

ÖRGÜTSEL İMAJ ALGISI İLE ÖĞRETİM KALİTESİ ALGISI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ: BİR VAKIF ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

Geliş Tarihi : 30.04.2022

Dr. Öğr. Üyesi Mesut ÖZTIRAK¹

Kabul Tarihi : 02.11.2022

Öğr. Gör. Yusuf KARAŞİN²

Makale Türü : Araştırma Makalesi

Özet

Bu araştırmanın amacı, İstanbul ilinde bulunan bir vakıf üniversitesinin sağlık hizmetleri meslek yüksekokulunda öğrenim görmekte olan ve mezun öğrencilerin örgütsel imaj algıları ile öğretim kalitesi algısı arasındaki ilişkinin tespit edilmesidir. Bu araştırma, tanımlayıcı ve kesitsel bir araştırmadır. Bu araştırmada örgütsel imaj algısı ile öğrenim kalitesi algısı değişkenleri yaş, cinsiyet, öğrenim görülen program, öğrencilik durumu gibi parametreler üzerinden değerlendirilmiştir. Araştırmanın ana hipotezi örgütsel imaj algısı ile öğrenim kalitesi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır şeklinde kurulmuştur. İki değişken arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak için korelasyon analizi uygulanmıştır. Korelasyon analizi bulgularından hareketle iki değişken arasındaki etkiyi ölçmek için regresyon analizi de uygulanmıştır. Ayrıca ikili değişkenler için t-testi, ikiden fazla gruplar için ise tek yönlü varyans (ANOVA) analizi kullanılmıştır. Tüm analizler SPSS 21.0 programı kullanılarak tespit edilmiştir. Yapılan istatistik analizler sonucunda, bu araştırma kapsamında cinsiyet, öğrencilik durumu, mezuniyet durumu, öğrenim görülen program ve programı sevme durumu ile örgütsel imaj ile öğretim kalitesi arasında pozitif bir yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Örgütsel imaj ile öğretim kalitesi arasında da pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Örgütsel imaj algısının öğretim kalitesi algısı üzerinde etkisi bulunmaktadır Alanyazında genellikle örgütsel imaj kavramı örgütsel bağlılık ve personel sadakati gibi konularla çalışılmıştır. Bu araştırmada ise örgütsel imaj ile öğretim kalitesi arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu araştırmanın diğer araştırmalardan özgün yanı burada ortaya çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel İmaj, Öğretim Kalitesi, Vakıf Üniversitesi.

JEL Kodları: M12, M20, I21.

EXAMINATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN UNIVERSITY STUDENTS' PERCEPTIONS OF ORGANIZATIONAL IMAGE AND THEIR PERCEPTIONS OF EDUCATIONAL QUALITY IN TERMS OF DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS

Abstract

The aim of this research is to determine the relationship between the perceptions of organizational image and the perception of teaching quality of the students who are studying and graduated from a vocational school of health services at a foundation university in Istanbul. This research is a descriptive and cross-sectional study. In this study, organizational image perception and learning quality perception variables were evaluated over parameters such as age, gender, education program and student status. The main hypothesis of the research is that there is a significant relationship between organizational image perception and learning quality. Correlation analysis was applied to reveal the relationship between the two variables. Based on the correlation analysis findings, regression analysis was also applied to measure the effect between the two variables. In addition, t-test for binary variables and one-way analysis of variance (ANOVA) for more than two groups were used. All analyzes were determined using the SPSS 21.0 program. As a result of the statistical analysis, there is a positive relationship between

¹İstanbul Esenyurt Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Dış Ticaret Bölümü Dış Ticaret Programı, mesutoztirak@esenyurt.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4828-7293

²İstanbul Gedik Üniversitesi, Gedik Meslek Yüksekokulu, Tıbbi Hizmetler ve Teknikler Bölümü Tıbbi Dokümantasyon ve Sekreterlik Programı, yusuf.karasin@gedik.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4594-9290

gender, student status, graduation status, the program studied and the status of liking the program, organizational image and teaching quality. There is also a positive relationship between organizational image and teaching quality. The perception of organizational image has an effect on the perception of teaching quality. In the literature, the concept of organizational image has generally been studied with issues such as organizational commitment and staff loyalty. In this study, the relationship between organizational image and teaching quality was examined. The originality of this research compared to other studies emerges here.

Keywords: Organizational Image, Teaching Quality, Foundation University.

JEL Codes: M12, M20, I21.

1. GİRİŞ

Küreselleşme olgusu hayatın her alanında, hayatın her alanına giren bu küreselleşme olgusu eğitim alanına da yansımıştır. Bu durumda imaj kavramı örgütsel boyutta önemli hale gelmiştir (Taş vd., 2018). Gerek uluslararası alanyazında gerekse de ulusal alanyazında eğitim örgütleri arasında da rekabetin artmasından dolayı örgüt imajı kavramı incelenmeye değer hale gelmiştir. Örgütsel imaj veya örgüt imajı kavramı genelde bir örgüt hakkında bireylerin zihinlerinde oluşan algı, durum olarak tanımlanmaktadır (Nguyen ve LeBlanc, 2001). Bu algı örgütün ismi, diğer insanların örgütü nasıl gördüğüne ilişkin inançlar, örgütün sembolü yoluyla zihinlerde farklılaşmaktadır (Arpan vd.,2003). Bu durumdan hareketle örgüt imajının kişilerin tecrübeleri, örgüt hakkında duydukları karşısında zihinlerinde oluşan algı olarak da şekillendiği söylenebilir. Özellikle Türkiye’ de son yıllarda vakıf üniversite sayısında meydana gelen artışla beraber örgüt imajı eğitim sektöründe de önem kazanmıştır. Bu imajın oluşmasındaki en önemli faktörün de örgütün fiziksel donanımının dışında öğrenim gören öğrencideki öğretim kalitesi durumudur (Bulut, 1997; Eroğlu, 2002; Fiduas, 2006). Bu araştırmada bu noktadan hareketle alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Eğitim ve öğretime ilişkin kalite standartları uluslararası düzeyde oluşturulmaktadır. Oluşturulan bu standartlar yükseköğretim kurumları içinde ortak değerler ortaya çıkarmıştır. Türkiye’ de de 22 Ekim 2002 tarihli 241914 sayılı resmi gazete ile yayınlanan “Yükseköğretim Kurumlarında Akademik Değerlendirme ve Kalite Kontrol Yönetmeliği” yürürlüğe girmiştir (<https://www.resmigazete.gov.tr> e.t:12.11.2021).Bu yönetmelik sayesinde Türkiye’ de yükseköğretim kurumlarında eğitim kalitesinin, kullanılan fiziksel kaynakların, insan kaynaklarının, öğrenci hizmetlerinin, sosyal ve kültürel hizmetlerin bir arada daha dengeli hale geldiği ve bu faktörlerin yükseldiği (Maksüdünov vd., 2016) söylenebilmektedir.

Yapılan araştırmalar (Elliott ve Shin, 2002; Knight, 1994; Kelly, 1994) neticesinde öğretim kalitesi genelde akademik personel algısı olarak araştırılmıştır. Yani genellikle yapılan araştırmalarda üniversite öğrencilerinin öğrenim görmüş oldukları üniversitelerde öğrenim hizmeti veren öğretim üyesi/öğretim elemanlarından beklenti ve algı durumlarının incelendiği görülmektedir. Bu araştırmada ise örgüt imajı kavramı üniversite öğrencilerinin öğrenim görmüş oldukları üniversitenin hem fiziksel, sosyal çevre ve toplumsal algılama farkları açısından hem de akademik çevre faktörü açısından incelenmiştir. Bu durumda bu araştırmayı alanyazındaki diğer araştırmalardan özgün kılmaktadır.

