

Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Görüşlerine Göre Üniversitenin Örgütsel İmajının Değerlendirilmesi*

The Evaluation of The University's Organizational Image According to Faculty of Education Students' Views

Fatma KÖYBAŞI**, Celal Teyyar UĞURLU***, Neslihan CEYLAN****

Öz: Bu araştırmanın amacı, eğitim fakültesi öğrencilerinin görüşlerine göre Cumhuriyet Üniversitesi'nin örgütsel imajını değerlendirmektir. Çalışma, betimsel tarama modelinde nicel bir çalışmadır. Araştırmanın örneklemi 2014-2015 akademik yılı Cumhuriyet Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nde öğrenim gören 951 öğrenciden oluşmaktadır. Araştırmanın verileri, Kazoleas vd. (2001) tarafından geliştirilen ve Polat (2011) tarafından Türkçeye uyarlanan örgütsel imaj ölçeği ile toplanmıştır. Örgütsel imaj ölçeği 6 boyutlu olup toplam ölçeğin güvenirlik katsayısı .94'tür. Veriler, betimsel nicel analiz tekniği ile çözümlenmiş, ayrıca fark testleri (t-testi ve Anova) kullanılmıştır. Araştırmanın bulgularına göre Cumhuriyet Üniversitesi Eğitim Fakültesi öğrencileri üniversitenin örgütsel imajını düşük düzeyde değerlendirmişlerdir. Kalite alt boyutu hariç (orta düzey) diğer alt boyutlardaki imaj puanları düşük düzeyde olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca üniversite öğrencilerinin görüşleri cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Diğer değişkenler olan memleket, öğrenim durumu, sınıf düzeyi ve yerleşim birimi değişkenlerine göre öğrencilerinin üniversitenin örgütsel imajına ilişkin görüşleri anlamlı bir farklılık göstermektedir. Memleket değişkenine göre öğrencilerin görüşlerindeki farklılık Sivaslı olan öğrenciler lehinedir. Öğrenim durumu değişkenine göre öğrencilerin görüşlerindeki farklılık 1.Öğretim öğrencileri lehinedir. 4. Sınıf öğrencileri 2. Sınıf öğrencilerine göre üniversitenin örgütsel imajını daha düşük düzeyde değerlendirdikleri ortaya çıkmıştır. Ayrıca, ilçede yaşayan öğrencilerin ilde yaşayan öğrencilere göre üniversitenin örgütsel imajını daha olumlu değerlendirdikleri bulunmuştur. Araştırma bulgularına göre çeşitli öneriler verilmiştir. Önerilerden birisi genel görünüm ve fiziki alt yapı imajını artırmak için hem estetik hem kullanışlı-dayanıklı yapıların olması sağlanacak şekilde mimari ve çevre düzenlemelerine ağırlık verilmesidir. Bir başka öneri olarak ikinci öğretim öğrencileri için ulaşım-beslenme ve sosyal faaliyetlerden yararlanma gibi ihtiyaçların karşılanması için uygun zaman dilimi aralığında mekânların açık olması belediye başkanlarınca arz edilebilir.

Anahtar Kelimeler: örgütsel imaj, üniversite imajı, eğitim fakültesi, eğitim fakültesi öğrencileri

Abstract: The purpose of the study is to evaluate the Cumhuriyet University's organizational image according to university students. The study is a descriptive survey model and quantitative research. The sample of the study consist of 951 university students who are receive education at Cumhuriyet University Education Faculty in 2014-2015 academic year. Data was collected by Organizational Image Scale that improved by Kazoleas (2001) and adapted to Turkish by Polat (2011). The scale has got six sub-dimension and its reliability co-efficient is .94. The data was analyzed by descriptive analyze method. Also discrimination tests were used. According to the results, the university students evaluate the university's organizational image at low-level. Expect for quality image (medium level), all of the other sub-dimensions points are at low-level according to university students. As well as, the university students' opinions of university organizational image are not different from in view of gerund. But the opinions are different from in view of hometown, daytime education or evening education, class level, dwelling unit. With regard to hometown, for university organizational image, students are from Sivas who are higher points than students are not from Sivas. With regard to daytime education or evening education, daytime education students are higher points than evening education students. With regard to class level, fourth class students are lower points than second class students. With regard to dwelling unit, townner students are higher points than students who live in the center of the city. There are vary suggestions according to results.

* Bu çalışma III. International Eurasian Educational Research Congress'inde sunulmuş bir çalışma

**Dr., Cumhuriyet Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Sivas-Türkiye, e-posta: koybasi.fatma@gmail.com

***Doç. Dr., Cumhuriyet Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Sivas-Türkiye, e-posta: celalteyyar@yahoo.com

****Öğrt, MEB, Sivas- Türkiye, e-posta: egitim09mat@hotmail.com.

Keywords: Image, organizational image, university image, education faculty, education faculty students

Giriş

Üniversiteler, toplumun gereksinimini karşılayacak nicelik ve nitelikte insan gücü yetiştiren, araştırma ve bilgi üretme işlevi yanında bilimsel sonuçlar doğrultusunda toplumsal sorunların çözümüne katkı sağlayacak verileri işleyen kurumlardır. Üniversite kavramı, dünyada olduğu gibi ülkemizde de önemine dikkat çekilen, farklı bakış açılarından uzun yıllardır tartışılan bir kavram olma özelliğini korumaktadır (Arap, 2010).

Türkiye’de çalışmak için lisans mezunu şartının oldukça önem taşıması, üniversitelerin oldukça fazla sayıda olması ve küreselleşmenin etkisiyle yurtdışı üniversite olanaklarının kolaylaşması üniversiteler arasında rekabeti doğurmuştur. Başarılı öğrencilerin kendi üniversitelerini tercih etmeleri için üniversite yönetimlerinin burs ve teşvikler gibi çeşitli olanakları öğrencilere sundukları ve okulların tanıtımını yaparak tercih edilen bir kurum olma çabası içinde oldukları görülmektedir (Cerit, 2006).

