

ÖZ

Yazar	: Murat AVCI
Üniversite	: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Anabilim Dalı/	: İşletme Anabilim Dalı
Tezin Niteliği	: Yüksek Lisans Tezi
Sayfa Sayısı	: XXI +182
Mezuniyet Tarihi	: 28/ Aralık/ 2017
Tez Danışmanı	: Doç. Dr. Hasan GÜL

KURUMSAL İTİBARIN KARIYER YÖNETİMİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: KTMÜ ÖRNEĞİ

İtibar kavramı toplumda saygı gören bireyler için kullanılırken günümüzde iş dünyasındaki kurumlar için de kullanılmaya başlanmıştır. Örgütler için kurumsal itibar olarak adlandırılan kavram, paydaşların kurum hakkındaki genel görüş ve düşüncelerinin bütünü olarak tanımlanmaktadır. Güncel bir kavram olmasına rağmen dünyada hızlı bir birçok kurum tarafından hızlı bir şekilde benimsenmiştir. Ayrıca kurumların itibarını ölçmek için uluslararası alanda itibar araştırmaları yapan birçok kuruluş faaliyet göstermektedir. Rekabetin arttığı küresel dünyada kurumların farklılaşabilmelerinde ve kurum hizmet veya ürünlerinin tercih edilmesinde kurumsal itibarın etkisinin son derece önemli olduğu anlaşılmıştır. Bu nedenle kurumlar artık itibarlarına dikkat etmekte ve iş dünyasında paydaş ve toplum ilişkilerini önemsemektedirler.

İtibar yönetiminin diğer bir avantajı ise kuruma kaliteli ve yetenekli bireyleri çekmesidir. Kurumların iş hayatında bireylere sundukları kariyer imkân ve fırsatları onların tercihlerini etkilemektedir. İtibar yönetimi sürecinde kurumların personeline sunduğu avantajlar ve çalışma ortamı kurumun tercih edilebilirliğini artırmaktadır. Kurumlar iç paydaşlarının itibar algılarını yönetebildiği sürece başarıya ulaşacaktır.

Çalışma kurumsal itibar yönetiminin kurumsal kariyer yönetimine ve bireysel kariyer planlamasına etkilerini araştırmayı amaçlamaktadır. Bu amaçla Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi'nde bulunan 778 akademik ve idari personel araştırmanın

evrenini oluřturmaktadır. Ancak tüm evrene ulařmak zaman ve bütçe kısıtlamaları nedeniyle söz konusu olmadıęı için kolayda rneklemeynmi ile seçilen 350 personel arařtırmanın rneklemiyi oluřturmaktadır. Sosyal bilimler için kabul edilen % 0,05 hata payına göre 778 kiřilik evreni temsil edecek örneklem büyüklüęü 257 kiři ile yeterlidir. Veri toplama yöntemi olarak anket teknięi kullanılmıřtır. Anket alıřması elden daęıtma ve yüz yüze anket teknięi yordamı ile gerçekleřtirilmiřtir. Anketler rneklem grubuna, daha az maliyetli, daha yüksek geri dönüřlü ve yanlıř anlama ve hata olasılıklarını yerinde ve ivedilikle giderme ihtimali nedenleri ile yüz yüze görüřülerek bizzat elden daęıtılmıř ve toplanılmıřtır.

Arařtırmanın hipotezlerini test edebilmek için kurumsal itibar yönetimi leęi ile kurumsal ve bireysel kariyer yönetimi kullanılmıřtır. Elde edilen veriler faktör, güvenilirlik, baęımsız örneklemeler için t-testi (independent samples t-test), tek yönlü varyans analizi (one way anova), korelasyon ve regresyon analizlerine tabi tutulmuřtur.

