

*Research article***Öğrenci memnuniyet derecesinin kurum bağlılığına olan etkisi: Ankara’da bir meslek yüksekokulu örneği**

Tolga ÇAĞATAY (Correspondent author)
PhD student, Institute of Graduate Programs,
Ankara Hacı Bayram Veli University, Turkey
tolcagatay@hotmail.com, ORCID 0000-0001-5228-3223

Zekai ÖZTÜRK
Prof.Dr., Faculty of Economics and Administrative Sciences,
Ankara Hacı Bayram Veli University, Turkey
z.ozturk@hbv.edu.tr, ORCID 0000-0003-2569-7249

Received date: 14.11.2019 **Accepted date:** 4.12.2019

Suggested citation: Çağatay, T. & Öztürk, Z. (2019). Öğrenci memnuniyet derecesinin kurum bağlılığına olan etkisi: Ankara’da bir meslek yüksekokulu örneği [The effect of student satisfaction on institutional commitment: a case of vocational school in Ankara]. *Journal of Politics, Economy and Management*, 2(2), 43-57.

Öz: Bu çalışmayla öğrencilerin öğrenim gördükleri kurumdan memnuniyet derecelerinin kurumlarına olan bağlılığa etkisini ölçmek ve değerlendirilmek istenmiştir. Betimsel ve ilişkisel tarama modeli kullanılarak gerçekleştirilen bu araştırma Ankara’daki bir vakıf üniversitesine bağlı Meslek Yüksekokulunda öğrenim gören toplam 651 üniversite öğrencisine uygulanmıştır. T-testi ile yapılan karşılaştırmada erkekler ile kadınlar arasında Öğrenci Memnuniyet Ölçeğinin; Fiziksel Özellikler, Destek Hizmetler ve İmaj alt boyutlarında anlamlı bir fark bulunmuştur. Memnuniyet ile Sadakat puan ortalamaları açısından 1. sınıf ve 2. Sınıf öğrenciler arasında anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Öğrencilerin kurumlarına bağlılığına en az etki sağlayan Okul Ortamına Bağlılık ilişkisi alt boyutu iken, en fazla etkiyi Okul Yönetimi Bağlılık ilişkisi sağlamaktadır. Öğrenci Memnuniyeti, Okul Bağlılığı ve alt boyutlarının birbiriyle olan korelasyon değerlerine bakıldığında öğrenci memnuniyeti ve kurum bağlılığı arasında orta düzeyde pozitif yönde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bağımsız değişken olan öğrenci memnuniyetinin alt boyutlarının, bağımlı değişken öğrenci okul bağlılığının alt boyutlarını yordama etkisini ölçmek için yapılan çoklu regresyon analizi sonucunda elde edilen sonuçlara göre; öğrenci memnuniyetinin alt boyut değişkenleri, okul öğretmen bağlılık ilişkisi toplam varyansının %25,9’ünü açıkladığı sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmada elde edilen sonuçlar ışığında getirilecek önerilerle öğrencilerin okul bağlılık düzeylerinin artmasına fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yükseköğretim, Öğrenci Memnuniyeti, Kurum Bağlılığı, Okul Bağlılığı, İç Müşteri

JEL Sınıflandırması: I21, I23

The effect of student satisfaction on institutional commitment: a case of vocational school in Ankara

Abstract: In this study, it was aimed to measure and evaluate the effect of the satisfaction levels of students as to the institution where they are students over their loyalty to their institutions. This descriptive and relational survey model was applied to a total of 651 university students studying at a vocational school of a foundation/private university in Ankara. In the comparison with T-test, in Student Satisfaction Scale, a significant difference was found to exist between men and women in terms of their Physical Characteristics, Support Services offered and Image Perception. A significant difference was found between freshmen and sophomore students in terms of their satisfaction and loyalty scores. While their commitment to the school environment is regarded as

the sub-dimension that provides the least impact on the loyalty of students to their institutions, the School Administration seems to have the most influence. When the correlation values of Student Satisfaction, School Loyalty and sub-dimensions were altogether examined, a moderate positive relationship has been found to exist between student satisfaction and institutional commitment. According to the results of multiple regression analysis, carried out to measure the effect of the sub-dimensions of student satisfaction, which is itself an independent variable, and also to anticipate the sub-dimensions of student commitment, which is a dependent variable; sub-dimension variables of student satisfaction, account for the 25.9% of the total variance of school teacher engagement relationship. In light of the results obtained in the study, it is thought that the suggestions here might contribute to an increase in the school commitment levels of the students.

Keywords: Higher Education, Student Satisfaction, Corporate Engagement, School Engagement, Internal Customer

JEL Classification: I21, I23

1. Giriş

Üniversiteler ülkelerin gelişmişlik düzeylerini etkileme, katkı sağlama adına bilgilerin üretildiği ve insan kaynaklarının yetiştirildiği kurumlardır. Bu nedenle üniversiteler ulusların geleceğini belirleyici önemli kurumlardır (Serin ve Aytakin, 2009, s. 84). Bu kurumların temel yeteneği eğitim-öğretim faaliyetlerini yerine getirmektir. Üniversiteler temel yeteneğini yerine getirirken öğrencilere esas öge olarak ihtiyaç duyarlar.

Günümüzde üniversiteler de temel bir değişim geçirmektedir ve öğrencilerin müşteri olarak kabul edildiği büyük işletmeler gibi davranılmaktadır (Rossi, 2014). Öğrenciler kaydını gerçekleştirene kadar aday sıfatı altında eğitim kurumlarının dış müşterisi, gerçekleştirdikten sonra ise iç müşterisi olarak kabul edilmektedir. Alışlagelmiş bir hizmet sürecinde alıcı ve satıcı karşılıklı olarak alışveriş sürecine konu olurken, eğitim kurumlarında hizmet alan müşteri konumunda yer alan öğrenciler genellikle yine kurumun müşterisi konumunda olan ders veren öğretim elemanı ve idari işlemlerini çözümlen personelle muhatap olmaktadır. Zaten iç müşteri kavramı da kurum içerisinde birbirleriyle ilişki içinde olup karşılıklı hizmet alışverişinde bulunan şahıslar veya bölümler olarak tanımlanmaktadır (Konak, 2017, s. 23).

Yükseköğretim kurumları her türlü sektörün yetişmiş insangücü kaynağını sağlamaktadır. Bu bağlamda üniversitelerin çıktısı olan mezunlarının istihdamını sağlayacak dış müşteri konumundaki her bir işletmenin memnuniyet duymasının tek yolu iç müşteri olan öğrencilerin memnuniyetinden geçmektedir. Bu memnuniyet, mezuniyet sonrasında dahi uzun yıllar parçası olarak hissettiği kuruma bağlılığı ortaya çıkarabilmektedir. Bu çalışmayla, üniversitelerin iç müşterisi konumunda olan öğrencilerin kurumlarından memnuniyet duyma derecelerinin kuruma olan bağlılığa etkisinin ne olduğunun belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Bir kurumun başarılı olması, yalnızca ürün/hizmet kalitesi konusunda girdi temin edecek olan dış müşteriler aracılığı ile değil, aynı zamanda kurum içinde aksayan yönlerin ivedi teşhisini sağlayacak iç müşteriler ile de gerçekleşmektedir (Ögel ve Dursunkaya, 2001, s. 210). Bu bağlamda bugün dünyanın birçok ülkesinde yükseköğretim kurumları öğrencilerinin memnuniyetini ölçmeye ilişkin geri bildirim elde etme gayreti içerisindeyler. Geri bildirimler üniversitenin fiziksel özellikleri, verilen destek hizmetleri, akademik ve idari personel, imaj boyutlarında gerçekleşebilirken bunların olumluları memnuniyet duymak, tavsiye etmek ve kuruma bağlılık hissetmek gibi eylemlere dönüşebilmektedir.

2. Müşteri memnuniyeti kapsamında öğrenci memnuniyeti

Memnuniyet, algı ve beklenti arasındaki farkın bir işlevidir. Türk Dil Kurumu memnuniyet kelimesinin sözlük anlamını “memnun olma, sevinç duyma, sevinme” olarak tanımlanmıştır (Türk Dil Kurumu, 2019). “Müşteri memnuniyeti” konusu, bilimsel yazında onlarca yıldan beri önemli bir yer tutmaktadır, çünkü müşteri memnuniyeti, müşteri sadakati ve sürdürülebilir kârlılık dâhil olmak üzere

kurumlar için uzun vadeli birçok fayda sağlamaktadır (Homburg, Koschate, ve Hoyer, 2006, s. 21). Ayrıca, dinamik bir bakış açısıyla, tüketim sırasında gerçekleşen değerlendirme süreci, sonraki karar verme durumlarına girdi niteliğindedir. Başka bir deyişle, alınan geri bildirim niteliği memnuniyet kararında güçlü bir etkiye sahiptir ve bu durum gelecek kararlarını etkilemektedir (Homburg vd., 2006, s. 22).