Eğitim kurumlarında yeni bir eğitim kültürü geliştirilmesine neden olan kurumlar arası rekabet ve eğitimsel pazarların oluşumu, eğitim araştırma ve politikalarında yaygın olarak tartışılan en önemli konulardan biri olmuştur (Oplatka, Foskett ve Hemsley- Brown, 2002). Bu çerçevede araştırılan konulardan biri de üniversitelerin örgütsel imajıdır.

İmaj, bir kişi veya bir örgüt hakkında insanın zihninde oluşan düşünceleridir (Dichter, 1985). Başka bir ifadeyle kişi ve grupların belli objeler hakkındaki inanç, tutum ve izlenimlerin toplamı şeklinde tanımlanabilir (Kurtuldu ve Keskin, 2002).

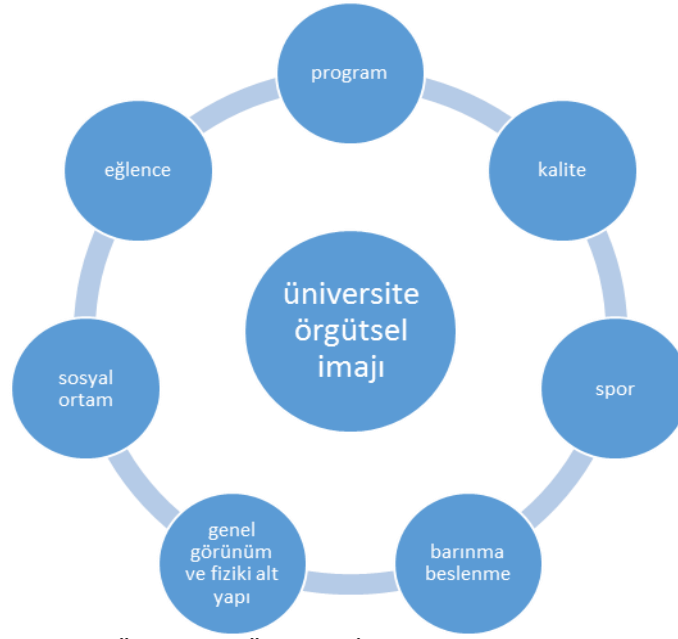
İmaj kavramını örgüte uyarladığımızda, örgütsel imajın insanların örgüt hakkındaki düşünceleri, o örgüte karşı takındıkları tutumları olarak değerlendirebiliriz. Fatt, Wei, Yuen ve Suan (2000), örgütsel imajı, bir örgütün başarısı, etkinlikleri ve eylemleri ile ilgili paydaşların bilgi, duygu, inanç ve tecrübelerinin etkileşiminin sonucu olarak; Karabey ve İşçan (2007) ise örgüt üyelerinin, dışardakilerin örgüt üyesi olarak kendileri hakkında ne düşündüğü ve kendilerini nasıl gördüğü konusunda yaptığı değerlendirme olarak tanımlamışlardır.

Örgütsel imaj, iç ve dış hedef kitle üzerinde inandırıcılık ve güven yaratmak ve bu güveni sürdürmek gibi önemli bir işlevi yerine getirmektedir (Güzelcik, 1999). Bu durumda örgütsel imajın oluşmasında etkili olan somut görüntüler (işlevsel) ve ortaya çıkan görüntülerin gözleyenler tarafından nasıl algılandığı (duygusal) olmak üzere örgütsel imajının iki temel unsurdan oluştuğu anlaşılır.

Bir örgütün olumlu bir imaja sahip olması o örgütün gözde olmasına ve reklamının örgüt dışındakiler tarafından yapılmasına fırsat tanıyabilir. Aynı zamanda örgüt üyeleri de olumlu örgüt imajı olan bir örgütün paydaşı olmanın ayrıcalığını hissedebilirler. Bu anlamda örgüte yönelik olumlu örgütsel imaj algısı örgüte ve bireylere birçok yararlar sunmaktadır (Polat, 2011). İmaj, incelenen olayın zihinsel bir resmidir. Örgütsel imajların, araştırma problemlerin üretilmesini sağlamak, araştırma problemlerini bütünleştirmek ve eylemlere yön vermek gibi işlevleri vardır (Balcı, 1992).

Üniversitelerin başlıca müşterileri olan öğrencilere ve velilere tercih edecekleri üniversite seçiminde örgütsel imajın oldukça önemli bir rol oynayabileceği anlaşılmaktadır. İmajla ilgili araştırmalarda okulların olumlu örgütsel imajlarını (Cerit, 2006); öğrencileri cezbetmenin ve üniversitelerin olumlu imajlarını artırmanın önemini kabul etmeye başladıkları vurgulanmaktadır (Theus, 1993). Bu nedenle üniversitelerin var olan örgütsel imajını betimlemeleri, imajı geliştirmelerine yönelik uygulamalara ağırlık vermeleri ve olumlu örgütsel imajın sürekliliğini sağlayacak koşullar yaratılmasının faydalı olacağı düşünülebilir. Ayrıca bu nedenle imaj yönetimi kullanılması gereken stratejik bir araçtır (Erdoğan, Develioğlu, Gönüllüoğlu ve Özkaya, 2006).

Üniversitenin örgütsel imajı, kalite, spor, genel görünüm ve fiziki alt yapı, sosyal ortam, eğlence, barınma-beslenme ve program boyutlarıyla bir bütün oluşturacak şekilde ele alınmaktadır (Kazoleas, Kim ve Moffitt, 2001). Üniversitenin imajı kavramsal çerçevede ele alındığında Şekil 1’deki şema üniversitenin örgütsel imajını özetlemektedir.



