



Received / Makale Geliş Tarihi 09.02.2025
Published / Yayınlanma Tarihi 30.04.2025
Volume (Issue) Cilt (Sayı) 9 (53)
pp / ss 276-289

Review Article / Derleme Makalesi
10.5281/zenodo.15319581
Mail: editor@pejoss.com

Dr. Adnan Dede
<https://orcid.org/0000-0002-8838-6205>
Dede Bağımsız Denetim A.Ş. İstanbul-TÜRKİYE

Muhasebe İşletmelerinde Kurumsal Kimliğin, Yetenek Yönetimi Uygulamalarına Etkileri The Effects of Corporate Identity on Talent Management Practices in Accounting Organisations

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, muhasebe işletmelerinde kurumsal kimliğin, yetenek yönetimi uygulamalarına etkilerini incelemektir. Bu kapsamda, kurumsal kimlik, yetenek yönetimi, iş verimliliği, denetim, verilerin güvenliği, kurum itibari, işletme sürekliliği kavramları tanımlanmış; yetenek yönetimi boyutları başlığı altında ise kariyer gelişimi, kararlara katılma, uzmanlık, vizyon, misyon kalite konuları incelenmiştir. Son olarak kurumsal kimliğin; Rekabet üstünlüğüne, yetenekli personel sağlamaya, işletme performansına, çalışan motivasyonuna ve işletmenin sürekliliğine olan etkileri alandaki diğer araştırma sonuçları karşılaştırarak izah edilmiştir.

Çalışmanın raporunun hazırlanmasında ikincil kaynaklar taranarak alanda ilgili araştırmalar, tezler, kitaplar, raporlar, internet kaynaklarından yararlanılmış ve alanda daha önce yapılan araştırmaların sonuçlarından yararlanılarak karşılaştırmalar yapılmış elde edilen bilgiler; işletmelerin, kurumların, araştırmacıların ve konu ile ilgili tüm tarafların bilgisine sunulmuştur. Kurumsal kimlik oluşturan ve piyasalarda iyi bir itibara sahip olan işletmeler, müşteri memnuniyeti, yetenekli personel, pazar payı, çalışan performansı, hizmet kalitesi, karlılık ve süreklilik açısından önemli avantajları elde edebilmektedir. Bu kapsamda muhasebe işletmelerinin küresel piyasalarda diğer işletmelerle rekabet edebilmesi için kurumsallaşmanın gereği kurumsallaşmaya, kurumsal kimlik oluşumuna, yetenekli personel istihdamına, kurumsal itibarın artmasına ve rekabet üstünlüğü sağlayacak çalışmalara önem vermesi gerektiği gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Kimlik, İş Verimliliği, Güvenirlilik, Yetenek Yönetimi, Süreklilik.

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the effects of corporate identity on talent management practices in accounting firms. In this context, the concepts of corporate identity, talent management, work efficiency, audit, data security, corporate reputation, business continuity are defined; career development, participation in decisions, expertise, vision, mission quality issues are examined under the title of talent management dimensions. Finally, the effects of corporate identity on competitive advantage, providing talented personnel, business performance, employee motivation and business continuity are explained by comparing other research results in the field.

In the preparation of the report of the study, secondary sources were scanned and related researches, theses, theses, books, reports, internet sources were used and comparisons were made by using the results of previous researches in the field and the information obtained was presented to the information of enterprises, institutions, researchers and all parties related to the subject. Businesses that create a corporate identity and have a good reputation in the markets can achieve significant advantages in terms of customer satisfaction, skilled personnel, market share, employee performance, service quality, profitability, and continuity. In this context, it has been observed that in order for accounting enterprises to compete with other enterprises in global markets, they should give importance to institutionalisation, corporate identity formation, employment of talented personnel, increase of corporate reputation and studies that will provide competitive advantage.

Anahtar Kelimeler: Corporate Identity, Work Efficiency, Reliability, Talent Management, Continuity.

1. GİRİŞ

Bu çalışmanın muhasebe işletmelerinde kurumsal kimliğin, yetenek yönetimi uygulamalarına etkilerini incelemektir. Bu kapsamda, çalışmanın araştırma soruları; kurumsal kimlik oluşumu, işletmelerin rekabet üstünlüğünü etkiler mi? Kurumsal kimlik oluşumu, işletmelerin yetenekli personel istihdamını etkiler mi? Kurumsal kimlik oluşumu, muhasebe işletmelerinin performansını etkiler mi? Kurumsal kimlik oluşumu, çalışanların motivasyonunu etkiler mi? Kurumsal kimlik oluşumu, muhasebe işletmelerinin sürekliliğini etkiler mi? şeklinde sıralanabilir. Muhasebe işletmelerinin kurumsallaşmaları, kurumsal kimlik, kurumsal itibar, işletme kültürü, örgüt felsefesi gibi temel süreçlerin oluşmasına önemli destekler sağlamaktadır. Rekabetin küreselleştiği iş dünyasında muhasebe meslek başarılı olabilmeleri için kurumsallaşmaları, yetenekli çalışanları sürekli bir şekilde geliştirmeleri ve istihdam politikalarında yetenekli personeli işletme bünyesine kazandırmaları gerekmektedir.

KK, işletmelerin özgü kişiliği ve davranışları temsil etme şekilleri ile ilgili her şey olarak tanımlanmaktadır. İşletme vizyonu, misyonu, yönetim anlayışı, pazar payı, müşteri memnuniyeti, rekabet üstünlüğü, ürün kalitesi, sürekliliğin sağlanması, yönetimin başarısı, çalışanları motivasyonu gibi birçok değer işletmelerin KK'si ile ilgili olmaktadır. Kurumsallaşma uygulamaları ne derecede etkili ve verimli yapılırsa ise KK süreci de o derecede etkili ve verimli olarak gelişimi sürdürmektedir (Dönmez, 2009). Kurumsal itibarı devam ettirebilmek için faaliyetlerde tutarlı olunması, gerçekleştirilen işlemlerin açıkça anlatımı, iç denetimlerin sürekliliği, etik kurallara uyulması, sözleşme şartlarının yerine getirilmesi ve istikrarlı bir yapının sürdürülmesi gerekmektedir. Bu bağlamda bir kurumsal imaja sahip olan, faaliyet sonuçlarını tüm ilgili paydaşlarla paylaşan, hizmet kalitesini sürdüren ve ortak amaçlar etrafında çalışanlarıyla bütünleşen işletmeler, piyasadaki paylarını artırabilmektedirler. Dolayısıyla KK'yi en doğru şekilde yöneten ve ortaya koyan işletmelerin itibarı olumlu etkilenebilmektedir. İşletmeler piyasada olumlu bir imajı elde edebilmek amacıyla kimliklerini açık şekilde belli ederken, uzun vadede olumlu itibarı da elde etmenin planlarını yapmak durumundadırlar (Ergenç, 2010). Bir işletme güçlü kurumsal itibarı ile çalışanlarının, ortaklarının ilk tercihleri haline gelebilmekte ve birçok konuda rekabet avantajı elde edebilmektedir. İşletmeler kurumsal yapısındaki farklılıkları, çalışanlarına, yatırımcılara, topluma ve tüketicilere doğru biçimde anlatabilmeli ve kurumsal imajın piyasadaki güçlü bir şekilde oluşmasına katkı sağlamalıdır (Duygun, 2015).

Kurumsal Kimlik (KK) işletmelerinin piyasalardaki tanınırlığı açısından önemli rol oynamaktadır. Bu bağlamda hizmetler, logo ve diğer tanıtım medyaları şekliyle uygulanan işletmelerinin kimliği ile karakteri KK ile temsil edilmektedir. Bir diğer ifadeyle KK, diğer işletmelerle farklılaşmanın bir aracı olarak mevcut olan işletmenin kimliğinin bir işaretidir. Logo, bir işletmenin kimliğinin tanımlanma şekillerinden birisi olup, aynı zamanda işletmelerin birbirinden farkını ortaya koymaktadır. Bir işletmenin görsel kimliği, hizmetlerin tanıtımı, işletmenin tanıtımı için faydalı olup, tüketiciler tarafından kolayca hatırlanmayı ve çevreye karşı olan güven duygusunu artırır. Vizyon, misyon içeriklerinin kolaylıkla iletebilmesi, tüketicilerin kurumun kimliğini görsel olarak daha iyi tanıması ve böylece diğer kurumlarla olan rekabet gücünün artırılması için KK uygulamalarına oldukça fazla önem verilmektedir (Choirunnisa ve Hidayatulloh, 2020).

Yetenek Yönetimi (YY), kurumun insan kaynağı ihtiyaçlarını karşılamak için bir planın öngörülmesi ve geliştirilmesi olarak yorumlanmaktadır. Mevcut durumda veya gelecekte, yüksek potansiyelli yeteneklerin kuruluşlara kazandırılması stratejileri, işletmelerin performansını ve rekabet gücünü önemli seviyede etkilemektedir (Erasmus vd., 2017). Bu bağlamda YY, bir işletmenin ihtiyaç duyduğu olağanüstü yeteneklere sahip bireyleri yönetmek için stratejik olarak yapılandırılmış “İnsan Kaynakları” (İK) süreçleri ve politikaları oluşturulmaktadır. YY, işletmelerin kısa ve uzun vadeli hedeflerine ulaşmaları için oluşturulan yetenek havuzunun etkin kullanımı; kurumsal stratejilerin uygulanması, yaygınlaştırılması ve geliştirilmesi ile ilgili faaliyetleri kapsamaktadır (Garavan vd., 2012).

