

T:C

KIRIKKALE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI
EĞİTİM YÖNETİMİ ANABİLİM DALI

SERTAN TALAS

**POLİS KOLEJLERİNDE KURUMSAL KİMLİK
OLUŞUMUNA İTİBAR VE GÜVEN YÖNETİMİNİN
ETKİLERİNE İLİŞKİN PAYDAŞ GÖRÜŞLERİNİN
DEĞERLENDİRİLMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEZ DANIŞMANI

YRD. DOÇ.DR. İSMAİL GÖKDENİZ

2009

KIRIKKALE

ÖZET

Polis Kolejlerinde Kurumsal Kimlik Oluşumuna İtibar ve Güven Yönetiminin Etkilerine İlişkin Paydaş Görüşlerinin Değerlendirilmesi

“Polis Kolejlerinde Kurumsal Kimlik Oluşumuna İtibar ve Güven Yönetiminin Etkilerine İlişkin Paydaş Görüşlerinin Değerlendirilmesi” adlı bu çalışmada Polis Kolejlerinde bulunan iç ve dış paydaşların kurumsal kimlik oluşturma sürecinde itibar ve güven yönetimi hakkındaki görüşleri tespit edilmiştir. Tespit edilen bu görüşler arasında okul türü, cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi gibi değişkenler açısından, anlamlı bir fark olup olmadığının ortaya konması amaçlanmıştır.

Araştırma evrenini 2007-2008 Eğitim Öğretim yılı içerisinde Emniyet Genel Müdürlüğü’ne bağlı Ankara ve Bursa Polis Kolejleri oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini evren içinden seçilen 444 kişilik bir grup oluşturmaktadır.

Veri toplama aracı ile elde edilen bilgilerden faydalanılarak “betimleme” yöntemi kullanılmıştır.

Çalışmanın sonucunda kurumsal kimlik oluşumunda güven ve itibar yönetiminden doğrudan etkilendiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Eğitim, Kurumsal Kimlik, İtibar Yönetimi, Polis Koleji, Güven

ABSTRACT

The Evaluation of Police College's Shareholders Ideas About The Effects Of Trust And Reputation Management On Forming Institutional Identity

In this work, named “The Evaluation of Police College's Shareholders Ideas About The Effects Of Trust And Reputation Management On Forming Institutional Identity”, the opinions of internal and external participants in Police College about reputation and trust management in the process of forming the institutional identity are determined. It is aimed to present whether any meaningful differences exist among these opinions with respect to the factors such as school type, gender, age, and education level.

The research universe contains National Police Directorate Ankara and Bursa Police Colleges in 2007-2008 Educational Term. 444 participants from the universe constitutes the sample of the research.

Description Method is used by making use of the data gained with survey.

As a result it is understood from results, the reputation management and trust management effects forming of Institutional Identity

Key Words: Education, Institutional Identity, Reputation Management, Police College

KİŞİSEL KABUL

Yüksek Lisans Tezi olarak hazırladığım “Polis Kolejlerinde Paydaşların Kurumsal Kimlik Oluşumuna İtibar Ve Güven Yönetiminin Etkileri Hakkındaki Görüşleri” adlı çalışmamı, ilmi ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazdığımı ve yararlandığım eserlerin bibliyografyada gösterdiklerimden ibaret olduğu, bunlara atıf yaparak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu şeref ve haysiyetimle doğrularım.

Sertan TALAS

ÖN SÖZ

İkinci dünya savaşından sonra sanayi ve teknolojik alanda ortaya çıkan gelişmeler kısa zamanda eğitim sektörüne de yansımıştır. Sanayi ve teknoloji alanındaki gelişmelerle birlikte ortaya çıkan rekabet ortamı hizmet sektöründe de geçerli olmaya başlamıştır. Bu değişim ve gelişim sürecinde bir örgüt veya kurum olarak kabul edilen İçişleri Bakanlığına bağlı olarak çalışmakta olan Emniyet Teşkilatımız da farklı olduğunu ve bu farkların neden kaynaklandığını ifade edebilmek amacıyla, kendini ifade edebileceği bir kimlik arayışına yönelmiştir.

Kurum kimliği veya örgüt kimliği olarak adlandırılan bu kavram zamanla yöneticiler ve bilim adamları tarafından örgüt veya kurum hedeflerine ulaşmada bir süreç olarak yönetilmeye başlamıştır.

Örgüt (kurum) kimliğinin oluşmasında iç paydaşların kurumla ve dış paydaşlarla ilişkilerinin güçlü olması, iç ve dış paydaşların ihtiyaçlarının kurum (örgüt) tarafından karşılanması gerekir. Kurum kimliği oluşturmak için belirtilen gereksinimler bu süreç içerisinde iç paydaşlar açısından güvenin ve dış paydaşlar açısından da itibarın önemini vurgulamaktadır.

Sonuç olarak çalışmamız boyunca ulaşılan tespitler değerlendirilmiştir. Buna göre, gelecekte teşkilat içinde üst düzey görevlerde bulunacak lider ve yöneticilerin yetiştiği Polis Kolejlere bu değişim süreci içinde üst düzey imkânlarla donatılmış ve bu okullardan mezun olan gençlerin geleceğe hazırlanmasında hiçbir masraftan kaçınılmamıştır.

Böylece iç paydaşların kuruma olan güveni artmaya başlamış ve iç paydaşların örgüte olan güvenlerinin artması ile örgüte adanma düzeyinin ve örgütle özdeşleşme düzeyinin arttığı gözlemlenmiştir. Artan güven düzeyi ve özdeşleşme ile birlikte toplum önünde kurum itibarının artacağı düşünülmektedir.

Çalışmanın son bölümünü oluşturan “Kaynakça” kısmında ise doğrudan veya dolaylı olarak yararlanılan çeşitli kaynakların bir listesi yer almaktadır.

Bu çalışma esnasında bilgi ve tecrübeleriyle bana yol gösteren, tez danışmanım Yrd. Doç. Dr İsmail GÖKDENİZ’e teşekkürlerimi sunuyorum. Ayrıca çalışmamın şekillenmesinde fikirlerine başvurma imkânı bulduğum Yrd. Doc. Dr. M. Metin ARSLAN’a, destek ve yardımlarıyla rehberliğini esirgemeyen Yrd. Doc. Dr. Cem GÜZELLER’e ve onların şahsında tüm hocalarıma, her zaman desteklerini gördüğüm anneme, babama ve eşim Yeşim TALAS’a yardımlarını esirgemeyen dostum Osman YİĞİT’e teşekkürlerimi sunuyorum.

Sertan TALAS

Kırıkkale, 2009

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	2
ABSTRACT	3
KİŞİSEL KABUL	4
ÖN SÖZ.....	5
İÇİNDEKİLER.....	7
KISALTMALAR	11
BÖLÜM I	12
1.GİRİŞ	12
1.1. Problem Durumu	12
1.2. Problem Cümlesi	14
1.3. Alt Problemler	14
1.4. Araştırmanın Amacı.....	16
1.5. Araştırmanın Önemi.....	16
1.6. Sayıtlar	17
1.7. Sınırlılıklar	18
1.8. Tanımlar.....	18
BÖLÜM II.....	19
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	19

2.1. KURUMSAL KİMLİK.....	19
2.1.1. KURUMSAL KİMLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ	22
2.1.1.1. Geleneksel Dönem.....	23
2.1.1.2. Marka Tekniği Dönemi.....	23
2.1.1.3. Dizayn Dönemi.....	23
2.1.1.4. Stratejik Dönem.....	24
2.1.2. KURUMSAL KİMLİĞİN UNSURLARI	24
2.1.2.1. Kurum Felsefesi	24
2.1.2.2. Kurumsal Davranış	27
2.1.2.3. Kurumsal İmaj.....	29
2.1.2.4. Kurumsal İletişim	32
2.1.2.5. Kurumsal Kültür	34
2.1.3. KURUMSAL KİMLİĞİN YAPISI.....	37
2.1.3.1. Monolitik Kimlik.....	37
2.1.3.2. Desteklenmiş Kimlik	38
2.1.3.3. Marka Kimliği.....	38
2.1.4. KURUM KİMLİĞİNİN HEDEFLERİ ve YARARLARI.....	38
2.1.4.1. İçe Dönük Hedefleri ve Yararları.....	39
2.1.4.2. Dışa Dönük Hedefleri ve Yararları.....	39
2.1.5. KURUMSAL KİMLİK OLUŞTURMA SÜRECİ.....	39
2.2. İTİBAR KAVRAMI ve KAPSAMI.....	41
2.2.1. İtibarın Temel Bileşenleri.....	43
2.2.2. Kurumsal İtibar Ve Boyutları	44
2.2.3. Kurumsal İtibar Yönetimi.....	46
2.2.4. Kurumsal İtibar Yönetiminin Amacı.....	47
2.3. GÜVEN.....	47
2.3.1. Kurumsal Güven	49
2.3.2. Kurumsal Güvenin Bileşenleri.....	50
BÖLÜM III	51

3. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR	51
BÖLÜM IV.....	56
4.1. Araştırmanın Modeli.....	56
4.2. Evren ve Örneklem.....	56
4.3. Veri Toplama Aracı.....	58
4.4. Verilerin Analizi ve Yorumlaması.....	58
BÖLÜM V	60
5. BULGULAR.....	60
5.1. Polis Kolejlerindeki Paydaşların Kurumsal Kimliğe İlişkin Görüşleri.....	60
5.2. Polis Kolejlerindeki Paydaşların Kurumsal İtibara İlişkin Görüşleri	70
5.3. Polis Kolejlerindeki Paydaşların Kurumsal Güvene İlişkin Görüşleri	77
BÖLÜM VI.....	87
6. SONUÇLAR VE ÖNERİLER.....	87
6.1. SONUÇLAR	87
6.2. ÖNERİLER	94
KAYNAKÇA.....	96
EKLER.....	102
Ek 1:	102
Ek 2:	103
Ek 3:	105

ÖZGEÇMİŞ107

KISALTMALAR

age.	: Adı geçen eser
agm.	: Adı geçen makale
bk.	: Bakınız
C.	: Cilt
ev.	: Çeviren
Nr.	: Numara
S.	: Sayı
s.	: Sayfa/sayfalar
TDK	: Türk Dil Kurumu
Vb.	: Ve benzeri
Yay. haz.	: Yayına Hazırlayan

BÖLÜM I

1.GİRİŞ

Bu bölümde problem durumu, problem cümlesi, alt problemler, amaç, önem, kapsam, sınırlılıklar, sayıtlılar ve tanımlar yer almaktadır.

1.1. Problem Durumu

Gelişen ve değişen dünya ile birlikte sanayi sektörü kendisi ile koordineli çalışmak zorunda olan diğer sektörlerinde etkisi altına alarak onları da dönemin ihtiyaçlarına göre değişime zorlamıştır. Bu değişim rüzgârı ile birlikte gündeme gelen kurumsal kimlik, kurumsal itibar kavramları ve kurumsal kimlik kavramları gün geçtikçe eğitim sektöründe de anılmaya başlamıştır. Sanayide tanımını bulan bu kavramlar eğitim sektörüne geçişle birlikte eğitim kurumları içinde kullanılmaya başlamışlardır.

En geniş anlamı ile “Kurum kimliği denilince birçok kişinin aklına gelen ilk şeyler; kuruluşun logosu, kullandığı renkler ve amblemi gibi görsel unsurlar olsa da, bu unsurlar bu kavramı belirtmede ve açıklamada yetersiz kalmaktadır. Oysa kurum kimliği; bu görsel unsurları içene alan kurumsal tasarımın yanı sıra kurumsal davranış ve kurum felsefesi unsurlarından meydana gelmektedir.” (Bozkurt, 2004:13) Bilimsel anlamda kurum kimliğinin hangi fonksiyonlardan oluştuğu zaman içinde belirlendikçe Emniyet teşkilatımızda kendi içinde bu yeni bilgilere uygun olarak değişim sürecine ilk olarak resmi üniformaların değişimi ile başlamıştır. Daha

önceden yeşil tonlarda olan üniformalar mavi tonlara çekilmiş ve vatandaşların gözünde farklı bir imaj oluşturma çabaları başlamıştır.

“Kurum kimliği oluşturulması uzun zaman ve güç gerektiren bir süreçtir. Bu noktada, örgüt (kurum) birliği üyelerin kendilerini örgütleri ile tanımlamalarını sağlar. Ancak bu ideal durumun gerçekleşmesi için (Bakan, 2004:23)

- Örgüt kimliğinin çalışanlar tarafından algılanması,
- Çalışanların örgütle olan ilişkisinin güçlü olması
- Çalışanların isteklerinin büyük bir kısmının örgüt çerçevesinde temin edilmesi
- Örgüt üyeleri arasındaki rekabetin minimum ölçüde olması gerekir.”

Yukarıda ifade edildiği gibi örgüt (kurum) kimliğinin oluşmasında iç paydaşların kurumla ve dış paydaşlarla ilişkilerinin güçlü olması, iç ve dış paydaşların ihtiyaçlarının kurum (örgüt) tarafından karşılanması gerekir. Kurum kimliği oluşturmak için belirtilen gereksinimler bu süreç içerisinde iç paydaşlar açısından güvenin ve dış paydaşlar açısından da itibarın önemini vurgulamaktadır. Kurum kimliği oluşturma sürecinin uzun zaman ve güç gerektirdiğinin farkında olan Emniyet Teşkilatı doksanlı yılların başında renk değişimi ile başladığı yeni kurumsal kimlik çalışmalarını Teşkilatın lider ve yönetici kadrosunun yetiştiği kurumlar olan Polis Kolejleri ve Polis Akademisine de bu değişimi yansıtmıştır. Gelecekte teşkilat içinde üst düzey görevlerde bulunacak lider ve yöneticilerin yetiştiği Polis Kolejleri bu değişim süreci içinde üst düzey imkânlarla donatılmış ve bu okullardan

mezun olan gençlerin geleceğe hazırlanmasında hiçbir masraftan kaçınılmayarak iç paydaşların kuruma olan güveni artmaya başlamış ve iç paydaşların örgüte olan güvenlerinin artması ile örgüte adanma düzeyinin ve örgütle özdeşleşme düzeyinin arttığı gözlemlenmiştir. Artan güven düzeyi ve özdeşleşme ile birlikte toplum gözünde kurum itibarının artacağı düşünülmektedir.

Bilgi çağını yaşamakta olduğumuz günlerde, Emniyet Örgütünün etkili bir şekilde yönetilmesi için kurumun itibarının iyi yönetilmesi gerekmektedir. Kurum itibarının iyi yönetilebilmesi ise kalite lider ve yöneticilere sahip olunması ile doğru orantılıdır. Çünkü uzun bir süreçte elde edilen iyi bir itibar çok kısa bir sürede kötü bir itibara dönüşebilir. Bu açıdan bakıldığında ülkemiz Emniyet Teşkilatının gelecekteki yönetici kadrolarını eğiten Polis Kolejlerinde tam olarak oluşturulacak bir kurumsal kimlik olgusunun teşkilatın gelecekteki itibarını etkileyeceği ve şu andaki itibarının ise kurumsal kimlik oluşum sürecini etkileyeceği düşünülmektedir. Aynı şekilde kurumsal itibarın örgüte güveni doğrudan etkilediği düşünülmektedir. Bu yüzden Polis Kolejlerinde Kurumsal kimlik oluşturma sürecinde itibar ve güven yönetiminin nedenli etkili olduğunun belirlenmesi gerekmektedir.

1.2. Problem Cümlesi

Polis Kolejlerinde paydaşların kurumsal kimlik oluşumuna itibar ve güven yönetiminin etkileri hakkındaki görüşleri nelerdir?

1.3. Alt Problemler

1. Polis Kolejlerinde ki paydaşların;

- a) Okul yöneticilerinin,
- b) Öğretmenlerin,
- c) Personelin
- d) Öğrencilerin
- e) Velilerin

Kurumsal kimliğe ilişkin görüşleri nedir?

2. Polis Kolejlerinde ki paydaşların;

- a) Okul yöneticilerinin,
- b) Öğretmenlerin,
- c) Personelin
- d) Öğrencilerin
- e) Velilerin

Kurumsal itibara ilişkin görüşleri nedir?

3. Polis Kolejlerinde ki paydaşların;

- a) Okul yöneticilerinin,
- b) Öğretmenlerin,
- c) Personelin
- d) Öğrencilerin
- e) Velileri

Kurumsal güvene ilişkin görüşleri nedir?

1.4. Araştırmanın Amacı

Bu araştırma ile Emniyet Teşkilatı içinde geleceğin yöneticilerini yetiştiren Polis Kolejlerinde kurumsal kimlik oluşumunda itibar ve güven yönetiminin etkililerinin paydaşların görüşlerine göre ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu araştırmanın Polis Kolejlerinde itibar ve güven yönetiminin paydaşların görüşlerine göre kurumsal kimlik oluşumunda yönetime ne düzeyde etkili olduğunu ortaya çıkaracağı umut edilmektedir.

Bu araştırmanın sonunda elde edilecek bulguların araştırmanın yapıldığı Ankara ve Bursa Polis Kolejlerinde kurumsal kimlik oluşumu sürecinde daha etkili bir itibar ve güven yönetimi planı yapılmasında yardımcı olacağı düşünülmektedir.

1.5. Araştırmanın Önemi

Dünyanın her yerinde toplumun can ve mal güvenliğini sağlamakla görevli olan polislerin eğitimi her geçen gün önem kazanmaktadır. Çünkü Polislik meslek olarak hata kabul etmeyen, bir başka deyişle yapılan hataların can veya mal kaybına neden olduğu bir meslektir. Bugün gelişmiş tüm ülkelerde polis ve polis yöneticilerinin eğitimi tamamen bir profesyonellik gerektirmektedir. Ülkemizde Polis yöneticilerinin eğitiminin ilk durağı olan Polis kolejlerinin asıl amacı meslek ahlakını ve kurumsal kimlik olgusunu geleceğin idarecilerine kazandırmaktır. Polislik mesleğinin icrası durumunda bireylerde edinilmiş olması gereken kurumsal güven ve kurumsal itibar duygularının temelleri Polis Kolejlerinde atılmaktadır.

Toplumun güvenliğini sağlayan Emniyet Teşkilatının gelecekteki amir sınıfını yetiştiren Polis Kolejlerinin de en az diğer eğitim kurumları kadar

itibar ve güven yönetimine önem vermeleri gerekmektedir. Çünkü gelecekte Emniyet Teşkilatının yönetici ve liderleri olan Polis Koleji öğrencileri kamuoyunun Emniyet Teşkilatına duyacağı güveni ve Teşkilatın itibarını doğrudan etkileyecektir. Yapılan bu çalışma ile gelecekte Emniyet Teşkilatının itibarını ve güven düzeyini belirleyecek paydaşların şuan ki görüşleri alınarak geleceğe yönelik kurumsal kimlik, itibar ve güven yönetimi çalışmaları planlanmalıdır.

Bu çalışmada Polis Kolejleri paydaşlarının görüşleri doğrultusunda kurumsal kimlik oluşumunda itibar ve güven yönetiminin etkileri ortaya konularak, gelecekte Polis Teşkilatının idarecisi olacak öğrencilerin ve şuan bu öğrencileri yetişmesinde emeği olan diğer paydaşların, kuruma güven düzeylerinin, kurumsal itibarı algılayış düzeylerinin ne ölçüde olduğu hakkında fikirler vereceği umulmaktadır. Araştırmanın sonunda elde edilen fikirlerin, kurumsal kimlik oluşum sürecinde oluşabilecek problemlerin daha önceden tespit edilmesine ve kurumsal itibar ve kurumsal güven düzeylerinin artırılmasına hizmet edeceği düşünülmektedir.

1.6. Sayılılar

- 1.** Araştırmaya katılacak Polis kolejlerinde bulunan öğretmenlerin, yöneticilerin, personelin, öğrenci ve öğrenci velilerinin istekli olarak araştırmaya katılacakları varsayılacaktır.
- 2.** Araştırma kapsamında bulunan katılımcıların görüşlerini objektif olarak ortaya koyacakları, bu nedenle veri toplama aracının geçerlik ve güvenilirlik derecesinin yüksek olacağı varsayılacaktır.

1.7. Sınırlılıklar

Araştırma 2008- 2009 eğitim öğretim yılında eğitim vermekte olan Ankara ve Bursa Polis Kolejleri i ile sınırlıdır.

1.8. Tanımlar

Bu bölümde araştırmada sık kullanılacak olan kavramlardan bazılarının tanımları aşağıda verilmiştir.

Kurumsal itibar: Kurumsal itibar; çalışanlar müşteriler, tedarikçiler, dağıtıcılar, rakipler ve kamuoyunun kurumla ilgili genel tahminlerini kapsar.(Dörtok, 2004:21)

İtibar yönetimi: Güçlü bir kurum itibarının oluşturulması ve gücün devamı ile ilgilidir.(Nakra, 2000:35)

Kurumsal kimlik: Organizasyonun kendisi ile ilgili düşünceleridir. Başka bir deyişle organizasyonun kendini nasıl gördüğüdür. (Okay, 2005:20)

Polis Kolejlerinde: Milli Eğitim Bakanlığına ve diğer bakanlıklara bağlı olarak öğrenim vermekte olan lise düzeyinde okullardır.

İç Paydaş: Örgütün hedef ve amaçlarına ulaşmak için çalışan insan kaynaklarının tümü.

Dış paydaş: Örgütle dolaylı yönden ilişki içinde olan ve örgütün faaliyetlerinden etkilenen bireylerin tümü

BÖLÜM II

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde kurumsal kimlik, kurumsal itibar ve güven kavramları anlatılmıştır. Kurumsal kimliğin unsurları, kurumsal kimliğin tarihi gelişimi, kurumsal kimlik oluşturma süreci, itibar yönetimi, itibarın bileşenleri, güven konularından bahsedilmiştir.

