirtmektedir. Örgütler hedeflerine ulaşamamalarının sebepleri arasında teknik olarak ve fiziksel olarak kaynak yetersizliğine sahip olmasıdır. Ekonomik anlamda altyapısını kuvvetli tutan örgütler küresel dünyada diğer örgütlere nazaran daha fazla olumlu itibara sahibi olacaklardır ve bu örgütler için başarı kaçınılmaz olacaktır (Karaköse, 2007).

Kurum ile ilgili paydaşların olumlu ya da olumsuz düşünce ve algıları oluşurken finansal performans önemli bir role sahiptir. Kurumun paydaşlara sunduğu hizmetler iyi olmasına rağmen kurumun içinde bulunduğu finansal olumsuzluk, güvenilirlik, kurumun satış sonrası hizmetleri, hisse senedi değerleri ve bunlarla birlikte kurumun uzun dönemde sahip olduğu finansal sağlamlığı ve yatırım değeri gibi olgular kurumun kurumsal itibarını etkileyen önemli ölçütlerdir. Kurumların uzun vadede bekasını sürdürebilmeleri için finansal sağlamlığa ihtiyaçları vardır ve finansal açıdan güçlü olan kurumlar diğer kurumlara göre ürünlerine ve hizmetlerine daha kolay alıcı bulabilmektedirler. Öte yandan toplum gözünde kurumun finansal açıdan sağlam olduğu izlenimi kurum ile ilgili algıların olumlu yönde gelişmesi açısından önemlidir (Altıntaş, 2005).

Fombrun'a (2001) göre kurumların var olduğu dünyada finans yapısı en etkili savunma aracıdır. Paydaşlar kurum hakkındaki görüşlerini kuruma yatırımlarını kısa vadede değerlendirmekten çok kurum uzun vadede konumunu, finansal sağlamlığını temel alırlar. İç paydaşlar ise kurumun kendilerine ne kadar kar sağlayacağı konusunda ve ek katkıları dikkate alırlar. Bu nedenle iç ve dış paydaşlar kurumla ilgili bütün ilişkilerde sabit, belirli bir düzen ve güven içerisinde olmak ister ve geçici kar amaçlarına çok sıcak bakmazlar. Kurumlar olumlu ve düzen içerisindeki ekonomik kazanç dönüşleri olduğu sürece iyi bir itibar elde eder ve bunları sürdürdüğu sürece itibarlarını devam ettirirler.

Eğitim kurumu için düşünüldüğünde eğitim kurumlarının finansal sağlamlığı ve ürün çıktıları göz önüne alındığında, paydaşlar daha iyi eğitim veren ve eğitim sonunda en iyi eğitim çıktılarına sahip olan okulları tercih edecektir. Paydaşlar öğrenciler için en iyi imkanları veren eğitim kurumlarını diğer kurumlara göre

kendilerine daha yakın hissedeceklerdir. Bir eğitim kurumunun hem sosyal alanda çeşitli imkanlar sağlaması hem de eğitim alanında iyi eğitim verip eğitim sonunda beklenen seviyede donanıma sahip öğrenciler yetiştirmesi eğitim kurumunun tercih edilmesinde önemli rol oynayacaktır. Bu nedenle Yirmibeş (2010)'a göre itibarın olumlu olması kurumların sahip olması gereken en etkili değerdir. İtibarın somut bir değer olmamasına rağmen, kuvvetli ve olumlu itibar bu somut olmayan değeri somut bir değere dönüştürebilir.

Finansal sağlık kurumun paydaşları gözündeki güvenini arttıran bir bileşendir. Finansal olarak sağlam olan kurumlar müşterileri açısından vazgeçilmez ve cazibe noktasıdır. Öte yandan finansal sağlığa erişememiş kurumlar başarılı ürün sağlamalarına rağmen paydaşlar açısından finansal olarak sağlam olan kuruluşlara göre daha geri planda kalmaktadır. Bu nedenle finansal sağlık bileşeni kurumlar için en önemli bileşenlerden bir tanesidir diyebiliriz.

Toplumsal sorumluluk anlayışı

Sosyal sorumluluk günümüzde kurumların itibarını etkileyen bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Kurumlar itibarlarını bulunduğu çevreye ve çevrenin problemlerine karşı duyarlı bir şekilde, problemlere çözüm bulmaya çalışarak ve çevreye faydalı olmaya çalışarak ve aynı zamanda bu şekilde algılanarak elde ederler (Dinçer, 1998).

Bir örgüt sosyal sorumluluk anlayışının gereği olarak ürün ve hizmetlerinin kalitesini sürekli artırmalıdır. Ayrıca içinde bulunduğu toplumun sorunlarına karşı duyarlı davranarak bu sorunların çözüme kavuşturulmasına katkıda bulunmalıdır. Örgütlerin sosyal sorumluluk ilkesine uygun olarak hareket etmesi, o örgütün toplumun nezdinde itibarının artmasına katkı sağlayacaktır. Örgütler içinde buldukları toplumun değerlerine ve hassasiyetlerine azami ölçüde dikkat göstermelidirler. Bir örgüt açısından sadece yatırım yaparak maksimum seviyede kar elde etmek kurumun varlığının idamesi açısından yeterli bir faaliyet değildir. Bunun yanında kamu yararı ilkesinin de göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Örgütler faaliyet gösterdikleri sahada öncelikle toplumun çıkarlarını gözetmelidirler. Sosyal sorumluluk bilincine erişmemiş örgütlerin finansal yapıları ne kadar güçlü olursa olsun, toplumun nezdinde iyi bir itibara sahip olmaları düşünülemez. (Karaköse, 2007).

Toplumsal sorumluluk anlayışı kurumların itibarını etkileyen diğer bir etkidir. Kurumun günümüz toplumunun sıkıntı ve problemlerine karşı duyarlılığı, bu sorunlara karşı çözüm odaklı davranışı, gerektiğinde ve hâlihazırda bu tür sorunlara karşı mali kaynak ayırması kurumun paydaşları ve toplumdaki yerini ve itibarını arttırmaktadır diyebiliriz. Bu kapsamda eğitim kurumlarının, eğitim alanında topluma ve çevreye yararlı bireyler yetiştirmek amacıyla eğitim programlarını gözden geçirmeleri gerekmektedir. Bununla birlikte toplumun sorunlarını da göz önüne alarak eğitilenlerin gelişimini dikkate almak önemlidir. Böylece eğitim kurumları da sosyal sorumluluk anlayışı çerçevesinde itibarlarını arttırabilirler ve toplum tarafından daha fazla tercih edilen eğitim kurumu haline gelebilirler denilebilir.

Ürün ve hizmet kalitesi

Kurumlar ürettikleri ürün ve hizmetler ile dış paydaşları ile ilişki kurarlar. Bu ilişkinin olumlu ve sürekli olması kurumun varlığını devam ettirebilmesi için zorunludur. Dolayısıyla dış paydaşların kaliteli ürün ve hizmetlerle buluşması, kurumun tercih edilebilirliğini arttıracaktır. Alınan hizmet 'kaliteli' olarak kabul edildiğinde paydaşların kurum ile ilgili fikirleri de farklılaşmakta ve kurumun ürün ve hizmetleri ile ilgili olumlu deneyimler olumlu kurumsal itibarı beraberinde getirmektedir. Aynı şekilde tüketicilerin kurumun hizmetleri ile ilgili olumsuz deneyimleri de kurumsal itibarın zedelenmesine neden olmaktadır (İcil, 2008).

Toplum gözünde iyi bir itibara sahip olabilmek, topluma sunulan ürün ve hizmetin kalitesi ile doğru orantılıdır. Her örgüt müşteri potansiyelini artırabilmek için ürün çeşitliliğini ve kalitesini geliştirme çabası içindedir. Müşteriler açısından bakıldığında ise durum aynıdır. Yani müşteri ucuz, kaliteli ürün ve hizmet aramaktadır. Belli avantajlar sunan örgütlere yönelerek ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar. Müşteriler bu iletişim döneminde olumsuz bir durumla karşılaşmadığı sürece örgütle olan bağı koparmayacaktır. Örgütler müşterilerin ürün tercihlerini karşılamaya çalışırken aynı zamanda yeni alternatifler sunarak, onları sürekli bilgilendirmelidir. Bunun için örgüt tarafından yapılabilecek herhangi bir yanlıştın yine örgüt tarafından kabullenilerek acilen çözüme kavuşturulması, müşterilerin güvenini kazanmak açısından önemlidir (Karaköse, 2007).

Kurumlar topluma hizmet uygulamaları ve oluşturdıkları ürünler ile paydaşları ile etkileşim içine girmektedirler. Yapılan hizmetin niteliği ve ürünlerin kalitesi o kurumun itibarını olumlu yönde etkilemektedir. Kaliteli hizmet ve ürün sunan kurumlar diğerlerine göre paydaşları açısından hep bir adım öndedirler. Bu açıdan eğitim kurumlarına bakıldığında eğitilenlerin başarılı olması, yapılan sınavlarda üstün başarı sağlamaları, yetiştirilenlerin mesleki başarıları mezun oldukları okulların itibarını etkilemektedir diyebiliriz.

Vizyon ve liderlik

Kurumun konumu ve bulunduğu yerdeki imkanları iyi değerlendirebilme becerisi, kurumun değerine değer katmaktadır ve kurumun dış paydaşlar açısından olumlu bir itibara sahip olmasını sağlar. Bununla birlikte kurumun gelecekle ilgili net bir vizyonun olması ve bu vizyonun kurumun paydaşları tarafından da paylaşılması kurumun konumunu güçlendirecektir. Üretilen hizmetin ilk olması ya da paydaşlarının ihtiyaçlarına tam olarak yanıt vermesi de kurumun bulunduğu çevrede olumlu kurumsal itibara sahip olmasını sağlamaktadır (İcil, 2008).

Belirli bir vizyon çerçevesinde faaliyetlerini gerçekleştiren kurumlar, kısa vadede yarar sağlayan ancak uzun vadede kendilerine zarar verebilecek olan hamlelerden de kaçınacaklardır. Kurumlarda vizyonla uyumlu stratejiler belirlenmesi halinde kurumsal itibarın olumlu yönde etkileneceği düşünülebilir (Işık, 2011).

Kurumun sektörde öncü ve lider olması, o kurumun piyasadaki konumunu ve kamuoyunun kuruma karşı düşüncelerini belirleyen bir diğer önemli unsur liderliktir. Tarihinde yenilgi bulunmayan ve böylece alanında lider konumda olan bir kurum sadece tüketicileri değil aynı zamanda piyasadaki diğer rakiplerini de etkilemektedir ve onların sahip olduğu üretkenliği ve pazarlama şekillerini de değiştirmektedir (Altıntaş, 2005).

Vizyon ve liderlik kurumların itibarını etkileyen bileşenlerden bir tanesidir. Kurumlar sahip olduğu vizyon ile toplumda bir yer edinirler. Kurumun vizyonunu gerçekleştirmek için attığı her adım o kurumun kararlılığını göstermektedir. Ayrıca vizyon sahibi kurumlar her hangi bir vizyonu olmayan kurumlara göre paydaşlar açısından daha canlı görünecektir. Öte yandan kurumların kendi alanlarında başarılı

olması, diğer kurumlara önder olması ve onları yönlendirmesi o kurumun paydaşlarına başarılı ve lider olduğu izlenimi vermektedir. Bu nedenle alanında lider olmak ve vizyon sahibi olmak bir kurumun itibarını olumlu yönde etkiler diyebiliriz.

Eğitim kurumları açısından vizyon çok önemlidir. Eğitilenlerin beklentilerinin okul tarafından karşılanıyor olması, eğitimin eğitilenlerin gelecekte olmak istediği alanla ilgili alt yapıyı sağlayabiliyor olması, bunun için gereken eğitimi verebiliyor olması o eğitim kurumunu tercih edilen kurum yapacaktır diyebiliriz. Öte yandan bazı alanlarda ün yapmış eğitim kurumları örnek verecek olursak üniversite kazandırma oranları, ya da lise sınavları başarı durumu o eğitim kurumunu alanında lider yapacaktır. Alanında lider olan eğitim kurumları da bir yandan olumlu itibar sahibi olurken aynı zamanda en çok tercih edilen bir eğitim kurumu olacaktır diyebiliriz.

Çalışma ortamı

Çalışanlar açısından, çalışma ortamının uygun olması çok önemli olup, bunun için üst yönetim tarafından gerekli koşullar hazırlanmalıdır. Çalışanlar, örgüt hedefleri için yönlendirilirken, onların istek ve beklentilerinin karşılanmaması, istenmeyen sonuçların meydana gelmesine neden olabilir. Çalışanların çalışma şevki ve azmi, işini sevmesi, kurumsal başarının artmasına dolayısıyla kurumsal itibara olumlu katkı sağlayacağından, çalışanlar için en uygun çalışma ortamının sağlanması önem arz etmektedir (Karaköse, 2007).

Çalışanlara uygun çalışma ortamı hazırlamak, kurumsal başarının artmasına etki edecektir. Bu sebeple kurumsal itibara olumlu yönde katkıda bulunacağını söyleyebiliriz. Çalışanlar kurumun iç paydaşı konumunda olmalarından dolayı çalışma ortamı kurumun itibarını doğrudan etkileyen bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Olumlu çalışma ortamında çalışanlar kurumda kalmaya devam edeceklerdir ancak uygun olmayan ya da zor çalışma şartlarında çalışanlar çok çabuk işi bırakacaklarından ve kurum sürekli çalışan değiştireceğinden kurumun itibarı olumsuz şekilde etkilenecektir denilebilir. Kurumdaki çalışanların çalışma sürelerinin uzun olması iç paydaşların kendilerini güvende hisetmelerini sağlamakla birlikte toplum gözünde de sürekli çalışanları işten çıkaran ya da değiştiren izlenimini kırmaktadır denilebilir.

Kurumsal etik

Kurumsal etik anlayışı itibar yönetiminden ayrı tutulamayacak bir kavramdır. Etik çerçevenin dışında kalan davranışlar örgütün itibarını zedeleyebilir. Bu sebepten dolayı örgütün iş ve günlük yaşamda etik dışı davranışlardan uzak durması gerekmektedir (Schultz ve Werner, 2005).

Kurumlar sahip olduğu itibarı devam ettirmek ve itibarının varlığını korumak amacıyla etik değerlere dikkat etmek zorundadır. Bu sebepten dolayı yöneticilerin çalışanlara karşı etik sorumlulukları şunlardır (Şimşek, 1999):

- Çalışma hakkına saygı gösterme zorunluluğu,
- Adil ücret ödeme zorunluluğu,
- Çalışanların özgür konuşma hakkını sağlama zorunluluğu,
- İşçilerin dernek (sendika) kurma ve grev yapma hakkına engel olmama sorumluluğu,
- Özel hayatın gizliliği hakkına saygılı olma sorumluluğu,
- Güvenli ve sağlıklı koşullar yaratma ve çalışma hayatının kalitesini yükseltme sorumluluğu,
- Çalışanlar arasında ayrımcılık yapmama ve cinsel tacizden sakınma sorumluluğu,
- Çalışanların kararlara katılma hakkını sağlama sorumluluğu.

Öte yandan etik konusu eğitim kurumları için daha büyük öneme sahiptir. Öğretmenlerin ve okul yöneticilerinin etik konusuna daha fazla dikkat etmeleri ve öğrencilerin gözünde örnek kişilik olarak görüldüklerinden yöneticiler, yönetici itibarı ve kurumun itibarını dikkate almak durumundadırlar.

Çeltik (2003) 'e göre okul yöneticisi için geliştirilmiş olan etik kıstaslar şu şekildedir:

- Öğrencilere yönelik karar verme ve uygulama etkinliklerinde, en iyi temel değerlere uyulmalı,
- Mesleki sorumluluklarını dürüstlük ve bütünlük içinde icra etme,
- Bütün bireysel hakları, insan haklarını, vatandaşlık haklarını koruma ve bu haklara uygun ilkeleri destekleme,

- Ulusal ve yerel kanunlara itaat etmek, devlet yönetimini doğrudan ya da dolaylı olarak hedef alan yıkıcı eylemlerde bulunmamak,
- Eğitim yürütme kurulunun aldığı yönetsel karar ve düzenlemeleri uygulamak,
- Eğitimsel hedeflere ulaşmayı engelleyecek kanun, politika ve düzenlemelerin doğru ölçütlere dayandırılması için gerekli çabayı göstermek,
- Politik, sosyal, dini ve ekonomik alanlarda kişisel kazanç sağlayıcı davranışlardan kaçınmak,
- Bütün örgütsel sözleşmelere onuruyla uymak ve bağlılığını göstermektir.

Eğitim örgütleri açısından kurumsal etik, okul içinde ve dışında uyulması önemli olan ahlaki davranış kalıplarını anlatan bir boyut olarak düşünülebilir. Eğitim kurumlarında evrensel etik değerler ışığında eğitim vermeye çaba gösterilmelidir. Kurumda ırk, dil, din cinsiyet ayrımı yapılmadan herkese eşit davranılmalıdır. Değerlendirme ve not takdirinde objektif davranılması kurumsal etik açıdan önemlidir. Kurumdaki herkesin kişilik haklarına saygı gösterilerek, fikirlerini özgürce ifade edebilecekleri bir ortamın oluşturulması önemlidir. Tüm çalışanların kurumun olanaklarından adil bir şekilde yararlanabilmesinin sağlanması kurumsal itibarı olumlu etkileyecektir (Karaköse, 2007).

Kurumsal etik eğitim örgütlerinin itibarı açısından önem arz etmektedir. Eğitim örgütü içerisinde oluşabilecek etik dışı tutumlar ya da izlenimler eğitim örgütünün itibarını zedeleyecektir. Bu sebeple kurum içerisinde başta eğitim yöneticileri olmak üzere öğretmenler öğrencilere bu konuda örnek olmalıdır ve herhangi bir etik dışı oluşuma izin vermemelidir.

Okul yöneticileri açısından kurumsal etik

Yöneticiler eğitim örgütlerinin yönetiminde önemli bir makamda bulunmaktadır. Yöneticilerin liderlik tarzları ve karşı karşıya geldiği farklı durumlarda sergilediği mesleki ve etik davranışlarında, ahlaki değerlerin akisleri görülmektedir. Gündelik alınan kararlarda, insanların sahip olduğu ve bilinçaltındaki ahlaki eğilimler davranış ve tutumlarını etkilemektedir. Öğretmenlerin ve diğer çalışanların iş konusunda moralini olumsuz etkileyen

önemli etkenlerden bir tanesi de yöneticilerin etik konusunda eksik olmaları ya da dürüstlüğünden veya tarafsızlığından kuşku duyulmasıdır. Yöneticilerin dürüst olmayan davranışları daha alt pozisyondaki yöneticilerin de ahlaki olarak bozulmalarına ve örgütün etik değerler dışına çıkmasına sebep olmaktadır (Aydın, 2005).

Amerikan Okul Yöneticileri Derneği, Okul İşletme Görevlileri Derneği <ve diğer okul müdürü örgütleri yönetim alanında etik değerleri okul yönetimi açısından dikkat edilmesi gereken bir konu olarak ele alınmış ve etik davranış prensipleri geliştirilmiştir. Bu prensipler geniş kabul görmesine rağmen bireylerin doğru karar verebilmelerini sağlayarak ve davranışlarına yön verebilecek özelliklerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Sadece kanunlara uymak ya da kanunu dikkate almak okul kurallarına uyum ve etik değerlere uygun davranışlar sergilemek için yeterli değildir (Pehlivan, 2001).

Amerika Birleşik Devletleri Okul İşletme Görevlileri Derneği, Amerikan Personel Yöneticileri Derneği ve Ulusal Kadın Eğitim Yöneticileri Konseyi 1973 yılında yöneticiler için ilkeler belirlemiştir. Bu ilkeler;

1. Bütün karar ve eylemlerinde öğrencilerin iyiliğini temel değer olarak kabul ederler.
2. Mesleki sorumluluklarını doğruluk ve dürüstlikle yerine getirirler.
3. Bütün bireylerin yurttaşlık ve insan haklarını gerektirdiği gibi korur ve destekler.
4. Bölge, eyalet ve ulusal yasalara uygun davranır ve doğrudan ya da dolaylı olarak devleti yıkıcı ve bozucu örgütlere katılmaz ve desteklemezler.
5. Eğitim kurulunun eğitim siyasaları ile yönetsel kural ve düzenlemelerini uygularlar.
6. Eğitim amaçları ile tutarlı olmayan yasa, siyasa ve düzenlemelerin düzeltilmesi için uygun önlemlerin alınmasının yollarını ararlar.
7. Politik, toplumsal, ekonomik veya diğer tür kazançlar sağlamak için mesleki konumlarını kullanmaktan kaçınırlar.
8. Yalnızca uygun kurumlardan alınmış akademik derece veya mesleki gelişme sağlamanın yollarını ararlar.

9. Mesleki etkililiklerini artırmak için sürekli araştırma yaparlar ve mesleki gelişme sağlamanın yollarını ararlar. Bütün anlaşmalara, sona erinceye kadar ya da sona erdirilinceye kadar uygun davranırlar.

Paydaş kavramı

Kurumların herhangi bir şekilde ilişki içinde olduğu kişi ya da kurumlara paydaş denilmektedir (Üçok, 2008). Diğer bir ifade ile kurumların karar, politika ve uygulamalarından etkilenen ve aynı zamanda kurumların karar, politika ve uygulamalarını etkileyen gruplar olarak tanımlanabilir (Gültekin ve Küçük, 2004).

Kurumsal itibarın paydaşlar üzerindeki etkileri

Kurumlar, geçmişe oranla çok daha fazla iç ve dış etmeni göz önüne alarak faaliyetlerini sürdürmek zorundadırlar. Globalleşme ve bilgi teknolojilerindeki hızlı ilerleme, işletmeleri hiç düşünmedikleri paydaşlarla dahi yüz yüze getirmiştir. Bu paydaşların beklentilerinin karşılanmasının kurum itibarı için ne kadar önemli olduğu artık kabul edilmektedir (Ergenç, 2010).

Kurumsal itibar kurum için olduğu kadar kurumun paydaşları için de değerlidir. Soyut bir unsur olmasına rağmen somut bir değer yaratan kurumsal itibar, başta çalışanlar olmak üzere kurumun diğer iç ve dış paydaşlarını bilgilendirmekte ve olumlu kurumsal itibar kuruma, her paydaş grubunda farklı faydalar sağlamaktadır. Bu faydalar, kar amacı güden örgütlerde, kurumun müşterileri için satın alma alışkanlığı ve pazar payında artış, yatırımcılar açısından ise karlı yatırım anlamına gelmektedir. Kar amacı gütmeyen örgütlerde ise olumlu kurumsal itibar, çalışanlar için bağlılık ve motivasyon oluştururken, aynı zamanda kurumun performansını da geliştirerek tercih edilmeyi de sağlamaktadır (İcil, 2008).

Kurumların itibarını belirleyen etkenlerden bir tanesinin paydaşlar olmasından dolayı kurumsal itibar açısından kurumların paydaşlar ile olan ilişkisi çok önemlidir. Kurumsal itibar için kurumlar iç ve dış paydaşlar ile etkin iletişim içinde olmak zorundadırlar. Farklı sebeplerden dolayı paydaşlar sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırmaya göre paydaşlar kurumsal itibar açısından iç paydaşlar ve dış

paydaşlar olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Kurumun kurucuları, hissedarlar, yöneticiler ve çalışanlar iç paydaşları oluşturmaktadır. Yatırımcılar, rakipler, toplum, hükümet, müşteriler, tedarikçiler ve medya ise dış paydaşları oluşturmaktadır (Fombrun, 1996).

Bir kurumun başarısı ve başarısızlığı toplumla olan ilişkisinin etkinliği ile yakından ilgilidir. Kurumun, toplum tarafından nasıl tanındığı, itibarı ile ilgili olarak büyük bir öneme sahiptir. Kurumların sosyal sorumluluğu, dünyanın her yerinde giderek önemi artan bir değer olarak karşımıza çıkmaktadır. Kurumlar, ürettikleri mal ve hizmet satışlarıyla müşterilerine, vergiler nedeniyle devlete, kaynak donanım nedeniyle tedarikçilerine, ücretler nedeniyle çalışanlarına, iş ahlakı ile de rakiplerine karşı sorumludurlar. Kurumun çevresini oluşturan bu grupların birbirinden farklı istek ve beklentileri vardır ki, itibar da bir nevi bu beklentilerin kurum tarafından gerçekleştirilme derecesidir. İçinde yer aldığımız topluluklar; kurumlardan yakın çevrelerine, hizmetlerini sundukları insanlara karşı sosyal ve çevresel sorumluluklarını yerine getirmelerini isterler. Toplum; kurumlardan, canlılara ve doğaya zarar vermemesini, çevre kirliliğine yol açmamasını, doğal kaynaklara zarar vermemesini ve toplumsal yaşamı zenginleştirecek sosyo-kültürel etkinliklere katkıda bulunmasını beklemektedir. Tüm bu özellikler itibar yönetiminin unsurları içinde yer almaktadır. Bu da bize şunu göstermektedir ki, kurum itibarını iyi yöneten bir şirket çevresindeki tüm paydaşların beklentilerini belirli ölçüler içerisinde karşılayarak, hem kendine finansal değer katmakta hem de farklılık meydana getirmektedir (Gezmen, 2014).

Toplumun kurumları algılama şekli ve algılamalarına bağlı olarak kurumu nasıl tanıdığı kurumun sahip olduğu itibar açısından büyük öneme sahiptir. Kamuoyunda kurumla ilgili olan genel algı kurumun toplumla olan ilişkisi ile yakından ilgilidir. Aradaki ilişki ne kadar başarılı ise algılama da o kadar başarılıdır. Toplumla kurum arasında kurulan bu ilişkinin temel hedefi kurumun ürünlerini, hizmetlerini ve uygulamaları ile toplumu bilgilendirmek varsa toplum gözündeki olumsuz fikirleri düzelterek olumlu algı oluşturmaktır (Güney, 2002).

Kurumsal itibarı eğitim kurumları açısından ele aldığımızda okul yöneticilerine büyük görev düşmektedir. Okulun sosyal paydaşlarından olan öğretmen, öğrenci, veli ve diğer toplum üyelerinin kurumla ilgili algılamalarının olumlu veya olumsuz olması beklentilerinin karşılanmasıyla paralellik arz

etmektedir. İç ve dış paydaşlar bireysel ve mesleki gereksinimleri karşılandığı ölçüde okulla ilgili olumlu düşüncelere sahip olacaklardır. Bu nedenle okul yönetiminin, sosyal paydaşların kurumdan beklentilerini doğru bir şekilde analiz edebilmesi için bu gruplarla sürekli olarak etkileşim içinde olması gerekmektedir (Karaköse, 2007).

