

İtibar Araştırmaları Merkezi

RepMan

Reputation Research Center

Türkiye'nin En
İtibarlı Şirketleri
Ve
Sektörlerin İtibarı

Arařtırma Künyesi

RepMan Türkiye İtibar Endeks Puanları,

2011 senesinde,

➤Türkiye halk geneli

Türkiye'nin 7 coğrafi bölgesini temsilen 15 ilde yüz yüze görüşme yöntemi ile **13.247** kişi ile gerçekleştirilen görüşmeler baz alınarak hazırlanmıştır.

➤Kanaat  nderleri

Medya mensupları, Sivil Toplum Kuruluşları, Akademisyenler, Bürokratlar, Milletvekilleri, Sendikalar, Ticari Odalar, Meslek  rg tleri ve İř Dünyasından yöneticiler ile randevulu yüz yüze görüşme yöntemi kullanılarak **978** kişi ile gerçekleştirilen görüşmeler baz alınarak hazırlanmıştır.

Bulgular,

➤Türkiye halk geneli

Holdingle, Akaryakıt, Bankacılık, Dayanıklı Tüketim, Hızlı Tüketim, İnaaat, LPG Gaz, Otomotiv, Perakende, Telekomünikasyon, Ulaşım (havayolları) ve Ulaşım (karayolları) olmak üzere **11 sektör ve holdingler**  zerinden toplamda **110 kurumun** itibar endeks puanları hesaplanarak elde edildi.

➤Kanaat  nderleri

Holdingle, Akaryakıt, Bankacılık, Dayanıklı Tüketim, Enerji, Hızlı Tüketim, İlaç, Otomotiv ve Telekomünikasyon, olmak üzere **8 sektör ve holdingler**  zerinden toplamda **55 kurumun** itibar endeks puanları hesaplanarak elde edildi.

RepMan İtibar Endeksi

İtibar, beğeniden oldukça farklı bir göstergedir.

İtibar,

- Tanınma
- Yönetim Kalitesi
- Ürün / Hizmet Kalitesi
- Çalışan Markası
- Finansal Sağlamlık
- Kurumsal Sorumluluk
- Duygusal Bağlılık

olmak üzere 7 faktörde şirketlerin gösterdiği performansları ile hesaplanan bir takdir-güven göstergesidir.

•Endeks hesaplanırken ana boyutlar üzerinden faktör analizi yapılarak en yüksek varyansı yakalayan birinci faktör elde edilmektedir. Birinci faktör onu oluşturan ana boyutlardaki bilgiyi maksimum ölçüde taşıyan birleşik bir endekstir. Endeks puanı, ortalaması sıfır olan standardize bir değişken olarak hesaplanmakta olup 0 - 100 arasında ifade edilmektedir.

Halk ve Kanaat Önderleri Nezdinde Türkiye Şirketler Ortalaması

İtibar Araştırmaları Merkezi

RepMan

Reputation Research Center



HALK

KANAAT ÖNDERLERİ

66.9



Türkiye'nin En İtibarlı Şirketleri

Halk ve Kanaat Önderleri Nezdinde Türkiye'nin En İtibarlı Şirketleri



HALK			KANAAT ÖNDERLERİ		
1	Mercedes-Benz Türk	80.7	1	Microsoft	80.9
2	Türk Hava Yolları	80.3	2	Mercedes-Benz Türk	79.3
3	Arçelik	79.1	3	Koç Holding	77.7
4	Ülker	78.6	4	Türk Hava Yolları	77.1
5	BMW	78.1	5	Eti	76.1
6	Sabancı Holding	75.1	6	Turkcell	75.9
7	Coca-Cola	74.7	7	Procter and Gamble	75.5
8	Pınar	74.5	8	BMW	74.5
9	Eti	74.1	9	Unilever	74.3
10	Koç Holding	72.4	10	Sabancı Holding	74.2



Türkiye Halk Geneli Nezdinde Sektörler İtibar Sıralaması

1	Hızlı Tüketim	65.5
2	Perakende	63.5
3	Ulaşım (Karayolları)	63.1
4	Telekomünikasyon	62.3
5	Dayanıklı Tüketim	60.8
6	Akaryakıt	60.4
7	Otomotiv	59.3
8	Ulaşım (Havayolları)	58.0
9	Bankacılık	56.2
10	Holdingleler	55.7
11	İnşaat	55.6

*Halk geneli nezdinde toplam 11 sektör sorgulanmıştır.



Türkiye Kanaat Önderleri Nezdinde Sektörler İtibar Sıralaması

1	Holding	70.9
2	Telekomünikasyon	68.6
3	Otomotiv	66.9
4	Akaryakıt	64.7
5	Bankacılık	62.7

*Kanaat Önderleri nezdinde toplam 5 sektör sorgulanmıştır.



Halk ve Kanaat Önderleri Nezdinde

Şirketlerin/Holdinglerin İtibarını Etkileyen Performans Alanları

İtibar Araştırmaları Merkezi

RepMan

Reputation Research Center

İtibarı Etkileyen Performans Alanları Nelerdir?