2.1. KURUMSAL KİMLİK

Kurumsal kimlik kavramından bahsetmeden önce değinmemiz gereken en önemli konu kimlik ve kurum kavramlarının ne olduğudur. Kimlik Türk Dil Kurumunun sözlüğünde “toplumsal bir varlık olan insana özgü olan belirti, nitelik ve özelliklere, birinin belirli bir kimse olmasını sağlayan şartların bütünü olarak ve her hangi bir nesneyi belirlemeye yarayan özelliklerin bütünü” olarak tanımlanmıştır.(Tdk,2009) Bir başka tanımda örgüt üyelerinin kendi çalışma grupları ya da profesyonel uzmanlık alanları yerine, örgütle bir bütün olarak özdeşleşme derecesi şeklinde ifade edilmiştir(Demirtaş, 2002:95)

Kimlik kelimesi birçok disiplinde yakın anlamlarda kullanılmaktadır. Sosyolojide kimlik kavramı nüfus kütüğünde ki soy-sop, ilişkileriyle kişiye özgü ad, cins, evlilik, askerlik, sabıka bilgilerinin bir araya getirilmesi olarak tanımlanmıştır.(Güvenç, 2005:4) Psikologlar kimlik kavramını “benlik”

olarak tanımlanmışlardır. Benlik kavramı bireyin “kim olduğunu” tarif eder ve bireyin diğer bireylerle ilişkisi içinde şekil alırken, ötekilerin davranışlarımıza verdiği geri bildirimler ve onlarla olan ilişkilerimiz doğrultusunda biçimlenmektedir.(Bilgin,2001:156)

Sanayi sektöründe başlayan rekabet ortamı gün geçtikçe eğitim sektörüne de yansımış ve doğal olarak sanayi sektöründeki kavramları eğitim sektörüne taşımıştır. Bu kavramlardan biri de kurumsal kimliktir Kurum kavramı Türk dil kurumunun sözlüğünde; evlilik, aile, ortaklık, mülkiyet gibi köklü bir yapıyı içeren, genellikle devletle ilişkisi olan yapı veya birlik, müessese olarak tanımlanmıştır.(Tdk,2009) Eğitim literatüründe ise kurum genellikle şu ya da bu biçimde fiziksel bir yapısı bulunan toplumca benimsenmiş ve yetki verilmiş amaçları yerine getirmek üzere görevlendirilmiş bir örgüt olarak tanımlanmıştır.(Demirtaş, 2002:98)

En sade tanımıyla kimlik kişilerin, grupların, toplum veya toplulukların “kimsiniz, kimlersiniz sorusuna verdikleri yanıt ya da yanıtlardır.(Bozkurt, 2005:3) Bu tanımdan yola çıkarak kurumsal kimlik için kurumun kendisini tanımlama biçimi diyebiliriz. Olins’e göre “kurumun kim olduğu, ne yaptığı, nasıl yaptığına verdiği cevap onun kurum kimliğini oluşturmaktadır.(Olins, 1988:108)” Berstein’e göre “kurum kimliği halkın kurumu tanıyıp diğerlerinden ayırt etmelerini sağlayan görünen ip uçlarının tamamıdır.(Berstein, 1984:156)” Kinner ise kurum kimliğinin yıllık rapor, basın bildirimleri, broşür, tanıtım kılavuzu, anket kartlar, faturalar, binaların üzerindeki işaretler, binalar, ürünler, uniformalar ve araçlardan oluştuğunu belirtmektedir. (Meech, 1996:31)

Kurumsal kimlik bir kuruma ait olan ürün marka veya hizmetin ismi, antetli kağıdı, araçların tasarımından, kurum binasının genel görünümüne, iç ve

dış dekorasyona, personelin kıyafetinden davranışlarına, servis anlayışına, reklam ve halkla ilişkiler çalışmalarında kullandıkları her türlü görüntü, stil ve mesajlara kadar uzanan bir yelpazedir.(Bakan, 2005:62)

Kurumsal kimlik denildiğinde ilk akla gelen kurum logosu, kullandığı renkler, ve amblemi gibi görsel unsurlar olmaktadır. Ancak kurumsal kimlik sadece bu unsurlardan oluşmaz. Kurumsal kimlik sözü edilen unsurların yanında; kurumsal iletişim, kurumsal davranış ve kurum felsefesi gibi konuları da kapsamaktadır. Başarılı bir kurum kimliği tüm bu unsurların özgün bir biçimde tasarlanması ve uygulanmasıyla mümkündür.(Tuna ve diğerleri, 2007:7)

Bir kurumun planlanan hedeflerine ulaşmak ve arzu edilen imaja sahip olmak, kendini ve kurum felsefesini paydaşlarına ve halka tanıtmak için kullandığı tüm metot ve materyaller kurum kimliğini oluşturur.(Oktaç, 1996:23)

Kurumsal kimliğin amacı kurum nedir, onu ne ayakta tutar, nasıl yapar, ve kurum nereye doğru gidiyor sorularına cevap bulmaktır.(Melewar, 2003:9) Bir işletmenin, bir kimliğe gereksinim duymasının başlıca nedenleri kurum içerisinde çalışanların kuruluş ile bütünleşmelerini sağlamak ve bunun yanında kurumu çalışanlarından bağımsız hale getirerek kendisi ile eş değer kurumlar arasında fark yaratmaktır. (Solmaz,2008:19)

Bu tanımlar ışığında kurumsal kimliğe baktığımızda kurumsal kimlik bir kuruma veya örgüte ait olan madde kaynaklarının şekil, ebat, tasarım gibi fiziki özellikleri ile insan kaynaklarının düşünce, motivasyon, ortak hedef, iletişim gibi sosyal yönlerinden oluşan bir bütündür. Özetle kurumun sahip olduğu binaların renginden dış cephe kaplamasına, logosundaki renklerden,

ismine, iç paydaşların motivasyonundan, dış paydaşların kurumla ilgili tavır ve davranışların tamamı kurumsal kimlik kavramını oluşturur.

En genel anlamı ile kurumsal kimlik kavramı; Merkez teşkilatından başlayarak, en küçük taşra birimi olan köy okullarına kadar tüm eğitim kurumlarında ki personel kıyafetlerinin tasarımı, logoları, amblemleri, binaların iç ve dış görünüşleri gibi tüm fiziksel özellikler ile iç ve dış paydaşların iletişiminden, kuruma adanmışlık derecelerine kadar tüm sosyal özelliklerini kapsayan ve halkın kamuoyunun kurum hakkında ki düşüncelerinin tümüdür.

Kurumsal kimliğin iki yönü vardır, elle tutulabilen, gözle görülebilen amblem, logo, paydaşların hal hareketleri ve tavırları, ürünler gibi somut nesnelere kurumsal kimlik kavramının bir yönünü oluştururken diğer yönde kurum felsefesi, çalışan motivasyonu, ortak hedefler gibi soyut kavramlar diğer yönünü oluşturur. Kısaca ifade etmek gerekirse kurum kimliği bir çok unsurun bir araya gelmesi ile oluşan bir bütündür.

2.1.1. KURUMSAL KİMLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Tarihin başlangıcından günümüze kadar insanoğlu hep birlikte yaşama içgüdüleri ile toplumları oluşturmuş ve bu toplum içinde kendisini ve bulunduğu toplumu bir kimlikle tanımlamak zorunda kalmıştır. Bu zorunluluk kurumsal kimliğinde başlangıcı olmuştur. Tarih var olduğundan beri kurumsal kimliğin varlığında söz etmemiz mümkündür. Fakat adı kurumsal kimlik olmasa da kurumsal kimliğin unsurlarına tarihteki toplumları yöneten krallarda, padişahlarda ve soylularda rastlıyoruz. Tarih öncesi çağlarda bulunan oklardan, çanaklardan hangi topluma ait olduklarını anlayabiliyorsak

bu toplumların veya kurumların bir kurum kimliğine sahip olduklarını söyleyebiliriz.

İlk modern anlamda kurumsal kimlik oluşturma çabalarını biz 1850’li yıllarda birkaç İngiliz demiryolu şirketinde görüyoruz. Şirketler kendi aralarındaki rekabet ile trenlerin iç dizaynlarından başlayarak, istasyonların mimarisine kadar uzanan birçok konuda kendilerine has bir kurum kimliği oluşturma mücadelesine girmişlerdir.(Okay, 2005:20)

Kurumsal kimliğin gelişimi dört dönemde inceleyebiliriz;

2.1.1.1. Geleneksel Dönem

Birinci dünya savaşının sonuna kadar devam eden bu dönemde kurumsal kimliğin belirleyicisi kurum sahibi, kurucusu veya patronudur. Bu dönem için örnek gösterilebilecek kurumlar Bosch, Siemens, Ford gibi günümüzün elektronik devleridir.

2.1.1.2. Marka Tekniği Dönemi

Birinci ve İkinci dünya savaşı arasındaki dönem olan marka tekniği dönemi, markaların ön plana çıktığı, kurum kimliği ve ürünün marka yoluyla tanıtılmaya çalışıldığı, kurum kimliğinin sembollerle desteklenmeye başlandığı dönemdir. Bu dönem için örnek gösterilebilecek firmalar BMW ve Opel gibi iki büyük otomobil üreticisidir.

2.1.1.3. Dizayn Dönemi

İkinci Dünya Savaşı sonrası dönem olarak da adlandırılan bu dönemde uluslar arası piyasalar gelişerek Avrupa da ve Amerika da kurum kimliği kavramı konuşulmaya başlanmıştır. Ürün tasarımının önem kazandığı dönemdir. Bu dönemde örnek olarak gösterilebilecek kurumlar Braun ve IBM dir.

2.1.1.4. Stratejik Dönem

Yetmişli yılların başlarında sayıları giderek artan kurumsal kimlik ajanslarının yıldızının parladığı dönemdir. Kurumsal kimlik ve kurumsal imaj kavramlarının önem kazandığı dönemdir.

Türk kültüründe ise kurumsal kimlik unsurları her zaman var olmuştur. Geçmişten günümüze kadar olan süreçte Türk Milleti her zaman kendine has bir kültüre, kendine özgü bir anlayışa sahip olmuştur. Anadolu Selçuklularında görülen mimari üslup, Osmanlıda kendini her alanda göstermiştir. Kurumsal kimlik unsurlarına en güzel örneği her zaman askeri yapılanmamız oluşturmuştur. Kendine özgü müziği ile Dünyanın en eski askeri bandosu olan Mehter Takımı kurumsal kimlik oluşumunun Türk toplumundaki muhteşem bir örneğidir.

Cumhuriyetin ilanı ile birlikte kurumsal kimlik çalışmalarının ilk örneklerini tekrar ordumuzda görmekteyiz. Flama ve üniforma tasarımları bu çalışmaların öncüleri olmuştur. Savaş yıllarının son bulması ile canlanan ekonomik hayatta Atatürk'ün emri ile kurulan İş Bankası ilk kurumsal kimlik çalışmalarına öncülük etmiştir.

2.1.2. KURUMSAL KİMLİĞİN UNSURLARI

Kurumsal kimlik denildiğinde ilk akla gelen kurumsal kimlik unsurlarını kurum felsefesi, kurumsal dizayn, kurumsal davranış ve kurumsal iletişim oluşturmaktadır.

2.1.2.1. Kurum Felsefesi

Eski Yunanlılar felsefe kelimesini bilim sevgisi olarak anlamlandırmaktaydılar. Genel anlamda felsefe belirli bir davranışa kaynaklık eden dünya görüşü olarak tanımlanabilir.

Kurum felsefesi, kurum kimliğinin çekirdeğini oluşturmaktadır. Kuruluşun hedeflerinde, mikro ve makro ekonomik işlevinde ve sosyal rolünde kendisini ne şekilde anladığı olan kurum felsefesi, kurumun değer, tutum ve normlarından, amacından ve tarihinden oluşmaktadır.(Beril, 2003:180)

Kurum felsefesi bir kuruluşun kendisi hakkındaki temel düşünceleridir. Kuruluşun gelişmesi ve ortaya çıkışı için kuruluş yönetimi tarafından arzulanan ve çabalanan hedef düşüncelerin ve işletme temellerini kapsar.(Okay, 2005:111)

Kurum felsefesi kurumun misyonunda ve vizyonunda, kurum içi değerlerin ve normların oluşturulmasında, etkili iletişim kurulmasında önemli rol oynamaktadır. Kurum felsefesi kurum için bir öz değerler bütünüdür. Kurum felsefesi bir kurumun etkili bir şekilde çalışabilmesi için davranış kuralları koyar; kurumun değerlerini, faaliyetlerin yerine getirilmesi sırasında uygulanabilecek somut tanımlara dönüştürür.(Dinçer, 2003:7)

Bir kurumun felsefesinin tarifi, kurumun niçin var olduğunu ve ne elde etmek istediğini açıkça belirtmesi açısından çok önemli bir öğedir. Örneğin; dünyaca ünlü Disney Parklarının felsefesi “Biz mutluluk yaratırız” dır. Bu felsefe çalışanlara görevlerinin ne olduğunu açıkça söylemektedir. “Gidin ve insanları mutlu edin!” Çalışanlar çalıştıkları kurumu rakiplerinden ve diğerlerinden farklı yapan şeyi bilmeye ihtiyaç duymaktadırlar. Felsefe, kurumun farklılığını göstermelidir.(Güzelcik, 1999:176)

Kurum kimliğinin çekirdek unsuru olan kurum felsefesi diğer bütün unsurların adeta yapı taşıdır. Kurum sahip olduğu “ yaşam felsefesi” ne göre kimliğinin gelişimine katkı sağlayacaktır. Kurum kimliklerini başarılı biçimde oturtabilmiş olan pek çok kuruluşun ifade edilmiş birer kurum

felsefesi vardır. Bu çok önemli bir noktadır; özellikle yazılı olarak edilmiş olan kurum felsefeleri, çalışanların kurumlarını ve anlayışını daha yakından tanıma ve böylelikle onunla bütünleşme imkânını sağlamaktadır.(Okay, 2005:270)

Eğitim sektöründe kendi felsefesini belirlemiş ve bunu yazılı hale getirmiş kurumlar gün geçtikçe ön plana gelmektedir. Eğitim sektörünün dış paydaşları olan veliler ve iç paydaşları olan öğrenciler kendi hedeflerini kurum felsefesi haline getirmiş okulları seçmek istemektedir. Bu nedenle kurum felsefesi öğrencilerin kendi hedefleri ve okulun hedefler arasında özdeşim kurarak okula aidiyetlerini artırmaktadır.

Kurum felsefesi oryantasyon, motivasyon, açıklama ve seçim olmak üzere başlıca dört fonksiyondan oluşmaktadır.(Okay, 2005:125)

Oryantasyon: Kurum felsefesinin belirlenmiş olması kuruma yeni giren paydaşların kurum içinde davranışlarını düzenlemelerini sağlamaktadır, kurum normlarına ve kurumsal davranışa uygun hareket ederek örgütsel sosyalleşme sürecini hızlandırmaktadır.

Motivasyon: Kurum felsefesi kurum kültürünün, kurum değerlerinin ve normlarının belirlenmesinde önemli rol oynamaktadır. Kurum felsefesinin belirlenmesi ve bunların paydaşlar tarafından benimsenmesi, kurumla özdeşleşmeyi hızlandırarak ortak hedef veya hedeflere daha kolay ulaşmaya yardımcı olur.

Açıklama: Kurum felsefesi kurumun kendini iç ve dış paydaşlarına daha kolay ve etkili bir biçimde açıklamasına imkân verir.

Seçim: Belirlenmiş ve açıklanmış bir kurum felsefesi iç ve dış paydaşlara kendi hedeflerine uygun bir kurum seçme şansı oluşturur.

2.1.2.2. Kurumsal Davranış

Davranış; canlının uyarımlara karşı yaptığı her tür tepki; gözle görülebilen ve görülmeyen her tür etkinliktir.(Demirtaş, 2002:31) Davranış, insanın başka bir insan ya da deneyci tarafından gözlenebilen ya da kendince değişik yöntemlerle anlatılabilen bilinçli etkinliklerin tümüdür.(Başaran, 2000:15)

Eren'e göre bütün davranışlar iki temel ögenin ürünüdür. Bunlar:(Eren, 2004:218)

- Davranışta bulunan kişinin veya organizmanın yapısı (kişiliği),
- Onun içinde bulunduğu durum ve bu durumun özelliklerine ilişkindir

Planlanan kurum kültürü ile kaplı ya da kendiliğinden meydana gelen kurumla ilgili davranışların sonucu olan kurum faaliyetlerinin toplamı kurumsal davranış olarak adlandırılır.(Melewar, 2003:205) Kurumsal davranış, bir kurum içinde çalışan insanların davranışlarını anlamaya, geleceğe dönük tahminler yapmaya ve insanların davranışlarını kontrol etmeye ilişkin bir disiplindir. Kurumu, insanın kendisini ve davranışlarını inceleme konusu yapmaktadır.(Ozkalp ve Kırel, 2000:2) Kurumsal davranış; kurumu bir bütünlük içinde, toplumsal açık bir sistem olarak ele alan; kurumun içindeki iş göreni bireysel ve küme üyesi olarak tüm yönleriyle inceleyen; kurumdaki insanın yaptıklarını ve ilişkilerini; iş görenin davranışını etkileyen etkenleri ve iş görenin kurumu etkileyen davranışlarını araştıran bir alandır.(Başaran, 2000:39)

Kurumsal davranıştan söz edildiğinde bireysel davranışın üç yönünü veya üç değişik alandaki davranışı gündeme gelecektir. Kurumsal davranışın öncelikle bir bireysel yönü vardır. Başka bir deyişle kurumu etkileyen kurum dışında veya kuruma rağmen bireyin gerçekleştirdiği davranış, kurumsal

davranışın özel bir dilimini oluşturmaktadır. Kurumsal davranış incelemesinin ikinci dilimi, bazı kişi veya kurumlardan bağımsız olarak organizasyonel yapının gerçekleştirdiği davranıştır. Ve son dilim ise, çevresel davranışların kişi veya kurum aracılığı ile işleyen kurumsal bünyeyi etkileme şeklinde ortaya çıkan davranıştır.(Başaran, 2000:3)

Kurumsal davranışın işlevlerini aşağıdaki şekilde maddeleştirmek mümkündür.(Başaran, 2000:40)

Kurumsal davranış, kurumun etkililiğini yükseltici bilgiler vermektedir. Her kurum amaçlarını planladığı düzeyde gerçekleştirmek istemektedir. Bu onun gelişmesi ve yaşamını sürdürmesi için bir zorunluluktur.

Kurumsal kurumun daha iyi yönetilmesi için, yöneticinin nasıl davranması gerektiğine ilişkin araştırmalar yapmaktadır. Yönetimsel davranış, kurumsal davranışın bir parçasıdır. Öbür parçası ise iş görenin davranışdır. Sorun çözme, planlama, örgütlenme, eşgüdümleme, iletişim, denetleme gibi yönetim süreçlerinin iyi çalıştırılması, yönetmenin kuruma ilişkin sorunlarını çözmesine yardım etmektedir.

Kurumsal davranış, yönetimin kurumsal önderlik niteliklerine kavuşturulmasına yardım etmektedir. Kurumsal önderlik, kurumdaki insan gücü kaynağının, kurumun amaçları doğrultusunda etkin kullanımını sağlamakla gerçekleşmektedir. İş görenlerin yalnız devinimsel güçlerini değil, bilişsel ve duygusal güçlerini de kurumun amaçlarını gerçekleştirmeye katmaları ancak yönetmenin bir kurumsal önder gibi davranmasıyla olanaklaşmaktadır.

Çağdaş kurum ve yönetim kuramları; iş görenin gelişmesiyle ve yaratıcılığı ile oluşacak davranışsal değerlerini, kurumsal etkililiğin bir ögesi olarak görürler.

Kurumsal davranış, yönetimde insan ilişkilerini geliştirici bilgiler vermektedir. Kurum ortamı, iş görenler için doğal olmaktan çok yapay bir ortamdır. Bu yapay ortamda iş görenler, birçok etkinin şiddetli tepkisi ile karşı karşıya kalmaktadırlar bu yüzden iş görenler, zaman zaman ağırlaşan uyum sorunlarından kurtulamazlar. Kurumun yönetimi, iş görenlerin uyum sorunlarını çözemediğinde, çatışmaları, kümeleşmeleri yönetemediğinde mutsuz, doyumsuz iş görenlerden oluşan bir kurum ortaya çıkmaktadır.

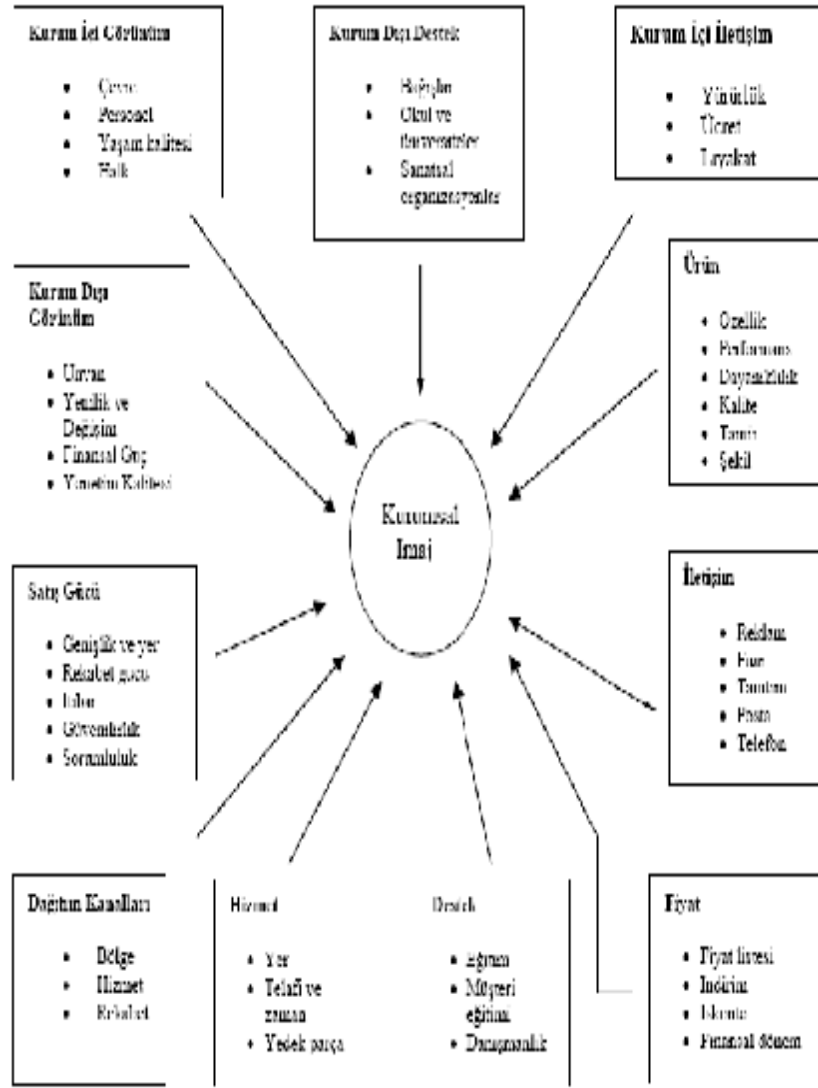
Kurumsal davranış, iş görenin işten doyumun etkenlerini araştırmaktadır. İş görenlerin işten doyumları, çağdaş kurum ve yönetim kuramlarının kurumsal etkililik kadar önem verdikleri bir konudur. Kurumsal davranış, iş görenlerin işlerinde haz duymalarına etkiye bulunan etkenleri araştırarak, onların daha elverişli bir ortamda çalışmalarına yardım edecek bilgileri toplamaya çalışmaktadır.

2.1.2.3. Kurumsal İmaj

İmaj geçmiş deneyimler tarafından etkilenen ve mevcut özsaygı düzeyinin bir yansıması olarak ifade edilen bir kavramdır.(Sampson,1995:12) Kurum imajı kavramı, bir kuruluşun ve ürünlerinin görünümünün, kurum kimliği hedefine uygun olarak oluşturulmasını kapsar.(Johansson, 2003:9)

Okay'a göre kurumsal imaj; kurum içi ilişkilerde, kurum içi yayın, bilgilendirme araçları, eğitim malzemeleri, çalışma yeri, teçhizatı ve oda düzenlemesi şeklinde oluşturulabilir. Kurum dışı ilişkilerde ise; iş kâğıtları, broşürler, afişler, müşteri yayını, oryantasyon sistemi, binaların mimarisi, araçların düzenlenmesi şeklinde oluşturulabilir.(Okay, 2005:66)

İmaj sistemi kuruma özgüdür, görünen tüm görsel stili, tipografi, bina içinde ve dışında kullanılan renkler, logo, marka ve mimari dizayn gibi karakteristik unsurları içerir.(Melewar, 2003:217) Kurumlar kamuoyunda tanınmak ve görünmek için kurum mesajı veren çeşitli işaret ve semboller kullanırlar. Bu amaçla çeşitli renk, sembol, marka ve amblemler kullanarak toplum içinde marka imajını oluşturmaya çalışırlar. Bu kurumlar devlet kurumları olabilecekleri gibi özel kurumlar da olabilirler.(Sabuncuoğlu, 1997:57)



Sekil 1. Kurumsal İmajı oluşturan iç ve dış çevre (Lale, 2006:15)

İmajın pratik fonksiyonu asıl olarak objelerin uygulanma fonksiyonelliği, yararlılığı ve kullanıma uygunluğunda açığa çıkar. Gündelik kullanımın tüm fiziksel noktaları bu fonksiyon tarafından eritilmiş olmalıdır. Bu pratik noktayı şu özelliklerle ifade etmek mümkündür: Kullanıma dost olması, uygulama/kullanma güvenilirliği, düşük bakım ve temizlik

harcamaları, hizmete dost olması vs. İmajın pratik fonksiyonları öyle yapılanmış olmalıdır ki, ürünlerin kullanımı ile fiziksel ihtiyaçlar tatmin edilsin ve örtüşebilsin.(Okay, 2005:123) Bu açıdan bakıldığında eğitim kurumlarında kurumsal imajın önemi anlaşılmaktadır. Kurumsal imajın eğitim kurumun temel amacı olan eğitim ve öğretimi hedefleyen fiziksel gereksinimleri karşılayabilecek ölçüde olmalıdır. Oluşturulmuş kurumsal imajla kurum kendisini kamuoyunda ve hedef kitlesinde güzel bir izlenim oluşturarak, kendisine özgü, farklı bir kurum kimliği oluşturmuş olur. Kurumların dışa bakan yüzüdür kurumsal imaj.