Kurumların kendi çalışanından iletişim ve etkileşime geçtiği her birey ya da örgüt için paydaş kavramı kullanılabilir. Kurumlar kendilerini ilgilendiren paydaşların beklenti ve isteklerini gerçekleştirdikleri sürece başarılı olurlar. Başarılı bir itibara ve kurumsal başarıya ulaşmak isteyen kurumların paydaşların taleplerini ve beklentilerini gerçekleştirmek zorundadır denilebilir.

İtibar riski yönetimi

İtibar yönetimi, itibarın inşa edilmesi ve geliştirilmesiyle daha çok ilgilidir. İtibar riski yönetimi ise mevcut itibarın olası risklere karşı korunması çalışmaları olarak açıklanabilir (Karaköse, 2007).

Paydaşların beklentilerini karşılama becerileri kurumların kurumsal itibarları ile doğrudan ilişkiye sahiptir. Bu beklentiler işletmeler tarafından karşılanmadığı durumda, kurumun paydaşlar açısından cazibesi azalmakta, kurumun sahip olduğu nitelikli personel kurumdan ayrılmak istemekte ve bu sebeplerden dolayı kurumun sahip olduğu itibar ve değerlerde azalma oluşmaktadır (Fombrun, 2000).

Kurum ile ilgili olumsuz yargıların önüne geçmek, yanlış algılamalara sebep olabilecek durumlarda bunun hiç beklenmeyen alanlara bulaşmasını engellemek itibar riski yönetimi alanına girmektedir. Denetlemeler nedeniyle ortaya çıkan bir problem varsa itibar riski yönetimi ile ilgili uygulamaların hemen uygulanamayacağı açıktır. Bu aynı zamanda stratejik program oluşturma, meydana gelmesi muhtemel sorunları önceden engelleyebilecek etkili çözümler geliştirme konuyla ilgili olarak sürekli tetikte olma ve engellenemeyen bazı sorunları da kontrol altına almak amacıyla gerekenin yapılması anlamına gelmektedir. Bu kapsamda itibar riski yönetimi işlerin yolunda gitmesi ve hataların engellenmesi ve konuyla ilgili gerekenin yapılması, işlerin kaçınılmaz bir şekilde olumsuz yönde ilerlemesinde derhal harekete geçilerek problemin giderilmesi ve işlerin yola

konulması gibi var olan kalite kontrol ve güvenlik önlemleri ile benzer olduğu kabul edilebilir (Green, 1996).

Kurumsal itibar uzun vadede ve dikkatli bir yönetim sayesinde oluşturulabilen bir değer olmasına rağmen, kısa sürede de kaybedilebilecek bir özelliği vardır. Bunun en temel sebeplerinden bir tanesi de kamuoyunda yüksek bir konuma geldikçe kurumun topluma örnek olma misyonunun da ortaya çıkması sayılabilir. Yükselmenin sonuçlarından bir diğeri ise kurumun daha fazla paydaş tarafından takip ediliyor olmasıdır. Tüm bunlardan ötürü, işletme ile ilgili bütün kesimlerin (çalışanlar, yöneticiler, iş ortakları vs.) tutuları ve davranışları kurumun itibarını meydana getiren prensiplerle tutarlı olmadığı durumlarda kurum kamuoyu gözünde itibar kaybı yaşayabilmektedir. Bundan dolayı kurumsal itibarına dikkat eden kurumlar risk yönetimine önem vermek durumundadırlar. Yöneticiler itibara zarar getirecek durumları öngörerek önlem almalı ve acil durum gereklerini hazır bulundurarak kriz ya da risk durumunda gerekenleri eyleme dökme kabiliyetine sahip olmalıdır (Argüden, 2002).

Kurumsal itibar değerli bir varlık olarak görülmektedir. Söz konusu olan bu varlığın çeşitli tehditlerden korunmaya ve geliştirilmeye ihtiyacı vardır. Bu yüzden itibar riski yönetimini, kurumsal itibarı teminat altına alan ve örgütü çeşitli tehlikelere karşı koruyan bir kalkan olarak düşünmek doğru olacaktır (Karaköse, 2007).

İtibar çok uzun sürede kazanıldığı gibi kırılgan bir yapıya sahip olduğundan çok kısa sürede kaybedilebilir. Bu nedenden dolayı kurumlar itibar konusunda risk yönetiminde başarılı bir yol izlemek durumundadırlar. Kurumlar zaman zaman ekonomik olarak gerileyebilirler, müşteri kaybedebilirler, hedefledikleri başarıyı elde edemeyebilirler ama tüm bunlar başarılı bir yönetimle ya da farklı çözüm yolları ile aşılabilir ancak kurumun itibar kaybetmesi, toplum ve paydaşlarının gözünde değersizleşmesi o kurumun her yönden gerilemesine ve hatta iflas etmesine bile sebep olabilir. İşte bu sebeplerden dolayı kurumlar itibarlarını iyi yönetmelidirler diyebiliriz.

Eğitim örgütlerinde yönetici itibarı

Günümüzde kurumsal itibar, ister kar amacı güden özel girişimler olsun ister kamu kurumları olsun, fayda yaratma niteliği olan bütün kurumlar sahip olması

beklenen bir değerdir. Kurumsal itibar günümüzde, farklılık yaratan, kuruma rekabetçi avantaj sağlayan eşsiz bir değer olarak ele alınmakta ve önem kazanmaktadır (ncel ve Sevim, 2011)

Gray ve Balmer için liderlik doğrudan kurumsal itibar ile ilgilidir unk itibar bir dereceye kadar kurumsal liderlik tarafından belirlenir. Greyser yönetici ve liderlerin kurumun itibarını olumlu ya da olumsuz yönde etkilediğini savunmaktadır. Örgütsel liderlik stratejik örgütsel iletişim sayesinde kurumsal itibarın geliştirilmesinde ve devam ettirilmesinde önemli rol oynar. Fairhurst ve Grant te yandan kurumsal itibarı sadece resmi yöneticilerin etkilemediğini aynı zamanda diğerlerinin de liderlik konumu varsayarak etkili iletişim ile alternatif itibarın paydaşlarını etkileyebileceğini aktarmaktadır. (Remke, 2013).

Örgüt itibarı ile ilgili yapılmış çalışmalara bakıldığında pek çoğunun kâr amacı güden kurumlarda yapıldığı görülür. Ancak son zamanlarda itibarlı olmanın yalnızca kâr amacı güden kurumlarda değil; kâr amacı gütmeyen kurumlarda da önemli olduğu anlaşılmıştır (Oktar ve arıkcı, 2012).

Günümüze kadar yapılan araştırmaların sonuçları kurumsal itibarın, çalışanların ve örgütün başarisında ya da başarisızlığında doğrudan etkili olduğunu göstermektedir. Eğitim kurumları açısından düşünüldüğünde ise iyi bir itibarın, i ve dış paydaşların sempatisini kazanmada ve okulun iş sonuçları üzerinde etkisinin olduğu ifade edilebilir. Bulunduğu çevrede iyi bir itibara sahip olan bir okulun, öncelikle toplum nezdindeki saygınlığı artacaktır. Eğitim rgtlerinde itibarın inşası önemlidir. İtibarı inşa etmek için öncelikle eğitim ve ğretim hizmetinin kalitesinin dolayısıyla ğrenci başarisının artırılması gerekmektedir (Karaköse, 2006).

Kurumların ürettiği mal ve hizmetlerin kalitesinin tüketicilerin beklentilerine cevap verecek nitelikte olması gerekmektedir. Piyasada iyi bir itibara sahip olabilmek topluma sunulan ürün ve hizmetin kalitesi ile doğru orantılı olmayı gerektirmektedir. Kurumların özellikle dış paydaşları, işletmede üretilen mal ve hizmetlerin kalitesi ile ilgili olarak fikir alışverişi yapmakta ve itibarı bu doğrultuda değerlendirmektedirler. Kurumsal itibarın oluşturulmasında, kurum sahiplerinin veya yöneticilerinde liderlik vasıflarının aranması gerektiği kabul edilmektedir. Çünkü alışanların yönlendirilmesi ve motive edilmesinde

liderlik en etkili faktörler arasında gösterilmektedir. Kurumsal itibarın oluşturulmasında, kurum sahiplerinin veya yöneticilerinde liderlik vasıflarının aranması gerektiği kabul edilmektedir. Çünkü çalışanların yönlendirilmesi ve motive edilmesinde liderlik en etkili faktörler arasında gösterilmektedir. Başarılı liderler, kalite, hizmet ve yenilik sağlayarak paydaşlar arasında güvenilirlik sağlamaktadırlar. Sosyal ve doğal varlıkların ihtiyatlı bir şekilde idare edilmesine yardımcı olmaktadır. Liderler, toplumsal sorunlara duyarlı olmak ve yürürlükte bulunan yönetmelik ve mevzuata uygun hareket etmeyi kolaylaştırmaktadırlar. Resmi makamlar ve rakipleri nezdinde rekabet koşullarına riayet edilmesi konusunda güven kazandırmaktadır (Akgöz, 2003).

Okulun itibarının yönetiminden birinci derecede okul yöneticilerinin sorumlu olduğu ifade edilebilir. Bireysel ve kurumsal açıdan önemli bir değer olan itibarın etkili bir şekilde yönetilebilmesi için, okul yöneticilerinin uzman kişiler tarafından eğitilerek bilgi, beceri ve yetenek yönünden donatılmaları gerekmektedir. Şüphesiz ki, okul müdürünün itibarlı olması okulun çevredeki saygınlığı üzerinde önemli ölçüde etkilidir. Bu amaçla, okul yöneticisinin itibarı üzerinde etkili olan değerlerin araştırılmasının, güçlü bir itibar inşa etmek ve geliştirmek için gerekli olan unsurların belirlenmesine katkı sağlayacağı ümit edilmektedir. Bu araştırmanın temel amacı, okul müdürlerinin itibarı üzerinde etkili olan değerleri tespit etmek ve ulaşılan bulgular ışığında öneriler geliştirmektir. Bu amaç doğrultusunda; ilköğretim okulu müdürlerinin, okul müdürünün itibarına ilişkin algıları incelenmiş ve elde edilen bulgulara dayanılarak öneriler geliştirilmiştir (Karaköse, 2008).

Diğer örgütlerde olduğu gibi bir hizmet örgütü olan eğitim kurumları açısından da itibar çok önemli bir varlıktır. Eğitim örgütleri sadece kurum çalışanları ile iletişim halinde değildir. Bununla birlikte o kurumda eğitim gören öğrenciler, öğrenci yakınları daha genel anlamda toplumla sürekli temas halindedir. Sözü edilen bu sosyal paydaşların eğitim kurumlarından beklentileri vardır. Eğitim kurumlarının itibarı güvene dayalı işbirliği sonucunda teşekkül etmekte olası bir güven bunalımı sonucunda itibar tahrip olabilmektedir. Bu nedenle okul ile tüm sosyal paydaş grupları arasında güvene dayalı bir işbirliğinin oluşturulması kurumsal itibar açısından gerekli görülmektedir. Okulların sunmuş olduğu eğitim-öğretim hizmetinin

niteliğinden hoşnut olan sosyal paydaşların kurumla aralarındaki duygusal bağ artmaktadır, bu durum okulun çevredeki saygınlığının artmasına katkı sağlamaktadır (Karaköse, 2006).

Eğitim kurumları bir toplumun gelişmesini hedefleyen en temel kurumlardır. Bu nedenle her eğitim kurumu kendi başarısını ve çıktıları ile toplumun dikkatini çekmek durumundadırlar. Eğitim kurumları yetiştirdikleri öğrencilerin başarıları ile itibar kazanırlar. Aynı zamanda ailelerin eğitim kurumları hakkında olumlu görüşe sahip olmaları da o eğitim kurumunun akademik ve değerler kapsamında her yönden beklendiği ve arzu edildiği gibi eğitim vermesine bağlıdır. Eğitim kurumu itibarını kaybettiğinde artık öğrenciler o eğitim kurumu tercih etmeyecek ve aileler çocuklarını o eğitim kurumuna göndermekte tereddüt yaşayacaklardır. Bu sebepten dolayı eğitim yöneticileri bağlı buldukları eğitim kurumunun itibarını gözetmek ve itibarını arttırmak için çalışmak zorundadır diyebiliriz.

Örgütsel Bağlılık

Örgütler günümüz dünyasında sahip oldukları çalışan potansiyelini korumak, dolayısı ile kurumun geleceğini garanti altına almak amacıyla sahip olduğu iş gücünün devamının sağlamaya çalışmaktadırlar. Bu sebepten dolayı örgütler sahip oldukları nitelikli ve yetişmiş personelini kaybetmeme güdüsünü bulundurmak zorundadırlar. Öte yandan örgütler bu kaybetmeme güdüsünün yanı sıra çalışanlarının örgütsel bağlılıklarını artırma amacını da göz önünde bulundurmalıdırlar. Çünkü örgütsel bağlılık kavramı çalışanların performansını doğrudan etkileyen, onların kendilerini kurumun bir parçası gibi görmelerini sağlayan, kurumdaki sorunları kendi sorunlarıymış gibi algılamalarına olanak sağlayan bir kavramdır.

Örgütsel bağlılık kavramı

Örgütsel bağlılık kavramı çalışanın kurumda kalma isteği ve kurumu için fazladan çalışma isteği ile kurumun hedef ve amaçlarını kabul etmesi olarak tanımlanmaktadır (Akt. Aydoğan, 2013). Örgütsel bağlılık kavramı bu alanda araştırma yapanlar tarafından incelenmiştir ve örgütsel bağlılığı tanımlamışlardır. Bu tanımlar aşağıda verilmiştir.

- Örgütsel bağlılık kuruma ait çıkarları yerine getirecek şekilde davranmak ve tutum geliştirmek amacıyla benimsenmiş normatif faktörlerin tamamıdır (Wiener, 1982).
- Kişilerin belirli davranışlara ve etrafındaki bireylere bağlılık hissetmesiyle birlikte belirli tutum ve davranışları göstermesinde bireyin kendisini angajman altına almasıdır (Kiesler, 1971).
- Fukami ve Larson (1984), Biggart ve Hamilton'a göre (1984); sosyal örgüte ve örgütsel role bağlılıktır.
- Örgütsel bağlılık, kişiyle örgüt arasında oluşan ve paydaş açısından daha fazla kazanç sağlamayı öngören ilişkidir (Hrebiniak ve Alutto, 1972).
- Morrow (1983), Randall ve Cote (1991) örgütsel bağlılığı çalışanın kurumda kalmaya devam etme isteği ve örgüt için fazladan gayret etme isteği ile birlikte örgütün hedeflerini kabul etme olarak tanımlamıştır.
- Schwenk (1986)'e göre örgütsel bağlılık bireylerin belli bir tutuma sahip olması ve buna bağlı kalması, ödül ya da cezaya maruz kalmasa bile örgütü sevmeye ve örgütte kalmayı sürdürme eğilimi olarak tanımlamıştır.
- Sheldon'a göre (1971) kişinin kimliğini örgüte bağlayan tutum ve eğilimler örgütsel bağlılık çerçevesinde kabul edilebilir.
- Becker ve diğerlerine göre (1996) çalışanın iş yerine psikolojik olarak bağlanmasına örgütsel bağlılık denir.
- Gaertner ve Nollen (1989) örgütsel bağlılığı örgüte karşı duyulan örgütte kalmaya devam etme isteği örgütün hedeflerini ve vizyonunu benimseme, maddi problemleri göz ardı ederek kurumla özdeşleşme durumu olarak tanımını yapmıştır.
- DeCotiis ve Summers (1985) örgütsel bağlılık hakkında bireylerin örgütün hedef ve değerlerini kabul etme, karşılıksız duygusal bağlılığa sahip olma, örgütün iyiliği için bireyin elinden geleni yapması durumuna değinmiştir.
- Reichers'e göre (1985) bir örgütün sayıca fazla olan paydaşları arasında örgütün amaçlarını benimsemedir (Akt. Balay, 2000).

Örgütsel bağlılık çalışanın örgütte kalma isteği olarak tanımlanır. Çalışanın örgütte kalıp kalmayacağı ya da örgütten ayrılıp ayrılmayacağı kararını etkilemektedir (Colquitt, vd. 2015).

Bu tanımlara göre örgütsel bağlılıkta çalışan ve örgüt arasında sıkı bir ilişki söz konusudur. Bu durumun, birlikte çalışmanın üretime katkısı açısından ele alındığında çalışan için, sosyal, psikolojik, ekonomik hatta siyasal açıdan kazanımlar sağlayacağı düşünülmektedir (Duran, 2014).

Tablo 1

Örgütsel Bağlılık Tanımları ve Kullanımları

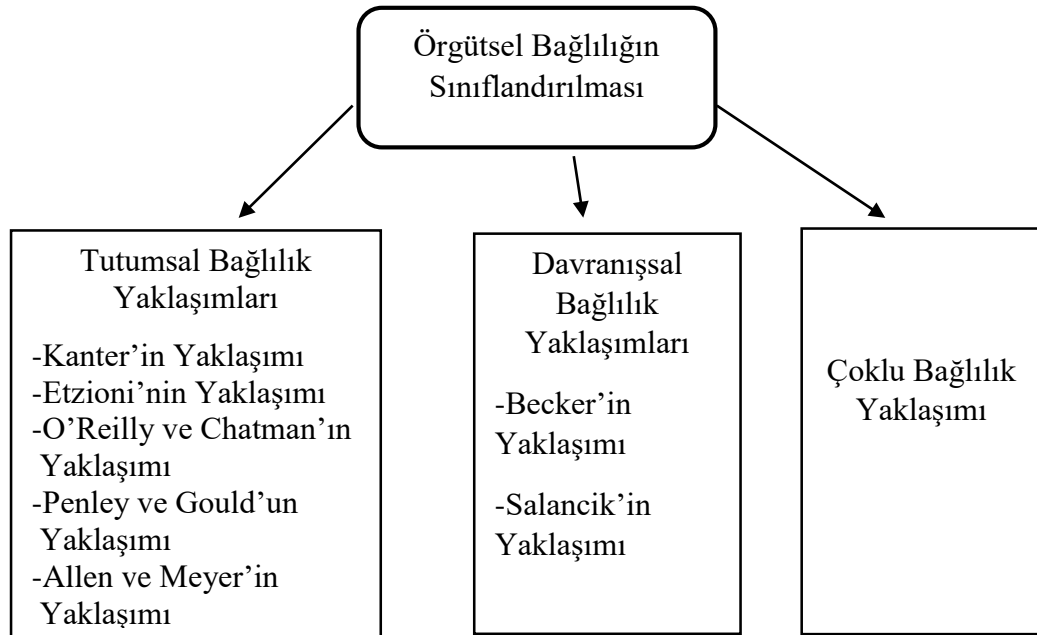
Tanımlarda Kullanılan Kriterler	Bulgular ve Araştırmacılar
Yatırımlar	<ul style="list-style-type: none"> Bağlılık örgütsel üyelikle ilgili olarak kazanç ve maddi kaygıların bir fonksiyonu olup; örgütsel çalışma süresi ile artmasıdır. Bu metot Alutto, Hrebiniak ve Alonso (1973); Becker(1960); Farrel ve Rusbult(1981); Hrebiniak ve Alutto (1972); Rusbult ve Farrel (1983) ve Sheldon (1971) tarafından da kullanılmıştır.
Birey-Örgüt Amaç Uygunluğu	<ul style="list-style-type: none"> Bağlılık, kişiler, örgütün amaçlarını ve değerlerini kabul edip bunlar için gayret gösterdiğinde gerçekleşir. Porter ve diğerleri tarafından geliştirilen Örgütsel Bağlılık Ölçeği bu tanım için uygundur. Bu yaklaşım ve onun değişik türleri Angle ve Peny (1981), Bartol (1979), Bateman ve Strasser (1984), Hall Schneiderve Nygren (1970), Morris ve Sherman (1981), Mowday-Porter ve Steers (1982), Mowday, Steers ve Porter (1979), Porter, Crampon ve Smith (1976), Porter, Steers, Mowday ve Boulian (1974), Stevens, Beyer ve Trice (1978), Stumpf ve Harman (1984) ve Welsch ve La Van (1981) tarafından kullanılmıştır,
Nitelikler	<ul style="list-style-type: none"> Bağlılık kişileri kişilerin kendi hür iradeleriyle yaptığı tutum ve davranışları akabinde tutumsal bağlılığı meydana getirecek olan hareketlere olan bağlılığıdır. Bu metot ve farklı türleri Kiesler ve Sakumura (1966); O'Reilly ve Caldvel (1980) ve Salancik (1977) tarafından da benimsenmiştir.

Tablo 1 'de görüldüğü gibi örgütsel bağlılık, genel olarak bireyin örgütle birlikteyken yaptığı yatırımları, tutumsal bağlılıkla sonucunda meydana gelen davranışlara yönelimi ve amaç ve değerler ikilisiyle özdeşleşmesi anlamında kullanılmaktadır (Balay, 2000).

Bu tanımlamalara göre örgütsel bağlılığı çalışanların bağlı olduğu kuruma olan duygusal bağlılık olarak tanımlayabiliriz. Çalışan kuruma karşı sevgi ve saygı beslemektedir ve orada çalışmaktan memnuniyet duymaktadır. Kurumun yararına olacak şekilde elinden geleni yapması o çalışanın kuruma olan bağlılığının yüksek olduğunu göstermektedir diyebiliriz. Bu nedenlerden dolayı örgütsel bağlılık kavramı kurumlar için vazgeçilmez bir öge olup, kurum yöneticileri tarafından dikkate alınması ve gerektiğinde kurumun geleceği, paydaşlarının memnuniyeti için gerekli tedbirlerin alınmasını sağlamalarının önemli olduğu düşünülebilir.

Örgütsel bağlılığın sınıflandırılması

Örgütsel bağlılık kapsamında yapılan araştırmalarda çalışanların çeşitli bağlılık türlerine sahip olduğu görülmektedir. Örgütsel bağlılık alan yazını incelendiğinde üç tür bağlılığın ön plana çıktığı görülmektedir. Bunlar davranışsal yaklaşım, tutumsal yaklaşım ve çoklu bağlılık yaklaşımı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyler içinde bulunduğu örgüte bağlılığını ya tutumsal ya da davranışsal bir nedenle bağlılık duygusunu geliştirirler. Bunun yanı sıra hem tutumsal olarak hem de davranışsal olarak bağlılığın bulunduğu çoklu bağlılık yaklaşımı ile açıklanan bağlılık türü de mevcuttur. Örgütsel bağlılık yaklaşımları aşağıdaki şekilde ayrıntılı bir şekilde özellikle hangi bağlılık sınıflamasının kim tarafından savunulduğu bilgisi verilmiştir.



Şekil 2. Örgütsel Bağlılığın Sınıflandırılması (İnce ve Gül, 2005).

Davranışsal yaklaşım'a göre örgütsel bağlılık

Davranışsal yaklaşım örgütsel bağlılığı, bireylerin yalnızca örgüte değil kendi kişisel istek ve amaçlarına da bağlılık duyması olarak algılanır (Gözen, 2007).

Davranışsal bağlılık bireylerin örgütlerinde devam sağlama düşüncesi ile ilgilidir. Davranışsal bağlılık çalışanların kurumda ya da örgütte kalabilme süresi ve bunun devamını sağlama ile ilgilidir. Davranışsal yaklaşıma göre bağlılık çalışanın davranışlarından meydana gelmektedir. (Meyer ve Allen, 1997).

Davranışsal yaklaşıma göre örgütsel bağlılık çalışanın kuruma ve çalışmasına devam etmesi ile ilgilidir. Çalışan örgüte devam ettiği sürece çalışanın örgüte bağlı olduğu anlamını çıkarabiliriz.

Tutumsal yaklaşıma göre örgütsel bağlılık

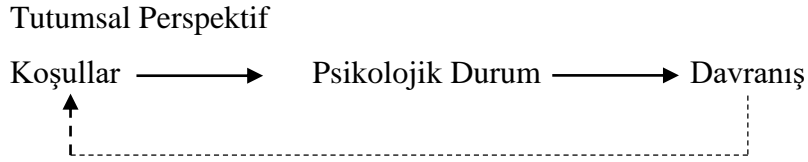
Çok farklı faktörler tarafından oluşturulan örgüt içine güçlü katılım isteği olarak tanımlanmıştır. Tutumsal yaklaşım bireylerin bağlı oldukları örgütleri ile ilgili olan düşüncelerini kapsar. Diğer bir ifadeyle bireyin kendi değer ve hedeflerinin örgütle ne kadar uyumlu olduğunu düşündüğü kavramdır. (Mowday, Porter, Steers, 1982).

Bireyin örgüte dahil olma isteği, kendini örgüt ile özdeşleştirme olarak tanımlanan tutumsal yaklaşımda bağlılık üç faktör ile özleştirilir. Bunlar; örgütün amaçlarına gönülden inanma ve kabul, örgütün yararına enerji sarf etmeye istekli olma, örgütte bulunmaya devam etme isteği olarak belirtilmiştir (Mowday, Porter, Steers, 1982).

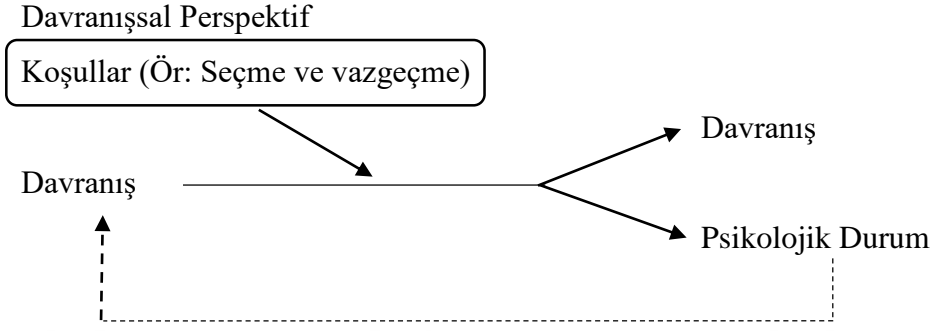
Tutumsal yaklaşıma göre örgütsel bağlılık çalışanın beklentileri ve istekleri örgüt ile uyumlu olduğu sürece o çalışan için örgütsel bağlılıktan söz edebiliriz.

Tutumsal ve davranışsal perspektifinden örgütsel bağlılık

Örgütsel bağlılık konusunda tutumsal ve davranışsal bağlılık Mowday (1982), Reichers (1985), Salancik (1977), Scholl (1982) Staw (1977) tarafından açıklanmıştır. Ancak daha iyi anlaşılması açısından şekil 1'de tutumsal ve davranışsal bağlılığın farkı verilmiştir.