Şekil 1. Üniversite Örgütsel İmajını Belirleyen Boyutlar

Program imajı, bir üniversitenin bir alandaki uzmanlığı ile öne çıkma kapasitesidir. Bir ya da daha fazla fakültenin üniversitedeki diğer fakültelerden daha çok faal olması, ses getirmesi o üniversitenin program imajını olumlu yönde etkiler. Kalite imajı, üniversitenin öğrencilere sunduğu her türlü hizmetin kalitesini ifade eder. Öğretim elemanlarının niteliği veya mezun öğrencilerin niteliği gibi özellikler kalite imajı ile ilgilidir. Spor, barınma- beslenme, genel görünüm ve fiziki alt yapı ve eğlence imajı isimlerinden anlaşılacağı üzere imajın oluşmasında etkili olan faaliyet alanlarına göre sınıflandırılmasını ifade eder. Sosyal ortam imajı ise sosyal ilişkilerin niteliği (Kazoleas vd., 2001) olarak öğrenci ve üniversite personeli arasında saygı, farklı düşünceleri kabul edebilme, eşitlik, hak, adalet gibi etik davranışlar gösterebilme ile ilgilidir.

Üniversitelerin günümüz çağında rekabet içerisinde olduğu dikkate alındığında örgütsel imaj kavramı önem taşır. Ivy (2001) ve Saracel ve diğerleri (2001) tarafından yapılan çalışmalarda üniversitelerin tercih edilmesinde üniversitenin örgütsel imajının önemli bir etken olduğu ortaya çıkmıştır. Üniversite öğrencilerin üniversitenin imajını önemseydiğini gösteren çalışmalara rastlamak mümkündür (Beerli Palacio, Díaz Meneses ve Pérez Pérez, 2002; Arpan, Raney ve Zivnuska, 2003; Alves ve Raposo, 2010; Sung ve Yang, 2008). Her üniversitenin bir örgütsel imajı vardır ve bu imajı öğrencilerin nasıl gördüğünü belirlemek hem öğrenciler için hem de üniversitenin gelişimi için faydalı olacak sonuçlar doğurabilir.

Amaç

Bu çalışmada Cumhuriyet Üniversitesi Eğitim Fakültesi öğrencilerinin görüşlerine göre üniversitenin örgütsel imajını belirlemek amaçlanmıştır. Bu amaç çerçevesinde öğrencilerin üniversitenin örgütsel imajına ilişkin görüşlerinde cinsiyet, bölüm, sınıf, yerleşim birimi, Sivaslı olup olmama değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır.

Yöntem

Model

Araştırma, örgütsel imajının saptanması amaçlandığından betimsel tarama modelindedir. Tarama modelleri, geçmişte ya da halen var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımlarıdır (Karasar, 2009, 77).

Örneklem/Çalışma Grubu

Araştırmanın evreni, 2014-2015 akademik yılı güz döneminde Cumhuriyet Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nde öğrenim gören 3452 öğrenciden oluşmaktadır. Evrenden basit seçkisiz örnekleme yöntemiyle seçilen 1205 öğrenci örnekleme alınmıştır. Dağıtılan anketlerden 976'sına ulaşılmış ve eksik veya hatalı olduğu düşünülen anketler değerlendirmeye alınmamıştır. Araştırmanın örnekleme 951 eğitim fakültesi öğrencisi olarak belirlenmiştir.

Veri Toplama

Ölçme Aracı. Yükseköğretim kurumlarının örgütsel imajını belirlemeye yönelik Kazoleas vd. (2001) tarafından geliştirilen ve Polat (2011) tarafından Türkçeye uyarlanan 37 maddelik 5'li likert örgütsel imaj algısı ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin geçerliğini test etmek üzere yapılan faktör analizi sonucu ölçeğin 7 faktörde toplandığı ve toplam varyansın %51,175 olduğu görülmüştür. Birinci faktör varyansın % 13,36'sını, ikinci faktör 8,03'ünü, üçüncü faktör 6,42'sini, dördüncü faktör 6,22'sini, beşinci faktör 6,03'ünü, altıncı faktör 5,57'sini ve yedinci faktör 5,55'ini açıklamaktadır. Örgütsel imaj ölçeğinin güvenilirlik katsayısı .94'tür. Elde edilen güvenilirlik katsayısı ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir. Ölçeğin alt boyutlarına ilişkin güvenilirlik katsayısı ise kalite imajı .82, program imajı .64, spor imajı .76, genel görünüm ve fiziki alt yapı imajı .77, sosyal ortam imajı .71, barınma-beslenme imajı .62, olarak saptanmıştır. Ölçekten ve ölçeğin alt boyutlarından alınabilecek puanların düzeyini belirten değer aralığı Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Örgütsel İmaj Ölçeğinin ve Alt Boyutlarının Düzeyine İlişkin Değer Aralığı

Ölçek /Alt Boyutlar	Oldukça düşük	Düşük	Orta	Yüksek	Oldukça yüksek
Genel imaj	35-62	63-90	91-118	119-146	147-175
Kalite imajı	9-15	16-22	23-29	30-36	37-45
Program imajı	8-13	14-19	20-25	26-31	32-35
Spor imajı	3-5.4	5.5-7.9	8-10.4	10.5-12.9	13-15
G.gör.-f.yapı imajı	6-10.7	10.8-15.5	15.6-20.3	20.4-25.1	25.2-30
Sosyal ortam imajı	4-7.1	7.2-10.3	10.4-13.5	13.6-16.7	16.8-20
Barınma-Bes. İmajı	3-5.4	5.5-7.9	8-10.4	10.5-12.9	13-15

İşlem

Araştırmacılar tarafından ölçekler örneklem grubuna dağıtılmış ve dağıtıldıktan sonra araştırmacıların gözetiminde doldurulan ölçekler toplanmıştır. Eksik veya anlaşılmayan ölçek soruları için örneklem grubuna gerekli açıklamalar yapılmıştır.

Verilerin Analizi

Ölçekten ve alt boyutlarından alınan puanlar artıkça öğrencilerin genel ve alt boyutlardaki imaj algılarının olumlu; azaldıkça olumsuz olduğunu gösterir. Öğrencilerin ölçekten aldıkları puanların ortalaması ve standart sapması hesaplanmıştır. Örneklem grubu normal dağılım gösterdiği Kolmogrov-Smirnov testi ile tespit edilmiştir ($p>.05$). Üniversite öğrencilerin örgütsel imaja ilişkin görüşlerinin cinsiyet, öğretim durumu ve memleket değişkenlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için bağımsız t testi; sınıf ve yerleşim birimi değişkenleri için tek yönlü ANOVA testi ile analiz edilmiştir.