2. ÖRGÜTSEL İMAJ

Örgütsel imaj kavramına değinmeden önce “imaj” kavramına değinmede fayda görülmektedir. İmaj kavramının literatürde farklı şekillerde tanımlandığı görülmektedir.

İmaj, imgeleme aracılığıyla zihinde canlandırılması gerçekleştirilen kavramlar ve semboller olarak ifade edilmektedir (Küçükuyurt,1988). Benzer şekilde Ünüsan ve Sezgin(2005)

imaj kavramını, “bilgilenme sonucunda varılan imge” olarak tanımlamaktadır. İmaj kavramı” bir nesnenin referans noktasındaki kişinin inançlarının, ideallerinin ve izlenimlerinden oluşan toplam” olarak (Barich ve Kotler,1991) görüldüğü gibi “işletme üzerinde personel, kullanılan araç-gereç ve işletmenin çevresi hakkında zihinde oluşan fikir, anlayış ve değerler” (Gümüş,1995) olarak da karşımıza çıkmaktadır. Hatch ve Schults(1997) imaj kavramını açıklarken “bir kişi veya kuruluşun dış dünyadan genel görünümü” tümcesini, Williamson (2001) ise “birinin obje üzerindeki tecrübelerinin tümü” ibaresini kullanmıştır. Bütün bu tanımlamalardan hareketle, kişilerin imajının farklı olabileceği, bu imajın olumlu veya olumsuz yönde olabileceği, imajı olumlu hale getirmek için imaj artırıcı faaliyetlerde bulunmakta yarar görülebileceği (Okay, 2002) vurgulanmaktadır.

Genelde kişiler için kullanılan imaj kavramı örgütler için “Örgütsel İmaj” olarak kullanılmaktadır. Örgütsel İmaj kavramının literatürde kurumsal imaj, şirket imajı, firma imajı şeklinde de tanımlandığı görülmektedir (Akbulut,2015). Nguyen ve LeBlanc (2001) örgütsel imaj kavramını, örgüt hakkında bireylerin zihinlerinde oluşan örgüt portresi olarak tanımlarken Arpan vd.(2003) ise örgütsel imaj kavramına “örgütün ismi, diğer insanların örgütü nasıl gördüklerine ilişkin inançları özetle örgüte ilişkin tutumlar” şeklinde yorumlamaktadır. Örgütsel imaj ile bir başka tanımlama ise “örgüt üyelerinin ve diğer insanların örgütü nasıl gördüklerine yönelik tutumlar” şeklindedir (Polat,2011). Şanlı ve Arabacı(2017)’ya göre örgütsel imaj, örgütün en üst düzey yöneticisinin aldığı karardan en alt kademe iş görenin davranışlarını içeren tüm etkenlerin birleşiminden meydana gelmektedir. Örgütsel imajın tek bir yönünün olmadığı bir aşikârdır. (Polat vd.,2010). Örgütün başarılı kabul edilmesindeki etkenlerden birisi de örgütsel imajdır (Aksoy ve Bayramoğlu,2008). Örgütsel imaj konusunda alanyazına kazandırılan çalışmalar neticesinde bireylerin bir örgüte ilişkin imaj algılarının zamanla olumlu veya olumsuz yönde gelişim ve değişim gösterdikleri ortaya konulmuştur (Cerit, 2006; Kazoleas vd., 2001; Paden ve Stell, 2006). Bir örgütün imajının olumlu yönde olması o örgütün gözde olmasına ve reklamının örgüt dışındakiler tarafından da yapılmasına olanak sağlamaktadır. Bu durum da örgüte çok fazla yarar sağlamaktadır (Polat,2011; Erkmen ve Çerik,2007).

3. ÖĞRETİM KALİTESİ

Öğretim kalitesi kavramına değinmeden önce kalite kavramına değinmede yarar görülmektedir. Kalite kavramı, genel olarak; müşterinin isteğidir şeklinde ifade edilmektedir (Burgaz ve Ekinci,2007). Eğitim alanında en yüksek kurum durumunda bulunan üniversitelerin bu tanımdan hareketle hizmetlerin alıcısı konumunda bulunan grupları dikkate almaya başlamıştır (Saydan,2008). ‘İnsana yapılan yatırım en karlı yatırımdır’ felsefesiyle eğitim ve öğretimde kalitenin etkili hale geldiği söylenebilmektedir (Türker,2003). Yükseköğretim kurumlarında kaliteli ürün kavramı deyince anlaşılan kavram “kaliteli insan” kavramıdır (Karakaya vd., 2016).

Yükseköğretim kurumlarında kalite unsurları ve müşterileri kavramı bilimsel literatüre (Owlia ve Aspinwall,1996) tarafından kazandırılmıştır. Bu durum Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1. Yükseköğretimde kalite unsurları ve müşterileri

Yükseköğretimde Kalite Unsurları		Müşteriler
Somut Unsurlar	Yeterli Donanım ve Tesisler Modern Donanım ve Tesisler Ulaşım Kolaylığı Güzel Çevre Destek Hizmetleri(Barınma, spor, sosyal hizmetler)	Öğrenciler Akademik Personel
Yeterlilik	Yeterli Akademik Personel Nitelikler İletişim Becerisi	Öğrenciler
Tutum	Öğrencilerin isteklerinin anlaşılması Yardıma isteklilik Yardım ve danışmanlık için ulaşılabilirlik Bireylere ilgi gösterme	Öğrenciler
İçerik	Programların öğrencilerin gelecekteki işleriyle uygunluğu Geçerlilik Bilgisayar kullanımı İletişim becerisi ve takım çalışması	Öğrenciler Akademik Personel Çalışanlar
Sunum	Etkili sunum Tutarlılık Sınavların tarafsızlığı Öğrencilerden geribildirim Öğrencilerin cesaretlendirilmesi	Öğrenciler
Güvenilirlik	Güvenilirlik Geçerli ödüller verme Sözünde durma Şikâyetleri değerlendirme Problem çözme	Öğrenciler Akademik Personel Çalışanlar

Kaynak: Owlia ve Aspinwall,19969

Eğitim ve öğretim kalitesine ilişkin Uluslararası Standartlar Örgütü tarafından hazırlanmış Kalite Güvence Sistemi Standartları, yükseköğretim kurumlarında ortak standartlar ve içerik geliştirmiştir (Maksüdünov vd., 2016). Türkiye’de ise,22 Ekim 2002 tarih ve 24914 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan “Yükseköğretim Kurumlarında Akademik Değerlendirme ve Kalite Kontrol Yönetmeliği” ile yükseköğretim kurumlarında kalite sağlamanın gerekliliğinin öne çıktığı söylenebilmektedir (<https://www.resmigazete.gov.tr> e.t:12.11.2021). Yükseköğretim kurumlarındaki eğitimin kalitesi; fiziksel kaynakların, insan kaynaklarının, öğrenci hizmetlerinin, sosyal ve kültürel hizmetlerin bir arada dengede bulunması ile yükseköğretim kurumlarında kalite sağlamanın gerekliliğinin öne çıktığı söylenebilmektedir (Okçu,2008). Bilimsel literatüre kazandırılan çalışmaların birçoğunda

yükseköğretim kurumlarında kalitenin sağlanabilmesi için en önemli faktörün “öğretim üyeleri/ elamanları” olduğu dikkat çekmektedir (Bulut, 1997; Eroğlu, 2002; Fiduas, 2006; Baykal vd, 2002; Tütüncü ve Doğan, 2003; Elliott ve Shin, 2002; Knight, 1994; Kelly, 1994; Pazarlıoğlu vd, 1999; Uzgören vd; 2007; Erdoğan ve Uşak, 2004).