Şekil 3. Örgütsel Bağlılıkta Tutumsal Perspektif



Şekil 4. Örgütsel Bağlılıkta Davranışsal Perspektif

Şekil incelendiğinde sabit oklarla gösterilen nedensel ilişkiler her iki yaklaşım arasındaki keskin çizgileri belirtmektedir. Öte yandan her iki yaklaşımda ikinci bir ilişki barındırmaktadır ki bu da kesik çizgilerle ifade edilen bağlılık ve davranış arasında olması muhtemel bağın varlığını ifade etmektedir. Tutumsal bağlılık yaklaşımında bağlılığın davranışsal sonuçları bağlılıktaki değişim ve stabilite üzerinde etkisi vardır. Davranışsal bağlılıkta ise davranışın sonuçları olan tutumlar o davranışın gelecekte tekrar etme olasılığını etkilemektedir (Allen ve Meyer, 1991).

Ayrıca çalışanın davranış ve tutumları, bazı durumlar sebebiyle devam eder duruma gelmekte ve bireyi örgüte bağımlı kılmaktadır. Çalışanın sahip olduğu psikolojik etmenler çalışanın kuruma bağlılığını bir şekilde güçlendirmektedir (Doğan, 2007).

Davranışsal bağlılığa etki eden nedenler tutumsal bağlılığa göre daha somuttur. Tutumsal bağlılığa etki eden örgüt ile çalışan arasında fikir, beklenti ve amaç birliği gibi nedenlerin olduğunu söyleyebiliriz.

Örgütsel bağlılık sınıflandırmaları

Kanter'in sınıflandırması

Kanter (1968) örgüt tarafından örgüt üyelerine uygulanan ve farklı davranışsal gereksinimlerden doğan farklı türde bağlılıklar olduğunu savunmuştur.

Devam bağıllığı, kenetlenme bağıllığı ve kontrol bağıllığı olmak üzere bağıllığı üç farklı boyuttan ele almıştır.

Devam bağıllığı

Çalışanın örgütün devamı ve bekası için kendini adanması şeklinde gerçekleşen bağıllık türüdür. Çalışandan kişisel fedakârlık ve yatırım da bulunması nedeniyle, verilen emeğin boşa gitmemesi için örgütten ayrılmanın çalışan için zor olduğu bağıllıktır.

Kenetlenme bağıllığı

Örgüt üyelerinin sosyal ilişkiler yoluyla gelişen bağıllık türüdür. Örgütteki kişiler arasında gelişen sosyal ilişki ile kenetlenme bağıllığı meydana gelmektedir. Örgüt sosyal etkinlikler vasıtasıyla (hizmet içi eğitim, tanışma, oryantasyon günleri vs.) çalışanın örgüte olan bağıllığını arttırmaktadır.

Kontrol bağıllığı

Örgüt kuralları yoluyla örgüttekilerin davranışlarının yönlendirilmesi amaçlanmıştır. Örgütte var olan normlara ve değerlere örgüt üyelerinin uygun davranışlar sergilemesi ve bunu içselleştirdikleri takdirde kontrol bağıllığı gerçekleşir.

Bu bağıllık türü farklı boyutlarda ele alınmıştır. Bunlardan birinci olan devam bağıllığı çalışanın örgüt için fedakârlıkta bulunması, örgüt için emek vermesi, yatırım yapması gibi nedenlerle çalışan için örgütten ayrılmanın zor olması ve çalışanın işe devam etmesi boyutuyla oluşan bağıllıktır. İkinci olarak kenetlenme bağıllığında bağıllık çalışanın içinde bulunduğu ortamdaki sosyal ilişkiler etkilidir. Çalışanlar arasındaki sosyal ilişkiler çalışan ile kurum arasında bağ oluşturur ve bu nedenle çalışanın kuruma bağıllığı artar. Son olarak kontrol bağıllığında çalışanın kurumun kurallarına ayak uydurması bu kuralları içselleştirmesi nedeniyle çalışan ile kurum arasında oluşan bir bağıllık türüdür denilebilir.

Etzioni'nin sınıflandırması

Etzioni örgütsel bağlılığı bireylerin üçe ayırmaktadır. Bu kapsamda negatif alanda negatif-yabancılaştırıcı, orta seviyede nötr-hesapçı, olumlu seviyede ise pozitif-moral bağlılık olarak üçe ayırmıştır. Yabancılaştırıcı bağlılık çalışanların örgütü cezalandırmak istediğinde veya örgütü kendisine zararlı hissettiğinde oluşurken, nötr-hesapçı bağlılığa göre çalışanların bağlılığı kendi isteklerinin karşılanması oranında sağlarlar. Pozitif-moral bağlılığında çalışan kendini kuruma adanmış ve kurumun her türlü amaç ve değerlerini kabul eder ve kurumdan sağlanan kazançtaki değişimlerden etkilenmezler (Balay, 2000).

Negatif-yabancılaştırıcı bağlılık

Çalışan ile kurum arasında fikir ayrılığı çalışanın kurumda uygun olmayan davranışları görmesi ve çalışanda kuruma ceza verme isteği doğduğunda meydana gelmektedir. Çalışan böyle durumlarda kuruma bağlılık hissetmemekte ama kurumda bulunmayı devam ettirmektedir (Bayram, 2005).

Nötr-hesapçı bağlılık

Çalışan ile kurum arasında oluşan ilişki ile açıklanabilir. Çalışanlar kurumun faydası adına yaptıkları her çalışma ve özverili davranışlar sonucunda kazanacakları ödüller sayesinde kuruma bağlılık duyarlar (Doğan ve Kılıç, 2007).

Pozitif-moral bağlılık

Ahlaki bağlılık bir dereceye kadar hesapçı bağlılıkla ilgilidir. Bu bağlılık türünde çalışan kurumda verilen ödüllerden etkilenmediğinde ahlaki bağlılık türü oluşur. Çalışan kurumun her türlü isteğine ve kurallarına tam uyu sağlar amaçları için çalışır ve bunları özdeşleştirir (İnce ve Gül, 2005).

Bu sınıflandırmaya göre bağlılık çeşitli neden ve sonuçlara bağlanmıştır. Örneğin çalışan kurumda kendini rahat hissetmediğinde, çalışanın davranışlarında sınırlama yapıldığında kurumda olmayı devam ettirip öte yandan kuruma ceza verme düşüncesi ile meydana gelen bağlılık yabancılaştırıcı bağlılıktır. Çalışan ile kurum arasındaki her türlü ilişki karşılıklı uyum içerisinde ise kurum çalışanın performansından memnun çalışan ise kurumun ödül sisteminden hoşnut ise

çalışanda oluşan bağlılık türü hesapçı bağlılık olarak adlandırılır. Son olarak ise çalışan kurumda çalışmaktan memnun ise ve kendisine ödül verilip verilmemesi kendisi için önemli olmaması durumunda çalışanın yine de çalışmaya istekle devam etmesi durumunda çalışanda oluşan bağlılık türüne pozitif moral bağlılık olarak adlandırılır.

Allen ve Meyer'in sınıflandırması

Allen ve Meyer bağlılığı üç sınıfta toplamıştır bunlar Duygusal (affective), devam bağlılığı (continuance) ve normatif (normative) bağlılıktır. Allen ve Meyer bu sınıflandırmayı yaparken bağlılık çeşitleri olarak değil bağlılığın bileşenleri olarak vermiştir. (Allen ve Meyer, 1991).

Duygusal bağlılık

Allen ve Meyer'e (1991) göre duygusal bağlılık kişinin örgüte duygusal olarak bağlılığını örgüte katılım isteğini örgüt ile özdeşleşmesini ifade eder. Tutumsal tabanlı duygusal bağlılık, alan yazında en çok araştırılan bağlılık türüdür. Güçlü duygusal bağlılığa sahip çalışanlar örgütün amaçlarını, ilkelerini, hedeflerini ve değerlerini benimserler, örgüt lehine kendisinden beklenilenden daha fazla gayret gösterirler ve örgüte olan üyeliklerini devam ettirme isteğinde bulunurlar. Bu nedenle duygusal bağlılık örgütler tarafından en fazla istenilen bağlılık türüdür. (Çöl ve Gül, 2005).

Çalışan, örgüt amaçlarının gerçekleştirilmesi için büyük çaba sarf eder. Güçlü duygusal bağlılığa sahip olan bireyler, kendilerini örgütün bir parçası olarak gördükleri ve örgütü için fedakarlık yapmaya hazır olduklarından duygusal bağlılık boyutu sıklıkla araştırma konusu olmuştur (Gülova ve Demirsoy, 2012).

Akgül'e göre (2014) duygusal bağlılıkta örgüt üyeleri örgüte kendini içtenlikle adanmıştır ve sadakatleri yüksektir. Bu boyutta bireyin örgüt amacı için çaba sarf etmesi ihtiyacından değil kişisel istekliliğindedir. Bireyin kişisel özellikleri ve bireysel deneyimleri bu bağlılık boyutunda oldukça etkilidir. Örneğin okulunu evi öğrencilerini kendi çocuğu gibi gören, sadece verilen görevleri yerine getirmekle kalmayıp üyesi olduğu örgütü daha etkili, çalışmalarını daha verimli hale

getirme gayretinde olan öğretmenın duygusal bağılığı yüksektir. Okul amaçlarına yönelmiş ve örgüt değerlerini içtenlikle benimsemiştir.

Duygusal bağılıkta çalışan kendini kuruma ve kurumun amaç ve beklentilerine kendini adar ve bu konuda özverili bir şekilde çalışır fedakar davranışlarda bulunur. Kurumlar arasında en fazla olması beklenen ve istenen bağılık çeşididir. Çalışanların kuruma olan bağılık ve sadakatlerinin çok yüksek olduğu bağılık türü olarak nitelendirilebilir.

Devam bağılığı

Devam bağılığı iş görenin örgütte kalma isteğinin maaş, kişisel yararlar, terfinin yanı sıra ailenin de bozulma ihtimalinin de bulunduğu nedenlere bağılıdır (Colquitt, vd. 2015).

Üyelerin örgütten ayrıldıkları durumda katlanacakları maliyet ve karşılaşacakları güçlükler örnek olarak başka bir örgütün şartlarına uyum sağlamak, bir başka şehre taşınmak ya da hak edilen tazminatlar konusunda uğranılacak zararlar gösterilebilir. Karşılaşılan en kötü sonuç ise, örgütten ayrılan bir iş görenin işsiz kalabilmesidir (Çöl ve Gül, 2005).

Bu bağılık türünde çalışan kuruma maddi kaynaklı nedenlerden dolayı bağı kalma söz konusudur. Çalışanın kişisel yararları, kurum değışikliğinde göreceği zarar kişiyi o kurumda devam etmesini sağlar. Bu tür bağılık devam bağılığı olarak değerlendirilebilir.

Normatif bağılık

Örgütsel bağılık ile ilgili bir diğeri bağılık türü normatif bağılıktır. Normatif bağılık ta, çalışanların örgüt üyeliğinin sürdürülmesi konusunda örgüte bağılık göstermenin ahlaki açıdan doğru bir davranış olduğunu düşünmeleridir. Çalışanlarda yıllarca aynı örgütte kalmanın vermiş olduğu bir zorunluluk duygusu hakimdir (Bakan, 2011).

Birey örgütten ayrılma konusunda kar-zarar hesabı yapmamaktadır. Buna göre iş görenin örgütte kalma sebebi örgüt için çalışmayı görev olarak değerlendirmesi bunun en ahlaki en doğru tercih olduğunu düşünmesidir. Burada

hissedilen zorunluluk ahlaki bir zorunluluk olup gösterilen tutum ise sadakattir (Akgül, 2014).

Normatif bağlılıkta çalışan, kuruma normlara ve kurallara dayalı olarak bağlanır. Normatif bağlılık çalışanın kurumda çalışmanın ve yaptıklarının doğruluğuna inanması ve ahlaki yönden bunu kabul etmeleri nedeniyle oluşan bağlılık türü olarak özetlenebilir.

Çöl ve Gül'e göre (2005) üç bağlılık türünün diğer bir ortak noktası da, çalışan ile örgüt arasında gelişen ve örgütten uzaklaşma olasılığını azaltan bir bağdan söz etmeleridir. Fakat bu bağın niteliği, bahsedilen diğer üç yaklaşımdan farklıdır. Yüksek duygusal bağlılığa sahip olanlar kendi istek ve arzuları sebebiyle, devam bağlılığı gösterenler kendi menfaatleri böyle gerektirdiğinden dolayı, normatif bağlılık duyanlar da böyle olması gerektiğine ve yaptıklarının doğru olduğuna inandıkları için örgüt üyeliğini devam ettirmektedirler. Söz konusu üç bağlılık tutumsal bağlılığın türleri olmaktan çok, tutumsal bağlılığın farklı bileşenleridir. Çünkü örgüt üyeleri söz konusu psikolojik durumların birinde farklı derecelerde yer alabilmektedir. Örneğin bazı üyeler örgütte kalmak için hem güçlü bir ihtiyaç, hem de güçlü bir zorunluluk hissedebilirler, ancak bu yönde davranmak için istek duymayabilirler. Bazıları ise, örgütte kalmak yönünde ne bir zorunluluk, ne de bir gereksinim duymakta, fakat örgütte kalmayı isteyebilmektedirler.

Devecioğlu'na göre (2003) üç yaklaşımda da bireylerin kurum içerisinde kuruma devam etme isteklerinin asıl unsur olduğunu vurgulamıştır. Kişileri örgüte bağlamadaki geçerli olan faktörler kişilerin bireysel nitelikleri ve içindeki buldukları atmosfer etkilidir. Bundan dolayı örgütse bağlılığı güçlendirecek unsurlar ile ilgili genel değerlendirmelerde bulunulabilir.

Bireylerin örgüte bağlanmaları konusu özellikle entelektüel sermaye yönetimi kapsamına girmesi gereken bir konudur. Entelektüel sermaye yönetimi kapsamında, bilgi işleme kapasitesi yüksek olan veya bilgili bireyleri örgütte tutabilmek için örgütlerine bağlanmaları gerekmektedir.

Bu sınıflandırmaya göre örgütsel bağlılık üç başlıkta incelenmiştir. Çalışanın kurum için büyük çaba sarf eder bu konuda elinden geleni yaparsa ki bu çoğu kurum için arzu edilen bağlılık türüdür bu tür bağlılık duygusal bağlılık olarak adlandırılır. Çalışanın işten ayrılması ya da işini kaybetmesi durumunda karşılaşacağı olumsuz

durumların çalışmada meydana getirdiği bağıllık türüne ise devam bağıllığı adı verilmiştir. Çalışan kuruma bağıllığında bunu ahlaki yönden kabul ediyorsa, kurumdan ayrılmanın yanlış olacağı hissine sahipse, kendisini kuruma karşı minnet borcu oluşu hissine sahipse bu tür bağıllık normatif bağıllık olarak karşımıza çıkmaktadır. Normatif bağıllık çalışanın kurumda kalmanın ahlaki ve doğru olduğu düşüncesi ve kuruma karşı ahlaki yükümlülük hissetmesi nedeniyle kuruma devam etmesi olarak özetlenebilir.

O'Reilly III ve Chatman'ın sınıflandırması

O'Reilly ve Chatman (1986) iş gören tutumunun örgüte olan bağıllıkla özdeşleştiren ve iş görenin farklı yollarla farklı tutumlar geliştirdiğini savunan örgütsel çok boyutlu bir bağıllıktır. Kelman'ın (1958) tutum ve davranış değişikliğine dayalı olan bu bağıllıkta O'Reilly ve Chatman bağıllığın üç boyutundan bahsetmiştir.

Uyum boyutuna göre çalışanların tutumları ve karşı davranışlar, belirli ödülleri almak amacıyla gelişmektedir. Özdeşleşme boyutu çalışanın memnuniyet verici iş ilişkilerini kurma ve sürdürme isteğiyle gelişmektedir. İçselleştirme boyutu çalışanın tutum ve davranışları var olan değerlerle uyumlu olduğu zaman gerçekleşir. Çalışanın psikolojik bağıllığı bu psikolojik boyutların değişen kombinasyonlarını yansıtabilir (O'Reilly ve Chatman, 1986).

Bu sınıflandırmaya göre çalışanların davranış ve tutumlarını çalışanın uyum, özdeşleşme ve içselleştirme boyutu ön plana çıkar. Uyum boyutuna göre ödül alma beklentisi ve isteği çalışanın tutum ve davranışlarını belirlemektedir. Özdeşleşme boyutunda çalışanların sahip olduğu iyi ilişkiler ve bu ilişkileri sürdürme eğilimi çalışanların bağıllık derecesini belirler. İçselleştirme boyutunda ise kurumun değerleri ile çalışanın değerlerinin uyumlu olması durumunda gerçekleşir şeklinde değerlendirme yapabiliriz.

Penley ve Gould'un sınıflandırması

Penley ve Gould örgütsel bağıllığı sınıflandırırken Etzioni (1961)'nin örgütsel bağıllık yaklaşımını temel almıştır. Ancak Penley ve Gould Etzioni'nin

örgütsel bağlılık modelinde kullandığı kavramlardaki anlam karışıklığından dolayı eleştirmişlerdir (Penley ve Gould, 1988).

Penley ve Gould Etzioni'nin yaklaşımından yola çıkarak ahlaki, çıkarıcı ve yabancılaştırıcı olmak üzere üç farklı bağlılıktan bahsetmişlerdir. Bahsedilen bağlılık boyutları aşağıdaki gibidir.

Ahlaki bağlılık

Ahlaki bağlılığa göre bireylerin örgütün hedeflerini ve değerlerini benimseme ve bunlarla özdeşleşme sürecidir. Bu bağlılık türünde, birey kendini örgüte teslim etmekte ve örgütün hedeflerini gerçekleştirmek ve başarıya ulaşmasını sağlamak için kendini görevli hissetmekte ve örgütü bu anlamda desteklemektedir.

Çıkarıcı bağlılık

Çıkarıcı bağlılık bireylerin örgüte yaptıkları katkıların sonucunda kazanç sağlama ve ödül almalarına bağlıdır. Buna göre örgüt belirli teşviklere ve kazançlara erişmek amacıyla bir vasıta olarak kabul edilmektedir.

Yabancılaştırıcı bağlılık

Yabancı bağlılığa göre bireyin örgütün içi üzerinde çok fazla kontrolü yoktur ve alternatif iş ya da örgütlerin olmaması durumunun bireyi etkilemesine bağlıdır. Örgütlere böyle bağlı olan bireyler örgüt tarafından verilen kar amaçlı ödülleri ya da cezaları yapılan işin kalitesi ya da niteliğinden çok tamamen rastgele sunulduğunu kabul etmektedir. Ancak bu düşünce bireyde örgüt üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı kanısını oluşturmaktadır. Diğer yandan alternatif işlerin ya da kabul edilebilecek örgütlerin bulunamaması durumunda yabancı bağlılık türü artabilir. Böylece birey örgüt çevresinde etkisinin olmadığını düşünmektedir. Bireyler örgütün iç ve dış çevresinde etkisinin olmadığını algıladığında örgütle arasında olumsuz bağ oluşturacaktır. Tüm bunlar sonuç olarak bireyde örgüt içinde kılıp kaldığı düşüncesini meydana getirmektedir (Penley ve Gould, 1988).

Örgütsel bağlılığın bu sınıflandırmasında çalışan davranışları ahlaki, çıkarıcı, yabancılaştırıcı olmak üzere üç boyutta toplanmıştır. Bu boyutlardan ahlaki boyutta çalışanlar kuruma olan bağlılıklarını geliştirirken, çalışan kendini çalıştığı kuruma

kendisini adar ve kurumun menfaati için çalışır ve kurumun daha başarılı olmasını gönülden istemektedir bu sebepten dolayı çoğu kurumun çalışanlarından beklemekte olduğu bağlılık boyutudur diyebiliriz. Öte yandan çıkarıcı bağlılık boyutunda çalışan kurumdan alacağı ya da almak istediği ödüller doğrultusunda çalışır ve bağlılığı bu boyutta gelişmektedir. Çalışan ödül almak ya da terfi almak için çalışmasını sürdürür be kuruma olan bağlılığı çıkar ilişkisine dayanmaktadır. Yabancılaştırıcı bağlılık boyutunda çalışan mesleği konusunda herhangi bir kontrole sahip olmadığını düşünmektedir bu nedenle çalışan örgütte bir kontrole sahip olmadığını düşünmektedir. Bu sebepten dolayı çalışanın örgüte olan bağlılığı zayıf olacaktır denilebilir.

Becker'in sınıflandırması

Becker örgütsel bağlılığın gelişmesini ekonomik nedenlere ve kayıplara bağlamıştır. Örgüt üyelerinin sergiledikleri davranış ile doğrudan bağı olmayan fakat bir tek o davranışla elde edebilecekleri menfaatleri elde etmek için belirli davranışlar sergilemesidir (Gül, 2002).

Becker örgütsel bağlılığı 'yan bahis' kavramıyla ele almaktadır. Kavrama göre bağlılık örgüt üyesinin örgütle bahse girmesi yoluyla gerçekleşir. Örgüt üyesinin üzerinde bahse girdikleri kendisi için ne kadar önemliyse örgüte olan bağlılık seviyesi de o derece yüksek olacaktır. Birey örgüte ne kadar fazla yatırım yaparsa örgütten ayrılma isteği de o derece azalacaktır (İnce ve Gül, 2005).

Bu sınıflandırmada bağlılığı etkileyen önemli unsur ekonomik nedenlerdir. Birey kaybedeceği ekonomik yatırımlarını hesaba katar ve bu kaybın miktarına göre örgüt üyeliğini tehlikeye düşürecek hareketlerden kaçınmaya özen gösterir (Çatır, 2014).

Becker'in sınıflandırmasına göre örgütsel bağlılık çalışanların örgüte ekonomik nedenlere bağlanmasıdır. Çalışan örgütten sağladığı kazanç seviyesinde örgüte bağlıdır. Çalışanın aldığı maaş, yaptığı yatırımlar kaybedeceği ekonomik kazanç çalışanın bağlılığını etkilemektedir. Çalışan tüm bunların hesaplamasını yaparak bağlılık davranışını geliştirir ve aleyhine gerçekleşebilecek ihtimaller durumunda çalışan riskli davranışlardan kaçınır öte yandan çalışanın örgüte yaptığı yatırımlar seviyesinde örgüte bağlılığı artacaktır sonucuna erişilebilir.

Salancik'in sınıflandırması

Salancik'e göre (1977) örgütsel bağlılık alan yazınında bağlılık bireyin davranışlarına göredir. Birey belirli davranışlarla kendisini tanımlar. Salancik'e göre birey davranışlarını üç özelliğe bağlar ve yapar bunlar görünürlük, değiştirilemezlik, iradeliliktir. Bu üç özelliğin etkili bir şekilde yönlendirilmesi ile birey davranışlarına ve onların yansımalarına daha az ya da daha çok bağlı hale gelir. Salancik'in örgütsel bağlılık notlarına göre davranışların şekillendirilmesinde bağlılığın kuvveti, bireyin kendisini bağlı olduğu şartlara kendisini ayarlamasından kaynaklanmaktadır. Bundan dolayı eğer çalışan büyük bir kurum için 20 yıl kadar çalışırsa, kurum içinde alternatif çalışma pozisyonlarını da göz önünde bulundurarak davranışlarını kurumda kalmaya yönelik olarak geliştirecektir.

Eğer çalışanın sahip olduğu tutumlar ile gösterdiği davranışlar bir uyum içerisinde ise bağlılık oluşacaktır öte yandan tutumları ile davranışları uyum içerisinde olmadığı zaman stres ve gerilim meydana gelecektir (İnce ve Gül, 2005).

Bu sınıflandırmada çalışanların örgüte olan bağlılıkları davranışlarına göre belirlenmektedir. Çalışanlar tutum ve davranışlarını bir uyum içerisinde gösterme eğilimindedirler bundan dolayı bu uyum bozulmaması için dikkat gösterirler ve uyum devam ettiği sürece örgütsel bağlılık da ona göre artacaktır. Tam tersi durumda ise davranışlar ve tutumlar birbiriyle çelişir ve bağlılık azalacaktır diyebiliriz.

Çoklu bağlılık yaklaşımı

Çoklu bağlılık yaklaşımı Reichers tarafından tutumsal bağlılığın geliştirilmesi sonucu ortaya çıkmıştır. Diğer bağlılık yaklaşımlarından farklı olarak örgüte tek bir bütün olarak bağlı olunamayacağını, örgütün de kendi içerisinde farklı kısımlar içerdiğini ve bu kısımların birleşmesi ile örgütün oluştuğunu savunmaktadır. Aynı örgütte çalışan bireylerin örgüte bağlılığının aynı düzeyde olmayacağını ileri sürmüştür (Çatır, 2014).

Çoklu bağlılık yaklaşımına göre örgütün oluşturulmasında var olan iç ve dış faktörlerin toplamı örgütsel bağlılığı oluşturmaktadır. Kişiler, örgütün iç çevresini oluşturan yöneticilerine, çalışma arkadaşlarına, kişinin örgütün gerçek çalışanı olmadan ancak gerçek çalışanı olmak istediği referans gruplarına ve örgüt dış

paydaşlarına, mesleki kuruluşlara, sendikalara ve kamuoyuna farklı bağlılık göstermektedirler (Gündoğan, 2009).

Bülbül'e göre (2007) çoklu bağlılığın kaynaklarının belirlenmesi için bir örgüt ile alakalı farklı grupların da belirlenmesi önemlidir. Çoklu bağlılık kaynakları, farklı gruplar, çalışanlar, paydaşlar, yönetimden sorumlu kişiler, sendikalar ve genel olarak halktır. Örgütlerin varlık nedenlerinden biri de grupların amaçlarını gerçekleştirmek ve kolaylaştırmak olduğu çoğunlukla kabul edilmektedir. Örgütlerin paydaşlar, karşılıklı anlaşmalar ve taraflardan oluşan yapıları ile ilgili araştırmalar yöneticilerin örgüt üyelerinin çoklu rol seçimlerinin farkına vardıklarını göstermektedir. Aynı şekilde çoğu örgütün paydaşları da çoklu amaç, hedef ve değerler üçgeninin farkına vardıkları örgütsel bağlılık yazınında araştırmacılar tarafından kabul edilmiştir.