Bulgular

Cumhuriyet üniversitesi eğitim fakültesi öğrencilerinin algılarına göre üniversitenin örgütsel imaj düzeyi ve örgütsel imajın alt boyutlarına ilişkin düzeyi Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Üniversite Öğrencilerin Örgütsel İmaj ve Alt Boyutlarına İlişkin Puanları

Alt boyutlar	X	Ss	Düzye
Kalite imajı	23.49	8.06	Orta düzey
Program imajı	19.04	6.04	Düşük düzey
Spor imajı	7.02	3.16	Düşük düzey
Genel görünüm-fiziki alt yapı imajı	15.52	5.41	Düşük düzey
Sosyal ortam imajı	10.25	3.93	Düşük düzey
Barınma-Beslenme İmajı	7.97	3.01	Düşük düzey
Genel örgütsel imaj	87.54	26.3	Düşük düzey

Öğrenciler, üniversitenin örgütsel imajını düşük düzeyde ($x=87,54$) algılamaktadır. Üniversite öğrencileri, kalite imajını orta ($x=23,49$); program imajını düşük ($x=19,04$); spor imajını düşük ($x=7,02$); genel görünüm ve fiziki alt yapı imajını düşük ($x=15,52$); sosyal ortam imajını düşük ($x=10,25$) ve barınma ve beslenme imajını düşük düzeyde ($x= 7,97$) algılamaktadır. Sadece kalite imajı hariç hem genel hem de alt boyutlardaki örgütsel imaj düzeylerinin düşük olduğu anlaşılmaktadır. Bu bulgu üniversite öğrencilerine göre üniversitenin olumsuz bir örgütsel imaja sahip olduğu şeklinde yorumlanabilir. Öğrencilerin örgütsel imaja ilişkin algı düzeylerinde anlamlı bir farklılık olup olmadığı demografik değişkenler açısından incelenmiştir. Üniversite öğrencilerinin cinsiyete göre örgütsel imaj ve alt boyutlarındaki algıları arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığı t testi ile analiz edilmiş ve elde edilen veriler Tablo 3'te özetlenmiştir.

Tablo 3. Örgütsel İmaj ve Alt Boyutlarına İlişkin Algıların Cinsiyet Değişkenine Göre Analizi

Ölçek boyutları	Cinsiyet	N	X	S	Sd	t	p
Kalite imajı	Erkek	299	22.70	9.18	485.57	1.904	.05
	Kadın	652	23.86	7.47			
Program imajı	Erkek	299	19.28	7.01	475.56	.750	.45
	Kadın	652	18.93	5.54			
Spor imajı	Erkek	299	7.23	3.51	503.56	1.284	.20
	Kadın	652	6.93	2.99			
G.görünüm-f.yapı imajı	Erkek	299	15.64	5.65	949	.469	.63
	Kadın	652	15.46	5.30			
Sosyal ortam imajı	Erkek	299	10.02	4.29	515.71	1.162	.24
	Kadın	652	10.35	3.76			
Barınma-Bes. imajı	Erkek	299	7.91	3.14	949	.426	.67
	Kadın	652	8.00	2.95			
Örgütsel imajı	Erkek	299	87.28	30.48	477.57	.188	.83
	Kadın	652	87.66	24.24			

*p <.05

Tablo 3'teki bulgular incelendiğinde üniversite öğrencilerinin örgütsel imaj ($t= 0.188$; $p>0.05$), kalite imajı ($t= 1.904$; $p>0.05$), program imajı ($t= .75$; $p>0.05$), spor imajı ($t= 1.284$; $p>0.05$), genel görünüm ve fiziki yapı imajı ($t=.469$; $p>0.05$), sosyal ortam imajı ($t=1.162$; $p>0.05$) ve barınma beslenme imajı ($t= .426$; $p>0.05$) algıları cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Ulaşılan bulgu doğrultusunda katılımcıların örgütsel imaj ve alt boyutlarına ilişkin algılarında cinsiyet değişkeninin etkisi olmadığı sonucuna varılabilir. Üniversite öğrencilerinin memleket değişkenine göre örgütsel imaj ve alt boyutlarındaki algılarının farklılaşp farklılaşmadığına ilişkin veriler Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Örgütsel İmaj ve Alt Boyutlarına İlişkin Puanların Sivaslı Olma/Olmama Değişkenine Göre Analizi

Ölçek boyutları	Memleket	N	X	S	Sd	t	p	N ²
Kalite imajı	Sivaslı	307	23.78	8.09	949	.76	.44	
	Sivas dışı	644	23.36	8.04				
Program imajı	Sivaslı	307	19.64	6.21	949	2.11	.03*	.004
	Sivas dışı	644	18.75	5.94				
Spor imajı	Sivaslı	307	7.37	7.37	949	2.33	.20	.005
	Sivas dışı	644	6.86	6.86				
G.görünüm-f.yapı imajı	Sivaslı	307	16.53	5.51	949	4.00	.00*	.016
	Sivas dışı	644	15.03	5.29				
Sosyal ortam imajı	Sivaslı	307	4.50	4.50	949	1.60	.10	
	Sivas dışı	644	4.08	4.08				
Barınma-Bes. imajı	Sivaslı	307	8.42	8.42	949	3.18	.00*	.010
	Sivas dışı	644	7.76	7.76				
Örgütsel imajı	Sivaslı	307	90.82	26.34	949	2.65	.00*	.007
	Sivas dışı	644	85.97	26.23				

*p <.05

Üniversite öğrencilerinin örgütsel imaj ve kalite imajı hariç diğer alt boyutlardaki imaj algıları arasında Sivaslı olma/olmama değişkenine göre anlamlı bir farklılık olduğu anlaşılmaktadır (p<.05). Ayrıca, genel imajla her bir alt boyutun Sivaslı olma/olmama değişkeninin ne düzeyde etkili olduğunu belirleyen n^2 (t^2/t^2+sd) değerinden hareketle elde edilen değerlerin etki büyüklüğü oldukça küçüktür ($n^2<0.6$).