Kurum kimliği, imajı doğrudan etkiler fakat kontrol edemez. Kurum kimliği ve kurum imajı arasındaki farka dikkat etmek gerekir. Kurum kimliği, kurumun gözle görülen karakteristik özellikleridir. Kurum imajı ise, kurumun kimlik ya da kişiliğinin algılanmasıdır. Birbirlerinden farklı olmakla birlikte ikisi de etkileşim içerisindedir. Birisi kurumun fiziksel açıdan nasıl algılandığı, diğeri ise kurumun zihinsel olarak nasıl kavranıldığı ile ilgilidir.(Peltekoğlu, 1998:284)

Sonuç olarak iyi bir kurumsal imaj oluşturmak, müşterilerin o kurumu iyi bir şekilde tanınması, onun hakkında doğru ve olumlu izlenimlere sahip olması ile mümkündür. Bunun aksi bir durum ise kötü imaj oluşturmaya neden olacaktır.(Avşar, 2002:56)

2.1.2.4. Kurumsal İletişim

İletişim bir mesajın bir alıcıya gönderilmesi ve alıcı tarafından algılanması sürecidir. İletişimin olmazsa olmazları alıcı, mesaj ve göndericidir. İletişim, insanları birbirine bağlayan ve onların sosyal bir grup

halinde denge ve ahenk içerisinde anlaşmalarını sağlayan bir etkileşim olayıdır.(Eroğlu, 2004:235)

Kiessling ve Spannagl kurumsal iletişimi şu şekilde tanımlamaktadır; kurumsal iletişim kuruluşa, derneğe, kuruma veya organizasyona karşı, kamuoyunu ve işletme iklimini etkileme hedefi olan, tüm iletişim tedbirlerini sistematik bir biçimde kombine edilerek uygulanmasıdır. Kurumsal iletişim uzun vadeli uygulanan bir iletişimdir ve hedefi de bir imaj oluşturmak, korumak veya değiştirmektir.(Okay, 2005:160)

Kurumsal iletişim, kurumun iç ve dış çevresi ile yapmış olduğu formel iletişimdir. Diğer bir deyişle kurumsal iletişim, kurumun amaçları doğrultusunda işleyişini sağlamak için, kurumu meydana getiren çeşitli bölüm ya da gruplar veya kurumla çevresi arasında, sürekli bilgi ve düşünce alış-verişine olanak sağlayan toplumsal bir süreçtir. Kurumsal iletişim, kurum yönetiminin en önemli aracıdır. Kurumsal iletişim planlama, koordine etme, karar verme, güdüleme ve denetim işlevlerinin yerine getirilmesinde etkin rol oynamaktadır.(Mısırlı, 2004:76)

Kurumsal iletişim; etkili ve verimli bir şekilde kurumun ilgili olduğu gruplarla olan ilişkilerine bir temel oluşturabilecek, birbiriyle uyumlaştırılmış iç ve dış iletişimden oluşan bir yönetim aracıdır. Bu aracın kullanılması ile oluşacak kurum kimliği, kurum imajı kurumun hedef kitleler tarafından iyi anlaşılabilir, kurumun hedef kitleleri tarafından benimsenmesini sağlayacaktır. Kurum içinde ve dışında olmak üzere iki çeşit iletişimden bahsetmek mümkündür. Kurum içerisinde iç paydaşları olan çalışanları idarecilere ve diğer personeli arasındaki iletişim kurum içi iletişim olarak adlandırılırken; kurumun dış paydaşları olarak nitelendirilen hedef kitlesi ve kurumdan etkilenen diğer gruplar ile kurum arasındaki ilişki ise kurum dışı iletişim

olarak adlandırılmaktadır. Kurumun dış çevresi ve kendisi ile barışık bir şekilde varlığını sürdürerek, ortak hedeflerine ulaşması için etkili dış ve iç iletişime ihtiyacı vardır. Kısaca etkili iç ve dış iletişim kurumun toplumda kendini ifade etmesini sağlar.

2.1.2.5. Kurumsal Kültür

Kültür kavramı Türk dil kurumuna ait Halkbilim terimleri sözlüğünde; Bireyin üyesi olduğu toplumdan öğrendiği bilgi, gelenek, görenek, davranış, yasa, sanat, uygulamam, zanaat gibi özdeksel ve tinsel ürünlerden oluşan bütün olarak tanımlanırken, Eğitim Terimleri sözlüğünde; bir toplumu ya da halkı duyuş, düşünüş, yaşayış bakımından öbürlerinden ayıran ve gerek özdeksel gerek tinsel alanlarda oluşturulan ürünlerin tümü olarak tanımlanmıştır.(Tdk, 2006)

Kültür toplumun bir parçası olan insanın, içinde bulunduğu toplumdan öğrendiği tüm değer yargılarını, gelenek göreneklerini, ritüellerini, dünyaya bakış açılarını, yaşam tarzlarını kapsayan ve sürekli değişen, gelişen canlı bir kavramdır. Toplumların olduğu gibi kurumlarında kendilerine özgü yaşam tarzları, ritüelleri, kalıpları, değer yargıları, ilkeleri, amaçları, inançları vardır. Kurumların kendilerine özgü yaşam tarzlarının, inançlarının, değerlerinin, ön yargılarının tümüne o kurumun kültürü denmektedir.

Kurum kültürü; bir grubun, bir işletmenin veya bir kurumun üyelerinin ortaklaşa paylaştıkları ve kabul ettikleri, onların davranışlarını yönlendiren ve örgütü karakterize eden, gelenekselleşmiş, düşünme, hissetme ve tepki verme yollarının sonucu ortaya çıkan normlar, davranışlar, değerler, inançlar ve alışkanlıklardan oluşan sayıtlılar semboller ve uygulamalar bütünü olarak tanımlanabilir.(Bedestenci ve diğ. 2004:20)

Kurum kültürü yazılı bir metin halinde olmayıp, örgüt üyelerinin düşünce yapılarında, bilinç ve beklentilerinde, inanç ve değerler olarak yer alır. Kurum kültürü düzenli bir şekilde tekrarlanan davranışsal kalıplar şeklindedir. Kurum kültürünün çekirdeğini, işletmede çalışanların zihinlerinde yarattıkları dış dünya ile ilgili deneyimlerine düzen ve anlamlılık getiren, doğruluğu sorgulanmadan kabul edilen bilinç dışı düzeydeki varsayımları oluşturur. (Bedestenci ve diğ. 2004:32)

Kurumsal kültür o kurum içinde nasıl davranılması gerektiğinden, hiyerarşi sisteminin nasıl işlemesi gerektiğine kadar birçok konuda çalışanlarına bilgi verirken, öte yandan da çalışanların benimsenmeyen davranışları sergilemelerini önler.

Kurum kültürü kurum içinde kurumun üyelerine kurumsal kimlik duygusu kazandırarak üyelerin kurumla bütünleşmesini sağlar. Kurum kültürü kurum için bir motivasyon aracıdır. Sosyal tatmin duygusu yaratarak motivasyonu artırır. Bu yönü ile kuruma adanmışlığı artırır. Kurum kültürü çalışanların belirli normları ve değerleri anlamalarına ve böylece kurumsal amaçlar doğrultusunda kendilerinden beklenen davranışları sergileyerek başarıya ulaşmaları konusunda daha kararlı ve tutarlı olmalarına imkân tanır. Aynı norm ve değerler etrafında toplanan paydaşlar arasında uyum sağlayarak kurumsal verimliliği artırır. Kurum içinde meydana gelecek çatışmaları önleyerek, kurum içinde kurumsal bir sorun çözme yöntemidir. Kurumun çevresi ile arasındaki ilişkileri düzenleyerek kurumun stratejik değişimlerle başa çıkma ve onları kontrol altına alma yeteneğini artırır. (Bedestenci ve diğ. 2004:32)

Kurum kültürünü oluşturan başlıca öğeler;

Temel değerler: Kurum içinde başarıyı tanımlayan ve standartlarını koyan ve bunlarla iş görenlerin işlem ve eylemlerini nitelendirmeye ve yargılamaya yarayan kavramlar ve inançlardır.(Akt. Bedestenci ve diğ. 2004:36)

İnançlar: Kurum içinde neye inanılıp neye inanılmayacağını belirleyen değerlerdir. (Bedestenci ve diğ. 2004:43)

Liderler ve Kahramanlar: Kurumun hedeflerini, kurum felsefesini kendi yaşantılarında yansıtan ve kurumu arkasından sürükleyen model kişilerdir. (Bedestenci ve diğ. 2004:43)

Temel varsayımlar: Kurum içinde tartışılmadan doğru kabul edilen genellemelerdir.

Normlar: kurum içinde belirli durumlarda hangi davranışların kabul göreceğini veya hangi davranışların kabul görmeyeceğini belirleyen, yazılı olmayan kurallardır.

Artifaktlar: Kurum içindeki görsel veya sözel unsurların tümüdür. Kurum içinde anlatılan hikyeler, mitler veya kendine özgü semboller artifaktları oluşturur.

Dil: Kurum içinde kullanılan ortak kurum kültürünü oluşturan bir diğer unsurdur. Dil kavramı kurum içinde kullanılan jargonu, mimikleri ve benden dilini de kapsamaktadır.

Semboller: Kurumun logosu ve sembolü kurum kültürünü oluşturan bir diğer ögedir. Kurumun görünen yüzünün bir parçası olarak, kurumun anlaşılmasında önemli bir yere sahiptir. (Bedestenci ve diğ. 2004:59)

Törenler: kurum içinde yapılan işe alma, işten çıkarma, kutlamalar veya anmalar gibi törenlerin tümü ve bu törenlerde sergilenen davranış kalıpları kurum kültürünün birer unsurudur.

2.1.3. KURUMSAL KİMLİĞİN YAPISI

Kurumsal kimlik oluşum sürecinde en önemli konu kurum ile oluşturulan kimlik arasında bağlantının tam olarak kamuoyuna yansıtılması ve bu bağlantının kamuoyu tarafından tam olarak algılanmasıdır. Kurumu ile özdeşim kuramamış bir kimlik tasarımı başarılı bir tasarım değildir. Başarılı bir kurumsal kimliğin kamuoyu üzerinde olumlu bir imaj bırakması beklenir. Mevcut kurum kimliğinin kamuoyuna kurum hakkında bilgi vermesi beklenir. Kuruma ait farklı markaların olup olmadığı, öne çıkan markaların hangileri olduğu veya kurumun tek markaya sahip olduğu veya kurumun üretim yaptığı sektörün ne olduğu gibi bilgiler kurum kimliği ile paydaşlarına aktarılmalıdır. Kurum kimliği yapıları üçe ayrılmaktadır.(Okay, 2005:44)

2.1.3.1. Monolitik Kimlik

Tekelci kimlik olarak ta adlandırılan bu kimlik de kuruluş her yerde tek kimlik kullanmaktadır. Çalışma alanları farklı olsa da kurum tek bir kimlik kullanmaktadır. Bu tip kimliklerde sahip olunan tek kimliğin özelliklerinin üretilen tüm ürünlerde aynı şekilde olduğu vurgulanmaktadır. Ülkemizde buna en güzel örnek Ülker firmasıdır. Farklı alanlarda üretmiş olduğu bütün ürünlerde kendi üst kimliği olan Ülker kimliğini etkili bir şekilde kullanmaktadır. Bu tip firmalarda üründen veya markadan çok firmanın kendine duyulan bir güven vardır.

2.1.3.2. Desteklenmiş Kimlik

Bir ana firmanın altında kurulan farklı firmaların da kendine has kimlikler oluşturmasıdır. Bu kuruluşlar genellikle çok farklı faaliyet alanlarında üretim yapmakta ve her alanda kendine özgü bir kimlikle tanınmaktadırlar. Bu tip kurumların altında kendi rakiplerini kendilerinin oluşturma mantığı ile tasarlanmış farklı kimlikler vardır. Örneğin Koç grubu ülkemizde bu tip kurumsal kimliğe örnek gösterilebilir. Koç grubuna ait Beko ve Arçelik firmaları sektör içinde bir birine rakip iki kurumsal kimlik gibi gözüксе de gerçekte ikisi de Koç gurubuna aittir.

2.1.3.3. Marka Kimliği

Bu tip firmalarda ise marka kimliği ön plana çıkarılarak kurum kimliği gölgede bırakılmıştır. Marka kimliği oluşturularak kurum kimliği kamuoyunun ilgisinden uzaklaştırılmıştır. Lipton markası bu konuda en güzel örneklerden biridir. Marka kimliği oluşturulmuş ve kurum kimliği özellikle geri planda bırakılmıştır. Bu şekilde marka kimliğinin keskinleştirilmesi ile ürün satışı desteklenmektedir. Bu tip firmaların sektör içinde bir birlerine rakip markalar geliştirerek sektörde ki paylarını arttırmaya çalışmışlardır. Firma kimliği gizli kaldığı sürece bu markaların satışında olumlu etki gösterirken, iki markanın da aynı firmaya ait olduğu gündeme geldiğinde markaların satışında olumsuz etkisi gözlenebilir.

2.1.4. KURUM KİMLİĞİNİN HEDEFLERİ ve YARARLARI

Kurum kimliğinin içe ve dışa dönük olmak üzere iki tür hedefi vardır.

2.1.4.1. İçe Dönük Hedefleri ve Yararları

Kurum kimliğinin en önemli içsel hedefi kurumun ortak amaçlarına ve hedeflerine ulaşmasını sağlamaktır. Kurum kimliği çalışanların ortak kültür etrafında hareket etmesini sağlayarak kurumla bütünleşmeye yardımcı olur. Kurumla bütünleşme süreci ise çalışanların motivasyonlarını üst düzeye çıkarır, çalışan kendi geleceğini kurumun geleceği ile aynı çizgide görmeye başlar ve bu şekilde örgüt başarısı arttırılmış olur. Çalışanların yüksek motivasyonu ve beklentilerinin karşılanması ile iş doyumunu ve kurumsal verim artmaktadır.

2.1.4.2. Dışa Dönük Hedefleri ve Yararları

Kurumsal kimliğin en önemli dışa dönük hedefi, kurum adına kamuoyunda güzel bir izlenim bırakmak olmalıdır. Kamuoyunda oluşmuş bu güzel izlenim sayesinde kurum kendini bilgi kirliliğinden koruyarak, marka güvenliğini sağlamış olur. Kurumsal kimlik daha az masrafla daha yüksek verim kazanmaya yardımcı olur. Zihinlerde bırakılan iyi bir imajla kazanılan güven ve sempati kurumun verimliliğini doğrudan arttıracaktır.

2.1.5. KURUMSAL KİMLİK OLUŞTURMA SÜRECİ

Kurumsal kimlik oluşturma süreci bir kurumsal imaj tasarım sürecini ifade etmektedir. Bu süreç kurumun sembolünün tasarımının, kuruma ait kültürün, kurum normlarının, kurum değerlerinin, amaçlarının, hedeflerinin, ürün veya hizmetlerinin en kısa sürede en az maliyetle iç ve dış paydaşlara ve kamuoyuna iletilmesinden oluşur. Burada en önemli konu kurumun anlatmak istediklerinin, paydaşlar ve kamuoyu tarafından kurumun istediği doğrultuda anlaşılması ve paydaşlar ile kamuoyunun zihninde hoş ve etkili bir izlenim

birakabilmesidir. Daha öncede ifade edildiği üzere kurum kimliği kurumun hem soyut özelliklerinden hem somut özelliklerinden oluşmaktadır. Kurum kimliği oluşturma sürecinde en önemli unsur insanların gözünde en kolay iz bırakan şekil, renk ve tasarım bütünlüğüdür.

Kurumsal kimlik oluşturma sürecinde “farkı fark ettirebilmek” önem taşımaktadır. Bu nedenle sürecin en önemli kısmını görsel öğeler oluşturmaktadır. Görsel öğelerin oluşturulmasında üç temel öğe vardır.(Mumcu, 1996:8):

1. Tutarlılık: Organizasyon kendisini net ve etkili bir şekilde sunmak ister.
2. Sembolizm: Organizasyon kendi yaptıklarını sembolize etmek ister. Bunda amaç çalışanlarda aynı ruhu oluşturacak bir ifade ya da sembol oluşturmaktır.
3. Yer Edinme: Organizasyon kendini diğerlerinden farklılaştırmak ister.

Bu süreçte kurumun analizi ile işe başlanmalı ve sektörde ki diğer firmaların kurumsal kimlikleri gözden geçirilerek, sektör içinde farklı bir kimlik tasarımı oluşturulmalıdır. Süreç içinde yer alabilecek danışmanlar ve katılımcılar: Mimarlar, iç mimarlar, renk eksperleri, grafik ve ambalaj tasarımcıları, reklâmcılar, psikologlar ve diğer ihtiyaç olunan meslek gruplarıdır.(Mumcu,1996:7)

Kurumlar kendi devamlılıklarını sağlamak ve kuruluş amaçlarına hizmet edebilmek için ortak değerler oluşturmak zorundadırlar. Bu ortak değerler sayesinde çalışanlarını ortak hedeflere ulaşma konusunda motive edebilirler. Oluşturulacak ortak değerler ise ancak kurum kimliği ile ifade edilebilir ve kurumun diğer unsurları ile özdeşleşebilir.

2.2. İTİBAR KAVRAMI ve KAPSAMI

İlk insandan günümüze insanoğlu itibar sahibi olmayı istemiş ve bu yönde mücadele etmiştir. İnsanlar tarafından saygı görmek, sevilme ve güvenilmek tüm insanların sahip olmak istedikleri pozitif niteliklerdir. Bu niteliklere sahip insanlar her zaman buldukları toplumda kendilerinden sonraki nesillere örnek gösterilen itibarlı rol modelleri olmuşlardır. Geçmişten günümüze kadar tüm insanların elde etmek istedikleri itibar, ticari hayatın başlamasından itibaren kurumlar tarafından da elde edilmek istenir hale gelmiştir. Farklı olduklarını ifade ederek piyasadaki kar paylarını artırmak isteyen tüm şirketler kamuoyunun gözünde itibar değerlerini arttırmak istemişlerdir.

Günlük hayatımıza da çok sık olarak karşılaştığımız itibar kavramı güvenilir, saygın, değerli anlamında kullanılmaktadır. İtibar kazanmanın özü Mevlana'nın şu sözü ile toplumumuzda özetlenmiştir; "Ya olduğun gibi görün, ya da görüldüğün gibi ol". (Argüden, 2003:1) Başka bir deyişle itibar kazanmanın esasını eylemlerin söylemlerle tutarlı olması oluşturmaktadır. (Argüden, 2003:1)

İtibar kavramı Türk Dil Kurumunun sözlüğünde saygınlık olarak tanımlanmıştır. İtibar bir kişiye veya nesneye dışardan yani toplum tarafından gösterilen saygı, hürmet anlamında kullanılmaktadır. (Karaköse,2007:4) İtibar kamuoyunun bir algılamasıdır. Kurumsal itibar ise; iç ve dış paydaşların örgüte ilişkin algılamalarından oluşan soyut bir değer olarak ifade edilebilir. (Karaköse,2007:5) İtibar zihinsel bir olgu olup paydaşların zihinlerinde oluşmaktadır, yani paydaşların zihinlerinde, şuurlarında oluşan algılamalar düşünce ve hatırlamalardan ibarettir. İtibar paydaşların kalplerine ve gönüllerine hitap eden bir iletişim tarzıdır. (Karaköse,2007:5)

Olumlu bir itibar kurumun iş ve girdi maliyetlerini azaltırken (Karaköse,2007:9) kar paylarını yükseltir. Kriz zamanlarında kurumun saygınlığını korurken çalışanların iş doyumunu ve sadakatini artırır. Ayrıca iyi itibar rakiplerin engelleme faaliyetlerine karşı bariyer görevi görerek, en iyi iş ortaklarını çeker, yeni pazarların kapısını açar. (Karaköse,2007:10)

İtibarın ana kriterleri şu başlıklar halinde toplanabilir; (Karaköse,2006:14)

Ekonomik Performans: Rekabet yeteneği, karlılık, yatırım amacıyla risk alabilme, gelişmiş bir bakış açısını temsil eder. (vizyon)

Duygusal Çekicilik: Saygınlık, takdir edilme ve güven duygusunu ifade eder.

Vizyon ve liderlik: Yönetim kalitesini ifade eder.

Çalışma ortamı: İş atmosferi (örgüt iklimi) kültür ve çevreyi ifade eder.

Sosyal sorumluluk: Ortak bir sosyal sorumluluk oluşumunu ifade eder.

Ürün ve hizmetler: Ürün ve Hizmette kalite ve çekicilik, kalite ve yeniliği ifade eder.

Bilgi ve yetenek: İş gören kalitesinin yüksek olmasını gerektirmektedir.(Arlo, 2005:13)

İtibar kavramı göreceli bir kavramdır. Farklı paydaşlar açısından itibar farklı şekilde algılanır. İç paydaşlar için itibar algılamasında iş doyumunu önemli iken, dış paydaşlar açısından ürün veya hizmet kalitesi çok daha önemlidir. İtibar çok zor elde edilebilen fakat saniyeler içinde kaybedilebilen

bir olgudur. Bu da itibarın hayati önemini ifade etmektedir. İyi bir itibarı değerlendirme konusunda genelde kurumlar şu niteliklerine bakılarak değerlendirilirler. (Karaköse,2006:19)

- Genel itibar
- Ürün ve Hizmetler
- Sosyal sorumluluk
- Etik
- Kurumsal yönetim
- Çalışma ortamı ve finansal istikrar

2.2.1. İtibarın Temel Bileşenleri

Bir kurumun itibarı o kurumla ilişkide bulunan kişilerin ve kurumların zihinlerinde oluşan kurum hakkında ki algılamaların tümüdür. Kurumla ilişkide bulunan kişilerin ilişki düzeyleri ve yönleri farklı olduğundan kurumu algılama şekilleri farklılık gösterebilmektedir. Çünkü algılama öznel bir kavramdır ve farklı değişkenler tarafından etkilenebilmektedir. Bu nedenle kurumsal itibara yönelik algılamalar kurum tarafından yönetilmek zorundadır. (Karaköse, 2006:23) Schultz ve Werner tarafından itibarın iki önemli unsurunun algılama ve gerçeklik olduğu vurgulanmaktadır. (Karaköse,200:23)

Algılama: Kurumunu ilişki içinde olduğu insanlar tarafından nasıl algılandığı ile ilgilidir. İnsanların kurumu nasıl gördükleri, insanların gözünde kurumun nasıl olduğu ile ilgilidir.

Gerçeklik: Kurumun nasıl algılandı ile değil kurumun ne olduğu ile ilgilidir. Kurumun yapısı, finansal durumu, uygulamaları, performansı ile ilgilidir. Kısaca kurumun şuan ki hali ile ilgilidir.

İtibar yönetiminde önemli olan nokta kurumlar itibarlarını yönetirken kurumların o anki halleri ile (gerçeklikleri), bireylerin zihinlerinde oluşturmak istedikleri izlenimlerinin (algılamalarının) bir birine paralel olması gerekmektedir.

2.2.2. Kurumsal İtibar Ve Boyutları

Kurumsal itibar, bir kurumun paydaşlarının gözünde sahip olduğu, onların düşüncelerinde, sözcüklerinde ve aksiyonlarında ifadesini bulan bir değerdir.(Stratefik Forum,2008) Kurumsal itibar bir kurumun vazgeçilmez en önemli değeridir. İyi bir itibar her zaman kurumu göz önünde ve el üstünde tutan bir değerdir ve iyi bir itibara sahip olan her kurum kaliteli ve kalifiye eleman bulma sıkıntısı hiçbir zaman duymaz. Bu tür bir kurum asla yatırımcılarını kaybetmez.

Kurumsal itibarın boyutları şu şekilde sıralanabilir;
(Karaköse,2007:43)

Duygusal Cazibe; Bir kurumun iç ve dış paydaşlar tarafından ne kadar beğenildiği ile ilgili bir kavramdır. Duygusal cazibe kurum hakkında iyi duygulara sahip olma, kurumu takdir etme, kuruma saygı duyma ve güven duyma ile ilgili bir kavramdır.(Dörtok, 2004:70)

Ürün Hizmet: İyi bir itibara sahip olmanın yolu kaliteli ürünler veya hizmetler ortaya koymaya bağlıdır. Ayrıca iyi yönetilen tüm örgütler ürün ve hizmetlerde kaliteyi artırmaya yönelik araştırma geliştirme çalışmalarını yapmak zorundadırlar.

Finansal Performans: Bir kurumun karlılık, yatırım amacı ile risk alabilme ve rekabet edebilme yeteneğini vurgular. (Karaköse,2007:47)

Liderlik: Kurumsal itibarın en önemli boyutlardan birisi liderliktir. Yönetimde karizmatik bir liderin olduğu bir kurumun itibarını yönetmesi çok da zor olmayacaktır. Etkili bir lider tarafından yönetilen kurum risk alabilme, kendine ve kuruma güven, kuruma bağlılık ve motivasyon açısından sorun yaşamazlar.