4. YÖNTEM

4.1. Araştırmanın Amacı

İmaj, bir bireyin, topluluğun veya kurumun kendisiyle ilgili başkalarında yaratmak istediği ya da bıraktığı izlenimdir. Mesleki imaj, meslek üyelerinin paylaştığı, sosyal statü, yetenek ve davranış modelidir. Mesleki imaj algısıysa meslek üyelerinin sosyal statüleri, yetenekleri ve davranış kalıplarıyla ilgili mesleğinin ortak inançlarını ifade etmektedir (Özata ve Aslan, 2010). Dolayısıyla mesleğe yönelik toplumda oluşan genel kanının, o mesleğe yönelik algıyı ve meslek mensuplarını etkilediği söylenebilir. Meslek seçiminde ve/veya seçilen mesleğin devam ettirilmesinde söz konusu toplumsal etki önemlidir. Bu etki hem mesleki imaj algısını hem de mesleklerine ilişkin öğretim kalitesini de etkilediği varsayılmaktadır. Bu varsayımı ispat etmek için sağlık hizmetleri meslek yüksekokulunda öğrenim gören üniversite öğrencilerinin örgütsel imaj algılarının öğretim kalite algılarına etkisi belirlenmeye çalışılmaktadır.

4.2. Araştırma Sorusu ve Hipotezi

Araştırmada, sağlık hizmetleri meslek yüksekokulunda öğrenim gören öğrencilerin örgütsel imaj algıları ne düzeydedir? Öğrencilerin öğretim kalite algıları ne düzeydedir? sorularına cevap aranmaktadır. Öğrencilerin örgütsel imaj algıları ve öğretim kalitesi algıları demografik özelliklere göre değişebilmektedir (Pazarlıoğlu vd, 1999; Uzgören vd; 2007; Erdoğan ve Uşak, 2004). Dolayısıyla öğrencilerin mesleklerine yönelik algı değerlendirmeleri, cinsiyet, yaş, medeni durum, öğrencilik durumu, sınıf, öğrenim görülen program, burs durumu, programı sevme durumu, çalışma durumu, aile ile birlikte yaşama durumu, anne mesleği ve baba mesleğine göre incelenmiştir. Ayrıca sağlık hizmetleri meslek yüksekokulunda öğrenim gören üniversite öğrencilerinin örgütsel imaj algılarının öğretim kalite algılarına etkisi belirlenmektedir.

Araştırmanın ana hipotezi şu şekilde kurulmuştur:

Hipotez 1: Örgütsel imaj algısı ile öğretim kalitesi arasında istatistiki olarak ilişki bulunmaktadır.

4.3. Araştırmanın Analiz Yöntemi

Öğrencilerin cinsiyet, yaş, medeni durum, öğrencilik durumu, sınıf, öğrenim görülen program, burs durumu, programı sevme durumu, çalışma durumu, aile ile birlikte yaşama durumu, anne mesleği ve baba mesleği frekans ve yüzde dağılımları ile değerlendirilmiştir. Öğrencilerin cinsiyet, yaş, medeni durum, öğrencilik durumu, sınıf, öğrenim görülen program, burs durumu, programı sevme durumu, çalışma durumu, aile ile birlikte yaşama durumu, anne mesleği ve baba mesleğine göre genel örgütsel imaj algısı ve boyutları, genel öğretim kalitesi algısı arasındaki farklılık Bağımsız Grup T Testi, Tek Yönlü Varyans analizi (ANOVA) ve Kruskal Wallis H testi kullanılırken, $n \leq 30$ olan gözlemlerde gruplararası karşılaştırma için Mann Whitney U testi ve $n \geq 30$ ve homojen gözlemlerde ise Scheffe testi, araştırma hipotezini test etmek için ise Doğrusal Regresyon analizi kullanılmıştır (Kalaycı,2015). Tüm analizler SPSS 21 istatistik paket programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

4.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmada 05.10.2021-01.11.2021 tarihleri arasında veri toplanmıştır. Araştırmanın evrenini bir vakıf üniversitesinin sağlık hizmetleri meslek yüksekokulunda öğrenim gören 1000 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmada kolayda örneklem yöntemi ile 441 öğrenciye ulaşılmıştır. Kolayda örnekleme yöntemi ana kütle içerisinde seçilecek örnek kesimin araştırmacının yargılarınca belirlendiği tesadüfi olmayan örnekleme yöntemidir. Kolayda örneklemede veriler, ana kütlede en kolay, hızlı ve ekonomik şekilde toplanır (Malhotra, 2004, Aaker vd., 2007, Zikmund, 1997).

4.5. Araştırmanın Veri Toplama Araçları

Ölçme aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Veriler cinsiyet, yaş, medeni durum, öğrencilik durumu, sınıf, öğrenim görülen program, burs durumu, programı sevme durumu, çalışma durumu, aile ile birlikte yaşama durumu, anne mesleği ve baba mesleği ve ailenin gelir durumu sorularını içeren on üç soruluk “Öğrenci Tanıtım Formu”, öğrencilerin örgütsel imaj algılarını belirlemek için yirmi soruluk “Örgütsel İmaj Algısı Ölçeği” ve öğretim kalite algılarını belirlemek içinse yirmi üç soruluk “Öğretim Kalite Algısı Ölçeği” ile toplanmıştır. Her iki ölçek için beşli Likert tipi ölçek kullanılmıştır. Ölçekler 1: Kesinlikle Katılmıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum” seçeneklerinden oluşmaktadır. Araştırmanın örgütsel imaj ölçeği Cerit(2006)’in makalesinden, öğretim kalitesi ölçeği de Karakaya, Kılıç ve Uçar (2016)’ın makalesinden alınmıştır. Cerit (2019), örgütsel imaj ölçeğinin genel iç tutarlılığını 0,92, akademik çevre faktörü güvenilirlik alfa değerini 0,82, fiziksel ve sosyal çevre faktörü güvenilirlik alfa değerini 0,78 ve toplumsal algılama faktörü güvenilirlik alfa değeri ise 0,77 olarak hesaplamıştır. Karakaya, Kılıç ve Uçar (2016) ise öğretim kalitesi ölçeğinin güvenilirlik alfa değerini 0,93 olarak hesaplamıştır. Bu araştırmada bu iki ölçeğin faktör ve güvenilirlik analizi sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 2. Örgütsel imaj ölçeğinin faktör ve güvenilirlik analizi sonuçları

		Faktör Yükleri	Varyans Yüzdesi	Cronbach Alfa
Fiziksel, Sosyal Çevre ve Toplumsal Algılanma Faktörü	10.Üniversitemde kampüs atmosferi canlı ve çekicidir	0,824	37,065	0,952
	14.Üniversitem toplumda iyi bir üne sahiptir	0,818		
	15.Üniversitem diğer üniversiteler arasında iyi bir üne sahiptir.	0,810		
	8.Üniversitemde okumak beni diğer öğrencilerden farklılaştırır	0,780		
	17.Üniversitem sosyal etkinlik konusunda yeterli düzeydedir	0,739		
	7.Üniversitem benim iş bulmama olanak sağlar	0,731		
	18.Üniversitemde barınma olanakları yeterli durumdadır	0,721		
	11.Üniversitemde çalışmak istediğim zaman üniversitenin olanaklarından kolaylıkla yararlanılır	0,715		
	9.Üniversitemde olanaklar yeterlidir	0,711		
	19.Üniversitemde öğrencilerin fikirlerinden yararlanılmaktadır	0,633		
	16.Üniversitemin Kütüphanesi kaynak konusunda yeterlidir	0,574		
4.Üniversitemin sınıf atmosferi olumludur	4.Üniversitemin sınıf atmosferi olumludur	0,784	30,855	
	5.Üniversitemde öğretim elemanları-öğrenci arasındaki iletişim üst seviyededir	0,781		
	2.Üniversitemin öğretim elemanları kalitelidir.	0,780		
	3.Üniversitemde öğrencilere karşı olumlu davranılır	0,760		

Akademik Çevre Faktörü	12.Üniversitemde kaliteli eğitim yapılmaktadır	0,706		0,925
	6.Üniversitemde sınıf mevcutları iyi durumdadır	0,703		
	13.Üniversitemde öğrencilerle yakından ilgilenilmektedir	0,672		
	1.Üniversitemin yeterli teknolojik donanıma sahip olduğunu düşünüyorum	0,627		

Örgütsel imaj algısı ölçeğinin geçerliliğini ölçümlemek için Açıklayıcı Faktör Analizi kullanılmıştır. Bunun için ölçeğin faktör analizini ölçümlemek için Kaiser Meyer Olkin (KMO), maddeler arasındaki tutarlılığı ölçümlemek için Bartlett Küresellik testi, faktörleri belirlemek için faktör çıkartma yöntemlerinden Temel Bileşenler Analizi yapılmıştır ve varyansı en yüksek yapmak için de döndürme işlemi için Varimaks yöntemi seçilmiştir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012; Büyüköztürk, 2010; Karagöz ve Kösterelioğlu, 2008).

