



## Uşak Üniversitesi Eğitim Araştırmaları Dergisi

Dergi Web sayfası: <http://dergipark.gov.tr/usakead>

### ÜNİVERSİTELERDE İÇ PAYDAŞLARIN ÖRGÜTSEL İMAJ ALGISI: HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ<sup>1</sup>

#### ORGANIZATIONAL IMAGE PERCEPTION OF INTERNAL STAKEHOLDERS AT THE UNIVERSITIES: AN EXAMPLE OF HACETTEPE UNIVERSITY

Oya Uslu Çetin\*, Gülsün Atanur Baskan\*\*

\* Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Dış İlişkiler Birimi Genel Koordinatörlüğü, oyauslu@gmail.com.

\*\* Prof. Dr., Okan Üniversitesi, gulsunatanurbaskan@gmail.com

Gönderilme Tarihi: 7 Mayıs 2019

Kabul Tarihi: 29 Mayıs 2019

**Özet:** Bu çalışmada, Hacettepe Üniversitesinin bütün fakültelerindeki akademik personel ve idari personel ile son sınıf öğrencileri olmak üzere farklı iç paydaş gruplarının üniversitenin örgütsel imajına ilişkin algılarının incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında katılımcıların Hacettepe Üniversitesinin örgütsel imajına yönelik algılarının çeşitli demografik değişkenlere göre farklılaşp farklılaşmadığı da incelenmiştir. Nicel araştırma yaklaşımının benimsendiği araştırmanın çalışma grubunu, 2014-2015 öğretim yılının bahar ve yaz dönemlerinde Hacettepe Üniversitesinin bütün fakültelerinde bulunan 348 akademik personel, 81 idari personel ve 391 son sınıf öğrencisi oluşturmaktadır. Veriler, Taner-Uluçay (2012) tarafından geliştirilen “Örgütsel İmaj Ölçeği” ile toplanmıştır. Ölçeklerin yapı geçerliği, doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ile sınanmış ve güvenirliliği için ise Cronbach

<sup>1</sup> Bu çalışma, Oya Uslu Çetin’in, Prof. Dr. Gülsün Atanur Baskan danışmanlığında 2016 yılında tamamladığı aynı başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir. Çalışmanın bir bölümü 11-13 Ekim 2018 tarihlerinde Kayseri’de düzenlenen 3. Uluslararası Yükseköğretim Çalışmaları Konferansı’nda sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

alfa güvenilirlik katsayıları hesaplanmıştır. Çalışma kapsamında toplanan verilerin analizinde aritmetik ortalama, standart sapma, *t* testi, ANOVA ve MANOVA'dan yararlanılmıştır. Araştırmanın sonucunda, akademik personel, idari personel ve son sınıf öğrencilerinin örgütsel imaj algılarının orta düzeyde olduğu ve bu algıların çalışma kapsamında incelenen bazı demografik değişkenlere göre ise anlamlı farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir.

---

**Anahtar Kelimeler:** Örgütsel imaj, iç paydaş, üniversite.

---

**Abstract:** This study aims to reveal the organizational image perceptions of the internal stakeholders of Hacettepe University. It also aims to investigate whether these organizational image perceptions differ in relation to certain demographic variables. Thus, 348 academic staff, 81 administrative staff and 391 senior students were participated in this survey study during the spring and summer term of 2014-2015 academic year. The data was collected through "Organizational Image Scale" developed by Taner-Uluçay (2012). The construct validity of this scale was tested by confirmatory factor analysis and the reliability of it was tested through Cronbach Alpha coefficients. The data were analyzed through arithmetic mean, frequency, *t*-test, one-way ANOVA, one-way multivariate MANOVA, posthoc and non-parametric tests. The results of the study indicate that the perceived organizational image of the University according to the participants is at "moderate level". It also reveals that it differentiates significantly according to various demographic variables.

---

**Keywords:** Organizational image, internal stakeholders, university.

---

## Giriş

Küreselleşme ve teknolojik gelişmelerle birlikte örgütler dışı daha açık bir yapıya bürünmeye ve çevreleri ile daha fazla etkileşim kurmaya başlamıştır. Bununla birlikte, bu etkileşim daha fazla rekabeti de beraberinde getirmiştir (Polat, 2011). Bir açık sistem olan ve topluma hizmet sunan eğitim sistemi de küreselleşme ve rekabetin getirdiği siyasal, ekonomik, kültürel ve toplumsal değişikliklerden hem etkilenir hem de onları etkiler olmuştur. Buna bağlı olarak eğitim örgütleri de hayatta kalmak ve farklı olmak için çeşitli arayışlara girmek zorunda kalmaktadır (Akbulut, 2015, s. 1). Türkiye ve dünya ölçeğinde üniversite sayısının artması ve bu üniversitelerin en iyi öğrencileri çekmeye çalışması ile ortaya çıkan çekişmeli rekabet ortamı üniversiteleri kendilerini tanıtmaya, varlıklarını sürdürülebilir kılma, itibarlarını ve çekiciliklerini koruma, öğrenci ve personel memnuniyetini karşılama ve en iyi öğrencilerin tercih merkezi olma amacıyla mevcut imajlarını korumak, çağın ihtiyaçları doğrultusunda yeni imajlar oluşturmak ve bunları sürdürülebilir kılmak için çeşitli kaynakları kullanmaya zorlamaktadır (Cerit, 2006; Demiröz, 2014; Erkmenek ve Çerik, 2007; Ivy, 2001; Nguyen ve LeBlanc, 2001; Örer, 2006; Palacio, Meneses ve

Perez, 2002; Polat, 2011). Bu değişime paralel olarak, üniversiteler reklam, promosyon ve başka stratejik pazarlama araçlarına başvurmakta, fark edilir bir imaj oluşturma, bu imajı tanıtır kılma ve koruyabilmek için çaba göstermektedir. Bu sebeple üniversitelerin mevcut imajlarını, güçlü yönlerini ve en iyi oldukları alanları belirlemeleri ve misyonlarını yeniden gözden geçirerek yeni yapı ve konumları için strateji geliştirmeleri gerekmektedir (Parameswaran ve Glowacka, 1995, s. 41, 42). Örgütlerde amaçları gerçekleştirmek, örgütün varlığını ve etkililiğini devam ettirmek örgütün iç ve dış paydaşlarının örgüte ilişkin tutum ve algıları ile yakından ilişkilidir. Bu nedenle oluşacak imaj ve bunun yönetimi örgütün hayatta kalması için önemli süreçlerdir.

### **Örgütsel İmaj**

Alan yazında imaj, bir kişi veya kurumun dış dünyadan genel görünümü (Hatch ve Schultz, 2001) veya bir nesnenin dayanak noktasındaki kişinin inançlarının, ideallerinin ve izlenimlerinin toplamı (Barich ve Kotler, 1991) şeklinde tanımlanmıştır. Bir nesnenin insanlar tarafından bilinmesini, tanımlanmasını ve hatırlanmasını sağlayan ve insanlar tarafından o nesne ile ilişkilendirilen anlamlar seti olarak tanımlanan imaj (Dowling, 1986'dan akt., Dilşeker, 2011), alan yazında farklı çeşitleri ile yer almaktadır. Bireysel ve örgütsel imaj dışında ürün imajı, marka imajı, kuruluşun kendi algıladığı imaj, yabancı imaj, transfer imajı, mevcut imaj (şimdiki imaj), istenilen imaj, şemsiye imajı, ayna imajı, mağaza imajı, pozitif imaj ve negatif imaj olmak üzere farklı imaj tanımlamaları vardır (Çetin ve Tekiner, 2015, s. 420; Demiröz, 2014; Taner-Uluçay, 2012, s. 17). Bir kişiyi, markayı veya ürünü tanımlarken günlük hayatta sıklıkla kullanılan ve çoğunlukla dış görünüşü ile ilişkilendirilen imaj kavramı, örgütsel anlamda daha farklı noktalara işaret etmektedir. Örgütsel imaj bir örgütün hedef kitlesinin o örgütün kurum kimliğine ilişkin algılarının tümü (Spector, 1961'den akt., Dilşeker, 2011) şeklinde ifade edilir ve bir örgütün verdiği sinyal ve mesajların zamanla paydaşlar tarafından yorumlanması sonucunda oluşur. Diğer bir ifadeyle, medyanın yanısıra aile, arkadaş ya da çalışanlar gibi diğer gözlemcilerin ve örgütü değerlendirenlerin örgütle ilgili verdiği mesajlar örgütün imajını etkiler (Fombrum ve Shanley, 1990'dan akt., Marič, Pavlin ve Ferjan, 2010, s. 59). Sürdürülebilir bir saygınlık ve imaja sahip olmak, örgütün iç ve dış paydaşlarının bu konulara ilişkin algıları ile yakından ilgilidir (Taner-Uluçay, 2012).

Örgüt üyelerinin ve diğer insanların örgütü nasıl gördüklerine yönelik inançları olarak tanımlanan örgütsel imaj, örgütün görsel, işitsel ve davranışsal öğelerinden de etkilenir (Polat, 2011). Başka bir ifadeyle bir örgütün ismi, bireylerin örgüte yönelik oluşturmuş olduğu psikolojik profil, bir bireyin örgütün tutumlarını, inançlarını ve izlenimlerini içeren örgüte ait temsili, bireylerin örgütün ürünleri, hizmetleri, yönetim biçimi, iletişim süreçleri ve uluslararası aktivitelerine ilişkin algıları veya bir örgüte ilişkin tutumların özeti örgütsel imaj olarak tanımlanabilir (Arpan, Raney ve Zivnuska, 2003). Bu sebeple kendiliğinden oluşabilen, kasıtlı olarak oluşturulabilen ve zamanla değişebilen bir kavram olan imaj, imaj maker, imaj yaratma ve imaj yönetimi gibi kavramları da beraberinde getirmiştir. Buna bağlı olarak örgütler özellikle halkla

ilişkiler birimleri aracılığı ile örgütsel imajlarını koruyucu ve güçlendirici çalışmalara yönelirler. Böylelikle imajın karar, basitleştirme, düzen, uyum (oryantasyon) ve genelleştirme işlevlerinden faydalanarak rekabet edebilme güçlerini artırır (Taner-Uluçay, 2012, s. 79).

Örgütsel imaj, örgütsel davranış, örgütsel görünüm ve örgütsel iletişim olmak üzere üç unsurdan oluşur (Bakan, 2005, s. 39; Balta-Peltekoğlu, 2014, s. 572; Şişli, 2012, s. 87). Bunların yanında örgütsel imaj, örgüt felsefesi, örgüt kültürü, örgüt iklimi, örgüt kimliği, örgütsel dizayn, örgütsel sosyal sorumluluk, örgütsel vatandaşlık davranışı, örgütsel bağlılık, örgütsel özdeşleşme ve örgüt itibarı gibi diğer örgütsel kavramlarla karşılıklı ilişki içindedir (Carmeli, 2005, s: 450; Demiröz, 2014, s. 57; Derin ve Demirel, 2010, s. 185; Gioia ve Thomas, 1996, s. 382; Hatch ve Schultz, 1997; Lembet, 2013; Marič, Pavlin ve Ferjan, 2010, s. 59; Nguyen ve LeBlanc, 2001; Oplatka, 2002). Örgütün tercih edilebilirliğini sağlamak, kriz zamanlarında örgütün yaşamını sürdürmek ve mali açıdan değer kazanmak amacıyla olumlu bir örgütsel imaj oluşturmak gerekir. Zira olumlu örgütsel imaj, hedef kitlenin o örgütün mal ve hizmetlerini kullanmasını sağladığı gibi onlarda oluşturduğu güvenle olumsuz koşullarda sorunların kolaylıkla atlatılabileceği düşüncesi uyandırır. Böylece örgüt, bir taraftan yaşamını sürdürürken diğer taraftan kar oranını artırabilir (Greysse, 1997'den akt., Taner-Uluçay, 2012, s. 56). Bir örgüte yönelik örgütsel imaj ve örgütsel itibar algısı, tüketicilerin o örgüte olan sadakatlerini olumlu yönde etkileme ve o örgüte uzun dönemde rekabet avantajı sağlama açısından etkili olabilmektedir (Nguyen ve Leblanc, 2001, s. 227). Örgütsel imajın örgüte olan bir diğer faydası da finansal yöndedir. Olumlu örgütsel imaj sayesinde ürün ve hizmetlerin olumsuz ekonomik koşullarda bile tercih edilmesi örgütün finansal açıdan istikrar yakalamasını ve buna bağlı olarak kar oranını devam ettirmesini sağlar (Fombrum, 1996, s. 78). Bunların yanında, olumlu örgütsel imaj örgütün pazar payının büyümesinde, risk ve kriz dönemlerinde, örgütsel değişim sürecinde ve toplumda yer edinme sürecinde oldukça etkilidir (Fombrum, 1996, s. 79; Gioia ve Thomas, 1996, s. 370). Bu sebeple imaj oluşturma; uzun vadeli, planlı, sistematik, bilinçli, stratejik ve geribildirim içeren ve iç ve dış paydaşların dikkate alınmasını gerektiren bir süreçtir (Akbulut, 2015, s. 23).

