

AKARYAKIT SEKTÖRÜNÜN İTİBAR YÖNETİMİ PERFORMANSI 2013

En Yüksek Şirketleri

Sektör İtibarını Güçlendiriyor..

Opet, Shell, Petrol Ofisi

İtibar Yönetimi Performansında Başarı için minimum 70 puana ulaşmak hedeflenmelidir..

Akaryakıt Sektörü İtibar Yönetimi Performansı Skoru

“65.8”

Türkiye halk geneli nezdinde 3. senesine girdiğimiz RepMan Sektörler İtibar Yönetimi Performans Değerlendirmesi Araştırmasında bu ay Akaryakıt sektörünü ele alıyoruz.

Akaryakıt sektörü RepMan araştırması, Temmuz 2013 döneminde Türkiye’nin 7 coğrafi bölgesini temsilen seçilmiş, 15 ilde Türkiye halk genelinde 1.246 kişi ile yüz yüze görüşme yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

2013 senesinde araştırmaya, Alpet, Aytemiz, Balpet, Kadoil, Lukoil şirketleri de dahil edilmiştir.

Araştırma kapsamında sorgulanan şirketler-2013	
• Alpet	• OPET
• Aytemiz	• Petrol Ofisi
• Balpet	• Shell
• BP	• Total
• Kadoil	• Türkiye Petrolleri
• Lukoil	•

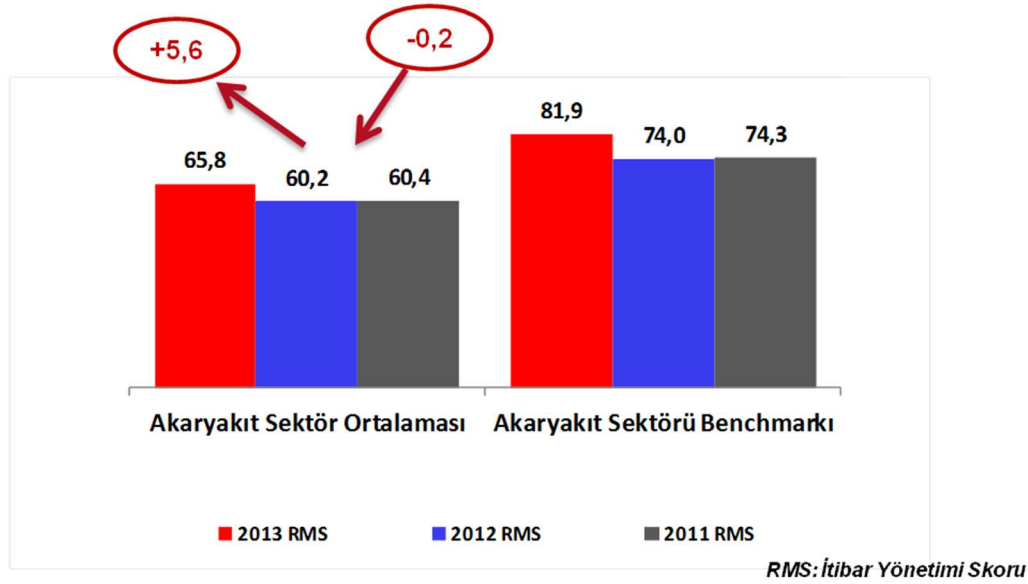
Şirketler alfabetik sıraya göre sıralanmıştır.

Akaryakıt sektöründe yer alan yukarıdaki şirketler dışında sektör benchmarkı da sorgulanmıştır. Sektör benchmarkı tek bir şirket değildir. Ütopik bir şirkettir. Görüşülen her bireyin kendi algısında “en beğendiği” şirketi ifade eder. Her birey tarafından belirtilen şirket değerlendirmeye alınır ve benchmark skorları bu şirketlerin ortalamasıyla elde edilir.

Akaryakıt Sektörünün İtibar Yönetimi Performansı En Yüksek Şirketleri Sektör İtibarını Güçlendiriyor..

Opet, Shell, Petrol Ofisi

Akaryakıt sektörünü geçen 2 sene ile karşılaştırarak* incelediğimizde sektörün itibar yönetim performansı 5.6 puan artarak 65,8'e yükseldiği görülmektedir. Bu yükselişte itibar ana boyutları içerisinde yer alan sektörün "tanınma", "kurumsal sosyal sorumluluk" ve "duygusal bağlılık" boyutlarındaki performans artışının daha etkili konular olarak ayrıştığı farkedilmektedir.