Kurumsal Kimlik Yönetimi (KKY) çevrenin kuruluşları nasıl tanımladığı ile ilgili olarak, kurumsal felsefenin, stratejilerin, iç ile dış paydaşlara yazışmaların, davranışların yürütülmesini faaliyetlerini kapsamaktadır (Foroudi vd., 2017). Bu bağlamda kurum kültürü, iş stratejisi, tutumlar, ürün nitelikleri, hizmetler, kurumsal uygulamalar KKY uygulamaları olup bu özellikler ise bir işletmenin, diğerlerinde farkını ortaya koymaktadır (Fisher vd., 2016). İşletmelerin büyüyen stratejileriyle birlikte KK yapılarının da gelişmelere ve ihtiyaçlara göre uyarlanması gerekmekte ve bu özelliğiyle dinamik bir özellik göstermektedir. Bu bağlamda işletmeler rakiplerinin başaramadığı yenilikleri gerçekleştirerek rakiplerine göre üstünlük sağlayacak farklılıklar oluşturma arayışına girmektedir (Koporcic vd., 2018).

Kurumsal kimliğin, işletmelerin yetenek yönetimi uygulamalarına etkilerine yönelik faaliyetlerin etkili ve verimli olabilmesi için sadece ilgili kuruluşların çabaları yeterli olmamaktadır. Bu nedenle piyasada faaliyet gösteren işletmelerin gösterdikleri çabaların yanı sıra, kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları, dernekler, vakıflar, danışmanlık şirketleri, kredi kurumları ve üniversitelerin ayrı ayrı olarak, aynı zamanda ortak projeler yürüterek çalışmalar yapmaları gerekmektedir. Bu kapsamda üniversitelerde yapılacak olan bilimsel çalışmaların; işletmelerin kurumsal kimlik kazanmasında ve yetenek yönetimi uygulamalarını avantajlı fırsatlara dönüştürmelerinde yararlı olabileceği düşünülerek bu çalışmanın yapılması planlanmıştır.

2. KURUMSAL KİMLİK YÖNETİMİN BOYUTLARI

KKY, çalışanların birbirleriyle oluşturdukları iletişim biçimlerini, sembollerini, felsefesini, tarihsel sürecini ve kültürünü içermektedir (Uzunçarşılı, 2005). İşletmelerin KK'ye önem vermeleri; meslek mensuplarının kurumları ile bütünleşebilmesini sağlama, verimliliğin artırılması, hizmet kalitesinin yükseltilmesi, tüketici memnuniyetinin artırılması ve rakiplere üstünlük sağlanmasına yönelik hedefleri kapsamaktadır. Böylece KKY uygulamaları rekabet avantajının elde edilmesi, diğer rakip işletmelere üstünlük sağlanması, geleceğe yönelik stratejik planların yapılması, meslek mensuplarının geliştirilmesi, tüm çalışanların belirlenen kurum kültürü içerisinde örgütlenerek yönlendirilmesini gerektirmektedir. Bir diğer ifade ile KKY faaliyetlerine meslek mensuplarının dahil etmesi, işletmelerin KKY uygulamalarındaki başarılarını artırmakta, çalışanların performansını artırmakta, çalışanlarının kişisel gelişimlerine destek olmakta, takım çalışmalarını teşvik etmekte ve kuruluşların sürdürülebilirliklerini olumlu yönde etkilemektedir (Baloğlu, 2016). KKY'nin dayandığı temel çalışma alanları, iş verimliliği, denetim, verilerin güvenilirliği, kurum itibarı ve süreklilik şeklinde sıralanabilir. (Backhaus ve Tikoo, 2004).

2.1. İş Verimliliği

KKY, çalışanların kişisel verimliliklerini arttırmakta, önemli olan rekabet avantajını elde etmesine katkıda bulunmakta ve işletmenin büyüme avantajlarından yararlanabilmesine destek olmaktadır. Rekabet avantajını kazanmayı amaçlayan KK'ya sahip olan işletmeler, çalışanlarını kişisel farklılıkları ile değerlendirip bundan yarar sağlamak istemektedirler. Bu bağlamda çalışanlar arasında belirgin farklılıkları olmasına karşın uyumlu şekilde çalışmaları; çalışanlar, işverenler ve işletmeler ile toplum açısından da önem arz eden kazanımlar sağlamaktadır (Köksalan, 2019). Karlılık, verimlilik, etkinlik gibi bir takım hedeflerin gerçekleştirilmesi amacıyla işletme çalışanları bir araya gelerek kurumsallaşma kapsamında faaliyetleri en etkin şekilde yürütmektedirler. Bu kapsamda çalışanların bireysel amaçlarını gerçekleştirirken, aynı zamanda kurumsal hedeflerinde gerçekleşmesi kapsamında çalışma arkadaşları ile iyi iletişim, yardımlaşma, dayanışma, devamlılık ve ortak bir kültür çerçevesinde faaliyetleri gerçekleştirmektedirler (Sürgevil ve Budak, 2008).

2.2. Denetim

KK inşa edilirken strateji, yapı, kültür ve değerlerin işletmenin amaçları kapsamında temsil edildiğinden ve izlenebilirliğinden emin olunması gerekmektedir. KK'nin yönetimi sürekli ve devingen denetim gerektiren süreç olduğundan dış denetim, denetim komitesi ve iç denetim faaliyetlerinin bütünleşmiş bir anlayış ile oluşturulması gerekmektedir (Bahirvani vd., 2009). Kurumsallaşmış işletmelerin denetimleri kapsamında, istikrar, hesap verebilirlik, süreklilik, güvenilirlik ve şeffaflık gibi özelliklerin aksamadan sürdürülmesi gerekmektedir (Melewar, 2003).

2.3. Verilerin Güvenirliği

Güvenilirlik, devamlı olarak net ve gerçek bilgilerin sağlanması, taahhütlerin yerine getirmesi ve verilerin korunması kapsamında sağlanabilmektedir işletmelerde verilerin güvenirliliğinin sağlanmasında bir sorun ya da kriz ortaya çıktığında güvenilirlik ihtiyacı oluşmakta ve verilerin korunması durumu kritik öneme sahip olmaktadır. Bu bağlamda, veri güvenirliliği, rekabet stratejileri, verileri, çalışanların özlük bilgileri, tedarikçilere yönelik bilgiler ve finansal verilerin korunması işletmeler için hayati önem taşımaktadır. Dolayısıyla siber suçlara karşı alınan ileri teknoloji ürünlerini verilerin güvenirliliği açısından büyük önem taşımaktadır (Kırteke ve Çalışkan, 2023). Bu nedenle piyasada KK açısından tanınış bir işletmenin imaj ve itibarın devam edebilmesi için hizmetlerin sürekliliği, güvenirliliğin oluşturulması, hesap verebilirliğin devamlılığı ve özellikle verilerin güvenirliliğinin sağlanması gerekmektedir (Balmer ve Podnar, 2021).

2.4. Kurum İtibarı

KK ve kurumsal itibar, işletmelerin sürdürülebilirliği, karlılığı, rekabet üstünlüğü, müşterilerin memnuniyeti açısından büyük önem taşımaktadır.(Balmer vd., 2013). Bununla birlikte, kurumsal hizmet yönetimine ilişkin ciddi bir sorun, kurumsal itibarı tanımlayabilecek ve aynı zamanda farklı itibar unsurlarını tek bir varlık olarak bir araya getirecek ve üzerinde geniş ölçüde mutabık kalınmış bir genel tanımdan bahsedilememektedir (Balmer, 2012). Kurumsal kimlik ve kurum itibarı; tamamen çevrenin, toplumun, tüketicilerin, iletişimde olunan diğer paydaşların algılarıyla ilgili kavramlardır. Bu nedenle, bir işletmenin kurumsal itibarı hakkında daha kapsamlı bir anlayışa bilgiye olmak için çok yönlü bir araştırmanın yapılması gerekmektedir. Bu kapsamda “kurumsal iletişim”, “halkla ilişkiler”, “kurumsal ilişkiler” gibi yardımcı işlevleri kapsayan bir dizi faaliyetin yürütülmesi gerekmektedir (Greyser, 2009).

İşletmelerin etkileyici bir görüntü sergileyememesi, başarılarına zarar vermekte ve markalaşma, rekabet avantajı açısından kritik bir önem kazanmaktadır (Stone ve Deadrick, 2015). Rekabetçi kalabilmek için bu kurumların son derece duyarlı olmaları ve kurum itibarını sürdürme stratejilerini benimsemeleri gerekmektedir. İşletmeler kurum itibarını koruyup geliştirdiği zaman tüm çevre, tüketiciler, ortaklar, çalışanlar, diğer kurumlar ve ilgili diğer birimlerin, güveni artmakta, faaliyetler yoğunlaşmakta, gelirler artmakta ve rekabet üstünlüğü sağlanabilmektedir (Schlechter ve Bussin, 2015).

