

**2014 Senesi Akaryakıt Sektörü**  
**İtibar Yönetimi Performans Değerlendirmesi**

*“Akaryakıt Sektöründe İtibar Kaybı..”*

RepMan İtibar Araştırmaları Merkezi tarafından GfK araştırma şirketi sponsorluğunda gerçekleştirilen “Türkiye Halk Geneli Sektörler İtibar Yönetimi Performans Değerlendirmesi Araştırması” Ağustos ayında Akaryakıt Sektörü’nün sonuçlarını açıklıyor.

Araştırma Haziran-Temmuz 2014 tarihleri arasında tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılarak Türkiye’de 7 coğrafi bölgede, 15 ilde kentte yaşayan halkı temsil eden 1.200 kişi ile yüz yüze görüşülerek gerçekleştirilmiştir.

Araştırma kapsamında sektörün %70’den fazla gücünü oluşturan 11 akaryakıt sektörü şirketi ve benchmarkının itibar yönetimi performansı sorgulanmıştır.

Alpet	Opet
Ay Temiz	Petrol Ofisi
Balpet	Shell
BP	Total
Kadoil	Türkiye Petrolleri
Lukoil	

*şirketler alfabetik sıraya göre sıralanmıştır.*

**BENCHMARK** Nedir? Benchmark tek bir şirket değildir, ütopyk bir şirkettir. Görüşülen her bireyin kendi algısında “en beğendiği” şirketlerler karmasıdır. Her birey tarafından belirtilen şirket değerlendirmeye alınır ve benchmark performans skoru bu şirketlerin ortalamasıyla elde edilir. Akaryakıt sektörü benchmarkını bulmak için soru aşağıdaki içerikte sorulmuştur.

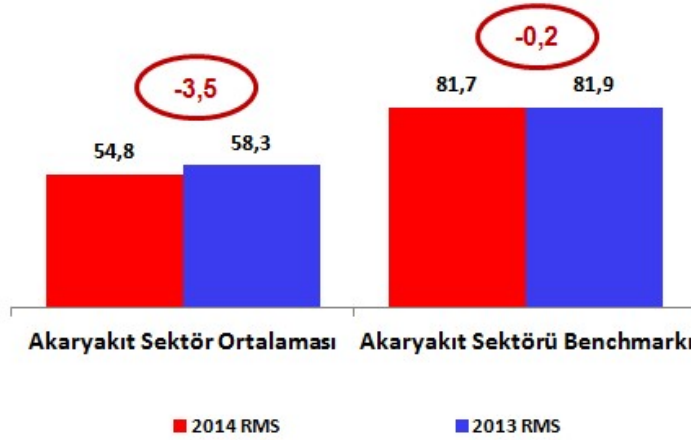
“Lütfen Türkiye’de veya dünyada bildiğiniz tüm **akaryakıt şirketlerini** düşününüz. En çok beğendiğiniz/ takdir ettiğiniz şirketin hangisi olduğunu lütfen söyleyebilir misiniz?”

## Akaryakıt Sektöründe İtibar Kaybı..

Akaryakıt sektörünü temsil eden 11 şirket üzerinden hesaplanan sektörün itibar yönetimi performans skoru (RMS) geçen sene 58,3 iken 2014 senesinde 3,5 puan gerileyerek 54,8 puana düşmüştür. Geçen sene elde edilen skor sektörün 60-70 arası orta düzey denilen ve itibar için farkındalık oluşumunun sağlandığı puan aralığına yaklaştığı sinyali verirken, bu sene gerileyerek elde edilen 54,8'lik puan zayıf itibarda kalındığını gösterdi.

İtibar Skoru	0-49	50-59	60-69	70-79	80-89	90-100
İtibar...	Çok zayıf	Zayıf	Orta	Güçlü	Çok güçlü	Mükemmel

## Akaryakıt Sektörü İtibar Yönetimi Performansı Son 2 Sene Karşılaştırması



RMS: İtibar Yönetimi Skoru

□ 2014-2013 senesi karşılaştırması, araştırma içerisinde yer alan 11 akaryakıt şirketi üzerinden hazırlanmıştır.