Bu ölçeğin KMO testi değeri 0,950'dir (KMO=0,81<95,0≤1,00). Bu oran ölçeğin faktör analizi için yüksek düzeyde uygun olduğunu göstermektedir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012: 207). Daha sonra yapılan Bartlett Küresellik testi anlamlı bulunmuştur ($X^2=8044,172$, $p=0,000\leq 0,01$). Faktör altında toplanmayan maddeler analiz dışında bırakılmıştır (Tabachnick ve Fidell, 2013). Bu ölçekte de ölçeğin 20.maddesi herhangi bir faktör altında değildir. Bundan dolayı ölçeğin 20. maddesi doğru faktör altında olmadığından dolayı analize dâhil edilmemiştir.

Faktör analizi sonucunda ölçeğin iki boyutunun olduğu tespit edilmiştir. İlk boyut fiziksel, sosyal çevre ve toplumsal algılanmadır. Bu boyutun faktör yükleri 0,824-0,574 arasında değişmektedir. Fiziksel, sosyal çevre ve toplumsal algılanma boyutunun varyans yüzdesi %37,1'dir (37,065). Cronbach alfa katsayısı 0,952'dir. Bu oran boyutun ifadelerinin yüksek oranda güvenilir olduğunu göstermektedir.

Ölçeğin ikinci boyutu akademik çevre faktörüdür. Boyutun faktör yükleri 0,784-0,627 arasında değişmektedir. Akademik çevre boyutunun varyans yüzdesi %30,9'dur (30,855). Cronbach alfa katsayısı 0,925'dir. Bu oran boyutun ifadelerinin yüksek oranda güvenilir olduğunu göstermektedir.

Ölçeğin toplam varyans yüzdesi %67,9'dir. Örgütsel imaj algısı ölçeğinin Cronbach alfa katsayısı 0,963'dür. Bu değer ölçeğin çok iyi düzeyde güvenilir olduğunu göstermektedir (Kalaycı, 2015).

Tablo 3. Öğretim kalitesi algısı ölçeği faktör ve güvenilirlik analizi sonuçları

	Faktör Yükleri	Varyans Yüzdesi	Cronbach Alpha
13.Öğretim elemanları yükümlülüklerini bilinçli bir şekilde yerine getirir	0,904	75,9	0,985
8.Öğretim elemanları, zamanı rasyonel olarak kullanır	0,904		
4.Öğretim elemanları, derslerin içeriğini açıklayıcı olarak öğretir	0,902		
6.Öğretim elemanları, öğrenci sorumluluklarını açıkça tanımlar	0,897		
7.Öğretim elemanları, iyi iletişim becerisine sahiptir	0,897		
21.Okulumda gördüğüm derslerin hedefleri açıkça tanımlanır	0,895		
5.Öğretim elemanları, ders hedeflerini açıkça tanımlar	0,894		
9.Öğretim elemanları, dersleri ilgi alanımıza uygun işler	0,891		
20.Okulumda gördüğüm derslerde verilen literatür konuyu anlamak için faydalıdır	0,884		
2.Öğretim elemanları konu ile ilgili bilgiler verir	0,881		
12.Öğretim elemanları öğrencileri çalışmak için motive eder.	0,881		
17.Okulda gördüğüm dersler temel problemler hakkında bilgi vericidir	0,879		
1.Öğretim elemanları derslerde iyi örnekler verir	0,878		

3.Öğretim elemanları, öğrenci sorularını ustalıkla cevaplar	0,871		
23.Okulumda gördüğüm derslerin planları, öğrencinin aktif katılımın teşvik eder.	0,870		
18.Okulumda gördüğüm derslerin konuları uygulama olanaklarının önemini gösterir	0,862		
16.Okulumda gördüğüm derslerin içeriği anlaşılırdır	0,862		
15.Öğretim elemanları, sorumluluklarında bulunan dersleri düzenli ve zamanında işler	0,846		
19.Okulumda gördüğüm derslerin içeriğinin miktarı ders saatlerinin sayısı ile eşleşir	0,840		
11.Öğretim elemanları, öğrencileri adaletli bir şekilde değerlendirir.	0,833		
10.Öğretim elemanları, modern teknolojiyi kullanarak öğretim kalitesini artırır	0,827		
14.Öğretim elemanlarının danışmak için müsaitliği vardır	0,822		
22.Okulumda gördüğüm dersler alıştırma ve seminerler ile düzenli bir şekilde takip edilir	0,810		

Öğretim kalitesi algısı ölçeğinin KMO testi değeri 0,978'dir (KMO=0,81 < 0,97, 8 ≤ 1,00). Bu oran ölçeğin faktör analizi için yüksek düzeyde uygun olduğunu göstermektedir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012: 207). Daha sonra yapılan Bartlett Küresellik testi anlamlı bulunmuştur ($X^2=13607,103$, $p=0,000 \leq 0,01$). Böylece ölçeğin maddeleri arasında ilişki olmadığı belirlenmiştir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Yani ölçeğin yirmi üç maddesinin tutarlılığı sağlanmıştır.

Tüm bu işlemde sonra ölçeğin tek faktörden oluştuğu tespit edilmiştir. Ölçekteki ifadelerin faktör yükleri 0,904-0,810 arasında değişmektedir. Ölçeğin toplam varyans yüzdesi %75,9'dur. Öğretim kalitesi algısı ölçeğinin güvenilirliğini ölçümlemek içinse Cronbach alfa katsayısına bakılmaktadır. Bu ölçeğin Cronbach alfa katsayısı 0,985'tir. Bu değer ölçeğin çok iyi düzeyde güvenilir olduğunu göstermektedir (Kalaycı, 2015).

5.BULGULAR

5.1.Öğrencilerin Kişisel ve Eğitim Bilgileri İstatistikleri

Sağlık hizmetleri meslek yüksekokulunda öğrenim gören öğrencilerin demografik ve eğitim bilgilerinin frekans ve yüzde dağılımları, demografik ve eğitim bilgilerine göre örgütsel imaj ve öğretim kalitesi algılarının fark analizleri, örgütsel imaj algılarının öğretim kalitesine etkisinin araştırmak için etki analizi bu bölümde değerlendirilmektedir.