Çalışma Ortamı: Fiziksel açıdan iş görenlerin çalışmakta olan alanın yönetim tarafından iyi dizayn edilmiş olması gerekir. Bu tip bir ortam iş doyumunu ve motivasyonu arttırmaktadır.

Sosyal Sorumluluk: Kurumların sadece kendi paydaşlarının ihtiyaçlarına yönelik değil, aynı zamanda toplumsal faydaya yönelik mal ve hizmetler üretmesini vurgulamaktadır.

Kurumsal İletişim: Kurumsal itibarın etkili bir şekilde yönetilerek, kurum verimliliğinin artırılması açısından, paydaşlar arasındaki etkileşimin aracı olarak iletişim son derece önemlidir.

Halkla İlişkiler: Halkla ilişkiler genel olarak örgütün sosyal paydaşları ile etkileşim ve iletişim halinde olması olarak tanımlanır. Halkla ilişkiler kurumlara rekabet avantajı sağlar.

Entelektüel Sermaye: Bilgi çağı ile birlikte oluşmakta olan toplumda maddi olan sermaye boyutu yerini entelektüel sermayeye bırakmıştır. Bilgi toplumunda değerli olan maddi sermaye değil entelektüel sermayedir. Kurumlar bilgi toplumunda rekabet edebilmek için entelektüel sermayeye

ihtiyaç duymaktadırlar. Kurumun entelektüel sermayesini çalışanların bilgi, deneyim ve becerileri oluşturmaktadır.

Öğrenen Organizasyon: Bilgi toplumunun gerektirdiği insan modeli öğrenen bilgi insandır. Öğrenme alışkanlığı edinmiş, bilgiyi temel güç ve ana sermaye haline getiren bilgi insanların yetiştirilmesi modern bir kurumu gerekli kılmaktadır.(Fındıkçı,2004:158) Bilgi toplumunda öğrenme, kurumlar açısından yaşamsal bir önem taşımaktadır. (Karaköse,2007:67)

Kurumsal Etik: Etik bireyler arasındaki ilişkilerin temelini oluşturan, hangi davranışların iyi-kötü ya da hangilerinin doğru-yanlış olduğunu açıklayan değerler sistemi olarak görülebilir. Kurumun itibarı etik olmayan davranışların bir sonucu olarak kısmen de olsa zarar görebilir. (Karaköse,2007:70)

Müşteri Memnuniyeti: Kurumsal itibarı oluşturmada ve oluşan itibarı koruyabilmede en önemli boyut müşteri memnuniyeti boyutudur. Müşteri memnuniyetinin sağlanabilmesi; kuruluşların Pazar araştırmaları, ürün tasarımı, üretim, satış ve satış sonrası hizmetler konularında farklılık yaratabilmelerine bağlıdır.(Muter,2008)

2.2.3. Kurumsal İtibar Yönetimi

Rekabet ortamının gelişmesi ile birlikte kurumlar öyle bir noktaya geldi ki, kaliteli ürün ve hizmet üretmenin ve bunu duyurmanın dışında, kurumların yarımını güvence altına alabilmek için başka faktörlerin gerekli olduğu gerçeği ile karşılaşmıştır. Bu faktörlerden biride kurumsal itibarımızın yönetimidir. Kurumsal itibarımızı yönetmekten daha önemli bir işimizin olmadığını anlaşılmıştır.(Kadıbeşegil, 2006:173)

Kurumsal itibar yönetimi; itibarı etkileyen faktörlerin çokluğundan ve kontrol edilmesinin zorluğundan dolayı en zor yönetim şekillerinden biridir.

2.2.4. Kurumsal İtibar Yönetiminin Amacı

Genel olarak kurumsal itibar yönetiminin esas amacı kurumun ortak hedeflerine en az maliyetle ulaşmasını sağlamaktır. Bir başka açıdan kurumsal itibar yönetiminin amaçlarını şöyle ifade edebiliriz; (Karaköse,2007:93)

- Kurumun markasını, imajını ve itibarını oluşturmak.
- İyi bir itibarın devamını sağlamak
- Kurumun itibarına zarar verecek problemleri çıkmadan önlemek.
- Kurumun itibarını zedeleyecek tehlikelere karşı önlem almak.
- Kurumsal itibarı yönetmek için bir yönetim takımı oluşturmak.

Kısaca kurumsal itibar yönetiminin amacı; kurumun iç ve dış paydaşlarının zihinlerinde oluşturulmak istenen algılamaları belirleyip, planlı bir şekilde yöneterek, kurumun itibarını korumak ve devamını sağlamak olarak ifade edilebilir.

2.3. GÜVEN

Maslow'un ihtiyaçlar piramidinde fizyolojik ihtiyaçlar karşılandıktan sonra ikinci ihtiyaç türü güven ihtiyacıdır. Maslow' a göre insanların sosyal ihtiyaçlar duyabilmeleri için öncelikle fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçlarını karşılamış olmaları gerekir.(Yükselen, 1994:72) Fizyolojik ihtiyaçların birinci

derecede sorun olmaktan çıktığı gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde güvenilirlik ve güven ihtiyacı birincil ihtiyaçlar arasına girmiştir.

Türk Dil Kurumu sözlüğünde güven kelimesi; korku, çekinme ve kuşku duymadan inanma ve bağlanma duygusu, itimat olarak tanımlanmıştır. Güven, insanları psikolojik açıdan bir arada tutan, onlara emniyette oldukları duygusunu veren ve tüm insan ilişkilerinin temelinde yer alması gereken bir faktördür.(Ercan, 2006:43) Mishra güveni “ bir tarafın diğer tarafa yeterli, açık, ilgili, itimat edilebilir olduğuna dayanan inancına karşı savunmasız kalma isteğı” olarak tanımlamıştır.(Akt:Ercan:2006:43) Güven risk durumlarında başkalarının görüşlerine deneyimlerine onay verme olarak algılanabilir.

Güven hem kurum içi hem de kurumlar arası ilişkilerde yer alan bir unsur olarak görülür. Kurum içi güven kurum üyelerinin paylaştığı güven düzeyini ifade ederken, kurum dışı güven kurumun müşterileri, tedarikçileri veya ortakları ile ilgili güvenini yansıtır.(Demircan,2003:147)

Güven, hem kişiler arası ilişkilerin bir sonucu hem de kültürel ve ahlaki değerlerle, günlük yaşam ve iş deneyimine göre değışen dinamik bir olgu olarak tanımlanmaktadır.(Börü, 2001:189)

Güven kavramı üç türde incelenebilir:(Baltaş, 2000:57)

-Kendine güven duymak: Özgüven olarak da adlandırılan bu tip güven kişinin güvenilir olmasının ve başkasına güven duymasının temelini oluşturur. Bireyin özgüven duyabilmesi için öncelikle kendisini tanıması, neler yapıp neler yapamayacağını bilmesi gerekir. Özgüveni olan bireyler kendi duygularının farkında olan ve bu duygularını kontrol edebilme gücüne sahip bireylerdir.

- Güvenilir olmak: Bireyin toplumda kabul edilip, kendini kanıtlaması için kazanması gereken en önemli niteliktir. Güvenilir olmak toplumun bizi değerlendirerek verdiği bir karardır. Bir insanı güvenilir kabul etmek için, kişinin sözünü tutması, bütünlük sergilemesi (özü sözü bir olmak), bir görevi yapacak yetkinliğe, sorumluluğa sahip olması ve kendisine yönelik beklentileri karşılaması gerekmektedir.(Asunakutlu, 2004) Kişi kendisinin güvenilir olarak toplum tarafından nitelendirilmesini bekliyorsa buna uygun davranış özelliklerini göstermek zorundadır.

- Başkalarına güven: Üçüncü boyut başkalarına güvendir. Kendini tanıyan ve bilen kişi, kendisine duyulan güvenle birlikte başkalarına da güven besleyemeye başlamıştır. Güven, kişilerarası etkileşimler sonucu gelişir.(Yılmaz, 2006:45) Etkileşimin olmadığı yerde güvenden bahsetmek mümkün değildir. İnsan başkalarına karşı güven duymak ister. Çünkü güvenin olmadığı ilişkilerde insanlar, gerçek ihtiyaçlara hizmet edecek türde ilişkiye giremezler. Güvenin olmadığı ortamlarda, ilişkiler ve bilgi alışverişleri yüzeysel olur.(Yılmaz, 2006:45)

2.3.1. Kurumsal Güven

Kurumsal güven kavramı; işgörenlerin yönetime olan güvenleri ve yönetimin kendilerine söylediklerine olan inançlarının derecesi olarak belirtilmektedir. Bu tanımlamaya göre kurumsal güvenin kaynağı, üst kademe yöneticileri ile ara kademe yöneticilerinin davranışlarıdır.(Şimşek ve Taşçı, 2004:34)

Kurumsal güven kurum içinde kendiliğinden yaşantı yolu ile oluşur. Kuruma duyulan güven iç ve dış güven olarak iki şekilde incelenebilir. İç paydaşların kuruma ve yönetime duyduğu güven olarak tanımlan iç güven kurumda adanmışlık duygusunu ve motivasyon düzeyini arttırarak, kurumun

verimliliğini üst düzeye çıkarır. Üretilen ürünün ve ya hizmetin kalitesine oranla artan dış güven ise, kurumun sektör içinde pay sahibi olmasını ve cazibe merkezi haline gelmesini sağlar.

2.3.2. Kurumsal Güvenin Bileşenleri

Kurumun en önemli unsurlarından olan ve paydaşların kurum içinde motivasyonunu en üst düzeyde etkileyen güven kavramının literatürde beş farklı bileşeninden bahsedilmektedir. Bu beş bileşen: bütünlük, yeterlik, tutarlılık, bağlılık ve açıklıktır.

Yeterlik, kurum içinde bireylerin ortak hedeflere ulaşması için gereken teknik ve kişisel becerileri ifade etmektedir.

Tutarlılık, kurum paydaşlarının davranışlarının tahmin edilebilirliği ve aynı şartlar altında aynı davranışları gösterip göstermedikleri ile ilgilidir.

Açıklık, paydaşların kurum içinde düşünce, fikir ve çalışmalarını özgürce ifade edebilmelerini temsil etmektedir.

Bütünlük, Kurumsal güvenin paydaşların doğruluk, dürüstlük adına sahip olduğu imajı temsil etmektedir. Kurumsal güven çerçevesinde bütünlük, kabul edilmiş değerler ve normlar olarak belirtilmektedir. (Sıx, 2004:27)

Bağlılık, kurumu sahiplenmeyi, kurum içinde paydaşların bir birlerini desteklemelerini ifade eder. Bağlılık, üstü kapalı olarak verilen bir sözdür.(Hosmer, 1995:379)

BÖLÜM III

3. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Solmaz (Solmaz,2007) tarafından hazırlanan “Özel Eğitim Kurumlarında Kurumsal Kimliğin Müşteri Tercilerine Etkisi Ve Kültür Dershaneleri Üzerine Bir Uygulama” adlı yüksek lisans çalışmasında müşteri tercihlerini etkileyen faktörlerin en başında gelen kurumsal kimliğin, yeri ve önemi üzerinde durulmuş ve bu noktada özel öğretim kurumlarında kurumsal kimliğin müşteri tercihleri üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğu araştırılmıştır.

Araştırma evreni olarak tüm özel eğitim kurumları olmasına rağmen örneklem olarak Öss hazırlık kursu olarak faaliyet gösteren Kültür dershaneleri seçilmiştir. Araştırmanın amacı kurumsal kimliğin net olarak anlaşılmasını sağlamak, kurumsal kimlik unsurlarının belirlenmesine ve tanımlanmasına yönelik veriler elde etmek, işletmelerin kişiliğini temsil eden kurumsal kimlik inşasının yönetsel ve akademik yansımalarını belirlemektir. Araştırma bu konuda yazılmış olan literatürden elde edilmiş bilgiler ışığında yapılmış bir uygulamaya dayanmaktadır. Kurum müşterilerine kurum ve kurum kimliği hakkında uygulanan anketlerden elde edilen veriler analiz edilmiş ve yorumlanmaya çalışılmıştır.

Çalışma sonucunda müşteri tercihlerini belirleyen en önemli unsurun kurumların sahip oldukları kurumsal kimlik olduğu görülmüştür. Özel eğitim

kurumlarında kurumsal kimliğin müşteri tercihlerinde pozitif bir etkisi oldu görülmüştür.

Dinçer (Dinçer, 2006) tarafından hazırlanan “Kurumsak kimlik oluşumunda güven faktörü ve Türk Silahlı Kuvvetleri örneği” yüksek lisans tezinde kurumsal kimlik oluşumunda güven faktörünün önemi ve etkileri, kurum içi halkla ilişkiler uygulamaları kapsamında incelenmiştir. Tez içinde kurumsal kimlik oluşumunda halkla ilişkiler uygulamalarının önemi ve kurumsal kimlik oluşumunun amacını oluşturan imaj ve il etkileşimi ile güven faktörünün bu kapsamda değerlendirilmesi yapılmıştır. Kavramsal açıklamalar sonrasında incelemede Türk Silahlı Kuvvetlerinin kamuoyu nezdinde kabul görmüş olan güvenilirliği örneklem olarak alınmış ve kimlik çözümlemesi yapılmıştır.

Kurumsal kimlik ve güvenilirlik gelişim sürecinde kurumsal imaja olan, temel uygulama olarak öne çıkan halkla ilişkiler faaliyetleri kapsamında değerlendirilmesi, bu niteliksel araştırmanın amacını oluşturmaktadır.

Söz konusu çalışmada bir birini tanımlayan iki yöntem kullanılmıştır. İlk aşamada yazılı kaynaklar ve internetten veriler toplanarak niteliksel araştırma yapılacaktır. Buna ilaveten kamuoyu araştırmalarına dayanılarak sonuca göre TSK'nin kanıtlanmış güvenilirliği dikkate alınarak tümdengelim yöntemi ile kurumsal kimlik oluşumundaki güven etkisi niteliksel verilere göre sorgulanmıştır.

Araştırma sonucunda elde edilen verilerden yola çıkarak kurumsal kimlik oluşumunda bilgiye ve kimliğe dayalı güven dikkate alınmalıdır. Güven bir kurumda zorla sağlanmamalı ve satın alınmamalıdır. Güvenin kazanılmasında kişisel açılma süreci, iletişim, sıcaklık ve açıklık gereklidir.

Güven kavramı sosyal bir kolaylaştırıcıdır. İşbirliği ve dayanışmayı sağlayan karşılıklı güvenin olması için gerekli en önemli unsur hoşgörüdür. Güven doğru iletişimi arttırır. Eski bilgi ile birine ya da bir kuruma güven duyulamaz.

Karaköse (Karaköse, 2006) tarafından hazırlanan “Eğitim Örgütlerinde İç Ve Dış Paydaşların Kurumsal İtibara İlişkin Algılamaları” isimli doktora tezinde eğitim örgütlerindeki iç ve dış paydaşların kurumsal itibara ilişkin algılamaları tespit etmeye ve bu paydaşlar nezdinde oluşan algılamalar arasında bir fark olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın evreni tüm eğitim kurumlarını kapsamasına rağmen örneklem olarak Kahramanmaraş İl Milli Eğitim Müdürlüğüne bağlı en çok fazla personel sayısına sahip bir devlet okulu ve bir özel okul seçilmiştir. Örneklem içinden alınan 102 okul yöneticisi, 57 öğretmen, 258 öğrenci ve 157 öğrenci velisinden anket tekniği ile toplanan veriler Spss programı kullanarak analiz edilmiştir.

Yapılan analizler sonucunda özel okuldaki iç paydaşların, kurumsal itibara ilişkin algılamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar olduğu belirlenmiştir. Özel okul ve devlet okulunun iç ve dış paydaşlarının kurumsal itibara ilişkin toplam algılamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı görüş ayrılıklarının bulunmuştur. Özel okulun iç paydaşlarının kurumsal itibara ilişkin algılamaları arasında farklılıklar görülmektedir. Özel okulun dış paydaşlarının kurumsal itibara ilişkin algılamaları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Çalışmanın son bölümünde ise eğitim örgütlerinde itibar yönetimi üzerine bir model önerisi sunulmuştur.

Özşahin (Özşahin, 2004) tarafından hazırlanan “Ankara Polis Koleji Olan Bireysel Talebi Etkileyen Etmenlerin İncelenmesi” isimli yüksek lisans

tezinde öğrencilerin bireysel ve toplumsal özellikleri ile bu okulu talep etmelerinde etkili olan etmenlere ilişkin bilgiler elde edilerek, genelde eğitim talebi özelde ise Ankara Polis Koleji 'ne olan bireysel talebi etkileyen etmenler incelenmiştir.

Çalışmada Ankara Polis Kolejini tercih eden öğrencilerin bireysel ve toplumsal özellikleri, bu okulu tercih etme nedenleri, tercih etmelerinde etkili olan etmenlere ne derece katıldıkları, belirlenmeye çalışılmıştır.

Alan araştırması niteliğindeki bu çalışmada tarama modeli kullanılmıştır. Çalışmada evreni Ankara Polis Koleji öğrencileri oluştururken örneklem 2003-2004 eğitim ve öğretim yılında Polis Kolejinde kayıtlı olan birinci sınıf öğrencileri olarak seçilmiştir. Hazırlanan bilgi toplama aracı örneklemin tamamına uygulanmıştır.

Çalışma sonucunda öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun 4-5 kişiden oluşan çekirdek aile tipi denilebilecek ev ortamlarından gelmekte oldukları. çalışmayan, ev hanımı olan, öğrenim düzeyi düşük anneler ile çalışan, meslek olarak memurluğu tercih etmiş, öğrenim düzeyi yüksek babaların çocuklarının bu okula devam ettikleri gözlemlenmiştir. Coğrafi bölge olarak ailelerin yarıya yakınının İç Anadolu Bölgesinde ikamet ettiği ve öğrencilerin yarıya yakınının bu okula girmeden önceki yıl İç Anadolu Bölgesindeki illerin birisinde öğrenimlerini tamamladıkları göz önünde bulundurulduğunda, Ankara Polis Koleji'nin öğrenci aldığı çevre ülke geneli olmasına rağmen bu okul az da olsa bir bölge okulu kimliğine bürünmektedir. "Bu okulu bitirerek ailesini memnun etmek istemek" öğrencilerin bu okulu talep etmelerinde etkili olan en önemli etmendir. Öğrenciler Ankara Polis Koleji'ni ortaöğrenim aşamasında bitirilmesi gereken bir okul olarak değerlendirmektedir. Öğrenciler bu okuldaki mezun her öğrencinin Polis

Akademisi'ne devam etmesinin ikinci önem sırasında, bu okulu ilgi ve yeteneklerine uygun bir okul olarak görüyor olmalarını ise üçüncü önem sırasında etkili olan etmen olduğunu ifade etmişlerdir.

BÖLÜM IV

Bu bölümde araştırmanın modeli, evren, ve örneklem, veri toplama aracı ve verilerin analizi kısımları yer almaktadır.

4.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada betimleme modeli kullanılacaktır. Betimleme yöntemi olayların, objelerin, varlıkların, kurumların, gurupların ve çeşitli alanların “ne” olduğunu betimlemeye, açıklamaya çalışır. Bu yöntem mevcut olayların daha önceki olay ve koşullarla ilişkilerini de dikkate alarak durumlar arasındaki etkileşimi açıklamayı hedef alır.(Kaptan, 1998:59) Bu tip araştırmalar belirli bir olayı ve ya durumu bulunduğu ortam içinde, kendi özelliklerine göre açıklamayı amaçlar. Çalışmamızda bu yöntem ile Polis Kolejlerinde paydaşların itibar güven ve kurumsal kimlik hakkındaki görüşleri belirlenmeye çalışılmıştır.

4.2. Evren ve Örneklem

Çalışmamızın evrenini Ankara Polis Kolejinde eğitim ve öğretim görmekte olan 675 öğrenci, Bursa Polis Kolejinde Eğitim ve öğretim gören 297 öğrenci, Ankara Polis Kolejinde çalışmakta olan 33 idareci, Bursa Polis Kolejinde Çalışmakta olan 17 idareci, Ankara Polis Kolejinde görev yapan 80 öğretmen, Bursa Polis Kolejinde görev yapan, 14 öğretmen, Ankara Polis Kolejinde görev yapan 200 personel, Bursa Polis Kolejinde görev yapan 100 personel, Ankara Polis Kolejinde Öğrencisi bulunan 674 veli, Bursa Polis Kolejinde öğrencisi bulunan 297 veli oluşturmaktadır.

Bu Evren içinden seçilen Ankara Polis Kolejinden 100 ğrenci, Bursa Polis Kolejinden 50 ğrenci, Ankara Polis Kolejinden 33 idareci, Bursa Polis Kolejinden 17 idareci, Ankara Polis Kolejinden 56 ğretmen, Bursa Polis Kolejinden 14 ğretmen, Ankara Polis Kolejinde görev yapan 50 personel, Bursa Polis Kolejinde görev yapan 24 personel, Ankara Polis Kolejinde ğrencisi bulunan 65 veli, Bursa Polis Kolejinde ğrencisi bulunan 35 veli araştırmamızın örneklemini oluşturmaktadır. Toplam olarak araştırmamızın örneklemini 444 kişi oluşturmaktadır.

Örnekleme grubunda yer alan paydaşların demografik bilgileri Tablo-1’de gösterilmiştir.

Tablo-1 Araştırmaya Katılan Paydaşların Kişisel Bilgileri

Değişkenler	Kategoriler	f	%
Yaş	25 yaş altı	173	38,9
	25-40 yaş	114	25,6
	41 yaş st	157	35,3
	Toplam	444	100
Cinsiyet	Erkek	419	94,3
	Bayan	25	5,6
	Toplam	444	100
Okul	Ankara Polis Koleji	303	68,2
	Bursa Polis Koleji	141	31,7
	Toplam	444	100
Statü	Yönetici	146	32,8
	ğretmen	74	16,6
	Personel	74	16,6
	ğrenci	150	33,7
	Toplam	444	100

4.3. Veri Toplama Aracı

Çalışmamız için geliştirdiğimiz veri toplama aracımız 33 sorundan oluşmaktadır. Anketimizin 1-14 soruları kurumsal kimlik algılamaları ve oluşum süreci ile ilgili veriler, 15 -22 sorularda itibar yönetiminin boyutları ve kurumsal kimlik oluşumuna etkileri ile ilgili veriler, 23-33 sorularda ise güven yönetimi ve kurumsal kimlik oluşumuna etkileri ile ilgili veriler toplanmak istenmiştir.

Veri toplama aracımızın geçerlilik ve güvenilirliği için daha önce yapılan çalışmalar incelenerek 122 soru taslağı tespit edilmiş ve Polis Akademisinde göreve yapan 4 öğretim görevlisin uzman görüşü alınmıştır. En son yapılan değerlendirmeler sonucu soru sayısı 33'e indirilmiştir. Veri toplama aracının ön uygulaması 25 öğrenci üzerinde yapılmış ve görülen eksiklikler ve paydaş dönütlerine göre son düzeltmeler yapılarak veri toplama aracı uygulamaya hazır hale getirilmiştir.

Veri toplama aracının güvenilirliği açısından Cronbach Alpha tutarlılık analizi uygulanmış ve tutarlılık kat sayısı 0.981 çıkmıştır.

Yapılan geçerlilik ve güvenilirlik uygulamaları sonucunda veri toplama aracı uygulamaya hazır hale getirilmiştir.

4.4. Verilerin Analizi ve Yorumlaması

Paydaşlar kendilerine yöneltilen maddelere, "1.Katılmıyorum", "2. Fikrim yok", "3. Katılıyorum" olmak üzere üç dereceli cevaplar vermiştir. Ölçeğin geriye dönüş oranı %100'dür. Araştırma sürecinde örneklem grubuna uygulanan anketten elde edilen verilerin analizinde SPSS 13 (Statistical Package for Social Sciencess) istatistik programı kullanılmıştır. Elde edilen verilerin yorumlanmasında frekans (f), yüzde (%) ve aritmetik ortalama (X)

değerleri kullanılmıştır. Ayrıca aralık katsayısı=(dizi genişliği) / (yapılacak grup sayısı) formülü(Arıcı, 2005:27) kullanılarak hesaplanmış, üçlü dereceleme ölçeği aralıkları 0.66 ($3-1=2$ ve $2/3=0.66$) tespit edilmiş ve ölçek bu oranda eşit aralıklara bölünmüştür. Ölçek seçenekleri ile puan aralıkları Tablo-2 de verilmiştir.