Örgütsel imaj üzerine yapılan araştırmalarda örgütsel imajın örgütsel kimlik, iç ve dış paydaşların algısı, işe yabancılaşma, motivasyonun artması-azalması, iş doyumu ve örgütsel bağlılık gibi pek çok kavramla ilişkisi incelenmiştir (Akbulut, 2015; Arslan, 2013; Bal, 2011; Balmer ve Greyser, 2003; Brown ve Mazzarol, 2009; Dilşeker, 2011; Helgesen ve Nasset, 2007; Kaya, 2013; Koçak, 2014; Küçüksüleymanoğlu, 2014; Lamboy, 2011; Özdemir, 2009; Polat, 2011; Sung ve Yang, 2008). Ancak bu çalışmalar genellikle kar amaçlı örgütlerde sınırlı sayıda paydaş ile yapılmaktadır (Derin ve Demirel, 2010; Erdoğan, Develioğlu, Gönüllüoğlu ve Özkaya, 2006; Özdemir, 2009; Zengin ve Gürkan, 2009). Bununla birlikte, topluma yetenekli insan gücü yetiştirmeyi amaçlayan eğitim sistemindeki durum yeterince incelenmemektedir. Bu alanda yapılan örgütsel imaj araştırmalarında paydaşlar sınırlı tutulmuş, üniversitelerde çoğunlukla bir veya birkaç akademik birimdeki öğrencilerin değerlendirmeleri, diğer eğitim kademelerinde ise genellikle öğretmen, veli ve

yöneticilerin değerlendirmeleri üzerinde durulmuştur (Arslan, 2013; Cankurtaran ve Özbek, 2015; Gürbüz, 2008; İbicioğlu, 2005; Kaya, 2013; Kılıçaslan, 2011; Koçak, 2014; Küçüksüleymanoğlu, 2014; Örer, 2006; Polat, 2011). Oysa eğitimin toplum ve kalkınma üzerindeki etkisi eğitimin niteliği, eğitim programları, yöneticiler ve öğretmenlerin niteliğinde iyileştirmeleri gerekli kılmaktadır (Akbulut, 2015, s. 2). Ayrıca uluslararası eğitimin önem kazanması, değişim programlarının ve üniversite sayısının artması yükseköğretim kurumlarının yönetim anlayışında da bir takım değişiklikleri gerekli kılmaktadır (Polat, 2011).

Üniversitelerde özellikle iç paydaşların örgütlerinin imajına ilişkin duygu, düşünce ve davranışlarının tespit edilmesi, algılarının değerlendirilmesi, bu algıların sebepleri ve sonuçlarının üzerinde durulması, paydaşların memnuniyeti, eğitimde kalitenin sürdürülebilirliği ve örgütün varlığı ve başarısı açısından büyük bir önem teşkil etmektedir. Bu çalışmada önceki çalışmalardan farklı olarak köklü bir devlet üniversitesinin tüm iç paydaş grupları dâhil edilmiştir. Türkiye’de bulunan bir devlet üniversitesinin farklı iç paydaşlarının örgütsel imaj algılarını aynı anda inceleyen bir çalışmaya ve özellikle idari personelin değerlendirmelerini içeren herhangi bir çalışmaya rastlanamamıştır. Türkiye’de örgütsel imaj konusunun eğitim örgütlerinde incelenmesiyle ilgili alan yazının benzer özellikte oluşu nedeniyle bu çalışmanın alana katkıda bulunabileceği düşünülmektedir. Bu kapsamda, bu araştırmanın temel amacı Hacettepe Üniversitesinin bütün fakültelerindeki akademik personel, idari personel ve son sınıf öğrencileri olmak üzere farklı iç paydaş gruplarının Üniversitenin örgütsel imajına ilişkin algılarını tespit etmektir. Bu tespitten hareketle, Hacettepe Üniversitesinde örgütsel imajın güçlendirilmesine, örgütsel imaj yönetiminin geliştirilmesine ve dolayısıyla eğitim örgütlerinde verimliliğin artırılabilmesine yönelik çalışmalara katkı sağlanabileceği düşünülmektedir. Bu doğrultuda çalışmada aşağıdaki araştırma soruları yanıtlanmaya çalışılmıştır:

1. Akademik personelin, idari personelin ve son sınıf öğrencilerinin Hacettepe Üniversitesine ilişkin örgütsel imaj algıları ne düzeydedir?
2. Hacettepe Üniversitesinin iç paydaş gruplarının örgütsel imaj algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark var mıdır?
3. Akademik personelin Hacettepe Üniversitesine ilişkin örgütsel imaj algıları görev yapılan fakülte türü, unvan ve Hacettepe Üniversitesi’nde görev yapma süresi değişkenlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermekte midir?
4. İdari personelin Hacettepe Üniversitesine ilişkin örgütsel imaj algıları görev yapılan fakülte türü, eğitim durumu, Hacettepe Üniversitesinde görev yapma süresi değişkenlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermekte midir?
5. Son sınıf öğrencilerinin Hacettepe Üniversitesine ilişkin örgütsel imaj algıları cinsiyet, öğrenim görülen fakülte türü ve Hacettepe Üniversitesini tercih

sırası değişkenlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermekte midir?

### **Yöntem**

Nicel araştırma yöntemleri ile yürütülen bu çalışmada; Hacettepe Üniversitesinin mevcut fakültelerinin iç paydaşları olan son sınıf öğrencileri, akademik personel ve idari personelin var olan örgütsel imaj algısı araştırıldığından betimsel araştırma türlerinden tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modelinde yapılan çalışmalarda, mevcut durumun olduğu gibi betimlenmesi amaçlanır ve çalışmaya konu olan birey, olay ya da nesne, kendi koşulları içerisinde değerlendirilir. Bu gözlem ve bilgilere ilişkin herhangi bir değiştirme ve etkileme yapılmadan tanımlama yapılmaya çalışılır (Karasar, 2007, s. 77 ve Kıncal, 2013, s. 111). Bu tür çalışmalarda, üzerinde çalışılan grubun bir olgu veya olaya yönelik görüşleri ve tutumları incelenir (Tanrıoğen, 2012, s. 59).

### **Çalışma Grubu**

Araştırma, Hacettepe Üniversitesinin iç paydaş gruplarından oluşmakta olup üç çalışma grubu üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma gruplarını 2014-2015 öğretim yılının bahar ve yaz dönemlerinde Hacettepe Üniversitesinin bütün fakültelerinde öğrenim gören son sınıf öğrencileri ile bu fakültelerde görev yapan akademik ve idari personel oluşturmaktadır. Dört yıllık üniversite eğitimi süreci içerisinde son sınıf öğrencilerinin üniversitelerinin imajına ilişkin algı, görüş ve tutumlarının daha fazla gelişmiş olduğu düşünüldüğünden, çalışmada üniversite eğitimlerinin son yılında olan öğrenciler çalışmaya dahil edilmiştir. Ayrıca, Ancak, Hukuk Fakültesi ile İletişim Fakültesinde son sınıf seviyesinde öğrenci bulunmadığından bu fakültelerde sadece akademik ve idari personel ile çalışılmıştır. Araştırmada Üniversitenin fakülteleri akademik bilim dallarına göre gruplandırılmıştır. Buna göre, sağlık bilimleri ile ilgili fakülteler, sosyal bilimler ile ilgili fakülteler ve fen bilimleri ile ilgili fakülteler olmak üzere gruplar oluşturulmuştur. Bu bağlamda, Diş Hekimliği Fakültesi, Eczacılık Fakültesi, Hemşirelik Fakültesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Tıp Fakültesi ve Kastamonu Tıp Fakültesi sağlık bilimleri ile ilgili fakülteler grubunda yer almıştır. Edebiyat Fakültesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Hukuk Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ve İletişim Fakültesi sosyal bilimler ile ilgili fakülteler grubunda yer almıştır. Fen Fakültesi ve Mühendislik Fakültesi ise fen bilimleri ile ilgili fakülteler grubunda yer almıştır. Bu araştırma Eğitim Bilimleri Enstitüsü bünyesinde eğitim bilimleri alanında ve bir eğitim örgütünde yapıldığından, çalışmada Eğitim Fakültesi ayrı bir grup olarak ele alınmıştır. Bu bağlamda araştırma, 348 akademik personel (228 kadın ve 120 erkek), 81 idari personel (36 kadın ve 45 erkek) ve 391 (234 kadın ve 157 erkek) son sınıf öğrencisi ile yürütülmüştür.

### **Veri Toplama Aracı**

Bu araştırmada, veriler araştırmacı tarafından düzenlenen Kişisel Bilgiler Formu ve Taner-Uluçay'ın (2012) geliştirdiği "Örgütsel İmaj Ölçeği (ÖİÖ)" ile toplanmıştır. Kişisel Bilgiler Formu katılımcıların demografik özelliklerini ortaya çıkarmaya yönelik soruları içermektedir. Ölçek, *çalışanlar, yönetim kalitesi, sosyal sorumluluk, çalışma ortamı, ürün ve hizmet kalitesi ile iletişim faaliyetleri* olmak üzere 6 alt boyutta toplanan 39 maddeden oluşmaktadır. ÖİÖ, 5li Likert tipi bir veri toplama aracı olup madde seçenekleri "kesinlikle katılmıyorum (1)" ile "kesinlikle katılıyorum (5)" arasında değişmektedir. ÖİÖ'de yer alan 4 madde ters kodlanmaktadır. Ölçekteki ters kodlanan maddelere örnek olarak, "*Çalışmak için tercih edilecek bir yer değildir.*" verilebilir. Ölçekteki diğer maddelere örnek olarak ise "*Çok çeşitli akademik programlar sunar.*" ve "*Mezunları kolaylıkla iş bulabilir.*" gösterilebilir. Ölçeğin iç tutarlılığı için Cronbach alfa değeri hesaplanmış ve ölçeğin tamamı için .95 olarak bulunmuştur. Alt boyutlar için ise Cronbach Alfa katsayıları .60 ile .90 arasında değişmektedir. Cronbach alpha güvenilirlik katsayılarının 0,60'a eşit ve bundan yüksek olması, oldukça güvenilir olduğu şeklinde yorumlanmaktadır (Karagöz, 2016; Kayış, 2009). Ölçeğin geçerlik çalışmaları ise doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ile yapılmış, elde edilen uyum iyiliği sonuçları ölçeğin 6 faktörlü yapısını doğrulamıştır.

### **Verilerin Analizi**

Araştırma kapsamında kullanılan veri toplama aracının yapı geçerliği LISREL 8 programı ile yapılan doğrulayıcı faktör analizi ile test edilmiştir. Ölçeğin güvenilirliğinin belirlenmesi için ise Cronbach alfa iç tutarlılık katsayısı hesaplanmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen verilerin analizinde maddeler ve ölçek alt boyutları için aritmetik ortalama ve standart sapma; demografik bilgiler için frekans ve yüzde; ölçek alt boyutlarından alınan puanların demografik bilgilere göre değişimini incelemek üzere bağımsız örneklem için t-testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA), tek yönlü çok değişkenli varyans analizi (MANOVA) ve gruplar arasındaki farklılıklar için post hoc testlerinden Scheffe, Tukey ve Tamhane T2 testi kullanılmıştır. Bunun yanı sıra gruplar arasındaki farklılıklar normallik varsayımı sağlanmadığında non-parametrik tekniklerden Mann Whitney U Testi ve Kruskal Wallis H Testi ile değerlendirilmiştir. Parametrik testlere ilişkin varsayımları değerlendirmek için çarpıklık ve basıklık katsayıları, Pearson Korelasyonu, Mahalanobis uzaklıkları, Levene testi ve Box M Testi kullanılmıştır. Bu hesaplamaların tümü, IBM SPSS programının 22.0 sürümünde gerçekleştirilmiştir.

## Bulgular

### İç paydaşların Hacettepe Üniversitesine İlişkin Örgütsel İmaj Algısına Yönelik Bulgular

İç paydaşların algıladığı mevcut örgütsel imajı belirlemek amacıyla örgütsel imaj ölçeğinin her bir alt boyutu için betimsel istatistikler elde edilmiştir. Sonuçlar Tablo 1’de gösterilmektedir.

**Tablo 1.** Akademik Personelin Örgütsel İmaj Ölçeği’nin Alt Boyutlarından Aldıkları Puanlara İlişkin Betimsel İstatistikler.