2.5. İşletme Sürekliliği

KKY işletmelerin iyi bir imaja sahip olmasının, paydaşlara karşı güven sağlanmasına, işletme performansının artmasına, ayrıca faaliyetlerin etkini sistemli ve sürekli olmasına sağlanmasına destek olmaktadır (Okay, 2002). Memnuniyet oluşumu, çalışan görüşleri ile sürekliliğine olumlu etkileri yansıtarak, KK’nin kazanılmasını sağlayabilmektedir. Kurumsal işletmeler hizmet sunumlarında kaliteyi tüketicilere yansıtılarak işletme imajı yaratılmakta, tüketici görüşlerinin pozitif yönde olmasıyla, onun memnuniyeti, bağlılığı ve duygusunun oluşması sonucunda da işletmelerin sürekliliği sağlanmaktadır (Karalınç, 2021).

3. YETENEK YÖNETİMİ BOYUTLARI

KKY ve YY ikilisi rekabet dünyasında en kıymetli üretim faktörlerinden birisinin insan kaynakları olduğunun bilinci içerisindedir. Ayrıca işletmeleri diğer kurumlara göre farklılaştıran ve üstünlük sağlamasına neden olan özelliklerden birisi Kurumsal Kimlik Yönetimi (KKY) uygulamalarıdır. Bu nedenle işletmeler yetenekli çalışanları istihdam edebilmek ve mevcuttakileri ellerinde tutmak amacıyla ciddi çalışmalar yapmaktadırlar. İşletmelerin üst yönetimlerinden alt kademedeki çalışanlarına kadar bir hiyerarşi içinde, değer katan çalışanlarının elde tutulmasına odaklanılmaktadır. Birbirini destekleyip, tamamlayan ve birbirinin devamını oluşturan bu iki yaklaşım da işletmelerin rekabet gücünü ve sürdürülebilirliğini arttıran stratejik yaklaşımların içinde barındırılmaktadır (Hazar, 2020, 55).

3.1. Kariyer Gelişimi

YY ve “Kariyer Gelişimi” (KG)’nin çalışan bağlılığı ve örgütsel etkililik üzerinde önemli etkileri olmaktadır (Ali, Bashir ve Mehreen, 2019). “Elektronik İnsan Kaynakları Yönetimi” (E-İKY) ile kariyer gelişimlerini desteklenmesi, gizli yeteneklerin ortaya çıkarılması, veri madenciliği ve verimliliğin artırılması vb. uygulamalar daha etkin hale gelmektedir. Bu kapsamda stratejik öneme sahip konulara yoğunlaşmış E-İKY uygulamalara, çalışanların adaptasyonunun sağlanması amacıyla Web üstünden gerçekleştirilen kariyer yönetimi, YY, kişisel veri, istihdam, bilgiye ulaşma amacıyla kişisel ağlar kullanma vb. uygulamalar hakkında bütün çalışanların bilgilenmesi gerekmektedir (Heikkila, 2010).

İşletmelerde verimlilik, etkinlik, yetenek yönetimi ve rekabet üstünlüğünün sağlanabilmesi için kariyer gelişimlerinin sürekli hale getirilmesi gerekmektedir. Kariyer girişimleri çalışanların yeteneklerinin geliştirilmesini, bilgilerinin güncellenmesini, işlere olan hakimiyetlerinin artmasını ve performanslarının yükselmesini desteklemektedir. Sürekli gelişen ve değişen piyasalarda faaliyet gösteren mensup mensuplarının kariyer gelişimleri kapsamında yeni teknolojileri takip etmeleri, alanlarında eğitimlere katılmaları, yüksek lisans doktora gibi eğitimlere katılmaları, kongreleri izlemeleri ve kendilerini geliştirmeleri gerekmektedir (Schweyer, 2010).

Teknolojik gelişmeler sonucunda sosyal medya ve elektronik ortamlardan elde edilen bilgiler ülke ve ülkeler arası seviyelerde olabilmektedir. Bu bağlamda çalışanlarında da yeni iş bulma, işten ayrılma, iş değiştirme, ücret taleplerini yenileme gibi sebeplerle iş değişiklikleri yaptıkları gözlemlenmektedir. Yetenekli çalışanların iş değişiklikleri yapmalarının; eğitim harcamaları, kişisel gelişim faaliyetleri, yetenek geliştirme çalışmaları, sosyal haklar, ek ödemeler, vergiler gibi harcamalar nedeniyle işletmeler

açısından önemli masrafları olmaktadır. Diğer taraftan yetenekli çalışmaların işten ayrılmaları maddi ve psikolojik nedenler bir diğer ifade ile ücretten memnun olmama veya kariyer gelişimlerini tamamlamama gibi nedenlerden kaynaklanabilmektedir. Diğer taraftan yetenekli çalışmaların işten ayrılmaları maddi ve psikolojik nedenler bir diğer ifade ile ücretten memnun olmama veya kariyer gelişimlerini tamamlamama gibi nedenlerden kaynaklanabilmektedir. Yetenekli çalışanların kariyer avcılarının taleplerine yönelmelerini önleyebilmek için performansla göre ücret, kariyer gelişmelerini destekleme, kişisel gelişimleri teşvik etme, çalışan taleplerini değerlendirme, gösterilen performansı ödüllendirme ve çalışanlara değer verme gibi uygulamaların sürekli hale getirilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda işletme yönetimlerinin geleceğe yönelik planlar, stratejiler ve gelişmeler kapsamında çalışanların kariyer haritalarının çizilmesi ve kariyer haritalarına yer alan hedeflerin çalışanlara yansıtılması; çalışanların memnuniyetini, devamlılığını, işletme bağlılığını, kararlara katılımını, performansın artmasını ve nihayetinde işletmelerin de rekabet başarısını artırmaktadır (Ott vd., 2018).

3.2. Kararlara Katılma

Klasik yönetim anlayışında olan işletmelerde; gerçekleştirilen faaliyetler yönetici kontrolünden geçmekte, çalışanlar özellikle kendilerinden istenenleri yapmakta ve tüm stratejik kararlarda yönetimin onayı gerekmektedir. Buna karşılık YY anlayışı kapsamında, çalışanların kararlara katılması, bireysel yeteneklerin geliştirilmesi, yeniliklerle ilgili görüşlerin desteklenmesi, performansın ödüllendirilmesi, kişisel gelişimlerin teşviki ve kariyer gelişimleri çok mümkün olmaktadır. Diğer bir ifade ile yetenek yönetimine önem veren işletmelerde, görevlerin daha etkin bir şekilde yerine getirmesi, işe bağlılığın artması, işletmeye olan güveninin sağlanması, hizmetlerde kalitenin artması, tüketici memnuniyetinin artması ve işletme verimliliğinin sürekli hale getirilmesi gibi hedeflere daha kolay ulaşılabilmektedir (Töremen ve Mengenci, 2020).

İşletmelerin piyasada kurumsal itibarının artması ve rekabette üstünü sağlayabilmeleri için çalışanların tamamının görüşlerine önem verilmesi ve uzmanlık alanlarına göre katılımlarının teşvik edilmesi gerekmektedir. YY kapsamında işletmelerin sadece çalışanların fiziki güçlerinden olduğu kadar, tecrübelerinden ve yeteneklerinden yararlanmaları gerekmektedir. Diğer bir ifade ile çalışanlarının düşüncelerine önem verilmesi, ileri sürülen fikirlerin dikkate alınması, karar alma süreçlerinde çalışanların dahil edilmesi; işletmelerin verimliliğini artırırken çalışanlarında motivasyon ve performansının artmasına neden olmaktadır (Selart, 2010).

3.3. Uzmanlığa Öncelik Verilmesi

Uzmanlığa önem veren ve yetenek yönetimi uygulamalarını geliştirebilen işletmeler, piyasada meydana gelen ulusal veya uluslararası her türden soruna karşı en etkili ve kalıcı çözümleri üretebilme ve rekabet üstünlüğü sağlama avantajına sahiptirler. Bir diğer anlatımla; YY, çalışanların geliştirilmesi, sürekli eğitimler, oryantasyon eğitimleri, işbaşı eğitimleri, danışmanlıklar, çalışanlar arası işbirliği, katılımcılık ve kalifiye personelin sürekliliğinin sağlanması gibi uygulamalar hem çalışanların hem de işletmelerin başarısında önemli rol oynamaktadır. Bu kapsamda YY işletmeler için hayati bir öneme sahip olup, çalışanların kendi uzmanlıkları ve yetenekleri göz önüne alınarak tasarlanan stratejik İKY politikalarının uygulanması; doğru kişilerin, doğru zamanda, doğru yerde bulunması hedeflerin gerçekleşmesine destek olmaktadır. Çalışanlarda bulunan sosyal, yönetsel, kültürel, psikolojik, işlevsel ve diğer önem arz eden etkenlerin göz önüne alınarak YY'nin akılcı kullanımları, ortaya çıkabilecek her türden olumsuzluğun; az maliyetle ve en kısa sürede aşılmasına olanak tanıyabilmektedir. Çağa ayak uydurma, büyüme ve gelişmeyi hedefleyen işletmeler, yetenekli personelin istihdam edilmesine büyük önem vermektedir. İş dünyasındaki işletmelerin profesyonel uzman çalışanları işletmelerin seçmeleri yerine, uzmanlaşmış çalışanların kendi işlerini seçebilecekleri konusunun gözden uzak tutulmaması gerekmektedir (Altınöz, 2018).