Tablo-2 Ölçek Seçenekleri ve Puan Aralıkları

Seçenekler	Verilen Puanlar	Puan Aralığı
Katılıyorum	3	2.34-3.00
Fikrim Yok	2	1.67-2.33
Katılmıyorum	1	1.00-1.66

Dereceleme ölçeklerinde gözlenen özelliklerin aritmetik ortalama 2.33 ve altı için “yetersiz”, 2.34 ve üstü için “yeterli” oldukları kabul edilmiştir.

BÖLÜM V

5. BULGULAR

Bu bölümde araştırmanın alt problemlerine dayalı olarak elde edilen temel bulgular ve bunlara ilişkin yorumlar yer almaktadır. Araştırmaya katılan paydaşların itibar, kurumsal kimlik ve güven hakkındaki görüşleri tablolar halinde verilmiştir.

5.1. Polis Kolejlerindeki Paydaşların Kurumsal Kimliğe İlişkin Görüşleri

Tablo-3. Yöneticilerin Kurumsal Kimliğe İlişkin Görüşleri

MADDELER	Katılıyorum		Fikrim yok		Katılmıyorum		Ort.
	f	%	f	%	f	%	
Polis kolejinin bir üyesi olmaktan mutluluk duyuyorum.	37	74,00	12	24,00	1	2,00	2,72
Seçme şansım olsaydı gene polis kolejinde olmak isterdim.	45	91,84	2	4,08	2	4,08	2,88
Polis kolejinin kullandığı flama kurumun kimliğini ifade eder.	29	58,00	17	34,00	4	8,00	2,50
Polis kolejini diğer dengi ortaöğretim kurumlarından ayıran özellikleri vardır.	47	95,92	2	4,08			2,96
Polis kolejinin tercih edilmesinde kurumun fiziksel ortamının etkisi vardır.	43	86,00	7	14,00			2,86
Kendimi polis kolejini bir parçası olarak hissediyorum.	35	71,43	6	12,24	8	16,33	2,55
Polis kolejinde eğitim faaliyetlerini geliştirmede çalışanların fikirlerinden yararlanılır.	26	52,00	12	24,00	12	24,00	2,28
Polis kolejinde başarıların ödüllendirildiğine inanıyorum.	37	75,51	5	10,20	7	14,29	2,61
Polis kolejini misyon ve vizyon hedeflerine ulaşmak için çalışıyorum.	34	68,00	15	30,00	1	2,00	2,66
Kurumun problemlerini kendi problemlerimmiş gibi düşünüyorum.	34	68,00	11	22,00	5	10,00	2,58
Polis kolejine ilk geldiğimde bir uyum problemi yaşamadım.	33	66,00	6	12,00	11	22,00	2,44
Polis kolejinde meydana gelen değişikliklerden anında haberdar oluyorum.	24	48,00	20	40,00	6	12,00	2,36
Polis koleji dendiğinde zihnimde olumlu bir izlenim oluşuyor.	38	76,00	6	12,00	6	12,00	2,64
Polis koleji üyesi olmaktan gurur duyulacak bir kurumdur.	45	90,00	4	8,00	1	2,00	2,88

Tablo-3’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan yöneticilerin, “Polis Kolejinin bir üyesi olmaktan mutluluk duyuyorum” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.78$) ile katılıyorum, “Seçme şansım olsaydı gene Polis Kolejinde olmak isterdim” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.88$) ile katılıyorum, “Polis Kolejinin kullandığı flama kurumun kimliğini ifade eder” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.50$) ile katılıyorum, “Polis Kolejini diğer dengi ortaöğretim kurumlarından ayıran özellikleri vardır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.96$) ile katılıyorum, “Polis kolejinin tercih edilmesinde kurumun fiziksel ortamının etkisi vardır.” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.86$) ile katılıyorum, “Kendimi Polis Kolejini bir parçası olarak hissediyorum” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.55$) ile katılıyorum, “Polis kolejinde eğitim faaliyetlerini geliştirmede çalışanların fikirlerinden yararlanılır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.28$) ile katılmıyorum, “Polis kolejinde başarıların ödüllendirildiğine inanıyorum” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.61$) ile katılıyorum, “Polis kolejini misyon ve vizyon hedeflerine ulaşmak için çalışıyorum” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.66$) ile katılıyorum, “Kurumun problemlerini kendi problemlerimmiş gibi düşünüyorum” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.58$) ile katılıyorum, “Polis kolejine ilk geldiğimde bir uyum problemi yaşamadım” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.44$) ile katılıyorum, “Polis kolejinde meydana gelen değişikliklerden anında haberdar oluyorum” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.36$) ile katılıyorum, “Polis Koleji dendiğinde zihnimde olumlu bir izlenim oluşuyor” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.64$) ile katılıyorum, “Polis Koleji üyesi olunmaktan gurur duyulacak bir kurumdur” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.88$) ile katılıyorum biçiminde olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak veriler incelendiğinde Polis Koleji idarecilerinin eğitim faaliyetlerinin geliştirilmesinde karara katılma oranlarının düşük olduğu gözlemlenmektedir.

Diğer maddelere bakıldığında ise yöneticilerin kurumsal kimlik algılarının üst düzeyde olduğu gözlemlenmektedir.

Tablo-4. Öğretmenlerin Kurumsal Kimliğe İlişkin Görüşleri

MADDELER	Katılıyorum		Fikrim yok		Katılmıyorum		Ort.
	f	%	f	%	f	%	
Polis kolejinin bir üyesi olmaktan mutluluk duyuyorum.	38	54,29	31	44,29	1	1,43	2,53
Seçme şansım olsaydı gene polis kolejinde olmak isterdim.	60	88,24	8	11,76			2,88
Polis kolejinin kullandığı flama kurumun kimliğini ifade eder.	46	67,65	17	25,00	5	7,35	2,60
Polis kolejini diğer dengi ortaöğretim kurumlarından ayıran özellikleri vardır.	68	97,14	1	1,43	1	1,43	2,96
Polis kolejinin tercih edilmesinde kurumun fiziksel ortamının etkisi vardır.	59	84,29	7	10,00	4	5,71	2,79
Kendimi polis kolejini bir parçası olarak hissediyorum.	51	77,27	6	9,09	9	13,64	2,66
Polis kolejinde eğitim faaliyetlerini geliştirmede çalışanların fikirlerinden yararlanılır.	45	64,29	20	28,57	5	7,14	2,57
Polis kolejinde başarıların ödüllendirildiğine inanıyorum.	54	79,41	9	13,24	5	7,35	2,72
Polis kolejini misyon ve vizyon hedeflerine ulaşmak için çalışıyorum.	63	90,00	3	4,29	4	5,71	2,84
Kurumun problemlerini kendi problemlerimmiş gibi düşünüyorum.	63	90,00	6	8,57	1	1,43	2,89
Polis kolejine ilk geldiğimde bir uyum problemi yaşamadım.	55	78,57	7	10,00	8	11,43	2,67
Polis kolejinde meydana gelen değişikliklerden anında haberdar oluyorum.	42	60,00	20	28,57	8	11,43	2,49
Polis koleji dendiğinde zihnimde olumlu bir izlenim oluşuyor.	60	85,71	5	7,14	5	7,14	2,79
Polis koleji üyesi olunmaktan gurur duyulacak bir kurumdur.	57	81,43	11	15,71	2	2,86	2,79

Tablo-4’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan öğretmenlerin, “Polis Kolejinin bir üyesi olmaktan mutluluk duyuyorum” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.53$) ile katılıyorum, “Seçme şansım olsaydı gene Polis Kolejinde olmak isterdim” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.88$) ile katılıyorum, “Polis Kolejinin kullandığı flama kurumun kimliğini ifade eder” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.60$) ile katılıyorum, “Polis Kolejini diğer dengi ortaöğretim

kurumlarından ayıran özellikleri vardır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.96$) ile katılıyorum, “Polis kolejinin tercih edilmesinde kurumun fiziksel ortamının etkisi vardır.” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.79$) ile katılıyorum, “Kendimi Polis Kolejini bir parçası olarak hissediyorum” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.66$) ile katılıyorum, “Polis kolejinde eğitim faaliyetlerini geliştirmede çalışanların fikirlerinden yararlanılır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.57$) ile katılıyorum, “Polis kolejinde başarıların ödüllendirildiğine inanıyorum” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.72$) ile katılıyorum, “Polis kolejini misyon ve vizyon hedeflerine ulaşmak için çalışıyorum” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.84$) ile katılıyorum, “Kurumun problemlerini kendi problemlerimmiş gibi düşünüyorum” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.89$) ile katılıyorum, “Polis kolejine ilk geldiğimde bir uyum problemi yaşamadım” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.67$) ile katılıyorum, “Polis kolejinde meydana gelen değişikliklerden anında haberdar oluyorum” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.49$) ile katılıyorum, “Polis Koleji dendiğinde zihnimde olumlu bir izlenim oluşuyor” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.79$) ile katılıyorum, “Polis Koleji üyesi olmaktan gurur duyulacak bir kurumdur” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.79$) ile katılıyorum biçiminde olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak veriler incelendiğinde Polis Koleji öğretmenlerinin kurumsal kimlik algılamalarının üst düzeyde olduğu ve kurumsal kimliğe ilişkin bütün sorulara verilen cevapların ($\bar{X}=2.34$)’ün üstünde olduğundan öğretmenlerin kurumsal kimlik algılamalarının “yeterli” düzeyde oldu görülmüştür.

Tablo-5. Personelin Kurumsal Kimliğe İlişkin Görüşleri

MADELER	Katılıyorum		Fikrim yok		Katılmıyorum		Ort.
	f	%	f	%	f	%	
Polis kolejinin bir üyesi olmaktan mutluluk duyuyorum.	42	56,76	30	40,54	2	2,70	2,54
Seçme şansım olsaydı gene polis kolejinde olmak isterdim.	52	70,27	12	16,22	10	13,51	2,57
Polis kolejinin kullandığı flama kurumun kimliğini ifade eder.	37	50,00	30	40,54	7	9,46	2,41
Polis kolejinin diğer dengi ortaöğretim kurumlarından ayıran özellikleri vardır.	67	90,54	4	5,41	3	4,05	2,86
Polis kolejinin tercih edilmesinde kurumun fiziksel ortamının etkisi vardır.	55	74,32	14	18,92	5	6,76	2,68
Kendimi polis kolejinin bir parçası olarak hissediyorum.	46	62,16	14	18,92	14	18,92	2,43
Polis kolejinde eğitim faaliyetlerini geliştirmede çalışanların fikirlerinden yararlanılır.	27	36,49	20	27,03	27	36,49	2,00
Polis kolejinde başarıların ödüllendirildiğine inanıyorum.	40	54,05	17	22,97	17	22,97	2,31
Polis kolejinin misyon ve vizyon hedeflerine ulaşmak için çalışıyorum.	48	64,86	19	25,68	7	9,46	2,55
Kurumun problemlerini kendi problemlerimmiş gibi düşünüyorum.	45	60,81	13	17,57	16	21,62	2,39
Polis kolejinin ilk geldiğimde bir uyum problemi yaşamadım.	44	59,46	11	14,86	19	25,68	2,34
Polis kolejinde meydana gelen değişikliklerden anında haberdar oluyorum.	35	47,30	26	35,14	13	17,57	2,30
Polis koleji dendiğinde zihnimde olumlu bir izlenim oluşuyor.	46	62,16	19	25,68	9	12,16	2,50
Polis koleji üyesi olunmaktan gurur duyulacak bir kurumdur.	53	71,62	17	22,97	4	5,41	2,66

Tablo-5’te görüldüğü gibi araştırmaya katılan personelin, “Polis Kolejinin bir üyesi olmaktan mutluluk duyuyorum” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.54$) ile katılıyorum, “Seçme şansım olsaydı gene Polis Kolejinde olmak isterdim” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.57$) ile katılıyorum, “Polis Kolejinin kullandığı flama kurumun kimliğini ifade eder” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.41$) ile katılıyorum, “Polis Kolejinin diğer dengi ortaöğretim kurumlarından ayıran özellikleri vardır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.86$) ile katılıyorum, “Polis kolejinin tercih edilmesinde kurumun fiziksel

ortamının etkisi vardır.” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.68$) ile katılıyorum, “Kendimi Polis Kolejini bir parçası olarak hissediyorum” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.43$) ile katılıyorum, “Polis kolejinde eğitim faaliyetlerini geliştirmede çalışanların fikirlerinden yararlanılır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.00$) ile katılmıyorum, “Polis kolejinde başarıların ödüllendirildiğine inanıyorum” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.31$) ile katılmıyorum, “Polis kolejini misyon ve vizyon hedeflerine ulaşmak için çalışıyorum” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.55$) ile katılıyorum, “Kurumun problemlerini kendi problemlerimmiş gibi düşünüyorum” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.39$) ile katılıyorum, “Polis kolejine ilk geldiğimde bir uyum problemi yaşamadım” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.34$) ile katılıyorum, “Polis kolejinde meydana gelen değişikliklerden anında haberdar oluyorum” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.30$) ile katılmıyorum, “Polis Koleji dendiğinde zihnimde olumlu bir izlenim oluşuyor” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.50$) ile katılıyorum, “Polis Koleji üyesi olmaktan gurur duyulacak bir kurumdur” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.66$) ile katılıyorum biçiminde olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak veriler incelendiğinde Polis Koleji personeli kurumsal kimlik algılamaları konusundaki maddelerin iki tanesine katılmıyorum cevabını vermiştir. Polis Koleji personeli eğitim faaliyetleri konusunda kendi fikirlerinin göz ardı edildiğini düşünmektedirler. Katılmıyorum görüşünü belirttikleri bir diğer madde ise okulda meydana gelen değişikliklerden haberdar olmadıkları görüşündedirler. Bu durum ise personel açısından kurumsal iletişim kanallarında bir problem olduğunu göstermektedir.

Tablo-6. Öğrencilerin Kurumsal Kimliğe İlişkin Görüşleri

MADELER	Katılıyorum		Fikrim yok		Katılmıyorum		Ort.
	f	%	f	%	f	%	
Polis kolejinin bir üyesi olmaktan mutluluk duyuyorum.	112	74,67	30	20,00	8	5,33	2,69
Seçme şansım olsaydı gene polis kolejinde olmak isterdim.	94	62,67	30	20,00	26	17,33	2,45
Polis kolejinin kullandığı flama kurumun kimliğini ifade eder.	64	43,24	69	46,62	15	10,14	2,33
Polis kolejini diğer dengi ortaöğretim kurumlarından ayıran özellikleri vardır.	137	92,57	5	3,38	6	4,05	2,89
Polis kolejinin tercih edilmesinde kurumun fiziksel ortamının etkisi vardır.	105	70,47	32	21,48	12	8,05	2,62
Kendimi polis kolejini bir parçası olarak hissediyorum.	89	59,33	39	26,00	22	14,67	2,45
Polis kolejinde eğitim faaliyetlerini geliştirmede öğrencilerin fikirlerinden yararlanılır.	38	26,03	41	28,08	67	45,89	2,80
Polis kolejinde başarıların ödüllendirildiğine inanıyorum.	67	45,89	44	30,14	35	23,97	2,18
Polis kolejini misyon ve vizyon hedeflerine ulaşmak için çalışıyorum.	72	48,65	57	38,51	19	12,84	2,36
Kurumun problemlerini kendi problemlerimmiş gibi düşünüyorum.	57	38,00	51	34,00	42	28,00	2,10
Polis kolejine ilk geldiğimde bir uyum problemi yaşamadım.	57	38,78	23	15,65	67	45,58	1,97
Polis kolejinde meydana gelen değişikliklerden anında haberdar oluyorum.	51	34,23	59	39,60	39	26,17	2,08
Polis koleji dendiğinde zihnimde olumlu bir izlenim oluşuyor.	90	60,00	37	24,67	23	15,33	2,45
Polis koleji üyesi olunmaktan gurur duyulacak bir kurumdur.	114	76,00	29	19,33	7	4,67	2,71

Tablo-6’da görüldüğü gibi araştırmaya katılan öğrencilerin, “Polis Kolejinin bir üyesi olmaktan mutluluk duyuyorum” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.69$) ile katılıyorum, “Seçme şansım olsaydı gene Polis Kolejinde olmak isterdim” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.45$) ile katılıyorum, “Polis Kolejinin kullandığı flama kurumun kimliğini ifade eder” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.33$) ile katılmıyorum, “Polis Kolejini diğer dengi ortaöğretim kurumlarından ayıran özellikleri vardır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.89$) ile katılıyorum, “Polis kolejinin tercih edilmesinde kurumun fiziksel

ortamının etkisi vardır.” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.62$) ile katılıyorum, “Kendimi Polis Kolejini bir parçası olarak hissediyorum” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.45$) ile katılıyorum, “Polis kolejinde eğitim faaliyetlerini geliştirmede çalışanların fikirlerinden yararlanılır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.80$) ile katılmıyorum, “Polis kolejinde başarıların ödüllendirildiğine inanıyorum” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.18$) ile katılmıyorum, “Polis kolejini misyon ve vizyon hedeflerine ulaşmak için çalışıyorum” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.36$) ile katılıyorum, “Kurumun problemlerini kendi problemlerimmiş gibi düşünüyorum” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.10$) ile katılmıyorum, “Polis kolejine ilk geldiğimde bir uyum problemi yaşamadım” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=1.97$) ile katılmıyorum, “Polis kolejinde meydana gelen değişikliklerden anında haberdar oluyorum” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.08$) ile katılmıyorum, “Polis Koleji dendiğinde zihnimde olumlu bir izlenim oluşuyor” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.45$) ile katılıyorum, “Polis Koleji üyesi olmaktan gurur duyulacak bir kurumdur” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.71$) ile katılıyorum biçiminde olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak veriler incelendiğinde Polis Koleji öğrencileri kurumsal kimlik algılamaları konusundaki maddelerden beş tanesine katılmıyorum cevabını vermiştir. Polis Koleji öğrencileri kullandıkları flamanın kurumu temsil etmekte yetersiz olduğunu düşünmektedirler. Öğrencilerin kendilerinin eğitimi ile ilgili kararlara katılma düzeylerinin düşük olduğu gözlemlenmektedir. Bu ise alınan kararlara benimsemede sorunlar doğurabilmektedir. Polis Koleji öğrencileri kendi başarılarının idare ve öğretmenler tarafından ödüllendirme düzeylerinin düşük olduğu gözlemlenmektedir. Bu durum ise öğrencilerin öğrenim hedeflerine ulaşmadaki motivasyonlarını düşürebilir. Polis Koleji öğrencilerinin kurumu benimseme düzeylerinin düşük olduğu gözlemlenmektedir. Kurum içinde

ailelerinden ilk kez ayrılan öğrencilerin ilk günlerinde kuruma ve ortama uyum problemleri yaşadıkları düşünülmektedir. Kurumsal iletişim açısından öğrencilerin okulda meydana gelen değişikliklerden ya geç haberdar oldukları ya da haberdar olmadıkları anlaşılmaktadır.

Tablo-7. Velilerin Kurumsal Kimliğe İlişkin Görüşleri

MADDELER	Katılıyorum		Fikrim yok		Katılmıyorum		Ort.
	f	%	f	%	f	%	
Polis kolejinin bir üyesi olmaktan mutluluk duyuyorum.	96	96,00	4	4,00			2,96
Seçme şansım olsaydı gene polis kolejinde olmak isterdim.	96	96,00	4	4,00			2,96
Polis kolejinin kullandığı flama kurumun kimliğini ifade eder.	74	74,00	26	26,00			2,74
Polis kolejini diğer dengi ortaöğretim kurumlarından ayıran özellikleri vardır.	94	94,00	6	6,00			2,94
Polis kolejinin tercih edilmesinde kurumun fiziksel ortamının etkisi vardır.	96	96,00	4	4,00			2,96
Kendimi polis kolejini bir parçası olarak hissediyorum.	52	52,00	22	22,00	26	26,00	2,26
Polis kolejinde eğitim faaliyetlerini geliştirmede velilerin fikirlerinden yararlanılır.	30	30,00	38	38,00	32	32,00	1,98
Polis kolejinde başarıların ödüllendirildiğine inanıyorum.	84	84,00	16	16,00			2,84
Polis kolejini misyon ve vizyon hedeflerine ulaşmak için çalışıyorum.	6	6,00	58	58,00	36	36,00	1,70
Kurumun problemlerini kendi problemlerimmiş gibi düşünüyorum.	36	36,00	62	62,00	2	2,00	2,34
Polis kolejine ilk geldiğimde bir uyum problemi yaşamadım.	98	98,00	2	2,00			2,98
Polis kolejinde meydana gelen değişikliklerden anında haberdar oluyorum.	24	24,00	32	32,00	44	44,00	1,80
Polis koleji dendiğinde zihnimde olumlu bir izlenim oluşuyor.	100	100,00					3,00
Polis koleji üyesi olunmaktan gurur duyulacak bir kurumdur.	92	92,00	8	8,00			2,92

Tablo-7’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan velilerin, “Polis Kolejinin bir üyesi olmaktan mutluluk duyuyorum” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2,96$) ile katılıyorum, “Seçme şansım olsaydı gene Polis Kolejinde olmak isterdim” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2,96$) ile katılıyorum, “Polis Kolejinin

kullandığı flama kurumun kimliğini ifade eder” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.74$) ile katılıyorum, “Polis Kolejini diğer dengi ortaöğretim kurumlarından ayıran özellikleri vardır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.94$) ile katılıyorum, “Polis kolejinin tercih edilmesinde kurumun fiziksel ortamının etkisi vardır.” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.96$) ile katılıyorum, “Kendimi Polis Kolejini bir parçası olarak hissediyorum” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.26$) ile katılmıyorum, “Polis kolejinde eğitim faaliyetlerini geliştirmede çalışanların fikirlerinden yararlanılır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=1.98$) ile katılmıyorum, “Polis kolejinde başarıların ödüllendirildiğine inanıyorum” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.84$) ile katılıyorum, “Polis kolejini misyon ve vizyon hedeflerine ulaşmak için çalışıyorum” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=1.70$) ile katılmıyorum, “Kurumun problemlerini kendi problemlerimmiş gibi düşünüyorum” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.34$) ile katılıyorum, “Polis kolejine ilk geldiğimde bir uyum problemi yaşamadım” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.98$) ile katılıyorum, “Polis kolejinde meydana gelen değişikliklerden anında haberdar oluyorum” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=1.80$) ile katılmıyorum, “Polis Koleji dendiğinde zihnimde olumlu bir izlenim oluşuyor” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=3.00$) ile katılıyorum, “Polis Koleji üyesi olmaktan gurur duyulacak bir kurumdur” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=1.92$) ile katılıyorum biçiminde olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak veriler incelendiğinde Polis Koleji velileri kurumsal kimlik algılamaları konusundaki maddelerden dört tanesine katılmıyorum cevabını vermiştir. Polis Koleji velileri kendilerini kurumun bir parçası olarak görüp görmedikleri sorusuna katılmıyorum cevabı vermişlerdir. Kuruma aidiyetin ölçüldüğü bu soruya göre veliler açısından kuruma aidiyet düşük çıkmıştır. Veliler eğitim faaliyetleri konusunda karar mekanizmasında daha aktif rol almak isteseler de karara katılma oranının düşük olduğu gözlemlenmektedir.

Polis Kolejinin misyon ve vizyonuna hizmet edip etmedikleri konusunda veliler kendilerini kurumun dışında hissetmektedirler. Elimizde ki verilerden kurumsal iletişim açısından velilere ulaşamadığı anlaşılmaktadır.