Öğrenci memnuniyeti genellikle öğrencinin eğitim deneyiminin değerlendirilmesinden kaynaklanan kısa vadeli bir tutum olarak kabul edilmektedir. Gerçek performans, öğrencinin beklentilerini karşıladığında veya aşıldığında öğrenci memnuniyeti ile sonuçlanır (Elliott ve Healy, 2001, s. 2). Memnuniyet kavramı birçok değişkenden etkilenen öznel bir kavramdır. Böyle olmasına rağmen memnuniyet yaratan olguların keşfi her işletme olduğu gibi yükseköğretim kurumlarının da ilgisini üzerine çekmektedir. Her alanda faaliyet gösteren işletmelerin iç müşterilerinin gerçekleştirdiği gibi akademik ortamlarda da öğrencilerin kurumlarına hissettikleri memnuniyet dönütleri, kurumlarını sektörün değişen gereksinimlerine daha duyarlı hale getirmesine yardımcı olur. Günümüz şartlarında üniversiteler, öğrencilerinin algıladıkları performans beklentilerin üzerine taşıyacak faaliyetlerde bulunmak zorundadır. Pek çok eğitim kurumunda şimdi yatırım yapmanın (öğrencileri elde tutmak adına) daha sonra yatırım yapmadan (yeni öğrenciler çekmek adına) çok daha iyi olduğunun farkına varmış durumdadır (Elliott ve Healy, 2001, s. 3).

Yükseköğretimdeki ulusal ve uluslararası rekabetin yoğunlaşmasının etkisiyle üniversiteler değerlendirme anketleriyle rakipleri arasındaki sıralamasını görmek istemekte, sıralamalarda daha üstlerde yer edinebilmek için her alandaki performansını arttırmaya çalışmakta, ortaya çıkan bu sonuçta iç ve dış müşteri memnuniyetini arttırmaktadır. Doğal sürecinde gelişen bu sarmal hareket rekabete ayak uyduramayan kurumların (talebin hala doymadığı piyasalarda bile) yaşam seyirlerinin kısılmasına hatta yok olmalarına sebebiyet vermektedir.

Öğrenci memnuniyet seviyelerinin yükseköğretim kurumlarında önemi arttıkça memnuniyetin farklı değişkenlerle incelenmeye çalışıldığı ve konunun bu değişkenlerle kavramlaştırıldığı gözlenmiştir. Örneğin; üniversite öğrencilerinin memnuniyetleri “müfredatın başarısıyla” (Tessem, Ready, ve Yu, 2012, s. 41), “sunulan kampüs olanaklarıyla” (Mehdipour ve Zerehkafi, 2013, s. 237; Napitupulu, vd., 2018, s. 5; Ahmad, 2015, s. 502-503; Hanssen ve Solvoll, 2015, s. 751-756), “kurum kültürüyle” (Uprety ve Chhetri, 2014), “etkileşimi ve iletişimiyle” (Gray ve DiLoreto, 2016, s. 14; Juniarti ve Sany, 2011, s. 4-7), “sunulan hizmetin kalitesiyle” (Yavuz ve Akman, 2018, s. 58-59; Ayvaz, Güven, Arslan, ve Güven, 2018, s. 102-103; Gruber, Fuß, Voss, ve Glaeser-Zikuda, 2010, s. 20), “mülkiyetiyle” (Deuren ve Lhaden, 2017, s. 47-48) özdeşleştirilerek kavramlaştırılmıştır.

Hill ve Epps (2010), öğrencileri çevreleyen fiziksel tesisler ve içerisinde yer alan ekipman ve materyallerin öğrencilerin memnuniyetleri üzerinde büyük bir etkiye sahip olduğunu ileri sürmektedir (s. 77). Üniversiteler sabit yatırımlarını artık içerisinde sadece sıraların ve yazı tahtalarının olduğu sınıflardan oluşan binalardan öte kullanıcılarına ideal bir yaşam alanı sunarak gerçekleştirme eğilimindedirler. Yine Napitupulu ve arkadaşları (2018) çalışmalarında üniversitelerin sunduğu kampüs imkânlarının öğrenci memnuniyetiyle güçlü bir pozitif korelasyona sahip olduğunu tespit etmiştir (s. 5). Zhao ve Kuh (2004) gerçekleştirdikleri çalışmada; öğrenim hayatında öğrenci topluluklarına katılımın, öğrencinin artan akademik performansına, akademik ve sosyal deneyimlerinin entegrasyonuna ve başarısına pozitif yönde katkı sağladığına yönelik bulgulara ulaşılmıştır (s. 124).

Elliott ve Healy’in (2001) gerçekleştirdikleri çalışmanın sonucunda; üniversiteler kayıt yönetimi stratejilerini planlarken, ilk önce öğrencilerin kendilerini tercih etmek için nelerin önemli olduğunu belirlemeli, daha sonrasında bunları korumak için kaliteli bir eğitim vermeleri gerektiğini belirtmiştir (s. 10). Özellikle öğrencilerin kurumlarını tercih etmelerini sağlamanın en etkili ve verimli yolu, mevcut memnun öğrencilerle gerçekleşen ağızdan ağıza pazarlamayla gerçekleşmektedir.

3. Örgütsel bağlılık kapsamında öğrencilerin kurum bağlılığı

Örgütsel Bağlılık birçok farklı şekilde tanımlanmıştır. Aslında, Örgütsel Bağlılık, bir kuruluşta kalma arzusu ve bir hizmet sunma ihtiyacını açıklayan psikolojik bir durum olarak tanımlanmıştır (Allen ve Meyer, 1990, s. 2). Örgütsel bağlılığı konu alan bilimsel yazında eğitim kurumlarının bağlılığına

ilişkin yapılan araştırmalar genellikle çalışanlar üzerine yoğunlaşırken (Çöl ve Gül, 2005, s. 297; Terzi ve Kurt, 2005, s. 166) öğrencilerin bağlılığına odaklanan çalışmalarda (Forward, Daugherty, Michel, ve Sandberg, 2009, s. 38; Strauss ve Volkwein, 2004, s. 208; Womack, Leuty, Bullock-Yowell, ve Mandracchia, 2018, s. 170) son zamanlarda artan bir ilgiye maruz kalmaktadır.

Öğrencilerin bağlılığı, akademik deneyimlerindeki etkinliklere harcadıkları zaman ve fiziksel enerji ile ilgilidir. Bilimsel yazında “okul bağlılığı” teriminin birkaç tanımı vardır; ancak, bu yapının ana tanımları arasında ortak nokta, öğrencinin okul ortamına “teslimiyeti” ve “katılımı”dır (Fredricks, Blumenfeld, ve Paris, 2004, s. 60). Aynı zamanda öğrenim hayatında duyulan bağlılık yükseköğretim sonrası üretken ve tatmin edici bir yaşam sürmek için gerekli olan becerilerin ve düzenlemelerin temelini de teşkil etmektedir (Carini, Kuh, ve Klein, 2006, s. 2).

Okul bağlılığı yapısal üç boyutla açıklanabilir. Bunlardan ilki, akademik ve akademik olmayan okul etkinliklerine öğrencilerin katılımına dayanan ayrıca akademik ve sosyal katılımı ile ek müfredat etkinliklerini de içeren davranışsal bağlılıktır. Davranışsal bağlılık, psikososyal uyum ve okuldaki başarısı için faydalı olan öğrenci davranışını ifade eder. İkinci boyut ise arkadaşlarına, öğretim elemanlarına ve kurumuna olumlu ve olumsuz tepkiler verdiği duygusal bağlılıktır. Bu boyut, öğrencilerin sınıftaki duygusal tepkilerinin yanı sıra ilgi alanlarına, mutluluklarına, üzüntülerine ve kaygılarına dayanmaktadır. Duygusal bağlılık anketlerinde kurumu, öğretmeni ve etkinlikleri sevmeye veya sevmeme ile okula yönelik duygular ayrıca okula ilgi ile ilgili sorular yer almaktadır. Üçüncü boyut, öğrenmeye yönelik psikolojik yatırım, gereksinimlerin ötesine geçme arzusu ve zorunluluktan kaynaklanan tüm işleri başarmak ve bu alandaki becerilerini geliştirmek için gereken güce sahip olan bir meydan okuma olarak tanımlanan bilişsel bağlılıktır (Wang, Willett, ve Eccles, 2011, s. 466; Fredricks vd., 2004, s. 62-65). Schaufeli ve arkadaşları (2002) okul bağlılığının, o anlık spesifik bir durum olmadığını, daha kalıcı ve yaygın bir duygusal bilişsel durum olduğunu ileri sürmektedirler (s. 465).