Çoklu bağlılık yaklaşımı çalışanların kurum ya da örgütün tamamına bir bağlılık gösteremeyeceğini ifade etmektedir. Bunun yerine bu bağlılığı örgüt içerisindeki yönetici, iş arkadaşı, iş alanı gibi bireysel olarak iç paydaşlara olan bağlılık, çalışma ortamı, kurumun bulunduğu yer ve alan gibi fiziksel durumuna olan bağlılık, kurumun sahip olduğu sendikalar, müşteriler, kurum dışındaki kurumla ilgili gruplar gibi dış paydaşlara olan bağlılıktır diyebiliriz. Bu bağlılık türüne göre çalışanlar örgütün tamamına değil örgüt içerisindeki daha küçük oluşumlara bağlılık göstermektedir denilebilir.

Örgütsel bağlılığı etkileyen faktörler

Çalışanların kendilerini örgüte bağlı hissetmesi, kendi çalışma performanslarını fazlasıyla arttırarak örgüt adına olumlu sonuçlar meydana getirmektedir. Dolayısıyla örgütlerin çalışanlarının kendisine bağlılığını arttıracak ya da azaltacak unsurları bilmesi ve bu konuda gerekli tedbirleri alması önemlidir (Bayram, 2005).

Araştırmalara göre örgütsel bağlılığı etkileyen faktörler kişisel faktörler, örgütsel faktörler ve örgüt dışı faktörler olarak aşağıda ayrıntılı olarak açıklanmıştır.

Kişisel-demografik faktörler

Örgütsel bağlılığı etkileyen unsurlar ile ilgili yapılan araştırmalarda demografik unsurların örgütsel bağlılığı etkilemeleri kısmen daha az olduğu belirlenmiştir (Bayram, 2005).

Örgütsel bağlılığı etkileyen kişisel ve demografik faktörler cinsiyet, yaş, çalışma süresi, eğitim düzeyi ve medeni durum başlıkları altında aşağıda incelenmiştir.

Cinsiyet

Yapılan araştırmalarda örgütsel bağlılık ile cinsiyet arasında bir fikir birliği sağlanamamış olmakla birlikte toplumsal açıdan bakıldığında kadın ve erkeğe farklı iş grupları yüklenmiştir. Kadınların çalışma yaşamında genellikle ev geçimine katkıda bulunma, ek gelir elde etme düşüncesiyle katıldıkları düşünülür. Bu sebeple de beklentilerin erkeğe kıyasla daha az olduğu fikrine varılır. Yapılan araştırmalar göstermiştir ki, erkeklerin işe bağlılığı kadınların işe bağlılığından daha yüksektir (Yılmaz, 2015).

Çalışma hayatında erkeklerin daha fazla rol alması çoğu meslek grubunun erkeklere yönelik olmasından dolayı erkekler çalışma hayatında daha fazla yer almaktadır. Öte yandan kadınların çalışma hayatına atılması aile yaşantısında ek gelir elde etme olarak algılandığından kadınların daha az beklentiye sahip olduğu değerlendirilmiştir. Bu sebeple erkekler kadınlara oranla daha fazla bağlılık hissetmektedir. Diğer bir ifadeyle çalışan erkekler çalışan kadınlara göre işlerine daha yüksek bağlılık göstermektedirler diyebiliriz.

Yaş

Örgütsel bağlılık ve yaş faktörü incelendiğinde yaş faktörünün bağlılıkla pozitif korelasyonunun tutarlı bir şekilde olduğu bulunmuştur. 41 örneği kapsayan meta-analiz çalışmasında pozitif anlamlılık değerine ulaşılmıştır. Yaşı büyük olan çalışanlar genç çalışanlara göre daha bağlıdır. Bazı araştırmacılar bunun aksini söylemektedir: yaşı büyük olan çalışanlar daha az mesleki seçeneklere sahiptir ve örgütü bıraktıklarında iş bulma olasılıklarını riske atmaktadırlar. Diğerleri daha

fazla meslek tatmini ve daha iyi mesleğe sahip olma sonuçlarına odaklanmışlardır (Mathieu ve Zajac, 1990).

Öte yandan bazı araştırmacılar yaş faktörünün örgütsel bağlılık üzerindeki etkisini incelediklerinde örgütsel bağlılık ve yaş arasında bir ilişkinin olmadığını tespit etmişlerdir ancak araştırmalardaki ortalamalara göre yaş arttıkça örgütsel bağlılığın arttığını tespit etmişlerdir (Ersoy, 2007).

Shin ve Reyes (1991a) örgütsel bağlılık ve yaş üzerinde yaptığı çalışmada pozitif bir korelasyon ($r = .09$) elde etmiştir. 162 devlet ve özel okul müdürlerinin kapsama alındığı çalışmada. 01 ya da. 05 anlamlılık değerine göre çalışma sonuçları anlamlı bulunmamıştır.

Örgütsel bağlılık ve yaş arasındaki ilişki ile ilgili araştırmaların sonuçları incelendiğinde aralarında bir ilişkinin olmadığı düşüncesi yüksektir. Ancak Örgütsel bağlılık ve yaş değişkeni arasında ilişki tespit eden araştırmalar da göz ardı edilmemelidir (Yurt, 2012).

Kişisel faktörlerden yaş faktörünün örgütsel bağlılık açısından incelendiğinde yapılan araştırmalarda net bir sonuç elde edilememiştir. Bazı araştırmaların yaş faktörünün örgütsel bağlılığı etkilediği sonucuna varması bazı araştırmaların ise herhangi bir etkisinin olmadığı yönünde sonuca varması konu ile ilgili net bir fikir birliğinin olmadığı yönünde değerlendirilebilir. Ancak yaş arttıkça örgütsel bağlılığında doğru orantılı olarak arttığını söyleyebiliriz.

Çalışma süresi

Örgütsel bağlılık üzerine çalışma süresinin etkisi incelendiğinde pozitif orantı gözlemlenmiştir. Çalışanların örgütte çalışma süresi arttıkça kazançları da artmaktadır ve çalışma süresi aynı zamanda yatırım olarak algılanmaktadır. Bu yüzden çalışanların bu yatırımları kaybetmemek için örgüte bağlılıkları artmaktadır (Çöl ve Gül, 2005).

Çalışma süresi örgütsel bağlılıkta etken bir faktördür diyebiliriz. Çalışanın kurumda ya da örgütte çalışma süresi arttıkça kaybedeceği maddi yatırım da artacağından dolayı, ayrılması da o derece zor olmaktadır. Bu sebepten dolayı çalışma süresi arttıkça örgütsel bağlılığında arttığını söyleyebiliriz.

Eđitim dűzeyi

Eđitim dűzeyi yűksek olan iř gűrenler daha az bađlılık gűstermektedirler. Bunun bir açıklaması da eđitim dűzeyi yűksek olan çalıřanların beklentilerinin yűksek olması ve iřveren bu beklentileri her zaman karřılayamıyor olması olarak gűsterilebilir (Mathieu ve Zajac, 1990). Diđer bir sebebi ise eđitim dűzeyi yűksek olan iř gűrenlerin rgűt yerine mesleđin kendisine bađlılık gűsterebilirler bűyle bir durumda rgűt için çalıřanı psikolojik olarak rgűte bađlılıđını sađlamak daha zor olacaktır (Mowday, 1982).

Eđitim dűzeyi yűksek olan çalıřanların eđitim seviyesi arttıa alternatif iř olanakları ve rgűtten beklentileri artacak ve bundan dolayı çalıřanın rgűte olan bađlılıđı azalacaktır (űl ve Gűl, 2005).

Yűksek eđitim dűzeyine sahip çalıřanlar çalıřtıkları kurum içerisinde yűksek beklentilere sahip olabilmektedirler. Ayrıca yűksek eđitim dűzeyine sahip çalıřanlar çalıřtıđı kurum yerine uzmanı olduđu alana ya da meslek grubuna bađlılık gűsterebilirler. Öte yandan çalıřanların eđitim seviyelerinin artması kendileri için alternatif iř imkanlarının nűnű açacaktır. Bu sebeplerden dolayı eđitim durumu yűksek olan ya da yűkselmekte olan çalıřanların rgűtsel bađlılıklarının dűřűk olduđu sonucuna varılabilir.

Medeni durum

rgűtsel bađlılık ve medeni durum arasındaki iliřki ile ilgili arařtırmaların sonuçları incelendiđinde rgűtsel bađlılık ve medeni durum arasında bir iliřkinin bulunup bulunmadıđı, var ise bekār çalıřanların mı yoksa evli çalıřanların mı daha yűksek bađlılık gűsterdiđini sűylemek oldukça gűtűr (Yurt, 2012).

Ancak bekār çalıřanların evli çalıřanlara gűre alternatif iř olanaklarını deđerlendirmelerinde daha giriřken davranmaları sűz konusu olabilmektedir. űnkű evlilerin kendilerine ve bakmakla yűkűmlű olduđu kiřilere karřı bir takım sorumlulukları vardır. Bu nedenle de riske girme konusunda daha çekingen bir tutum sergilemeleri műmkűndűr (Gűndođan, 2009).

rgűtsel bađlılık alan yazınında medeni durum faktűrűnűn etkisi konusunda henűz kesin sonucuna varılamamıřtır. Ancak yapılan arařtırmalara gűre bekar çalıřanların alternatif iř imkanları konusunda daha atılgan ve giriřimci bir tavır

sergiledikleri evlilerin ise daha çekingen davrandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu nedenle evli çalışanların bekar çalışanlara nazaran çalıştıkları kuruma daha yüksek bağlılık gösterdikleri söylenebilir.

Örgütsel faktörler

Araştırmanın bu bölümünde örgütsel bağlılığı etkileyen örgütsel faktörler işin niteliği ve önemi, ücret düzeyi, yönetim tarzı, rol belirsizliği ve rol çatışması başlıkları altında ele alınacaktır.

İşin niteliği ve önemi

Çalışanların meslek hayatlarında bağlı buldukları örgütteki işlerinden memnun olmaları örgütsel bağlılık açısından önemlidir. İşin zorluğu, maddi kazanımları, sağladığı beceriler, önem değeri, sorumluluk alanı gibi özellikler örgütsel bağlılık düzeyini etkileyen önemli etkenlerdir (İnce ve Gül, 2005).

İşin niteliği çalışanların örgütsel bağlılıklarını etkilemektedir. Çalışanların sahip oldukları işin zorluk derecesi, işten elde ettikleri maddi gelir, işten aldıkları manevi doyum, işin çalışanın hayatına kattığı değer ve kişiye sağladığı edinimler çalışanın örgütsel bağlılığını etkilemektedir diyebiliriz.

Ücret düzeyi

Ücret düzeyi örgütte, kişisel ve sosyal yaşamda çalışanın statüsünü belirlediğinden dolayı örgütte çalışan iş görenlerin kazandıkları ücretin miktarı örgütsel bağlılığı sağlamada önemli bir etkidir (Gözen, 2007). Ücretler, örgütün sağladığı önemli bir etmen olmakta, işin çekiciliğini artırmakta ve çalışana daha yüksek bir ödeme, çoğunlukla daha yüksek örgütsel bağlılığa yol açmaktadır (Balay, 2000).

Öte yandan çalışanların aldığı ücretin adil dağıtılması da çalışanlar arasında örgütsel bağlılığı etkileyen faktörler arasında bulunmaktadır. Ücretin çalışanlar arasında adaletli dağıtılması ve örgüt yönetiminin ücret politikasını yürütürken adil ve dengeli davranması iş görenin örgüte duyduğu bağlılığı arttırmaktadır (Çöl ve Gül, 2005).

Çalışanların çalıştıkları kurumdan aldıkları ücret çalışanın örgüte olan bağlılığını etkilemektedir. İşverenlerin çalışanlarına yüksek ücret sağlaması büyük oranda yüksek örgütsel bağlılığı sağlamaktadır diyebiliriz.

Yönetim tarzı

Örgütün yönetim şekli örgütsel bağlılığı etkileyen etkenler arasındadır. Yöneticilerin sahip oldukları yönetim ve liderlik şekilleri örgüt bağlılığını olumlu yönde etkilemektedir. Kurum yönetiminin çalışan bireylere yaklaşım tarzı baskıcı ve kontrol üzerine ağır basarsa, çalışan bireylerin kendi duygu ve düşüncelerini ifade etmeleri ve yeni düşünce ve çözümler üretmeleri o seviyede engellenecektir. Bu kapsamda örgütün yönetim tarzları çalışanların bağlılığını belirleyen önemli etkenlerden biridir (Williams ve Hazer, 1986).

Kurum yöneticisinin çalışanın içinde bulunduğu sorun ve ihtiyaçlarını bilmesi bu konudaki duyarlılığı örgütsel bağlılıkla iç içedir. Bir kurumda çalışan kişiler bu şekilde duyarlı yöneticilere sahip olmadığı durumlarda da örgüte bağlılık geliştirebilir. Ancak problemlerine ve ihtiyaçlarına duyarlı yöneticiler çalışanlarının bu sorunlarını giderdiklerinde çalışan kendisini kurumuna ve yöneticisine karşı borçlu hissedecektir, minnettar olacaktır ve bu da örgütsel bağlılığı beraberinde getirecektir. Aksi durumda, çalışan örgütte çalışmaya devam etse bile bunun nedeni normatif boyutlu değil, duygusal ya da gereksinim boyutludur (Gündoğan, 2009).

Yöneticilerin yönetim şekli çalışanların örgütsel bağlılığını etkileyen faktörlerden bir tanesidir. Yapılan araştırmalara göre çalışanların sadece yönetim tarzına göre örgütsel bağlılığının azaldığı söylenemez ancak yönetim tarzı örgütsel bağlılığı etkilemektedir. Şöyle ki çalışan baskıcı, ağır sorumlulukları veren bir yöneticinin olduğu kuruma da bağlılık gösterebilir ancak yöneticiler çalışanların ihtiyaçlarına cevap veren bir yönetim tarzını benimserlerse çalışanın kuruma olan bağlılığı artacaktır diyebiliriz.

Rol belirsizliği ve rol çatışması

Çalışanların farklı ve tutarsız görevlerden etkilenmeleri sonucu rol çatışması ortaya çıkmaktadır. Bu çatışmalardan en çok karşımıza çıkanı çalışana verilen fazla

iş yükü sebebiyle ortaya çıkan çatışmadır. Rol belirsizliği ise iş görenin görev kapsamındaki işleri bilmemesi ya da bireyin ne yapacağını bilmemesidir. Bu durumda çalışanlarda örgüte olan bağlılıkta azalma görülmektedir (Kırel, 2003).

Çalışanların yapmakta oldukları işlerin net olmayışı bir kişiden alanı dışında iş yapmasının istenmesi ve yapabileceğinden fazla iş yüklenmesi rol belirsizliği ve çatışması meydana gelir ve bu da çalışanın örgütsel bağlılığını olumsuz etkiler. Böyle durumlarda çalışanların kuruma olan bağlılıkları azalmaktadır diyebiliriz.

Örgütsel kültür

Örgütsel kültür örgütsel bağlılık üzerine etkisi olan etkenlerden biridir. Örgüt kültürü örgüt içinde çalışanların davranışlarını etkileyen normlar, davranışlar, değerler, inançlar ve alışkanlıklar sistemi olarak tanımlanabilir. Kültür insanlara yapmak zorunda oldukları şeylerin neler olduğu nasıl davranmaları gerektiği konusunda ipuçları vermektedir. Diğer ifade ile “örgüt kültürü, örgüt üyelerinin düşünce ve davranışlarını şekillendiren hakim değerler ve inançlardır” (Dinçer, 1998).

Örgütsel kültür, iş görenler tarafından paylaşıldığı derecede etkili ve güçlü olmakta, bununla birlikte aynı amaca hareket etmelerini sağlayarak kurumda örgütsel etkinliği artırmaktadır (Yurt, 2012).

Kamu kuruluşları ile özel sektör kuruluşlarının örgütsel kültür yapıları birbirinden farklılıklar göstermektedir. Farklılık ilk olarak, kamu kuruluşları ile özel sektör kuruluşlarının sahiplik yapısının ve kuruluş amaçlarının farklı olmasından kaynaklanmaktadır. Kamu kuruluşlarının sahibi devlet iken özel sektör kuruluşlarının sahipliği bireylere aittir. Kamu sektöründe amaç kamu yararı olmasına karşın, özel sektörde temel amaç kâr etmektir. Ayrıca, kamu kuruluşlarının kontrolü daha çok yasa ve yönetmelik gibi yazılı düzenlemelerle yapılırken özel sektör kuruluşları örgütün idaresini yazılı kurallara ek olarak davranış kontrolü ve üretilen mal ve hizmetlerin kontrolüyle de gerçekleştirebilmektedirler. Bu unsurlar dikkate alındığında, kamu ve özel sektör kuruluşlarının örgüt kültürlerinde farklılıklar görülmesi beklenmektedir. Sınırların daha belirgin çizildiği kamu kuruluşlarında, yürürlükte çok sayıda kural ve

formalite olması çalışanlara hareket alanlarının daraltıldığı hissini vereceğinden örgütsel bağlılığı da etkileyecektir (Gündoğan, 2009).

Eğer bir kurumda çalışanların kuruma olan bağlılığı yüksek ise o kurum sağlam bir örgüt kültürüne sahiptir çıkarımı yapılabilir. Bu durum ise kuruma yeni katılanların kurumun bir parçası haline gelme isteğini yükseltmekte ve kurumla ilgili beklentilerin ve yapılacakların yapılma sorumluluğunu meydana getirmektedir (Morris ve Bloom, 2002, Northcraft ve Neale, 1990).

Örgüt kültürü çalışanların çalıştıkları kurumlara olan bağlılığını etkileyen faktörlerden bir tanesidir. Kurumun beklentilerinin gerçekleşmesinde etkili olan örgütsel kültür aynı zamanda çalışanların kuruma olan bağlılığını da arttırmaktadır. Kurumun karşılaşacağı zorluklar karşısında çalışanların bir araya gelmesinde etkilidir diyebiliriz.

Örgütsel adalet

İnce ve Gül'e göre (2005) örgüt içerisindeki görevlerin dağılımı, mesaiye uyum, yetkilendirme, ücret miktarı, ödül dağıtımını gibi yönetsel kararların değerlendirme sürecine örgütsel adalet denilebilir. Örnek vermek gerekirse, göreve yeni başlayan çalışanlar arasında farklı ücret uygulaması yapılması, düşük ücret verilen çalışanın örgüt içerisinde adaletin zayıf olduğunu düşünmesine sebep olacak ve bu durum da çalışanların örgüte olan bağlılıklarının azalmasına neden olacaktır. Aynı zamanda örgüt içerisindeki çalışanlar ya da örgüt üyeleri verilen kararlarda ve ödüllerin dağıtımında kullanılan kriterlerde objektif olunmasını ve adil bir şekilde davranılmasını beklerler. Çalışanlar sürekli maliyet-kar hesabı yaparlar ve örgüte kattıkları değer miktarınca karşılık beklerler. Çalışanların adalet konusundaki hissedecekleri olumlu ta da olumsuz duygular örgütsel bağlılığı belirleyici nitelik taşımaktadır.

Kurum içerisinde çalışanların arasında yönetim tarafından ya da çalışma açısından oluşabilecek ya da var olan herhangi bir eşitsizlik çalışanlar arasında kurumda adaletin olmadığı kanısını oluşturmaktadır. Bu eşitsizlikler ücret, çalışma saatleri, ödül verilimi, yönetsel alanda olabilir. Çalışanlar arasındaki bu eşitsizlik durumu çalışanların kuruma bağlılıklarını olumsuz etkilemektedir. Her açıdan adaletin hakim olduğu kurumlarda örgütsel bağlılığın yüksek adaletin eksik olduğu kurumlarda ise çalışanlar arasında örgütsel bağlılığın az olduğunu söyleyebiliriz.

Örgütsel iletişim

İnsanlar birlikte yaşarken birbirlerini anlamak, dinlemek isterler. Aynı zamanda birbirlerine duygu ve düşüncelerini ifade etmek de toplu halde yaşamının bir gereği ve zorunluluğudur. Bu duyguların aktarılmasına iletişim denir (Başaran, 1982).

İletişim hem öğretmenlerle öğrenciler arasında hem de yönetimle öğretmenler ve öğrenciler arasında temel gerekliliktir. Okullarda öğretmen öğrenci ve öğretmen yönetici iş birliği, dayanışması için sağlıklı bir iletişim önemlidir. Örgütte iletişim kanallarının açık olması, duygu ve düşüncelerin aktarılmasına, sorunların çözülmesine yardımcı olmaktadır. Sağlıklı iletişim çalışanlarla yönetim arasında karşılıklı güveni ve samimiyeti oluşturmaktadır (Erdoğan, 2009).

İletişim sayesinde kurum içerisindeki birçok sorunun üstesinden gelinebilir. Kurum içerisinde açık iletişim olması kurum içerisinde güven ortamının oluşmasına, beklenti ve isteklerin net olarak aktarılmasını sağlar. Gerekli güven ortamının oluşmasının dolaylı olarak örgütsel bağlılığı etkilemektedir diyebiliriz. Bu açıdan iletişimin örgütsel bağlılığı etkilediği sonucuna varabiliriz.

Örgütsel güven

Bir kurumda çalışanların kurumun amaç ve değerlerine olan bağlılıkları ne kadar artarsa, kuruma olan güvenleri de o derece artmaktadır. Örgütsel güvenin oluşmasında açık bir iletişim düzeninin sağlanması, karar alma sürecine çalışanlarında katılımlarının sağlanması, önemli bilgilerin paylaşılması ve duygu düşüncelerin paylaşılması ölçütleri sırasıyla önemlidir. Kurum içerisinde bunlar sağlandığında örgütsel güven ortamı oluşacaktır. (Demirel, 2009).

Örgütsel güven örgütlerde var olması gereken bir kavramdır. Kurumlarda güven olduğu sürece örgütsel bağlılıktan söz edilebilir. Kurum içerisinde hem çalışanlar arasındaki güven hem de çalışanlar ile kurum arasında olan güven çalışanların örgütsel bağlılık düzeylerinin artmasına yardımcı olur sonucunu çıkarabiliriz.

Örgütsel destek

Örgütler çalışanların isteklerini ve beklentilerini karşılıksız bırakmadığı sürece diğer bir ifade ile örgüt çalışanlarının beklentilerini ne kadar çok karşılarsa, çalışanlarda örgütün beklentilerini yapmak için elinden geleni yaparlar. Örgütün çalışanları için yatırım yapması ve bunun çalışanlar tarafından olumlu algılanması önemlidir. Çünkü çalışanların bu durumu olumlu algılaması onların işe olan tutumlarını etkilemektedir (Turunç ve Çelik, 2010).

Çalışanların beklentilerinin kurum tarafından yerine getirilmesi ve çalışanların bunu olumlu olarak algılaması özetle çalışanların kendilerinin desteklendiğini hissetmesi örgütsel bağlılık düzeylerinin artmasına yardımcı olmaktadır diyebiliriz.

İş tatmini

Çalışanların kendilerine sağlanan maddi ve manevi imkanlara olan algılarına iş tatmini adı verilir. İş tatminin boyutlarını ise çalışanların sahip olduğu bu algılara olan tepkisi belirlemektedir. İş tatmini aynı zamanda çalışanların yapılan işten, kurumun yönetim anlayışından kurumun kendisinden aldıkları mutluluk derecesidir (Tutar, 2014).

Örgütsel vatandaşlık

Örgütsel vatandaşlık, örgütün işlerini başarılı bir şekilde yapmasına olanak sağlayan ve istekliliğe dayalı bireysel bir davranış olarak tanımlanabilir (Yılmaz, 2015).

Çalışanların işten aldıkları tatmin duygusunu işe olan motivasyonlarını, işteki performanslarını, kuruma olan bağlılıklarını örgütsel vatandaşlık algısı etkilemektedir (Demirel, 2009).

Örgüt dışı faktörler

Kişisel ve örgütsel faktörler dışında örgütsel bağlılığı etkileyen bir diğer faktör, örgüt dışı faktörlerdir (profesyonellik, yeni iş bulma olanakları, sektörün durumu, ülkenin sosyo-ekonomik durumu, işsizlik oranı vb.). Bu başlık altında,

örgüt dışı faktörlerden profesyonellik ve yeni iş bulma olanaklarına değinilecektir (Gündoğan, 2009).

Profesyonellik

Örgüt dışı etkenlerden profesyonellik örgütsel bağlılığı etkilemektedir. Bir alan üzerinde profesyonel olan insanlar kendi kurallarını koymak, örgütte özerklik istemektedirler. Bu nedenlerden dolayı örgüt profesyonellerin mesleki ilerlemeleri noktasında destekliyorsa bu olumlu sonuç doğuracaktır ancak profesyonellerin beklentilerine olumsuz yönde cevap verilecek olursa örgütsel bağlılık düzeyleri olumsuz etkilenecektir (Bayram, 2005).

Çalışanların alanlarında profesyonel olmaları onların örgütsel bağlılıklarını etkileyebilmektedir. Kurum yönetimi tarafından çalışanlar mesleki açıdan gelişmelerine imkan tanınıyorsa sonuçlar hem kurum hem de çalışan açısından olumlu sonuç doğuracaktır. Öte yandan kurum yönetimi tarafından çalışana mesleki açıdan profesyonelleşmesine izin verilmediğinde çalışanların örgütsel bağlılık düzeyleri olumsuz yönde etkilenecektir sonucuna varabiliriz.

Yeni iş bulma olanakları

İnce ve Gül'e (2005) göre örgüt içerisinde çalışanların örgütsel bağlılığını etkileyen en önemli örgüt dışı etkenlerden bir diğeri de çalışanın sahip olduğu alternatif iş imkanlarıdır. Alternatif iş imkanları sadece çalışanların yetenekleri ile sınırlı değildir aynı zamanda örgütün bulunduğu iş alanı, küreselleşme ve ülkenin sosyo-ekonomik durumu gibi faktörler ile de ilişkilidir. Çalışan işe başlarken birden fazla alternatif iş imkanına sahipse örgütsel bağlılık düzeyi azalacaktır. Örgütsel bağlılık alan yazını tarandığında, yeni iş bulma imkanı az olan çalışanlarda daha yüksek düzeyde örgütsel bağlılığa sahip oldukları konusunda görüş birliği bulunmaktadır.

Alternatif iş imkanlarının varlığı her zaman çalışan için iş kaybetme konusunda rahatlık sağlamaktadır. Ve bu rahatlık çalışanın örgütsel bağlılığını olumsuz etkilemektedir. Alternatif iş imkanlarına sahip olmayan çalışanların çalıştıkları kuruma daha fazla bağlılık göstermektedirler diyebiliriz.

Örgütsel bağlılığın sonuçları

Örgütsel bağlılığın sonuçları ele alındığında bağlılığın derecesi olumlu ya da olumsuz olabilmektedir. Örgütsel hedef ve amaçlar çalışan açısından kabul edilebilir olmadığında örgüt üyelerinin sahip olduğu yüksek bağlılık azalmakta ve örgütün dağılmasına neden olabilmektedir. Öte yandan amaçlar kabul edilebilir bir seviyede ise üyelerin sahip olduğu yüksek bağlılık etkili davranışlar sergilenmesine zemin hazırlamaktadır (Balay, 2000).