Üniversite öğrencilerinin örgütsel imaj ve kalite imajı haricindeki alt boyutlarındaki algıları Sivaslı olma/olmama değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği fakat algıları üzerinde memleket değişkeninin etkisinin oldukça düşük olduğu ortaya çıkmıştır.

Aritmetik ortamlar incelendiğinde, Sivaslı üniversite öğrencilerin diğer illerden gelen öğrencilere nispeten örgütsel imaj ve alt boyutlarında daha yüksek puanlara sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Memleketinde okuyan üniversite öğrencilerinin üniversitenin örgütsel imajına dair algılarının daha olumlu olduğu şeklinde yorumlanabilir. Üniversite öğrencilerinin öğretim durumuna göre örgütsel imaj ve alt boyutlarındaki algıları arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığına ilişkin veriler Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Örgütsel İmaj ve Alt Boyutlarına İlişkin Puanların Öğretim Durumu Değişkenine Göre Analizi

Ölçek boyutları	Öğretim durumu	N	X	S	Sd	t	p	N ²
Kalite imajı	I.öğretim	477	23.69	8.74	921.86	.763	.44	
	II.öğretim	474	23.29	7.30				
Program imajı	I.öğretim	477	19.67	6.81	880.16	3.23	.00*	.011
	II.öğretim	474	18.41	5.08				
Spor imajı	I.öğretim	477	7.33	3.37	931.49	3.04	.02*	.009
	II.öğretim	474	6.71	2.92				
G.görünüm-f.yapı imajı	I.öğretim	477	15.74	5.61	949	1.27	.20	
	II.öğretim	474	15.29	5.19				
Sosyal ortam imajı	I.öğretim	477	10.55	3.13	943.67	2.36	.02*	.005
	II.öğretim	474	9.95	3.66				
Barınma-Bes. imajı	I.öğretim	477	8.22	3.13	949	2.53	.01*	.006
	II.öğretim	474	7.73	2.86				
Örgütsel imajı	I.öğretim	477	89.79	29.36	895.41	2.65	.01*	.007
	II.öğretim	474	85.27	22.72				

*p<.05

Üniversite öğrencilerinin kalite imajı ile genel görünüm ve fiziki alt yapı hariç diğer alt boyutlardaki program imajı ($t= 3.23$; $p<0.05$); spor imajı ($t= 3.04$; $p<0.05$), sosyal ortam imajı ($t= 2.36$; $p<0.05$); barınma- beslenme imajı ($t= 2.53$; $p<0.05$) ve örgütsel imaj ($t= 2.65$; $p<0.05$) algıları arasında öğretim durumuna göre anlamlı bir farklılık olduğu anlaşılmaktadır.

Üniversite öğrencilerinin örgütsel imaj ve algılarının farklılaştığı alt boyutlarındaki öğretim durumu değişkenin etkisi ($n^2<.06$) oldukça düşüktür. Göreceli önem sıralamasında öğretim durumunun en çok program imajında en az sosyal ortam imajında etki büyüklüğüne sahip olduğu ortaya çıkmıştır. I.öğretim üniversite öğrencilerin örgütsel imaj ve alt boyutlarındaki aritmetik ortalama puanların daha yüksek olduğu bulgulanmıştır. Bu bulgu doğrultusunda I.öğretim üniversite öğrencilerin örgütsel imaj ve alt boyutlarına ilişkin algıları II. Öğretim üniversite öğrencilerine göre daha olumlu olduğu yönündedir.

Üniversite öğrencilerinin sınıf ve yerleşim birimine göre örgütsel imaj ve alt boyutlarındaki algılarında farklılaşma gösterip göstermediğini ortaya çıkarmak için Anova testi yapılmıştır. Sınıf değişkenine göre örgütsel imaj ve alt boyutlarındaki algıları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığına ilişkin yapılan analiz sonuçları Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Örgütsel İmaj ve Alt Boyutlarına İlişkin Puanların Sınıf Değişkenine Göre Analizi

Ölçek boyut	Sınıf	x	Varyansın kaynağı	Kareler top.	Kareler ort.	F	p	Fark
Kalite imajı	1.sınıf	25.7	Gruplar arası	2660.87	886.957	14.216	.00*	1>4 4>2
	2.sınıf	21.2						
	3.sınıf	23.2	Grup içi	59082.87	62.390			
	4.sınıf	23.5						
Program imajı	1.sınıf	19.2	Gruplar arası	1063.246	354.415	9.647	.00*	4>2
	2.sınıf	17.3						
	3.sınıf	19.9	Grup içi	1063.246	35.557			
	4.sınıf	19.8						
Spor imajı	1.sınıf	7.1	Gruplar arası	93.795	31.265	3.133	.02*	3>2
	2.sınıf	6.5						
	3.sınıf	7.3	Grup içi	9451.495	9.980			
	4.sınıf	7.1						
G.görünüm -f.yapı imajı	1.sınıf	16,6	Gruplar arası	827,650	275,883	9,674	.00*	4>2
	2.sınıf	14,1						
	3.sınıf	15,5	Grup içi	27005,7	28.517			
	4.sınıf	15.7						
Sosyal ortam imajı	1.sınıf	11.1	Gruplar arası	531.469	177.156	11.806	.00*	4>2
	2.sınıf	9.2						
	3.sınıf	10.2	Grup içi	14210.45	15.006			
	4.sınıf	10.3						
Barınma- Bes. imajı	1.sınıf	8.1	Gruplar arası	137.964	45.988	5.133	.00*	4>2
	2.sınıf	7.3						
	3.sınıf	8.1	Grup içi	8484.572	8.959			
	4.sınıf	8.3						
Örgütsel imajı	1.sınıf	92.3	Gruplar arası	22506.98	7502.327	11.152	.00*	4>2
	2.sınıf	79.8						
	3.sınıf	89.0	Grup içi	637099.0	672.755			
	4.sınıf	89.2						