5.2. Polis Kolejlerindeki Paydaşların Kurumsal İtibara İlişkin Görüşleri

Tablo-8. Yöneticilerin Kurumsal İtibara İlişkin Görüşleri

MADELER	Katılıyorum		Fikrim yok		Katılmıyorum		Ort.
	f	%	f	%	f	%	
Polis kolejinin tercih edilmesinde kurum yapmış olduğu tanıtımların etkisi vardır.	20	40,00	12	24,00	18	36,00	2,04
Polis kolejinin tercih edilmesinde geçmiş başarıların etkisi vardır.	24	48,98	11	22,45	14	28,57	2,20
Polis kolejini tercih edilmesinde paydaşların niteliklerinin etkisi vardır.	21	42,86	19	38,78	9	18,37	2,26
Teknolojideki değişiklikler polis kolejindeki eğitim faaliyetlerine direkt olarak yansır .	39	78,00	5	10,00	6	12,00	2,66
Personelin alanında uzman olması Polis kolejinin itibarını olumlu yönde etkiler .	46	92,00	3	6,00	1	2,00	2,90
Polis Koleji eğitim araç gereç ve donanımları açısından yeterlidir.	42	84,00	5	10,00	3	6,00	2,78
Polis Koleji bağlı olduğu teşkilat içinde önemli bir saygınlığa sahiptir.	41	83,67	6	12,24	2	4,08	2,80
Polis kolejini bir okul olarak tüm çevreme tavsiye ederim.	40	80,00	7	14,00	3	6,00	2,74

Tablo-8’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan yöneticilerin, “Polis kolejinin tercih edilmesinde kurum yapmış olduğu tanıtımların etkisi vardır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.04$) ile katılmıyorum, “Polis kolejinin tercih edilmesinde geçmiş başarıların etkisi vardır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.20$) ile katılmıyorum, “Polis kolejini tercih edilmesinde paydaşların niteliklerinin etkisi vardır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.26$) ile katılmıyorum, “Teknolojideki değişiklikler polis kolejindeki eğitim faaliyetlerine direkt olarak yansır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.66$) ile katılıyorum, “Personelin alanında uzman olması Polis kolejinin itibarını

olumlu yönde etkiler.” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.90$) ile katılıyorum, “Polis Koleji eğitim araç gereç ve donanımları açısından yeterlidir” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.78$) ile katılıyorum, “Polis Koleji bağlı olduğu teşkilat içinde önemli bir saygınlığa sahiptir.” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.80$) ile katılıyorum, “Polis kolejini bir okul olarak tüm çevreme tavsiye ederim” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.74$) ile katılıyorum biçiminde olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak veriler incelendiğinde Polis Koleji yöneticilerinin kurumsal itibar algılamaları konusundaki maddelerden üç tanesine katılmıyorum cevabını vermiştir. Polis Koleji yöneticilerinin kurumu tercih etmelerinde kurum geçmiş başarılarının ve kurumun yapmış olduğu reklamların etkili olmadığı anlaşılmaktadır. Bu durumun kurumun geçmiş başarılarının yeteri kadar duyurulmadığı ve kurumun tanıtım faaliyetlerin yeterli olmadığı düşünülmektedir. Ayrıca yöneticilerin tercihlerinde paydaşların niteliklerinin etkili olmadığı anlaşılmaktadır.

Tablo-9. Öğretmenlerin Kurumsal İtibara İlişkin Görüşleri

MADDELER	Katılıyorum		Fikrim yok		Katılmıyorum		Ort.
	f	%	f	%	f	%	
Polis kolejinin tercih edilmesinde kurum yapmış olduğu tanıtımların etkisi vardır.	27	38,57	18	25,71	25	35,71	2,03
Polis kolejinin tercih edilmesinde geçmiş başarıların etkisi vardır.	32	47,06	21	30,88	15	22,06	2,25
Polis kolejini tercih edilmesinde paydaşların niteliklerinin etkisi vardır.	40	57,14	17	24,29	13	18,57	2,39
Teknolojideki değişiklikler polis kolejindeki eğitim faaliyetlerine direkt olarak yansır .	57	81,43	10	14,29	3	4,29	2,77
Personelin alanında uzman olması Polis kolejinin itibarını olumlu yönde etkiler .	66	94,29	4	5,71			2,94
Polis Koleji eğitim araç gereç ve donanımları açısından yeterlidir.	66	94,29	2	2,86	2	2,86	2,91
Polis Koleji bağlı olduğu teşkilat içinde önemli bir saygınlığa sahiptir.	65	92,86	5	7,14			2,93
Polis kolejini bir okul olarak tüm çevreme tavsiye ederim.	61	87,14	8	11,43	1	1,43	2,86

Tablo-9’da görüldüğü gibi araştırmaya katılan öğretmenlerin, “Polis kolejinin tercih edilmesinde kurum yapmış olduğu tanıtımların etkisi vardır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.03$) ile katılmıyorum, “Polis kolejinin tercih edilmesinde geçmiş başarıların etkisi vardır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.25$) ile katılmıyorum, “Polis kolejini tercih edilmesinde paydaşların niteliklerinin etkisi vardır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.39$) ile katılıyorum, “Teknolojideki değişiklikler polis kolejindeki eğitim faaliyetlerine direkt olarak yansır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.77$) ile katılıyorum, “Personelin alanında uzman olması Polis kolejinin itibarını olumlu yönde etkiler.” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.94$) ile katılıyorum, “Polis Koleji eğitim araç gereç ve donanımları açısından yeterlidir” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.91$) ile katılıyorum, “Polis Koleji bağlı olduğu teşkilat içinde önemli bir saygınlığa sahiptir.” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.93$) ile katılıyorum, “Polis kolejini bir okul olarak tüm çevreme tavsiye ederim” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.86$) ile katılıyorum biçiminde olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak veriler incelendiğinde Polis Koleji öğretmenleri kurumsal itibar algılamaları konusundaki maddelerden iki tanesine katılmıyorum cevabını vermiştir. Polis Koleji öğretmenlerinin okulu tercih etmelerinde yönetici tercihlerine benzer olarak geçmiş başarıların ve kurumun yapmış olduğu tanıtımların etkisinin olmadığı gözlemlenmektedir.

Tablo-10. Personelin Kurumsal İtibara İlişkin Görüşleri

MADDELER	Katılıyorum		Fikrim yok		Katılmıyorum		Ort.
	f	%	f	%	f	%	
Polis kolejinin tercih edilmesinde kurum yapmış olduğu tanıtımların etkisi vardır.	19	25,68	22	29,73	33	44,59	1,81
Polis kolejinin tercih edilmesinde geçmiş başarıların etkisi vardır.	17	22,97	28	37,84	29	39,19	1,84
Polis kolejini tercih edilmesinde paydaşların niteliklerinin etkisi vardır.	19	25,68	39	52,70	16	21,62	2,04
Teknolojideki değişiklikler polis kolejindeki eğitim faaliyetlerine direkt olarak yansır .	45	60,81	14	18,92	15	20,27	2,41
Personelin alanında uzman olması Polis kolejinin itibarını olumlu yönde etkiler .	56	75,68	9	12,16	9	12,16	2,64
Polis Koleji eğitim araç gereç ve donanımları açısından yeterlidir.	50	67,57	9	12,16	15	20,27	2,47
Polis Koleji bağlı olduğu teşkilat içinde önemli bir saygınlığa sahiptir.	57	77,03	10	13,51	7	9,46	2,68
Polis kolejini bir okul olarak tüm çevreme tavsiye ederim.	44	59,46	18	24,32	12	16,22	2,43

Tablo-10’da görüldüğü gibi araştırmaya katılan personelin, “Polis kolejinin tercih edilmesinde kurum yapmış olduğu tanıtımların etkisi vardır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=1.81$) ile katılmıyorum, “Polis kolejinin tercih edilmesinde geçmiş başarıların etkisi vardır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=1.84$) ile katılmıyorum, “Polis kolejini tercih edilmesinde paydaşların niteliklerinin etkisi vardır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.04$) ile katılıyorum, “Teknolojideki değişiklikler polis kolejindeki eğitim faaliyetlerine direkt olarak yansır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.41$) ile katılıyorum, “Personelin alanında uzman olması Polis kolejinin itibarını olumlu yönde etkiler.” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.64$) ile katılıyorum, “Polis Koleji eğitim araç gereç ve donanımları açısından yeterlidir” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.47$) ile katılıyorum, “Polis Koleji bağlı olduğu teşkilat içinde önemli bir saygınlığa sahiptir.” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.68$) ile katılıyorum, “Polis kolejini bir okul olarak tüm çevreme tavsiye

ederim” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.43$) ile katılıyorum biçiminde olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak veriler incelendiğinde Polis Koleji personeli kurumsal itibar algılamaları konusundaki maddelerden üç tanesine katılmıyorum cevabını vermiştir. Polis Koleji personelinin okulu tercih etmelerinde yönetici ve öğretmen tercihlerine benzer olarak geçmiş başarıların, kurumun yapmış olduğu tanıtımların ve paydaş niteliklerinin etkisinin olmadığı gözlemlenmektedir.

Tablo-11. Öğrencilerin Kurumsal İtibara İlişkin Görüşleri

MADDELER	Katılıyorum		Fikrim yok		Katılmıyorum		Ort.
	f	%	f	%	f	%	
Polis kolejinin tercih edilmesinde kurum yapmış olduğu tanıtımların etkisi vardır.	33	22,00	41	27,33	76	50,67	1,71
Polis kolejinin tercih edilmesinde geçmiş başarıların etkisi vardır.	28	18,67	53	35,33	69	46,00	1,73
Polis kolejini tercih edilmesinde paydaşların niteliklerinin etkisi vardır.	30	20,27	89	60,14	29	19,59	2,01
Teknolojideki değişiklikler polis kolejindeki eğitim faaliyetlerine direkt olarak yansır .	72	48,32	45	30,20	32	21,48	2,27
Personelin alanında uzman olması Polis kolejinin itibarını olumlu yönde etkiler .	90	60,00	31	20,67	29	19,33	2,41
Polis Koleji eğitim araç gereç ve donanımları açısından yeterlidir.	84	56,38	31	20,81	34	22,82	2,34
Polis Koleji bağlı olduğu teşkilat içinde önemli bir saygınlığa sahiptir.	100	67,11	30	20,13	19	12,75	2,54
Polis kolejini bir okul olarak tüm çevreme tavsiye ederim.	88	58,67	28	18,67	34	22,67	2,44

Tablo-11’da görüldüğü gibi araştırmaya katılan öğrencilerin, “Polis Kolejinin tercih edilmesinde kurum yapmış olduğu tanıtımların etkisi vardır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=1.71$) ile katılmıyorum, “Polis kolejinin tercih edilmesinde geçmiş başarıların etkisi vardır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=1.73$) ile katılmıyorum, “Polis kolejini tercih edilmesinde paydaşların niteliklerinin etkisi vardır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.01$) ile

katılıyorum, “Teknolojideki değişiklikler Polis Kolejindeki eğitim faaliyetlerine direkt olarak yansır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.27$) ile katılmıyorum, “Personelin alanında uzman olması Polis kolejinin itibarını olumlu yönde etkiler.” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.41$) ile katılıyorum, “Polis Koleji eğitim araç gereç ve donanımları açısından yeterlidir” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.34$) ile katılıyorum, “Polis Koleji bağlı olduğu teşkilat içinde önemli bir saygınlığa sahiptir.” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.54$) ile katılıyorum, “Polis kolejini bir okul olarak tüm çevreme tavsiye ederim” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.44$) ile katılıyorum biçiminde olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak veriler incelendiğinde Polis Koleji öğrencileri kurumsal itibar algılamaları konusundaki maddelerden dört tanesine katılmıyorum cevabını vermiştir. Polis Koleji öğrencilerinin okulu tercih etmelerinde yönetici, öğretmen ve personel tercihlerine paralel olarak geçmiş başarılarının, kurumun yapmış olduğu tanıtımların ve paydaş niteliklerinin etkisinin olmadığı gözlemlenmektedir. Buna ilaveten Polis Koleji öğrencileri teknolojideki gelişmelerin kurum tarafından geç edinildiğini, kurumun gelişen teknolojiyi takip etmek konusunda geç kaldığını düşünmektedir.

Tablo-12. Velilerin Kurumsal İtibara İlişkin Görüşleri

MADELER	Katılıyorum		Fikrim yok		Katılmıyorum		Ort
	f	%	f	%	f	%	
Polis kolejinin tercih edilmesinde kurum yapmış olduğu tanıtımların etkisi vardır.	26	26,00	4	42,00	32	32,00	1,94
Polis kolejinin tercih edilmesinde geçmiş başarıların etkisi vardır.	60	60,00	3	36,00	4	4,00	2,56
Polis kolejini tercih edilmesinde paydaşların niteliklerinin etkisi vardır.	70	70,00	3	30,00			2,70
Teknolojideki değişiklikler polis kolejindeki eğitim faaliyetlerine direkt olarak yansır .	100	100,00					3,00
Personelin alanında uzman olması Polis kolejinin itibarını olumlu yönde etkiler .	100	100,00					3,00
Polis Koleji eğitim araç gereç ve donanımları açısından yeterlidir.	96	96,00	4	4,00			2,96
Polis Koleji bağlı olduğu teşkilat içinde önemli bir saygınlığa sahiptir.	86	86,00	1	14,00			2,86
Polis kolejini bir okul olarak tüm çevreme tavsiye ederim.	78	78,00	2	22,00			2,78

Tablo-12’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan velilerin, “Polis Kolejinin tercih edilmesinde kurum yapmış olduğu tanıtımların etkisi vardır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=1.94$) ile katılmıyorum, “Polis kolejinin tercih edilmesinde geçmiş başarıların etkisi vardır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.56$) ile katılıyorum, “Polis kolejini tercih edilmesinde paydaşların niteliklerinin etkisi vardır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.70$) ile katılıyorum, “Teknolojideki değişiklikler Polis Kolejindeki eğitim faaliyetlerine direkt olarak yansır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=3.00$) ile katılıyorum, “Personelin alanında uzman olması Polis kolejinin itibarını olumlu yönde etkiler.” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=3.00$) ile katılıyorum, “Polis Koleji eğitim araç gereç ve donanımları açısından yeterlidir” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.96$) ile katılıyorum, “Polis Koleji bağlı olduğu teşkilat içinde önemli bir saygınlığa sahiptir.” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.86$) ile katılıyorum, “Polis kolejini bir okul olarak tüm çevreme tavsiye

ederim” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.78$) ile katılıyorum biçiminde olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak veriler incelendiğinde Polis Koleji velileri kurumsal itibar algılamaları konusundaki maddelerden bir tanesine katılmıyorum cevabını vermiştir. Polis Koleji velileri, yöneticiler, öğrenciler ve öğretmenlerden farklı olarak sadece tercihlerinde kurumun yapmış olduğu tanıtımların etkili olmadığı görüşündedir. Bunun nedeni olarak ise velilerin kurumun dış paydaşları olarak düşünülmesidir. Öğrenciler, yöneticiler, personel ve öğretmenler kurumun iç paydaşlarıdır.

5.3. Polis Kolejlerindeki Paydaşların Kurumsal Güvene İlişkin Görüşleri

Tablo-13. Yöneticilerin Kurumsal Güvene İlişkin Görüşleri

MADDELER	Katılıyorum		Fikrim yok		Katılmıyorum		Ort.
	f	%	f	%	f	%	
Polis kolejinde kurumsal etik paydaş davranışlarını etkiler.	34	68,00	12	24,00	4	8,00	2,60
Polis koleji topluma faydalı bireyler yetiştirmeyi kendine hedef edinmiştir.	45	91,84	3	6,12	1	2,04	2,90
Polis koleji yönetiminde etkin lider faktörü önemlidir.	34	68,00	9	18,00	7	14,00	2,54
Polis kolejinin tercih edilmesinde kurumun çevreye verdiği güvenin etkisi vardır.	44	88,00	4	8,00	2	4,00	2,84
Polis kolejinde alınan kararların uygulamasına ve sonuçlarına güveniyorum.	30	60,00	15	30,00	5	10,00	2,50
Polis koleji çalışanlarını görevlerini yerine getirecek uzmanlık bilgisine sahiptir.	36	72,00	9	18,00	5	10,00	2,62
Polis kolejinin paydaşları alanları ile ilgili görüş, düşünce ve isteklerini özgürce ifade edebilirler.	32	64,00	8	16,00	10	20,00	2,44
Polis Kolejinde öğrencilerin iyi bir vatandaş olarak yetiştirildiğini düşünüyorum.	43	86,00	6	12,00	1	2,00	2,84
Polis koleji her türlü problemlerinde paydaşlarını destekler.	34	68	13	26	3	6	2,60
Polis koleji çalışanları kendilerinden beklenenin daha fazlasını vermek için çalışırlar.	38	76	10	20	2	4	2,70
Polis kolejinde paydaşlar arası verilen sözle tutulur.	35	70	12	24	3	6	2,60

Tablo-13’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan yöneticilerin, “Polis kolejinde kurumsal etik paydaş davranışlarını etkiler” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.60$) ile katılıyorum, “Polis koleji topluma faydalı bireyler yetiştirmeyi kendine hedef edinmiştir” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.90$) ile katılıyorum, “Polis koleji yönetiminde etkin lider faktörü önemlidir” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.54$) ile katılıyorum, “Polis kolejinin tercih edilmesinde kurumun çevreye verdiği güvenin etkisi vardır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.84$) ile katılıyorum, “Polis kolejinde alınan kararların uygulamasına ve sonuçlarına güveniyorum” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.50$) ile katılıyorum, “Polis koleji çalışanlarını görevlerini yerine getirecek uzmanlık bilgisine sahiptir” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.62$) ile katılıyorum, “Polis kolejinin paydaşları alanları ile ilgili görüş, düşünce ve isteklerini özgürce ifade edebilirler” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.44$) ile katılıyorum, “Polis Kolejinde öğrencilerin iyi bir vatandaş olarak yetiştirildiğini düşünüyorum” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.84$) ile katılıyorum, “Polis koleji her türlü problemlerinde paydaşlarını destekler” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.60$) ile katılıyorum, “Polis koleji çalışanları kendilerinden beklenenin daha fazlasını vermek için çalışırlar” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.70$) ile katılıyorum, “Polis kolejinde paydaşlar arası verilen sözle tutulur” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.60$) ile katılıyorum biçiminde olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak veriler incelendiğinde Polis Koleji yöneticilerinin kurumsal güven algılamaları konusundaki maddelerden hiç birine katılmıyorum cevabı vermemiştir. Bu veriler ışığında yöneticilerin kurumsal güven algılarının yeterli düzeyde olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo-14. Öğretmenlerin Kurumsal Güvene İlişkin Görüşleri

MADDELER	Katılıyorum		Fikrim yok		Katılmıyorum		Ort.
	f	%	f	%	f	%	
Polis kolejinde kurumsal etik paydaş davranışlarını etkiler.	61	87,14	8	11,43	1	1,43	2,86
Polis kolejini topluma faydalı bireyler yetiştirmeyi kendine hedef edinmiştir.	69	98,57	1	1,43			2,99
Polis kolejini yönetiminde etkin lider faktörü önemlidir.	52	74,29	8	11,43	10	14,29	2,60
Polis kolejinin tercih edilmesinde kurumun çevreye verdiği güvenin etkisi vardır.	63	90,00	5	7,14	2	2,86	2,87
Polis kolejinde alınan kararların uygulamasına ve sonuçlarına güveniyorum.	50	72,46	16	23,19	3	4,35	2,68
Polis kolejini çalışanlarını görevlerini yerine getirecek uzmanlık bilgisine sahiptir.	49	70,00	17	24,29	4	5,71	2,64
Polis kolejinin paydaşları alanları ile ilgili görüş, düşünce ve isteklerini özgürce ifade edebilirler.	34	48,57	17	24,29	19	27,14	2,21
Polis Kolejinde öğrencilerin iyi bir vatandaş olarak yetiştirildiğini düşünüyorum.	62	88,57	6	8,57	2	2,86	2,86
Polis kolejini her türlü problemlerinde paydaşlarını destekler.	48	69,6	19	27,536	2	2,89	2,70
Polis kolejini çalışanları kendilerinden beklenenin daha fazlasını vermek için çalışırlar.	59	84,3	10	14,286	1	1,42	2,80
Polis kolejinde paydaşlar arası verilen sözle tutulur.	49	70	20	28,571	1	1,42	2,70

Tablo-14’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan yöneticilerin, “Polis kolejinde kurumsal etik paydaş davranışlarını etkiler” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.86$) ile katılıyorum, “Polis kolejini topluma faydalı bireyler yetiştirmeyi kendine hedef edinmiştir” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.99$) ile katılıyorum, “Polis kolejini yönetiminde etkin lider faktörü önemlidir” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.60$) ile katılıyorum, “Polis kolejinin tercih edilmesinde kurumun çevreye verdiği güvenin etkisi vardır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.87$) ile katılıyorum, “Polis kolejinde alınan kararların uygulamasına ve sonuçlarına güveniyorum” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.68$) ile katılıyorum, “Polis kolejini çalışanlarını görevlerini yerine

getirecek uzmanlık bilgisine sahiptir” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.64$) ile katılıyorum, “Polis kolejinin paydaşları alanları ile ilgili görüş, düşünce ve isteklerini özgürce ifade edebilirler” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.21$) ile katılıyorum, “Polis Kolejinde öğrencilerin iyi bir vatandaş olarak yetiştirildiğini düşünüyorum” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.86$) ile katılıyorum, “Polis koleji her türlü problemlerinde paydaşlarını destekler” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.70$) ile katılıyorum, “Polis koleji çalışanları kendilerinden beklenenin daha fazlasını vermek için çalışırlar” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.80$) ile katılıyorum, “Polis kolejinde paydaşlar arası verilen sözle tutulur” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.70$) ile katılıyorum biçiminde olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak veriler incelendiğinde Polis Koleji yöneticilerinin kurumsal güven algılamaları konusundaki maddelere katılmıyorum cevabı vermemiştir. Bu veriler ışığında öğretmenlerin kurumsal güven algılarının yeterli düzeyde olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo-15. Personellerin Kurumsal Güvene İlişkin Görüşleri

MADDELER	Katılıyorum		Fikrim yok		Katılmıyorum		Ort.
	f	%	f	%	f	%	
Polis kolejinde kurumsal etik paydaş davranışlarını etkiler.	43	58,11	27	36,49	4	5,41	2,53
Polis koleji topluma faydalı bireyler yetiştirmeyi kendine hedef edinmiştir.	59	79,73	13	17,57	2	2,70	2,77
Polis koleji yönetiminde etkin lider faktörü önemlidir.	52	70,27	13	17,57	9	12,16	2,38
Polis kolejinin tercih edilmesinde kurumun çevreye verdiği güvenin etkisi vardır.	44	59,46	17	22,97	13	17,57	2,42
Polis kolejinde alınan kararların uygulamasına ve sonuçlarına güveniyorum.	32	43,24	23	31,08	19	25,68	2,18
Polis koleji çalışanlarını görevlerini yerine getirecek uzmanlık bilgisine sahiptir.	27	36,49	27	36,49	20	27,03	2,09
Polis kolejinin paydaşları alanları ile ilgili görüş, düşünce ve isteklerini özgürce ifade edebilirler.	23	31,08	28	37,84	23	31,08	2,00
Polis Kolejinde öğrencilerin iyi bir vatandaş olarak yetiştirildiğini düşünüyorum.	57	77,03	9	12,16	8	10,81	2,66
Polis koleji her türlü problemlerinde paydaşlarını destekler.	32	43,24	22	29,73	20	27,03	2,16
Polis koleji çalışanları kendilerinden beklenenin daha fazlasını vermek için çalışırlar.	27	36,49	26	35,14	21	28,38	2,08
Polis kolejinde paydaşlar arası verilen sözle tutulur.	32	43,24	33	44,59	9	12,16	2,31

Tablo-15’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan personelin, “Polis kolejinde kurumsal etik paydaş davranışlarını etkiler” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.53$) ile katılıyorum, “Polis koleji topluma faydalı bireyler yetiştirmeyi kendine hedef edinmiştir” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.77$) ile katılıyorum, “Polis koleji yönetiminde etkin lider faktörü önemlidir” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.38$) ile katılıyorum, “Polis kolejinin tercih edilmesinde kurumun çevreye verdiği güvenin etkisi vardır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.42$) ile katılıyorum, “Polis kolejinde alınan kararların uygulamasına ve sonuçlarına güveniyorum” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.18$) ile katılmıyorum, “Polis koleji çalışanlarını görevlerini yerine getirecek uzmanlık bilgisine sahiptir” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.09$) ile

katılmıyorum, “Polis kolejinin paydaşları alanları ile ilgili görüş, düşünce ve isteklerini özgürce ifade edebilirler” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.00$) ile katılmıyorum, “Polis Kolejinde öğrencilerin iyi bir vatandaş olarak yetiştirildiğini düşünüyorum” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.66$) ile katılıyorum, “Polis koleji her türlü problemlerinde paydaşlarını destekler” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.16$) ile katılmıyorum, “Polis koleji çalışanları kendilerinden beklenenin daha fazlasını vermek için çalışırlar” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.08$) ile katılmıyorum, “Polis kolejinde paydaşlar arası verilen sözle tutulur” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.31$) ile katılmıyorum biçiminde olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak veriler incelendiğinde Polis Koleji yöneticilerinin kurumsal güven algılamaları konusundaki maddelerden altı tanesine katılmıyorum cevabı vermiştir. Bu veriler ışığında öğretmenlerin kurumsal güven algılarının yeterli düzeyde olduğu anlaşılmaktadır. Personelin kurum içinde karar mekanizmasından kendisini aktif hissetmediği için alınan kararlara güven düzeyinin düşük olduğu görülmektedir. Personel kendisi ile ilgili bu soruya bir öz değerlendirme yaparak kurum için yeterli niteliklere sahip olmadığını düşünmektedir. Personeli oluşturan bireyler kendi düşünce ve fikirlerini özgürce ifade edecekleri bir ortam olmadığını düşünmektedir. Kurumun paydaşlarını her türlü probleme karşı desteklemediği görüşünü paylaşan personel, kurum içinde verilen sözlerin tutulmadığını düşünmektedir. Bir başka maddede ise kurum içinde çalışanların genel olarak daha fazlasını vermek için çalışmalarını gerekirken elimizdeki veriler bunun tersini göstermektedir. Bir başka deyişle kurumsal güven ile ilgili maddelerin geneline bakıldığında kurumsal güvenin algılanma düzeyinin kurumda çalışan personel açısından yetersiz düzeyde olduğu düşünülmektedir.