*2013 senesinde araştırmaya dahil edilen şirketler, sene bazlı karşılaştırmanın eşit şartlarda olabilmesi için sektör ortalamasına dahil edilmiştir.

2013 senesi Akaryakıt Sektörü İtibar Yönetimi Detay Performans Değerlendirmesi

İtibar Yönetimi Ana Performans Alanları	Akaryakıt Sektörü Performans Skoru - 2013		Akaryakıt Sektörü Performans Skoru - 2012	Akaryakıt Sektörü Benchmark Performans Skoru - 2013
Yönetim Kalitesi	67,1	+4,5	62,5	84,8
Ürün / Hizmet Kalitesi	65,9	+4,8	61,2	82,1
Çalışan Markası	65,7	+4,1	61,6	82,2
Finansal Sağlamlık	65,4	+2,5	62,9	81,7
Kurumsal Sorumluluk	64,7	+7,5	57,2	79,3
Duygusal Bağlılık	64,0	+6,3	57,7	80,4
Tanınma	62,7	+9,1	53,6	82,2

2013 senesinde araştırmaya dahil edilen şirketler, sene bazlı karşılaştırmanın eşit şartlarda olabilmesi için sektör ortalamasına dahil edilmiştir.

2013 senesinde akaryakıt sektörü kapsamında sorgulanan şirketlere, Alpet, Aytemiz, Balpet, Kadoil, Lukoil dahil edilmiştir. 2013 senesi değerlendirmesini bu şirketleri de dahil edilerek incelediğimizde, sektör itibar yönetimi performansının düşüş göstererek 58,3 aldığı görülmektedir.

Sektörün en yüksek ve en düşük itibar yönetimi performansına sahip şirketlerin itibar boyutlarındaki performansları incelendiğinde en büyük farkın;

- Tanınma
- Çalışan Markası Yaratmak
- Duygusal Bağlılık Yönetimi

boyutlarında olduğu görülmektedir.

Tanınma boyutundaki problemin kaynağını irdelediğimizde ise; en düşük itibar yönetimi performansını gösteren şirketlerin, tanınmanın ilk aşaması olan “bilinirlik” (isimlerinin bilinmesi) sürecini güçlendirememiş olmaları ayrıca “bilinirlik” aşamasını geçtikleri halk genelinde ise kurum markası (kurum hakkında daha fazla bilgi sahibi olmak) algısı oluşturamamış olmaları ile ilişkilendirilmektedir.

Çalışan Markası altında beklenen iyileştirme alanları;

- Çalışanların, işinde uzman, profesyonel, güvenilir olmaları,
- Çalışanlarının haklarını koruması, değer vermesi,
- Firmaya bağlı çalışanlar yaratılabilmesi

gibi konuları ifade ederken,

Duygusal Bağlılık boyutundaki iyileştirme alanları;

- Olmazsa eksikliği hissedilecek firmalardan biri olması,
- Ulusal ve yerel ekonomiye katkı sağlaması
- Toplumun kültürüne uygun davranması, değerlerini önemsemesi

gibi konuları ifade etmektedir.

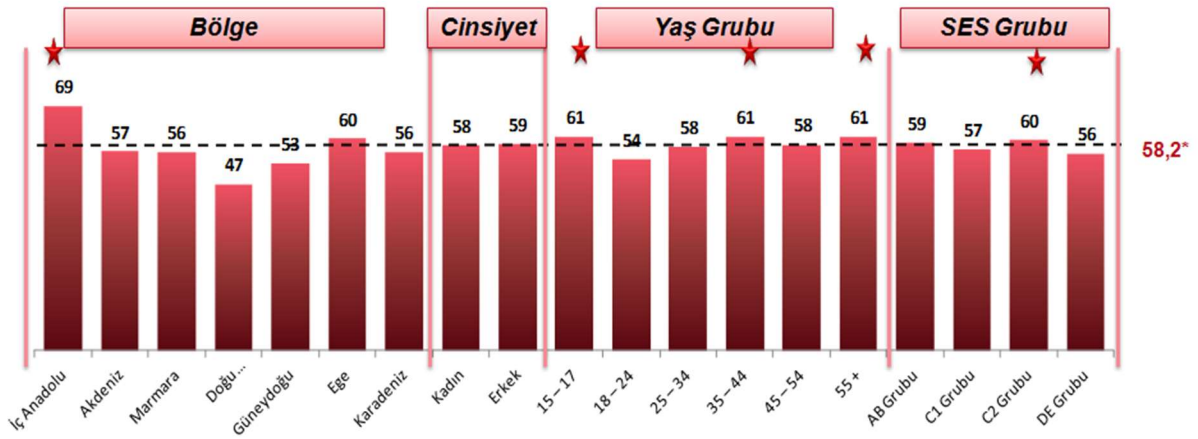
Akaryakıt sektörü şirketlerinin tüketici ve halk nezdindeki algısının oluşmasında en önemli mecra akaryakıt istasyonlarıdır. İstasyonların sahip olduğu özellikler ve istasyon çalışanlarının görüntüsü, tavır ve davranışları, sektör şirketlerinin itibar algısında çok büyük öneme sahiptir. Sektör güçlü perakende noktaları yapısı ile tüketiciye ulaşmada çok büyük bir güce sahiptir. Bu özelliği, tüketici ve halk nezdinde bilinirlik ve algısını çok ciddi etkilemektedir. Günlük ziyaret edilme frekansı çok yüksek olan bu sektör, istasyonlar üzerinden görsel algılarını daha iyi yönetmeli, çalışanları ile beklentileri karşılamalı ve kurum kültür ve değerlerini halka aktarmalıdır.