İç Paydaşlar	Ölçek	N	$\bar{X}$	S
Akademik Personel	Çalışanlar	354	3.47	.62
	Yönetim Kalitesi		3.45	.74
	Sosyal Sorumluluk		3.45	.70
	Çalışma Ortamı		3.08	.73
	Ürün ve Hizmet Kalitesi		3.48	.69
	İletişim Faaliyetleri		3.43	.72
İdari Personel	Çalışanlar	81	3.29	.79
	Yönetim Kalitesi		3.13	.88
	Sosyal Sorumluluk		3.46	.82
	Çalışma Ortamı		3.05	.84
	Ürün ve Hizmet Kalitesi		3.32	.80
	İletişim Faaliyetleri		3.26	.72
Öğrenciler	Çalışanlar	391	3.44	.70
	Yönetim Kalitesi		3.35	.72
	Sosyal Sorumluluk		3.37	.81
	Çalışma Ortamı		3.39	.81
	Ürün ve Hizmet Kalitesi		3.25	.80
	İletişim Faaliyetleri		3.43	.69

Tablo 1’den de görüldüğü gibi, akademik personelin örgütsel imaj ölçeğinin çalışanlar ( $\bar{X}$ =3.471), yönetim kalitesi ( $\bar{X}$ =3.452), sosyal sorumluluk ( $\bar{X}$ =3.453), ürün ve hizmet kalitesi ( $\bar{X}$ =3.483) ve iletişim faaliyetleri ( $\bar{X}$ =3.438) alt boyutlarından aldıkları puanların ortalaması orta düzeyin üzerindedir. Fakat akademik personelin örgütsel imaj ölçeğinin çalışma ortamı ( $\bar{X}$ =3.083) alt boyutundan aldıkları puanların ortalaması orta düzeydedir. Bu sebeple, akademik personelin üniversitelere ilişkin örgütsel imaj algılarının olumlu olduğu söylenebilir. Akademik personelin algıladıkları örgütsel imajın görece en yüksek olduğu alt boyut ürün ve hizmet kalitesi iken görece en düşük olduğu alt boyut ise çalışma ortamıdır. İdari personelin, örgütsel imaj ölçeğinin çalışanlar ( $\bar{X}$ =3.292), yönetim kalitesi ( $\bar{X}$ =3.128), ürün ve hizmet kalitesi ( $\bar{X}$ =3.322), iletişim faaliyetleri ( $\bar{X}$ =3.260) ve çalışma ortamı ( $\bar{X}$ =3.051) alt



boyutlarından aldıkları puanların ortalamasının orta düzeyde olduğu görülmektedir. Fakat idari personelin örgütsel imaj ölçeğinin sosyal sorumluluk ( $\bar{X}$ =3.462) alt boyutundan aldıkları puanların ortalaması orta düzeyin üzerindedir. Bu sebeple, idari personelin üniversitelerine ilişkin örgütsel imaj algılarının olumlu olduğu söylenebilir. Buna göre, idari personelin örgütsel imaja yönelik algıları orta düzeydedir. İdari personelin algıladıkları örgütsel imajın görece en yüksek olduğu alt boyut sosyal sorumluluk iken görece en düşük olduğu alt boyut ise çalışma ortamıdır. Öğrencilerin örgütsel imaj ölçeğinin yönetim kalitesi ( $\bar{X}$ =3.348), sosyal sorumluluk ( $\bar{X}$ =3.366), çalışma ortamı ( $\bar{X}$ =3.392) ile ürün ve hizmet kalitesi ( $\bar{X}$ =3.247) alt boyutlarından aldıkları puanların ortalamasının orta düzeyde olduğu belirlenmiştir. Fakat öğrencilerin örgütsel imaj ölçeğinin çalışanlar ( $\bar{X}$ =3.436) ve iletişim faaliyetleri ( $\bar{X}$ =3.425) alt boyutlarından aldıkları puanların ortalaması orta düzeyin üzerindedir. Öğrencilerin algıladıkları örgütsel imajın görece en yüksek olduğu alt boyut çalışanlar iken görece en düşük olduğu alt boyut ise ürün ve hizmet kalitesidir.

### Hacettepe Üniversitesinin İç Paydaş Gruplarının Örgütsel İmaj Algılarının Farklılaşmasına İlişkin Bulgular

İç paydaşların ait oldukları gruba göre (öğrenci, akademik ve idari personel) örgütsel imaj ölçeğinin alt boyutlarından aldıkları puanların değişimi tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılarak incelenmiştir. Varyansların eşitliğinin sağlandığı durumlarda gruplar arasındaki farklılıklar, alt gruplarda yer alan kişi sayıları arasında fark olması nedeniyle Scheffe testi ile varyansların eşitliği sağlanmadığı durumlarda ise gruplar arasındaki farklılıklar Tamhane T2 testi ile incelenmiştir. Sonuçlar Tablo 2’de gösterilmektedir.

**Tablo 2.** İç Paydaşların Ait Oldukları Gruplara Göre Örgütsel İmaj Ölçeği’nin Alt Boyutlarından Aldıkları Puanlara Yönelik Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları.

Alt Boyut	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Çalışanlar	Gruplararası	2.099	2	1.050	2.280	.103	
	Gruplarıçi	376.161	817	.460			-
	Toplam	378.261	819				
Yönetim Kalitesi	Gruplararası	7.256	2	3.628	6.520	.002	Aka. Per.-İda. Per.
	Gruplarıçi	454.577	817	.556			
	Toplam	461.833	819				
Sosyal Sorumluluk	Gruplararası	1.600	2	.800	1.372	.254	
	Gruplarıçi	476.313	817	.583			-
	Toplam	477.913	819				
Çalışma Ortamı	Gruplararası	20.392	2	10.196	16.72	.000	Aka. Per. – Öğr., İda. Per. – Öğr.
	Gruplarıçi	497.983	817	.610	8		
	Toplam	518.376	819				
Ürün ve	Gruplararası	10.346	2	5.173	9.069	.000	Aka. Per. -

					Öğrenci	
Hizmet Kalitesi	Grupları içi	466.048	817	.570		
	Toplam	476.394	819			
İletişim Faaliyetleri	Gruplararası	2.157	2	1.078	2.165	.115
	Grupları içi	406.923	817	.498		
	Toplam	409.079	819			

Tablo 2 incelendiğinde, örgütsel imaj ölçeğinin çalışanlar alt boyutu öğrenci, akademik ve idari personelden oluşan iç paydaş grupları için anlamlı bir farklılık göstermemektedir [ $F_{(2-817)}=2.280, p>.05, Kısmi \eta^2=.006$ ]. Test sonucunda, çalışanlar alt boyutu için elde edilen etki büyüklüğü orta düzeyde bulunmuştur. Örgütsel imaj ölçeğinin yönetim kalitesi alt boyutu, iç paydaş grupları için anlamlı bir farklılık göstermektedir [ $F_{(2-817)}=6.520, p<.05, Kısmi \eta^2=.016$ ]. Test sonucunda, yönetim kalitesi alt boyutu için elde edilen etki büyüklüğü yüksek düzeyde bulunmuştur. Yönetim kalitesinde ortaya çıkan farklılığın kaynağını belirlemek üzere yapılan Scheffe testine göre, fark akademik personel ile idari personelden kaynaklanmaktadır. Akademik personelin yönetim kalitesine ilişkin puanlarının ( $\bar{X}=3.452$ ), idari personelin yönetim kalitesine ilişkin puanlarından ( $\bar{X}=3.128$ ) yüksek olduğu görülmektedir. Sosyal sorumluluk alt boyutu, iç paydaş grupları için anlamlı bir farklılık göstermemektedir [ $F_{(2-817)}=1.372, p>.05, Kısmi \eta^2=.003$ ]. Test sonucunda, sosyal sorumluluk alt boyutu için elde edilen etki büyüklüğü düşük düzeyde bulunmuştur.

Çalışma ortamı alt boyutu, iç paydaş grupları için anlamlı bir farklılık göstermektedir [ $F_{(2-817)}=16.728, p<.05, Kısmi \eta^2=.039$ ]. Test sonucunda, çalışma ortamı alt boyutu için elde edilen etki büyüklüğü yüksek düzeyde bulunmuştur. Çalışma ortamında ortaya çıkan farklılığın kaynağını belirlemek üzere yapılan Scheffe testine göre, fark akademik personel ile öğrencilerden ve idari personel ile öğrencilerden kaynaklanmaktadır. Akademik personelin çalışma ortamına ilişkin puanlarının ( $\bar{X}=3.083$ ), öğrencilerin çalışma ortamına ilişkin puanlarından ( $\bar{X}=3.392$ ) düşük olduğu görülmektedir. İdari personelin çalışma ortamına ilişkin puanlarının ( $\bar{X}=3.051$ ) da öğrencilerin çalışma ortamına ilişkin puanlarından ( $\bar{X}=3.392$ ) düşük olduğu görülmektedir. Ürün ve hizmet kalitesi alt boyutu, iç paydaş grupları için anlamlı bir farklılık göstermektedir [ $F_{(2-817)}=9.069, p<.05, Kısmi \eta^2=.022$ ]. Test sonucunda, ürün ve hizmet kalitesi alt boyutu için elde edilen etki büyüklüğü yüksek düzeyde bulunmuştur. Ürün ve hizmet kalitesinde ortaya çıkan farklılığın kaynağını belirlemek üzere yapılan Tamhane T2 testine göre, fark akademik personel ile öğrencilerden kaynaklanmaktadır. Akademik personelin ürün ve hizmet kalitesine ilişkin puanlarının ( $\bar{X}=3.483$ ), öğrencilerin ürün ve hizmet kalitesine ilişkin puanlarından ( $\bar{X}=3.247$ ) yüksek olduğu görülmektedir. İletişim faaliyetleri alt boyutu, iç paydaş grupları için anlamlı bir farklılık göstermemektedir [ $F_{(2-817)}=2.165, p>.05, Kısmi \eta^2=.005$ ]. Test sonucunda, iletişim faaliyetleri alt boyutu için elde edilen etki büyüklüğü düşük düzeyde bulunmuştur.

### Akademik Personelin Hacettepe Üniversitesine İlişkin Örgütsel İmaj Algılarının Görev Yapılan Fakülte Türü, Unvan ve Hacettepe Üniversitesinde Görev Yapma Süresi Değişkenlerine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığına Yönelik Bulgular

Akademik personelin örgütsel imaj algıları buldukları fakülte türü, unvan ve Hacettepe Üniversitesinde çalışma süresi değişkenlerine göre incelenmiştir. Unvanın, akademik personelin örgütsel imaj ölçeğinin alt boyutlarından aldıkları puanların ortak etkisi üzerindeki anlamlılığını belirlemek amacıyla Manova yapılmıştır. Elde edilen bulgular unvanın akademik personelin örgütsel imaj ölçeğinin alt boyutlarından aldıkları puanların ortak etkisi üzerinde anlamlı bir farklılık gösterdiğini ortaya koymuştur ( $F_{(6-341)}=3.711$ ,  $p<.05$ ,  $Wilks'\Lambda=.939$ ,  $Kısmi \eta^2=.061$ ). Etki büyüklüğü incelendiğinde; unvan, örgütsel imaj ölçeğinin alt boyutlarının birleşik etkisi üzerinde düşük düzeyde (%6'lık) bir etkiye sahiptir. Bağımsız değişkenin bağımlı değişkenlerin her biri üzerindeki etkisi ise Tablo 3'te gösterilmektedir.

**Tablo 3.**Unvan Değişkeninin Akademik Personelin Örgütsel İmaj Ölçeği'nin Alt Boyutlarından Aldıkları Puanlar Üzerindeki Etkisi.