Örgütsel bağlılığın sonuçlarına bakıldığında davranışa ait sonuçların örgütsel bağlılık alanında en güçlü etken olduğu görülmüştür. Bu sonuçların arasında işten alınan yüksek doyum oranı, işe güdülenme, örgüte devam isteği örgütsel bağlılıkta olumlu bir ilişki içerisindedir. Öte yandan örgüte devamsızlık ve alternatif iş olanaklarıyla birlikte iş değiştirme örgütsel bağlılıkta olumsuz bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır (Balay, 2000).

Düşük örgütsel bağlılık

Üyelerin sahip olduğu düşük düzeydeki bağlılık olumlu ya da olumsuz sonuçlara ya da etkilere sebep olabilmektedir. Düşük örgütsel bağlılık durumunda kişiler kendilerini örgüte bağlayacak olan düşence ve tutumlardan uzak olmaktadır. Öte yandan düşük düzeyde bağlılığa sahip birey alternatif işleri araştırma eğiliminde olacağından bu durum insan kaynaklarının önemini bir kez daha göstermiş ve insan kaynaklarının etkili kullanılması gerektiği gerçeğini ortaya çıkarmaktadır (Randall, 1987).

Düşük örgütsel bağlılık düzeyi çalışmada devamsızlık, stres, verim düşüklüğü gibi örgüt yaşamı için istenmeyen durumlara yol açabilmektedir. Bu durumda düşük bağlılık düzeyine sahip çalışanın örgütte kalması örgüt yaşamı için kimi riskleri beraberinde getirmektedir (Balay, 2000).

Çalışanlardan örgüte düşük düzeyde bağlı olanlar kendi çalışma alanlarında işe karşı yavaş ve isteksiz olmalarının yanı sıra grup halindeki çalışmalarda grup bağlılığın oluşturulmasında az gayret göstermektedirler (Ergener, 2008).

Bireylerdeki düşük örgütsel bağlılık genellikle kurum hakkında olumsuz görüş bildirme, kurum içindeki uygulamalara itiraz ve şikayetlerde karşılık bulduğundan örgütün itibarına zarar gelmektedir ve örgüt paydaşlarının kuruma

olan güveni sarsılmaktadır aynı zamanda yeni gelişmelere uyum sağlayamayarak gelir kayıplarını meydana getirmektedir. Örgüt içerisinde meydana gelen bu zararlı, olumsuz iletişim özellikle üst yönetim tabakasının otoritesini sarsmakta ve örgütün yapısını bozmaktadır (Randall, 1987).

Örgütsel bağlılığı düşük olan bireyler örgütün beklentilerini gerçekleştirmediği gerçekte kalırlar. Bu bireyler çalışma konusunda verimi genelde düşük olan bireylerdir ve grubun verimini de düşürmektedirler. Öte yandan düşük bağlılığa sahip olan çalışanlar örgüt hakkında şikâyet etmekte en küçük olaylarda bile olumsuz eleştiri yapabilmektedirler. Örgüt için özveride bulunmazlar. Bu sebepten dolayı kurumlar çalışanların örgütsel bağlılık düzeylerini yüksek tutmalıdırlar diyebiliriz.

İlimli örgütsel bağlılık

Bireyin iş konusunda tecrübesinin güçlü olduğu fakat örgütsel bağlılığın tam olarak hissedilmediği bağlılık seviyesidir. İlimli bağlılık gösteren bireyler örgütün kendilerini bir kalıba sıklmalarını istemezler ve bu nedenle kendi kimlik ve karakterlerini korumaya alırlar. Bu seviyedeki bireyler örgütün bütün değerlerini kabul etmezler bazı değerlerini kabul ederek örgütün beklentileri kısmen karşılamaktadırlar. Bu seviyedeki bağlılığa sahip bireyler örgütle birlikte bütünleşmeyi kabul ederken bir taraftan kendine ait değerlere sahip çıkarak onları korumayı sürdürürler (Ergener, 2008).

İlimli örgütsel bağlılık sanıldığı kabul edilebilir seviyede bir bağlılık türü değildir ve her zaman örgüt için olumlu sonuçlar doğurmayabilir. Bu düzeydeki bireyler topluma karşı sorumluluk hissetmekte ve aynı zamanda örgüte karşı sadakat hissederek ikisi arasında gelgit yaşarlar. Bur durum ise örgütün yavaşlaşmasına, kararsızlığa ve verimsizliğine yol açacaktır (Balay, 2000).

Düşük örgütsel bağlılığa göre örgüt tarafından daha iyi olarak kabul edilebilecek örgütsel bağlılık sonucudur. Çalışanlar örgüte hem bağlıdır hem de kendinden çok fazla ödün vermek istememektedirler. Zaman zaman örgüt ve çalışan arasında çatışmalar olabilmektedir. Çalışan örgütün beklentileri ve bireysel tercihler arasında ikilemde kalabilirler bu da örgüt için genellikle olumlu sonuçlar

doğurmayacaktır. Bu sebeple örgütler ılımlı örgütsel bağlılığa sahip çalışanlarının beklentilerini dikkate alarak bağlılık düzeylerini yükseltmelidirler diyebiliriz.

Yüksek örgütsel bağlılık

Yüksek örgütsel bağlılıkta bireyin mesleğindeki başarısının ve karşılığında aldığı maddi kazançtan doyumunun yüksek olduğu bağlılık türüdür. Birey ile örgütün beklentileri birbirini karşıladığı için bireyde örgüte karşı yüksek sadakat mevcuttur. Bu türdeki çalışanlar kendi kararlarını kendileri almaktadırlar ve örgüt dışı etkenlerden daha az etkilenmektedirler. Yüksek örgütsel bağlılığa sahip çalışanlar örgüte güven verir ve istikrarlı bir çalışma sergilerler bu sebeplerden dolayı da bu tür çalışanlar örgütler için vazgeçilmez olmaktadır. Verimli olmak, etkin iletişim güçlerine ve yüksek örgütsel sadakate sahip olma örgütsel bağlılığı yüksek olan bireylerde görülen özelliklerdendir. Bu çalışanlar sağlık problemleri dışında örgüte devamsızlık yapmazlar (Somuncu, 2008).

Örgütsel bağlılığı yüksek olan bireyler kurum için özveride bulunurlar ve çoğunlukla örgüt dışından gelen etkilerden etkilenmezler. Örgüte olan sadakatleri yüksektir. Bu tür çalışanlar örgüt için güven merkezidirler ve örgüt içerisinde istikrarlı çalışma hayatına sahiptirler. Çalışmalarında verimlidirler. Bu tür örgüte olan bağlılıkları yüksek olan çalışanlar örgüt için önemlidir ve örgütler bu tür çalışanları kaybetmemeye dikkat etmelidirler sonucu çıkarılabilir.

Yurt içinde yapılan ilgili çalışmalar

Bu bölümde kurumsal itibar ve örgütsel bağlılık alanında yurtiçinde yapılmış araştırmalara yer verilmiştir. Araştırmacı tarafından yapılan alan yazın taramasında, okul yöneticilerinin kurumsal itibar algılarının örgütsel bağlılık düzeylerine olan ilişkisine yönelik bir çalışmaya ulaşılamamış, ancak eğitim kurumlarında yapılmış bireylerin kurumsal itibar ve örgütsel bağlılık alanında yapılmış araştırma özetleri aşağıda verilmiştir.

Argüden (2003)'in 'İtibar Yönetimi' adlı kitabında itibarın oluşturulmasında şeffaflık, açıklık, hesap verilebilirlik ve etkinlik gibi ilkelere dikkat edilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Kurum içerisinde yapılan her uygulamanın tanıtılmasının önemli olduğu vurgulanan çalışmada ayrıca itibarın devamı için iç ve dış iletişimin

çok iyi sağlanması ve tutarlı olmanın itibar riski yönetimi açısından önem taşıdığı belirtilmektedir.

Tüysüzoğulları (2010)'ın Kastamonu ili ortaöğretim kurumlarında yaptığı yönetici ve öğretmenlerin kurumsal itibara ilişkin yaptığı çalışmada, öğretmen ve yöneticilerin kurumsal itibara ilişkin algılamaları konusunda görüş ayrılıkları bulunduğunu ve yöneticilerin okullarını, öğretmenlere göre daha itibarlı bulduklarını tespit etmiştir.

Karaköse (2006)'nin Kahramanmaraş ilinde devlet ve özel okullarda görev yapan yönetici, öğretmen, öğrenci ve velilerin kurumsal itibara ilişkin algılarını tespit etmek amacıyla yaptığı çalışmada devlet ve özel okulların iç ve dış paydaşlarının kurumsal itibara ilişkin algılamaları arasında anlamlı görüş farklılıkları olduğunu bulmuştur.

Çillioğlu (2010)'un yapmış olduğu bir araştırmada, Anadolu Üniversitesinin kurumsal itibarı iç ve dış paydaşların değerlendirmeleriyle incelenmiştir. Araştırma sonucuna göre, Anadolu Üniversitesinin kurumsal itibarının paydaşlarının üniversite hakkında olumlu görüşe sahip oldukları sonucuna varmıştır.

Karaköse (2008)'ye göre okul yöneticilerinin itibarlarını etkileyen faktörleri “okul müdürlerini itibarlı kılan değerlerin belirlenmesine yönelik nitel bir çalışma” isimli makalesinde okul müdürlerini itibarlı kılan değerleri; kararlı ve ilkeli olmak, güvenilir olmak, adil olmak, eylemlerinde tutarlı olmak sabırlı ve dürüst olmak şeklinde sıralanmıştır.

Çekmecelioğlu ve Dinçel (2014), kurumsal itibarın, örgütsel bağlılık, örgütsel kıvanç ve ücret tatmini gibi iş tutumları üzerinde olumlu bir değişken olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Eroğlu ve Solmaz (2012), kurumun dış paydaşlarının itibar algılarının kurumun iç paydaşlarına oranla daha yüksek olduğu sonucuna varmıştır. Çalışmada kurumun iç paydaşlarına kurumsal itibarın öneminin vurgulanmasını kurum yöneticilerine önermişlerdir.

Gümüş ve Öksüz (2009)'ün yapmış olduğu bir çalışmada güçlü kurumsal itibara sahip kurumların, iç paydaşları arasında güçlü bir ilişki olduğu ve güçlü bir örgütsel bağlılığa sahip olmasının etkili olduğu sonucuna varmıştır.

Bozkurt ve Yurt (2015)'un akademik personel üzerinde yapmış olduğu “kurumsal itibar yönetimi algısının örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi” adlı çalışmada kurumsal itibar yönetiminin örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

İcil (2008) Akdeniz Üniversitesi yöneticilerine yönelik yaptığı bir çalışmada kurumsal itibar ve iletişim arasındaki ilişkiyi çalışmıştır. Yapılan çalışmada kurumsal itibar ile iletişim arasında anlamlı bir ilişki bulunmuş olup akademik örgütlerdeki kurumsal itibarın paydaşlarla kurulan iletişimde görünürlüğün, güvenilir olmanın, şeffaflığın ve fark oluşturmanın önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Telli ve Ünal (2015)'in “kurumsal itibar olgusunun çalışanların örgütsel bağlılığı üzerine etkisi adlı çalışmasında çalışanların itibar algısı, kurumsal itibar boyutu açısından yönetim kalitesi ve örgütsel bağlılık açısından devam bağlılığı arasında anlamlı pozitif bir ilişki gözlemlenmiştir buna göre çalışanların yönetim kalitesi hakkındaki görüşleri devam bağlılıkları algılarını olumlu yönde etkilemektedir.

Celep (1996)'in ‘Eğitim örgütlerinde öğretmenlerin örgütsel bağlılığı’ adlı çalışmasında öğretmenlerin örgütsel bağlılıkları araştırılmıştır. Öğretmenlerin, çalıştıkları okullara, meslektaşlarına, öğretmenlik mesleğine ve öğretime yönelik bağlılıklarının çalışıldığı çalışmada kendisini çalıştığı kuruma aday olan öğretmenlerin, çalıştığı kurum için beklenilenden daha fazla çaba sarf ettiğini, o kurumun bir ferdi olmaktan onur duyduklarını, kurumunu diğer kurumlara tercih ettikleri tespit edilmiştir (Akt. Balay, 2000).

Balay (2000) tarafından yapılan ‘Özel ve resmi liselerde okul yöneticisi ve öğretmenlerin örgütsel bağlılığı’ adlı çalışmada Balay örgütsel bağlılığın uyum, özdeşleşme ve içselleştirme boyutunu çalışmıştır. Balay’ın çalışmasında resmi liselerde grev yapan öğretmen ve yöneticilerde örgütsel bağlılığın uyum boyutu yüksek çıkarken özel liselerde görev yapan yöneticilerde ve daha sonra öğretmenlerde örgütsel bağlılığın özdeşleşme ve içselleştirme boyutu daha yüksek çıkmıştır.

Erdoğan (2004)'ın ilköğretim okullarında görev yapan yönetici ve öğretmenler üzerinde yaptığı çalışmada yönetici v öğretmenlerin örgütsel bağlılık düzeylerinin yüksek olduğu saptanmıştır.

Eğriboyun (2013) 'Ortaöğretim okullarında görev yapan yönetici ve öğretmenlerin örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre yöneticilerin örgütsel bağlılığa olan algıları ile duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmıştır. Ayrıca araştırmada yöneticilerin duygusal bağlılıkları ile devam bağlılığı ve normatif bağlılık algıları arasında anlamlı ilişki saptanmıştır. Öte yandan okul yöneticilerinin örgütsel bağlılık alt boyutlarından normatif bağlılık algıları ile okul türü yönünden anlamlı fark bulunmasına rağmen okul türü açısından yöneticilerin duygusal bağlılık ve devam bağlılığı algıları arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Ayrıca çalışmada okul yöneticilerinin örgütsel bağlılık algıları ile yaş, branş, kıdem ve cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunmazken, yöneticilerin örgütsel bağlılık algıları ile öğrenim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark elde edilmiştir.

Demir (2013) İzmir ili Bornova ve Karabağlar ilçelerinde görev yapan ilkokul ortaokul ve lise düzeyindeki okul yöneticilerinin örgütsel bağlılık düzeyleri hakkında bir çalışma yapmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre okul yöneticilerinin örgütsel bağlılık algıları incelendiğinde en yüksek devam bağlılığına sahip oldukları daha sonra sırasıyla normatif bağlılık ve duygusal bağlılığa sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmada okul yöneticilerin örgütsel bağlılık düzeyleri ile cinsiyet ve yaşları arasında anlamlı bir fark görülmemiştir.

Yurt (2012) kurumsal itibar algısının örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi adına yapmış olduğu çalışmada Düzce Üniversitesi akademik personeli açısından kurumsal itibarın örgütsel bağlılık üzerinde etkisi olup olmadığı, algılamalarındaki benzerlikler ve farklılıklar ortaya konulmuştur. Araştırma sonucuna göre kurumsal itibarın oluşmasında ve devamında iç paydaşların sahip oldukları örgütsel bağlılık düzeyleri önemli bir yere sahiptir. Toplum tarafından geniş kabul göre, itibarı yüksek olan kurumlarda yer almak ve bu üyelikten kıvanç duymak çalışanların ortak özelliğidir. Araştırma kurumsal itibar yönetimin duygusal bağlılık üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu kurumsal itibarın 0,80'lik bir etki ile örgütsel bağlılığı şekillendirdiği ortaya çıkmıştır. Kurumsal itibarın devam bağlılığı

üzerindeki etkisine bakıldığında 0.26'lık bir etkiye sahip olup düşük bir etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Kurumsal itibarın normatif bağlılık üzerindeki etkisi 0.70 olarak ölçülmüş olup anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Genel olarak kurumsal itibarın örgütsel bağlılığı 0.77'lik bir etki ile etkilediği bu sebeple kurumsal itibarın örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Yurt dışında yapılan ilgili çalışmalar

Okul Yöneticilerinin kurumsal itibar algılarının örgütsel bağlılık düzeylerine olan ilişki alanında araştırmacı tarafından yabancı kaynaklarda yapılan alan yazın taramasında herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ancak kurumsal itibar ve örgütsel bağlılık alanında yapılan çalışmalar aşağıda verilmiştir.

Reputation Institute kurumsal itibar alanında, bu alanın öncülerinden olan C.Fombrun ve Cees van Riel'in yaptığı 'Reputation Management' adında itibar araştırma yapmıştır. Reputation Institute bu çalışmada kurumsal itibarın finansal etkinliğe katkısı araştırılmıştır. Araştırma sonucunda kurumların sahip olduğu itibar ile finansal performansları arasında sağlam bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır (Çatar, 2010).

Reputation management adı altında 1999 yılında editörlüğünü Nash'ın yaptığı bir kitap yayınlanmıştır. Çalışmada kurumları, yöneticileri ve markaları risklerden uzak tutmak amacıyla çeşitli teknikler sunulmuştur. Ayrıca kurumsal itibarın örgütler için önemli bir değer olduğu ve kriz durumunda örgütlerin nasıl hareket etmesi gerektiği kitapta açıklanmaya çalışılmıştır (Karaköse 2007).

Stuart Roper ve Chris Fill'in 2012 yılında yayınladığı Corporate reputation, Brand and Communication adlı kitabında kurumsal itibarın kurumsal itibarın ölçümü, kurumlar açısından önemi ve kurumsal kültürün öneminden bahsedilmiştir. Ayrıca kitapta marka ve itibarın farkına değinilerek kurumsal iletişimin boyutları ele alınmıştır.

Sung ve Yang (2009) yılında üniversite öğrencilerine yönelik yaptığı çalışmada üniversite-öğrenci ilişkileri ile üniversitenin itibarı arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Öte yandan öğrenci davranışlarında üniversite-öğrenci ilişkisinin ve üniversite itibarının önemli rol oynadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Larkin (2003)'in 'reputation management' adlı çalışmasında itibar konusu ele alınmış olup, başarılı itibar yönetiminin sağlanması için 6 maddeyi sunmuştur. Larkin'e göre başarılı itibar yönetimi için; olası riskler için erken uyarı ve izleme sistemleri kurmak, riskleri ve fırsatları daha önceden fark etmek, oluşabilecek eksiklikleri analiz etmek, hareket ve stratejileri belirlemek, uygulamak, savunma stratejilerini elde tutmak gerekmektedir.

Sabrina Helm, Kerstin Liehr-Gobbers ve Christopher Storck (2011)'un editörlüğünü üstlendiği 'Reputation management' adlı kitapta kurumsal itibara nasıl yaklaşımları gerektiği, kimlik, imaj ve itibar kavramları ve farkları, farklı paydaşlar açısından itibar yönetiminin nasıl olması gerektiği, kurumsal itibarın ölçümünün nasıl yapılması gerektiği ayrıntıları ile ortaya konulmuştur.

Reichers (1985) örgütsel bağlılık alanında yaptığı çalışmada çoklu bağlılık yaklaşımı üzerinde durmuştur. Reichers örgütsel bağlılıkla ilgili yapılan önceki araştırmaların örgütün bütünü göz önüne alınarak yapıldığını çoklu bağlılık yaklaşımı ile birlikte örgüt içindeki birbirinden farklı etkenlerin farklı bağlılık düzeyleri meydana getirebileceği sonucunu savunmuştur.

Koch ve Steers (1978) demografik faktörlerin, Morris ve Sherman (1981) ise örgütsel faktörlerin bağlılığı daha güçlü şekilde etkilediğini bulmuşlardır. Buchanan (1974) ise, her iki faktör grubunun örgütsel bağlılığı kestirmede eşit derecede etkili olduğunu saptamıştır. Diğer yandan Oliver (1990), bu konuda yaptığı araştırmada, demografik faktörlerin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinin nispeten daha az olduğunu, örgütsel kar ve kazançlar ve iş tutumları ise örgütsel bağlılıkla yüksek düzeyde ilişkili olduğunu gözlemiştir. Bu kapsamda, güçlü tutum sergileyen iş görenlerin, daha yüksek düzeyde örgüte ilişkin bağlılık; güçlü araçsal değerlere sahip olanların ise, göreceli olarak daha düşük düzeyde bağlılık gösterdikleri sonucuna ulaşılmıştır (Balay, 2000).

Allen ve Meyer (1990) duygusal bağlılık ve tutumsal bağlılık etkenlerini; iş gücülüğü, işe katılım, kişisel önem, arkadaşlara olan bağlılık, yönetimin açıklığı, amaç gücülüğü, amaç şeffaflığı, rol şeffaflığı şeklinde açıklamışlardır; devam bağlılığı etkenlerini ise eğitim, kendine yatırım, emeklilik ve sosyal güvenceler, yetenek, yaşam koşulları, seçenekler ve hareket edebilme olarak özetlemiştir.

Problem Durumu

Örgütler kişilerin veya toplumların sahip olduğu ihtiyaçları karşılamak amacıyla kurulmuşlardır ve bu var olan ve sürekli güncellenen ihtiyaçlar karşılandığı takdirde hayatlarını sürdürebilirler. Örgütlerin yaşamsal faaliyetlerini sürdürebilmesi, canlılığını yitirmemesi ve ihtiyaçlarının karşılanması nasıl yönetildiği ve kimin yönettiği ile ilgilidir. Bu sebepten dolayı örgütün varlığını devam ettirmesinden büyük ölçüde yöneticilerin sorumlu olduğu ifade edilebilir.

Bir örgütün başarısı yönetime ait eylemleri başlatan ve sonlandıran yöneticisinin etkinliğine ve verimliliğine bağlıdır. Yöneticiler örgütün hedeflerini ve vizyonunu gerçekleştirmek amacıyla örgütün özgün yapısını ve kurallarını kullanan kişidir (Aydın, 1994). Bu sebepten dolayı her örgüt kendi amaçlarına, yönetim yapısına ve hedeflerine uygun yönetici tarafından yönetilmesi gerekmektedir.

Kişilerin, toplumun ya da bir sistemin olduğu her yer de yönetimden bahsedilebilir. Bu nedenle okullar da birer örgüttür ve bu eğitim örgütlerinin de yönetime ihtiyaçları vardır ve bu konuda yönetim bilimi özel alanı eğitim yönetimi söz konusudur.

Eğitim yönetimi diğer yönetim alanlarından farklı olarak gittikçe artan ve değişen öneme sahiptir. Eğitim sisteminin içerisinde hedeflerin gerçekleştirilebilmesi için sistemdeki tüm eğitim çalışanları ve sistemin kaynakları örgütlenerek harekete geçilmesi eğitim yönetiminin temel alanlarından biridir. Ailelerin eğitim konusunda giderek daha fazla bilinçlenmesi, teknolojik gelişmeler, öğrenenlerin daha fazla bilgiye ve öğrenmeye istekli oluşu gibi nedenlerden dolayı eğitim yönetimi giderek karmaşıklaşmakta ve güncellenme ihtiyacını da beraberinde getirmektedir. Daha dar kapsamda konuyu ele alacak olursak eğitim yönetiminden alt kademede okul yöneticileri gelmektedir. Eğitim kurumlarını yöneten okul yöneticilerinin eğitim ve yönetim alanında her konuda etkin ve verimli olması beklenmektedir. Bu beklentilerin karşılanma oranı okulun iyi yönetilmesi anlamına gelmekte ve beraberinde okul başarısını da getirmektedir. Başarılı okullar toplumda daha fazla fark edilmekte ve tercih edilmektedir. Bu kapsamda okulun kurumsal itibarının toplum gözünde yüksek olduğundan bahsedilebilir.

Kurumsal itibar iç ve dış paydaşların örgüt hakkındaki sahip oldukları algılardan meydana gelen soyut bir kavramdır. İtibar bu nedenden dolayı bireylerin ve örgütlerin amaçlarını gerçekleştirmesinde önemli bir faktördür çünkü toplumlar bireylere ve örgütlere sahip oldukları itibar algıları ölçüsünde güvenir ve destek verir (Karaköse, 2012).

Günümüzde eğitim kurumları verdikleri eğitimin kalitesine, yöneticilerinin niteliklerine ve okulun başarısına göre tercih edilmektedir. Başarılı olan eğitim kurumları kurumsal olarak paydaşları gözündeki itibarlarını korumak zorundadırlar. İtibarla birlikte kurumda çalışanların kuruma olan bağlılık düzeyleri de bu itibarın korunmasında da büyük öneme sahiptir.

Örgütsel Bağlılık çalışanların bağlı olduğu kuruma karşı hissettiği duygusal bağlılık olarak tanımlayabiliriz. Çalışan kuruma karşı sevgi ve saygı beslemektedir ve orada çalışmaktan memnuniyet duymaktadır. Kurumun yararına olacak şekilde elinden geleni yapması o çalışanın kuruma olan bağlılığının yüksek olduğunu göstermektedir.

Örgütsel bağlılık bireylerin sahip olduğu bağlılığın niteliği, örgütün hedeflerine yönelik belirli işlevsel gereklerin yerine getirilmesi ve örgütle birlikte olmanın moral-psikolojik gücü olarak ifade edilmektedir. Çalışanların örgütün farklı bölümlerine ve ya unsurlarına bağlılık olarak anlamlandırılmıştır (Balay, 2000).

Örgütsel bağlılığı yüksek olan çalışanlar, işlerini daha fazla sevecek, yaptıklarını daha istekli yapacaktır. Kendilerini örgüte daha fazla bağlı hissedecek, işlerine karşı tutumları daha olumlu olacaktır ve işlerinden daha fazla tatmin olacak ve bunun sonucunda kurumsal itibara olumlu yönde katkıda bulunacakları genel kabul görmüş bir olgudur (Erkuş, Tunç ve Yücel, 2011).