Tablo 4. Öğrencilerin kişisel ve eğitim bilgileri

		Sayı (n)	Yüzde (%)			Sayı (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	311	70,5	Programı Sevme Durumu	Sevıyorum	395	89,6
	Erkek	130	29,5		Sevmiyorum	46	10,4
	Toplam	441	100,0		Toplam	441	100,0
Yaş	17-20 yaş	114	25,9	Çalışma Durumu	Çalışıyorum	151	34,2
	21-24 yaş	253	57,4		Çalışmıyorum	290	65,8
	25-28 yaş	36	8,2		Toplam	441	100,0
	28 yaş üzeri	38	8,6	Aile ile Birlikte Yaşama Durumu	Evet	381	86,4
	Toplam	441	100,0		Hayır	60	13,6
Medeni Durum	Bekâr	390	88,4	Anne Mesleği	Toplam	441	100,0
	Evli	51	11,6		Emekli	16	3,6
	Toplam	441	100,0		Ev Hanımı	344	78,0
Öğrencilik Durumu	Öğrenci	222	50,3	Baba Mesleği	Kamu Sektörü	22	5,0
	Mezun	219	49,7		Özel Sektör	41	9,3
	Toplam	441	100,0		Serbest Meslek	10	2,3
	Sınıf	1.Sınıf	83		18,8	Vefat	8
2.Sınıf		139	31,5	Toplam	441	100,0	
Mezun		219	49,7	Emekli	108	24,5	
Toplam		441	100,0	İşsiz	21	4,8	

Öğrenim Görülen Program	Tıbbi Laboratuvar Teknikleri	30	6,8	Ailenin Toplam Geliri	Kamu Sektörü	30	6,8
	Anestezi	58	13,2		Özel Sektör	102	23,1
	Çocuk Gelişimi	58	13,2		Serbest Meslek	145	32,9
	İlk ve Acil Yardım	108	24,5		Vefat	35	7,9
	Sosyal Hizmetler	8	1,8		Toplam	441	100,0
	Tıbbi Dokümantasyon ve Sekreterlik	40	9,1		2000 TL ve altı	51	11,5
	Tıbbi Görüntüleme Teknikleri	64	14,5		2001 TL - 2500 TL	47	10,7
	Ameliyathane Hizmetleri	75	17,0		2501 TL - 3000 TL	78	17,7
	Toplam	441	100,0		3001 TL - 3500 TL	52	11,8
Burs Durumu	%50 Burs	269	61,0	3501 TL - 4000 TL	72	16,3	
	%75 Burs	51	11,6	4001 TL - 4500 TL	54	12,2	
	Tam Burs	68	15,4	4501 TL - 5000 TL	44	10,0	
	Tam Ücretli	44	10,0	5001 TL ve üstü	43	9,8	
	Diğer	9	2,0	Toplam	441	100,0	
	Toplam	441	100,0				

Tablo 4’de görüldüğü üzere, sağlık hizmetleri meslek yüksekokulunda öğrenim görenlerin % 70,5’i kadın, %57,4’ü 21-24 yaş arasında, %88,4’ü bekâr, %50,3’ü öğrenci, %49,7’si mezun, %31,5’i 2. sınıf, %24,5’i ilk ve acil yardım programında okumakta, %61,0’ı yüzde elli burslu, %89,6’sı programını sevmekte, %65,8’i çalışmıyor, %86,4’ü ailesi ile birlikte çalışmakta, %78,0’ının annesi ev hanımı, %32,9’unun babası serbest meslekle uğraşmakta, %17,7’sinin ailesinin 2501-3000 TL geliri bulunmaktadır.

5.2. Demografik Özelliklerin Ölçek Puanlarına Göre Farklılık Bulguları

Bağımsız grup t testi demografik değişken gruplarının iki olması durumunda uygulanmaktadır (Kalaycı, 2015). Bağımsız grup t testi sonuçları yorumlandığında, cinsiyete göre öğrencilerin öğretim kalitesi algısı istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p=0,009 \leq 0,01$).

Tablo 5. Cinsiyete göre t-testi sonuçları

Cinsiyet		n	\bar{X}	SS	t	p
Öğretim Kalitesi Algısı	Kadın	311	3,7590	1,05390	2,620	0,009
	Erkek	130	3,4659	1,11084		
Örgütsel İmaj Algısı	Kadın	311	2,9447	0,96839	-0,397	0,692
	Erkek	130	2,9858	1,04909		
Akademik Çevre Faktörü	Kadın	311	3,3730	1,00490	1,136	0,257
	Erkek	130	3,2519	1,05642		
Fiziksel Sosyal Çevre ve Toplumsal Algılanma Faktörü	Kadın	311	2,6331	1,03460	-1,431	0,153
	Erkek	130	2,7923	1,13349		

Sağlık hizmetleri meslek yüksekokulunda öğrenim gören öğrencilerin cinsiyeti ile öğretim kalitesi algısı arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($p:0,009 < 0,05$). Örgütsel imaj algısı ile cinsiyet arasında istatistiki açıdan anlamlı bir fark tespit edilmemiştir ($p:0,692 > 0,05$). Örgütsel imaj algısı ölçeğinin alt faktörlerinden olan akademik çevre faktörü ($p:0,257 > 0,05$) ve fiziksel, sosyal çevre ve toplumsal algılanma faktörü ($p:0,153 > 0,05$) ile cinsiyet arasında da istatistiki açıdan anlamlı bir fark tespit edilmemiştir.

Öğrencilik durumuna göre öğrencilerin örgütsel imaj algıları ile boyutlarından olan fiziksel, sosyal çevre ve toplumsal algılanma arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=0,000 \leq 0,015$). Tablo 5’de öğrencilik durumuna göre öğretim kalitesi algısı, örgütsel imaj, akademik çevre, fiziksel çevre ve toplumsal algılanma faktörlerinin ortalama puanı farklılığının sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 6. Öğrencilik durumuna göre t-testi sonuçları

Öğrencilik Durumu		<i>n</i>	\bar{X}	<i>SS</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
Örgütsel İmaj	Öğrenci	222	3,1221	0,97799	3,570	0,000
	Mezun	219	2,7892	0,97972		
Fiziksel Sosyal Çevre ve Toplumsal Algılanma Faktörü	Öğrenci	222	2,9513	1,04366	5,560	0,000
	Mezun	219	2,4051	1,01882		

Öğrencilerin mezunlara göre örgütsel imaj algıları ile fiziksel, sosyal çevre ve toplumsal algılanma algıları yüksektir.

Öğrenim gördükleri programları sevme durumuna göre öğrencilerin genel öğretim kalitesi ve örgütsel imaj algıları, örgütsel imaj algısı boyutları olan fiziksel, sosyal çevre ve toplumsal algılanma faktörü ve akademik çevre faktörü puanları istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p=0,000\leq 0,05$).

Tablo 7. Yaşa göre tek yönlü varyans (ANOVA) analizi sonuçları

Yaş		<i>n</i>	\bar{X}	<i>SS</i>	<i>F</i>	<i>P</i>	Çoklu Karşılaştırma	
Örgütsel İmaj	17-20 yaş (1)	114	3,1842	0,97442	5,362	0,001	Scheffe	(1-3)
	21-24 yaş (2)	253	2,8870	1,01194				
	25-28 yaş (3)	36	2,5219	0,75208				
	28 yaş üzeri (4)	38	3,1510	0,93481				
	Toplam	441	2,9568	0,99184				
Fiziksel Sosyal Çevre ve Toplumsal Algılanma Faktörü	17-20 yaş (1)	114	2,9920	1,04184	7,467	0,000	Tamhane	(1-2) (1-3) (2-3) (3-4)
	21-24 yaş (2)	253	2,5929	1,09087				
	25-28 yaş (3)	36	2,1414	0,69386				
	28 yaş üzeri (4)	38	2,8349	0,98817				
	Toplam	441	2,6801	1,06588				

Varyansların homojenliği testine göre yaşa göre genel örgütsel imaj (Levene Test İstatistiği= 1,944, $p=0,122\geq 0,05$) ve arasında homojenlik anlamlı olduğundan çoklu karşılaştırma testinde model olarak Scheffe kullanılmaktadır. Örgütsel imaj boyutu olan fiziksel, sosyal çevre ve toplumsal algılanma faktörü (Levene Test İstatistiği= 4,160, $p=0,006\leq 0,05$) arasında homojenlik anlamlı olmadığından çoklu karşılaştırma testinde Tamhane modeli kullanılmaktadır. 17-20 yaş grubunda olan üniversite öğrencileri, 25-28 yaş grubunda yer alan üniversite öğrencilerine göre örgütsel imaj algıları daha yüksektir. 17-20 yaş grubunda olan üniversite öğrencileri, 25-28 yaş grubunda yer alan üniversite öğrencilerine göre fiziksel, sosyal çevre ve toplumsal algılanma imaj algıları daha yüksektir. 21-24 yaş arasında olanlar 25-28 yaş arasında olanlara göre, 28 yaş üzeri olanlar 25-28 yaş grubunda olanlara göre fiziksel, sosyal çevre ve toplumsal algılanma algıları daha yüksektir.

Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi sonuçları değerlendirildiğinde, okudukları sınıfa göre üniversite öğrencilerinin örgütsel imaj algısı ($p=0,001\leq 0,01$), boyutu olan fiziksel, sosyal çevre ve toplumsal algılanma algısı ($p=0,000\leq 0,01$) ortalama puanları arasında anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Tablo 7’de okudukları sınıfa göre öğretim kalitesi algısı, örgütsel imaj, akademik çevre, fiziksel çevre ve toplumsal algılanma faktörlerinin ortalama puanı farklılığının sonuçları gösterilmektedir.

5.3. Pearson Korelasyon Analizi Bulguları

Bu bölümde öğretim kalitesi algısı ile örgütsel imaj, akademik çevre faktörü, fiziksel sosyal çevre ve toplumsal algılama faktörü arasındaki ilişki Pearson korelasyon analizi ile değerlendirilmektedir.

Tablo 8. Değişkenler arasındaki ilişki

		Örgütsel İmaj	Akademik Çevre Faktörü	Fiziksel, Sosyal Çevre ve Toplumsal Algılama Faktörü
Öğretim Kalitesi Algısı	<i>r</i>	0,782	0,836	0,674
	<i>p</i>	0,000	0,000	0,000

Öğretim kalitesi algısı ile örgütsel imaj ($r=0,782$, $p=0,000$), akademik çevre faktörü ($r=0,836$, $p=0,000$) ve fiziksel, sosyal çevre ve toplumsal algılama faktörü ($r=0,674$, $p=0,000$) arasında pozitif yönde yüksek düzeyde ilişki tespit edilmektedir ($p \leq 0,01$). Öğrenci ve mezunların öğretim kalitesi algısı arttıkça örgütsel imajları, akademik çevre faktörü ve fiziksel, sosyal çevre ve toplumsal algılama faktörü de artmaktadır.

5.4. Regresyon Analizleri Bulguları

Sağlık hizmetleri meslek yüksekokulunda öğrenim gören öğrenci ve mezunların örgütsel imaj algılarının öğretim kalitesi algılarına etkisi olup olmadığının belirlenmesi için doğrusal regresyon analizleri yapılmaktadır. Araştırmanın ana hipotezinin test edilmesi sağlanmaktadır.

Tablo 9. Örgütsel imaj algısının öğretim kalitesi algısına etkisi

Model		Standartlaşmamış Katsayı		Standartlaştırılmış Katsayı	<i>t</i>	<i>p</i>
		<i>B</i>	<i>SE</i>	β		
Öğretim Kalitesi Algısı (Bağımlı Değişken)	(Sabit Sayı)	1,160	0,101		11,500	0,000
	Örgütsel İmaj Algısı (Bağımsız Değişken)	0,850	0,032	0,782	26,270	0,000

Tablo 10'da görüldüğü üzere örgütsel imaj algısının öğretim kalitesi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır ($p:0,000 < 0,05$). Örgütsel imaj algısına ait regresyon yükü 0,850 ve standartlaştırılmış regresyon yükü de 0,782'dir. Örgütsel imaj algısı öğrenci ve mezunların öğretim kalitesi algısını 0,782 puan yükseltmektedir.

Tablo 10. Örgütsel imaj algısı boyutlarının öğretim kalitesine etkisi

Model		Standartlaşmamış Katsayı		Standartlaştırılmış Katsayı	<i>t</i>	<i>p</i>
		<i>B</i>	<i>SE</i>	β		
Öğretim Kalitesi Algısı (Bağımlı Değişken)	(Sabit Sayı)	0,727	0,096		7,532	0,000
	Akademik Çevre Faktörü (Bağımsız Değişken)	0,852	0,045	0,806	18,955	0,000
	Fiziksel, Sosyal Çevre ve Toplumsal Algılama Faktörü (Bağımsız Değişken)	0,039	0,043	0,038	0,895	0,371

Akademik çevre faktörü, fiziksel, sosyal çevre ve toplumsal algılama değişkenleri birlikte öğretim kalitesi algısının $R^2 = \%70,0$ 'ni açıklamaktadır. Bağımsız değişkenin bağımlı

değişken üzerindeki etkisini gösteren model, ANOVA testi sonuçlarına göre anlamlıdır ($p=0,000 \leq 0,01$). Tablo 10'a göre sabit değer ve bağımsız değişkenlerden akademik çevre faktörü ($p=0,000 \leq 0,01$) değişkenlerinin katsayılarının anlamlı olduğu görülmektedir. Modelin otokorelasyon olup olmadığını ise Durbin-Watson(DW) testi ile ölçülmektedir. DW değerinin 1,5-2,5 arasında olması modelin otokorelasyonunun olmadığını göstermektedir (Kalaycı, 2015). Bu modelde otokorelasyon olmadığı sonucuna varılmaktadır (DW=1,958). Akademik çevre değişkenine ait regresyon yükü 0,852 ve standartlaştırılmış regresyon yükü de 0,806'dır, Akademik çevre faktörü algısı üniversite öğrencilerinin öğretim kalitesi algısını 0,806 puan yükseltmektedir. Akademik çevre faktörü algısı değişkeni öğretim kalitesi algısı değişkenini anlamlı bir şekilde yordamaktadır. Sadece akademik çevre faktörü öğretim kalitesini etkilediği görülmektedir.

Yukarıdaki regresyon sonuçlarına göre, fiziksel, sosyal çevre toplumsal algılanma bağımsız değişkeninin bağımlı değişken üzerindeki etkisi anlamlı olmadığından *hipotez 1* kısmen kabul edilmektedir. Bu durumda Hipotez 1 desteklenmektedir

6. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bir vakıf üniversitesinin sağlık hizmetleri meslek yüksekokulunda öğrenim gören öğrencilerin öğrenim gördükleri eğitim kurumuna karşı kendilerinde oluşan imaj ile öğrenim görmüş oldukları öğretimin kalitesinin incelendiği bu çalışmada iki değişken arasında istatistiksel olarak bir anlamlı sonucun olduğu görülmektedir. Örgütsel imaj ile öğretim kalitesi arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu bu çalışma ile bilimsel literatüre kazandırılmıştır. Yani; örgütsel imaj durumu yüksek olduğu durumlarda öğretim kalitesinin de yüksek olarak algılandığı, bir başka deyişle öğretim kalitesinin yüksek olarak algılandığı durumlarda da örgütsel imajın yüksek olduğu görülmektedir. Bunun tam tersini söylemek de söz konusudur.