Bağımlı Değişken	Unvan	n	$\bar{X}$	ss	sd	F	p	Kısmi $\eta^2$
Çalışanlar	1	237	3.423	.622	1-346	4.554	.034	.013
	2	111	3.575	.614				
Yönetim Kalitesi	1	237	3.463	.721	1-346	.151	.698	.000
	2	111	3.429	.795				
Sosyal Sorumluluk	1	237	3.453	.695	1-346	.000	.991	.000
	2	111	3.452	.713				
Çalışma Ortamı	1	237	3.022	.736	1-346	5.136	.024	.015
	2	111	3.212	.715				
Ürün ve Hizmet Kalitesi	1	237	3.482	.671	1-346	.001	.978	.000
	2	111	3.484	.727				
İletişim Faaliyetleri	1	237	3.400	.704	1-346	2.061	.152	.006
	2	111	3.518	.741				

1 Öğretim üyesi dışındaki öğretim elemanları, 2 Öğretim üyeleri

Tablo 3 incelendiğinde; unvanın akademik personelin çalışanlar [ $F_{(1-346)}=4.554$ ,  $p<.05$ ,  $Kısmi \eta^2=.013$ ] ve çalışma ortamı [ $F_{(1-346)}=5.136$ ,  $p<.05$ ,  $Kısmi \eta^2=.015$ ] alt boyutlarından aldıkları puanlar üzerinde anlamlı bir fark oluşturduğu görülmektedir. Ancak, unvanın, yönetim kalitesi [ $F_{(1-346)}=.151$ ,  $p>.05$ ,  $Kısmi \eta^2=.000$ ]; sosyal sorumluluk [ $F_{(1-346)}=.000$ ,  $p<.05$ ,  $Kısmi \eta^2=.000$ ]; ürün ve hizmet kalitesi [ $F_{(1-346)}=.001$ ,  $p>.05$ ,  $Kısmi \eta^2=.000$ ] ve iletişim faaliyetleri [ $F_{(1-346)}=2.061$ ,  $p>.05$ ,  $Kısmi \eta^2=.006$ ] alt

boyutlarından alınan puanlar üzerinde anlamlı olmayan farklılık yarattığı görülmektedir. Buna göre, öğretim üyesi dışındaki öğretim elemanı olan akademisyenlerin çalışanlara ilişkin algıları ( $\bar{X}=3.423$ ) öğretim üyesi akademisyenlerin çalışanlara ilişkin algılarından ( $\bar{X}=3.575$ ) düşüktür. Benzer şekilde, öğretim üyesi dışındaki öğretim elemanı olan akademisyenlerin çalışma ortamına ilişkin algıları ( $\bar{X}=3.022$ ) öğretim üyesi akademisyenlerin çalışma ortamına ilişkin algılarından ( $\bar{X}=3.212$ ) düşüktür. Çalışanlar (%1), yönetim kalitesi (%0), sosyal sorumluluk (%0), çalışma ortamı (%2), ürün ve hizmet kalitesi (%0) ve iletişim faaliyetleri (%1) alt boyutları için hesaplanan etki büyüklüğünün düşük düzeyde olduğu görülmektedir.

Akademik personelin bulunduğu fakülte türüne göre örgütsel imaj ölçeğinin alt boyutlarından aldıkları puanların değişimi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile incelenmiştir. Varyansların eşitliğinin sağlandığı durumlarda, gruplar arasındaki farklılıklar örneklemeler arasında fark olması nedeniyle Scheffe testi ile varyansların eşitliliğinin sağlanmadığı durumlarda ise gruplar arasındaki farklılıklar Tamhane T2 testi ile incelenmiştir. Sonuçlar Tablo 4'te gösterilmektedir.

**Tablo 4.** Akademik Personelin Buldukları Fakülte Türü Değişkenine Göre Örgütsel İmaj Ölçeği'nin Alt Boyutlarından Aldıkları Puanlara Yönelik Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları.

Alt Boyut	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Çalışanlar	Gruplararası	.764	3	.255	.655	.580	-
	Gruplarıçi	133.649	344	.389			
	Toplam	134.413	347				
Yönetim Kalitesi	Gruplararası	1.038	3	.346	.623	.601	-
	Gruplarıçi	191.163	344	.556			
	Toplam	192.202	347				
Sosyal Sorumluluk	Gruplararası	.779	3	.260	.528	.663	-
	Gruplarıçi	169.048	344	.491			
	Toplam	169.827	347				
Çalışma Ortamı	Gruplararası	12.917	3	4.306	8.525	.000	Sağlık – Sosyal, Sağlık - Fen
	Gruplarıçi	173.751	344	.505			
	Toplam	186.668	347				
Ürün ve Hizmet Kalitesi	Gruplararası	2.123	3	.708	1.501	.214	-
	Gruplarıçi	162.148	344	.471			
	Toplam	164.272	347				
İletişim Faaliyetleri	Gruplararası	2.599	3	.866	1.695	.168	-
	Gruplarıçi	175.854	344	.511			
	Toplam	178.453	347				

Tablo 4 incelendiğinde akademik personelin bulunduğu fakülte türünün örgütsel imaj ölçeğinin çalışanlar alt boyutu [ $F_{(3-344)}=.655, p>.05, Kısmi \eta^2=.006$ ], yönetim kalitesi alt boyutu [ $F_{(3-344)}=.623, p>.05, Kısmi \eta^2=.005$ ] ve sosyal sorumluluk alt boyutu [ $F_{(3-344)}=.528, p>.05, Kısmi \eta^2=.005$ ] açısından anlamlı bir fark oluşturmadığı söylenebilir. Yapılan test sonucunda bu boyutlar için elde edilen etki büyüklüğü düşük düzeyde bulunmuştur. Çalışma ortamı alt boyutu, akademik personelin bulunduğu fakülte türüne göre anlamlı bir farklılık göstermektedir [ $F_{(3-344)}=8.525, p<.05, Kısmi \eta^2=.069$ ]. Çalışma ortamında ortaya çıkan farklılığı kaynağını belirlemek üzere yapılan Sheffe testine göre, fark sağlık bilimleri fakülteleri ile sosyal bilimler fakülteleri ve sağlık bilimleri fakülteleri ile fen bilimleri fakültelerindeki akademik personelden kaynaklanmaktadır. Sağlık bilimlerindeki akademik personelin çalışma ortamına ilişkin puanları ( $\bar{X}=2.841$ ), sosyal bilimlerdeki akademik personelin çalışma ortamına ilişkin puanlarından ( $\bar{X}=3.289$ ) düşüktür. Benzer şekilde, sağlık bilimlerindeki akademik personelin çalışma ortamına ilişkin puanları ( $\bar{X}=2.841$ ), fen bilimlerindeki akademik personelin çalışma ortamına ilişkin puanlarından ( $\bar{X}=3.261$ ) düşüktür. Test sonucunda, çalışma ortamı alt boyutu için elde edilen etki büyüklüğü orta düzeyde bulunmuştur. Ürün ve hizmet kalitesi alt boyutu, akademik personelin bulunduğu fakülte türüne göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir [ $F_{(3-344)}=1.501, p>.05, Kısmi \eta^2=.013$ ]. Test sonucunda, ürün ve hizmet kalitesi alt boyutu için elde edilen etki büyüklüğü düşük düzeyde bulunmuştur. İletişim faaliyetleri alt boyutu, akademik personelin bulunduğu fakülte türüne göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir [ $F_{(3-344)}=1.695, p>.05, Kısmi \eta^2=.014$ ]. Test sonucunda, iletişim faaliyetleri alt boyutu için elde edilen etki büyüklüğü düşük düzeyde bulunmuştur.

Akademik personelin Hacettepe Üniversitesinde çalışma süresinin örgütsel imaj ölçeğinin alt boyutlarından aldıkları puanlar üzerindeki etkisi Kruskal Wallis H-Testi ile incelenmiştir. Sonuçlar Tablo 5’da gösterilmektedir.

**Tablo 5.** Akademik Personelin Hacettepe Üniversitesinde Çalışma Süresi Değişkeninin Örgütsel İmaj Ölçeği’nin Alt Boyutlarına Etkisine Yönelik Kruskal Wallis H-Testi Sonuçları.

	Çalışma Süresi	N	$\bar{X}$	Sıra Ortalaması	sd	$\chi^2$	p	$\eta^2$
Çalışanlar	1 - 5	184	3.48	178,28	5	4.886	.430	.01
	6 - 10	59	3.37	152,57				
	11 - 15	30	3.50	178,60				
	16 - 20	17	3.59	191,06				
	21 - 25	19	3.63	198,82				
	26 ve üzeri	39	3.44	167,62				
Yönetim Kalitesi	1 - 5	184	3.50	182,09	5	4.984	.418	.01
	6 - 10	59	3.45	174,74				
	11 - 15	30	3.42	167,75				
	16 - 20	17	3.54	177,29				

	21 - 25	19	3.52	172,58				
	26 ve üzeri	39	3.18	143,24				
Sosyal Sorumluluk	1 - 5	184	3.52	184,85	5	7.447	.189	.02
	6 - 10	59	3.29	152,64				
	11 - 15	30	3.55	187,87				
	16 - 20	17	3.38	161,24				
	21 - 25	19	3.50	177,34				
	26 ve üzeri	39	3.34	152,86				
Çalışma Ortamı	1 - 5	184	3.05	170,30	5	5.700	.336	.02
	6 - 10	59	3.03	169,14				
	11 - 15	30	3.14	177,13				
	16 - 20	17	3.10	181,50				
	21 - 25	19	3.47	226,45				
	26 ve üzeri	39	3.08	172,03				
Ürün ve Hizmet Kalitesi	1 - 5	184	3.52	181,13	5	6.333	.275	.02
	6 - 10	59	3.49	173,54				
	11 - 15	30	3.51	179,42				
	16 - 20	17	3.47	166,15				
	21 - 25	19	3.61	186,68				
	26 ve üzeri	39	3.23	138,60				
İletişim Faaliyetleri	1 - 5	184	3.44	176,87	5	6.017	.305	.02
	6 - 10	59	3.45	175,11				
	11 - 15	30	3.42	170,73				
	16 - 20	17	3.74	215,74				
	21 - 25	19	3.51	175,34				
	26 ve üzeri	39	3.25	146,92				

Tablo 5 incelendiğinde; akademik personelin örgütsel imaj ölçeğinin çalışanlar [ $X^2(sd=5)=4.886, p>.05$ ], yönetim kalitesi [ $X^2(sd=5)=4.984, p>.05$ ], sosyal sorumluluk [ $X^2(sd=5)=7.447, p>.05$ ], çalışma ortamı [ $X^2(sd=5)=5.700, p>.05$ ], ürün ve hizmet kalitesi [ $X^2(sd=5)=6.333, p>.05$ ] ve iletişim faaliyetleri [ $X^2(sd=5)=6.017, p>.05$ ] alt boyutlarından aldıkları puanların Hacettepe Üniversitesinde çalışma süresi değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmadığı görülmektedir. Başka bir ifade ile akademik personelin söz konusu üniversitede çalışma süresinin değişmesi, örgütsel imaj ölçeğinin alt boyutlarında anlamlı bir fark oluşturmamaktadır. Her bir alt boyut için hesaplanan etki büyüklükleri düşük düzeyde bulunmuştur.

**İdari Personelin Hacettepe Üniversitesine İlişkin Örgütsel İmaj Algılarının Eğitim durumu, Görev Yapılan Fakülte Türü ve Hacettepe Üniversitesinde Görev Yapma Süresi Değişkenlerine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına Yönelik Bulgular**

İdari personelin eğitim durumunun örgütsel imaj ölçeğinin alt boyutlarından aldıkları puanlar üzerindeki etkisi Kruskal Wallis H-Testi ile incelenmiştir. Sonuçlar Tablo 6'de gösterilmektedir.

**Tablo 6.** İdari Personelin Eğitim Durumu Değişkeninin Örgütsel İmaj Ölçeği'nin Alt Boyutlarına Etkisine Yönelik Kruskal Wallis H-Testi Sonuçları

	Eğitim Durumu	N	$\bar{X}$	Sıra Ortalaması	sd	$\chi^2$	P	$\eta^2$
Çalışanlar	Ortaöğretim	11	3.55	45.95	3	1.721	.632	.02
	Yüksek Okul	19	3.40	45.03				
	Lisans	36	3.18	37.90				
	Yüksek Lisans	15	3.24	39.70				
Yönetim Kalitesi	Ortaöğretim	11	3.40	48.41	3	2.873	.412	.04
	Yüksek Okul	19	3.22	43.87				
	Lisans	36	3.11	40.28				
	Yüksek Lisans	15	2.874	33.67				
Sosyal Sorumluluk	Ortaöğretim	11	3.62	44.05	3	.517	.915	.01
	Yüksek Okul	19	3.55	41.74				
	Lisans	36	3.35	39.06				
	Yüksek Lisans	15	3.51	42.50				
Çalışma Ortamı	Ortaöğretim	11	3.33	50.14	3	2.930	.403	.04
	Yüksek Okul	19	3.04	40.21				
	Lisans	36	2.93	37.22				
	Yüksek Lisans	15	3.16	44.37				
Ürün ve Hizmet Kalitesi	Ortaöğretim	11	3.41	40.59	3	.957	.812	.01
	Yüksek Okul	19	3.49	45.50				
	Lisans	36	3.23	39.18				
	Yüksek Lisans	15	3.27	39.97				
İletişim Faaliyetleri	Ortaöğretim	11	3.39	43.59	3	1.126	.771	.01
	Yüksek Okul	19	3.22	39.63				
	Lisans	36	3.17	38.92				
	Yüksek Lisans	15	3.43	45.83				

Tablo 6 incelendiğinde, idari personelin örgütsel imaj ölçeğinin çalışanlar [ $X^2(sd=3)=2.270, p>.05$ ], yönetim kalitesi [ $X^2(sd=3)=4.234, p>.05$ ], sosyal sorumluluk [ $X^2(sd=3)=4.486, p>.05$ ], çalışma ortamı [ $X^2(sd=3)=3.177, p>.05$ ], ürün ve hizmet kalitesi [ $X^2(sd=3)=2.150, p>.05$ ], iletişim faaliyetleri [ $X^2(sd=3)=9.340, p>.05$ ] alt boyutlarından aldıkları puanların eğitim durumuna göre anlamlı şekilde farklılaşmadığı görülmektedir. Çalışanlar, sosyal sorumluluk, ürün ve hizmet kalitesi, iletişim faaliyetleri alt boyutları için hesaplanan etki büyüklükleri düşük düzeyde, yönetim kalitesi, çalışma ortamı için hesaplanan etki büyüklükleri düşük düzeyin biraz üzerinde bulunmuştur.