Tablo-16. Öğrencilerin Kurumsal Güvene İlişkin Görüşleri

MADELER	Katılıyorum		Fikrim yok		Katılmıyorum		Ort.
	f	%	f	%	f	%	
Polis kolejinde kurumsal etik paydaş davranışlarını etkiler.	72	48,32	66	44,30	11	7,38	2,41
Polis koleji topluma faydalı bireyler yetiştirmeyi kendine hedef edinmiştir.	110	73,83	26	17,45	13	8,72	2,65
Polis koleji yönetiminde etkin lider faktörü önemlidir.	93	62,00	40	26,67	17	11,33	2,51
Polis kolejinin tercih edilmesinde kurumun çevreye verdiği güvenin etkisi vardır.	64	42,95	53	35,57	32	21,48	2,21
Polis kolejinde alınan kararların uygulamasına ve sonuçlarına güveniyorum.	49	32,89	49	32,89	51	34,23	1,99
Polis koleji çalışanlarını görevlerini yerine getirecek uzmanlık bilgisine sahiptir.	35	23,65	55	37,16	58	39,19	1,84
Polis kolejinin paydaşları alanları ile ilgili görüş, düşünce ve isteklerini özgürce ifade edebilirler.	60	40,27	47	31,54	42	28,19	2,12
Polis Kolejinde öğrencilerin iyi bir vatandaş olarak yetiştirildiğini düşünüyorum.	101	67,79	25	16,78	23	15,44	2,52
Polis koleji her türlü problemlerinde paydaşlarını destekler.	54	36,24	53	35,57	42	28,19	2,08
Polis koleji çalışanları kendilerinden beklenenin daha fazlasını vermek için çalışırlar.	43	28,86	54	36,24	52	34,90	1,94
Polis kolejinde paydaşlar arası verilen sözle tutulur.	63	42,28	60	40,27	26	17,45	2,25

Tablo-16’da görüldüğü gibi araştırmaya katılan öğrencilerin, “Polis kolejinde kurumsal etik paydaş davranışlarını etkiler” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.41$) ile katılıyorum, “Polis koleji topluma faydalı bireyler yetiştirmeyi kendine hedef edinmiştir” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.65$) ile katılıyorum, “Polis koleji yönetiminde etkin lider faktörü önemlidir” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.51$) ile katılıyorum, “Polis kolejinin tercih edilmesinde kurumun çevreye verdiği güvenin etkisi vardır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.21$) ile katılmıyorum, “Polis kolejinde alınan kararların uygulamasına ve sonuçlarına güveniyorum” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=1.99$) ile katılmıyorum, “Polis koleji çalışanlarını görevlerini yerine

getirecek uzmanlık bilgisine sahiptir” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=1.84$) ile katılmıyorum, “Polis kolejinin paydaşları alanları ile ilgili görüş, düşünce ve isteklerini özgürce ifade edebilirler” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.12$) ile katılmıyorum, “Polis Kolejinde öğrencilerin iyi bir vatandaş olarak yetiştirildiğini düşünüyorum” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.52$) ile katılıyorum, “Polis koleji her türlü problemlerinde paydaşlarını destekler” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.08$) ile katılmıyorum, “Polis koleji çalışanları kendilerinden beklenenin daha fazlasını vermek için çalışırlar” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=1.94$) ile katılmıyorum, “Polis kolejinde paydaşlar arası verilen sözle tutulur” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.25$) ile katılmıyorum biçiminde olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak veriler incelendiğinde Polis Koleji öğrencilerinin kurumsal güven algılamaları konusundaki maddelerden yedi tanesine katılmıyorum cevabı vermiştir. Öğrenciler açısından bakıldığında kurumun çevreye verdiği güven öğrenci tercihlerinde önemli bir yer tutmamıştır. Öğrenciler kurumda karar sürecine katılımlarının düşük olması nedeni ile alınan kararlara güven düzeylerinin de düşük oldu gözlemlenmiştir. Öğrenciler kendileri ile ilgili konularda görev yapan personelinde yeterliliklerine güvenmemektedir. Öğrenciler görüş ve düşüncelerini özgürce ifade edebilecekleri bir atmosferin kurum içinde bulunmadığını düşünmektedirler. Kurumun kendi problemlerinde kendilerini yeterli düzeyde desteklemediklerini düşünmektedirler. Beklediği desteği kurumdaki alamayan öğrencilerin kuruma güven düzeyleri düşmektedir. Kurumun ve paydaşların birbirine verdiği sözlerin yeterli düzeyde yerine getirilmediğini düşünmekte olan öğrenciler, kurum çalışanlarının da kendilerinden beklenenden daha alt düzeyde performans gösterdiklerini düşünmektedir.

Tablo-17. Velilerin Kurumsal Güvene İlişkin Görüşleri

MADELER	Katılıyorum		Fikrim yok		Katılmıyorum		Ort.
	f	%	f	%	f	%	
Polis kolejinde kurumsal etik paydaş davranışlarını etkiler.	44	44,00	54	54,00	2	2,00	2,42
Polis koleji topluma faydalı bireyler yetiştirmeyi kendine hedef edinmiştir.	98	98,00	2	2,00			2,98
Polis koleji yönetiminde etkin lider faktörü önemlidir.	44	44,00	56	56,00			2,44
Polis kolejinin tercih edilmesinde kurumun çevreye verdiği güvenin etkisi vardır.	96	96,00			4	4,00	2,92
Polis kolejinde alınan kararların uygulamasına ve sonuçlarına güveniyorum.	66	66,00	34	34,00			2,66
Polis koleji çalışanlarını görevlerini yerine getirecek uzmanlık bilgisine sahiptir.	98	98,00	2	2,00			2,98
Polis kolejinin paydaşları alanları ile ilgili görüş, düşünce ve isteklerini özgürce ifade edebilirler.	100	100,00					3,00
Polis Kolejinde öğrencilerin iyi bir vatandaş olarak yetiştirildiğini düşünüyorum.	98	98,00	2	2,00			2,98
Polis koleji her türlü problemlerinde paydaşlarını destekler.	46	46,00	32	32,00	22	22,00	2,24
Polis koleji çalışanları kendilerinden beklenenin daha fazlasını vermek için çalışırlar.	84	84,00	16	16,00			2,84
Polis kolejinde paydaşlar arası verilen sözle tutulur.	76	76,00	24	24,00			2,76

Tablo-16’da görüldüğü gibi araştırmaya katılan velilerin, “Polis kolejinde kurumsal etik paydaş davranışlarını etkiler” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.42$) ile katılıyorum, “Polis koleji topluma faydalı bireyler yetiştirmeyi kendine hedef edinmiştir” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.98$) ile katılıyorum, “Polis koleji yönetiminde etkin lider faktörü önemlidir” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.44$) ile katılıyorum, “Polis kolejinin tercih edilmesinde kurumun çevreye verdiği güvenin etkisi vardır” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.92$) ile katılıyorum, “Polis kolejinde alınan kararların uygulamasına ve sonuçlarına güveniyorum” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.66$) ile katılıyorum, “Polis koleji çalışanlarını görevlerini yerine getirecek uzmanlık bilgisine sahiptir” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.98$) ile katılıyorum, “Polis kolejinin paydaşları alanları ile ilgili görüş, düşünce ve isteklerini özgürce ifade edebilirler” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=3.00$) ile

katılıyorum, “Polis Kolejinde öğrencilerin iyi bir vatandaş olarak yetiştirildiğini düşünüyorum” maddesine ait ortalama ($\bar{X}=2.98$) ile katılıyorum, “Polis koleji her türlü problemlerinde paydaşlarını destekler” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.24$) ile katılmıyorum, “Polis koleji çalışanları kendilerinden beklenenin daha fazlasını vermek için çalışırlar” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.84$) ile katılıyorum, “Polis kolejinde paydaşlar arası verilen sözle tutulur” maddesine ait ortalaması ($\bar{X}=2.76$) ile katılıyorum biçiminde olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak veriler incelendiğinde Polis Koleji velilerinin kurumsal güven algılamaları konusundaki maddelerden bir tanesine katılmıyorum cevabı vermiştir. Veliler problemlerinin çözümünde kurum yeterli düzeyde destek olmadığını düşünmektedirler. Kurumsal güven ile ilgili maddelerin geneline bakıldığında ise diğer paydaşların tersine velilerin kuruma duydukları güvenin üst düzeyde olduğu görülmektedir.

BÖLÜM VI

6. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

6.1. SONUÇLAR

Ankara Polis Koleji ve Bursa Polis Koleji evreninde, Polis Kolejlerinin kurumsal kimlik oluşumunda itibar ve güven yönetiminin etkilerini incelediğimiz bu çalışmada Polis Kolejlerinin yönetimi açısından ve kamuoyundaki Emniyet teşkilatının itibarını etkilemesi açısından önemli bulgulara ulaşılmıştır.

Polis Kolejlerinin iç paydaşlarından biri olan yöneticiler açısından kurumsal kimlik konusuna baktığımızda kurum idarecilerinin genel olarak kurumun bir üyesi olmaktan mutluluk duydukları, tercih şansları olsaydı tekrar bu kuruma gelmek isteyecekleri, kurumun görsel unsurlarının kurumu yeterince temsil ettiğini, kurumun benzeri kurumlardan olumlu farklılıklar göstererek kurumsal kimliğin en önemli unsurlarından bir olan fark yaratma özelliğini taşıdığını düşünmektedirler. Solmaz'ın (2007) Kültür Dershaneleri üzerine yaptığı araştırmada kurumun diğer kurumlardan farklılık gösterme düzeyi paydaş görüşlerine göre %22 çıkarken çalışmamızda bu oran %95'in üzerinde bir oranla kurumun diğer kurumlardan ayrıldığını ortaya çıkmıştır. Yöneticiler kendilerinin kurumun bir parçası olarak hissetmekle kurumla özdeşleştiklerini ve kuruma aidiyet duygusu beslediklerini ifade etmişlerdir. Bu nedenle de yöneticiler kurumun misyon ve vizyon hedeflerine ulaşmak

için azami gayret sarf ettiklerini ifade etmişlerdir. Kurumsal kimliği oluşmuş bütün kurumlarda olduğu gibi Polis kolejinde de yöneticiler kuruma ilk geldiklerinde bir oryantasyon problemi yaşamadıklarını ifade etmişlerdir. Paydaşların kurumsal algılarının ölçülmek istendiği sorumuza yöneticilerin birçoğu kurumda bulunmaktan gurur duyduğunu ifade etmiştir. Öte yandan yöneticiler kurum içinde eğitim kararlarının alınmasında kendi fikirlerinden yeterli ölçüde yararlanılmadığını düşünmektedirler. Genel olarak bakıldığında ise yöneticiler açısından kurumsal kimlik kavramın paydaşlarda oluştuğu ve bu kavramın paydaşlar tarafından benimsendiği anlaşılmaktadır.

Kurum yöneticilerinin kurumsal itibara ilişkin görüşleri incelendiğinde kurumun tercih edilmesinde yapmış olduğu tanıtımların ve geçmiş başarılarının etkili olmadığı gözlemlenmektedir. Mevcut kanun ve yönetmelikler doğrultusunda atama ve tayinlerde yöneticilerin kurumu tercih etme gibi bir imkânlarının olmaması bu durumun nedeni olarak düşünülmektedir. Genel olarak verilere bakıldığında yöneticilerin kurumsal itibara ilişkin algılamalarının yeterli düzeyde olduğu anlaşılmaktadır.

Kurum yöneticilerinin kurumsal güvene ilişkin görüşleri incelendiğinde kurumsal güven boyutunda yetersiz düzeyde hiçbir cevabın bulunmadığı görülmektedir. Bu durumda yöneticiler açısından kurumsal güveni algılama düzeyi yeterlidir denilebilir.

Kurumun iç paydaşlarından olan öğretmenlerin kurumsal kimlik kavramına ilişkin görüşlerine bakıldığında yetersiz düzeyde cevaplandırılan bir madde olmadığı, öğretmenlerinde yöneticiler gibi kurum kimliğini benimsemiş olduklarını ve kuruma aidiyet hissettikleri söylenebilir.

Öğretmenlerin kurumsal itibara ilişkin görüşlerine bakıldığında ise Polis Kolejinin tercih edilmesinde tanıtımların ve geçmiş başarıların etkilerinin olmadığı anlaşılmaktadır. Öğretmenlerin kuruma geçerken kurum hakkındaki bilgi düzeylerinin yeterli olmaması bu durumun nedeni olarak düşünülmektedir. Genel olarak bakıldığında ise kurumsal itibara ilişkin öğretmen algılamalarının yeterli düzeyde olduğu anlaşılmaktadır.

Öğretmenlerin kurumsal güvene ilişkin görüşleri incelendiğinde yetersiz düzeyde olan tek maddenin kurum içinde kendini özgürce ifade edebilme ile ilgili madde olduğu görülmektedir. Öğretmenler kendilerini kurum içinde özgürce ifade edemediklerini düşünmektedirler. Kurum içindeki hiyerarşik yapı bunun nedeni olarak düşünülmektedir.

Personelin kurumsal kimlik ile görüşlerine göre, kurumda çalışan personelin karar alma sürecinde sıkıntı yaşadığı ve bu karar alma sürecine katılmadığı görülmektedir. Bunun nedeni olarak kurum içindeki hiyerarşik yapının katı olması düşünülmektedir. Bu sonucu destekleyen diğer verilerden biride kurum içinde değişikliklerden haberdar olmanın sorulduğu kurumsal iletişim maddesidir. Personelin cevaplarına göre kurum içindeki değişikliklerden haberdar olmamaktadırlar. Kurum içinde ki hiyerarşinin asta bilgi verme gereği duymadığından nu iletişim sorunun kaynaklandığı düşünülmektedir. Personel açısından bir diğer sorun ise başarılarının değerlendirilmemesi olmuştur.

Personelin kurumsal itibara ilişkin görüşleri incelendiğinde öğretmen ve yöneticilere paralel olarak kurumun tercih edilmesinde geçmiş başarıların, tanıtımların ve paydaş niteliklerinin etkili olmadığı anlaşılmaktadır. Mevcut yasa ve yönetmeliklere göre personelin kurumu seçme imkânlarının olması bu durumun nedeni olarak düşünülmektedir.

Personelin kurumsal güvene ilişkin görüşleri incelendiğinde hiyerarşik yapıya bağlı olarak kendi düşüncelerini özgürce ifade edemedikleri düşünülmekte ve karar alma sürecinde bulunmaktan dolayı alınan kararlara güven düzeyi yetersiz gözükmektedir. Bunlara bağlı olarak personel kurum içinde verilen sözlerin tutulmadığını düşünmektedir. Kurumun her türlü problemlerinde arkalarında olacağını düşünmemektedirler. Genel olarak veriler incelendiğinde personel açısından kuruma güven düzeyi yetersiz gözükmektedir.

Öğrencilerin kurumsal kimliğe ilişkin görüşleri incelendiğinde kurumun kullandığı flamanın kurumu temsil etmediği anlaşılmaktadır. Bunun nedeni olarak ise öğrencilerin kurum flamasını aynı zamanda harici kıyafetlerinde bröve olarak kullanmalarındadır. Öğrencilerin rahatsızlık duyduğu bir diğer konu ise karar alma sürecine katılamamaktır. Personel konusunda bahsedilen hiyerarşi bu durumda nedenidir. Personel görüşlerine paralel olarak öğrencilerde kurum içinde başarıların yeterince ödüllendirilmediğini düşünmekte ve buna motivasyonu düşürmektedir. Öğrenciler kurumun problemlerini kendi problemleri olarak görmemekle kuruma aidiyet düzeylerinin düşük olduğunu göstermektedirler. Öğrencilerin kuruma ilk geldiklerinde uyum sorunu yaşadıkları ve etkili bir oryantasyon sürecinden geçemedikleri düşünülmektedir. Öğrenciler üzerinde de kurum içinde iletişimin yeterli olmadığı görülmektedir. Bunun nedeni olarak da katı hiyerarşi gösterilebilir. Genel olarak öğrencilerin kurumsal kimlik algılarının düşük olduğu söylenebilir.

Öğrencilerin kurumsal itibara ilişkin görüşlerine bakıldığında kurumu tercih etme hakkı olan tek iç paydaş olan öğrencilerin kurumun tanıtımların, geçmiş başarıların, paydaş niteliklerinin etkili olmadığı görülmektedir.

Öğrencilerin ülkemizin sosyo-ekonomik durumunu bağlı olarak kurumu gelecek kaygısından kurtulmak için tercih ettikleri düşünülmektedir. Bu nedenle öğrenciler tercihlerinde geçmiş başarıları ve tanıtımları dikkate almamışlardır.

Personelle paralel olarak öğrencilerin kurumsal kimlik ile ilgili görüşlerinde aynı problemler görülmektedir. Bunu nedenin kurum içinde bulunan katı hiyerarşik yapı olduğu düşünülmektedir.

Velilerin kurumsal kimlik ile ilgili görüşlerine baktığımızda velilerin yetersiz gördüğü maddeler arasında kuruma aidiyet hissetmeme, alınan kararlara katılama ve iletişim problemleri göze çarpmaktadır. Bunların nedenleri olarak velilerin kurumun dış paydaşlarından olmaları ve kurumun dış paydaşlara ulaşmada yeterli olamadığı düşünülmektedir.

Velilerin kurumsal güvene ilişkin görüşleri ile ilgili olarak bir madde dışın da yetersizlik gözükmemektedir. Veliler problemlerinde kurum tarafından desteklenmediklerini düşünmektedirler. Bunun nedeninin kurumun dış paydaşı olan velilerin kurum ile iletişim kanallarında problem yaşamaları olduğu düşünülmektedir.

Kurumsal itibara ilişkin veli görüşlerine göre veliler kurumu tercihlerinde tanıtımları dikkate almamışlardır. Kurumun sadece Trt bir veya iki kereye mahsus olarak yaptığı tanıtımların yeterli olmadığı düşünülmektedir. Genel olarak velilerin kurumsal itibara ilişkin algılamalarının yeterli olduğu düşünülmektedir.

Kurum kimliğinin gerçekleşmesi için kurum kimliğinin çalışanlar tarafından algılanması, kurum ilişkisinin güçlü olması ve paydaşların isteklerinin büyük bir kısmının örgüt içinde tatmin edilmesi

gerekmektedir.(Bedestenci ve diğ. 2004:69). Kurumsal kimlik ile ilgili görüşlere bir bütün olarak bakıldığında genel olarak kurum kimliğinin paydaşlar tarafından algılandığı öğrenciler ve personel dışındaki bütün paydaşların kurum kimliğini algılama düzeylerinin yüksek olduğu görülmüştür. Kurum kimliği paydaşların işe hazır olmalarını, motivasyonlarını, kuruluş ile bütünleşmelerini, kuruma aidiyet duymalarını ve kurum ile çalışan arasındaki ilişkiyi güçlendirmektedir. (Okay, 2005:76) Bu açıdan kurumsal kimlik algılamaları ile ilgili tüm paydaşların görüşlerine bakıldığında ise tüm paydaşların örgüte aidiyet düzeylerinin yüksek olduğu ve kurum için vazife yapma konusunda paydaşların hazır bulunuşluk düzeylerinin yüksek olduğu gözlemlenmektedir. Solmaz'ın (2007) yaptığı araştırmaya göre Kültür Dershaneleri paydaşlarının kurumu fiziksel ortamının etkisinden dolayı tercih etme oranı %47 iken, Polis Kolejlerinde bu oran %80'lerde kalmaktadır. Bu veri bizlere emsallerinden fiziksel olarak olumlu yönde farklılıkları olmasına rağmen bunun paydaşların tercih nedeni olmadığını ortaya koymaktadır.

İtibar iç ve dış paydaşların toplam algılamalarından oluşmakta ve kurumun çekiciliğini ifade etmektedir.(Karaköse, 2007:29) Polis Kolejlerinde paydaşların kurumsal itibara ilişkin görüşlere bir bütün olarak bakıldığında kurumun itibarının tüm paydaşlar tarafından algılandığı, bu itibarın paydaşlar tarafından olumlu izlenimlere dönüştürüldüğü anlaşılmaktadır.

Kurumun toplumda bir duygusal cazibe merkezi haline gelmesi ancak kurumsal itibarını geliştirmekle mümkündür. (Karaköse, 2007:45) Bu noktada kurum tanıtımları çok önemlidir. Polis Kolejlerinde paydaşlara yöneltilen kurumu tercih etme nedenleri arasında kurumun geçmiş başarılarının ve kurumun yapmış olduğu tanıtımların etkisinin düşük olduğu gözlemlenmiştir.

Bu da kurumun kendini kamuoyunda ifade edemediği, kendini tanıtamadığını ve hedef kitlelere yeterli düzeyde ulaşamadığını göstermektedir.

Güven ortamının hakim olduğu bir kurumda verimlilik ve kalite artışının gerçekleşmesi daha kolay olabilecek ve kuruma aidiyet düzeyi artacaktır.(Safran, 2003:3) Bu açıdan Polis Kolejlerinde kurumsal güvene ilişkin görüşlere bir bütün olarak bakıldığında kurum içindeki hiyerarşik düzenin ast kısmın da bulunan personel ve öğrencilerin kuruma güven düzeylerinin yetersiz kaldığı düşünölmektedir. Bu da personelin ve öğrencilerin kuruma aidiyet düzeylerini düşürerek, kaliteyi düşürmektedir. Çevresine müthiş bir güven kaynağı olan Polis Kolejinin kendi paydaşları açısından kurumsal güven düzeyinin düşük olduğu anlaşılmaktadır. Bu konuda yönetim tarafından derinlemesine bir çalışma başlatılarak problemin neyden kaynaklandığı belirlenmeli ve gerekli tedbirler hemen alınmalıdır. Çünkü güven düzeyinin düşük olduğu bir kurumda motivasyon ve iş doyumunu düşürerek örgüte adanma düzeyi düşecektir.

Bir eğitim kurumu olarak faaliyet göstermekte olan Polis Kolejlerinde kurumsal kimlik, kurumsal itibar ve kurumsal güven düzeyleri genel olarak yeterli düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Görölen aksaklıkların ise en kısa zamanda çözümlenerek kurum verimliliğinin artırılacağı ve ölkemizin gelecekte yönetici kadrosunu yetiştiren bu kurumun ölkemizin örnek alınan, bir parçası olmaktan gurur duyulan, çevresine güven veren, sosyal bir cazibe merkezi olan bir okul olmaya devam edeceği düşünölmektedir.

Sonuç olarak kurumsal kimliğini gerçekleştirmiş olan Polis Kolejlerinin, bu kimlik oluşumuna itibar ve güven yönetimini etkili olduğu anlaşılmakla birlikte, güven ve itibar yönetimini bazı boyutları açısından eksiklikler olduğu ve bu eksikliklerin kurumsal kimlik algılayış düzeyini

düşürdüğü anlaşılmıştır. Bu eksiklikler tamamlandığında kamuoyundaki Polis Koleji itibarı güçlendiği gibi, paydaşların kuruma duydukları güvenleri artacak ve kurum kimliği çok daha güçlü bir hale gelecektir.