3.4. Vizyon ve Misyonun Çalışanlarla Paylaşılması

Vizyon; kültür, strateji ile misyonun birleşimiyle oluşmakta ve vizyonun etkinliği; işletme kültürüne, stratejilerine ve amaçlarına uygun şekilde oluşturulabilmektedir. Vizyon, meslek mensuplarına, değişim süreçlerinde niçin değişime ihtiyaç duyulduğuna, hangi stratejilerin uygulanması gerektiğine, hedeflerin belirlenmesine, yetenekli çalışanların sürekliliğine, kariyerlerinde ilerlemelerine, gelişme ve büyüme fırsatlarının elde edilmesine destek olmaktadır (McGuire, 2012).

Örgütsel kültürün oluşması için özellikle, işletme vizyon ve misyonun çalışanlarla birlikte geliştirilmesi gerekmektedir. İşletmelerde etkin bir vizyon ve misyonun belirlenmesi için tüm çalışanların görüşlerine önem verilmesi, ortak kararlar alınması, uzmanlıklara önem verilmesi ve uygun bulunanların önerilerin

dikkate alınması kurumsallaşma açısından büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle ortaklaşa belirlenen vizyon ve misyonlar, hem çalışanların hem de yöneticilerin desteğini alabilmekte, faaliyetlerin başarısını etkilemekte ve çevrede kurumsal itibarın kazanılmasına katkı sağlamaktadır. Bu noktada ortaklaşa belirlenen misyon ve vizyon bütünsel bir yaklaşımın sonucu gerçekleşmekte, işletmenin istikrarında ve kurumsal kimliğinin oluşmasında önemli rol oynamaktadır. Bir diğer ifade ile piyasada itibar gören ve kurumsal işletmelerin faaliyetlerinin sistemli ve istikrarlı olması; meslek mensupları, yöneticiler, tüketiciler ve diğer çevre paydaşları açısından ve işletmelerin sürekliliğinin sağlanması kapsamında önemli bir yere sahiptir (Özkan, 2021).

3.5. Kalite Üstünlüğü

İşletmelerde farklı yetenek havuzlarının sistemli bir şekilde oluşturulması, meydana gelen sorunların belirlenmesi ve çözümünde yer alacak personelin verilmesinde önemli bir yere sahiptir. Yetenekli personelin görevlendirilmesi ve geliştirilmesi faaliyetleri; işletmelerin hizmet kalitesinin artmasına, verimliliğe, katılımcı kararların alınmasına, yeni fikirlerin oluşmasına, takım çalışmalarına, işbirliklerini geliştirilmesine, paydaşların memnuniyetine ve hizmet kalitesinin artmasına neden olmaktadır (Dünya Ekonomik Forumu, 2009). İşletmelerde yetenekli personellerin görevlendirilmesi, üstün teknoloji, yeterli altyapı, çalışanlar arası iyi iletişim, kaliteli hizmet ve istikrarlı bir kurumsal yönetim anlayışının varlığı; işletmelerin sürdürülebilir rekabet avantajını elde etmesinde ve kurumsal kimliğin oluşmasında önemli bir role sahiptir (Wong ve Aspinwall, 2005).

İşletmelerin mevcut çalışanlarının işinden memnunun kalması, piyasada işletmenin kurumsal itibarı, tüketicilerin memnuniyeti, diğer kurum ve kuruluşlarla olan ilişkilerin istikrarlı olarak sürdürülmesi; pazar payının, kalite üstünlüğünün, piyasadaki bilinirliğinin, rekabet üstünlüğünün, performansın ve karlılığının artmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda kurumsal işletmelerde çalışanlara sunulan sosyal haklar, ücretler, teknik altyapı, fiziksel olanaklar ve kariyer geliştirme fırsatları; istikrarlı ve performansa dayalı olarak daha sistemli bir şekilde yürütülebilmektedir. Dolayısıyla kurumsallık, yetenekli personelin istihdamını, hizmetlerde kalite üstünlüğünü, YY faaliyetlerinin etkinliğini ve işletmelerin rekabet üstünlüğü sağlamasını önemli oranda etkilemektedir (Maertz vd., 2007).

İnsan kaynakları yönetiminde yetenekli personelin görevlendirilmesine kurumsal stratejiler izleyen işletmeler; yetenekli çalışanların belirlenmesinde, yerleştirilmesinde, gelişimlerinde ve performanslarının artırılmasında gerekli olan altyapı hazırlanmalıdır. Bu nedenle çalışanların yetenekli olması tek başına yeterli olamamakta, yetenekli çalışanların performans sergileyebilmeleri için işletmelerde bulunan araç gereçlerin, donanımların, sistem altyapısının, örgüt ikliminin, yönetici yaklaşımlarının ve memnuniyeti sağlayacak olanakların sunulması gerekmektedir. Dolayısıyla işletmelerin rekabet başarısını elde edebilmelerinde; yetenekli çalışanlar, teknolojik bir alt yapı, yeterli fiziksel olanaklar, sistem altyapısı, eğitimler ve çalışanların yetenekleri önemli bir role sahiptir (Dzimbiri ve Molefakgotla, 2021).

4. KURUMSAL KİMLİK YÖNETİMİ VE YETENEK YÖNETİMİ İLİŞKİSİ

Kurumsallaşma süreci, işletmelerinin varlıklarının devam ettirilebilmesi amacıyla; faaliyetler ile hedeflerin uyumunun sağlanması, faaliyetlerin bir sistem içinde yürütülmesi ve tüzel kişiliğin oluşturulması süreçlerinin sonunda ortaya çıkmaktadır. Kurumsal yapının oluşturulması kolay ve kısa sürede gerçekleşmeyip zaman zaman çok uzun zaman almaktadır. Bu nedenle işletmelerin kurumsallaşma kapsamında gerekli alt yapı çalışmalarını gerçekleştirmeleri, çalışanlarla, tüketicilerle, tedarikçilerle ve iletişimde oldukları çevre ile dayanışma içerisinde olmaları gerekmektedir. Bu bağlamda yapılması gerekenler, öncelikle işletmelerinin amaçlarına uygun yapıyı belirlemek, sorumluluğu devrederken iş tanımlarıyla uyumlu yetkilendirmeleri yapmak, çalışanların yeteneklerini ön plana çıkarmak, iş gerekliliklerini yazılı belgeler halinde sunmak ve çalışanların arasındaki dengeyi sağlayabilmek şeklinde sıralanmaktadır (Işık ve Çiçek, 2019).

İşletmelerin kurumsal kimliğini oluşturması, piyasadaki tanınırlığını, itibarını, pazar payını, hizmet kalitesini ve yaşamlarını sürdürmelerini önemli derecede etkilemektedir. Mevcut piyasalarda gittikçe artan rekabet işletmelerin diğer işletmelere göre farklılık ortaya koymasını, kurumsallaşmasını, yeniliklere açık olmasını ve yetenekli personel görevlendirmesini gerektirmektedir (Ülkem, 2020).

4.1. Kurumsal Kimliğin, Rekabet Üstünlüğüne Etkileri

KK ve rekabet üstünlüğü, işletmelerin, misyon-vizyon faaliyetlerini, kurum kültürünü, çalışanların performansını, yeni yatırımlarını, iş geliştirmelerini, hizmetlerin kalitesini ve karlılığını önemli derecede etkilemektedir. Kurumsal kimliğin oluşturulması ve rekabet üstünlüğünün sağlanması; işletmeler için uzun zamanlı alan, maliyetli, uzmanlık isteyen, işbirliğini, dayanışmayı ve özverili çalışmaları gerektiren uygulamaları içermektedir. İşletmeler ilk kurulduklarında, tüketici sayısının az olması, personel sıkıntıları, piyasadaki rekabet, finansal sınırlılıklar ve bürokratik işlemlerin fazlalığı gibi nedenlerle önemli sorunlarla karşı karşıyadır. Bu nedenle işletmelerin kurulmasından kurumsallaşmasına kadar olan süreçlerin başarılı bir şekilde yönetilmesi, üretim kaynaklarından insan kaynağının en iyi şekilde değerlendirilmesi, işgücü emek ve sermaye kaynaklarını optimum bir şekilde planlanması gerekmektedir (Ersoy, 2022).