Sonuç olarak kurumsal itibarın kurumlara avantaj saęladığı ve eęitim kurumlarının sundukları hizmetin dięer ticari kurumlardan farklı olduęundan dolayı bireylerin algılarına önem verilmesi gerektięi anlařılmıřtır. Kurumsal itibar yönetimi sürecinde bireylerin algılarını yönlendirmek için kariyer yönetimi ile beraber süreci yönetmek gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: İtibar, kurumsal itibar, kariyer, kariyer yönetimi.

КЫСКАЧА МАЗМУНУ

Даярдаган	: Мурат Авжы
Университет	: Кыргыз-Түрк «Манас» университети
Багыты	: Менеджмент
Иштин сыпаты	: Магистрдик диссертация
Беттердин саны	: XXI +182
Бүтүрүү датасы	: 28/ декабрь/ 2017
Илимий жетекчи	: PhD., доц. Хасан Гүл

КОРПОРАТИВДИК РЕПУТАЦИЯНЫН КАРЬЕРАНЫ БАШКАРУУГА ТИЙГИЗГЕН ТААСИРИ: КЫРГЫЗ-ТҮРК «МАНАС» УНИВЕРСИТЕТИНИН МИСАЛЫНДА

Репутация, мурда эл ичинде сый-урматка ээ болгон адам үчүн гана колдонулса, кийинчерээк бизнес чөйрөсүндөгү мекемелер (фирма, ишканалар) үчүн да колдонула баштады. Уюм же топтор үчүн корпоративдик репутация деп аталган термин, мааниси жагынан алып караганда, тарапташтардын мекеме тууралуу ой-пикирлеринин жалпы тутуму болуп эсептелет. Иш чөйрөсүндө термин катары жаңы гана адабиятка киргени менен, дүйнөдө бир топ мекеме тарабынан кеңири колдонула баштады. Буга кошумча, мекемелердин репутациясынын өлчөө үчүн эл аралык аренада репутация анализдерин жүргүзгөн бир нече фирмалар да ачылды. Атаандаштык күн санап өскөн сайын, мекемелер, башкалардан өзгөчөлөнүү, кардарларга кызмат көрсөтүү жана өндүрүлгөн товарларды жакшыртуу мекеменин репутациясы менен түздөн-түз байланышы бар экенин акырындап терең түшүнө башташты. Ошондуктан мекемелер репутацияны көтөрүүгө көңүл буруп, иш чөйрөсүндө тарапташтарынын жана коомчулуктун кызыкчылыктарына көбүрөөк көңүл бөлүүдө.

Корпоративдик репутацияны туура башкаруунун дагы бир пайдасы, мекемеге билимдүү жана жөндөмдүү кадрлардын келүүсүн шарттайт. Анткени адамдар иш ордунда карьералык өсүүнү каалашкандыктан, жумушка кирип жатканда буга мүмкүнчүлүк түзгөн мекемелерди тандашат. Репутацияны башкаруу процессинде мекемелер, кызматкерлерине түзгөн шарттарына карата, дайыма талап кылынган

мекемеге айлана алышат. Мекемелер ички тарапташтарынын репутациясын башкара алса гана ийгиликке жетишет.

Диссертациялык иштин максаты, уюмдук репутацияны башкаруу менен жеке карьералык пландоо факторлорунун бири-бирине болгон таасирлерин изилдөө болуп саналат. Бул алкакта изилдөөнүн чоң тобун, Кыргыз-Түрк “Манас” университетинин 778 академиялык жана администрациялык кызматкерлери түзөт. Бирок, чоң топко сурамжылоо жүргүзүү үчүн каражат жана убакыт тартыш болгондуктан, изилдөөнүн чакан тобу катары 350 кызматкер тандалып алынган. Коомдук илимдерде кабыл алынган % 0,05 ката менен, 778 кишиден болгон чоң тобун ичинден чакан тобун түзгөн 257 киши жетиштүү болуп саналат. Маалымат жыйноо үчүн сурамжылоо ыкмасы колдонулду. Сурамжылоо бетме-бет маек жана колдон колга таратылды. Себеби, бетме-бет маек туура эмес түшүнүү, ката толтуруу сыяктуу кемчиликтерди кетируүнүн алдын алып, каражат жагынан кыйла үнөмдүү болуп эсептелет.