Kurumlarıyla bağlarını sürdürmek isteyen bireyler aynı zamanda kurumunu başarılı kılmak için ne gerekiyorsa yapmak isteyeceklerdir (McNally ve Effects, 2010, s. 202). Bunun için özellikle iç müşterilerin kurumlarına bağlı hale getirecek temel belirleyicilere ihtiyaç vardır. Örgütsel bağlılığın temel belirleyicilerinin bazıları arasında olumlu bir iletişim ortamı, anlamlı ilişkiler ve yüksek düzeyde güven bulunur (Varona, 2002, s. 9). Bir araştırmacının elde edilen sonuçlarında yola çıkılarak; öğrencilerin kurumlarına bağlılığını sağlayacak ders sorumlusu öğretim elemanlarının bilinçlendirilmesi, üniversiteye ulaşım problemlerinin ortadan kaldırılması, ders içeriklerinin öğrenciyi daha aktif şekilde dersi takip etmeye istekli hale getirecek planlanmaların yapılması önerileri geliştirilmiştir (Usta, Şimşek, ve Uğurlu, 2014, s. 186-187). Eğitimciler tarafından desteklendiğini düşünen öğrenciler, kuruma dair beklentilerini büyük ölçüde karşılama eğilimindedir, bu da öğrenciyi dikkat dağıtıcı ve istenmeyen davranış etkilerinden arındırmaktadır. Göçmen öğrenciler üzerine yapılan bir araştırma sonucuna göre ebeveyn ve öğretim elemanının desteğini almanın öğrencilerin kurum bağlılığına pozitif yönde yüksek bir katkısı bulunmaktadır (Garcia-Reid, Peterson, ve Reid, 2015, s. 8-9). Olumlu bir okul iklimi için personel ve öğrenciler arasında saygılı ve işbirliğine dayalı bir ilişkinin önemi araştırmaların sonucuyla da ortaya konmuştur (Liu ve Bellibaş, 2018, s. 15-16; Desai, Karahalios, Persuad, ve Reker, 2014, s. 16). Geleneksel işyeri bağlamındaki mevcut bağlılık bilimsel yazına dayandırıldığında, yüksek düzeydeki kuruma bağlılık, öğrencilerin her türlü faaliyete katılımı ile pozitif yönde ilişkilendirilebilirken, okulu bırakma niyetinde olan öğrenciler için ise negatif bir şekilde ilişkilendirilmektedir (McNally ve Effects, 2010, s. 201). İki yıllık 28 ve dört yıllık 23 devlet üniversitesinde birinci sınıf öğrencilerinin kurumsal bağlılıklarının belirleyicilerinin incelendiği Strauss ve Volkwein’in (2004) araştırmasında kurumsal bağlılık, öğrenci devamlılık davranışının bir değişkeni veya yordayıcısı olarak görülmekte ve bu bağlılık öğrencinin genel izlenimine dayanan memnuniyeti; aidiyet duygusu, kalite algısı, kurumun çekiciliği ve öğrencinin kuruma katılma isteği ile tanımlanmaktadır (s. 203-204). Dinsel, iletişimsel ve demografik değişkenlerin öğrencilerin örgütsel bağlılık düzeyleri üzerindeki etkilerini inceleyen Forward ve arkadaşları (2009) ise kurum bağlılığını açıklamadaki en büyük etkiye sahip değişken olarak “algılanan örgütsel desteği” tespit etmiştir (s. 42).

3. Yöntem

Bu araştırma öğrenci görüşlerini, anket kullanılarak elde etmeyi amaçlayan betimsel ve ilişkisel tarama modeli kullanılarak gerçekleştirilen bir çalışmadır.

Bu çalışma; öğrencilerin, öğrenim gördükleri kurumdan memnuniyet durumlarının kurumlarına olan bağlılığa etkisi konusundaki algılarını tespit etmek amacıyla planlanmıştır.

Araştırmanın evrenini Ankara'daki bir vakıf üniversitesine bağlı Meslek Yüksekokulunda 2018-2019 bahar yarıyılında öğrenim gören 748 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırma sırasında herhangi bir örneklem seçim yöntemine gidilmemiş, evrenin tamamına ulaşılmak istenmiştir. Devamsızlık, anketlerin gönüllülük ilkesine göre doldurulması gibi nedenlerle ve hatalı ve/veya eksik anketlerin elenmesi sonucunda eksiksiz olarak doldurulan toplam 651 öğrenci (%87) anketi değerlendirmeye alınmıştır.

Araştırma kapsamında kullanılan anketin ilk bölümünde yer alan kişisel bilgi formunda 17 soru yer almaktadır. İkinci bölümde yer alan çalışmanın ilk ölçeği Taş'ın (2015) geliştirdiği; iki bölümden oluşan; ilk bölümde öğrencilerin hizmet kalitesine ilişkin algılarını ölçmeye yönelik olarak fiziksel özellikler, destek hizmetleri, akademik personel ve akademik olmayan personel değişkenleri kapsamında 34 ifadeye, ikinci bölümde müşteri memnuniyeti, imaj, tavsiye ve sadakat ile ilgili 13 ifadeye yer verilen ölçektir (s. 73-77). 47 soruluk bu ölçekte Cronbach's Alpha değerinin 0,951 olduğu görülmektedir. Üçüncü bölümde kullanılan "Okul Bağlılığı Ölçeği" Arastaman (2006) tarafından geliştirilmiş ve öğrencilerin okula bağlılıklarını ölçmeyi amaçlamıştır. Bu ölçek 27 maddeden oluşmaktadır (s. 62-67). Ölçekte, içsel bağlılık, okul ortamı bağlılığı, okul programı bağlılığı, okul yönetimine ve öğretim elemanına yönelik olmak üzere toplam beş alt faktör bulunmaktadır. Alt faktörlerin Cronbach Alpha değerleri 0,65 ile 0,83 arasında değişmektedir. Ölçeğin Cronbach's Alpha değeri ise 0,84 olarak hesaplanmıştır. Her iki ölçme aracının araştırma kapsamında kullanılabilmesi için muhataplarından gerekli izinler alınmıştır.

Araştırma verilerinin analizinde, bağımsız örneklem için t-testi, tek yönlü ANOVA, Kruskal Wallis Testi, Mann Whitney U-testi, Öğrenci Memnuniyeti, Okul Bağlılığı ve alt boyutlarının birbiriyle olan ilişkiyi ortaya koymak amacıyla değişkenlerin normal dağılım göstermemesi nedeniyle Spearman korelasyon testi kullanılmıştır. Regresyon analizi ile iç müşteri olarak tanımlanan öğrencilerin memnuniyet düzeylerinin kurumlarına olan bağlılıklarını yordama düzeyleri Öğrenci Memnuniyeti ve Okul Bağlılığı alt boyut değişkenleri bazında belirlenmiştir. Değişkenler arasındaki nedensel ilişkileri test edebilmek için çoklu doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır. Analizler SPSS 25 paket programı ile test edilmiştir.

Çalışmanın sınırlılıklarından biri tek bir üniversitenin tek bir biriminde gerçekleştirilmiş olmasıdır. Yine çalışmanın sadece vakıf üniversitesinde öğrenim gören öğrencilere uygulanmış olması bir diğer sınırlılık olarak karşımıza çıkmaktadır. Araştırma katılımcılarının iki yıl süreli eğitim veren bir yüksekokuldan olması durumu benzer çalışmalarda lisans öğrencilerinin de araştırmaya dahil edilip karşılaştırma yapılana kadar bir başka kısıt olarak değerlendirilebilir.

4. Bulgular

Araştırmaya dahil olan 651 öğrencinin demografik özelliklerine ait veriler Tablo 1'de verilmiştir. Buna göre; anketi cevaplayan katılımcıların % 68,5'i kadın , % 31,5'i erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların yaşlarına ve medeni durumlarına bakıldığında, ortalamının 21 yaş civarında olduğu (20,82±2,54) ve bekâr (%97,8) oldukları görülmektedir. Çalışma grubunun %84'ü Ankara'dan geldiğini belirtmekte, yine büyük çoğunluğu (%81,4) ailesi ile birlikte ikamet etmekte, yarıya yakını (%47,6) %25 bursluluk oranına sahiptir.