İşletmelerin diğer işletmelerden ayırt edilebilmesi ve rakiplerinden farklılaşabilmesi için sahip oldukları farklı özelliklerin tümü KK olarak adlandırılmaktadır. Bu özelliklerin işletmelere sağladığı faydalar, müşterilerin algısına bağlı olarak değişmekte ve bu algı işletmelerin varlıklarını sürdürmelerini etkilemektedir. KK işletmelerle ilgili özelliklerin sembolize edilerek, müşterilerin aklında kurum imajını niteleyen görseli oluşturabilmeyi amaçlamakta ve başarının anahtarı olarak nitelendirilebilmektedir. İşletmelerin başarısında en önemli yeri tutan özellikler; müşteri sadakati, güvenilirlik, açıklık ilkelerine uyum, hizmetlerde kalitenin sürdürülebilirliği, çevrenin işletmeye olan güven algısı, istikrar ve hizmet sonrası güvence gibi faktörler olarak sıralanabilir. Bu bağlamda, işletmelerin piyasada oluşturdukları imaj, çevrelerine karşı gösterdikleri duyarlılık, kurumsal sosyal-sorumluluk faaliyetlerinde gösterdikleri performans, tüketici şikayetlerine karşı olan duyarlılık ve hizmet kalitesinde istikrarın sağlanması gibi nedenler kurumsallaşan işletmelerin rekabet üstünlüğünü ve karlılığı etkilemektedir (Sağır, 2016).

Müşteri odaklı hizmet sunum stratejileri işletmelerin; kurumsal itibarını, müşteri memnuniyetini, karlılığını, performansını, diğer işletmelere göre tercih edilmesini, çalışanların memnuniyetini ve rekabet üstünlüğünü etkilemektedir. Dolayısıyla işletmelerin amaçlarını gerçekleştirebilmeleri ve varlıklarını sürdürebilmeleri açısından tüketici memnuniyetinin en iyi seviyede olması gerekmektedir. Diğer bir anlatımla tüketicilerin memnun olmaması, sorunların çıkması, teknolojiye geri kalınması, hizmetlerin zamanında yetişmemesi, hesaplamaların yanlış çıkması, karşılaşılan cezalar, soruşturmalar ve benzeri olumsuzlukların yaşanması gibi nedenler kurumsal kimliğin oluşmasında gecikmelere ve rekabet açısından başarısızlıklara neden olmaktadır (Richards vd., 2017).

Kurumsal kimlik, tüketicilerin işletmeler hakkında görsel olarak algıladıkları değeri ifade etmektedir. Dolayısıyla kurumsal kimlik her ne kadar işletmenin değerlerini kapsayan bir dizi faktörü kapsamakta ise de diğer taraftan da görsel olarak tüketiciler nezdinde işletmenin görsel bir algısını ifade etmekte, ayrıca işletmenin markası, logosu, kullandığı semboller, işaretler, renkler, desenler ve tasarımlarını kapsamaktadır. Bu nedenle işletmelerin görsel kimlik konusunda da yenilikler ve farklılıklar ortaya koyması gerekmektedir (Boxenbaum vd., 2018).

4.2. Kurumsal Kimliğin, Yetenekli Personel Sağlamaya Etkisi

İşletmelerin en önemli faaliyetlerinden birisi yetenekli insan kaynağının geliştirilmesi ve istihdamıdır. Yetenekli personelin işe alınmasında (Silvestre, 2016; işletmenin kurumsal kimliğinin, piyasadaki pazar payının, rekabetteki üstünlüğünün ve çalışanlarına sağladığı olanakların önemli rolü bulunmaktadır. Bu kapsamda mevcut çalışanların ve yeni işe alınacak personelin yetenekli olan bireylerden oluşmasında sadece ücret politikalarının iyi olması yeterli olmamakta; örgüt iklimi, çalışanlar arası işbirliği, kusurlu olan sosyal imkanlar, beklentilerin karşılanması, işletmenin fiziki altyapısı, teknolojiye olan adaptasyonun dikkate alınması gerekmektedir (Hazar, 2020). Teknoloji ile daha yakın iletişim içerisinde olan yeni nesil çalışanların işe alınırken birçok faktörü dikkate aldıkları ve alternatif işletmeler arasında seçim yapacakları konusu dikkate alınmalıdır. Dolayısıyla yetenekli çalışanların elde edilmesi; sadece işletmelerin sundukları olanaklara bağlı kalmamakta, aynı zamanda çalışacak olan personelin ne tercihlerine bağlı olmaktadır (Ören ve Yüksel, 2012).

İşletmelerin sürdürebilir rekabette gelişmesi ve avantajlar elde etmesi açısından, YY'nin aktif şekilde uygulaması gerekmektedir (Meyers vd., 2013). Entegre ve kapsamlı yapılara sahip olan YY, yetenekli çalışanından aktif şekilde faydalanılması, yetenek ihtiyaçlarını belirlenmesi, bu yeteneklerin gelişimlerinin sağlanması ve işletme dışındaki uzmanlaşmış yeteneklerin kurumlara kazandırılması süreçlerini kapsamaktadır. YY, İK yönetiminin başarılı olması için gittikçe daha fazla önem kazanmaktadır. Bu bağlamda YY'nin öneminin çalışanlar tarafından anlaşılması ve işletme yönetimi tarafından İK yöneticilerine gereken desteklerin sağlanması gerekmektedir. Ayrıca inovatif hizmetlerin sunulması ve

yaratıcı projelerin üretilebilmesi açısından mevcut yetenekli çalışanların korunması ve yeni yeteneklerin işletmeye kazandırılmasına önem verilmelidir (Yalçın, 2018). YY, İK aracılığı ile bireysel yeteneklerin gelişmesini teşvik etmek, meslek mensuplarının önem arz eden kararlarda uzmanlık görüşlerine başvurmak, piyasada liderlik durumu geliştirmek, yetenekli meslek mensuplarının kazanımını sağlamak amacıyla gerçekleştirilen faaliyet süreçlerini kapsamaktadır (Cunningham, 2007).

Günümüzde KK, her gün önemi artan bir kavram şeklinde karşımıza çıkabilmektedir. Özellikle işletmelerin son yıllarda iş piyasasındaki tercih ve değerlendirilmelerinde yaşanan dönüşümlerden dolayı KK'ye olan ilgi artmaktadır. Kurumsal itibar, işletmelerin medyada geniş ölçüde ve daha olumlu biçimde yer almalarına, bünyelerine yetenekli çalışanların istihdam edilmesine, yeni yatırımcı taleplerine ve çalışanların motivasyonunun artmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla KK'yi geliştirmek isteyen işletmeler; tüketici tercihi belirleme, kuruma yetenekli çalışanları çekme, hizmet sunumlarını farklılaştırma, çalışanı motive etme, piyasada rekabet avantajını elde etme gibi hizmet ettiklerinin öneminin bilincindedirler (Gülmez, 2020).

4.3. Kurumsal Kimliğin, İşletme Performansına Etkisi

Kurumsal kimlik bir işletmenin diğer işletmelerden farkını ortaya koyan özelliklerini ifade etmektedir. kurumsallaşan işletmeler, personel yapısıyla, yaptığı faaliyetlerle, işletme içi sistematik uygulamalarla, gösterdiği performansla, hizmet kalitesiyle ve piyasadaki imajıyla rakip işletmelere göre bir takım üstünlükler ortaya koyan ve yeniliklerle dikkati çeken bir yapıya sahiptirler. Bir diğer ifade ile işletmelerin rekabette üstünlük sağlamaları ve yeniliklerle piyasada önemli bir paya sahip olmaları için kurumsallaşmaları, bu kapsamda etkin bir kurumsal kimlik oluşturmaları ve piyasadaki kurumsal imajlarının sürekli bir şekilde artırmasını sağlayacak uygulamalarda bulunmaları gerekmektedir.(Karadal ve Diri, 2013). Bu kapsamda Kurumsal işletmelerin yaptığı yatırımlar, piyasadaki önemli payları, toplum tarafından algılanan imajları, finansal performansları kurumsal itibarın kazanılmasında önemli olan faktörlerdir (Eberl ve Schwaiger, 2005).

İşletmelerin sundukları hizmetlerde istikrar, kalite, ilgililik, açıklık, güvenilirlik, iyi iletişim ve hızlılık olması müşteri memnuniyetini ve işletmelerin performansını arttırmaktadır. Bu bağlamda kurumsal işletmelerin hizmetlerinde bir standardizasyonun sağlanması, mevcut uygulamaların geliştirilmesi, müşteri taleplerine önem verilmesi, verilen hizmetler ile müşteri beklentilerinin en iyi seviyede tutulması gerekmektedir. Müşterilerin beklediği hizmetlerin karşılanamaması veya memnuniyeti sağlayacak şekilde yerine getirememesi; işletmelerin amaçlarının gerçekleşmesini zorlaştırmakta, kurumsal kimliğin yaygınlaşmasını geciktirmekte ve piyasada olan imajın daha uzun zamanda oluşmasına neden olmaktadır (Karalınç, 2021).