*p <.05

Üniversite öğrencilerinin örgütsel imaj ($F= 11.152$; $p<0.05$) ve spor imajı ($F= 3.133$; $p<0.05$) haricindeki diğer alt boyutlarındaki algıları arasında sınıf değişkenine göre anlamlı bir farklılık olduğu anlaşılmaktadır. Her bir ölçek boyutundan ve ölçekten alınan puanlardaki farklılığın kaynağını oluşturan gruplar şu şekildedir: Kalite imajı için 1. sınıf üniversite

öğrencileri ile 4. sınıf öğrencileri arasında 1. sınıf lehine ve 4. sınıf öğrencileri ile 2. sınıf öğrencileri arasında 4. sınıf lehine anlamlı bir farklılık vardır. Spor imajı dışındaki diğer alt boyutlar için de 4. sınıf öğrencilerinin 2. sınıf öğrencileri arasında 4. sınıf lehine anlamlı bir farklılığa rastlanmıştır. Ulaşılan bulgular doğrultusunda hem örgütsel imaj hem de spor imajı haricinde kalan diğer alt boyutlara ilişkin 4. sınıf öğrencilerinin 2. sınıf öğrencilerine nazaran daha olumlu algı besledikleri anlaşılmaktadır. Ayrıca kalite imajına ilişkin 1. sınıf üniversite öğrencilerinin algılarının 4. sınıf öğrencilerinin algılarına göre daha olumlu olduğu görülmüştür. Yerleşim birimi değişkenine göre örgütsel imaj ve alt boyutlarındaki algıları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığına ilişkin yapılan analiz sonuçları Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Örgütsel İmaj ve Alt Boyutlarına İlişkin Puanların Yerleşim Birimi Değişkenine Göre Analizi

Ölçek boyut	Yer.bir.	x	Varyansın kaynağı	Kareler top.	Kareler ort.	F	p	Fark
Kalite imajı	1.köy	22.8	Gruplar arası	370.329	185.165	2.860	.058	
	2.ilçe	24.4	Grup içi	61373.41	64.740			
	3. il	23.1						
Program imajı	1.köy	18.4	Gruplar arası	94.775	47.388	1.297	.274	
	2.ilçe	19.5	Grup içi	34641.37	36.542			
	3. il	18.9						
Spor imajı	1.köy	6.8	Gruplar arası	74.749	37.375	3.741	.02*	2>3
	2.ilçe	7.4	Grup içi	9470.540	9.990			
	3. il	6.8						
G.görünüm-f.yapı imajı	1.köy	15.0	Gruplar arası	167.631	83.815	2.872	.057	
	2.ilçe	16.1	Grup içi	27665.71	29.183			
	3. il	15.3						
Sosyal ortam imajı	1.köy	9.98	Gruplar arası	86.660	43.330	2.803	.061	
	2.ilçe	10.7	Grup içi	14655.26	15.459			
	3. il	10.0						
Barınma-Bes. imajı	1.köy	7.7	Gruplar arası	7.656	3.828	.421	.656	
	2.ilçe	8.0	Grup içi	8614.880	9.087			
	3. il	8.0						
Örgütsel imajı	1.köy	85.2	Gruplar arası	4230.569	2115.285	3.060	.04*	2>3
	2.ilçe	90.8	Grup içi	655375.4	691.324			
	3. il	86,4						

*p<.05

Üniversite öğrencilerinin örgütsel imajı ile spor imajı algıları arasında yerleşim birimi değişkenine göre anlamlı bir farklılık olduğu anlaşılmaktadır (p<.05). İlçede ve ilde yaşayan üniversite öğrencileri bu farklılığın kaynağını teşkil etmiştir. İlçede yaşayan üniversite öğrencilerinin ilde yaşayan öğrencilere nazaran örgütsel imaj ve spor imajı puanları yüksektir. Başka bir ifadeyle ilçede yaşayan üniversite öğrencilerinin ilde yaşayan öğrencilere göre örgütsel ve spor imaj algıları daha olumludur.

Tartışma / Sonuç ve Öneriler

Cumhuriyet Üniversitesi Eğitim Fakültesi öğrencilerinin örgütsel imaj algılarına ilişkin elde edilen bulgular doğrultusunda üniversite örgüt imajının düşük düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Cerit (2006), Kazoleas, Kim ve Moffitt (2001) ve Polat (2011) tarafından yapılan araştırmada ele alınan üniversitelerin örgütsel imajlarının orta düzeyde olduğu belirtilmiştir. Her bir üniversitenin ve fakültenin farklı bir örgütsel imajı olduğu için üniversitelerin imajlarının diğer üniversite imajları ile kıyaslanması kurumlar açısından hata doğurabilir. Bu noktadan hareketle üniversitelerin öğrencilerinin gözünden örgütsel imajlarını belirleyip geliştirmeye yönelik adımlarını belirlemek üniversitenin sağlıklı büyümesine faydalı olabilir. Üniversitenin imajının artırılması için imajın oluşması değil oluşturulması gerekir. Sung ve Yang (2008) çalışmalarında öğrencilerin üniversiteye destek verme tutumları üniversitenin kurum kişiliği,

üniversitenin dış imajı ile üniversitenin tanınma durumu ile ilişkili olduğu modellenmiştir. Bunun için üniversitenin kurumsal kimliğini belirleyen öğelere dönük (amaçlar, sosyal sorumluluklarının neler olduğu ve üniversite içinde ve dışında yer alan kişilerin üniversite için ne kadar değerli ve önemli olduklarını hissettirecek) uygulanabilir programlar düzenlenebilir.

Beerli Palacio, Díaz Meneses ve Pérez Pérez (2002) tarafından yapılan çalışmada üniversite imajının öğrencilerin üniversite memnuniyet düzeyini etkilediği bulgusu Alves ve Raposo (2010) tarafından yapılan çalışmada da ulaşılmış olup öğrencilerin üniversiteye bağlılıklarını da etkilediği sonucuna varılmıştır. Cumhuriyet Üniversitesi program imajı açısından öğrencileri tatmin etmediği bu araştırmanın bulgularından biri olup program imajını artırmak için mevcut programın durum analizini yaparak program geliştirme uzmanları tarafından yeni düzenlemelere gidilebilir. Spor faaliyetleri, sosyal ortamlar, barınma ve beslenme ihtiyaçlarını karşılayacak çevre düzenlemeleri yapılabilir, vakıflar aracılığıyla yurt ve burs olanakları artırılabilir. Genel görünüm ve fiziki alt yapı imajını artırmak için hem estetik hem kullanışlı-dayanıklı yapıların olması sağlanacak şekilde mimari ve çevre düzenlemelere ağırlık verilebilir.