Öğrenci Memnuniyet Ölçek değişkenlerin güvenilirlik katsayılarının analizinde Fiziksel Özellikler alt boyutunda yer alan ifadelerin Cronbach Alpha değeri 0,895, Destek Hizmetleri alt boyutundaki ifadelerin Cronbach Alpha değeri 0,873, Akademik Personel alt boyutunda 0,964, İdari Personel boyutundaki ifadelerin Cronbach Alpha değeri ise 0,968, Memnuniyetle ilgili ifadelerin Cronbach Alpha değeri 0,958, İmaj ile ilgili ifadelerin Cronbach Alpha değeri 0,943, Tavsiye ile ilgili ifadelerin Cronbach Alpha değeri 0,969 ve Sadakat ile ilgili ifadelerin Cronbach Alpha değeri 0,965

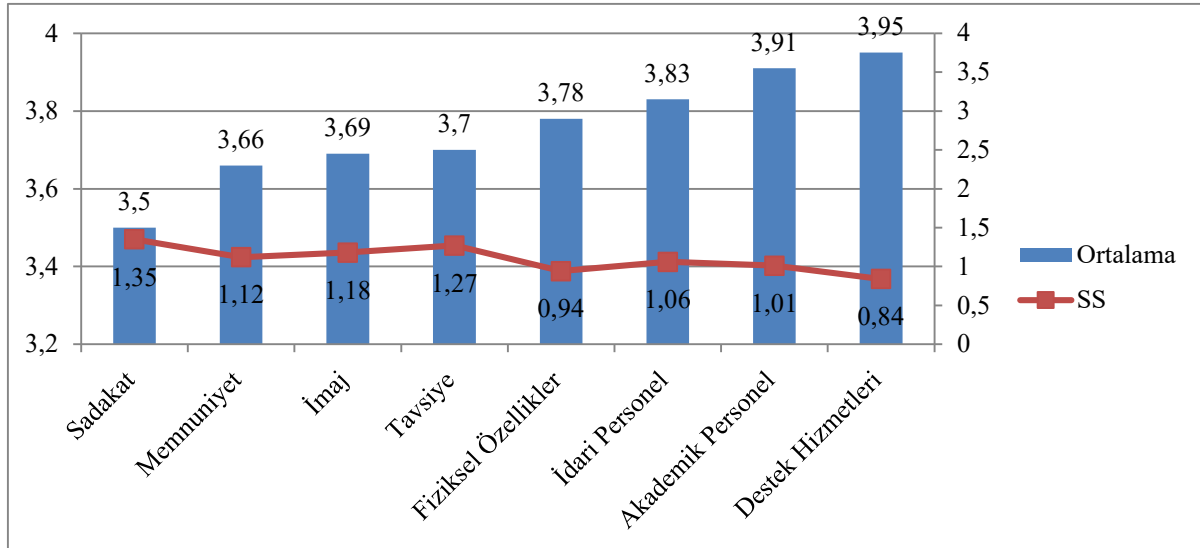
olarak bulunmuştur. Tüm değişken ölçeklerin Cronbach Alpha değerleri genel ortalaması 0,983 bulunmuştur. Bu değerlere göre de ölçeğin tümünün ve alt boyutlarının oldukça güvenilir olduğu söylenebilir.

Tablo 1. Araştırmaya katılan öğrencilerin bazı sosyo-demografik özelliklerine göre dağılımı (n: 651)

		Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	446	31,5
	Erkek	205	68,5
Medeni Durum	Bekâr	637	97,8
	Evli	14	2,2
Gelinen Şehir	Ankara	547	84,0
	Ankara dışı	104	16,0
Yaşadığınız Yer	Aile ile birlikte evde	530	81,4
	Devlet yurdu	17	2,6
	Özel yurt	42	6,5
	Tek başına evde	30	4,6
	Arkadaşlar ile evde	14	2,2
	Akraba ile evde	18	2,8
Bursluluk Durumu	%100 (Tam) Burslu	67	10,3
	%50 Burslu	232	35,6
	%25 Burslu	310	47,6
	Bursuz (Tam Ücretli)	42	6,5
Yaş		20,82±2,54	

Çalışmada kullanılan değişkenlerin genel ortalamaları ve standart sapmaları ile ilgili Grafik aşağıda verilmiştir.

Grafik 1. Memnuniyet ölçeğinin değişkenlerinin genel ortalamaları ve standart sapmaları



Grafik 1’de yer alan değerler incelendiğinde Genel Ortalamaların 3,5 (Sadakat) ile 3,95 (Destek Hizmetler) değerleri arasında yer aldığı görülmektedir. Standart Sapma ile ilgili değerleri incelendiğinde ise değerlerin 0,84 (Destek Hizmetler) ile 1,35 (Sadakat) arasında yer aldığı tespit edilmiştir.

Cinsiyet bazında tüm ortalamaların aralarında anlamlı bir fark olup olmadığını tespit edebilmek için t testi ile yapılan karşılaştırmada erkekler ile kadınlar arasında Fiziksel Özellikler, Destek Hizmetler ve İmaj alt boyutlarında anlamlı bir fark bulunmuştur ($p < 0,05$). Üniversiteye gelinen yere göre tüm alt boyutlar ile yapılan t testi karşılaştırmasında İdari Personel ve Sadakat puan ortalamaları

açısından Ankara ve Ankara dışından gelenler arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Yine okunulan sınıf ile alt boyutların t testi karşılaştırmasında Memnuniyet ile Sadakat puan ortalamaları açısından 1. sınıf ve 2. Sınıf öğrenciler arasında anlamlı bir fark vardır ($p<0,05$).

Tablo 2. Katılımcıların memnuniyetlerinin bursluluk çeşitliliğine göre dağılımı

		N	Ort	SS	F	P
Fiziksel Özellikler	%100 (Tam) Burslu	67	3,8273	,79871	4,906	,002
	%50 Burslu	232	3,8762	,83621		
	%25 Burslu	310	3,6576	1,04101		
	Burssuz (Tam Ücretli)	42	4,1531	,74891		
Destek Hizmetleri	%100 (Tam) Burslu	67	4,0914	,65950	3,419	,017
	%50 Burslu	232	4,0102	,78514		
	%25 Burslu	310	3,8528	,91035		
	Burssuz (Tam Ücretli)	42	4,1696	,73813		
Akademik Personel	%100 (Tam) Burslu	67	4,0910	,97246	2,582	,052
	%50 Burslu	232	3,9931	,94756		
	%25 Burslu	310	3,8003	1,06863		
	Burssuz (Tam Ücretli)	42	3,9952	,87428		
İdari Personel	%100 (Tam) Burslu	67	4,0597	,91896	4,386	,005
	%50 Burslu	232	3,9219	,95516		
	%25 Burslu	310	3,6824	1,15075		
	Burssuz (Tam Ücretli)	42	4,0582	,91039		
Memnuniyet	%100 (Tam) Burslu	67	3,8918	,99452	5,438	,001
	%50 Burslu	232	3,8017	1,05965		
	%25 Burslu	310	3,4750	1,17466		
	Burssuz (Tam Ücretli)	42	3,8393	1,11232		
İmaj	%100 (Tam) Burslu	67	3,8209	1,09380	2,704	,045
	%50 Burslu	232	3,7730	1,16680		
	%25 Burslu	310	3,5667	1,22557		
	Burssuz (Tam Ücretli)	42	3,9921	1,01610		
Tavsiye	%100 (Tam) Burslu	67	3,7562	1,27602	4,906	,002
	%50 Burslu	232	3,8520	1,17027		
	%25 Burslu	310	3,5118	1,34930		
	Burssuz (Tam Ücretli)	42	4,1032	,99725		
Sadakat	%100 (Tam) Burslu	67	3,6169	1,33618	5,257	,001
	%50 Burslu	232	3,6925	1,25694		
	%25 Burslu	310	3,2925	1,43031		
	Burssuz (Tam Ücretli)	42	3,8571	1,01518		

Tüm alt boyut değişkenlerinin ortalamaları öğrencinin sahip olduğu bursla ilgili olarak farklılık gösterip göstermediğinin tespitine yönelik tek yönlü varyans analizi sonucunda; Akademik Personel haricinde diğer tüm alt boyutlarda ortalamalarda p değerinin ($p<0,05$) küçük olması nedeniyle bursluluk durumuna göre farklılık göstermektedir. Yine çalışmanın alt boyut puan ortalamalarında baba eğitim durumu (Sadakat hariç), babanın çalışma durumu, anne eğitim durumu (Tavsiye ve Sadakat hariç) ve annenin çalışma durumu bakımından anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Öğrencilerin eğitim kurumlarına bağlılık düzeylerini ölçmek üzere geliştirilmiş olan OBÖ ölçeğinin birinci alt boyut faktörü olan Öğrencinin İçsel Bağlılığının Cronbach Alfa katsayısı 0,954, İkinci alt boyut faktörü olan Okul Ortamı Bağlılık İlişkisi alfa değeri 0,952 sonrasında sırasıyla diğer alt boyutlar olan Okul Programı Bağlılık İlişkisi 0,964, Okul Yönetimi Bağlılık İlişkisi 0,945 ve Öğretmen Bağlılık İlişkisi 0,969 Cronbach Alfa katsayıları tespit edilmiştir. Ölçeğin genelinde alfa katsayısı ise 0,984 dür. Ölçeğin genel puan ortalaması 3,69, standart sapması ise 1,05 olarak bulunmuştur.

Tablo 2 incelendiğinde öğrencilerin Okul Ortamına Bağlılık ilişkisi alt boyutuna (Ort. 3,59) en az, Okul Yönetimi Bağlılık İlişkisi alt boyutuna (Ort. 3,84) ise en fazla katıldıkları görülmektedir.

Öğrencilerin kurumlarına bağlılığına en az katkı sağlayan “Okul ortamı bağlılık ilişkisi” ile ilgili alt boyuta ilişkin detaylı Tablo 3 e bakıldığında; “Okulda yeni şeyler öğrenmeyi severim” ($X=3,85$) ifadesi öğrencilere en yakın gelirken, “Okula devamsızlık yaptığım zaman rahatsızlık duyarım” ($X=3,46$) ifadesi ise en uzak olanıdır.