İşletmelerin piyasada yapmış oldukları yatırımlar, sunmuş oldukları hizmetin kalitesi, işletme içerisinde kullanılan sistemlerin teknolojiye uyumluluğu, faaliyetlerin sistemli bir şekilde yürütülmesi, piyasada algılanan İmaj ve rekabette sağlanan üstünlük, kurumsal itibarının oluşmasında önemli bir yere sahiptir (Pires ve Trez (2018). Ayrıca çalışanların performansının artması kapsamında, çalışan motivasyonun, işe devamlılığın, kararlara katılımın, takım çalışmalarının, kişisel gelişim ve eğitim faaliyetlerinin önemli rolü bulunmaktadır. Bu bağlamda yetenekli çalışanlara sahip olan kurumsal işletmelerin performansı, rakip işletmelere göre daha fazla artmakta ve verilen hizmetlerin kalitesi çok daha üst seviyelerde gerçekleşmektedir. (Christensen ve Askegaard, 2001).

4.4. Kurumsal Kimliğin, Çalışanların Motivasyonuna Etkisi

Kurumsal kimliğin kazanılması uzun dönemde gerçekleşen faaliyetler kapsamında olup, işletmelerin belirli bir sistem içerisinde, kurumsal faaliyetleri sürdürerek, istikrarlı bir şekilde, hizmet kalitesine önem vererek, istikrarlı bir şekilde faaliyetleri sürdürmesi ve nihayetinde müşteri memnuniyetini kazandıran uygulamalarda bulunmalarını gerektirmektedir (Oktay, 2000). Kurumsal kimliğin oluşmasında önemli olan faktörlerden birisi de kurumsal kültürünün oluşturulmasıdır. Kurumsal kültür, çalışan ihtiyaçlarının ve işletme amaçlarının bir hedef doğrultusunda ve bütünleşik bir yapı içerisinde oluşturulması, geliştirilmesi ve paylaşılması gereken süreçleri kapsamaktadır. Bir diğer anlatımla çalışanların amaçları ile işletmenin amaçlarını bütünleşik bir yapı içerisinde gerçekleştirilmesi ile ilgili kuralları oluşturan yapı kurumsal kültür olarak adlandırılmaktadır. Dolayısıyla işletmelerin kurumsallaşması, kurumsal kimliğin oluşması için tüm çalışanların belirlenen amaçlar doğrultusunda faaliyetlerini sürdürmeleri, katılım sağlamaları, iletişimde bulunmaları, destek olmaları, paylaşımlarını ve hareket etmelerini gerektirmektedir (Yüksel vd., 2021).

KK'yı oluşturan bazı unsurlar “Kurum Felsefesi” (KF), kurumsal davranış ve kurumsal dizaynın birleşimi ve çalışanların birbirleri ile olan etkileşim tutumların kapsamaktadır. Bu bağlamda kurum felsefesi, kurumun tüm yönetim davranışlarını, politikasını, stratejilerini, planlarını, yatırımlarını, yöneten felsefesini, hizmet kalitesini, müşterilerle iletişim biçimini ve gelecekteki uygulamalarını kapsayan süreçleri ifade etmektedir. Kurum felsefesi, çalışanların gelişmelerini, motivasyonlarını, amaçlarına ulaşmalarını ve ekonomik, psikolojik ve sosyal ihtiyaçlarının farkında olarak hareket etmelerini sağlamaktadır (Okay, 2000). Bu bağlamda kurumsallaşmasını tamamlamış ve kurumsal kimlik oluşumunda önemli aşamalar kaydetmiş olan işletmelerde, çalışanlara karşı adil davranılması, performansa dayalı ücret ödenmesi, maddi ödüller kadar psikolojik desteklerin gerçekleştirilmesi, sosyal hakların sağlanması, kişisel gelişimlerin desteklenmesi, kariyer gelişimlerinin önünün açık olması, yetenekli çalışanların istihdam edilmesi; çalışanların performansını, motivasyonunu yükseltmekte ve bu durum işletmelerin gelişmesinde, rekabet üstünlüğü sağlamasında ve varlıklarını sürdürmesinde önemli kazanımlar sağlamaktadır (Demirel ve Savaş, 2017).

Kurum kimliği, kurumsal yönetim anlayışını, örgüt felsefesini, çalışanların tutumunu, müşterilerle ilişkileri, hizmetlerin sunum biçimini, faaliyetlerin yerine getirilme yöntemini, işletme çevresi ile olan ilişkileri, taahhütleri yerine getirme tutumlarını, ileriye yönelik planları, oluşturulan stratejileri ve geleceğe yönelik yatırımları kapsamaktadır. Bu bağlamda kurumsal kimlik, etkin bir örgüt felsefesi, kültürel değerlere çalışanların uyumu, ortak amaçların paylaşımı ve sosyal ihtiyaçların tatmini anlamına gelmektedir. Ayrıca kurumsallaşma sonrasında işletmelerdeki faaliyetler belirlenen standartlar çerçevesinde yürütülmekte, kaliteye önem verilmekte, çalışanlar arasında iletişimler kurulmakta ve bu uygulamalar sonrasında çalışanların motivasyonu artmakta, işletmenin performansı yükselmekte, müşterilerin memnuniyeti gerçekleşmekte ve işletmelerin rekabet üstünde sağlamaları mümkün hale gelmektedir (Sanati, 2019).

Kurum kimliği, kurum kültürü, kurum imajı ve kurum felsefesi; kurumsallaşmış işletmelerin temel değerleri arasında sayılmaktadır. Bu bağlamda kurumsal işletmelerde, çalışanların kişisel gelişimlerine, kariyer girişimlerine, sosyal haklarına, bireysel amaçlarına, ihtiyaçlarına, motivasyonlarına, performanslarına, işletmeye olan güvenlerine, işe devamlarına, çalışma arkadaşları ile olan ilişkilerine, örgütsel bağlılıklarına ve taleplerine yönelik destekler açısından daha avantajlı bir örgüt iklimi oluşmaktadır (Terzibaş, 2006).

4.5. Kurumsal Kimliğin, İşletmenin Sürekliliğine Etkisi

Kurumsallığını gerçekleştirmiş olan işletmelerde mevcut çalışma iklimi sistemli, çalışanların memnuniyetini sağlayacak şekilde geliştirdiğinden bu süreç; hizmetlerin kalitesini, müşteri ilişkilerini, kurumsal imajını, müşteri memnuniyetini, çevreye karşı olan duyarlılığını artırmakta ve işletmelerin sürekliliği artmaktadır. Diğer taraftan kurumsal işletmelerde çalışanların memnuniyeti işletme olan güvenlerini ve bağlılıklarını artırmakta bu durum çalışanların performanslarını artırarak işletmelerin de rekabette üstünlük sağlamasına destek olmaktadır. Bu kapsamda yetenekli çalışanları bünyesinde bulunduran, kaliteli hizmetlerini istikrarlı bir şekilde devam ettiren, güvenilir, şeffaf, ulaşılabilir, iyi bir imaja sahip kurumsal işletmelerde sürekliliğin sağlanması çok daha mümkün hale gelmektedir. Kurumsal işletmelerde tüm paydaşların memnuniyeti, çevredeki işletmelerle ilgili olan tüm kesimlere yayılmakta, bu da işletmenin kurumsal itibarını artmasına neden olmaktadır (Helm, 2011).

Kurumsal kimlik oluşturan işletmeler piyasada iyi bir itibara sahip olmakta bu durum; işletme performansının artmasını, karlılığı, verimliliği, müşteri memnuniyetini, pazar payını atmasını, çalışanların devamlılığını, müşterilerin memnuniyetini ve özellikle işletmelerin varlıklarını sürdürmelerini sağlamaktadır. Kurumsal kimliğin oluşmasında işletme kapsamındaki tüm yöneticiler, çalışanlar, sunulan hizmetler, yönetim yapısı, organizasyon şekli, iletişim gücü, faaliyet sonuçları, teknolojiye bakış açısı, kurum felsefesi, kurum kültürü ve birçok faktörün önemli bir rolü bulunmaktadır. Bu nedenle işletmelerde kurumsal kimliğin oluşması hem çok detaylı hem de uzun dönemli çalışmaların yapılmasını gerektirmektedir. Bu nedenle tüm paydaşların memnuniyetini sağlayabilecek örgütsel anlayışın hakim olduğu işletmelerde kurumsallaşma, kurumsal imaj, kurum felsefesi, büyüme, gelişme ve liderlik gibi kavramlardan bahsedilebilmektedir (Dowling, 2016).

Kurumsallaşmayı hedefleyen işletmelerin; bireysel yönetim anlayışından çok kurumsal yönetim anlayışı ile ilgili standartlara sahip olması, teknolojiye adaptasyon sağlaması, çevreye karşı duyarlı projeler üretmesi, örgütsel performansı sağlayacak organizasyon yapısına sahip olması, yetenekli çalışanları geliştirerek istihdam etmesi ve diğer işletmelere göre fark yaratacak avantajlar sağlaması gerekmektedir (Yolaç ve Doğan, 2011).. Kurumsallaşmada sürekliliği sağlayabilmek için gelişmelere,

değişimlere çevre faktörlerine karşı duyarlı, etkili, hızlı ve ekonomik olan çözümler üretilmesi işletmeler için önemli bir yere sahiptir. Dolayısıyla kurumsallaşma yolunda ilerleyen işletmelerin bir taraftan iç yapıda olan sistemleri ve standartları sağlarken, diğer taraftan da çevrede meydana gelen değişimlere uyum sağlayacak faaliyetleri etkin bir şekilde yürütmeleri beklenmektedir (Cevher, 2014).