Akaryakıt sektörünün 2013 senesinde elde ettiği itibar yönetimi performans skorunu elde etmesinde özellikle;

- İç Anadolu Bölgesi'nde yaşayan halk geneli
- 15-17 yaş, 25-34 yaş ve 55 yaş ve üzeri halk geneli

tarafından daha yüksek skor verildiği görülmektedir.

2013 senesi Akaryakıt Sektörü Demografik Kırılımlar Bazında Değerlendirme

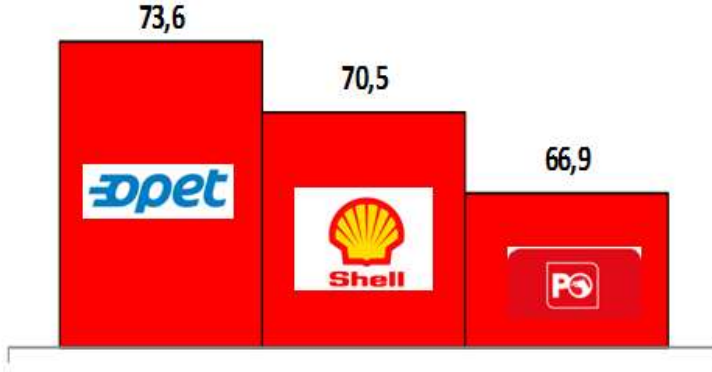


* Sorgulanan Akaryakıt şirketlerinin (RMS) itibar yönetimi skorlarının aritmetik ortalamasını ifade etmektedir.

Yukarıdaki grafik 2013 senesinde sorgulanan tüm akaryakıt şirketleri üzerinden hesaplanmıştır. (Şirketler alfabetik olarak; Alpet, Ay Temiz, Balpet, BP, Kadoil, Lukoil, Opet, Petrol Ofisi, Shell, Total, Türkiye Petrolleri şeklindedir.)

Akaryakıt Sektörünün En İtibarlı Şirketleri “Yönetim Kaliteleri” ile Fark Yaratıyor..

Akaryakıt sektörünün itibar yönetimi performansı en yüksek 3 şirketi Opet, Shell ve Petrol Ofisi şeklinde sıralanmaktadır.