Tablo 3. Okul bağlılık alt boyutlarının ortalama ve standart sapmaları

	Ortalama	Standart Sapma
Okul Ortamı Bağlılık İlişkisi	3,59	1,164
İçsel Bağlılık	3,66	1,038
Okul Programı Bağlılık İlişkisi	3,70	1,165
Öğretmen Bağlılık İlişkisi	3,71	1,218
Okul Yönetimi Bağlılık İlişkisi	3,84	1,118

Tablo 4. “Okul Ortamı Bağlılık İlişkisi” ile ilgili alt boyuta ilişkin detay

Okul ortamı bağlılık ilişkisi	Ortalama	Standart Sapma	Katılma Sırası
10- Okulda kendimi mutlu hissederim	3,47	1,329	5
11- Okulda yeni şeyler öğrenmeyi severim	3,85	1,199	1
12- Okula isteyerek zevkle gelirim	3,51	1,331	4
13- Okulda öğrenme süreci eğlenceli bir süreçtir	3,61	1,270	3
14- Okulda yaptığım etkinliklerden zevk alırım	3,66	1,268	2
15- Okula devamsızlık yaptığım zaman rahatsızlık duyarım	3,46	1,371	6

Tablo 4 de araştırma katılımcılarının en fazla katıldıkları “Okul yönetimi-bağlılık ilişkisi” boyutuna ilişkin ifadelerinin ortalamalarına göre “Okula ait eşyalara zarar vermemeye özen gösteririm” ($X=4,13$) ifadesi en fazla katılır iken, “Okul yönetimi ders dışı sosyal etkinliklere katılım konusunda öğrencileri destekler” ($X=3,57$) ifadesine ise en az katılmaktadırlar.

Tablo 5. “Okul Yönetimi-Bağlılık İlişkisi” ile ilgili alt boyuta ilişkin detay

Okul yönetimi bağlılık ilişkisi	Ortalama	Standart Sapma	Katılma Sırası
20- Okula ait eşyalara zarar vermemeye özen gösteririm	4,13	1,189	1
21- Okulda kendimi güvende hissederim	3,91	1,225	2
22- Okulda alınan kararlara katılırım	3,77	1,230	4
23- Okulun etkili disiplin kurallarının olmasından memnunum	3,80	1,251	3
24- Okul yönetimi ders dışı sosyal etkinliklere katılım konusunda öğrencileri destekler	3,57	1,278	5

Öğrencilerin okul bağlılığı görüşleri beş alt boyut bazında da Ankara ve Ankara dışından gelme durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p<0,05$).

Araştırma kapsamında Öğrenci Memnuniyeti, Okul Bağlılığı ve alt boyutlarının birbiriyle olan korelasyon değerlerine bakılmıştır. Korelasyon analizi ile elde edilen değerler Tablo 5 de verilmiştir. Korelasyon analizi değerlendirmesi sonucunda öğrenci memnuniyeti ve kurum bağlılığı arasında orta düzeyde ($,469$) pozitif yönde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 5 incelendiğinde, öğrenci memnuniyeti ile en yüksek ilişkiler, Memnuniyet ($r=,902$; $p<0,01$) ve destek hizmetler ($r=,873$; $p<0,01$) değişkenleri ile gerçekleşmektedir. Öğrencilerin kurumlarına bağlılığında ise en yüksek ilişkiler; Okul Ortamı Bağlılık İlişkisi ($r=,940$; $p<0,01$) ve Okul Programı Bağlılık İlişkisi ($r=,923$; $p<0,01$) değişkenleri arasında gerçekleşmektedir.

Bağımsız değişken olan öğrenci memnuniyetinin fiziksel özellikler, destek hizmetler, akademik personel, idari personel, memnuniyet, imaj, tavsiye ve sadakat olan alt boyutlarının, bağımlı değişken öğrenci okul bağlılığının alt boyutları olan içsel bağlılık, okul ortamı bağlılık ilişkisi, okul programı

bağlılık ilişkisi, okul yönetimi bağlılık ilişkisi ve okul öğretmen bağlılık ilişkisini yordama etkisini ölçmek için yapılan çoklu regresyon analizi sonucunda elde edilen sonuçlar Tablo 6 da gösterilmiştir. Buna göre öğrenci memnuniyetinin alt boyut değişkenleri; içsel bağlılık toplam varyansının %7,3'ünü, okul ortamı bağlılık ilişkisi varyansının %19,9'nı, okul programı bağlılık ilişkisi varyansının %20,2'sini, okul yönetimi bağlılık ilişkisi varyansının %16,8'ini ve okul öğretmen bağlılık ilişkisi toplam varyansının %25,9'ünü açıklamaktadır.

Tablo 6. Öğrenci memnuniyeti, okul bağlılığı ve alt boyutlarının birbiriyle olan korelasyon değerleri

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1.Fiziksel Özellikler ^a														
2.Destek Hizmetler ^a	,825**													
3.Akademik Personel ^a	,638**	,703**												
4.İdari Personel ^a	,647**	,689**	,751**											
5.Memnuniyet ^a	,756**	,749**	,733**	,733**										
6.İmaj ^a	,670**	,706**	,697**	,639**	,810**									
7.Tavsiye ^a	,667**	,693**	,689**	,614**	,806**	,870**								
8.Sadakat ^a	,624**	,637**	,644**	,594**	,778**	,854**	,896**							
9.İçsel Bağlılık ^b	,219**	,252**	,265**	,294**	,315**	,307**	,301**	,299**						
10.Okul Ortamı Bağlılık İlişkisi ^b	,307**	,341**	,343**	,353**	,437**	,430**	,447**	,458**	,814**					
11.Okul Programı Bağlılık İlişkisi ^b	,370**	,391**	,394**	,425**	,483**	,439**	,455**	,426**	,760**	,868**				
12.Okul Yönetimi Bağlılık İlişkisi ^b	,368**	,405**	,391**	,410**	,452**	,386**	,402**	,360**	,766**	,829**	,860**			
13.Okul Öğretmen Bağlılık İlişkisi ^b	,364**	,389**	,485**	,461**	,455**	,396**	,404**	,340**	,696**	,730**	,778**	,807**		
14.Öğrenci Memnuniyet	,840**	,873**	,867**	,843**	,902**	,863**	,861**	,825**	,316**	,431**	,477**	,456**	,479**	
15.Okul Bağlılığı	,348**	,381**	,400**	,408**	,470**	,441**	,445**	,433**	,902**	,940**	,923**	,911**	,840**	,469**

* p<,05; **, p<,01; ^a Öğrenci Memnuniyet alt boyutları, ^b Okul Bağlılığı alt boyutları.

Tablo 7. Öğrenci memnuniyet boyutlarının okul bağlılık alt boyut düzeylerini yordamasına ilişkin gerçekleştirilen çoklu regresyon analizi sonuçları

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken														
	İçsel Bağlılık			Okul Ortamı Bağlılık İlişkisi			Okul Programı Bağlılık İlişkisi			Okul Yönetimi Bağlılık İlişkisi			Okul Öğretmen Bağlılık İlişkisi		
	t	β	Sig.	t	β	Sig.	t	β	Sig.	t	β	Sig.	t	β	Sig.
Fiziksel Özellikler	-2,410	-,179	,016	-3,264	-,225	,001	-2,229	-,154	,026	-1,900	-,134	,058	-1,821	-,121	,069
Destek hizmetler	1,292	,102	,197	1,441	,105	,150	,689	,050	,491	1,909	,142	,057	-,337	-,024	,736
Akademik Personel	-,327	-,022	,743	-,589	-,037	,556	,172	,011	,863	,273	,017	,785	4,903	,294	,000**
İdari Personel	2,194	,148	,029	1,690	,106	,091	2,365	,148	,018	2,660	,170	,008	2,950	,178	,003
Memnuniyet	1,828	,151	,068	2,871	,220	,004	4,159	,318	,000	3,178	,248	,002	3,349	,247	,001
İmaj	,018	,002	,985	-,002	,000	,998	-,470	-,040	,638	-,201	-,017	,840	,098	,008	,922
Tavsiye	,665	,067	,506	,541	,050	,588	1,391	,129	,165	1,061	,101	,289	1,498	,134	,135
Sadakat	,241	,022	,810	2,826	,238	,005	,169	,014	,865	-1,028	-,088	,304	-2,492	-,202	,013
F		7,375			21,214			21,619			17,370			29,334	
R ²		,084			,209			,212			,178			,268	
DzLR ²		,073			,199			,202			,168			,259	

Tablo 7 incelendiğinde içsel bağlılık üzerindeki etki için yapılan regresyon analizi sonucunda F değeri (F=7,375, p<,01) modelin anlamlı olduğunu göstermektedir. Müşteri memnuniyetinin idari personel alt boyutunun (β=,148, p<,05) içsel bağlılık üzerinde anlamlı etkisinin olduğu regresyon çalışmasının elde edilen ilk bulgusudur.