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Muhasebe işletmelerinde kurumsal kimliğin, yetenek yönetimi uygulamalarına etkileri ile ilgili elde edilen sonuç ve öneriler;

Kurumsallaşma ve kurumsal kimliğin oluşturulması uzun dönemli ve detaylı çalışmalarını gerektirmektedir. Bu kapsamda muhasebe işletmelerinin küresel piyasalarda diğer işletmelerle rekabet edebilmesi için kurumsallaşmanın gereği bir taraftan faaliyetlerini sürdürürken diğer taraftan da kurumsallaşma faaliyetleri ve kurumsal kimliği oluşturacak uygulamaları geliştirerek artırması gerekmektedir.

Kurumsallaşma işletmelerde kurumsal kültürün sürekli geliştirilmesini, kurum felsefesinin oluşturulmasını, uygulamalarda standartların geliştirilmesini, piyasalarda olan yeniliklere en kısa zamanda adapte olunmasını gerektirmektedir. Bu noktada muhasebe işletmelerinin küresel piyasalarda diğer işletmelerle rekabet edebilmesi için kurumsallaşmanın gereği olarak; kurum kültürünü geliştirmesi, kurum felsefesini oluşturması, çalışanları aynı amaç etrafında birleştirilmesi, yetenekli personeli görevlendirmesi, hizmet kalitesini sürekli hale getirmesi ve rakibi işletmelere göre farklı uygulamalar geliştirilmesi önerilebilir.

Kurumsal işletmeler yaptığı faaliyetlerle, sundukları hizmet kalitesiyle, faaliyetlerdeki şeffaflığıyla, imajlarıyla, istikrarlı uygulamalarıyla ve güvenilirlikleri ile piyasalarda önemli bir yere sahiptirler. Bu nedenle muhasebe meslek mensupları sadece kar odaklı bir anlayışla değil, aynı zamanda, faaliyetlerde standartlar oluşturmaları, işlevsel bir organizasyon yapısı planlamaları, sürekli hizmet kalitesini sağlamaları ve ileriye dönük kurumsal uygulamaları geliştirmeleri gerekmektedir.

Hizmet sektöründe yer alan muhasebe meslek mensuplarının birlikte çalıştığı personelin yetenekli olması ve kurumsallaşmaya yönelik faaliyetleri bir şekilde sürdürmesi; rekabette olan başarıyı olumlu yönde etkilemekte ve karlılıklarını sağlayabilmektedir. Bu kapsamda meslek mensuplarının kurumsallaşma çalışmaları ve yetenekli personel görevlendirme konusunda duyarlı olmaları başarılarının artmasına katkı sağlayabilir.

KKY ve YY Küresel rekabetin gittikçe yaygınlaştığı piyasalarda sürdürülebilirliğin zorlaştığı ve kurumsallaşmanın ve çalışanların yetenek yönetimi faaliyetlerinin çok önemli hale geldiğini bilinci içerisinde dirler. Bu kapsamda muhasebe işletmelerinin bölgesel veya ulusal kapsamda düşünmek yerine, küresel çapta işletmelerle rekabet etmesi gerektiğinin bilinci içerisinde olması; kurumsallaşma, kurum kimliği, kurumsallaşma, örgüt felsefesi, kurum kültürü oluşumlarına büyük önem vermesi gerekmektedir.

Teknolojilerin sürekli olarak gelişim gösterdiği ve tüketicilerin ihtiyaçlarının değiştiği piyasalarda işletmelerin de bu değişikliklere uyum göstermesi gerekmektedir. Bu kapsamda muhasebe meslek mensuplarının da yeni teknolojik gelişmelere adapte olmaları, çalışanların teknolojilere uyumu için gerekli eğitimleri vermeleri, yeni çıkan sistemleri işletme bünyesine katmaları, tüketicilerin talepleri doğrultusunda yenilikleri gerçekleştirmeleri ve rekabet başarısını elde ederek faaliyetlerini sürdürmeleri gerekmektedir.

Kurumsal kimlik ve yetenek yönetimi konusunda daha sonra yapılacak araştırmalarda konu kapsamına; Kurumsal İmaj, logo, amblem, Ambalaj, ürün görselleri, hizmet türleri, kurumsal davranış, kurumsal iletişim, kurumsal felsefe, örgüt kültürü gibi konuların dahil edilmesi ayrıca yapılacak araştırmalarda bölgesel, ulusal ve uluslararası seviyede karşılaştırmalar yapılması önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Ali, Z., Bashir, M., & Mehreen, A. (2019). Managing organizational effectiveness through talent management and career development: The mediating role of employee engagement. *Journal of Management Sciences*, 6(1), 62-78. doi: 10.20547/jms.2014.1906105
- Altınöz, M. (2018). Yetenek yönetiminin algılanması üzerine karşılaştırmalı bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (39), 82-95.
- Backhaus, K., & Tikoo, S. (2004). Conceptualizing and researching employer branding. *Career Development International*, 9(5), 501-517. doi: 10.1108/13620430410550754
- Bahirvani, G., Teixeira, N., & Da Silva, R.V. (2009). Measuring corporate identity: A case study using a corporate personality scale. Lusfada. *Economia & Empresa*. 9,165-185.
- Balmer, J. M., & Podnar, K. (2021). Corporate brand orientation: Identity, internal images, and corporate identification matters. *Journal of Business Research*, 134, 729-737. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.06.016>
- Balmer, J.M.T. (2012). Corporate brand management imperatives: Custodianship, credibility and calibration. *California Management Review* 54(3), 6-33. <https://doi.org/10.1525/cmr.2012.54.3.6>
- Balmer, J.M.T., Brexendorf, T.O. & Kernstock, J. (eds.) (2013) Corporate brand management – A leadership perspective. *Journal of Brand Management* 20(9), 717-815. doi:10.1057/bm.2013.20
- Baloğlu, Z. (2016). *İşletmelerde kurumsal kimlik yönetimi: Adana ilinde faaliyet gösteren otel işletmelerindeki çalışanlar üzerine bir inceleme* [Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi]. (433555), Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin Çağ Üniversitesi.
- Boxenbaum, E., Jones, C., Meyer, R. E., & Svejnova, S. (2018). Towards an articulation of the material and visual turn in organization studies. *Organization Studies*, 39(5-6), 597-616. <https://doi.org/10.1177/0170840618772611>
- Cevher, E. (2014). Kurumsallaşma küçük işletmeler için bir çözüm müdür yoksa yok olma nedeni midir? *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(32), 583-594.
- Choirunnisa, A., & Hidayatulloh, M. S. (2020). Perancangan corporate identity sebagai media promosi koperasi nusa sejahtera. *IKONIK: Jurnal Seni Dan Desain*, 2(1), 27-34. <https://doi.org/10.51804/ijsd.v2i1.609>
- Cunningham, I. (2007). Talent management: making it real. *Development and Learning in Organizations: An International Journal*, 21(2), 4-6. doi: 10.1108/14777280710727307
- Demirel, Y., & Savaş, Y. (2017). Nepotizmin yenilik ve yetenek yönetimi üzerine etkisi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(1), 129-142.
- Dowling, G. R. (2016). Defining and measuring corporate reputations. *European Management Review*, 13(3), 207-223. <https://doi.org/10.1111/emre.12081>
- Dönmez, N., (2009). *Aile şirketlerinde kurumsallaşma ve yönetimin devri: Uşak OSB’de örnek uygulama*. [Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi]. (240478), S.B.E. Kütahya Dumlupınar Üniversitesi.
- Duygun, A. (2015). *Perakende sektöründe kurumsal itibar ve hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerine etkileri: İstanbul’da bir uygulama*. [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. (514111), Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi.
- Dzimhiri, G. L., & Molefakgotla, A. M. (2021). Talent management practices: Perception of registered nurses in Malawian public hospitals. *African Journal of Economic and Management Studies*, 12(3), 423-438. doi: 10.1108/AJEMS-11-2020-0570
- Eberl, M., & Schwaiger, M. (2005). Corporate reputation: disentangling the effects on financial performance. *European Journal of Marketing*, 39(7/8), 838-854. doi: 10.1108/03090560510601798