Örgütsel imaj algılarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık oluşturmamıştır. Bu bulgu, Silsüpür (2015) ve Cerit'in (2006) araştırma bulguları ile örtüşmektedir. Literatürdeki ilgili araştırma kapsamında cinsiyet değişkeninin örgütsel imajına ilişkin algıları belirlemede çok etkili olmadığını dile getirebiliriz.

Şehir dışından gelen öğrencilere göre Sivaslı öğrencilerin örgütsel imaj puanlarının daha yüksek olduğu önemli sonuçlardan biridir. Bir diğeri memleket değişkeninin kalite imajı algıları açısından farklılık yaratmadığı sonucudur. Bu bulgunun ortaya çıkması, Sivaslı öğrencilerin memleketlerine daha ılımlı olması ve karşılaştırabilecekleri başka üniversite seçenekleri olmaması ya da az olması, şehir dışından gelen öğrencilerin beklentilerinin yüksek olması gibi sebeplerden kaynaklanabilir. Diğer taraftan kalite imaj algısında memleketin etkisi olmamasını olağan bir sonuç olarak değerlendirebiliriz. Kaliteyi marka ile ilişkilendirdiğimizde Türkiye'nin hatta dünyanın her yerinde markalaşmış kurumlar kendine biçilen değeri gösterir.

Üniversite öğrencilerinin program, spor, sosyal ortam, beslenme ve barınma ile örgütsel imaj algıları arasında öğretim durumuna göre anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna varılmıştır. Gündüz koşullarındaki öğretim ile akşam alınan öğretim kıyaslandığında gün ışığından fazla yararlanma, hayatı düzenlemede gündüzün daha elverişli olması, günün ilk saatlerinde daha dinç ve enerjik olma gibi sebeplerden ötürü I. Öğretimin II. Öğretime nazaran üniversite örgütsel imajlarının daha olumlu olması olasıdır. Arpan, Raney ve Zivnuska (2003) tarafından yapılan çalışmada üniversitenin imajını belirlemede üç faktörün etkili olduğu ve önem sırasına göre bu faktörlerin akademik, spor (atletik) ve üniversite ile ilgili haberlerin yaygın bir şekilde yapılması olduğu ortaya çıkmıştır. Spor imajının üniversite imajında etkili olabileceği düşünülebilir. İkinci öğretim öğrencileri için spor imajı yanında sosyal ortam ve barınma-beslenme imajları açısından da sözü edilen sebepler makul gelebilir; fakat program konusunda bu sebeplerden ziyade öğrenci ve öğretim üyelerin nitelikleri ve tutumları daha ilişkili sebepler olarak nitelendirilebilir. İkinci öğretimler için ulaşım- beslenme ve sosyal faaliyetlerden yararlanma gibi ihtiyaçların karşılanması adına öğrencilerin yaralanabileceği mekanların açık olması belediye başkanlarına arz edilebilir.

Üniversite öğrencilerin örgütsel imaj ve alt boyutlarına ilişkin algılarının sınıf değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır. Bu algı farklılığı özellikle 2. ve 4. sınıf öğrencileri arasında görülmüştür. Ayrıca kalite imajı algı farklılığı 1. ve 4. Sınıf üniversite öğrencileri arasında 1. sınıfların son sınıf öğrencilerine nispeten daha olumlu algıları olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç Erkmen ve Çerik'in (2014) çalışma bulgusu ile örtüşmektedir. Daha 1. Sınıf üniversite öğrencilerinin yeni bir üniversite heyecanı, merakı ve ilgisi yanında 4. Sınıf öğrencilerinin yaşadıkları deneyimlerin sıradanlaşması arasındaki farklar bu bulgunun ulaşılmasına sebebiyet vermiş olabilir. Öğrencilerin üniversiteye gelirken üniversiteye ilişkin beklentilerinin karşılanması için öğrencilerin istek ve beklentilerin neler olduğu belirlenebilir ve bunların gerçekleştirilmesi için gerekli çalışmalar fakülte düzeyinde yapılabilir.

Üniversite öğrencilerin örgütsel imaj ve spor imajına ilişkin algılarının yerleşim birimlerine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır. İlçede yaşayanların, ilde yaşayanlara göre örgütsel imaj ve spor imajına ait puanları daha yüksektir. Bu bulgudan hareketle ilçede yaşayan üniversite öğrencilerinin ilde yaşayanlara nazaran daha olumlu örgütsel ve spor imaj algıları olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İlde yaşayan öğrencilerin ilçedekilere nazaran gençlik dönemlerinde daha hareketli yaşama imkânlarının olmasından kaynaklanabilir.