6.2. ÖNERİLER

Polis Kolejlerinde kurumsal kimlik oluşumuna itibar ve güven yönetiminin etkileri hakkında paydaş görüşlerinin değerlendirildiği bu araştırmada elde edilen bulgulara dayalı olarak aşağıdaki öneriler sunulmuştur.

1. Polis Koleji yönetimi tarafından karar alma basamakları tek tek incelenerek, sorun belirlenmeli ve yöneticilerin karara katılmaları ve alınan kararları benimsemeleri sağlanmalıdır. Böylece kurumsal kimlik kavramda paydaşların karar alma mekanizmasına dahil olması sağlanmış olur.
2. Tüm paydaşların kurumu tercih ederken kurumun tanıtımlarının ve geçmiş başarılarının tercih sebebi olmadığı anlaşılmaktadır. Kurumun başarılarının ön plana çıkarılması için kurum idarecileri tarafından tanıtım çalışmalarına ağırlık verilere kurumun kamuoyundaki itibarının yükselmesi sağlanmalıdır.
3. Milli Eğitim Bakanlığı'ndan kuruma yapılan geçişlerde öğretmenlerin kurum hakkında yeterli ön bilgiye sahip olmadıkları düşünölmektedir. Bu sorunun çözümü için kuruma geçiş yapmak isteyen personele kurumu tanıtıcı bir kurs imkanı sağlanmalıdır.
4. Araştırmada elde edilen önemli bulgulardan biriside kurum içinde ast olan personelin kendini özgürce ifade edemediğini düşünmesidir.

Kurum içinde ast personelin fikirlerinin değerli olduğu onlara hissettirilmeli, kişinin kendisini özgürce ifade edebileceği demokratik bir atmosfer sağlanmalıdır.

5. Kurum içindeki iletişim sistemi yeniden gözden geçirilerek, iletişim kanalları açık tutulmalı, kurumun sahip olduğu intranet ortamı bu konuda aktif olarak kullanılmalıdır. Paydaşların bir biri ile ilgili düşün, cenaze, hastalık gibi olaylar intranet sistemi ile paydaşlara anında iletilmesi sağlanmalıdır. Bu gibi olaylarda kurumu temsilen tüm paydaşlardan oluşan bir heyetin ilgili paydaş ziyaret etmesi sağlanmalıdır.
6. Önemli bir bulguda paydaşların bir kısmının başarılarının değerlendirilmediğini düşünmesidir. Kurum içinde paydaşların başarıları değerlendirilerek onların onure edilmesi sağlanmalıdır.
7. Paydaş görüşlerine göre kurumun problemleri esnasında paydaşları desteklemediği görülmektedir. Sosyal Hizmetler şubesi bu konuda daha aktif hale getirilmeli ve paydaşlar ile ilgili sorunları takip ederek, kurumun desteği tam olarak sağlanmalıdır.
8. Öğrencilerin kurum flamasından memnun olmadığı görülmektedir. Bu konuda öğrenciler arasında bir tasarım yarışması düzenlenerek, bunun sonucunda gerekirse flama değişikliği sağlanmalıdır.
9. Öğrencilerin kuruma aidiyet düzeylerinin yükseltilmesi için etkinlikler düzenlenmeli ve kurumu benimseme düzeyleri artırılmalıdır.

KAYNAKÇA

ARGÜDEN, Y., İtibar Yönetimi, İstanbul: Arge Danışmanlık Yayınları, 2003.

ARICI, Hüsni, 2005, İstatistik Yöntemler ve uygulamalar, Meteksan, Ankara s.27

ASUNAKUTLU, T. “Çalışanlar ile Yöneticiler Arasında Güven Duygusunun Araştırılması: Turizm Sektöründe Bir Uygulama,” Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 6, Sayı: 3, Temmuz, 2004.

AVSAR, A., “Kurum İmajının Oluşmasında Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Etkisi ve Türk Silahlı Kuvvetleri Rehabilitasyon ve Bakım Merkezi Uygulaması”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2002.

BAKAN, Ö. Kurumsal İmaj, Tablet Kitabevi, Konya 2005.

BALTAŞ, A. Ekip Çalışması ve Liderlik, İstanbul: Remzi Kitabevi, 2000.

BAŞARAN, İ. E., Örgütsel Davranış İnsanın Üretim Gücü 3.b. Ankara: Der Yayınları, 2000.

BEDESTENCİ Ç., BAKAN İ., BÜYÜKBEŞE T., Örgüt Kültürü, Aktüel Yayıncılık, İstanbul, 2004.

BERSTEIN, D., Company Image and Reality, Eastbourne: Holt, Rinehartand Winston.1984.

BİLGİN, N. İnsan İlişkileri ve Kimlik, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2001.

BOZKURT, İzzet, İletişim Odaklı Pazarlama, Mediacat Yayınları, 2004

BÖRÜ, D. “Örgütlerde Güvenilir İnsan Yaratılmasında İlk Adım.Güvenilir İnsan Kim?” Ulusal Yönetim Ve Organizasyon Kongresi Bildirileri:24-26 Mayıs 2001.

BRADY, A., “The Seven Elements of Reputation Management”,Vol.1, Issue 5, April/May 2005.

DEMİRCAN, N. Örgütsel güven kavramı: nedenleri ve sonuçları. Celal Bayar Üniversitesi Dergisi, 10(2), 2003.

DEMİRTAŞ, H. / GÜNEŞ H., Eğitim Yönetimi ve Denetimi Sözlüğü, Anı Yayıncılık, 2002.

DİNÇER, Erdal, 2006, Kurumsak Kimlik Oluşumunda Güven Faktörü Ve Türk Silahlı Kuvvetleri Örneği” Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

DİNÇER, Ö., Strateji Yönetim ve İşletme Politikası. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım. 2003.

DÖRTOK A., Kurumsal İtibarınızdan Kaç Sıfır Atabilirsiniz, Rota Yayınları, İstanbul, 2004.

EREN, E., Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi, 8.b., İstanbul Beta Yayınları, 2004.

ÖZŞAHİN, Ergün, 2004, Ankara Polis Kolejine Olan Bireysel Talebi Etkileyen Etmenlerin İncelenmesi, Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

EROĞLU, F., Davranış Bilimleri, 6.b., İstanbul: Beta Yayınları, Yayın No:598, 2004, s.235.

FINDIKÇI, İ., Yaşadıkça Eğitim. Hayat Yayıncılık. İstanbul, 2004.

GÜVENÇ, B., Türk Kimliği Kültür Tarihinin Kaynakları, İstanbul: Remzi Kitabevi.2005.

GÜZELCİK, E., Küreselleşme ve İşletmelerde Değişen Kurum İmajı. İstanbul: Sistem Yayıncılık. 1999.

HOSMER, L.T. (1995). Trust: the connecting link between organizational theory and hilosophical ethics. *Academy Of Management Review*, 20, pp.379-403.

JOHANSSON, U., SVENGREN B., And/Or Design? – A Comparison Between The Discourses Of Brand And Design Management. European Academy of Management in Milan, 2003.

KADIBEŞEGİL, S., İtibar Yönetimi, Mediacat Yayınları, İstanbul, 2006.

KAPTAN, Saim, 1998, Bilimsel Araştırma Teknikleri ve İstatistik Teknikleri, Ankara s.59

KARAKÖSE T., Eğitim Örgütlerinde İç ve Dış Paydaşların Kurumsal İtibara ilişkin Algılamaları, Fırat Üniversitesi, Doktora Tezi, Elazığ, 2006.

KARAKÖSE T., Kurumların DNA'sı İtibar ve Yönetimi, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2007.

KÖSE, S., TETİK, S., ERCAN, C., 2001 Örgüt Kültürünü Oluşturan Faktörler. Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi Sayı :1

MEECH, P., "Corporate Identity and Corporate Image", Critical Perspectives in Public Relations, Edited by Jacquire L Etang & Magda Pierczka, UK, International Thomson Business Pres, 1996.

MELEWAR, T.C., Determinants of the Corporate Identity Construct: A review of the Literature. Journal of Marketing Communications,2003.

MISHRA, A.K., Organizational Responses to Crisis: the Role of Trust, Roderick M Kramer ve Rom T.Tyler (Ed), Trust in Organizations: Frontiers of Theory and Research, 114-139, sage Publications, London, 1996.

MISIRLI, İ., Genel ve Teknik İletişim, 2.b., Ankara: Detay Yayıncılık, 2004.

MUMCU, Ö., "Kurumsal Kimlik ve Banka Şubeleri", Mimar Sinan Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 1996.

MUTER Ş., Müşteri Memnuniyeti, Haziran 2008.

OKAY, A., Kurum Kimliği. 5.Basım İstanbul: Media Cat Yayınları. 2005.

OKTAY, M., Halkla İlişkiler Mesleğinin İletişim Yöntem ve Araçları, İmge Yay., Ankara, 1996.

OLINS, W., Corporate Identity, London, Thames and Hudson. 1988.

ÖRER, L., “Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi'nin Kurumsal İmajının Öğrenciler Açısından Ölçülmesi Üzerine Bir Alan Çalışması”, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş, 2006.

ÖZKALP, E., KIREL, Ç., Örgütsel Davranış, 6.b., Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, Yayın No:923, 2000.

PELTEKOGLU, B. F.; Halkla ilişkiler Nedir?; Beta Basın Yayın Dağıtım, İstanbul, 1998.

SABUNCUOĞLU, Z.; İşletmelerde Halkla İlişkiler, Ezgi Kitabevi, Bursa, 1997.

SAFRAN, Barış, http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=566 'Örgütsel Güven Kavramı ile Verimlilik İlişkisi', Muğla Ün.v.Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

SAMPSON, E., İmaj Faktörü, Çev.: Hakan İlgün, Rota Yay., İstanbul, 1995.

SIX F. Integrity And Trustworthiness: Similarities And Differences.

<http://www.fernunihagen.de/polallg/egpa/ljubljana/papers/six.pdf>, (25-12-2004), pp.1-27

SOLMAZ, Ahmet, (2007) Özel öğretim kurumlarında Kurumsal kimliğin müşteri Tercihlerine etkisi ve kültür Dershaneleri üzerine bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kütahya.

ŞİMŞEK, S., TAŞÇI A. Örgütlerde güven konsepti ve emniyet örgütü'nde güven modellerinin değerlendirilmesi. Polis Dergisi, 2004.

TUNA Muharrem, Tuna A., Kurumsal Kimlik Yönetimi, Detay Yayıncılık, 2007.

VURAL, B. A., Kurum Kültürü ve Örgütsel İletişim, İstanbul: İletişim Yayınları, 2003.

YILMAZ, E., Okullardaki Örgütsel Güven Düzeyinin Okul Yöneticilerinin Etik Liderlik Özellikleri ve Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi, Selçuk Üniversitesi, Doktora Tezi, 2006.

YÜKSELEN, C., Temel Pazarlama Bilgileri: İlkeler, Kavramlar, Örnek Olaylar, 2. Baskı, Ankara, Adım Yayıncılık, 1994.

<http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=veritbn&kelimesec=210575>

<http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=veritbn&kelimesec=213093>

<http://ya2004.yeniasir.com.tr/10/03/index.php3?kat=ana&sayfa=smuter&bolu m=yazarlar>

www.stratejifokus.com, Kurumsal İtibar Araştırmaları, Haziran, 2008.

www.tdk.gov.tr “kimlik” tanımı

EKLER

Ek 1:

POLİS KOLEJİ Kurumsal Kimlik Oluşumuna İtibar ve Güven Yönetiminin Etkileri İç Paydaş Anketi

Sevgili Meslektaşım

Okulumuzun “kurumsal kimlik oluşumuna itibar ve güven yönetiminin etkilerini” ölçmeye çalıştığımız bu ankette sizlerin objektif değerlendirmeleriniz ile en iyi sonuçlara ulaşacağımızı düşünüyorum.

Bu bilgi formu size, düşüncelerinizi açıklama imkanı verecek ve görüşleriniz bir durum tespiti sağlayacaktır. Katkılarınız için teşekkür ederiz.

Lütfen cevaplayacağımız her soru için verilmiş üç seçenektan birini işaretleyiniz.

Demografik Özellikler:		Katılıyorum	Fikrim yok	Katılmıyorum
Yaş	:			
Cinsiyeti	:			
Okulun Yeri	: 1. Ankara 2. Bursa			
		1	2	3
1	Polis kolejinin bir üyesi olmaktan mutluluk duyuyorum.			
2	Seçme şansım olsaydı gene polis kolejinde olmak isterdim.			
3	Polis kolejinin kullandığı flama kurumun kimliğini ifade eder.			
4	Polis kolejini diğer dengi ortaöğretim kurumlarından ayıran özellikleri vardır.			
5	Polis kolejinin tercih edilmesinde kurumun fiziksel ortamının etkisi vardır.			
6	Kendimi polis kolejini bir parçası olarak hissediyorum.			
7	Polis kolejinde eğitim faaliyetlerini geliştirmede çalışanların fikirlerinden yararlanılır.			
8	Polis kolejinde başarıların ödüllendirildiğine inanıyorum.			
9	Polis kolejini misyon ve vizyon hedeflerine ulaşmak için çalışıyorum.			
10	Kurumun problemlerini kendi problemlerimmiş gibi düşünüyorum.			
11	Polis kolejine ilk geldiğimde bir uyum problemi yaşamadım.			
12	Polis kolejinde meydana gelen değişikliklerden anında haberdar oluyorum.			

13	Polis koleji dendiğinde zihnimde olumlu bir izlenim oluşuyor.			
14	Polis koleji üyesi olunmaktan gurur duyulacak bir kurumdur.			
15	Polis kolejinin tercih edilmesinde kurum yapmış olduğu tanıtımların etkisi vardır.			
16	Polis kolejinin tercih edilmesinde geçmiş başarıların etkisi vardır.			
17	Polis kolejini tercih edilmesinde paydaşların niteliklerinin etkisi vardır.			
18	Teknolojideki değişiklikler polis kolejindeki eğitim faaliyetlerine direkt olarak yansır .			
19	Personelin alanında uzman olması Polis kolejinin itibarını olumlu yönde etkiler .			
20	Polis Koleji eğitim araç gereç ve donanımları açısından yeterlidir.			
21	Polis Koleji bağlı olduğu teşkilat içinde önemli bir saygınlığa sahiptir.			
22	Polis kolejini bir okul olarak tüm çevreme tavsiye ederim.			
23	Polis kolejinde kurumsal etik paydaş davranışlarının etkiler.			
24	Polis koleji topluma faydalı bireyler yetiştirmeyi kendine hedef edinmiştir.			
25	Polis koleji yönetiminde etkin lider faktörü önemlidir.			
26	Polis kolejinin tercih edilmesinde kurumun çevreye verdiği güvenin etkisi vardır.			
27	Polis kolejinde alınan kararların uygulamasına ve sonuçlarına güveniyorum.			
28	Polis koleji çalışanlarını görevlerini yerine getirecek uzmanlık bilgisine sahiptir.			
29	Polis kolejinin paydaşları alanları ile ilgili görüş, düşünce ve isteklerini özgürce ifade edebilirler.			
30	Polis Kolejinde öğrencilerin iyi bir vatandaş olarak yetiştirildiğini düşünüyorum.			
31	Polis koleji her türlü problemlerinde paydaşlarını destekler.			
32	Polis koleji çalışanları kendilerinden beklenenin daha fazlasını vermek için çalışırlar.			
33	Polis kolejinde paydaşlar arası verilen sözle tutulur.			

Ek 2:

POLİS KOLEJİ

Kurumsal Kimlik Oluşumuna İtibar ve Güven Yönetiminin Etkileri Dış Paydaş Anketi

Sayın Veli

Okulumuzun “kurumsal kimlik oluşumuna itibar ve güven yönetiminin etkilerini” ölçmeye çalıştığımız bu ankette sizlerin objektif değerlendirmeleriniz ile en iyi sonuçlara ulaşacağımızı düşünüyorum.

Bu bilgi formu size, düşüncelerinizi açıklama imkanı verecek ve görüşleriniz bir durum tespiti sağlayacaktır. Katkılarınız için teşekkür ederiz.

Lütfen cevaplayacağınız her soru için verilmiş üç seçenektten birini işaretleyiniz.

Demografik Özellikler:		Katlıyorum	Fikrim yok	Katılmıyorum
Yaş	:			
Cinsiyeti	:			
Eğitim Düzeyi	:			
Gelir düzeyi	:			
Okulun Yeri	:			
		1	2	3
1	Polis kolejinin bir üyesi olmaktan mutluluk duyuyorum.			
2	Seçme şansım olsaydı gene polis kolejinde olmak isterdim.			
3	Polis kolejinin kullandığı flama kurumun kimliğini ifade eder.			
4	Polis kolejini diğer dengi ortaöğretim kurumlarından ayıran özellikleri vardır.			
5	Polis kolejinin tercih edilmesinde kurumun fiziksel ortamının etkisi vardır.			
6	Kendimi polis kolejini bir parçası olarak hissediyorum.			
7	Polis kolejinde eğitim faaliyetlerini geliştirmede velilerin fikirlerinden yararlanılır.			
8	Polis kolejinde başarıların ödüllendirildiğine inanıyorum.			
9	Polis kolejini misyon ve vizyon hedeflerine ulaşmak için çalışıyorum.			
10	Kurumun problemlerini kendi problemlerimmiş gibi düşünüyorum.			
11	Polis kolejine ilk geldiğimde bir uyum problemi yaşamadım.			
12	Polis kolejinde meydana gelen değişikliklerden anında haberdar oluyorum.			
13	Polis koleji dendiğinde zihnimde olumlu bir izlenim oluşuyor.			
14	Polis koleji üyesi olmaktan gurur duyulacak bir kurumdur.			
15	Polis kolejinin tercih edilmesinde kurum yapmış olduğu tanıtımların etkisi vardır.			
16	Polis kolejinin tercih edilmesinde geçmiş başarıların etkisi vardır.			
17	Polis kolejini tercih edilmesinde paydaşların niteliklerinin etkisi vardır.			
18	Teknolojideki değişiklikler polis kolejindeki eğitim faaliyetlerine direkt olarak yansır .			
19	Personelin alanında uzman olması Polis kolejinin itibarını olumlu yönde etkiler .			
20	Polis Koleji eğitim araç gereç ve donanımları açısından yeterlidir.			
21	Polis Koleji bağlı olduğu teşkilat içinde önemli bir saygınlığa sahiptir.			
22	Polis kolejini bir okul olarak tüm çevreye tavsiye ederim.			
23	Polis kolejinde kurumsal etik paydaş davranışlarını etkiler.			
24	Polis koleji topluma faydalı bireyler yetiştirmeyi kendine hedef edinmiştir.			
25	Polis koleji yönetiminde etkin lider faktörü önemlidir.			
26	Polis kolejinin tercih edilmesinde kurumun çevreye verdiği güvenin etkisi vardır.			
27	Polis kolejinde alınan kararların uygulamasına ve sonuçlarına güveniyorum.			
28	Polis koleji çalışanlarını görevlerini yerine getirecek uzmanlık bilgisine sahiptir.			
29	Polis kolejinin paydaşları alanları ile ilgili görüş, düşünce ve isteklerini özgürce ifade edebilirler.			
30	Polis Kolejinde öğrencilerin iyi bir vatandaş olarak yetiştirildiğini düşünüyorum.			
31	Polis koleji her türlü problemlerinde paydaşlarını destekler.			

32	Polis koleji çalışanları kendilerinden beklenenin daha fazlasını vermek için çalışırlar.			
33	Polis kolejinde paydaşlar arası verilen sözle tutulur.			

Ek 3:

POLİS KOLEJİ
Kurumsal Kimlik Oluşumuna İtibar ve Güven Yönetiminin
Etkileri Dış Paydaş Anketi

Sevgili Öğrencim

Okulumuzun “kurumsal kimlik oluşumuna itibar ve güven yönetiminin etkilerini” ölçmeye çalıştığımız bu ankette sizlerin objektif değerlendirmeleriniz ile en iyi sonuçlara ulaşacağımızı düşünüyorum.

Bu bilgi formu size, düşüncelerinizi açıklama imkanı verecek ve görüşleriniz bir durum tespiti sağlayacaktır. Katkılarınız için teşekkür ederiz.

Lütfen cevaplayacağınız her soru için verilmiş üç seçenekten birini işaretleyiniz.

Demografik Özellikler:		Katlıyorum	Fikrim yok	Katılmıyorum
Yaş	:			
Cinsiyeti	:			
Okulun Yeri	: 1. Ankara 2. Bursa			
		1	2	3
1	Polis kolejinin bir üyesi olmaktan mutluluk duyuyorum.			
2	Seçme şansım olsaydı gene polis kolejinde olmak isterdim.			
3	Polis kolejinin kullandığı flama kurumun kimliğini ifade eder.			

4	Polis kolejini diğer dengi ortaöğretim kurumlarından ayıran özellikleri vardır.			
5	Polis kolejinin tercih edilmesinde kurumun fiziksel ortamının etkisi vardır.			
6	Kendimi polis kolejini bir parçası olarak hissediyorum.			
7	Polis kolejinde eğitim faaliyetlerini geliştirmede öğrencim fikirlerinden yararlanılır.			
8	Polis kolejinde başarıların ödüllendirildiğine inanıyorum.			
9	Polis kolejini misyon ve vizyon hedeflerine ulaşmak için çalışıyorum.			
10	Kurumun problemlerini kendi problemlerimmiş gibi düşünüyorum.			
11	Polis kolejine ilk geldiğimde bir uyum problemi yaşamadım.			
12	Polis kolejinde meydana gelen değişikliklerden anında haberdar oluyorum.			
13	Polis koleji dendiğinde zihnimde olumlu bir izlenim oluşuyor.			
14	Polis koleji üyesi olmaktan gurur duyulacak bir kurumdur.			
15	Polis kolejinin tercih edilmesinde kurum yapmış olduğu tanıtımların etkisi vardır.			
16	Polis kolejinin tercih edilmesinde geçmiş başarıların etkisi vardır.			
17	Polis kolejini tercih edilmesinde paydaşların niteliklerinin etkisi vardır.			
18	Teknolojideki değişiklikler polis kolejindeki eğitim faaliyetlerine direkt olarak yansır .			
19	Personelin alanında uzman olması Polis kolejinin itibarını olumlu yönde etkiler .			
20	Polis Koleji eğitim araç gereç ve donanımları açısından yeterlidir.			
21	Polis Koleji bağlı olduğu teşkilat içinde önemli bir saygınlığa sahiptir.			
22	Polis kolejini bir okul olarak tüm çevreye tavsiye ederim.			
23	Polis kolejinde kurumsal etik paydaş davranışlarını etkiler.			
24	Polis koleji topluma faydalı bireyler yetiştirmeyi kendine hedef edinmiştir.			
25	Polis koleji yönetiminde etkin lider faktörü önemlidir.			
26	Polis kolejinin tercih edilmesinde kurumun çevreye verdiği güvenin etkisi vardır.			
27	Polis kolejinde alınan kararların uygulamasına ve sonuçlarına güveniyorum.			
28	Polis koleji çalışanlarını görevlerini yerine getirecek uzmanlık bilgisine sahiptir.			
29	Polis kolejinin paydaşları alanları ile ilgili görüş, düşünce ve isteklerini özgürce ifade edebilirler.			
30	Polis Kolejinde öğrencilerin iyi bir vatandaş olarak yetiştirildiğini düşünüyorum.			
31	Polis koleji her türlü problemlerinde paydaşlarını destekler.			
32	Polis koleji çalışanları kendilerinden beklenenin daha fazlasını vermek için çalışırlar.			
33	Polis kolejinde paydaşlar arası verilen sözle tutulur.			

ÖZGEÇMİŞ

1981 yılında Ankara'da doğdu. İlk ve ortaöğrenimi Kırıkkale'de tamamladı. 1999 yılında Kırıkkale Anadolu Öğretmen Lisesinden mezun oldu. 2003 yılında Anadolu Üniversitesi İngilizce Öğretmenliği Bölümünü bitirdi. 2003-2004 yıllarında Samsun Termede İngilizce Öğretmeni olarak bir devlet okulunda çalıştı. 2005 yılında MEB'den ayrılarak Ankara'ya tayin oldu. 2006 yılında Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı Eğitim Yönetimi ve Denetimi Bilim Dalında yüksek lisans Eğitimine başladı. Halen Ankara'da İngilizce öğretmeni olarak görev yapmaktadır.