İdari personelin buldukları fakülte türünün örgütsel imaj ölçeğinin alt boyutlarından aldıkları puanlar üzerindeki etkisi Kruskal Wallis H-Testi ile incelenmiştir. Sonuçlar Tablo 7’de gösterilmektedir.

**Tablo 7.** İdari Personelin Buldukları Fakülte Türü Değişkeninin Örgütsel İmaj Ölçeği’nin Alt Boyutlarına Etkisine Yönelik Kruskal Wallis H-Testi Sonuçları.

	Fakülte Türü	N	$\bar{X}$	Sıra Ortalaması	sd	$\chi^2$	p	$\eta^2$
Çalışanlar	Sağlık	35	3.03	33,94	3	9.223	.026	.12
	Sosyal	26	3.39	43,25				
	Eğitim	4	3.30	33,50				
	Fen	16	3.71	54,66				
Yönetim Kalitesi	Sağlık	35	2.67	28,50	3	18.656	.000	.23
	Sosyal	26	3.38	47,46				
	Eğitim	4	3.50	49,75				
	Fen	16	3.62	55,66				
Sosyal Sorumluluk	Sağlık	35	3.23	35,84	3	5.833	.120	.07
	Sosyal	26	3.54	41,42				
	Eğitim	4	3.45	36,75				
	Fen	16	3.85	52,66				
Çalışma Ortamı	Sağlık	35	2.67	30,79	3	12.383	.006	.15
	Sosyal	26	3.25	46,33				
	Eğitim	4	3.43	49,38				
	Fen	16	3.47	52,59				
Ürün ve Hizmet Kalitesi	Sağlık	35	3.14	37,96	3	1.832	.608	.02
	Sosyal	26	3.37	41,71				
	Eğitim	4	3.38	38,00				
	Fen	16	3.63	47,25				
İletişim Faaliyetleri	Sağlık	35	3.16	36,86	3	3.257	.354	.04
	Sosyal	26	3.26	41,71				
	Eğitim	4	3.25	38,75				
	Fen	16	3.49	49,47				



Tablo 7 incelendiğinde idari personelin örgütsel imaj ölçeğinin sosyal sorumluluk [ $X^2(sd=3)=5.833, p>.05$ ], ürün ve hizmet kalitesi [ $X^2(sd=3)=1.832, p>.05$ ], iletişim faaliyetleri [ $X^2(sd=3)=3.257, p>.05$ ] alt boyutlarından aldıkları puanların buldukları fakülteye göre anlamlı şekilde farklılaşmadığı görülmektedir. Sosyal sorumluluk için hesaplanan etki büyüklüğü orta düzeyde, ürün ve hizmet kalitesi için hesaplanan etki büyüklüğü düşük düzeyde, iletişim faaliyetleri alt boyutları için hesaplanan etki büyüklüğü düşük düzeyin biraz üzerinde bulunmuştur (Green ve Salkind, 2005). İdari personelin örgütsel imaj ölçeğinin çalışanlar [ $X^2(sd=3)=9.223, p<.05$ ], yönetim kalitesi [ $X^2(sd=3)=18.656, p<.05$ ], çalışma ortamı [ $X^2(sd=3)=12.383, p<.05$ ] alt boyutlarından aldıkları puanların buldukları fakülteye göre anlamlı şekilde farklılaştığı görülmektedir.

Çalışanlar, yönetim kalitesi, çalışma ortamı alt boyutlarında ortaya çıkan farklılığı belirlemek üzere gruplar Mann Whitney U Testi ile ikişer ikişer karşılaştırılmıştır. Çalışanlar alt boyutundaki farklılığın sağlık bilimleri ile fen bilimleri ile ilgili fakültelerden kaynaklandığı sonucuna ulaşılmıştır. Yönetim kalitesi alt boyutundaki farklılığın sağlık bilimleri ile sosyal bilimler, sağlık bilimleri ile eğitim bilimleri, sağlık bilimleri ile fen bilimleri ile ilgili fakültelerden kaynaklandığı sonucuna ulaşılmıştır. Çalışma ortamı alt boyutundaki farklılığın sağlık bilimleri ile sosyal bilimler, sağlık bilimleri ile fen bilimleri ile ilgili fakültelerden kaynaklandığı sonucuna ulaşılmıştır. Çalışanlar alt boyutunda etki büyüklüğü %12, yönetim kalitesi alt boyutunda etki büyüklüğü %23 ve çalışma ortamı alt boyutunda etki büyüklüğü %15 olarak bulunmuştur. Buna göre yönetim kalitesi ve çalışma ortamı alt boyutu için hesaplanan etki büyüklüğü yüksek, çalışanlar alt boyutu için hesaplanan etki büyüklüğü ise yüksek düzeye yakın bulunmuştur.

İdari personelin Hacettepe Üniversitesinde çalışma süresinin örgütsel imaj ölçeğinin alt boyutlarından aldıkları puanlar üzerindeki etkisi Kruskal Wallis H-Testi ile incelenmiştir. Sonuçlar Tablo 8’de gösterilmektedir.

**Tablo 8.** İdari Personelin Hacettepe Üniversitesinde Çalışma Süresi Değişkeninin Örgütsel İmaj Ölçeği’nin Alt Boyutlarına Etkisine Yönelik Kruskal Wallis H-Testi Sonuçları.

	Çalışma Süresi	N	$\bar{X}$	Sıra Ortalaması	sd	$X^2$	p	$\eta^2$
Çalışanlar	1 - 5	20	3.35	41,80	4	.779	.941	.01
	6 - 10	23	3.21	39,54				
	11 - 15	9	3.27	36,00				
	16 - 20	20	3.32	42,80				
	21 ve üzeri	9	3.36	43,94				
Yönetim Kalitesi	1 - 5	20	3.29	45,83	4	2.484	.648	.03
	6 - 10	23	3.02	38,67				
	11 - 15	9	2.89	32,39				
	16 - 20	20	3.21	43,25				
	21 ve üzeri	9	3.09	39,83				

Sosyal Sorumluluk	1 - 5	20	3.52	44,23	4	2.661	.616	.03
	6 - 10	23	3.50	42,91				
	11 - 15	9	3.29	30,39				
	16 - 20	20	3.49	42,03				
	21 ve üzeri	9	3.36	37,28				
Çalışma Ortamı	1 - 5	20	3.12	45,63	4	1.482	.830	.02
	6 - 10	23	2.93	37,15				
	11 - 15	9	3.08	41,78				
	16 - 20	20	3.09	39,85				
	21 ve üzeri	9	3.10	42,33				
Ürün ve Hizmet Kalitesi	1 - 5	20	3.33	40,48	4	1.261	.868	.02
	6 - 10	23	3.33	42,96				
	11 - 15	9	3.19	34,00				
	16 - 20	20	3.36	43,38				
	21 ve üzeri	9	3.33	38,89				
İletişim Faaliyetleri	1 - 5	20	3.67	53,95	4	9.799	.044	.12
	6 - 10	23	3.03	33,59				
	11 - 15	9	3.03	32,11				
	16 - 20	20	3.21	41,38				
	21 ve üzeri	9	3.28	39,22				

Tablo 8 incelendiğinde idari personelin örgütsel imaj ölçeğinin çalışanlar [ $X^2(sd=4)=.779$ ,  $p>.05$ ], yönetim kalitesi [ $X^2(sd=4)=2.484$ ,  $p>.05$ ], sosyal sorumluluk [ $X^2(sd=4)=2.661$ ,  $p>.05$ ], çalışma ortamı [ $X^2(sd=4)=1.482$ ,  $p>.05$ ], ürün ve hizmet kalitesi [ $X^2(sd=4)=1.261$ ,  $p>.05$ ], alt boyutlarından aldıkları puanların Hacettepe Üniversitesinde çalışma sürelerine göre anlamlı şekilde farklılaşmadığı görülmektedir. Çalışanlar, yönetim kalitesi, sosyal sorumluluk, çalışma ortamı, ürün ve hizmet kalitesi alt boyutları için hesaplanan etki büyüklükleri düşük düzeyde bulunmuştur. İdari personelin örgütsel imaj ölçeğinin iletişim faaliyetleri [ $X^2(sd=4)=9.799$ ,  $p<.05$ ] alt boyutundan aldıkları puanlar Hacettepe Üniversitesinde çalışma sürelerine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır. İletişim faaliyetleri için hesaplanan etki büyüklüğü yüksek düzeye yakın bulunmuştur. İletişim faaliyetleri alt boyutunda ortaya çıkan farklılığı belirlemek üzere gruplar Mann Whitney U Testi ile ikişer ikişer karşılaştırılmıştır. İletişim faaliyetlerinde ortaya çıkan farklılığın 1-5 yıl Hacettepe Üniversitesi'nde çalışanlar ile 6-10 ve 11-15 yıl Hacettepe Üniversitesi'nde çalışanlardan kaynaklandığı gözlenmiştir.

### **Son Sınıf Öğrencilerinin Hacettepe Üniversitesine İlişkin Örgütsel İmaj Algılarının Cinsiyet, Öğrenim Görülen Fakülte Türü ve Hacettepe Üniversitesini Tercih Sırası Değişkenlerine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına Yönelik Bulgular**

Öğrencilerin örgütsel imaj algıları cinsiyet, buldukları fakülte türü ve üniversiteyi tercih sıraları değişkenlerine göre incelenmiştir. Cinsiyetin algılanan örgütsel imaj

üzerindeki etkisi, tek değişkenli normallik varsayımının karşılanmasıyla bağımsız örneklem için t testi ile incelenmiştir. Sonuçlar Tablo 9’da gösterilmektedir.

**Tablo 9.** Öğrencilerin Cinsiyet Değişkenine Göre Örgütsel İmaj Ölçeği’nin Alt Boyutlarından Aldıkları Puanlara Yönelik Bağımsız Örneklem için t Testi Sonuçları

	Cinsiyet	N	$\bar{X}$	t	sd	p
Çalışanlar	Kadın	234	3.48	1.586	304.869	.114
	Erkek	157	3.37			
Yönetim Kalitesi	Kadın	234	3.41	2.033	389	.043
	Erkek	157	3.26			
Sosyal Sorumluluk	Kadın	234	3.40	1.141	389	.255
	Erkek	157	3.31			
Çalışma Ortamı	Kadın	234	3.42	.725	389	.469
	Erkek	157	3.36			
Ürün ve Hizmet Kalitesi	Kadın	234	3.29	1.221	389	.223
	Erkek	157	3.19			
İletişim Faaliyetleri	Kadın	234	3.47	1.683	310.255	.093
	Erkek	157	3.35			

Tablo 9 incelendiğinde, öğrencilerin algıladıkları örgütsel imajın çalışanlar [ $t_{(304.869)}=1.586, p=.114>.05$ ], sosyal sorumluluk [ $t_{(389)}=1.141, p=.255>.05$ ], çalışma ortamı [ $t_{(389)}=.725, p=.469>.05$ ], ürün ve hizmet kalitesi [ $t_{(389)}=1.221, p=.223>.05$ ] ve iletişim faaliyetleri [ $t_{(310.255)}=1.683, p=.093>.05$ ] alt boyutları için cinsiyete göre anlamlı şekilde farklılaşmadığı görülmektedir.

Öğrencilerin algıladıkları örgütsel imaj, yönetim kalitesi alt boyutu için cinsiyete göre anlamlı bir şekilde farklılaşmıştır [ $t_{(389)}=2.033, p=.043<.05$ ]. Yönetim kalitesi alt boyutuna göre, kadınların ortalaması ( $\bar{X}=3.41$ ) erkeklerin ortalamasından ( $\bar{X}=3.26$ ) daha yüksektir. Diğer bir ifadeyle, kadın öğrenciler Hacettepe Üniversitesinin örgütsel imajını erkek öğrencilere göre daha olumlu görmektedir. Farkın büyüklüğünü tespit etmek amacıyla her bir alt boyut için etki büyüklüğü (d) hesaplanmış ve bu değer, çalışanlar alt boyutu için .2, yönetim kalitesi alt boyutu için .2, sosyal sorumluluk alt boyutu için .1, çalışma ortamı alt boyutu için .1, ürün ve hizmet kalitesi alt boyutu için .1 ve iletişim faaliyetleri alt boyutu için .2 olarak bulunmuştur. Green ve Salkind (2005)’e göre tüm alt boyutlar için bulunan değerler düşük etkiyi göstermektedir.