Sektörün puan kaybetmesinde, itibarı oluşturan 7 temel boyuttan özellikle üçünün etkili olduğu farkedilmektedir;

- Kurumsal Sosyal Sorumluluk
- Duygusal Bağlılık
- Tanınma

### 2014 - 2013 senesi Akaryakıt Sektörü İtibar Yönetimi Alanları Performans Değerlendirmesi

İtibar Yönetimi Ana Performans Alanları	Akaryakıt Sektörü Performans Skoru - 2014		Akaryakıt Sektörü Performans Skoru - 2013		Akaryakıt Sektörü Benchmark Performans Skoru - 2014
	FARK				
Yönetim Kalitesi	56,7	-3,1	59,9		84,9
Ürün / Hizmet Kalitesi	56,9	-1,7	58,6		84,1
Çalışan Markası	56,4	-1,5	57,9		83,8
Finansal Sağlamlık	55,6	-2,2	57,9		82,1
Kurumsal Sorumluluk	52,0	-5,5	57,5		78,6
Duygusal Bağlılık	51,1	-4,8	55,9		76,8
Tanınma	40,3	-4,1	44,4		83,2

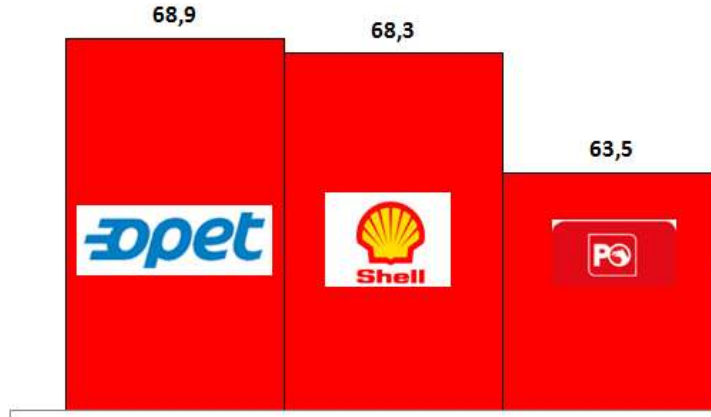
Akaryakıt sektörü 2012 senesinden 2013'e geçildiğinde 5,5 puanlık bir yükselme göstermişti ve bu yükselişte özellikle "Kurumsal Sosyal Sorumluluk" ve "Duygusal Bağlılık" ana boyutlarında gösterdiği başarılı performans çok etkili olmuştu. 65'in altında itibar yönetimi performansı olan sektörlerde/ şirketlerde gerçekleşen yükselmelerin sürekli olabilmesi için sürdürülebilir çalışmalar yapılması oldukça önemlidir. Eğer yükselmeyi sağlayan projeler/ çalışmalar sürdürülebilir ve beklentileri karşılayıcı yapıda olmazsa itibarın düşüşü de o denli hızlı olabilmektedir ve akaryakıt sektöründe bu durum hissedilmektedir.

## AKARYAKIT SEKTÖRÜNÜN İLK 3'Ü DEĞİŞMEDİ..

“OPET”, “SHELL”, “PETROL OFİSİ”

İlk 3'ü paylaşan şirketlerde dahil olmak üzere sektörün tüm şirketlerinin RMS kaybı yaşadığı görüldü de ilk 3'ü paylaşan Opet, Shell ve Petrol Ofisi sektör ortalamasının çok üzerinde aldıkları RMS'le sektörlerinin itibarını yükseltmede oldukça etkilidirler.

### Akaryakıt Sektörü 2014 senesi İtibar Yönetimi Performansı En Yüksek İlk 3 Şirket



İlk 3'ü paylaşan şirketlerin sektör ortalamasının çok üzerinde performans göstermesinin en önemli nedeni, itibarı oluşturan 7 temel boyutun 5'inde güçlü skorlar elde etmeleridir. Bu boyutlar;