Alanyazın incelendiğinde doğrudan üniversite öğrencilerinin öğrenim görmüş oldukları eğitim kurumuna karşı kendilerinde oluşan imaj ile o öğretim kurumundaki öğretim kalitesi ile ilişkiyi inceleyen bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Bu çalışmanın özgünlüğü de burada ortaya çıkmaktadır. Bu iki değişkeni doğrudan inceleyen çalışmalar yer almamakla birlikte bilimsel literatürde hem yükseköğretim kurumlarında imaj kavramını inceleyen çalışmalar yer almaktadır (Nguyen ve LeBlanc,2001; Cerit,2006; Palacio vd.,2002; Adeniji,vd.,2014; Ahn, 2015; Mostafa vd., 2015). Bu çalışmaların ortak özelliği örgüt imajı ile kalite arasında olumlu bir ilişkinin olduğunun ortaya konmasıdır. Bu çalışmada ise öğretim kalitesi tüm boyutları irdelenmiş olup örgütsel imaj ile arasındaki ilişki incelenmiştir.

Cerit (2006) bilimsel çalışmasında, öğrencilerin üniversiteleri ile ilgili akademik çevre, fiziksel ve sosyal çevre ve toplumsal algılanma boyutları ile üniversitenin toplam örgütsel imajına ilişkin algılarının cinsiyet değişkenine göre anlamlılık saptarken, Orman (2019) alana kazandırdığı tezinde örgütsel imaj algılarına ilişkin bulgulara ait t-testi verileri incelendiğinde bütün olarak ve alt boyutlar bazında cinsiyete göre anlamlı fark tespit edememektedir. Bu araştırmanın sonuçları Cerit(2006)'in araştırmasının sonuçları arasında benzerlik yer almazken, Orman(2019)'ın araştırmasının sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Karakaya, Kılıç ve Uçar (2016) öğrencilerin öğretim kalitesi algısına yönelik puan ortalamalarının cinsiyete göre farklılığının araştırıldığı makalesinde misyon ve öğretim koşulları başlığı ile açıklanan değişkenlerin ortalamalarının cinsiyete göre farklılık göstermediği, öğretim programları ve öğretim elemanları değişkenlerinin ortalamalarının ise cinsiyete göre farklılaştığı gözlenmektedir. Ulaşılan bu sonuçla öğretim kalitesi algısı öğrencilerin cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir hipotezi öğretim programları ve öğretim elemanları boyutları için kabul edilirken, misyon ve öğretim koşulları boyutları için reddedilmektedir. Bu çalışmada ise

cinsiyete göre öğretim kalitesi puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

Cerit'in (2006) araştırmasında öğrencilerin akademik çevre, fiziksel ve sosyal çevre ve bütün olarak örgütsel imaj algılarının öğrenim gördükleri sınıf değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılaştığı, ancak toplumsal algılanma boyutunda sınıf değişkenine göre bir farklılık olmadığı görülmektedir. Karakaya, Kılıç ve Uçar (2016) öğrencilerin öğretim kalitesi algısına yönelik puan ortalamalarının öğrenim gördükleri sınıf değişkenlerine göre herhangi bir farklılık gözlenmediğini bulmaktadır. Bu araştırma ile paralellik göstermektedir.

Cerit'in (2006) araştırmasında öğrencilerin akademik çevre, fiziksel ve sosyal çevre, toplumsal algılanma ve bütün olarak örgütsel imaj algılarının öğrenim gördükleri bölüm değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılaştığı görülmektedir. Bu bulgular, üniversitenin örgütsel imaj algılarının bölümlere göre değiştiğini göstermektedir. Bizim araştırmamızda ise genel örgütsel imaj ve fiziksel, sosyal çevre ve toplumsal algılanma faktörü puanlarının öğrenim görülen programa göre farklılık göstermektedir.

Cerit'in (2006) araştırmasında örgütsel imaj algıları toplam puanlarının, akademik çevre, toplumsal algılanma ve fiziksel ve sosyal çevre alt boyutunda yaş aralığına göre gruplar arası ortalamalar arasındaki farkları anlamlı olduğunu saptamaktadır. Toplumsal algılanma, fiziksel ve sosyal çevre ve akademik çevre alt boyutlarında eğitim düzeyine göre gruplar arası ortalamalarda farklılık tespit etmektedir. Karakaya, Kılıç ve Uçar (2016) araştırmasında öğretim kalitesi algısı öğrencilerin yaşlarına göre farklılık göstermemektedir. Bu araştırmanın sonuçları ile benzerlik göstermektedir.

Araştırma sonuçlarına göre öğrenci ve mezunlar için öneriler şu şekilde olabilir: Öğrenci ve mezunlar ile akademik çevre arasında iletişim kuvvetlendirilmelidir. Öğretim elemanları kaliteli olmalıdır ve kaliteli eğitim verilmelidir. Öğretim elemanları öğrencilere olumlu davranmalıdır. Kaliteli eğitim verilmesi için sınıf mevcutlarının makul olması gerekmektedir. Üniversite öğrencilerle yakından ilgilenmelidir ve yeterli teknolojik donanımına sahip olmalıdır. Üniversitelerin kampüs atmosferinin daha enerjik olması sağlanmalıdır. Üniversiteler toplumda ve diğer üniversiteler arasında iyi bir üne sahip olmalıdır. Üniversiteler sosyal etkinlik konusunda yeterli düzeye gelmelidir ve üniversitelerin iş bulma konusunda olanaklar sağlamalıdır.

KAYNAKÇA

- Aaker, D.A., Kumar, V. and Day, G.S., (2007). *Marketing Research, 9. Edition, John Wiley & Sons, Danvers.*
- Adeniji, A., Osibanjo, A. O., Abiodun, A.J. and Oniojo, E. E. (2014). Corporate İmage: A Strategy for Enhancing Customer Loyalty and Profitability. 23rd International Business Information Management Association Conference on Vision 2020: Sustainable Growth, Economic Development and Global Competitiveness, Valencia, Spain.
- Ahn, C. (2015). The Effects Of Service Quality on Corporate İmage, Customer Satisfaction and Behavioral İntention in National Sports Center. *Journal of Sport and Leisure Studies*, 60, 173-185.
- Akbulut, B. (2015). Ortaöğretim Kurumlarında Görev Yapan Öğretmenlerin Örgütsel İmaj Algıları İle İş Doyumu Düzeyleri Arasındaki İlişki, Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Aksoy, R. ve Bayramoğlu, V. (2008). Sağlık İşletmeleri İçin Kurumsal İmajın Temel Belirleyicileri: Tüketici Değerlemeleri. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(7), 85-96.