Fakülte türünün, öğrencilerin örgütsel imaj ölçeğinin alt boyutlarından aldıkları puanların ortak etkisi üzerindeki anlamlılığını belirlemek amacıyla tek yönlü Manova uygulanmıştır. Fakülte türünün öğrencilerin örgütsel imaj algısı ölçeğinin alt boyutlarından aldıkları puanların ortak etkisi üzerinde anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ( $F_{(18-1081)}=7.010, p<.05, Wilks'\Lambda=.732, Kısmi \eta^2=.099$ ). Etki büyüklüğü incelendiğinde, fakülte türü örgütsel imaj ölçeğinin alt boyutlarının birleşik etkisi

üzerinde düşük düzeyde (%10'luk) bir etkiye sahiptir. Bağımsız değişkenin, bağımlı değişkenlerin her biri üzerindeki etkisi ise Tablo 10'da gösterilmektedir.

**Tablo 10.** Öğrencilerin Fakülte Türü Değişkeninin Örgütsel İmaj Ölçeği'nin Alt Boyutlarından Aldıkları Puanlar Üzerindeki Etkisi

Bağımlı Değişken	Fakülte Türü	n	$\bar{X}$	ss	sd	F	p	Kısmi $\eta^2$	Anlamlı Fark
Çalışanlar	Sağlık	53	3.56	.774	3-387	3.111	.026	.024	Sos.-Eğİ.
	Sosyal	141	3.30	.721					
	Eğitim	96	3.55	.604					
	Fen	101	3.44	.694					
Yönetim Kalitesi	Sağlık	53	3.55	.735	3-387	5.013	.002	.037	Sos.-Sağ., Sos.-Eğİ.
	Sosyal	141	3.22	.754					
	Eğitim	96	3.51	.681					
	Fen	101	3.35	.718					
Sosyal Sorumluluk	Sağlık	53	3.32	.918	3-387	5.452	.001	.041	Sos.-Eğİ., Fen-Eğİ.
	Sosyal	141	3.28	.822					
	Eğitim	96	3.65	.729					
	Fen	101	3.25	.733					
Çalışma Ortamı	Sağlık	53	2.99	.888	3-387	5.874	.001	.044	Sağ.-Sos., Sağ.-Eğİ., Sağ.-Fen
	Sosyal	141	3.38	.795					
	Eğitim	96	3.54	.759					
	Fen	101	3.47	.775					
Ürün ve Hizmet Kalitesi	Sağlık	53	3.56	.832	3-387	13.071	.000	.092	Sağ.-Sos., Sağ.-Fen., Sos.-Eğİ., Fen-Eğİ.
	Sosyal	141	2.99	.794					
	Eğitim	96	3.54	.666					
	Fen	101	3.16	.786					
İletişim Faaliyetleri	Sağlık	53	3.47	.772	3-387	1.240	.295	.010	-
	Sosyal	141	3.40	.677					
	Eğitim	96	3.53	.683					
	Fen	101	3.35	.676					

Tablo 10 incelendiğinde, fakülte türünün öğrencilerin çalışanlar [ $F_{(3-387)}=3.111, p<.05$ , kısmi  $\eta^2=.024$ ], yönetim kalitesi [ $F_{(3-387)}=5.013, p<.05$ , *Kısmi  $\eta^2=.037$* ], sosyal sorumluluk [ $F_{(3-387)}=5.452, p<.05$ , *Kısmi  $\eta^2=.041$* ], çalışma ortamı [ $F_{(3-387)}=5.874, p<.05$ , *Kısmi  $\eta^2=.044$* ], ürün ve hizmet kalitesi [ $F_{(3-387)}=13.071, p<.05$ , *Kısmi  $\eta^2=.092$* ] alt boyutundan aldıkları puanlar üzerinde anlamlı, ancak iletişim faaliyetleri [ $F_{(3-387)}=1.240, p>.05$ , *Kısmi  $\eta^2=.010$* ] alt boyutundan aldıkları puanlar üzerinde anlamlı olmayan farklılık yarattığı görülmektedir. Çalışanlar (%2), yönetim kalitesi (%4), sosyal sorumluluk (%4), çalışma ortamı (%4), ürün ve hizmet kalitesi (%9), iletişim faaliyetleri (%1) alt boyutları için hesaplanan etki büyüklüğünün düşük düzeyde olduğu görülmektedir.

Anlamlı farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek üzere yapılan Tukey testi sonucuna göre, çalışanlar alt boyutunda sosyal bilimler ile eğitim bilimleri ile ilgili fakültelerin; yönetim kalitesi alt boyutunda sosyal bilimler ile sağlık bilimleri ve sosyal bilimleri ile eğitim bilimleri fakültelerinin farklılaştığı görülür. Sosyal sorumluluk alt boyutunda sosyal bilimleri ile eğitim bilimleri ve fen bilimleri ile eğitim bilimleri fakültelerinin; çalışma ortamı alt boyutunda sağlık bilimleri ile sosyal bilimler, sağlık bilimleri ile eğitim bilimleri ve sağlık bilimleri ile fen bilimleri fakültelerinin farklılık oluşturduğu görülmektedir. Ürün ve hizmet kalitesi alt boyutunda sağlık bilimleri ile sosyal bilimler, sağlık bilimleri ile fen bilimleri, sosyal bilimler ile eğitim bilimleri ve fen bilimleri ile eğitim bilimleri fakültelerinin farklılık yarattığı belirlenmiştir.

Buna göre çalışanlar alt boyutunda, sosyal bilimler ile ilgili fakültelerdeki öğrencilerin algılarının ( $\bar{X}=3.30$ ), eğitim bilimleri ile ilgili fakültelerdeki öğrencilerin algılarından ( $\bar{X}=3.55$ ) düşük olduğu belirtilebilir. Yönetim kalitesi alt boyutunda, sosyal bilimler ile ilgili fakültelerdeki öğrencilerin algılarının ( $\bar{X}=3.22$ ), eğitim bilimleri ile ilgili fakültelerdeki öğrencilerin algılarından ( $\bar{X}=3.51$ ) ve sağlık bilimleri ile ilgili fakültelerdeki öğrencilerin algılarından ( $\bar{X}=3.55$ ) düşük olduğu belirtilebilir. Sosyal sorumluluk alt boyutunda, eğitim bilimleri ile ilgili fakültelerdeki öğrencilerin algılarının ( $\bar{X}=3.65$ ), sosyal bilimler ile ilgili fakültelerdeki öğrencilerin algılarından ( $\bar{X}=3.28$ ) ve fen bilimleri ile ilgili fakültelerdeki öğrencilerin algılarından ( $\bar{X}=3.25$ ) yüksek olduğu belirtilebilir.

Çalışma ortamı alt boyutunda, sağlık bilimleri ile ilgili fakültelerdeki öğrencilerin algılarının ( $\bar{X}=2.99$ ); sosyal bilimler ile ilgili fakültelerdeki öğrencilerin algılarından ( $\bar{X}=3.38$ ), eğitim bilimleri ile ilgili fakültelerdeki öğrencilerin algılarından ( $\bar{X}=3.54$ ) ve fen bilimleri ile ilgili fakültelerdeki öğrencilerin algılarından ( $\bar{X}=3.47$ ) düşük olduğu belirtilebilir. Ürün ve hizmet kalitesi alt boyutunda sağlık bilimleri ile ilgili fakültelerdeki öğrencilerin algılarının ( $\bar{X}=3.56$ ); sosyal bilimler ile ilgili fakültelerdeki öğrencilerin algılarından ( $\bar{X}=2.99$ ) ve fen bilimleri ile ilgili fakültelerdeki öğrencilerin algılarından ( $\bar{X}=3.16$ ) yüksek; eğitim bilimleri ile ilgili fakültelerdeki öğrencilerin algılarının ( $\bar{X}=3.54$ ), sosyal bilimlerle ilgili fakültelerdeki öğrencilerin algılarından ( $\bar{X}=2.99$ ) ve fen bilimleri ile ilgili fakültelerdeki öğrencilerin algılarından ( $\bar{X}=3.16$ ) yüksek olduğu bulunmuştur.

Üniversite tercih sıralarının öğrencilerin örgütsel imaj ölçeğinin alt boyutlarından aldıkları puanlar üzerindeki etkisi Kruskal Wallis H-Testi ile incelenmiştir. Sonuçlar Tablo 11’de gösterilmektedir.

**Tablo 11.** Öğrencilerin Üniversite Tercih Sırası Değişkeninin Örgütsel İmaj Ölçeğinin Alt Boyutlarına Etkisine Yönelik Kruskal Wallis H-Testi Sonuçları

	Tercih Sırası	N	$\bar{X}$	Sıra Ortalaması	sd	$\chi^2$	p	$\eta^2$
Çalışanlar	1 - 5	271	3.42	192,74	5	5.064	.408	.01
	6 - 10	60	3.40	189,72				
	11 - 15	22	3.50	206,34				
	16 - 20	19	3.45	197,00				
	21 - 25	12	3.80	258,46				
	26 - 30	7	3.70	233,93				
Yönetim Kalitesi	1 - 5	271	3.34	195,96	5	8.362	.137	.02
	6 - 10	60	3.22	171,48				
	11 - 15	22	3.47	214,36				
	16 - 20	19	3.33	195,16				
	21 - 25	12	3.76	254,79				
	26 - 30	7	3.65	251,43				
Sosyal Sorumluluk	1 - 5	271	3.37	197,03	5	5.934	.313	.02
	6 - 10	60	3.25	175,58				
	11 - 15	22	3.50	215,11				
	16 - 20	19	3.37	208,71				
	21 - 25	12	3.78	243,63				
	26 - 30	7	3.11	155,14				
Çalışma Ortamı	1 - 5	271	3.41	199,35	5	7.984	.157	.02
	6 - 10	60	3.28	177,41				
	11 - 15	22	3.54	212,43				
	16 - 20	19	3.32	191,82				
	21 - 25	12	3.71	238,96				
	26 - 30	7	2.82	111,93				
Ürün ve Hizmet Kalitesi	1 - 5	271	3.27	199,64	5	5.316	.379	.01
	6 - 10	60	3.07	168,98				
	11 - 15	22	3.34	211,02				
	16 - 20	19	3.38	221,55				
	21 - 25	12	3.21	190,92				
	26 - 30	7	3.18	178,64				
İletişim Faaliyetleri	1 - 5	271	3.45	199,61	5	8.048	.154	.02
	6 - 10	60	3.23	164,90				
	11 - 15	22	3.67	237,98				
	16 - 20	19	3.38	190,18				
	21 - 25	12	3.48	202,00				
	26 - 30	7	3.39	196,36				

Tablo 11 incelendiğinde, öğrencilerin örgütsel imaj ölçeğinin çalışanlar [ $X^2(sd=5)=5.064, p>.05$ ], yönetim kalitesi [ $X^2(sd=5)=8.362, p>.05$ ], sosyal sorumluluk [ $X^2(sd=5)=5.934, p>.05$ ], çalışma ortamı [ $X^2(sd=5)=7.984, p>.05$ ], ürün ve hizmet kalitesi [ $X^2(sd=5)=5.316, p>.05$ ] ve iletişim faaliyetleri [ $X^2(sd=5)=8.048, p>.05$ ] alt boyutlarından aldıkları puanların tercih sırasına göre anlamlı şekilde farklılaşmadığı görülmektedir. Başka bir ifade ile öğrencilerin üniversiteyi tercih sıralarının değişmesi örgütsel imaj ölçeğinin alt boyutlarında anlamlı bir fark oluşturmamaktadır. Her bir alt boyut için hesaplanan etki büyüklükleri düşük düzeyde bulunmuştur.

### Tartışma ve Sonuç

Araştırma sonucunda akademik personel, idari personel ve son sınıf öğrencilerinin örgütsel imaj algılarının orta düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Akademik personelin örgütsel imaj algılarının ürün ve hizmet kalitesi alt boyutunda en yüksek, çalışma ortamı alt boyutunda en düşük olduğu görülmüştür. Küçüksüleymanoğlu'nun (2014) çalışmasında öğretim elemanlarının üniversitelere yönelik örgütsel imaj algılarının orta düzeyde olması bu çalışmanın bulgusu ile örtüşmektedir. Akademik personelin algıladıkları örgütsel imajın en yüksek olduğu alt boyut ürün ve hizmet kalitesi iken en düşük olduğu alt boyut ise çalışma ortamıdır. Ancak, Küçüksüleymanoğlu'nun (2014) çalışmasında öğretim elemanları örgütsel imajın en yüksek tanınırlık alt boyutunu en düşük ise fiziki alt yapı alt boyutunu puanlamışlardır. Araştırma sonucunda idari personelin örgütsel imaj algılarının orta düzeyde olduğu rapor edilmiştir. İdari personelin örgütsel imaj algılarının sosyal sorumluluk alt boyutunda en yüksek, çalışma ortamı alt boyutunda en düşük olduğu tespit edilmiştir. Araştırmanın bu bulgusu Taner-Uluçay'ın (2012) araştırmasında Yaşar Üniversitesinde çalışan personelin örgütlerinin imajına yönelik algılarının orta düzeyde ve olumlu yönde olması bulgusu ile paralel niteliktedir. Araştırma sonucunda idari personelin örgütsel imaj algılarının orta düzeyde olduğu belirlenmiştir. Son sınıf öğrencilerinin örgütsel imaj algılarının çalışanlar alt boyutunda en yüksek, ürün ve hizmet kalitesi alt boyutunda en düşük olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bulgular, pek çok araştırmanın bulgusunu destekler niteliktedir (Cankurtaran ve Özbek, 2015; Cerit, 2006; Koçak, 2014; Örer, 2006; Polat, 2011; Taner-Uluçay, 2012; Tezişçi, 2013).