Okul ortamı bağlılık ilişkisi bağımlı değişkeni ile bağımsız değişken öğrenci memnuniyetinin fiziksel özellikler, destek hizmetler, akademik personel, idari personel, memnuniyet, imaj, tavsiye ve sadakat olan alt boyutları arasındaki ilişkinin tespiti için yapılan regresyon analizi sonucunda görüldüğü üzere F değeri (F=21,214, p<,01) modelin anlamlı olduğunu göstermektedir. Memnuniyetin (β=,220, p<,01) ve sadakat (β=,238, p<,01) alt boyutlarının okul ortamı bağlılık ilişkisi üzerinde anlamlı etkisinin olduğu regresyon çalışmasının ikinci elde edilen bulgusudur.

Okul programı bağlılık ilişkisi bağımlı değişkeni ile bağımsız değişken öğrenci memnuniyetinin fiziksel özellikler, destek hizmetler, akademik personel, idari personel, memnuniyet, imaj, tavsiye ve sadakat olan alt boyutları arasındaki ilişkinin tespiti için yapılan regresyon analizi sonucunda

görüldüğü üzere F değeri ($F=21,619$, $p<,01$) modelin anlamlı olduğunu göstermektedir. Memnuniyetin ($\beta=,318$, $p<,01$) ve idari personel ($\beta=,148$, $p<,05$) alt boyutlarının okul programı bağlılık ilişkisi üzerinde anlamlı etkisinin olduğu ortaya çıkarılmıştır.

Okul yönetimi bağlılık ilişkisi bağımlı değişkeni ile bağımsız değişken öğrenci memnuniyetinin fiziksel özellikler, destek hizmetler, akademik personel, idari personel, memnuniyet, imaj, tavsiye ve sadakat olan alt boyutları arasındaki ilişkinin tespiti için yapılan regresyon analizi sonucunda görüldüğü üzere F değeri ($F=17,370$, $p<,01$) modelin anlamlı olduğunu göstermektedir. Memnuniyetin ($\beta=,248$, $p<,01$) ve idari personel ($\beta=,170$, $p<,01$) alt boyutlarının okul yönetimi bağlılık ilişkisi üzerinde anlamlı etkisinin olduğu sonucuna varılmıştır.

Okul öğretmen bağlılık ilişkisi bağımlı değişkeni ile bağımsız değişken öğrenci memnuniyetinin fiziksel özellikler, destek hizmetler, akademik personel, idari personel, memnuniyet, imaj, tavsiye ve sadakat olan alt boyutları arasındaki ilişkinin tespiti için yapılan regresyon analizi sonucunda görüldüğü üzere F değeri ($F=29,334$, $p<,01$) modelin anlamlı olduğunu göstermektedir. Akademik personel ($\beta=,294$, $p<,01$), Memnuniyetin ($\beta=,247$, $p<,01$) ve idari personel ($\beta=,178$, $p<,01$) alt boyutlarının okul öğretmen bağlılık ilişkisi üzerinde anlamlı etkisinin olduğu sonucuna varılmıştır.

5. Tartışma ve sonuç

Bu araştırmada, önlisans öğrencilerinin memnuniyet düzeyleri ile okul bağlılık algıları arasındaki ilişkiler incelemiştir. Analiz sonuçları değerlendirildiğinde öğrenci memnuniyetini boyutları kapsamında Destek Hizmetler, Akademik Personel, İdari Personel, Fiziksel Özellikler, Tavsiye, İmaj, Memnuniyet ve Sadakat değişkenlerinin ortalamalarının yüksekte düşüğe doğru sıralandığı görülmektedir. Taş'ın (2015) araştırmasında bu; Fiziksel Özellikler, Destek Hizmetleri, Akademik Personel, İdari Personel, Tavsiye, Memnuniyet, İmaj ve Sadakat şeklinde bir sıralama göstermiştir (s. 101). Öğrenci memnuniyeti tüm boyutlarında değişkenler cinsiyet bakımından kıyaslandığında kadın öğrencilerin ortalamalarının daha fazla olduğu ve Fiziksel Özellikler, Destek Hizmetler ve İmaj değişkenlerinde kadın ve erkek öğrenciler açısından anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Kuruma Ankara ve Ankara dışından gelen öğrenciler bakımından incelendiğinde İdari Personel ve Sadakat değişkenleri açısından anlamlı bir fark bulunmuştur. Yine katılımcıların sınıflarına bakıldığında Memnuniyet ve Sadakat boyutlarının ortalamaları açısından anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Öğrencilerin bursluluk durumları açısından araştırma sonucuna yansıyan Akademik Personel boyutu haricinde diğer tüm boyutlarda anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

Bu araştırmada çalışmaya katılan öğrencilerin okula bağlılık düzeyleri orta düzey ($3,69\pm 1,05$) olarak belirlenmiştir. Bu konuda benzer yapılan Görgen ve Bingöl'ün araştırmasında (2016) yüksekokul öğrencilerinin memnuniyet düzeyleri yine "orta düzey" olarak belirlenmiştir (s. 120). Akademik personelin en yüksek, fiziksel özelliklerin ise en düşük ortalamalara sahip olduğu saptanmıştır. Yine Ukav'ın (2017) Meslek Yüksekokul öğrencileriyle gerçekleştirdiği araştırmada, akademik personel en yüksek ortalamaya sahipken destek hizmetler en düşük ortalamaya sahiptir (s. 8).

Öğrencilerin, okul bağlılık durumlarına ilişkin olarak en önemli gördükleri ifadeler sırasıyla, okula ait eşyalara zarar vermemeye özen gösteririm, sınıfta anlatılanları dikkatle dinlerim ve okulda kendimi güvende hissederimdir. Katılımcıların en az katıldıkları ifadeler ise sınıfta zor olan ödev ve çalışmaları tercih ederim, okula devamsızlık yaptığım zaman rahatsızlık duyarım ve okulda kendimi mutlu hissederimdir. Bu sıralama Arastaman'ın lise öğrencileriyle yaptığı (2009) araştırmada; en önemli gördükleri ifadeler, liseden sonra üniversiteye devam etmeyi istemeleri, okulda yeni şeyler öğrenmeyi sevmeleri ve okula ait eşyalara zarar vermemeye özen göstermeleri, en az katıldıkları ifadeler ise sınıfta zor olan ödev ve çalışmaları tercih etmeleri, okulda öğrendikleri şeylerle ilgili olarak daha çok öğrenmek için başka kitaplar okumaları ve öğretmenlerinin kendileriyle iyi iletişim kurduklarını düşünmeleri şeklinde gerçekleşmiştir (s. 108). Arastaman araştırmasında okulda kendini mutlu hisseden öğrencilerin, okula duygusal ve davranışsal olarak daha bağlı olduğunu, öğrenci okul bağlılığının da akademik motivasyon ve performans üzerinde kilit rol oynadığını belirtmiştir (s. 110).

Elde edilen verilere göre erkek öğrencilerin okul bağlılık düzeyi kız öğrencilerden yüksek çıkmıştır. Günümüzde halen ülke kültüründe erkek bireylere yüklenen rollerin ve sorumlulukların okul

bağlılık düzeylerinin daha yüksek olmasına sebep olduğu düşünülmektedir. Benzer sonuca, Erdoğan ve Yüzbaş'ın (2018) araştırmasında da ulaşılmış olmasına rağmen (s. 215), Arastman'ın (2009) araştırmasında tam tersi bir sonuca ulaşılmıştır (s. 109).

Bu çalışmanın diğer bir sonucu, öğrenci memnuniyeti ile öğrenci kurum bağlılığı arasında orta düzeyde, olumlu bir ilişkinin olduğu yönündedir. Öğrenci memnuniyetinin tüm alt boyutları, öğrenci okul bağlılığının anlamlı birer yordayıcısıdır. Araştırmadan elde edilen öğrenci memnuniyeti ile okula bağlılık arasındaki ilişki göz önüne alındığında bağımsız değişkenler olan öğrenci memnuniyeti alt boyutlarının; yani, fiziksel özellikler, destek hizmetler, akademik personel, idari personel, memnuniyet, imaj, tavsiye ve sadakatin olumlu değişiminin öğrenci kurum bağlılığında artırıcı bir role sahiptir.

Öğrenci memnuniyetinin, eğitim kurumlarının rekabetçi ortamında başarılarının tespitinde önemli bir rolü vardır. Bu nedenle, öğrencinin kuruma yönelik görüşlerini dikkate almak, bir işletme olarak eğitim kurumlarının neden iyi durumda olmadığını kısmi de olsa anlatacaktır. Araştırma kapsamında kullanılan memnuniyeti belirleyen tüm değişkenler, bilinçli bir öğrenci adayının parçası olacağı eğitim kurumunu tercih etme sürecinde değerlendirdikleri kriterlerdir. Öğrenci memnuniyeti devamında kurum bağlılığına neden olabilir. Bu durum ön lisans düzeyinde öğrenim gören öğrencilerin lisans ve lisansüstü öğrenimine devam ederken aynı eğitim kurumunu tercih etmesine neden olabilmektedir. İç müşteri olarak öğrencilerin akranlarıyla kurdukları ağızdan ağıza iletişim kurumun aday/müşteri potansiyelini arttıracaktır.