Изилдөөдө белгиленген гипотезаларды сыноо үчүн, сурамжылоо формасы, корпоративдик репутацияны башкаруу масштабы жана уюмдук, жеке карьералык башкаруу масштабынан турган беш пунктуу Лайкерт шкаласынын негизинде түзүлдү. Анкета жыйынтыктары, фактордук, ишенимдүүлүк, көз карандысыз үлгүлөр үчүн t-тест, бир багыттуу дисперция анализи, регресс жана корреляция анализдеринин негизинде каралды.

Изилдөөнүн жыйынтыгында, корпоративдик репутация, мекемеге пайда алып келүү менен гана чектелип калбай турганын, билим берүү жайлары тарабынан көрсөтүлгөн кызматтар башка мекемелердикинен башкача болгондуктан алар адам ресурстарын кабылдоолоруна дагы жакшылап маани берүүлөрү керек экендигин көрүүгө болот. Корпоративдик репутацияны башкарууда адамдардын кабыл алууларын башкаруу үчүн карьералык башкаруу процесси активдүү түрдө жетектелиши керек.

Ачкыч сөздөр: Репутация, корпоративдик репутация, карьера, карьералык башкаруу.

АБСТРАКТ

Подготовил	: Мурат Авджи
Университет	: Кыргызско-Турецкий университет "Манас"
Направление	: Менеджмент
Вид исследования	: Магистерская диссертация
Количество страниц	: XXI +182
Дата окончания	: 28/ декабрь/ 2017
Научный руководитель	: PhD., доцент Хасан Гүл

ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ РЕПУТАЦИИ НА УПРАВЛЕНИЕ КАРЬЕРОЙ: НА ПРИМЕРЕ КТУ "МАНАС"

Понятие «репутация», используемое при упоминании уважаемых в обществе личностей, в наши дни употребляется и в деловой сфере, характеризуя различные организации. Репутация организации, именуемая «корпоративной репутацией», определяется как комплекс общих взглядов и мнений заинтересованных сторон об этой организации. Несмотря на то, что это понятие сравнительно новое, оно быстро принялось среди многих организаций по всему миру. Кроме того существует множество структур, ведущих исследования на международной арене в целях измерения корпоративной репутации. В условиях мировой глобализации и растущей конкуренции организации усвоили всю важность влияния репутации на конкурентоспособность и спрос на товары и услуги. Они стали уделять внимание на свою репутацию, а также заботиться об отношениях в деловой и общественной сфере.

Другое преимущество в управлении репутацией состоит в привлечении квалифицированных и способных личностей в организацию. Люди выбирают организации, предлагающие им хорошие карьерные возможности. Организации становятся преимущественными организациями, благодаря тому, что в процессе управления репутацией они предоставляют своим сотрудникам различные преимущества и подходящую рабочую обстановку. Организации будут успешными, если будут уметь управлять восприятием репутации у своих внутренних заинтересованных сторон.

Целью данной работы является исследование влияния управления корпоративной репутацией на корпоративное и индивидуальное планирование карьеры. Исследовательскую популяцию представляли 778 преподавателей и административных

сотрудников Кыргызско-Турецкого университета «Манас». Однако в связи с ограниченными временем и бюджетом охватить всю популяцию исследования не представилось возможным, поэтому методом простой выборки для образца исследования послужили 350 сотрудников. В исследованиях социальных наук, в которых допустима 0,05 %-ная погрешность, из 778 человек исследовательской популяции для образца выборки было бы вполне достаточно и 257 человек. Методом сбора данных было выбрано анкетирование. Анкетирование проводилось персональной раздачей анкет вручную. Такая процедура раздачи и сбора анкет из рук в руки, лицом к лицу с анкетлируемыми способствовала уменьшению расходов бюджета, увеличению количества возвращённых заполненных анкет, а также давала возможность быстро устранить неясности и ошибки при заполнениях анкет сразу на месте.