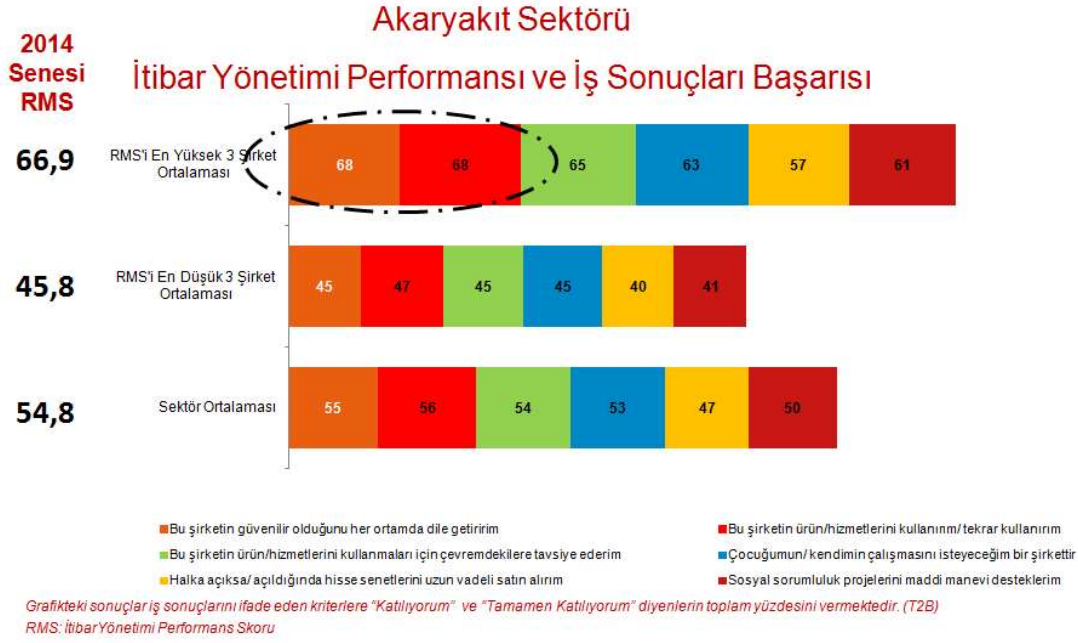
- Yönetim Kalitesi
- Ürün/ Hizmet Kalitesi
- Çalışan Markası ve Kalitesi
- Finansal Sağlamlılığı
- Tanınma

şeklindedir.

## İtibar Yönetimi Performansı "Satın Alınma" İş Sonucunda Etkisini Gösteriyor

Akaryakıt sektörünün elde ettiği itibar yönetimi performans skoru (RMS) ile iş sonuçları arasındaki ilişki incelendiğinde, itibarın özellikle "satın alınma eğiliminde" etkisini hissettirdiği görülmektedir.

RMS'si yüksek şirketlerin ürün/ hizmetlerini satın alma eğilimi diğer iş sonuçlarına göre daha yüksek puanlar almaktadır.



## Araştırmaya Yönelik Genel Bilgiler

Halk geneli nezdinde gerçekleştirilen, Türkiye'nin tek ve en geniş kapsamdaki "Sektörler İtibar Yönetimi Performans Değerlendirme Araştırması" RepMan İtibar Araştırmaları Merkezi ([www.repman.com.tr](http://www.repman.com.tr)) tarafından GfK Araştırma Şirketi'nin ana sponsorluğunda 2011 senesinden beri gerçekleştirilmektedir.

## RepMan İtibar Yönetimi Skoru (RMS)

RepMan İtibar Yönetimi skoru (RMS), kurumların yedi ana alandaki performanslarının ölçülmesi ile hesaplanmaktadır.



Yukarıda kutuların içerisinde yer alan ana boyutlar olmak üzere 7 faktörde şirketlerin gösterdiği performansları ile hesaplanan bir takdir-güven göstergesidir. İtibar düzeyi, endeks puanı olarak hesaplanmakta olup 0 - 100 arasında ifade edilmektedir.

## RepMan İtibar Yönetimi Skoru (RMS) nasıl okunmalıdır?

İtibar Skoru	0-49	50-59	60-69	70-79	80-89	90-100
İtibarı...	Çok zayıf	Zayıf	Orta	Güçlü	Çok güçlü	Mükemmel

65-70 arasında alınan itibar skoru "Kurum İtibar Yönetimi" için başlangıç noktası kabul edilebilir

Güçlü bir kurum itibar algısı için itibar skorunuzun en az 70 olması gerekmektedir

Türkiye'de ve dünyada "Benchmark" şirketlerin aldığı en yüksek itibar skoru 82-86 aralığındadır

**Detaylı bilgi almak istemeniz halinde proje sorumluları olarak bizlerle her zaman iletişime geçebilirsiniz.**

### Kontaklar:

Nuran AKSU - Araştırma Danışmanı – RepMan İtibar Araştırmaları Merkezi Danışma Kurulu Üyesi