- Arpan, M. L. Raney, A. A. and Zivnuska, K. (2003). A Cognitive Approach To Understanding University Image. *Corporate Communications: An International Journal*, 8(2), 97-113. [Http://Dx.Doi.Org/10.1108/1356328031047535](http://Dx.Doi.Org/10.1108/1356328031047535)
- Barich, H. and Kotler, P. (1991). A Framework For Marketing Image Marketing Image management. *Sloan Management Review*, 32, 94-104. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/224961405?pq-origsite=gscholar>.
- Baykal, Ü, Sökmen, S., Korkmaz, S. ve Akgün, E. (2002), Öğrenci Memnuniyeti Ölçeği Geliştirme Çalışması, *Dokuz Eylül Üniversitesi Florence Nightingale Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 13(49)
- Bulut, Ö. (1997), Eğitim Yönetiminin Çağdaştırılması: Eğitimde T.KY Uygulaması ve Yararları, 2. Toplam Kalite Yönetimi Makale Yarışması, *TÜSİAD Yayınları*, İstanbul.
- Burgaz, B. ve Ekinci, C. E. (2007). Öğrencilerin Hacettepe Üniversitesi'nce Sunulan Hizmetlere İlişkin Beklenti ve Memnuniyet Düzeyleri, *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(1),71-89
- Büyüköztürk, Ş. (2010). Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı, *Pegem Akademi Yayıncılık*, Ankara.
- Cerit, Y. (2006). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Üniversitenin Örgütsel İmaj Düzeyine İlişkin Algıları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 12(3), 343-365.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2012). Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve Lisrel Uygulamaları, *Pegem Akademi Yayıncılık*, Ankara.
- Elliott, K.M., and Shin, D. (2002), Student Satisfaction: An Alternative Approach to Assessing this Important Concept, *Journal of Higher Education, Policy and Management*, 24 (2), 197 –209.
- Erdoğan, M. ve Uşak, M. (2004), Factors Affecting Prospective Science Teacher Satisfaction Level on Their Department. (Abstract) Paper presented at the conference, , İstanbul, University of Bahcesehir
- Erkmen, T. ve Çerik, Ş. (2007). Kurum İmajını Oluşturan Kurum Kimliği Boyutları Bağlamında Örgüte Bağlılığın İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Öneri Dergisi*, 7,(28), 107-119.
- Eroğlu, E. (2002), Uzaktan Öğretimde Bütünsel Kalite, *Anadolu Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Sempozyumu* , ss. 23-25 .
- Fıduas, A. (2006), Measuring Service Quality in Higher Education HEDPERF Versus SERPERF, *Marketing Intelligence & Planing*, 24(1),31-47
- Gümüş, M. (1995). Yönetimde Başarı İçin Altın Kurallar, *Alfa Basım Yayım Dağıtım*, İstanbul.
- Hatch, M. J. and Schultz, M. (1997). Relations between organizational culture, identity and image. *European Journal of Marketing*, 31(5/6), 356-365. <http://dx.doi.org/10.1108/eb060636>.
- <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2002/10/20021022.htm#7> (erişim tarihi: 12.11.2021)
- Kalaycı, Ş. (2015). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri , *Asil Yayıncılık*, Ankara.

- Karagöz, Y. ve Kösterelioğlu, İ. (2008). İletişim Becerileri Değerlendirme Ölçeğinin Faktör Analizi Metodu ile Geliştirilmesi, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21, 81-98.
- Karakaya, A., Kılıç, İ. ve Uçar, M. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Öğretim Kalitesi Algısı Üzerine Bir Araştırma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Özel Sayı, 2, 40-55.
- Kazoleas, D., Kim Y. and Moffitt, M. A. (2001). Institutional İmage: A Case Study, *Corporate Communications*, 6(4), 205-216.
- Kelly, L. H. (1994), Utilizing Multiple Measures to Assess Student Satisfaction, Paper Presented at the Meeting of the Association for Institutional Research Annual Forum, New Orleans, LA. (ERIC Document Reproduction Service No. ED 376 764)
- Knight, William E. (1994), Influences on the Academic, Career, and Personal Gains and Satisfaction of Community College Students, Paper presented at the Annual Forum of the Association for Institutional Research., 34th, New Orleans, LA.
- Maksüdünov, A., Çavuş, Ş. ve Eleren, A. (2016), Yükseköğretimde Öğrencilerin Hizmet Kalitesine Yönelik Algılamaları. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(4), 65-76.
- Malhotra, N.K. (2004) Marketing Research. *Prentice Hall*, New Jersey.
- Mostafa, R. B., Lages, C. R., Shabbir, H. A. and Thwaites, D. (2015). Corporate İmage: A Service Recovery Perspective. *Journal of Service Research*, 18(4), 468-483. doi: 10.1177/1094670515584146
- Nguyen, N. and Leblanc, G. (2001). Corporate Image and Corporate Reputation in Customers' Retention Decisions in Services. *Journal of Retailing & Consumer Services*, 8, 227-236. [http://dx.doi.org/10.1016/S0969-6989\(00\)00029-1](http://dx.doi.org/10.1016/S0969-6989(00)00029-1)
- Okay, A. (2002), Kurum Kimliği, *Mediacat Yayınları*, İstanbul.
- Okçu, V. (2008). Eğitimde Toplam Kalite Yönetiminin Uygulanması, *Milli Eğitim* (179): 283-392.
- Owlia, M. and Aspinwall, E.. (1996). Quality Assurance in Education A Framework for the Dinemnsions of The Quality Higher Education, *Quality Assurance in Education*, 4(2),12-20
- Orman, M. (2019). Öğrencilerin Bilgi Evlerine Yönelik Örgütsel İmaj Algıları ile Kurumsal Aidiyet Duygusu Arasındaki İlişki. Marmara Üniversitesi-Sebahattin Zaim Üniversitesi Eğitim Yönetimi ve Denetimi Ortak Yüksek Lisans Programı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Özata, M. ve Aslan, Ş. (2010). Hastanede Çalışan Hemşirelerin Mesleki İmaj Algılamalarının Araştırılması. *S.Ü. İ.İ.B.F Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 10(19), 251-268.
- Paden, N. ve Stell, R. (2006). Branding Options For Distance Learning Programs: Managing The Effect On University İmage. *International Journal of Instructional Technology and Distance Learning*, 3(8), 45-54.
- Palacio, A. B., Meneses, G. D. and Perez, P. J. P. (2002). The Configuration of The University İmage and Its Relationship With The Satisfaction Of Students. *Journal of Educational Administration*, 40(5), 486-505.

- Pazarlıoğlu, M., Emeç, H. ve Erdoğan, S. (1999), Dokuz Eylül Üniversitesi Öğrencilerinin Yükseköğretim Beklenti Değişkenlerinin Faktör Analizi İle İncelenmesi, *Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi* , 14 (2), 97-109.
- Polat, S. (2011). Üniversite Öğrencilerine Göre Kocaeli Üniversitesinin Örgütsel İmajı. *Eğitim ve Bilim*, 36(160), 105-119.
- Polat, S., Abat, E. ve Tezyürek, S. (2010). The Perceived Corporate Image Of Private Secondary Schools By Students' And Parents' Views. *European Journal of Educational Sciences*, 2(2), 65-76.
- Saydan, R. (2008). Üniversite Öğrencilerinin Öğretim Elemanlarından Kalite Beklentileri: Yüzüncü Yıl Üniversitesi İİBF Örneği, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(1), 63-79
- Şanlı, Ö. ve Arabacı, B. İ. (2017). Liselerde Görev Yapan Öğretmenlerin Örgütsel İmaj Algılarının Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 31, 642-661
- Tabachnick, G. B. and Fidell, L. S. (2013). Using Multivariate Statistics (6th ed.). London: Pearson.
- Taş, A., Karataş, E. ve Küçükçene, M. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Örgütsel İmaj Algıları. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 19 (2), 1303-1321
- Türker, A. R. (2003). *Yükseköğretimde Kalite. Üniversite Ve Toplum (E-Dergi)*, 3 (4).
- Tütüncü, Ö ve Doğan, Ö.İ. (2003). Müşteri Tatmini Kapsamında Öğrenci Memnuniyetinin Ölçülmesi ve Dokuz Eylül Üniversitesi, "Sosyal Bilimler Enstitüsü Uygulaması *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (4), 130: 151.
- Uzgören, N. ve Uzgören, E. (2006) .Dumlupınar Üniversitesi Lisans Öğrencilerinin Memnuniyetini Etkileyen Bireysel Özelliklerin İstatistiksel Analizi - Hipotez Testi, Ki-Kare Testi ve Doğrusal Olasılık Modeli, *Dumlupınar Üniversitesi SBE. Dergisi*. (14).<http://sbe.dumlupinar.edu.tr/17/173-192.pdf>
- Ünüsan Ç. ve Sezgin M. (2005), Turizmde Strateji Eksenli Pazarlama İletişimi, *İkia Yayıncılık*, Konya.
- Williamson, J. (2001), Reklamların Dili, *Ütopya Yayınevi*, Ankara.
- Zikmund, W. G. (1997). Business Research Methods, 5. Edition, *The Dryden Press*, Orlando.