- Erasmus, B., Naidoo, L., & Joubert, P. (2017). Talent management implementation at an open distance e-learning higher educational institution: The views of senior line managers. *International Review of Research in Open and Distance Learning*, 18(3), 83-98. doi: <https://doi.org/10.19173/irrodl.v18i3.2957>
- Ergenç, E. (2010). *Kurumsal itibar yönetiminde liderliğin rolü üzerine bir araştırma*. [Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi]. (254274), Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Marmara Üniversitesi.
- Ersoy, H. (2022). Rekabet ve kurumsal kimlik açısından ege bölgesi küçük ve orta ölçekli işletmelerinin İMYO iklimlendirme soğutma teknolojisi bölümü algısının araştırılması. *SSD Journal*, 7(31), 52-61. <https://doi.org/10.31567/ssd.613>
- Fisher, G., Kotha, S., & Lahiri, A. (2016). Changing with the times: An integrated view of identity, legitimacy, and new venture life cycles. *Academy of Management Review*, 41(3), 383-409. <https://doi.org/10.5465/amr.2013.0496>
- Foroudi, P., Gupta, S., Nazarian, A., & Duda, M. (2017). Digital technology and marketing management capability: achieving growth in SMEs. *Qualitative Market Research: an International Journal*, 20(2), 230-246. doi: 10.1108/QMR-01-2017-0014
- Garavan, T. N., Carbery, R., & Rock, A. (2012). Mapping talent development: definition, scope and architecture. *European Journal of Training and Development*, 36(1), 5-24. doi: 10.1108/03090591211192601
- Greyser, S.A. (2009) Corporate brand reputation and brand crisis management. *Management Decision* 47(4), 590–602. doi: 10.1108/00251740910959431
- Gülmez, Ö. (2020). *Kurumsal itibar oluşturmada sponsorluk çalışmalarının rolü: Türk milli futbol takımı sponsorları üzerine ampirik bir çalışma*. [Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi]. (633907), Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya Selçuk Üniversitesi.
- Hazar, M. A. (2020). *İş başvuru süreçlerinde işveren markasının Y ve Z kuşakları üzerindeki rolü*. [Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi]. (638182), Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Medipol Üniversitesi.
- Heikkilä, J. (2010). A delphi study on e-HRM: future directions. In *Proceedings of the 3rd European Academic Workshop on Electronic Human Resource Management*, 570, 229-249.
- Helm, S. (2011). Employees' awareness of their impact on corporate reputation. *Journal of Business Research*, 64(7), 657-663. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2010.09.001>
- Işık, M., & Çiçek, B. (2019). İnsan kaynakları uygulamalarının kurumsallaşma algısı üzerindeki öncüllük rolü. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 17(2), 128-149. <https://doi.org/10.11611/yea.538120>
- Karadal, H., & Diri, N. Ç. (2013). Kurumsal itibarın performansa etkisi: Konya'daki özel öğretim kurumlarında bir araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(2), 102-118.
- Karalınç, T. (2021). *Kurumsal itibar ve hizmet kalitesinin işletme performansına etkileri: Sağlık işletmelerinde bir araştırma*. [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. (698082), Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gelişim İstanbul Üniversitesi.
- Kırteke, S., & Çalışkan, S. (2023). Yapay zeka'nın kurumsal kimlik tasarımı oluşturma sürecindeki rolü üzerine bir çalışma. *Türkiye'de Kurumsal İletişim*, 54-69
- Koporčić, N., & Halinen, A. (2018). Interactive network branding: Creating corporate identity and reputation through interpersonal interaction. *IMP Journal*, 12(2), 392-408. doi: 10.1108/IMP-05-2017-0026
- Köksalan, N. (2019). Farklılıkların yönetimi. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 3(6), 51- 66.
- Maertz Jr, C. P., Griffeth, R. W., Campbell, N. S., & Allen, D. G. (2007). The effects of perceived organizational support and perceived supervisor support on employee turnover. *The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 28(8), 1059-1075. <https://doi.org/10.1002/job.472>

- McGuire, M. (2012). *Technology, crime and justice: the question concerning technomia..* 1st Edition. Willan. London. <https://doi.org/10.4324/9780203127681>
- Melewar, T. C. (2003). Determinants of the corporate identity construct: a review of the literature. *Journal of Marketing Communications*, 9(4), 195-220. <https://doi.org/10.1080/1352726032000119161>
- Meyers, M. C., Van Woerkom, M., & Dries, N. (2013). Talent—Innate or acquired? Theoretical considerations and their implications for talent management. *Human Resource Management Review*, 23(4), 305-321. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2013.05.003>
- Okay, A. (2002). *Kurum kimliği ve kurum imajı, her yönüyle pazarlama iletişimi*. Besinci Basım, MediaCat Kitapları.
- Okay, A., (2000), *Kurum Kimliği*, Media Cat Kitapları.
- Oktay, M. (2000). *Davranış Bilimlerine Giriş*, Der Yayınları.
- Ott, D. L., Tolentino, J. L., & Michailova, S. (2018). Effective talent retention approaches. *Human resource management international digest*, 26(7), 16-19. doi: 10.1108/HRMID-07-2018-0152
- Ören, K., & Yüksel, H. (2012). Geçmişten günümüze çalışma hayatı. *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 1(1), 34-59.
- Özkan, Ş. (2021). Klinik liderlik ve sağlık kurumlarına yansımaları. *Uluslararası Liderlik Çalışmaları Dergisi: Kuram ve Uygulama*, 4(1), 40-50.
- Pires, V., & Trez, G. (2018). Corporate reputation: A discussion on construct definition and measurement and its relation to performance. *Revista de Gestão*, 25(1), 47-64. doi:10.1108/rege-11-2017-005
- Richards, M., Zellweger, T., & Gond, J. P. (2017). Maintaining moral legitimacy through words and words: An explanation of firms' investment in sustainability certification. *Journal of Management Studies*, 54(5), 676–710. <https://doi.org/10.1111/joms.12249>
- Sağır, M. (2016). Kurumsal sosyal sorumluluk ve kurum kimliğinin kurum sadakati üzerine etkisi: kurum imajının aracılık rolü. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(2), 291-312.
- Schlechter, A., & Bussin, M. (2015). Attractiveness of non-financial rewards for prospective knowledge workers. *Employee Relations*, 37(3), 274-295. doi:10.1108/ER-06-2014-0077
- Schweyer, A. (2010). *Talent management systems: Best practices in technology solutions for recruitment, retention and workforce planning*. John Wiley & Sons.
- Selart, M. (2010). *A leadership perspective on decision making*. Cappelen Academic Publishers.
- Ludovica, D. S. (2016). *How to lead Millennials: Human Resource Practices and Generation Y*. [Unpublished Master's Thesis]. (2914), NOVA School of Business and Economics. Lisbon.
- Sanati, S. (2019). *Örgüt kültürünün algılanan kurumsal itibar üzerine etkisi: Bir kamu hastanesinde araştırma*. [Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi]. (584624), Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya Selçuk Üniversitesi.
- Stone, D. L., & Deadrick, D. L. (2015). Challenges and opportunities affecting the future of human resource management. *Human Resource Management Review*, 25(2), 139-145. doi:10.1016/j.hrmr.2015.01.003
- Sürgevil, O. & Budak, G. (2008). İşletmelerin farklılıkların yönetimi anlayışına yaklaşım tarzlarının saptanmasına yönelik bir araştırma, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(4), 65-96.
- Terzibaş, A. (2006). *Örgüt kültürünün toplam kalite yönetimine etkisi*. [Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi]. (214463), Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi.
- Thøger Christensen, L., & Askegaard, S. (2001). Corporate identity and corporate image revisited-A semiotic perspective. *European journal of Marketing*, 35(3/4), 292-315. doi: 10.1108/0309 0560110381814
- Töremen, F., & Mengenci, C. (2020). Kolaylaştırıcı Liderlik (Facilitative Leadership). *Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(13), 209-218.

- Uzunçarşılı, S. A., (2005), *Çok kültürlü ortamlarda halkla ilişkiler ve kurumsal iletişim ve yönetimi*, Dr. Pınar Eraslan Yayınoglu (Ed). Ticaret Üniversitesi Yayınları.
- Ülkem, A. (2020). *Kurumsallaşma ve performans ilişkisi*. [Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi]. (644975), Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi.
- Wong, K. Y., & Aspinwall, E. (2005). Knowledge management: Case studies in SMEs and evaluation of an integrated approach. *Journal of Information and Knowledge Management*, 4(02), 95-111. <https://doi.org/10.1142/S0219649205001079>
- World Economic Forum (2009). Global Agenda Council on Talent and Diversity: Recommendations on creating and managing an inclusive workforce, *World Economic Forum*, Geneva. Available: <https://members.weforum.org/pdf/ip/ps/TalentDiversity.pdf> (11/12/12).
- Yalçın, M. (2018). Sürdürülebilir rekabette yetenek yönetimi: Kurumsal işletmeler üzerine bir araştırma. *Journal of International Social Research*, 11(59). 738-743. <http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2018.2486>
- Yolaç, S., & Doğan, E. (2011). Küreselleşme sürecinde aile işletmelerinde yönetim ve kurumsallaşma. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 61(2), 83-110.
- Yüksel, D., Öç, B., & Tolon, M. (2021). Dijital kurumsal iletişim. Tarakçı, İ. E. & Göktaş, B. (Ed.), *Dijital Gelecek Dijital Dönüşüm*, Efe Akademi Yayınları.