Eğitim örgütlerinde çalışanların kurumsal itibar algıları ve örgütsel bağlılık düzeyleri günümüz eğitim sistemindeki gelişmeler nedeniyle daha fazla önemli hale gelmiştir. Özellikle okul yöneticilerin bu konudaki bilgileri, sahip oldukları kurumsal itibar algı düzeyleri ve örgütsel bağlılık düzeyleri ve yine aynı konulardaki yönelimleri ve her iki konu arasındaki ilişkinin olası varlığı konusunda yeterli araştırma yapılmadığı düşünülmektedir. Bu sebeplerden dolayı okul

yöneticilerinin kurumsal itibar algılarının örgütsel bağlılık düzeylerine olan ilişkisinin araştırılmasına ihtiyaç duyulmuştur.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Okul yöneticilerinin sadece okul yöneticisi olma niteliğini taşıması, kanuni görevlerinin başarıyla yerine getirmesi eğitim sisteminin ihtiyacı olan gerekleri tam olarak karşılamamaktadır. Gelişen ve değişen eğitim sistemi ve teknolojiyle birlikte okul yöneticilerinin yönetim alanında da kendilerini geliştirmesi gerekliliğini gerektirmektedir. Bu kapsamda yönetim bilminde okul yöneticileri ile yapılması gereken sayısız araştırmaların bir tanesi de itibar algılarının ne yönde olduğudur. Bunun yanı sıra çalışma dünyasının vazgeçilmez ögesi bağlılık konusunda da okul yöneticilerinin örgütsel bağlılık düzeyinin araştırılması gerekmektedir. Alan yazında farklı çalışma alanlarında özellikle kar amacı güden kurumlar üzerinde kurumsal itibar konusunda çok fazla çalışma yapılmışken, toplumun geleceğini şekillendiren okul kurumunun yöneticileri hakkında yeterli çalışmaya ulaşılamamıştır. Alan yazına çalışmanın katkısının yanı sıra okul yöneticilerinin kurumsal itibar algısının tespit edilmesi, örgütsel bağlılık düzeylerinin tespit edilmesi ve her iki değişken arasındaki ilişkinin belirlenmesi okul yöneticilerinin eksikliklerinin giderilmesi ve bu konuda kendilerini geliştirilmesinde kendilerine yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Problem Cümlesi

Bu araştırmanın genel amacı okul yöneticilerinin kurumsal itibar algılarının ve örgütsel bağlılıklarının düzeylerini ve bununla birlikte okul yöneticilerinin kurumsal itibar algıları ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkinin varlığını ortaya koymaktır. Bu genel amaçlar doğrultusunda aşağıdaki soruların yanıtları aranmıştır.

Alt problemler

1. Okul yöneticilerinin kurumsal itibar algılarının düzeyi nedir.
2. Okul yöneticilerinin örgütsel bağlılık algılarının düzeyi nedir.
3. Okul yöneticilerinin kurumsal itibar algıları ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasında bir ilişki var mıdır?

4. Okul yöneticilerinin kurumsal itibar algısı ve örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkiye yönelik tutumları a) cinsiyete, b) yaşa, c) medeni duruma, d) eğitim durumuna, e) çalışma süresine göre farklılık göstermekte midir?
5. Kurumsal itibar algısı örgütsel bağlılık alt boyutlarından duygusal bağlılıkla ilişkili midir?
6. Kurumsal itibar algısı örgütsel bağlılık alt boyutlarından devam bağlılığıyla ilişkili midir?
7. Kurumsal itibar algısı örgütsel bağlılık alt boyutlarından normatif bağlılıkla ilişkili midir?

Araştırmanın Sayıtları

Araştırma analizi katılımcıların ölçek sorularına içtenlikle cevap verdikleri kabul edilmiştir.

Veri toplama aracının konuyla ilgili görüşleri ortaya çıkaracak nitelikte olduğu varsayılmaktadır.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma 2018-2019 yılı eğitim-öğretim yılında Bursa ili merkez ilçeleri içerisindeki resmi devlet okullarındaki okul yöneticileri ile sınırlıdır. Araştırmaya özel eğitim kurumları dahil edilmemiştir.

İkinci Bölüm

Yöntem

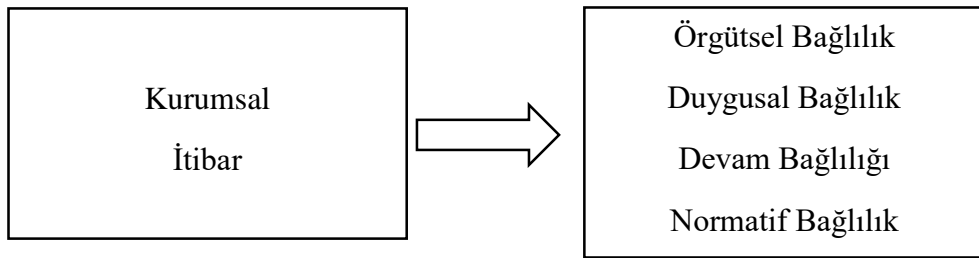
Bu bölümde araştırmanın modeline, evren ve örnekleme, verilerin toplanma şekline, veri toplama araç ve tekniklerine, verilerin analizi ve analizde kullanılan tekniklere yer verilmiştir.

Araştırma Modeli

Okul yöneticilerinin itibar algularıyla örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkiyi araştıran bu çalışmada nicel araştırma yöntemi modelleri arasından ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. İlişkisel tarama modeline göre araştırmacı iki ve daha fazla değişken arasında birlikte değişimin varlığını ya da derecesini belirlemeyi amaçlıyorsa ilişkisel tarama modelini kullanabilir (Karasar, 2013).

Araştırmadaki problemi, araştırmadaki probleme ilişkin değişkenleri ve durumları bunların yanı sıra değişkenler arasındaki ilişkileri analiz etmek için kullanılmaktadır. Betimsel araştırma modeli bir konudaki durumu hedefleyen araştırmaları kapsamaktadır (Kırcaali-İftar, 2000).

Bu araştırma modeline göre aşağıda oluşturulan model çerçevesinde araştırma tamamlanmıştır.



Şekil 5. Araştırma Modeli

Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini 2018-2019 eğitim-öğretim yılı Bursa ili merkez ilçelerindeki devlet okullarında görev yapan okul yöneticileri oluşturmaktadır.

Çalışmanın evreni 2018-2019 eğitim öğretim yılı için Bursa il milli eğitim müdürlüğü verilerine göre 1872 okul yöneticisinden oluşmaktadır. Araştırmanın örnekleme basit seçkisiz örnekleme metoduyla seçilmiştir. Örneklem büyüklüğü %95 güven düzeyi için 322 olarak hesaplanmıştır. Araştırmada kullanılan 350 adet anketten veri toplama araçları açısından uygun olan 333 anket kullanılmıştır. Örneklem büyüklüğü aşağıdaki formül ile hesaplanmıştır.

Araştırmaya katılanların demografik özellikleri

Bu bölümde araştırma kapsamına alınan katılımcıların demografik özellikleri verilmiştir. Katılımcıların demografik özellikleri cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim düzeyi ve çalışma süreleri başlıkları altında incelenmiştir.

Tablo 2

Katılımcıların Demografik özelliklere Göre Dağılımı.

Katılımcılar	Sıklık	Yüzde
Cinsiyet	Bay	302
	Bayan	31
Medeni Durum	Evli	279
	Bekar	54
Yaş	25 yaş ve Üzeri	25
	25-31	52
	32-38	101
	39-45	100
	46 ve üzeri	55
Eğitim Düzeyi	Lisans	236
	Yüksek Lisans	89
	Doktora	8
Çalışma Süresi	1-5 yıl	97
	6-10 yıl	85
	11 yıl ve üzeri	151

Tablo 2'ye göre katılımcıların %90,7'ini erkekler, %9,3'ünü kadınlar oluşturmaktadır. Katılımcıların çoğunluğunu erkek katılımcılar oluşturmaktadır. Katılımcıların %83,8'ini evli olduğu görülmektedir. Çalışmadaki katılımcıların %16,2'sinin medeni durumlarının bekar olduğu görülmüştür. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun evli olduğu gözlemlenmiştir. Araştırmadaki katılımcıların çoğunluğunu 32-38 ve 39-45 yaş grubu oluşturduğu görülmektedir (%60,3). 25 yaş altı yaş grubunun azınlıkta olduğu gözlemlenmiştir. Çalışmaya dahil olan katılımcıların %70,9'unun lisans eğitimine sahip olduğu, %26,7'sinin yüksek lisans

eğitimini tamamladığı, %2,4'ünün doktora eğitimini tamamlamış olduğu görülmektedir. Katılımcıların %29,1'inin 1-5 yıl arası çalışma süresine sahip olduğu görülmektedir. Çalışmadaki katılımcıların %25,5'inin 6-10 yıl arası çalışma süresine sahip olduğu grlmştir. Çalışmadaki katılımcıların %45,3'ünün 11 ve üzeri yıllar arası çalışma süresine sahip olduğu grlmştir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun 11 yıl ve daha fazla çalışma süresine sahip olduğu grlmştir.

Veri Toplama Araçları

Veri toplamada anket formu kullanılmıştır. Araştırmada kullanılacak olan kurumsal itibar ve örgütsel bağlılık leği daha önceki çalışmalarda da kullanılmış ve geçerliği ve güvenilirliği ispat edilmiş ölçeklerdir. Kurumsal itibar algısının analizi için 2000 yılında Charles Fombrun ve diğerleri tarafından geliştirilen Türkiye'ye Altıntaş tarafından uyarlanan kurumsal itibar leğidir. Kurumsal itibar leği 'kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum, kararsızım, katılıyorum, kesinlikle katılıyorum cevaplarından oluşan beşli likert tipinde hazırlanmış olup 24 madde ve 7 alt boyuttan oluşmaktadır. Kurumsal itibar leği kurum hakkında bilgi, yönetim kalitesi, ürün ve hizmetler, liderlik, farklılık, güvenirlik ve sosyal sorumluluk alt boyutlarından oluşmaktadır. Bu çalışmada kullanılan kurumsal itibar leği ve faktörleri güvenirlik analizine tabi tutulmuş ve ölçeğin tüm boyutlarının toplam iç tutarlılık katsayısı Cronbach's Alpha değeri 0,96 olarak bulunmuştur. Cronbach's Alpha Katsayısının değerlendirilmesinde kullanılan kriterlere göre;

$0,00 \leq \alpha < 0,40$ ise ölçek güvenilir değildir.

$0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise ölçek düşük gvenirliktedir.

$0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise ölçek oldukça güvenilirdir

$0,80 \leq \alpha < 1,00$ ise ölçek yüksek gvenirliktedir (zdamar,2004).

Bu değerlere göre ölçeğin yüksek güvenilirlikte olduğu sonucuna varılmıştır.

Kurumsal itibar leği aynı zamanda geçerlilik analizine tabi tutulmuştur. Yapılan faktör analizi sonucuna göre KMO değeri 0,88 bulunmuş olup alanyazında kabul gören değerler arasındadır.

Örgütsel bağlılığı ölçmek içinse 1990 yılında Allen ve Meyer tarafından geliştirilen Türkiye'ye il tarafından uyarlanan beşli likert tipinde hazırlanmış örgütsel bağlılık leği kullanılmıştır. Örgütsel bağlılık leği güvenirlik analizi sonucuna göre Cronbach's Alpha Katsayısı 0,90 bulunmuştur ve alanyazına göre

yüksek güvenilirlik ölçek grubu içerisinde. Yapılan ölçek geçerlilik analizine göre KMO değeri 0,79 bulunmuştur. Bu değer alanyazına göre ölçeğin geçerli olduğu anlamına gelmektedir. Araştırma için kullanılan anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerine yer verilmiştir. İkinci bölümde ise katılımcılar kurumsal itibar ve örgütsel bağlılık alanlarındaki sorulara yanıt vermişlerdir.

Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmanın verileri Haziran 2018 - Mart 2019 tarihleri arasında anket tekniği kullanılarak elde edilmiştir. Çalışma süresince örneklem grubundaki okul yöneticilerine uygulanan ölçeklerden toplanan verilerin analizi bilgisayar ortamında gerçekleştirilmiştir. Ağırlıklı ortalama puanlarının derecelendirmesi ve yorumlanması için;

1,00-1,79 kesinlikle katılmıyorum,

1,80-2,59 katılmıyorum,

2,60-3,39 kararsızım,

3,40-4,19 katılıyorum,

4,20-5,00 kesinlikle katılıyorum puan aralıkları kullanılmıştır.

Veriler toplandıktan sonra normallik analizine tabi tutulmuştur ve verilerin normal dağılım göstermediği, yanıtların homojenlik göstermediği bilgisine ulaşılmıştır. Bu sebeplerden dolayı veriler parametrik olmayan testlerle analiz edilmiştir. İki grup arası karşılaştırma için Mann-Whitney U testi, ikiden fazla gruplar arasındaki karşılaştırmalar için ise Kruskal-Wallis testi uygulanmıştır. Analiz sonuçlarında bulunan değişkenler arasındaki ilişkinin bağımlılığın şiddetini ve yönünü belirlemek içinse korelasyon testlerinden Spearman testi uygulanmıştır.

Üçüncü bölüm

Bulgular

Araştırmaya Yönelik Frekans Analizleri

Bu bölümde katılımcıların kurumsal itibar ve örgütsel bağlılık ölçeklerine verdikleri cevapların oranları ve yüzdeleriyle birlikte, her iki değişkene ait alt boyutların katılımcıların verdikleri cevaplara göre ortalamalarının bilgisi verilmiştir.

Tablo 3

Katılımcıların Kurumsal İtibar ve Örgütsel Bağlılık Düzeyleri.

	\bar{x} (Ortalama)	Düzyey
Kurumsal İtibar	3,64	Yüksek
Kurum Bilgisi	3,48	Yüksek
Yönetim Kalitesi	3,71	Yüksek
Ürün ve Hizmetler	3,49	Yüksek
Liderlik	3,28	Orta
Farklılık	3,81	Yüksek
Güvenirlik	3,78	Yüksek
Sosyal Sorumluluk	3,75	Orta
Örgütsel Bağlılık	3,30	Orta
Duygusal Bağlılık	3,69	Yüksek
Devam Bağlılığı	2,99	Orta
Normatif Bağlılık	3,26	Orta

Katılımcılar kurumsal itibar alt boyutlarından kurum bilgisine 3,48 oranında katılıyorum yanıtını vermiş yönetim kalitesi boyutuna 3,71 oranında katılıyorum yanıtını vermiş, ürün ve hizmetler alt boyutuna 3,49 oranında katılıyorum cevabını vermiştir. Diğer alt boyutlardan liderlik alt boyutuna 3,28 oranında katılıyorum cevabını vermiş, farklılık alt boyutuna 3,81 oranında katılıyorum cevabını vermiş, güvenilirlik alt boyutuna 3,78 oranında katılıyorum cevabını vermiş sosyal sorumluluk alt boyutuna 3,75 oranında katılıyorum cevabını vermiştir. Bu değerlere göre okul yöneticilerinin kurumsal itibar alt boyutlarından kurum bilgisi, yönetim kalitesi, ürün ve hizmetler, farklılık ve güvenilirlik alt boyutlarına yüksek düzeyde,

liderlik ve sosyal sorumluluk alt boyutlarına ise orta düzeyde bir itibar algısına sahip oldukları bulunmuştur. Genel olarak katılımcıların kurumsal itibar algılarına bakıldığında 3,64 olduğu gözlemlenmiştir. Bu değere göre katılımcıların kurumsal itibar algılarının yüksek düzeyde olduğu söylenebilir.

Araştırmaya katılan katılımcılar örgütsel bağlılık alt boyutlarından duygusal bağlılık bileşenine 3,69 oranında katılıyorum cevabını vermiş devam bağlılığı alt boyutuna 2,99 oranında katılıyorum yanıtını vermiş normatif bağlılık boyutuna 3,26 oranında katılıyorum cevabını vermiştir. Bu değerlere göre okul yöneticilerinin duygusal bağlılıkları yüksek düzeyde, devam bağlılıkları ve normatif bağlılıkları orta düzeyde bulunmuştur. Katılımcıların örgütsel bağlılık düzeylerine genel olarak bakıldığında ortalama 3,30 oranına ulaşılmıştır. Bu değerlerden okul yöneticilerinin örgütsel bağlılık düzeylerinin orta düzeyde olduğu ifade edilebilir.

Demografik Değişkenleri İncelemeye Yönelik Analizler

Bu bölümde araştırma sonuçları öncelikle normallik testine alınmıştır. Yapılan normallik testi sonuçlarına göre çalışma verilerinin normal dağılım göstermediği, verilerin homojen olmadığı ve katılımcıların demografik özelliklerinin dengesinin olmaması nedeniyle parametrik olmayan analizler yapılmıştır.

Bu bölümde araştırma sonuçları parametrik olmayan analizlere tabi tutulmuştur. Parametrik olmayan analiz tekniklerinden Mann-Whitney U ve Kruskal-Wallis testi kullanılmıştır.

Tablo 4

Cinsiyet Açısından Kurumsal İtibar Algısı ve Örgütsel Bağlılık

	Grup	N	Ort. Sıra	Sıralar Top.	U	Z	P*
Kurumsal İtibar	Kadın	31	210,60	6528,50	3329,500	-2,651	,008
	Erkek	302	162,52	49082,50			
Örgütsel Bağlılık	Kadın	31	170,65	5290,00	4568,0000	-,222	,824
	Erkek	302	166,63	50321,00			

*p<0,05 anlamlılık düzeyine ve %95 güven aralığında.

Yukarıdaki tablodaki Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre iki yönlü anlamlılık değerine göre gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir ($,013 > 0,05$).

Sonuç olarak, okul yöneticilerinin kurumsal itibar algılarının cinsiyet değişkenine göre (Kadın-Erkek) istatistiksel analiz sonucunda kadın katılımcıların kurumsal itibar algılarının kadın katılımcılara göre daha pozitif olmasına rağmen istatistiksel olarak bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Örgütsel bağlılık değişkenine göre okul yöneticilerinin örgütsel bağlılık düzeyleri ile cinsiyet (Kadın-Erkek) arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($,824 > 0,05$).

Tablo 5

Medeni Durum Açısından Kurumsal İtibar Algısı ve Örgütsel Bağlılık

	Grup	N	Ort. Sıra	Sıralar Top.	U	Z	P*
Kurumsal İtibar	Evli	279	167,28	46672	7454	-,122	,903
	Bekar	54	165,54	8939			
Örgütsel Bağlılık	Evli	279	158,00	44081	5021	-,903	,000
	Bekar	54	213,52	11530			

* $p < 0,05$ anlamlılık düzeyine ve %95 güven aralığında.

Yukarıdaki tablodaki Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre iki yönlü anlamlılık değerine göre kurumsal itibar algısı ile medeni durum (evli-bekar) arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir ($0,903 > 0,05$).

Örgütsel bağlılık değişkenine göre okul yöneticilerinin örgütsel bağlılık düzeyleri ile medeni durumları (Evli-bekar) arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($0,00 < 0,05$). Analiz sonucuna göre medeni durumları bekar olanların evli olanlara göre örgütsel bağlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Kurumsal itibar algısı ve örgütsel bağlılık düzeylerinin yaş grubuna göre farklılık gösterip göstermediğini tespit edilmesi amacıyla Kruskal Wallis analizi yapılmıştır. Yapılan Kruskal-Wallis analiz sonuçları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 6

Yaş Açısından Kurumsal İtibar Algısı ve Örgütsel Bağlılık

Ölçek	Grup	N	Ort. Sıra	Ki-Kare	df	P*
Kurumsal İtibar	25 yaş altı	25	178,80	11,726	4	,020
	25-31	52	139,38			
	32-38	92	152,69			
	39-45	100	181,41			
	46 yaş ve üzeri	55	187,82			
Örgütsel Bağlılık	25 yaş altı	25	277,78	52,075	4	,000
	25-31	52	127,50			
	32-38	92	141,10			
	39-45	100	181,30			
	46 yaş ve üzeri	55	175,55			

*p<0,05 anlamlılık düzeyine ve %95 güven aralığında.

Yukarıdaki tabloda katılımcıların kurumsal itibar algısının ve örgütsel bağlılık düzeylerinin yaşa göre farklılık gösterip göstermediğine bakılmıştır. Yapılan Kruskal Wallis analizine göre katılımcıların kurumsal itibar algısı ile yaş faktörü arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır (0,20>0,05). Ancak katılımcıların örgütsel bağlılık düzeyi ile yaş faktörleri incelendiğinde anlamlı bir fark olduğu gözlemlenmiştir (0,00>0,05). Hangi yaş grubunun diğer yaş gruplarına oranla farklılaştığının analizinin yapılması için Anova testi yapılmıştır. Ancak veriler normal dağılım göstermediğinden Anova alt testlerinden Tamhane's T2 testi uygulanmıştır.

Tablo 7

Örgütsel Bağlılık Değişkeni ile Yaş Grupları Arasındaki İlişki

Katılımcı	Katılımcı	Ortalama	Standart	P*
Yaşı (I)	Yaşı (J)	Farkı	Sapma	
25 Yaş Altı	25-31	17,99846*	2,91675	,000
	32-38	13,49465*	1,34401	0,00
	39-45	9,31000*	,94429	,000
	46 yaş ve üzeri	9,28727*	,93130	,000

Tablo 7 (Devamı)

Örgütsel Bağlılık Değişkeni ile Yaş Grupları Arasındaki İlişki

25-31	25 yaş altı	-17,99846*	2,91675	,000
	32-38	-4,50381	3,20166	,833
	39-45	-8,68846	3,05547	,059
	46 yaş ve üzeri	-8,71119	3,05149	,057
32-38	25 yaş altı	-13,49465*	1,34401	0,000
	25-31	4,50381	3,20166	,833
	39-45	-4,18465	1,62322	,102
	46 yaş ve üzeri	-4,20738	1,61570	,097
39-45	25 yaş altı	-9,31000*	,94429	,000
	25-31	8,68846	3,05547	,059
	32-38	4,18465	1,62322	,102
	46 yaş ve üzeri	-,02273	1,30223	1,000
46 Yaş ve Üzeri	25 yaş altı	-9,28727*	,93130	,000
	25-31	8,71119	3,05149	,057
	32-38	4,20738	1,61570	,097
	39-45	,02273	1,30223	1,000

*p<0,05 anlamlılık düzeyine ve %95 güven aralığında.

Uygulanan Tamhane's T2 testine göre 25 yaş altı katılımcıların örgütsel bağlılık düzeyleri diğer yaş gruplarına oranla daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. 25 yaş altı katılımcıların ortalaması diğer yaş aralıklarının ortalamalarından çıkarılması sonucu elde edilen değerlerin pozitif olması nedeniyle 25 yaş altı katılımcıların daha yüksek örgütsel bağlılık düzeyine sahip olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 8

Eğitim Düzeyleri Açısından Kurumsal İtibar Algısı ve Örgütsel Bağlılık

Ölçek	Grup	N	Ort. Sıra	Ki-Kare	df	P*
Kurumsal İtibar	Lisans	236	172,39	3,058	2	,217
	Yüksek Lisans	89	156,00			
	Doktora	8	130,50			
Örgütsel Bağlılık	Lisans	236	172,29	3,314	2	,191
	Yüksek Lisans	89	156,85			
	Doktora	8	124,00			

*p<0,05 anlamlılık düzeyine ve %95 güven aralığında.

Yukarıdaki tabloda katılımcıların kurumsal itibar algısının ve örgütsel bağlılık düzeylerinin eğitim düzeyine göre farklılık gösterip göstermediğine bakılmıştır. Yapılan Kruskal Wallis analizine göre katılımcıların kurumsal itibar algıları ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ($0,217 > 0,05$).

Yine örgütsel bağlılık analizinde de katılımcıların eğitim düzeyleri ile bağlılıkları arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ($0,191 > 0,05$). Sonuç olarak okul yöneticilerinin kurumsal itibar algıları ve örgütsel bağlılık düzeylerinin eğitim faktörüne göre değişmediği sonucuna varılabilir.

Tablo 9

Çalışma Süresi Açısından Kurumsal İtibar Algısı ve Örgütsel Bağlılık

Ölçek	Grup	N	Ort. Sıra	Ki-Kare	df	P*
Kurumsal İtibar	1-5 Yıl	97	150,31	10,619	2	0,005
	6-10 Yıl	85	152,60			
	11 Yıl ve Üzeri	151	185,83			
Örgütsel Bağlılık	1-5 Yıl	97	161,24	4,133	2	,127
	6-10 Yıl	85	153,47			
	11 Yıl ve Üzeri	151	178,31			

* $p < 0,05$ anlamlılık düzeyine ve %95 güven aralığında.

Yukarıdaki tabloda katılımcıların kurumsal itibar algısının ve örgütsel bağlılık düzeylerinin çalışma yılına göre farklılık gösterip göstermediğine bakılmıştır. Yapılan Kruskal Wallis analizine göre katılımcıların kurumsal itibar algısı ile çalışma süreleri arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. ($0,005 < 0,05$). Buna göre okul yöneticilerinin kurumsal itibar algılarının çalışma sürelerine farklılaştığı söylenebilir.

Katılımcıların hangi yılda daha yüksek kurumsal itibara sahip olduğunun analizi için anova testlerinden homojen dağılım göstermeyen gruplarda kullanılan Tamhane's T2 testi kullanılmıştır ve analiz sonuçları aşağıdaki tabloda incelenmiştir.

Araştırmanın diğer değişkeni olan örgütsel bağlılık analizinde ise katılımcıların eğitim düzeyleri ile örgütsel bağlılıkları arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ($0,127 > 0,05$).

Sonuç olarak okul yöneticilerinin kurumsal itibar algı düzeyleri ile çalışma süreleri arasında anlamlı bir fark olduğu ve bu oranlarının farklılaştığı ancak örgütsel bağlılık düzeylerinin çalışma sürelerine göre değişmediği sonucuna varılabilir.

Tablo 10

Çalışma Süresi Açısından Kurumsal İtibar Algı Düzeyi

Katılımcının Çalışma Süresi (I)	Katılımcının Çalışma Süresi (J)	Ortalama Farkı	Standart Sapma	P*
1-5 yıl	6-10 yıl	-3,27847	3,06460	,636
	11 yıl ve üzeri	-7,21513	2,99648	,050
6-10 yıl	1-5 yıl	3,27847	3,06460	,636
	11 yıl ve üzeri	-3,93666	2,36006	,263
11 yıl ve üzeri	1-5 yıl	7,21513	2,99648	,050
	6-10 yıl	3,93666	2,36006	,263

*p<0,05 anlamlılık düzeyine ve %95 güven aralığında.

Uygulanan Tamhane's T2 testine göre çalışma süresi 11 yıl ve üzeri olan katılımcıların kurumsal itibar algı düzeyleri diğer çalışma süresi gruplarına (1-5 yıl ve 6-10 yıl) oranla daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. 11 yıl ve üzeri çalışma süresine sahip olan katılımcıların ortalamasından diğer çalışma süresi aralıklarının ortalamalarından çıkarılması sonucu elde edilen değerlerin pozitif olması nedeniyle 11 yıl ve üzeri çalışan katılımcıların daha yüksek örgütsel bağlılık düzeyine sahip olduğu sonucuna varılmıştır.

Kurumsal İtibar ve Örgütsel Bağlılık İlişki Analizi

Değişkenlerin korelasyon analizi

Bu bölümde araştırmanın değişkenleri arasındaki korelasyon analizi sonuçlarından bahsedilmiştir. Araştırmanın değişkenlerini kurum bilgisi, yönetim kalitesi, ürün ve hizmetler, liderlik, farklılık, güvenilirlik, sosyal sorumluluk alt boyutlarıyla kurumsal itibar, duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık alt boyutlarıyla örgütsel bağlılık oluşturmaktadır.