Yoğun rekabet ortamında üniversiteler sosyal hayatın bir parçası olduğunu tüm paydaşlara kanıtlanma derindedirler. Günümüzde bu tarz araştırmalar; birim yöneticilerinden, üst yönetime kadar bir kılavuz niteliği taşıyabilmektedir. Memnuniyet durumunu tespiti yönelik her türlü sosyal medyanın ayrıca üniversiteler tarafından geri bildirim sistemlerine dâhil edilerek son zamanlarda sıklıkla kullanılması konuya verilen önemi vurgulamaktadır.

Öğrenci memnuniyetinin oluşmasında araştırmada bahsi geçen boyutlar tek başına yeterli olmamaktadır. Göreceli olarak kısa süreli olarak kurumlarla direkt bağlantısı olan ancak mezun olarak kurumla bağlantısının hiçbir zaman kesilmesi beklenmeyen öğrencilerin bu isteği yerine getirebilmesi için kurum bağlılık algılarını geliştirecek faaliyetler gerekmektedir. Üniversiteler öğrenci memnuniyetsizliğinin kaynağını belirlemek için memnuniyet düzeyi düşük olan alanların tespiti yapılarak, detaylı inceleyebilir ve gerekli iyileştirmeler için aksiyon planları geliştirilebilir. Bu anlamda bu çalışmanın üniversite öğrencilerinin memnuniyetine ve kurum bağlılıklarına ilişkin bilimsel yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırma sonuçları eğitim kurumlarına, insanlar, süreçler, fiziksel kanıtlar, hizmet ortamı ve öğrenci ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlayan diğer faktörler ile ilgili stratejilerini geliştirmelerinde yardımcı olabilir. Strauss ve Volkwein (2004) eğitim kurumuna bağlılık araştırmasının önemli ve gerekli olmasının beş ana nedeni olduğunu ileri sürmektedir. İlk neden, birçok üniversitenin içinde olduğu yapısal/örgütsel etkilerin öğrenci sonuçları üzerindeki önemli etkisini analiz eden ampirik çalışmalarda eksiklik. İkincisi, kurumsal bağlılık ve öğrenci kalıcılığı arasındaki bağlantı, tüm yükseköğretim kurumları için kayıt yönetimi ve gelir planlamasında önemli bir rol oynaması. Bu tür çalışmalara üçüncü bir ihtiyaç, hem iki yıllık hem de dört yıllık kurumlar arasındaki farklılıklar ve bu farklılıklar üzerine yapılan araştırmaların yetersizliği. Dördüncü sebep, akreditasyon kurumları tarafından öğrenci bağlılığı üzerine yapılan vurgudur. Beşinci sebep olarak, öğrenciyi elde tutmanın giderek artan şekilde yükseköğretim için bir performans göstergesi olarak kullanılmasıdır (s. 204).

Araştırmada elde edilen sonuçlar ışığında şu önerileri getirmek öğrencilerin okul bağlılık düzeylerinin artmasına fayda sağlayacağı düşünülmektedir:

Araştırma bulgularının ve genellemelerinin sağlamlığını incelemek için genele yayılmış daha fazla araştırmaya ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. Aynı boylamda gerçekleştirilecek daha fazla araştırma, ülke yükseköğretimine ilişkin daha iyi politikaların geliştirilmesine ve üniversitelerin genel performansının artmasına katkı sağlayabilir.

Kendilerini dolaylı ya da doğrudan ilgilendiren karar alma süreçlerine öğrencilerin temsilcileri aracılığıyla kâğıt üzerinde değil reel olarak katılmalarını sağlanmalıdır. Öğrenci bağlılığının artırılması adına üniversitede verilen bütün hizmetlerin kalitesinin öğrenci tarafından nasıl algılandığının tespitine yönelik değerlendirmeler yapılmalıdır.

Öğrencilerin aday, öğrenci ve mezun sıfatlarını aldıkları süreç bütüncül olarak katılımcı anlayışı destekler şekilde yönetilmelidir.

Uzun süreli okul devamsızlıklarının nedeninin vaka bazlı araştırılıp sonuçla ilgili planlı değerlendirme süreçleri oluşturulmalıdır.

Öğrencilerin ve diğer iç paydaşların kurum bağlılığını güçlendirecek sosyal, kültürel etkinlikler düzenlenmeli, düzenlenmesinde kurumun her kademesinden destek görmelidir.

Özellikle danışmanlar öğrencinin uyum sürecinden başlayarak mezuniyet sonrasına uzanan destekçisi olmalıdır.

Özellikle ön lisans öğrencilerin öğrenimlerini tamamladıktan sonra lisans ve lisansüstü öğrenimlere katılmalarını teşvik edici profesyonel danışmanlık hizmeti verilmelidir.

Kaynakça

- Ahmad, S. Z. (2015). Evaluating Student Satisfaction of Quality at International Branch Campuses. *Assessment ve Evaluation in Higher Education*, 40(4), 488-507.
- Allen, N. J., ve Meyer, J. P. (1990). The Measurement and Antecedents of Affective Continuance and Normative Commitment to the Organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63, 1-18.
- Arastaman, G. (2006). *Ankara ili lise birinci sınıf öğrencilerinin okula bağlılık durumlarına ilişkin öğrenci, öğretmen ve yöneticilerin görüşleri* (Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Arastaman, G. (2009). Lise Birinci Sınıf Öğrencilerinin Okula Bağlılık (School Engagement) Durumlarına İlişkin Öğrenci, Öğretmen ve Yöneticilerin Görüşleri. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* (26), 102-112.
- Ayvaz, Y. Y., Güven, E. T., Arslan, Z., ve Güven, H. (2018, Mayıs). Üniversitelerde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Hizmet Kalitesinin Öğrenci Memnuniyetine Etkisi: Göksun Meslek Yüksekokulu Örneği. 5. *ASM Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi* (s. 91-105). Antalya: Academia Journal of Social Sciences.
- Carini, R. M., Kuh, G. D., ve Klein, S. P. (2006). Student Engagement and Student Learning: Testing the Linkages. *Research in Higher Education*, 47(1), 1-32.
- Çöl, G., ve Gül, H. (2005). Kişisel Özelliklerin Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkileri ve Kamu Üniversitelerinde Bir Uygulama. *Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi*, 19(1), 291-306.
- Desai, P., Karahalios, V., Persuad, S., ve Reker, K. (2014). A Social Justice Perspective on Social-Emotional Learning. *Communique*, 43(1), 14-16.
- Deuren, R. V., ve Lhaden, K. (2017). Student Satisfaction in Higher Education: A Comparative Study of a Private and a Public College. *Bhutan Journal Of Research ve Development*, 40-52.
- Elliott, K. M., ve Healy, M. A. (2001). Key Factors Influencing Student Satisfaction Related to Recruitment and Retention. *Journal of Marketing for Higher Education*, 10(4), 1-11.
- Erdoğan, M. Y., ve Yüzbaş, D. (2018). Lise Öğrencilerinin Okula Bağlılık İle Genel Öz-Yeterlilik Düzeyleri Arasındaki İlişki. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(32), 205-227.
- Forward, G. L., Daugherty, N., Michel, H., ve Sandberg, D. (2009). The Effects of Communication, Religiosity, and Organizational Support on Student Commitment at a Church-Related University. *Human Communication*, 12(1), 33-52.
- Fredricks, J. A., Blumenfeld, P. C., ve Paris, A. H. (2004). School Engagement: Potential of the Concept, State of the Evidence. *Review of Educational Research*, 74(1), 59-109.