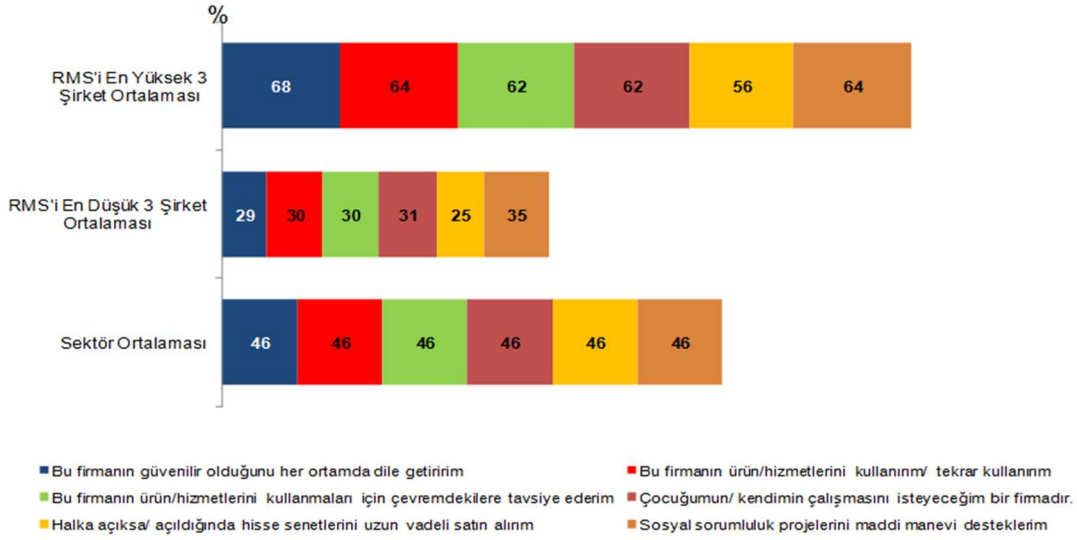


Sektörün itibar yönetimi performans skoru en yüksek olan 3 şirketin özellikle “Yönetim Kalitesi” (Gelecek vaadeden şirket olması, lider olmaları, yüksek teknoloji ve inovasyon gücüne sahip olmaları, etik, adil, şeffaf şirket olmaları gibi) boyutunda çok güçlü performans sergiledikleri görülmektedir.

Sektörün itibar yönetimi performans skoru (RMS) en yüksek ve en düşük 3 şirketi iş sonuçları kapsamında karşılaştırdığımızda, itibar yönetimi performansı yüksek olan şirketlerin ciddi oranda iş sonuçlarında daha başarılı olduğu görülmektedir.

Sektör genelini değerlendirdiğimizde de, itibar yönetimi performansına paralel olarak, halk geneli nezdinde iş sonuçlarında da performansın düşük olduğu farkedilmektedir.

Akaryakıt Sektörü İş Sonuçları Başarısı



Grafikteki sonuçlar iş sonuçlarını ifade eden kriterlere "Katılıyorum" ve "Tamamen Katılıyorum" diyenlerin toplam yüzdesini vermektedir. (T2B)

RMS: İtibar Yönetimi Performans Skoru (Reputation Managemenet Score)

İş Sonuçları grafiğinde yer alan sektör ortalaması, 2013 senesinde sorgulanan tüm akaryakıt şirketleri üzerinden hesaplanmıştır. (Şirketler alfabetik olarak; Alpet, Ay Temiz, Balpet, BP, Kadoil, Lukoil, Opet, Petrol Ofisi, Shell, Total, Türkiye Petrolleri şeklindedir.)

Araştırma Künyesi ve Kurgusu Hakkında Bilgiler;

Araştırma, Akaryakıt sektörünü ve pazarının gücünü %70’den fazla oranda temsil edebilecek şirketleri inceleyerek gerçekleştirilmiştir. Bir sektörün itibarını parçalarının yani o sektörü oluşturan şirketlerin algı ve itibarının oluşturduğu baz alınarak önce şirketlerin algısı ve itibarı bulunmuş, şirketlerin oluşturduğu algı ve itibar yönetimi performansı ortalaması ile sektör itibarı bulunmuştur.

2013 senesi Akaryakıt sektörü itibar yönetimi araştırması, Temmuz 2013 döneminde Türkiye’nin 7 coğrafi bölgesini temsilen seçilmiş, 15 ilde Türkiye halk genelinde 1.246 kişi ile yüz yüze görüşme yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın geçmiş sene çalışmaları, aynı örneklem yapısı ve görüşme yöntemi uygulanmak üzere, gerçekleştirilmiştir.

Benchmark Belirleme Sorusu: Lütfen Türkiye’de veya dünyada bildiğiniz **Akaryakıt Sektöründeki** tüm şirketleri düşününüz. En beğendiğiniz şirketin hangisi olduğunu ve bu şirketi ne derece tanıdığınızı ve ne derece beğendiğinizi lütfen elinizdeki karta bakarak söyleyebilir misiniz?

Araştırmaya Yönelik Genel Bilgiler

RepMan İtibar Araştırmaları Merkezi (www.repman.com.tr) tarafından GfK Araştırma Şirketi’nin (www.gfk.com) ana sponsorluğunda 2011 senesinden beri gerçekleştirilen Türkiye Halk Geneli nezdinde Sektörler İtibar Araştırması 2013 senesinde de devam etmektedir.

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 araştırma ekibi olarak bizlerle her zaman iletişime geçebilirsiniz.

Kontaklar:

Nuran AKSU - Araştırma Danışmanı – RepMan İtibar Araştırmaları Merkezi Danışma Kurulu Üyesi
nuran.aksu@gfk.com +90 554 318 77 22 - +90 212 368 07 00

Zafer NATAN
İtibar Araştırmaları Uzmanı
zafer.natan@gfk.com +90 212 368 07 00