Korelasyon değişkenlerin bağımlı ya da bağımsız olmasına bakılmaksızın iki değişken arasındaki ilişkinin derecesini ve yönünü belirlemek amacıyla kullanılan istatistik yöntemlerinden biridir. Farklı hesaplanabilen ve farklı analizler

doğrultusunda kullanılabilen korelasyon katsayıları bulunmaktadır. Bu çalışmada elde edilen verilerin normal dağılım göstermemesinden kaynaklı olarak Spearman's rho korelasyon testi kullanılarak sonuçlara ulaşım sağlanmıştır. Korelasyon testi sonuçları “ $0,00 < r \leq 0,25$ ” ise korelasyon çok zayıf, “ $0,26 \leq r \leq 0,49$ ” ise korelasyon zayıf “ $0,50 \leq r \leq 0,69$ ” ise korelasyon orta düzeyde, “ $0,70 \leq r \leq 0,89$ ” ise korelasyon oranı güçlü, “ $0,90 \leq r < 1$ ” ise korelasyon oranı çok güçlü olarak değerlendirme yapılır (Gültekin, 2011).

Tablo 11

Kurumsal İtibar ile Örgütsel Bağlılık Korelasyon Analizi

	Kurumsal İtibar	Örgütsel Bağlılık
Kurumsal İtibar	Pearson Correlation	1000
	N	333
Örgütsel Bağlılık	Pearson Correlation	,668**
	N	333

**0,01 anlamlılık düzeyine göre (2-yönlü)

Kurumsal itibar algısı ile örgütsel bağlılık arasındaki korelasyon analizi sonuçlarına göre 0,68 oranda orta güçlükte, pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Tablo 12

Kurumsal İtibar ile Örgütsel Bağlılık Alt Boyutları Korelasyon Analizi

	Kurumsal İtibar	Duygusal Bağlılık	Normatif Bağlılık	Devam Bağlılığı
Kurumsal İtibar	Pearson Korelasyon	1,000		
	N	333		
Duygusal Bağlılık	Pearson Korelasyon	,761**	1,000	
	N	333	333	
Normatif Bağlılık	Pearson Korelasyon	,221**	,219**	1,000
	N	333	333	333

Tablo 12 (Devamı)

Kurumsal İtibar ile Örgütsel Bağlılık Alt Boyutları Korelasyon Analizi

Devam Bağlılığı	Pearson Korelasyon	,594**	,610**	,402**	1,000
		,000	,000	,000	
	N	333	333	333	333

**0,01 anlamlılık düzeyine göre (2-yönlü)

Kurumsal itibar ile örgütsel bağlılık alt boyutlarından duygusal bağlılık arasında 0,76 oranında güçlü, pozitif yönlü, anlamlı bir ilişki vardır. Kurumsal itibar ile normatif bağlılık arasında 0,21 oranında, pozitif yönlü, çok zayıf anlamlı bir ilişki vardır. Kurumsal itibar algısı ile devam bağlılığı arasında 0,59 oranında orta güçlülük derecesinde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Sonuç olarak araştırma kapsamına alınan okul yöneticilerinin kurumsal itibar algıları ile örgütsel bağlılık alt boyutlarından duygusal bağlılık arasında güçlü bir ilişki varken, devam bağlılıkları arasında orta derecede güçlü bir ilişki normatif bağlılıkları arasında ise çok zayıf bir ilişki bulunmuştur.

Dördüncü Bölüm

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Tartışma ve Sonuç

Günümüzde kar amacı güden kurumların yanı sıra kar amacı gütmeyen okul, dernek ya da topluluklar için de kurumsal itibar giderek önemli hale gelmiştir. Konuyla ilgili olarak Kadıbeşegil (2012) “itibarınızı yönetmekten başka daha önemli işiniz mi var?” ifadesini kullanarak itibar konusunun ne kadar önemli olduğunu vurgulamıştır. Çiftçiöğlü (2008) ise yaptığı çalışmada toplumun kabul ettiği, saygı gösterilen kurumda çalışmak, çalışanın kuruma duygusal bağlılık gösterdiği sonucuna varmıştır.

Araştırmada Bursa ili merkez ilçelerindeki devlet okullarında görev yapan okul yöneticilerinin kurumsal itibar algılarının örgütsel bağlılık düzeylerine olan ilişkisi incelenmiştir. Öncelikle okul yöneticilerinin kurumsal itibar algıları, sonrasında örgütsel bağlılık değerleri ve son olarak her iki değişken arasındaki ilişki incelenmiştir. Ayrıca bu değişkenlerin yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu ve çalışma süresi gibi demografik özelliklere göre değişip değişmediği incelenmiştir. Bunların yanı sıra, her iki değişken arasındaki ilişki incelenmiş olup bulunan ilişkinin yönü ve gücü hakkında araştırma sonuçlarına yer verilmiştir.

Alan yazının taranması sonucunda okul yöneticilerinin kurumsal itibar algısının örgütsel bağlılık düzeylerine ilişkisi benzer örneklerle üzerinde incelenmediği sonucuna varılmıştır. Örneklem grubu aynı olmasa da eğitim alanı dışında yapılmış çalışmalara konu bağlamında benzerlik göstermesinden dolayı aynı değişkenlerle ilgili bulunan araştırma sonuçları ile bu çalışmanın sonuçları karşılaştırılmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre okul yöneticilerinin kurumsal itibar algıları orta düzeyde bulunmuştur. Bursa ili okul yöneticilerinin kurumsal itibar algılarının olumlu yönde olduğu sonucuna varılmıştır. Uslu(2018)'nin yaptığı çalışmada çalışanların kurumsal itibar algılarının yüksek düzeyde olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Bu anlamda çalışması bu çalışmanın sonuçlarıyla uyuşmaktadır. Bozkurt ve Yurt (2015)'un akademik personelin kurumsal itibar algısının örgütsel bağlılık üzerinde yaptıkları araştırmada akademik personelin kurumsal itibar algısına ve örgütsel bağlılığa sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Araştırmanın diğer değişkeni örgütsel bağlılık konusunda okul yöneticilerinin örgütsel bağlılık düzeyleri orta düzeyde bulunmuştur. Gören (2012), Uslu (2018)'nin yaptığı çalışmada çalışanların örgütsel bağlılık düzeylerinin orta düzeyde olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu anlamda çalışması bu çalışmanın sonuçlarıyla uyuşmaktadır. Okul yöneticilerinin 4+4 sisteminden dolayı 4 yılda bir okul değiştirmeleri genel olarak aynı kuruma bağlı olmalarına rağmen görev yaptığı okula karşı kurumsal itibar duymalarından dolayı yüksek düzeyde çıkmamasının nedeni olduğu düşünülmektedir.

Örgütsel bağlılık alt boyutlarından duygusal bağlılık, devam bağlılık alt boyutu, normatif bağlılık sonuçları orta düzeyde çıkmıştır. Uslu(2018) çalışmasında benzer sonuçlara ulaşmıştır. Aksanaklu (2018) okul yöneticilerinin örgütsel bağlılıkları ile tükenmişlik düzeyleri arasındaki ilişkinin incelediği çalışmada okul yöneticilerinin duygusal bağlılıklarını, devam bağlılıklarını ve normatif bağlılıklarını orta düzeyde bulmuştur. Bu nedenle bu çalışmanın sonuçlarıyla uyuşmaktadır.

Okul yöneticilerinin kurumsal itibar algılarının cinsiyet değişkenine göre (Kadın-Erkek) istatistiksel analiz sonucunda kadın katılımcıların kurumsal itibar algılarının erkek katılımcılara göre daha pozitif olmasına rağmen istatistiksel olarak bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Sipahioğlu (2018) yaptığı araştırmaya göre üniversite iç paydaşlarından öğrencilerin ve akademisyenlerin kurumsal itibar algıları cinsiyete göre farklılık göstermemektedir. Işık, Çiçek ve Almalı (2016) kurumsal itibar algısının cinsiyete göre değişmediğini ve aralarında anlamlı bir farkın olmadığı sonucuna varmışlardır. Çantay (2018)'in araştırmasına göre cinsiyet değişkenine göre katılımcıların kurumsal itibarı değişmemektedir. Bu nedenle bu çalışmanın sonuçlarıyla uyumludur. Aynı zamanda Yurt (2012)'un çalışmasında elde ettiği bulgular bu çalışmanın sonuçlarıyla uyuşmaktadır.

Yine örgütsel bağlılık değişkenine göre okul yöneticilerinin örgütsel bağlılık düzeyleri ile cinsiyet (Kadın-Erkek) arasında anlamlı bir farklılık

bulunmamaktadır. İci (2012), İlköğretim okulları yöneticilerinin örgütsel bağlılık düzeyleri üzerine yaptığı çalışmada cinsiyet değişkeninin örgütsel bağlılığı etkilemediği sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca alan yazın taranması sonucunda Mathieu ve Zajac (1990), Çakar ve Ceylan (2005), Zaman (2006), Erdoğan (2006), Gürkan (2006), Mahmutoğlu (2007), Çakır (2007), Ersoy (2007), Boylu, Pelit ve Güçer (2007), İzgar (2008) Özkan (2008), Doğan (2008), Yalçın (2009), Danış (2009), Dirikan (2009), Koca, (2009), Erdaş (2009), Nartgün ve Menep (2010), Dünyaoğulları (2011) benzer sonuçlara ulaşmışlardır.

Okul yöneticilerinin kurumsal itibar algılarının örgütsel bağlılık düzeylerine olan ilişkisinin medeni durum açısından incelendiğinde iki yönlü anlamlılık değerine göre kurumsal itibar algısı ile medeni durum (evli-bekar) arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. Çantay (2018)'in araştırmasına göre medeni durum değişkeni ile kurumsal itibar algısı arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu nedenle bu çalışmanın sonuçlarıyla uyumludur. Aynı zamanda Yurt (2012)'un çalışmasında elde ettiği bulgular bu çalışmanın sonuçlarıyla uyumaktadır.

Ancak örgütsel okul yöneticilerinin örgütsel bağlılık düzeyleri ile medeni durumları (evli-bekar) arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Analiz sonucuna göre medeni durumları bekar olanların evli olanlara göre örgütsel bağlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çanak (2014) çalışmasında bekar okul yöneticilerinin evli olanlara göre daha yüksek örgütsel bağlılık düzeyine sahip olduğu sonucuna varmıştır. Örgütsel bağlılığın medeni duruma göre değişmediği sonuçlara alan yazında fazlaca rastlanmasına rağmen Erdoğan (2006), Kaya (2009), Eskiköy, Aydoğan (2010), Coşkun (2012), Beşiroğlu (2013) yaptıkları çalışmalarda örgütsel bağlılığın medeni durum değişkenine göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşmışlardır. Bu nedenle bu çalışmanın sonuçlarıyla çelişmektedirler. Ancak Çanak (2014)'in okul yöneticilerinin örgütsel bağlılıkları ile örgütsel sinizmleri arasındaki ilişkiyi araştırdığı çalışmasında medeni durum ile okul yöneticilerinin örgütsel bağlılık düzeylerinde anlamlı bir farklılaşma olduğu sonucuna ulaşmıştır. Çalışmasına göre medeni durumu bekar olan okul yöneticilerinin örgütsel bağlılık düzeyleri evli olanlara daha yüksek çıkmıştır. Bu nedenle bu çalışmanın sonuçlarıyla birebir uyum göstermektedir. Diğer yandan

medeni durumu evli olan okul yöneticilerinin örgütsel bağlılıklarının daha yüksek olduğunu gösteren çalışmalar da alan yazında bulunmaktadır (Gören 2012).

Okul yöneticilerinin kurumsal itibar algıları yaşa göre anlamlı farklılık göstermediği gözlemlenmiştir. Diğer yandan Kurt (2014) ve Sipahioğlu (2018)'nin yaptığı çalışmalarda ortaöğretim kurumlarında çalışan öğretmenlerin ve üniversitede çalışan akademisyenlerin kurumsal itibar algılarının yaş değişkenine göre aralarında anlamlı bir fark bulunduğu sonucuna varmıştır. Bu bağlamda bu çalışmanın sonuçlarıyla uyuşmamaktadır. Aynı zamanda Yurt (2012)'un çalışmasında elde ettiği bulgular bu çalışmanın sonuçlarıyla uyuşmaktadır. Öte yandan Çantay (2018)'in araştırmasına göre yaş değişkenine göre katılımcıların kurumsal itibarı değişmemektedir. Bu nedenle bu çalışmanın sonuçlarıyla uyumludur.

Ancak katılımcıların örgütsel bağlılık düzeyi ile yaş faktörleri incelendiğinde anlamlı bir fark olduğu gözlemlenmiştir. Yaş gruplarından 25 yaş altı katılımcıların örgütsel bağlılık düzeyleri diğer yaş gruplarına oranla daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bu çalışmanın aksine Arsanaklı (2018) çalışmasında örgütsel bağlılıkla yaş arasında anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşmıştır ve bu anlamda bu çalışmanın sonuçlarıyla uyuşmamaktadır. Öte yandan Meyer ve Allen (1991) ilerleyen yaşlarda kişilerin örgüte olan bağlılıklarının arttığı sonucuna ulaşmışlardır.

Okul yöneticilerinin kurumsal itibar algısı ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Çantay (2018)'in araştırmasına göre eğitim düzeyleri ile kurumsal itibar algısının değişmediği sonucuna ulaşmıştır. Bundan dolayı bu çalışmanın sonuçlarıyla uyumludur. Çillioğlu (2010) ve Sipahioğlu (2018) çalışmalarında akademisyenlerin kurumsal itibar algılarının eğitim düzeylerine göre farklılık göstermediği sonucuna varmıştır. Aynı zamanda Yurt (2012)'un çalışmasında elde ettiği bulgular bu çalışmanın sonuçlarıyla uyuşmaktadır.

Yine örgütsel bağlılık analizinde de katılımcıların eğitim düzeyleri ile bağlılıkları arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Çanak (2014), Kışlacık (2014)'in bulduğu sonuçlar bu çalışmayı destekler niteliktedir. Yöneticilerin eğitim düzeyine bakmaksızın çalışmalarını yapmaya devam ettikleri, eğitim düzeyinin

örgütsel bağlılıklarını etkilemediği düşünülmektedir. Sonuç olarak okul yöneticilerinin kurumsal itibar algıları ve örgütsel bağlılık düzeylerinin eğitim faktörüne göre değişmediği sonucuna varılabilir.

Okul yöneticilerinin kurumsal itibar algısı ile çalışma süreleri arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Buna göre okul yöneticilerinin kurumsal itibar algılarının çalışma sürelerine farklılaştığı söylenebilir. Bu kapsamda çalışma süresi 11 yıl ve üzeri olan katılımcıların kurumsal itibar algı düzeyleri diğer çalışma süresi gruplarına (1-5 yıl ve 6-10 yıl) oranla daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Öte yandan Yurt (2012)'un çalışmasında elde ettiği bulgular bu çalışmanın sonuçlarıyla uyuşmamaktadır.

Öte yandan örgütsel bağlılık analizinde de katılımcıların çalışma süreleri ile bağlılıkları arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Diğer yönden Kışlacık (2014), Arsanaklı (2018) çalışmalarında okul yöneticilerinin örgütsel bağlılık düzeylerinin çalışma sürelerine göre yükseldiği sonucuna ulaşmıştır ve bu nedenle bu çalışmayla sonuçları uyuşmamaktadır. Sonuç olarak okul yöneticilerinin kurumsal itibar algı düzeyleri ile çalışma süreleri arasında anlamlı bir fark oluştuğu ve bu oranlarının farklılaştığı ancak örgütsel bağlılık düzeylerinin çalışma sürelerine göre değişmediği sonucuna varılabilir. Çanak (2014)' çalışmasında 5 yıla kadar çalışma süresi olan okul yöneticilerinin örgütsel bağlılık düzeylerine göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Okul yöneticilerinin kurumsal itibar algısı ile örgütsel bağlılık arasında orta güçlükte, pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Buna göre kurumsal itibar algısı yüksek paydaşların kuruma gösterdikleri örgütsel bağlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu kanısına varılmıştır. Yurt (2012) kurumsal itibar algısının örgütsel bağlılığı pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Çiftçioğlu (2008) araştırmasında kurumsal itibar algısının o kurumda çalışanların kuruma karşı duygusal bağlılık beslemelerini sağladığı sonucuna ulaşması yukarıda ulaşılan sonucu doğrular niteliktedir. Uslu (2018)'nin yaptığı çalışmada da çalışanların kurumsal itibar algıları arttıkça örgütsel bağlılık düzeyleri de yüksek düzeyde anlamlı bir artış sağlamaktadır sonucunu elde edilmiştir. Bu bulgular kurumsal itibarın sadece paydaşların memnuniyeti veya sadakatinde değil aynı zamanda çalışanların örgütsel bağlılık düzeylerini de artırıcı bir etkiye sahiptir (Uslu, 2018). Ayrıca bu bulgu Gümüş ve Öksüz (2009)'ün araştırma sonuçlarından örgütsel

bağlılığı etkileyen faktörler arasında kurumun güçlü bir kurumsal itibarının olmasının etkili olması sonucu bu çalışmayı destekler niteliktedir.

Kurumsal itibar ile örgütsel bağlılık alt boyutlarından duygusal bağlılık arasında güçlü, pozitif yönlü, anlamlı bir ilişki vardır. Uslu (2018)'nin yaptığı araştırma sonucunda da bu araştırmanın sonuçlarını destekler niteliktedir. Aynı zamanda Çiftçiöğlü (2008)'nin çalışmasında da benzer sonuçlar elde edilmiştir. Bu sonuçlara göre çalışanların kurumsal itibar algıları, çalışanların kuruma duygusal bağlılıkla bağlanmalarını, kurum değerlerinin kendi değerleriyle özdeşleşiyor olmasını, kurumda istekli bir şekilde çalışma arzularını etkilemektedir. Yılmaz (2015) çalışmasında duygusal bağlılık türünün en fazla karşılaşılan bağlılık türü olduğunu ve çalışanların kendilerini kurumun bir parçası olarak gördüğünü ve bu nedenle kendisini kuruma karşı duygusal bağlılıkla bağlandığı sonucuna ulaşması bu çalışmayı destekler niteliktedir. Diğer yandan Yurt (2012)'un sonuçlarına göre kurumsal itibar algısı ile duygusal bağlılık arasında güçlü oranda pozitif yönlü, anlamlı bir ilişki bulunmuş ve bu çalışmanın sonuçlarıyla uyumluluk göstermiştir.

Kurumsal itibar ile normatif bağlılık arasında pozitif yönlü, çok zayıf anlamlı bir ilişki vardır. Bu kapsamda Uslu (2018)'nin yaptığı araştırma sonuçları ile uyuşmamaktadır. Kurumsal itibar algısı ile devam bağlılığı arasında orta güçlülük derecesinde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu kapsamda Uslu (2018)'nin yaptığı araştırma sonuçları ile uyuşmamaktadır. Sonuç olarak araştırma kapsamına alınan okul yöneticilerinin kurumsal itibar algıları ile örgütsel bağlılık alt boyutlarından duygusal bağlılık arasında güçlü bir ilişki varken, devam bağlılıkları arasında orta derecede güçlü bir ilişki normatif bağlılıkları arasında ise çok zayıf bir ilişki bulunmuştur.

Gümüş ve Öksüz (2009) çalışmalarında güçlü bir kurumsal itibarın sağlanmasında örgütlerin iç paydaşları arasında iyi ilişkiler geliştirmenin gerekliliğini vurgulamış ve paydaşların yüksek örgütsel bağlılığa sahip olmalarının etkili olduğunu belirtmişlerdir. Eroğlu ve Solmaz (2012)'in çalışmalarının sonuçlarına göre kurum içi çalışanların kurumun dış paydaşlarına oranla kurumsal itibar algılarının daha düşük olduğunu belirtmişler ve bundan dolayı kurum yöneticilerinin başta kendileri olmak üzere kurum çalışanlarına kurumsal itibar konusunda farkındalık oluşturma, çalışanların kurumsal itibarını arttırmaya yönelik tedbirler almalarının önemli olduğunu vurgulamışlardır.

Öneriler

Bu çalışma okul yöneticilerinin kurumsal itibar algılarının örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkiyi araştırmak için yapılmıştır. Araştırmacılar farklı illerde farklı örneklem gruplarıyla çalışmalarını sürdürebilirler. Ayrıca özel kurumlar çalışmanın dışında tutulmuştur. Özel okullar ve farklı okul türleri üzerinde çalışmalar yapılabilir. Özellikle alan yazında kurumsal itibar konusunun eğitim alanında yeteri kadar çalışılmamış olmasından dolayı farklı eğitim gruplarında çalışılabilir.

Kurumsal itibar ve örgütsel bağlılık birbirini tamamlayan kurumlar için olması gereken iki kavramdır. Alan yazındaki bulgulara göre olumlu ve yüksek kurumsal itibar algısı, çalışanların örgütlerine duygusal olarak bağlanmasını sağlamaktadır. Kurumsal itibarın ve örgütsel bağlılığın oluşumunda ve sürdürülmesinde yönetim kadrosunun rolü daha büyük olduğuna dikkat edilmelidir ve yönetimin örgütsel bağlılığı ve kurumsal itibar algısı yüksek personel oluşturma kaygısı içinde olmaları gerektiği düşünülmektedir. Allen ve Meyer'in örgütsel bağlılık sınıflamalarından duygusal bağlılığın kuruma sağlayacağı yararlar göz önünde bulundurulmalıdır. Çünkü bu bağlılık türünde çalışan kendisini kurumun bir parçası olarak görür ve kurumun sorunlarını kendi sorunları gibi algılayıp çözmeye çalışır, kurumun ilerlemesinde istekli olur ve kurumda çalışmaktan memnuniyet duyarak bu memnuniyeti onun çalışma performansını olumlu yönde etkiler. Bu yüzden çalışanların duygusal bağlılıklarının yüksek tutulması kurum için çok önemlidir ve bu konuda okul yöneticilerine büyük görev düşmektedir. Bu nedenle kurumda yönetici olacak çalışacak kişilerin bu konuları göz önünde bulundurması, yönetici olacak kişilerin ona göre seçilmesinin daha uygun olacağı düşünülmektedir.

Sonuç olarak kurumsal itibar algısının yüksek olması çalışanın örgütsel bağlılık düzeyini olumlu yönde etkilemektedir. Yöneticiler hem kendileri hem de çalışanlarının kurumsal itibar algılarının farkında olmalarının kurum çalışanlarının örgütsel bağlılık düzeylerini arttıracığı kurumun bekası, sürdürülebilirliği ve çalışmalarına başarıyla devam etmesi için önemli olduğu düşünülmektedir.