- Garcia-Reid, P., Peterson, C. H., ve Reid, R. J. (2015). Parent and Teacher Support Among Latino Immigrant Youth: Effects on School Engagement and School Trouble Avoidance. *Education and Urban Society*, 47(3), 328-343.
- Görgeç, Ö., ve Bingöl, G. (2016). Amasya Üniversitesi Sağlık Yüksekokulu Öğrencilerinin Memnuniyet Düzeylerinin İncelenmesi. *Balıkesir Sağlık Bilimleri Dergisi*, 5(3), 116-122.
- Gray, J. A., ve DiLoreto, M. (2016). The Effects of Student Engagement, Student Satisfaction, and Perceived Learning in Online Learning Environments. *NCPEA International Journal of Educational Leadership Preparation*, 11(1), 1-20.
- Gruber, T., Fuß, S., Voss, R., ve Glaeser-Zikuda, M. (2010). Examining Student Satisfaction with Higher Education Services Using a New Measurement Tool. *International Journal of Public Sector Management*, 23(2), 105-123.
- Hanssen, T.-E. S., ve Solvoll, G. (2015). The importance of university facilities for student satisfaction at a Norwegian University. *Emerald Insight*, 33(13/14), 744-759.
- Hill, M. C., ve Epps, K. K. (2010). The Impact of Physical Classroom Environment on Student Satisfaction and Student Evaluation of Teaching In the University Environment. *Academy of Educational Leadership Journal*, 14(4), 65-79.
- Homburg, C., Koschate, N., ve Hoyer, W. D. (2006). The Role of Cognition and Affect in the Formation of Customer Satisfaction: A Dynamic Perspective. *Journal of Marketing*, 70(3), 21-31.
- Juniarti, J., ve Sany. (2011). Lecturer Profile, Student Satisfaction Rate and Teaching Method, Its Contribution to the Passing Rate. *Conference: Asean Conference on Scientific and Social Science Research (ACSSSR)*.
- Konak, H. (2017, Ekim). *Sakarya Üniversitesinde Kalite Süreçlerinin İdari Personel Tarafından Benimsenme Düzeyi* (Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Liu, Y., ve Bellibaş, M. Ş. (2018). School Factors That Are Related to School Principals' Job Satisfaction and Organizational Commitment. *International Journal of Educational Research*, 90, 1-14.
- McNally, J. J., ve Effects, P. G. (2010). The Relationship Between University. *Journal of Leadership ve Organizational Studies*, 17(2), 201-215.
- Mehdipour, Y., ve Zerehkafi, H. (2013). Student Satisfaction at Osmania Universtiy. *International Journal of Advancements in Research ve Technology*, 2(6), 233-240.
- Napitupulu, D., Rahim, R., Abdullah, D., Setiawan, M., Abdillah, L., Ahmar, A., . . . Pranolo, A. (2018). Analysis of Student Satisfaction Toward Quality of Service Facility. *Journal of Physics: Conference Series*, 1-7.
- Ögel, Z., ve Dursunkaya, Z. (2001). Eğitimde Kalite Yönetimine Bir Örnek: ABET 2000 Akreditasyon Süreci. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 20, 206-214.
- Rossi, A. (2014, 22 Mayıs). *How American Universities Turned Into Corporations*. Erişim adresi: <https://time.com/108311/how-american-universities-are-ripping-off-your-education/>
- Schaufeli, W. B., Martínez, I. M., Pinto, A. M., Salanova, M., ve Bakker, A. B. (2002). Burnout and Engagement in University Students: A Cross-National Study. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 33(5), 464-481.
- Serin, H., ve Aytekin, A. (2009). Yüksek Öğretimde Toplam Kalite Yönetimi. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 11(15), 83-89.
- Strauss, L. C., ve Volkwein, J. F. (2004). Predictors of Student Commitment at Two-Year and Four-Year Institutions. *The Journal of Higher Education*, 75(2), 203-227.

- Taş, H. (2015). *Üniversitelerde öğrenci memnuniyeti üzerine Gaziantep ilinde bir alan çalışması* (Yüksek Lisans Tezi). Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Terzi, A. R., ve Kurt, T. (2005). İlköğretim Okulu Müdürlerinin Yöneticilik Davranışlarının Öğretmenlerin Örgütsel Bağlılığına Etkisi. *Milli Eğitim Dergisi*, 166, 98-113.
- Tessema, M. T., Ready, K., ve Yu, W.-C. (2012). Factors Affecting College Students' Satisfaction with Major Curriculum: Evidence from Nine Years of Data. *International Journal of Humanities and Social Science*, 2(2), 34-44.
- Türk Dil Kurumu. (2019, 07 Mart). *Türk Dil Kurumu Sözlükleri*. Erişim Adresi: <http://sozluk.gov.tr/>
- Ukav, İ. (2017). Meslek Yüksekokullarında Öğrenci Memnuniyetine İlişkin Bir Analiz: Kahta MYO Örneği. *Mesleki Bilimler Dergisi*, 6(1), 1-9.
- Uprety, R., ve Chhetri, S. B. (2014). College Culture and Student Satisfaction. *Journal of Education and Research*, 4(1), 77-92.
- Usta, H. G., Şimşek, A. S., ve Uğurlu, C. T. (2014, Aralık). Üniversite Öğrencilerinde Devamsızlık Davranışları: Nedenler ve Tutum Düzeyleri. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 4(3), 182-190.
- Varona, F. (2002). Conceptualization and Management of Communication Satisfaction and Organizational Commitment in Three Guatemalan Organizations. *American Communication Journal*, 5(3), 1-18.
- Wang, M.-T., Willett, J. B., ve Eccles, J. S. (2011). The assessment of school engagement: Examining Dimensionality and Measurement Invariance by Gender and Race/Ethnicity. *Journal of School Psychology*, 49(4), 465-480.
- Womack, A., Leuty, M. E., Bullock-Yowell, E., ve Mandracchia, J. T. (2018). Understanding Commitment: Relations Between Major Commitment, Satisfaction, Involvement, Fit, University Commitment, and Intention to Quit. *Journal of Career Development*, 45(2), 166-182.
- Yavuz, S., ve Akman, Z. (2018). Üniversitelerin Sunmuş Olduğu Hizmetin Öğrenciler Tarafından Algılanması: Erzincan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Örneği. *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 9(17), 39-61.
- Zhao, C.-M., ve Kuh, G. D. (2004). Adding Value: Learning Communities and Student Engagement. *Research in Higher Education*, 45(2), 115-138.

Extended abstract

The fact that the internal customer is the main stakeholder for an enterprise reveals the necessity to address their satisfaction more precisely. Detailed analysis of every aspect of internal customer perception will help businesses perform better. The satisfaction level of the student defined as the internal customer in the education sector is itself the result of the perception of quality, satisfaction, [school] image, advice, and loyalty of the service offered by academic and administrative units. Universities should improve student satisfaction in order to shape this perception in order to fulfill their strategic goals more effectively. The results obtained will be an important indicator of the success of universities. Satisfaction can bring a commitment to the organization. Commitment to the institution is accepted as one of the basic elements of a positive “organizational climate”.

With this study, it was aimed to measure and evaluate the effect of the satisfaction levels of students / internal customers at the institution where they study their loyalty to their institutions. This descriptive and relational survey model was applied to a total of 651 university students studying at a vocational school of a foundation/private university in Ankara. The relationships between the variables were calculated by parametric tests, t-test, one-way analysis of variance, correlation and multiple regression analyses. In the comparison with T-test, in Student Satisfaction Scale, a significant difference was found to exist between men and women in terms of their Physical Characteristics,

Support Services offered and Image Sub-Dimensions. According to the data obtained, the level of school commitment of male students was higher than that of female students. A significant difference was found between freshmen and sophomore students in terms of their satisfaction and loyalty scores. While the commitment to the school [environment] is the sub-dimension that provides the least impact on the loyalty of students to their institutions, the effect of the School Administration seems to have the greatest impact.

When the correlation values of Student Satisfaction, School Loyalty and sub-dimensions were examined, it was found that there was a moderate positive relationship between student satisfaction and institutional commitment. According to the results of multiple regression analysis, carried out to measure the effect of the sub-dimensions of student satisfaction, which is itself an independent variable, and also to anticipate the sub-dimensions of student commitment, which is a dependent variable; sub-dimension variables of student satisfaction, 7.3% of the total variance of internal commitment, 19.9% of the school environment commitment relationship variance, 20.2% of the school program commitment relationship variance, 16.8% of the school management commitment relationship variance, account for the 25.9% of the total variance of school teacher engagement relationship. Customer satisfaction is the first finding of the regression study in which the administrative staff sub-dimension ($\beta =, 148, p <, 05$) had a significant effect on internal commitment. The second finding of the regression study, where the subscales of satisfaction ($\beta =, 220, p <, 01$) and loyalty ($\beta =, 238, p <, 01$) had a significant effect on the school environment commitment relationship. It was found that satisfaction ($\beta =, 318, p <, 01$) and administrative staff ($\beta =, 148, p <, 05$) sub-dimensions had a significant effect on school program commitment relationship. It was concluded that satisfaction ($\beta =, 248, p <, 01$) and administrative staff ($\beta =, 170, p <, 01$) sub-dimensions had a significant effect on school management commitment. In addition, it was also found out that academic staff ($\beta =, 294, p <, 01$), satisfaction ($\beta =, 247, p <, 01$) and administrative staff ($\beta =, 178, p <, 01$) have significant impact on sub-dimensions of the relationship on school teacher commitment.

It is strongly believed that this study will contribute to the literature as to the satisfaction and loyalty of university students. In an intense competitive environment, universities aim to prove to all stakeholders that they are a part of social life. Today, this kind of research can serve as a guide for every walks of administration from line managers to senior managers. Further research in the same field may contribute to the development of better policies for higher education in the country and to the improvement of the overall performance of universities. In the light of the results obtained in the study, it is thought that the suggestions here might contribute to an increase in the school commitment levels of the students.