Для проверки гипотез исследования были использованы системы измерения управления корпоративной репутацией, управления корпоративной и индивидуальной карьерой, которые в анкете были градуированы по 5-ти значной шкале Ликерта. Полученные данные анализировались по параметрам: фактор, надежность, t-тест для независимых образцов (independent samples t-test), анализ односторонней дисперсии (one way anova), корреляционный и регрессионный анализы.

В результате данного исследования, проведённого в стенах Кыргызско-Турецкого университета «Манас», было выявлено, что корпоративная репутация обеспечивает преимуществами организации; и так как услуги, предоставляемые образовательными учреждениями очень отличаются от услуг других коммерческих учреждений, то первым необходимо уделять больше внимания восприятию и мнениям личностей. В рамках управления корпоративной репутацией для того, чтобы влиять и направлять восприятие людей, необходимо также эффективно использовать процесс управления карьерой.

Ключевые слова: Репутация, корпоративная репутация, карьера, управление карьерой.

ABSTRACT

Author	: Murat AVCI
University	: Kyrgyz Turkish Manas University
Department	: Management
Research Type	: Master Thesis
Number of Pages	: XXI +182
Graduation Date	: 28/ December/ 2017
Supervisor	: Assoc. Prof. Dr. Hasan GUL

THE IMPACT OF CORPORATE REPUTATION ON CAREER MANAGEMENT: AN EXAMPLE OF KTMU

The concept of reputation has been used mainly for respected people in the society, but nowadays it is also being used for organizations in the business world. The notion called corporate reputation for organizations is known as the sum of views and opinions of their stakeholders. In spite of being a new concept it has been quickly adapted by various organizations in the world. Many international institutions have been offering their services in order to measure and research corporate reputation. In the global world where competitiveness has been increased, the influence of reputation in making themselves different from competitors and providing people to prefer their products and services had become very crucial for organizations. Nowadays organizations are being aware of an importance of corporate reputation and paying more attention to their business stakeholders and social relations.

Another advantage of reputation management is hiring qualified and skilled human resources to an organization. Individuals prefer companies which offer them good career opportunities in their work lives. Through the process of reputation management organizations are becoming the most preferred among others by giving various advantages and better working environment. As long as organizations are controlling the perception of reputation of their inner stakeholders they will be successful.

This dissertation is pursuing to research the effects of corporate reputation management on corporate career management and individual career planning. Total 778 academic and administrative personnel of “Kyrgyz-Turkish Manas University” are the population of this research. However, as it takes a lot of time and finance to reach all the universe, main focus of this thesis include 350 personnel among them, chosen with simple sampling method. The sample size to represent the universe of 778 people according to the

0.05% error margin accepted for the social sciences is sufficient with 257 people. The survey technique has been used as a method of data collection. The questionnaires have been handed and filled face to face. The questionnaires have been handed to the research group in this way for reasons of less cost, higher return, and the possibility of correcting mistakes and to eliminate misunderstandings about questions the survey was conducted right on the place and face to face.

The 5 Likert scale has been prepared as the corporate reputation management and corporate and individual career management measurement system in order to test the hypothesis of the research. The obtained data were subjected to factor, reliability, independent samples t-test, one way ANOVA, correlation and regression analyzes.

To conclude, the result which was obtained in research at “Kyrgyz-Turkish Manas University” is that the corporate reputation provides advantages for organizations, and because the services offered by educational institutions are different from other commercial institutions, first ones should invest more on individual’s perception. In order to well direct the human perceptions through the career management first of all, the process of corporate reputation management should be effectively conducted.

Key words: Reputation, corporate reputation, career, career management.