Kaynakça

- Akgöz E. (2009). *Turizm işletmelerinde halkla ilişkiler faaliyetlerinin itibar yönetimine etkileri: Örnek bir uygulama* (Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Akgül, Z. (2014). *Örgütsel bağlılık ve tükenmişlik arasındaki ilişkinin matematik öğretmenlerinin algularına göre incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi) Cumhuriyet Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sivas.
- Allen J. P., & Meyer J. N. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1) 61-89
- Argüden, Y. (2003). *İtibar yönetimi*. İstanbul: Arge Danışmanlık Yayınları.
- Arsanaklu, P. (2018). *Okul yöneticilerinin örgütsel bağlılıkları ile tükenmişlik düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi) Mersin Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Mersin
- Aydın, M. (1994). *Eğitim yönetimi*. Ankara: Hatipoğlu Yayınevi
- Aydın, O. (2005). *Eğitim ve öğretimde etik*. Erişim Adresi: http://gumushane.meb.gov.tr/files/egitim_ve_ogretimde_etik.ppt
- Aydoğan, İ. (2013). Örgütsel vatandaşlık davranışı. İçinde H. B. Memduhoğlu, H. ve K. Yılmaz (Ed.), *Yönetimde yeni yaklaşımlar* (s. 294). Ankara: Pegem Akademi.
- Bakan, İ., Eytmiş, A. M., Erşahan, B., Doğan, İ. F. ve Bulunmaz, G. (2011). Banka Çalışanlarının iş tatmin ve örgütsel bağlılık düzeyleri ile çatışma tür ve stratejilerine bakış açıları arasındaki ilişkilere yönelik bir alan araştırması. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*, 1(1), 23-27
- Balay, R. (2000). *Yönetici ve öğretmenlerde örgütsel bağlılık*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Balmer J.M.T. & Greyser S.A. (2003). *Revealing the corporation*. London: Taylor and Francis,

- Başaran, İ.E. (1982). *Eğitim yönetimi*. Ankara: Kadioğlu Matbaası
- Bayram, L. (2005). Yönetimde yeni bir paradigma: Örgütsel bağlılık. *Sayıştay Dergisi*, 1(59), 125-139.
- Boylu, Y., Pelit, E. ve Güçer, E. (2007). Akademisyenlerin örgütsel bağlılık düzeyleri üzerine bir araştırma. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar Dergisi*, 44(511), 55-74.
- Bozkurt, Ö. ve Yurt, İ. (2015). Kurumsal itibar yönetimi algısının örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi: akademik personel üzerine bir araştırma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 8(15), 13-14
- Bülbül, M. (2007). *Örgütsel bağlılık ve kamu kuruluşlarına yönelik araştırma* (Yüksek Lisans Tezi). Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş
- Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Çakar, N. D. ve Ceylan, A. (2005). İş motivasyonunun çalışan bağlılığı ve işten ayrılma eğilimi üzerindeki etkileri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6(1), 52-66.
- Çakır, A. (2007). *İlköğretim okullarında görev yapan öğretmenlerin örgütsel bağlılık düzeyleri ve okul kültürü algıları arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Çanak, M. (2014). *Okul yöneticilerinin örgütsel bağlılıkları ile örgütsel sinizmleri arasındaki ilişki* (Yüksek Lisans Tezi). Erciyes Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Kayseri
- Çantay, N. (2018). *Kurumsal itibar algısında örgüt içi iletişimin rolü: eğitim kurumlarında bir araştırma* (Yüksek Lisans Tezi). Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Çatar, R. Ö. (2010). *Kurumsal itibarın ölçülmesi ve yönetimi* (Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul

- Çatır, V. (2014). *İkili öğretim yapan ilköğretim kurumlarında (ilkokul-ortaokul) görevli yöneticilerin mesleki tükenmişlik düzeyleri ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişki* (Yüksek Lisans Tezi). Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Çelik, V. (2003). *Okul kültürü ve yönetimi*, Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Çillioğlu, A. (2010). *İç ve dış paydaşların değerlendirmelerine göre Anadolu Üniversitesi'nin kurumsal itibarı* (Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Çöl, G. ve Gül, H. (2005). Kişisel özelliklerin örgütsel bağlılık üzerine etkileri ve kamu üniversitelerinde bir uygulama. *Gazi Osman Paşa Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(20), 291-306
- Colquitt, J. A., Lepine, J. A., & Wesson, M. J. (2015). *Organizational behavior*. Cambridge: McGraw Hill Education.
- Dalton J. & Croft S. (2003). *Managing corporate reputation*. London: Thorogood Publications.
- Davies G. (2003). *Corporate reputation and competitiveness*. Massachusetts: Routledge Inc.
- Demir, B. (2013). *Okul yöneticilerinin örgütsel bağlılık düzeyleri* (İzmir ili örneği) (Yüksek Lisans Tezi). Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Demirel, Y. (2009). Örgütsel bağlılık ve üretkenlik karşıtı davranışlar arasındaki ilişkiye kavramsal yaklaşım. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(22), 115-132.
- Devecioğlu, M. (2003). Algılanan örgütsel destek ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkilerin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Erciyes Üniversitesi, İktisadi ve İdari Birimler Fakültesi Dergisi*, 2(3), 114-115.
- Dinçer, Ö. (1998). *Stratejik yönetim ve işletme politikası*. İstanbul: Beta Yayın.
- Dinçel, G. (2012). *Kurumsal itibar ile örgütsel kıvanç, duygusal bağlılık ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkilerin incelenmesi: bir araştırma* (Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli Üniversitesi, Sosyal-Bilimler Enstitüsü, Kocaeli

- Dinçer, Ö. (1998). *Stratejik yönetim ve işletme politikası*. İstanbul: Beta Basım Dağıtım.
- Dirikan, Y. (2009). *Branş ve branş dışı atanan İngilizce öğretmenlerinin örgütsel bağlılık düzeylerinin çok boyutlu incelenmesi (İstanbul ili Anadolu yakası örneği)* (Yüksek Lisans Tezi). Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Danış, A. (2009). *Anadolu teknik ve Anadolu meslek lisesi öğretmenlerinin örgütsel bağlılık düzeyleri (İzmit örneği)* (Yüksek Lisans Tezi). Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Doğan, A. (2008). *İlköğretim kurumlarında örgütsel adaletin örgütsel bağlılık üzerine etkisi (Elazığ ili örneği)* (Yüksek Lisans Tezi). Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Doğan, S. (2007). Örgütsel bağlılık. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(33), 42-151.
- Doğan, S. ve Kılıç, S. (2007). Örgütsel bağlılığın sağlanmasında personel güçlendirmenin yeri ve önemi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(29), 37-61.
- Doorley, J., & Garcia H. F. (2007). *Reputation management*. London: Taylor Francis Group.
- Dowling, G. (2001). *Creating corporate reputations, identity, image and performance*. New York: Oxford University Press.
- Duran D.A. (2014). *Sınıf öğretmenlerinin örgütsel bağlılıkları ile iş doyumları arasındaki ilişki* (Yüksek Lisans Tezi). Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bolu.
- Dünyaoğulları, Ö. (2011). *Üniversite son sınıf öğrencilerinin kendilerini gerçekleştirme engelleriyle genel erteleme eğilimi ve umutsuzluk düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir
- Eğriboyun, D. (2013) *Ortaöğretim okullarında görev yapan yönetici ve öğretmenlerin örgütsel güven, örgütsel destek ve örgütsel bağlılıkları*

- arasındaki ilişki (Bolu ili örneği)* (Doktora Tezi). Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bolu.
- Erdaş, Y. (2009). *Denizli il merkezinde çalışan ilköğretim öğretmenlerinin örgütsel bağlılık düzeyleri* (Yüksek Lisans Tezi). Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Erdoğan, D. (2009). *Resmi ilköğretim okullarındaki sınıf öğretmenlerinin örgütsel bağlılık düzeylerinin incelenmesine yönelik bir araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Erdoğmuş, H. (2006). *Resmî -Özel ilköğretim okullarında çalışan yöneticilerin kişisel özellikleri ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişki (İstanbul örneği)* (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Ergenç, E. (2010). *Kurumsal itibar yönetiminde liderliğin rolü üzerine bir araştırma* (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Ergener, B. (2008). *İlköğretim okullarında görev yapan öğretmenleri yıldırma yaşamaları ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişki* (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara
- Erkuş, A., Tunç, Ö. ve Yücel, Ö. (2011). Örgütsel adalet ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkilerde içsel ve dışsal iş tatmininin aracılık rolü: bankacılık sektöründe bir araştırma, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 1(6), 245-270.
- Eroğlu, E. ve Solmaz, B. (2012). Kurumsal itibar araştırması ve bir uygulama örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1(4), 22-38
- Ersoy, S. (2007). *Kariyer geliştirme programlarının örgütsel bağlılığa etkisi: tekstil sektöründe karşılaştırılmalı bir araştırma* (Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Fombrun J. C. (1996). *Reputation: realizing value from the corporate image*. Cambridge: Harward Business School Press.

- Fombrun, J.C. Cardberg, N. A., & Barnett, M. L. (2000). *Opportunity platforms and safety nets: Corporate Citizenship and Reputation Risk, Business And Society, 1(105)*, 45-63.
- Fombrun, J. C., & Christopher B. (2001), The reputation quotient, part:1 developing a reputation quotient. *The Gague Delahaye Medialink's Newsletter of Worldwide Communications Research, 14(3)*, 231-254
- Gezmen, A. (2014). *Kurumsal itibar yönetimi ve kurumsal itibar algısının ölçülmesine yönelik bir araştırma: Türkiye Büyük Millet Meclisi örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Gören, T. (2012). *İlköğretim kurumlarında görev yapan yönetici ve öğretmenlerin örgütsel bağlılık düzeyleri* (Yüksek Lisans Tezi). Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın
- Gözen, E. D. (2007). *İş tatmini ve örgütsel bağlılık: sigorta şirketleri üzerine bir uygulama* (Yüksek Lisans Tezi) Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Green, P. S. (1996). *Reputation risk management. Şirket ününü korumanın yolları.* (Çev. A. Ersoy). İstanbul: Milliyet Yayınları.
- Gülova, A. A. ve Demirsoy, Ö. (2012). Örgüt kültürü ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişki: hizmet sektörü çalışanları üzerinde ampirik bir araştırma. *Business and Economics Research Journal, 3(12)*, 57-132.
- Gül, H. (2002). Örgütsel bağlılık yaklaşımlarının mukayesesi ve değerlendirmesi. *Ege Akademik Bakış Dergisi, 2(1)*, 37-55.
- Gümüş, M ve Öksüz, B. (2009). *Turizm işletmelerinde kurumsal itibar yönetimi.* Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Güney, S. (2001). *Bireyler arası iletişim.* Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Gürkan, G. Ç. (2006). *Örgütsel bağlılık: örgütsel iklimin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi ve Trakya üniversitesinde örgüt iklimi ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin araştırılması* (Yüksek Lisans Tezi) Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.

- Hatch, M., & Schultz, J. M. (1997). Relations between organizational culture identity and image, *European Journal of Marketing*, 1(31), 11-20.
- Honey, G. (2009). *A short guide to reputation risk*. London: Gower Publishing Limited.
- Işık, E. Y. (2011). *Yükseköğretim kurumlarında kurumsal itibarın öğrenci tercihleri üzerindeki rolü: vakıf üniversitelerinde bir araştırma* (Yüksek Lisans Tezi) İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Izgar, H. (2008). Okul yöneticilerinde iş doyumunu ve örgütsel bağlılık. *Selçuk Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(25), 317-334.
- İci, A. (2012). *İlköğretim okulları yöneticilerinin örgütsel bağlılık düzeyleri ile ertelemeçilik davranışları arasında ilişki* (Yüksek Lisans Tezi) Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Samsun
- İcil, A. (2008). *Akademik örgütlerde kurumsal itibar ve iletişim ilişkisi Akdeniz üniversitesi üzerine bir araştırma* (Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya
- İnce, M. ve Gül, H. (2005). *Yönetimde yeni bir paradigma: örgütsel bağlılık*. Ankara: İleri Giden Ofset.
- Işık, M, Çiçek, B. ve Almalı, V. (2016). Üniversitelerin iç paydaşlarının kurumsal itibar algısını ölçmeye yönelik bir araştırma. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(11), 33-48
- Kanter, R.M. (1968). A study of commitment mechanisms in utopian communities. *American Sociological Review*, 33(4), 499-517.
- Kadıbeşegil, S. (2006). *İtibar yönetimi*. İstanbul: Mediacat Kitapları
- Karaköse T. (2006). *Eğitim örgütlerindeki iç ve dış paydaşların kurumsal itibara ilişkin algılamaları* (Doktora Tezi). Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Karaköse, T. (2007). Örgütlerde itibar yönetimi. *Uluslararası Sosyal Bilimler E-dergisi*, 11(20), 2-3.

- Karaköse, T. (2008). Okul müdürlerini itibarlı kılan değerlerin belirlenmesine yönelik nitel bir çalışma. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 8(12), 113-129.
- Karaköse, T. (2012). *Kurumların dna'sı itibar ve yönetimi*. Ankara: Nobel Yayın.
- Kaya, İ. (2009). *İlköğretim okulu müdürlerinin durumsal liderlik stillerinin örgütsel bağlılık ve verimlilik düzeylerini yordama gücü* (Yüksek Lisans Tezi). Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Kırel, Ç. (2003). Örgütsel stres ve yönetimi. İçinde E. Özkalp (Ed.), *Örgütsel davranış* (2.baskı) (s.18-52). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları.
- Kışlacık, S. (2014). *Eğitim örgütlerinde (ilkokul-ortaokul) öğretmen ve yöneticilerin örgütsel bağlılıkları ile yöneticilerin insan kaynaklarını yönetme ilişkisi* (Yüksek Lisans Tezi). Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Koca, Y. S. (2009). *Ortaöğretim okullarında görev yapan öğretmenlerin kişilik özellikleri ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Lange, D., & Lee, P. M. (2011). *Organizational reputation: a review*. London: Sage Publications, Inc.
- Summer, D. (2010) Longman Dictionary of Contemporary English. London: Essex
- Mahmutoğlu, A. (2007). *Milli eğitim bakanlığı merkez örgütünde iş doyumu ve örgütsel bağlılık* (Doktora Tezi). Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Mathieu, J. E., & Zajac, D. M. (1990). *A review and meta-analysis of the antecedents, correlates and consequences of organizational commitment*, Psychological Bulletin, 108(2) 171-194.
- Mecdiacat, (2003) *Her yönüyle pazarlama iletişimi*. İstanbul: Mecdiacat yayınları
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1997). *Commitment in the workplace theory: research and application*. London : Sage Publications, Inc.

- Morris, A., & Bloom, J. R. (2002). Contextual factors affecting job satisfaction and organizational commitment in community mental health centers undergoing system changes in the financing of care. *Mental Health Services Research*, 4(2), 71-83.
- Mowday, R. T., Porter, L. W., & Steers, R. M. (1982). *Employee-organization linkages: the psychology of commitment, absenteeism and turnover*. Cambridge: Academic Press.
- Nartgün, S. S. ve Menep, I. (2010). İlköğretim okullarında görev yapan öğretmenlerin örgütsel bağlılığa ilişkin algı düzeylerinin incelenmesi: Şırnak/İdil Örneği. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7(1), 289-316.
- Northcraft, G. B. , & Neale, M. A. (1990). *Organizational behavior management challenge*. Cambridge: The Dryden Pres.
- Oktar, Ö. F. ve Çarıkçı, İ. H. (2012). Farklı paydaşlar açısından itibar algılamaları: Süleyman Demirel Üniversitesi'nde bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(12), 128-137
- Özdamar, K. (2004). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Özkan, V. (2008). *İlköğretim okulunda görevli sınıf öğretmenlerinin bazı değişkenlere göre örgütsel bağlılık düzeyleri (Sakarya il örneği)* (Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Pehlivan, İ. (2001). *Yönetmel, mesleki ve örgütsel etik*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Penley, L. E., & Gould, S. (1988) Etzioni's model of organizational involvement: a perspective for understanding commitment to organizations. *Journal of Organizational Behavior*, 1(9), 43-59.
- Randall, D. M. (1987). Commitment and organization. *The Organization Man Review*, 12(1), 460-471.
- Remke, R. (2013). Corporate reputation and the discipline of organizational communication. In E. Carroll, E. Craig (Eds.), *The handbook of communication and corporate reputation* (pp. 26-37). London: Wiley-Blackwell

- Salancik, G. R. (1977). Commitment and the control of the organizational behavior and belief. In B. M. Staw, & G. R. Salancik, (Eds), *New Directions in Organizational Behavior* (s. 64-70) Chicago: St. Clair Press.
- Schultz, H. B., & Werner, A. (2005). *Reputation management*. Erişim Adresi: <http://www.oup.com/pdf/za/Reputation.pdf>
- Shin, H., & Reyes, P. (1991). Assessing personal and organizational predictors of managerial commitment in schools. *Midwestern Educational Research Review*, 21(3), 128-339.
- Sipahioğlu, M. (2018). *Erciyes üniversitesi paydaşlarının kurumsal itibara ilişkin algularının incelenmesi* (Doktora Tezi) Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bolu.
- Somuncu, F. (2008). *Örgütsel bağlılık ve örgütsel bağlılığı geliştirme araçları: özel bir hizmet işletmesinde araştırma* (Yüksek Lisans Tezi) Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Sung, M., & Yang, S. (2009). Student-university relationships and reputation: a study of the links between key factors fostering students' supportive behavioral intentions towards their university. *Journal of Higher Education*, 1(57), 787-811.
- Tutar, H. (2003). *Örgütsel iletişim*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Tüysüzoğulları, E. (2010). *Ortaöğretim kurumlarında yönetici ve öğretmenlerin kurumsal itibara ilişkin algulamaları: Kastamonu uygulaması* (Yüksek Lisans Tezi) Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Ural, E. G. (2012). Kurumsal itibarı ölçme yöntemi olarak Türkiye itibar endeksi ve endeks sonuçlarından hareketle Türkiye'de elektronik sektörünün itibarı üzerine bir değerlendirme *Online Academic Journal of Information Technology*, 3(12), 379.
- Uslu, N. (2018). *Otel işletmelerinde kurumsal itibarın çalışanların örgütsel bağlılığına ve çalışan performansına etkisi* (Yüksek Lisans Tezi) Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

- Üçok, D. I. (2008). *Kalite odaklı yönetimin kurumsal itibar yaratmadaki rolü önemi ve Reprack itibar endeksi yardımıyla bir uygulama* (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Vella K, J., & Melewar T, C. (2008). Explicating the relationship between identity and culture. In T.C. Melewar (Ed.) *Facets of Corporate Identity, Communication and Reputation*. (S. 4-31) Routledge: Age Publishing Inc.
- Williams, L. J., & Hazer, J. T. (1986). Antecedents and consequences of satisfaction and commitment in turnover models: a reanalysis using latent variable structural equation methods. *Journal of Applied Psychology*, 71(2), 219-231.
- Yağcı K. (2007). Meyer-Allen Örgütsel bağlılık modeli yaklaşımıyla otel işletmeleri iş görenlerin örgütsel bağlılık düzeylerinin ölçülmesine yönelik bir araştırma *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(73) 116.
- Yalçın, B. (2009). *Eğitim örgütlerinde Meyer ve Allen üç boyutlu örgütsel bağlılık ölçeğinin geçerlik ve güvenirlik çalışması* (Yüksek Lisans Tezi) Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tokat.
- Yılmaz, M. (2015). *Kurumsal itibar yönetimi algısının örgütsel bağlılık algısı üzerindeki etkisi* (Yüksek Lisans Tezi) Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara
- Yirmibeş, S. (2010). *Kurumsal itibar yönetimi ve kamuya bağlı bir kurumda kurumsal itibarın ölçülmesi üzerine bir araştırma* (Yüksek Lisans Tezi) Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Yurt, İ. (2012). *Kurumsal itibar yönetimi algısının örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi: Düzce üniversitesi örneği* (Yüksek Lisans Tezi) Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.
- Zaman, O. (2006). *Ortaöğretim kurumlarında çalışan alan dışından atanmış rehber öğretmenlerin iş doyumları ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişki* (Yüksek Lisans Tezi) Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

URL-1:

İngilizce Sözlük (2019). Retrieved from
<http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/reputation>

URL-2:

Türkçe Sözlük (2019). Erişim adresi <http://www.tdk.gov.tr>



Ekler

Ek 1: Kişisel Bilgiler Formu ve Kurumsal İtibar Ölçeği

Sayın Katılımcı;

Bu anket, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, Eğitim Yönetimi, Teftişi, Planlaması ve Ekonomisi Bölümü Yüksek Lisans Tezi kapsamında hazırlanmakta olan "Okul Yöneticilerinin Kurumsal İtibar Algılarıyla Örgütsel Bağlılık Düzeyleri Arasındaki İlişkiyi" ölçmek için hazırlanmıştır. Anket bilimsel araştırmaların dışında kullanılmayacaktır. Katkılarınızdan dolayı teşekkür ederim.

İlhan İLKER
Dumlupınar Üniversitesi
Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı

BÖLÜM 1

Lütfen aşağıdaki her soru için verilen cevap seçeneklerinden size en uygun olanını işaretleyiniz.

1. Cinsiyetiniz : Bay Bayan
2. Medeni Durumu: Evli Bekâr
3. Yaş grubunuz : 25 yaş altı 25- 31 32-38 39-45 45 yaş üzeri
4. Eğitim düzeyiniz: Lisans Yüksek Lisans Doktora
5. Çalışma süreniz : 1 yıldan az 1-5 yıl 6-10 yıl 11 yıl ve üstü

BÖLÜM 2

İFADELER	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
KURUMSAL İTİBAR BİLEŞENLERİ					
1. Çalışmakta olduğum okulun faaliyetleri hakkında bilgi sahibiyim.					
2. Son zamanlarda medyada çalışmakta olduğum okul ile ilgili haberleri gördüm.					
3. Çalışmakta olduğum okul iyi yönetilmektedir.					
4. Çalışmakta olduğum okul yetenekli çalışanlara sahiptir.					
5. Çalışmakta olduğum okul genel anlamda verimlidir.					
6. Çalışmakta olduğum okul yetenekli kişiler tarafından yönetilmektedir.					
7. Çalışmakta olduğum okul yüksek kalitede hizmet sunmaktadır.					
8. Çalışmakta olduğum okul yenilikçidir.					
9. Çalışmakta olduğum okul öğrenci ve çalışanlarına değer katmaktadır.					
10. Çalışmakta olduğum okul dikkat çekici boyutta kaynakları vardır.					
11. Çalışmakta olduğum okul kurumsal anlamda çok güçlüdür.					
12. Çalışmakta olduğum okul eğitim alanında liderdir.					
13. Çalışmakta olduğum okul, diğer okullardan farklı özelliklere sahiptir.					
14. Çalışmakta olduğum okulu tam olarak tanıyorum.					
15. Çalışmakta olduğum okul ile ilgili olumlu duygulara sahibim.					
16. Çalışmakta olduğum okulun açıklamalarına genellikle inanırım					
17. Tecrübelerime dayanarak söylemeliyim ki, çalışmakta olduğum okul her zaman sözünde durur.					

İFADELER	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
18. Çalışmakta olduğum okul çalışma biçimiyle diğer okullardan ayrılmaktadır.					
19. Çalışmakta olduğum okul güvenebileceğim bir kurumdur.					
20. Çalışmakta olduğum okul halkla kurduğu iletişimde güvenilirdir.					
21. Çalışmakta olduğum okul, çalışanlarına değer veren bir kurumdur.					
22. Çalışmakta olduğum okul, içinde faaliyet gösterdiği topluluklara katkı sağlamaktadır.					
23. Çalışmakta olduğum okul, çevreye karşı sorumlu bir kurumdur.					
24. Çalışmakta olduğum okul, iç paydaşlarının (öğrenci ve çalışanlar) güvenliğini umursamaktadır.					



Ek 2: Örgütsel Bağlılık Ölçeği

ÖRGÜTSEL BAĞLILIK BİLEŞENLERİ

1. Kariyer hayatımın geriye kalanını çalışmakta olduğum okulda geçirmekten mutluluk duyarım.					
2. Çalışmakta olduğum okulun problemlerini kendi problemlerim gibi hissediyorum.					
3. Çalışmakta olduğum okulda kendimi ailenin bir parçası gibi hissediyorum.					
4. Çalışmakta olduğum okula karşı duygusal bir bağ hissediyorum.					
5. Çalışmakta olduğum okula karşı güçlü bir aidiyet duygusu hissediyorum.					
6. Kişisel değerlerimle çalışmakta olduğum okulun değerlerini birbirine çok benzer buluyorum.					
7. Çalışmakta olduğum okulun gelecekte nerde olacağı benim için gerçekten önemlidir.					
8. Şu an çalışmakta olduğum okulda ayrılmam durumunda, bundan sonraki hayatımda maddi zarara uğrarım.					
9. Çalışmakta olduğum okulda kalmam, istekten ziyade gerekliliktir.					
10. Çalışmakta olduğum okulda ayrılmayı düşünmek için çok az seçim hakkına sahip olduğuma inanıyorum.					
11. Benim için çalışmakta olduğum okuldan ayrılmanın olumsuz sonuçlarından biri de, başka bir kurumun burada sahip olduğum olanakları sağlayamama ihtimalidir.					
12. Başka bir iş ayarlamadan çalışmakta olduğum okuldan ayrıldığımda neler olacağı konusunda endişe hissediyorum.					
13. Çalışmakta olduğum okulda çalışmaya devam etmemin önemli nedenlerinden biri de ayrılmamın kişisel fedakârlık gerektirmesidir.					
14. Benim avantajıma olsa bile, çalışmakta olduğum okuldan şimdi ayrılmak bana doğru gelmiyor.					
15. Benzer nitelikte bir iş olsa bile, şu anda başka bir işyerinde çalışmazdım.					
16. Çalışmakta olduğum okul benim sadakatimi hak ediyor.					
17. Çalışmakta olduğum okuldan şimdi ayrılmanın, burada çalışan diğer insanlara karşı duyduğum sorumluluklar nedeniyle yanlış olacağını düşünüyorum.					
18. Çalışmakta olduğum okula çok şey borçluyum.					
19. Çalışmakta olduğum okuldan şimdi ayrılırsam suçluluk duyarım.					

Ek 3: Araştırma İzni

Tarih ve Sayısı: 23/02/2016-E.9257



T. C.
DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı



Sayı : 45295868-300-
Konu : İlhan İLKER'in Araştırma İzni

EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : 04/02/2016 tarihli ve 868 sayılı yazı.

Enstitünüz Yüksek lisans öğrencisi İlhan İLKER'in "*Kurumsal İtibar algılarıyla Örgütsel Bağlılık Düzeyleri Arasındaki İlişki*" komulu anket çalışmasına ait uygulamanın yapılmasının uygun görüldüğünün ve yapılan çalışma sonucunun bir örneğinin İl Millî Eğitim Müdürlüğü'ne de gönderilmesi gerektiğinin bildirildiği ilgi yazı sureti yazımız ekinde gönderilmektedir.

Bilgilerinizi ve gereğini arz ederim.

e-imza

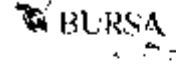
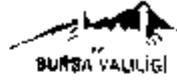
Miktat BEKTAŞ
Daire Başkanı

EK :
İlgi yazı sureti ve ekleri (4 sayfa)

Evliya Çelebi Yerleşkesi Tavşanlı Yolu 10. Km 43100 KÜTAHYA
Telefon: 2742652031-Faks: 2742652027
E-Posta: ogrisi@dpu.edu.tr

Ayrıntılı bilgi için irtibat: İ.TAŞ Tekniker
Elektronik ađ: <http://www.dpu.edu.tr>
KEP Adresi: dumlupinaruniversitesi@hs01.kep.tr

Bu belge, 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununa göre Güvenli Elektronik İmza ile imzalanmıştır.



T.C.
BURSA VALİLİĞİ
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı : 86896125/605.01/1270868
Konu: İlker İLKER'in Araştırma İzni

04.02.2016

DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ REKTÖRİ ÖĞNE

(Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü)

Bursa Çelebi Yedekkesi Tarzıolu yolu sokak / FÜTAYYA

- İlgi : a) M.E.B. Araştırma, Yarışma ve Sosyal Etkinlik İzni Kanunlu 07/03/2012 tarihli ve 2012/13 sayılı Genelgesi
b) 05/01/2016 tarihli ve 300/E.955 sayılı yazınız.

Üniversiteniz Eğitim Bilimleri Enstitüsü yüksek lisans öğrencisi İlhan İLKER'in "Kurumsal İtibar Algısıyla Örgütsel Dağılık Düzeyleri Arasındaki İlişki" konulu araştırma çalışmasını iliniz ekli listede yer alan merkez ilçelerdeki ilkökul, ortaokul ve liselereki okul yöneticilerine uygulama isteği ile ilgili onay ekte gönderilmiştir.

Bilgilerinizi, ilgilinin çalışmasının tamamlanmasından sonra İl Millî Eğitim Müdürlüğü nüze çalışmanın sonucu ile ilgili bilgi verilmesini arz ederim.

İbrahim ATAMAN
Müdürü

İl Millî Eğitim Şube Müdürü

EK:
Makam Onayı ve Ekleri (3 Sayfa)

Recep ÇELİK

Güvenli Elektronik İmza
AŞİD ile Aynıdır.

04.02.2016...

Yeni Tıkilet Kurumu İl Millî Eğitim Müdürlüğü
Web: <http://bu.azsncb.gov.tr>
E-posta: burse.venic@cbg.gov.tr

Ayrıntılı bilgi için Şube Müdürü ile
Tel: 0224) 256 70 90
Tel: 0224) 215 25 01

Özgeçmiş

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : İlhan İLKER
Doğum Tarihi :10.02.1986
Doğum Yeri : Eşme
Adres : Gazikent Mah. 73. Sk. No:2/14 Gaziemir/İZMİR
E-posta : ilhnilkr@gmail.com

Öğrenim Durumu

Yüksek Lisans : 2013-2019 Dumlupınar Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Eğitim Yönetimi, Teftişi, Planlaması ve Ekonomisi Bilim Dalı.

Lisans : 2006-2010 Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Yabancı Diller Eğitimi Bölümü, İngilizce Öğretmenliği

İş Deneyimi

2016-... Öğretim Görevlisi, Milli Savunma Üniversitesi, Hava Astsubay Meslek Yüksek Okulu

2011-2016 İngilizce Öğretmeni, Hava Kuvvetleri Komutanlığı