Kaynaklar

- Alves, H., & Raposo, M. (2010). The influence of university image on student behaviour. *International Journal of Educational Management*, 24(1), 73-85.
- Arap, K.S. (2010). Türkiye yeni üniversitelerine kavuşurken: Türkiye'de yeni üniversiteler ve kuruluş gerekçeleri. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 65(01). 01-29.
- Arpan, L.M., Raney, A.A., & Zivnuska, S. (2003). A cognitive approach to understanding university image. *Corporate Communications: An International Journal*, 8(2), 97-113.
- Balcı, A. (1992). Eğitim yönetiminde kuram ve araştırma. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 24(2), 735- 746.
- Berli Palacio, A., Díaz Meneses, G., & Pérez Pérez, 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.
- Cerit, Y. (2006). Eğitim fakültesi öğrencilerinin üniversitenin örgütsel imaj düzeyine ilişkin algıları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*. 47, 343-365.
- Dichter, E. (1985). What's in an image. *Journal of Consumer Marketing*, 2(1), 75-81.
- Erdoğan., B. Z., Eveliğlı. 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.
- 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.
- Fatt, J.P.T., Wei. M., Yuen. S., & Suan. W. (2000). Enhancing corporate image in organisations. *Management Research News*, 23 (7), 28-54.
- Güzelcik, E. (1999). *Küreselleşme ve işletmelerde değişen kurum imajı*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Ivy, J. (2001). Higher education institution image: A correspondence analysis approach. *International Journal of Educational Management*, 15(6), 276-82.
- Karabey, C.N. ve İşcan Ö.F. (2007). Örgütsel özdeşleşme. Örgütsel imaj ve örgütsel vatandaşlık davranışı ilişkisi: bir uygulama. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 231-241.
- Karasar. N. (2009). *Bilimsel Araştırma*. (20. Baskı) Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Kazoleas, D., Kim Y., & Moffitt, M.A. (2001). Institutional image: A case study. *Corporate Communications*, 6(4). 205-216.
- Kurtuldu, H. ve Keskin, D.H. (2002).Değişen sosyo-kültürel faktörlerin kurum imajına etkileri,7. *Ulusal Pazarlama Kongresi Bildirileri*, 333-343.
- Oplatka, I., Foskett, N., & Hemsley- Brown, J. (2002). Educational marketisation and the head's psychological well-being: a speculative conceptualisation. *British Journal of Educational Studies*, 50(4), 419-441.
- Polat, S. (2011). Üniversite öğrencilerine göre Kocaeli Üniversitesi'nin örgütsel imajı. *Eğitim ve Bilim Dergisi*, 36(160), 105-118.
- Saracel, N., Özkara, B., Karakaş, M., Yelken, R., Vatandaş, C., Bayram, K., Alver, K. ve Koçak, H. (2001) *Afyon Kocatepe Üniversitesinin kurumsal imajı: Afyon halkının üniversiteyi algılaması tutum ve beklentilerine ilişkin araştırma*. Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi Yayınları.
- Silsüpür, Ö. (2015). Üniversite Öğrencilerinin Gözünde İstanbul Üniversitesi'nin İmajı. *Gumushane University e-Journal of Faculty Of Communication*, 3(1), 263-288.

- Sung, M. & Yang, S. U. (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.
- Theus, K.T. (1993). Academic Reputations: The process of formation and decay, *Public Relations Review*, 19(3), 277-291.

Extended Abstract

Introduction

Universities are foundations that train students to meet to requirement of society in terms of quality and quantity and process data to solve the society problems by researching and producing information. University concept is a much-debated issue differentially that has been preserved for many years and it is important issue in the World and in Turkey, too (Arap, 2010). Universities have strived to preferred establishment by vary opportunity as awarding scholarship and incentive as well as, by giving a demonstration to successful students to prefer the university (Cerit, 2006). Interacademic competition and educational marketing creative improvement of a new education culture in education institutions have been one of the much-debated issues in view of education research and education politics (Oplatka, Foskett & Hemsley-Brown, 2002). One of the under researched issues is organizational image. Image means that one's mentally thoughts about a person or an organization (Dichter, 1985). In other words, it can be possibility to describe as one's or groups' total of beliefs, attitudes and impression about certain objects (Kurtuldu & Keskin, 2002). Likely, organizational image means that one's thoughts about organization and one's attitudes toward organization.

Organizational image has an important function that lends credibility to something for internal and external audience and maintains the credibility. If an organization has a positive image, the organization can catch on and organization personnel can feel privileged themselves. There are vary positive images' benefits for organizations and personnel (Polat, 2011). It is understood that positive image plays a crucial role to students and parents to choose a university. It can be possibility to gain favor by improvement organizational image. The organizational management should utilize organizational image that is a strategic method. Ivy, (2001); Saracel and others (2001) studied about universities' organizational image and they found that organizational image is an important factor for students to choose university. University image consist of quality of education, program image, sports programs, overall picture and environmental image, harbouring and nutrition image and social life image. The purpose of the study is to evaluate the Cumhuriyet Universitys' organizational image according to university students. It is investigated whether university students' opinion is different form or not according to gerund, hometown, daytime education or evening education, class level, dwelling unit variables.

Method

The study is a descriptive survey model and quantitative research. The sample of the study consist of 951 university students who are receive education at Cumhuriyet University Education Faculty in 2014-2015 academic year. Data was collected by organizational image scale that improved by Kazoleas (2001) and adapted to Turkish by Polat (2011). The scale has got six sub-dimension and its reliability co-efficient is .94. The education of quality' reliability co-efficient is .82; program images' reliability co-efficient is .64; overall picture and environmental images' reliability co-efficient is .77; social surroundings images' reliability co-efficient is .71; harbouring and nutrition images' reliability co-efficient is .62. The more scale points increase, the more organizational image has positive. The data was analyzed by descriptive analyze method. The sample group ranges normal distribution. To determine the students opinions are different from in terms of gerund and hometown, daytime education or evening education, t- test was used. To determine the students opinions are different from in terms of class level, dwelling unit, One- Way Anova was used.

Results and Discussion

The first findings is related to Cumhuriyet Universitys' organizational image and its sub-dimensions. In university students' opinion, Cumhuriyet University has low-level organizational image. As well as, according to university students, organizational images' sub-dimensions are program image, overall picture and environmental image, social surroundings image, harbouring and nutrition image are at low level. But education of quality image is at medium level. Cumhuriyet University overall image is at low-level, too. The university students 'opinions of university organizational image are not different from in view of gerund ($p>.05$). The Opinions are different from in view of hometown, daytime education or evening education, class level, dwelling unit ($p<.05$). With regard to hometown, for university organizational image, students are from Sivas who are higher points than students are not from Sivas. With regard to daytime education or evening education, daytime education students are higher points than evening education students. With regard to class level, fourth class students are lower points than second class students. With regard to dwelling unit, townner students are higher points than students who live in the center of the city. They are suggestible according to the results that sport activities, social environment, harbouring and nutrition opportunities can be increased to meet students' requirement. As well as, the university students should be determined their requirements and expectations by questioningly. And every faculty should meet the requirements according to student's requirements.