İç paydaşların örgütsel imaj algıları arasında sosyal sorumluluk, çalışanlar ve iletişim alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür. Ancak yönetim kalitesi, çalışma ortamı, ürün ve hizmet kalitesi alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Buna göre, akademik personelin yönetim kalitesine ilişkin örgütsel imaj algıları idari personele göre daha olumludur. Akademik ve idari personelin çalışma ortamına ilişkin örgütsel imaj algıları, öğrencilere oranla daha olumsuzdur. Akademik personelin ürün ve hizmetlerin kalitesine ilişkin örgütsel imaj algıları öğrencilere göre daha olumludur. Araştırmanın bu bulgusu Taner-Uluçay'ın (2012) çalışmasında iç paydaşların örgütsel imaj algıları arasında fark olduğu bulgusu ile benzerlik göstermektedir.

Akademik personelin örgütsel imaj algıları Hacettepe Üniversitesinde çalışma süresi değişkenine göre hiçbir alt boyutta istatistiksel olarak anlamlı düzeyde fark göstermemiştir. Araştırmanın bu bulgusu, Küçüksüleymanoğlu'nun (2014) çalışmasındaki bulgular ile benzerdir; çünkü Küçüksüleymanoğlu (2014), katılımcıların hizmet süresinin örgütsel imajın sekiz alt boyutundan sadece sunulan hizmetler alt boyutu üzerinde etkili olduğunu tespit etmiştir. Ancak bu bulgu, Taner-Uluçay'ın (2012) çalışmasındaki bulgular ile de farklılık göstermektedir. Taner-Uluçay'ın (2012) çalışmasında, iç paydaş olan öğrenci, akademik ve idari personelin örgütsel imaj algıları üniversitede bulunma süresi değişkenine göre çalışanlar, sosyal sorumluluk ve ürün ve hizmet kalitesi alt boyutlarında farklılık gösterirken yönetim kalitesi, çalışma ortamı ve iletişim faaliyetleri alt boyutlarında anlamlı farklılık göstermemiştir. Akademik personelin örgütsel imaj algıları çalıştıkları fakülte türü ve unvan değişkenlerine göre çeşitli alt boyutlarda anlamlı düzeyde fark göstermiştir. Akademik personelin örgütsel imaj algıları görev yaptıkları fakülte türüne göre sadece çalışma ortamı alt boyutunda anlamlı fark göstermektedir. Buna göre, fen ve sosyal bilimler ile ilgili fakültelerde görev yapan akademik personelin örgütsel imaj algıları, sağlık ile ilgili fakültelerdeki akademik personelin algılarına göre daha olumludur. Bu bulgular, Taner-Uluçay'ın (2012) çalışmasındaki bulgular ile farklılık göstermektedir. Araştırmacı çalışmasında, iç paydaş olan öğrenci ve akademik personelin örgütsel imaj algılarının, fakülte türüne göre bütün alt boyutlarda farklılık gösterdiğini tespit etmiştir. Akademik personelin unvanı, örgütsel imajın alt boyutlarında anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir. Buna göre, unvan değişkenine göre örgütsel imaj algısı çalışanlar ve çalışma ortamı alt boyutlarında anlamlı, yönetim kalitesi, sosyal sorumluluk, ürün ve hizmet kalitesi ve iletişim faaliyetleri alt boyutlarında anlamlı olmayan fark göstermiştir. Bu bağlamda, öğretim üyesi olmayan akademik personelin çalışanlara ve çalışma ortamına ilişkin algıları, öğretim üyesi olan öğretim elemanlarının algılarına göre daha olumsuzdur. Araştırmanın bu bulgusu Küçüksüleymanoğlu'nun (2014) bulguları ile benzerlik göstermektedir. Araştırmanın bu bulgusu Küçüksüleymanoğlu'nun (2014) bulguları ile benzerlik göstermektedir.

İdari personelin örgütsel imaj algıları eğitim durumu değişkenine göre hiçbir alt boyutta anlamlı fark göstermemiştir. Alan yazında Bal (2011) ile Kaya'nın (2013) çalışmalarında çalışan personelin eğitim durumunun onların örgütsel imaj algısını etkileyebileceği belirtilmiştir. Ancak, araştırmanın bu bulgusu, bu çalışmaları desteklememektedir. İdari personelin örgütsel imaj algıları çalıştıkları fakülte türü ve Hacettepe Üniversitesinde çalışma süresi değişkenlerine göre çeşitli alt boyutlarda anlamlı düzeyde fark göstermiştir. İdari personelin örgütsel imaj algılarının, görev yaptıkları fakülte türüne göre sosyal sorumluluk, ürün ve hizmetlerin kalitesi ve iletişim faaliyetleri alt boyutları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı düzeyde fark oluşturmadığı, ancak çalışanlar, yönetim kalitesi ve çalışma ortamı alt boyutlarında anlamlı düzeyde fark oluşturduğu tespit edilmiştir. Buna göre, çalışanlar alt boyutunda sağlıkla ilgili fakültelerde çalışan idari personelin imaj algıları, fen bilimleri ile ilgili fakültelerde çalışan idari personelin imaj algılarına oranla daha olumsuzdur. Yönetim kalitesi alt boyutundaki fark, sağlık bilimleri fakülteleri ile diğer fakülteler arasında olup sağlık bilimleri ile ilgili fakültelerde çalışan idari personelin imaj algısı,



diğer fakülte türlerinde çalışmakta olan idari personelin algısından daha düşüktür. Aynı şekilde, sağlık bilimleri ile ilgili fakültelerde çalışan idari personelin çalışma ortamı alt boyutuna ilişkin imaj algısı, fen ve sosyal bilimler fakültelerinde görev yapanlara oranla daha düşüktür. İdari personelin örgütsel imaj algıları, Hacettepe Üniversitesinde çalışma süresi değişkenine göre sadece iletişim faaliyetleri alt boyutunda anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır. Buna göre, 1-5 yıldır bu üniversitede çalışanların iletişim faaliyetlerine ilişkin örgütsel imaj algısı, 6-10 yıldır ve 11-15 yıldır bu üniversitede çalışanlara oranla daha olumludur. Bu durum, örgüte yeni katılan bireylerin beklentilerinin yüksek olması ve bu beklentilerinin henüz karşılanmamış olmasından kaynaklanabilir.

Son sınıf öğrencilerinin örgütsel imaj algılarının, cinsiyet değişkenine göre sadece yönetim kalitesi alt boyutunda fark gösterdiği, öğrenim gördükleri fakülte türü değişkenine göre ise iletişim faaliyetleri dışındaki tüm alt boyutlarda anlamlı düzeyde fark gösterdiği görülmüştür. Buna göre, kadın öğrencilerin Hacettepe Üniversitesinin yönetim kalitesine yönelik algısı, erkek öğrencilerin algısına oranla daha olumludur. Öğrencilerin kadın veya erkek oluşunun okullarına ilişkin imaj algılarını etkilemediğini göstermekte olan diğer araştırma sonuçları ile paralel niteliktedir (Cerit, 2006; Taner-Uluçay, 2012; Cankurtaran ve Özbek, 2015). Ancak, İbicioğlu (2005), Koçak (2014), Şişli (2012) ve Tezişçi'nin (2013) çalışmalarında cinsiyet değişkeni öğrencilerin örgütsel imaj algıları arasında anlamlı düzeyde fark oluşturmuştur. Sosyal bilimlerle ilgili fakültelerde öğrenim gören öğrencilerin çalışanlar alt boyutuna ilişkin örgütsel imaj algıları, eğitim bilimleri ile ilgili fakültelerde öğrenim gören öğrencilere oranla daha olumsuzdur. Yönetim kalitesi alt boyutunda ise sosyal bilimlerle ilgili fakültelerde öğrenim gören öğrencilerin algıları, eğitim ve sağlık bilimleri fakültelerinde öğrenim gören öğrencilere göre daha olumsuzdur. Sosyal sorumluluk alt boyutunda eğitim bilimleri ile ilgili fakültelerde öğrenim gören öğrencilerin örgütsel imaj algısı, sosyal bilimler ve fen bilimleri fakültelerindeki öğrencilere oranla daha olumludur. Bu durum, eğitim fakültesi müfredatında yer alan derslerle ilgili olabilir. Çalışma ortamı alt boyutunda ise sağlık bilimleri ile ilgili fakültelerde öğrenim gören öğrencilerin örgütsel imaj algısı, diğer fakültelerdeki öğrencilere oranla daha olumsuzdur. Ürün ve hizmetlerin kalitesine ilişkin değerlendirmeler ise sağlık bilimleri ve eğitim bilimleri ile ilgili fakültelerde öğrenim gören öğrencilerin örgütsel imaj algısının, sosyal bilimler ve fen bilimleri fakültelerindeki öğrencilere oranla daha olumlu olduğunu göstermiştir. Araştırmanın bu bulgusu, Kaya (2013), Polat (2011) ve Şişli'nin (2012) çalışmalarındaki bulgular ile benzerlik göstermektedir. Üç çalışmada da öğrencilerin üniversitelerinin örgütsel imajına yönelik algıları fakültelerine göre değişiklik göstermektedir. Son sınıf öğrencilerinin örgütsel imaj algıları Hacettepe Üniversitesini tercih sıralarına göre anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır. Bu bulgu, Tezişçi'nin (2013) çalışmasının İstanbul ve Boğaziçi Üniversitelerinde eğitim gören öğrencilerin üniversitelerinin örgütsel imajına yönelik algıları bölüm tercihine göre değişmemektedir bulgusu ile örtüşmektedir. Ancak, aynı çalışmanın Marmara Üniversitesi öğrencileri arasında üniversiteyi üst sıralarda tercih eden öğrencilerin algısı, alt sıralarda tercih edenlere göre daha olumlu bulgusu ile örtüşmemektedir.

### Öneriler

Bu araştırma kapsamında ulaşılan sonuçlara dayalı olarak bazı öneriler geliştirilmiştir. Buna göre üniversite yöneticilerinin bütün paydaşları ile etkili, güçlü ve olumlu bir iletişim kurabilmesi için imaj çalışmalarına önem vermesi faydalı olabilir. Çalışma ortamlarında fiziksel iyileştirmelerin yanı sıra örgüt iklimini ve örgüt kültürünü olumlu yönde geliştirecek değişiklikler yapılabilir. Örgüt içinde iletişim faaliyetleri güçlendirilerek, çalışanlar arasında, yönetimle çalışanlar ve öğrenciler arasında, çalışanlarla öğrenciler arasında daha açık ve kolay iletişim kanalları kurulabilir. Üniversitede özellikle idari personelin kendilerini iş ortamında değerli hissedebilmeleri için yönetimde onlara söz ve yetki verilebilir, uygulamalara ilişkin düşünce ve önerileri alınabilir. Öğrencilere sunulan ürün ve hizmetlerin niteliği onların beklenti, ihtiyaç ve önerilerine göre iyileştirilebilir. Çevreye ve topluma yönelik sosyal sorumluluk projeleri ile özellikle dış paydaşlar üzerinde olumlu bir örgüt imajı bırakılabilir. Etkinlik ve projelerin medya yoluyla yaygınlaştırılması ile üniversitenin ismi ulusal ve uluslararası medyada daha fazla yer alabilir.