Yönetimsel Özellikler

Ürün / Hizmet Kalitesiyle İlgili Özellikler

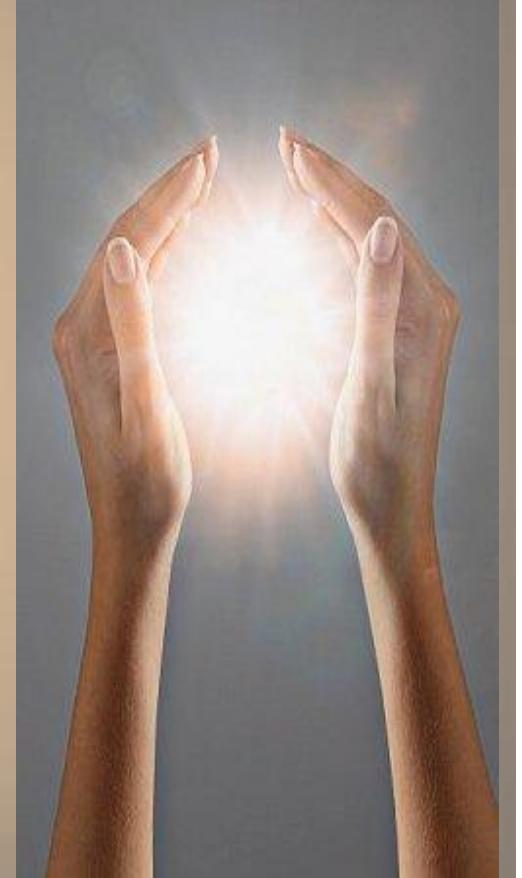
Çalışanlarla İlgili Özellikler

Finansal Sağlamlıkla İlgili Özellikler

Sosyal Sorumluluklarla İlgili Özellikler

Duygusal Bağlılık

Tanınma



Halk ve Kanaat Önderleri Nezdinde

Şirketlerin/Holdinglerin İtibarını Etkileyen Performans Alanları

İtibar Araştırmaları Merkezi

RepMan

Reputation Research Center

TÜRKİYE GENELİ	HALK	KANAAT ÖNDERLERİ
Yönetimsel Özellikler	2	2
Ürün / Hizmet Kalitesi	3	1
Çalışanlarla ilgili Özellikler	1	3
Finansal Sağlamlık	6	4
Sosyal Sorumluluklar	4	6
Duygusal Bağlılık	5	5
Tanınma	7	7

Etki sıralamasında “1” itibarı en güçlü etkileyen ana boyutu ifade ederken, “7” itibarı en az etkileyen ana boyutu temsil etmektedir.

Halk ve Kanaat Önderleri Nezdinde

Şirketlerin/Holdinglerin Performans Alanlarının İyileştirme Sıralaması

İtibar Araştırmaları Merkezi

RepMan

Reputation Research Center

TÜRKİYE GENELİ	HALK	KANAAT ÖNDERLERİ
Yönetimsel Özellikler	5	1
Ürün / Hizmet Kalitesi	2	3
Çalışanlarla ilgili Özellikler	4	4
Finansal Sağlamlık	7	6
Sosyal Sorumluluklar	6	5
Duygusal Bağlılık	3	2
Tanınma	1	7



İyileştirme sıralamasında “1” en öncelikli iyileştirme alanını ifade ederken, “7” son iyileştirme alanını temsil etmektedir.

Halk ve Kanaat Önderleri Nezdinde

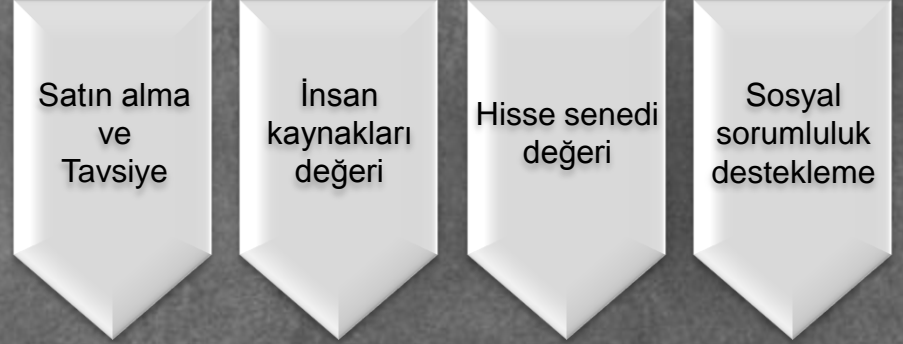
Şirketlerin/Holdinglerin İtibarı ile Sonuçları Arasındaki İlişki

İtibar Araştırmaları Merkezi

RepMan

Reputation Research Center

İş sonuçları



İtibarı etkileyen alanlar

- 1 Yönetim Kalitesi
- 2 Ürün / Hizmet Kalitesi
- 3 Çalışan Markası
- 4 Finansal Sağlamlık
- 5 Kurumsal Sorumluluk
- 6 Duygusal Bağlılık