### Kaynakça

- Akbulut, B. (2015). *Ortaöğretim kurumlarında görev yapan öğretmenlerin örgütsel imaj algıları ile iş doyumu düzeyleri arasındaki ilişki*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Arpan, M. L., Raney, A. A., & 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>
- Arslan, K. (2013). *Ortaöğretim okullarında kurum imajına yönelik yönetici ve öğretmen algısı: Mersin ili örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Barich, H. ve 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>
- Bakan, Ö. (2005). *Kurumsal imaj oluşumu ve etkili faktörler*. Konya: Tablet Yayınları.
- Balta-Peltekoğlu, F. (2014). *Halkla ilişkiler nedir?* (8. Baskı). İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- Bal, M. (2011). *Çalışan personelin kurumsal imaj oluşumuna etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Balmer, J., & Greyser, S. (2003). *Revealing the corporation perspectives on identity, image, reputation, corporate branding, and corporate-level marketing*. London: Routledge.
- Brown, M. R., & Mazzarol, T. W. (2009). The importance of institutional image to student satisfaction and loyalty within higher education. *Higher Education*, 58(1), 81-95. Retrieved from <http://link.springer.com/article/10.1007/s10734-008-9183-8>
- Cankurtaran, T. ve Özbek, O. (2015). Öğrenci algılarına göre beden eğitimi ve spor yüksekokullarının kurumsal imajı. *International Journal of Human Sciences*, 12(1), 1-14.
- Carmeli, A. (2005). Perceived external prestige, affective commitment and citizenship behaviors. *Organization Studies*, 26(3), 443-464. Retrieved from <http://oss.sagepub.com/content/26/3/443.full.pdf+html>
- Cerit, Y. (2006). Eğitim fakültesi öğrencilerinin üniversitenin örgütsel imaj düzeyine ilişkin algıları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 12(47), 343-365.
- Çetin, S. ve Tekiner, M. A. (2015). Kurumsal imajın temel belirleyicileri: Emniyet teşkilatı örnekleme iç paydaş anketi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 418-440.
- Demiröz, S. (2014). *Öğretmenlerin örgütsel vatandaşlık davranışları, örgütsel imaj algıları ve öğrenci başarıları arasındaki ilişki*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- Derin, N. ve Demirel, E. T. (2010). Kurum imajının kurum kimliği açısından açıklanabilirliği: İnönü Üniversitesi Turgut Özal Tıp Merkezi örneği. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 13(2), 155-193.
- Dilşeker, F. (2011). *Devlet ve vakıf üniversitelerinde hizmet kalitesi, öğrenci memnuniyeti, imaj, sadakat ve tavsiye etme arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uşak.
- Erkmen, T. ve Çerik, Ş. (2007) Kurum imajını oluşturan kurum kimliği boyutları bağlamında örgüte bağlılığın incelenmesi: Üniversite öğrencileri üzerine bir uygulama. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(28), 107-119.
- Erdoğan, B. Z., Develioğlu, K., Gönüllüoğlu, S. ve Özkaya, H. (2006). Kurumsal imajın şirketin farklı paydaşları tarafından algılanışı üzerine bir araştırma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15, 55-76.
- Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: realizing value from the corporate image*. Boston: Harward Business School Press.
- Gioia, D. A., & Thomas, J. B. (1996). Identity, image and issue interpretation: Sensemaking during strategic change in academia. *Administrative Science Quarterly*, 41, 370-403. DOI: 10.2307/2393936
- Gürbüz, S. (2008). *Yönetici, öğretmen ve velilere göre Ankara ili özel ve kamu ilköğretim okullarının kurumsal imajı*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Hatch, M. J., & 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>
- Helgesen, Ø., & Nettet, E. (2007). Images, satisfaction and antecedents: Drivers of student loyalty? A case study of a Norwegian university college. *Corporate Reputation Review* 10(1), 38-59. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550037>
- Ivy, J. (2001). Higher education institution image: A correspondence analysis approach. *The International Journal of Educational Management*, 15(6/7), 276-282. <http://dx.doi.org/10.1108/09513540110401484>
- İbicioğlu, H. (2005). Üniversite öğrencilerinde kurumsal imaj algılamalarını etkileyen faktörlere ilişkin SDÜ İİBF öğrencilerine yönelik bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10(2), 59-73.
- Karagöz, Y. (2016). *SPSS ve AMOS 23 uygulamalı*. Ankara: Nobel Yayıncılık
- Kaya, B. (2013). *Üniversitelerde imaj pazarlaması: Bozok Üniversitesi'nin kurumsal imajının öğrenciler açısından ölçülmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Bozok Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yozgat.
- Kayış, A. (2009). Güvenirlilik analizi. Ş. Kalaycı (Ed), *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. (ss. 403-419). Ankara: Asil Yayıncılık.

- Kılıçaslan, H. (2011). *İlköğretim okullarının kurumsal imajına yönelik yönetici ve öğretmen algıları: Bolu ili merkez ilçe örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Koçak, F. (2014). Öğrenci görüşlerine göre spor öğretimi veren yükseköğretim kurumlarının kurumsal imajı. *Ankara Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 12(1), 71-80.
- Küçüksüleymanoğlu, R. (2014). Organizational image perceptions of university teaching staff members: A case study. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 4(11), 209-227. Retrieved from <http://hrmars.com/index.php/journals/papers/IJARBS/v4-i11/1306>
- Lamboy, J. V. (2011). *Implications of branding initiatives in higher education among trademarked institutions in California*. (Doctoral dissertation, The University of San Francisco). Retrieved from <http://repository.usfca.edu/diss/8/>
- Lembet, Z. (2013). Markalar ve kurumsal sosyal sorumluluk. Retrieved from <http://www.sosyalsorumluluk.org/markalar-ve-kurumsal-sosyal-sorumluluk>
- Maric, M., Pavlin, J., & Ferjan, M. (2010). Educational institution's image: A case study. *Organizacija*, 43(2), 58-65. DOI: 10.2478/v10051-010-0007-0
- Nguyen, N., & LeBlanc, G. (2001). Image and reputation of higher education institutions instudents' retention decisions. *The International Journal of Education Management*, 15, 303-311. <http://dx.doi.org/10.1108/EUM000000005909>
- Özdemir, H. (2009). Kurumsal sosyal sorumluluğun marka imajına etkisi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(15), 57-72.
- Örer, L. (2006). *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesinin kurumsal imajının öğrenciler açısından ölçülmesi üzerine bir alan çalışması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.
- Palacio, A. B., Meneses, G. D., & Perez, P. J. (2002). The configuration of the university image and its relationship with the satisfaction of students. *Journal of Educational Administration*, 40(5), 486-505. <http://dx.doi.org/10.1108/09578230210440311>
- Parameswaran, R., & Glowacka, A. E. (1995). University Image: An information processing perspective. *Journal of Marketing for Higher Education*, 6(2), 41-56. [http://dx.doi.org/10.1300/J050v06n02\\_04](http://dx.doi.org/10.1300/J050v06n02_04)
- Polat, S. (2011). Üniversite öğrencilerine göre Kocaeli Üniversitesinin örgütsel imajı. *Eğitim ve Bilim*, 36(160), 105-119.
- Sung, M., & Yang, S. (2008). Toward the model of university Image: The influence of brand personality, external prestige, and reputation, *Journal of Public Relations Research*, 20(4), 357-376. <http://dx.doi.org/10.1080/10627260802153207>

- Şişli, G. (2012). *Kurum kültürü ve kurumsal imaj ilişkisi devlet ve vakıf üniversiteleri üzerinde bir uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.
- Taner-Uluçay, D. M. (2012). *Yaşar Üniversitesi kurumsal imajının üniversitenin farklı paydaş grupları tarafından algılanışı*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Tezişçi, S. (2013). *Eğitim fakültesi öğrencilerinin üniversitelerinin örgütsel imajına ilişkin algıları*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Zengin, B. ve Gürkan, Z. (2009). Konaklama sektöründe kurumsal imajın önemi ve tüketici tercihlerine etkileri. *Journal of Azerbaijani Studies*, 12, 132-157.

## Extended Abstract

### Introduction

Organizational image, which is a concept that is described as the beliefs of organization members and other people about how they see the organization, is affected by the visual, auditory and behavioural elements of the organization (Polat, 2011). In other words, organizational image can be described as the name of an organization, psychological profile of the individuals that they have established about the organization, an individual's representation about the organization including the organization's attitudes, beliefs and impressions, an individual's perceptions about an organization's products, services, polity, processes of communication and international activities or the summary of an individual's attitudes about the organization (Arpan, Raney ve Zivnuska, 2003). The subject of organizational image is not given the necessary attention within the education systems, which aim to bring up qualified workforce for the society. When universities are in question, it is of crucial importance to identify the internal stakeholders' feelings, thoughts and behaviours about their organization, to evaluate their perceptions and to focus on the causes and effects of these perceptions in order to maintain the stakeholders' satisfaction, sustainability of qualified education and ensure the presence and success of the organization. Unlike previous studies, this study involves all the internal stakeholder groups at a long-established university. The researcher of this study has not come across a study that examines the organizational image perceptions of all different stakeholders at the same time at a university in Turkey and especially one that involves examining the administrative staff. It is thought that this study will contribute to the literature as the body of literature about examining organizational image at educational organizations in Turkey has very similar features. Within this framework, the main goal of this study is to identify the organizational image perceptions of different internal stakeholders such as academic staff, administrative staff and final year students at all faculties at Hacettepe University. Starting from this point, it is expected to contribute to the studies of improving the organizational image at Hacettepe University, developing organizational image management and thus, increasing the effectiveness at educational organizations. In this light, the research questions stated below are under examination to find an answer for each of them in this study:

1. What is the level of organizational image of academic staff, administrative staff and final year students about Hacettepe University?
2. Is there a statistically significant difference between the levels of organizational image of internal stakeholder groups of Hacettepe University?
3. Do the levels of organizational image of academic staff about Hacettepe University show a statistically significant difference according to the variables of faculty, title and years of work at Hacettepe University?

4. Do the levels of organizational image of administrative staff about Hacettepe University show a statistically significant difference according to the variables of faculty, educational background, years of work at Hacettepe University?
5. Do the levels of organizational image of final year students about Hacettepe University show a statistically significant difference according to the variables of gender, faculty and order of choice of Hacettepe University?

## Method

In this study which was carried out using qualitative research method, descriptive survey model was used as it was aimed to examine the current organizational image perception of the internal stakeholders of Hacettepe University, who are final year students, academic staff and administrative staff. The study was conducted on three working groups. These working groups consisted of final year students of Hacettepe University who were studying at all the faculties in the fall and spring semester of 2014-2015 educational year, and the academic and administrative staff at all faculties in the same educational year. In this context, the study was carried out with 348 academic staff (228 female and 120 male), 81 administrative staff (36 female and 45 male) and 391 final year students (234 female and 157 male). The data were collected through Personal Information Form, which was prepared by the researcher and "Organizational Image Scale (OIS) developed by Taner-Uluçay. The scale consists of 39 items and 6 dimensions, which are *employees, quality of administration, social responsibility, working environment, quality of product and service, and communication activities*. Cronbach alpha value of the scale was calculated for internal consistency and it was found to be .95 for the whole scale. Validity of the scale was tested through confirmatory factor analysis (DFA) and the resulting goodness of fit verified the s6-dimensional structure of the scale.

## Results

At the end of this study, it was found out that the organizational image perception of academic staff, administrative staff and final year students was at medium-level. When the academic staff was in question, it was found that the highest level of organizational image was belonging to the dimension of quality of product and service while the lowest level was belonging to the dimension of working environment. When the administrative staff was in question, the highest level of organizational image was about the dimension of social responsibility while the lowest level was about working environment. When the final year students were in question, the highest level was about the dimension of employees while the lowest level was about the dimension of quality of product and service. It was seen that there wasn't any statistically significant difference between the levels of organizational image among internal stakeholders when the sub-dimensions of social responsibility, employees and communication were in question. However, it



was found out that there was a statistically significant difference when the sub-dimensions of quality of administration, working environment, quality of product and service were in question. According to the results, academic staff's organizational image perception related to the quality of administration is more positive than that of administrative staff. Academic and administrative staff's organizational image perception related to working environment is more negative than that of students. Academic staff's organizational image perception related to the quality of product and service is more positive than that of students.

Academic staff's organizational image perceptions did not show any statistically significant difference at any sub-dimension according to the variable of year of work at Hacettepe University. They showed a statistically significant difference according to the variables of faculty and title. Academic staff's organizational image perceptions showed a statistically significant difference according to the variable of faculty only about the sub-dimension of working environment. According to this, the organizational image perception of academic staff that works at faculties of science and social science is more positive than that of academic staff that works at faculties of health. According to this, organizational image perception showed a statistically significant difference according to the variable of title in the sub-dimensions of employees and working environment while there was a difference that was not statistically significant in the sub-dimensions of quality of administration, social responsibility, quality of product and service and communication activities. In this context, the perception of academic staff that are not associate about employees and working environment is more negative than that of academic staff that are associate.

Organizational image perceptions of the administrative staff did not show any statistically significant difference according to the variable of educational background. It was found out that organizational image perceptions of the academic staff showed a statistically significant difference according to the variable of faculty where they work in the sub-dimensions of employees, quality of administration and working environment. Organizational image perceptions of the administrative staff showed a statistically significant difference according to the variable of year of work at Hacettepe University only in the sub-dimension of communication activities. According to this, organizational image perceptions of those who have been working here for 1-5 years is more positive than that of those who have been working here for 6-10 years and 11-15 years.

Organizational image perceptions of final year students showed a statistically significant difference according to the variable of gender only in the sub-dimension of quality of administration. On the other hand, there is no statistically significant difference according to the variable of faculty where they study in all sub-dimensions except communication activities. According to this, female students' perception about the quality of administration is more positive than male students.