

## MARKA ŞEHİR OLUŞTURMADA ŞEHİRDE YAŞAYAN AKADEMİK PERSONEL VE ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN ŞEHİRDEN ALGILADIKLARI MEMNUNİYET DÜZEYLERİNİN ÖLÇÜMÜ: OSMANİYE İLİNDE BİR ARAŞTIRMA<sup>1</sup>

Yrd. Doç. Dr. Mutlu Yüksel AVCILAR<sup>2</sup>

Arş. Gör. Mehmet Fatih AÇAR<sup>3</sup>

Arş. Gör. Gülhan YENİLMEZ<sup>4</sup>

### Özet

Bir şehrin markalaşma sürecinde, şehirde yaşayan nitelikli insan sermayesi (entelektüel sermaye) düzeyinin artırılması oldukça önemlidir. Üniversitede çalışmak ve eğitim almak için şehirde yaşamaya karar veren akademisyen ve öğrencilerin, onlara ev sahipliği yapan şehirlerin ekonomik, sosyal ve kültürel yönden gelişmesine olumlu katkılar sağladığı bilinmektedir. Ayrıca, şehirde yaşayan akademisyenler ve öğrencilerin gerek şehirde yaşamaktan ve gerekse üniversitede eğitim almaktan algıladıkları memnuniyet düzeylerinin tespiti, şehir pazarlama ve markalaşma stratejilerinin geliştirilmesinde karar alıcılara yol göstermektedir. Bu çalışmanın amacı, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesinde çalışan akademisyenler ve eğitim alan öğrencilerin Osmaniye’de yaşamaktan duydukları memnuniyet düzeyini ölçerek, şehir memnuniyet indeksi hesaplamaktır. Araştırma için gerekli olan veriler, yüz yüze anket yöntemi ile Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi’nde görev yapan akademik personel ve öğrencilerden kolayda örnekleme yöntem ile elde edilmiştir. Analizler SmartPLS 3.0 ve SPSS 18.0 paket programları yardımıyla gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, akademisyenlerin şehirde yaşamadan memnuniyet düzeylerinin öğrencilere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Şehir markası, Şehirde yaşamaktan algılanan memnuniyet, Şehirde yaşam memnuniyet indeksi.

## THE MEASUREMENT OF THE ACADEMIC STAFF AND UNIVERSITY STUDENTS’ PERCEIVED SATISFACTION LEVEL TOWARDS LIVING IN THE CITY IN DEVELOPING A CITY BRAND: A RESEARCH IN OSMANİYE

### Abstract

To increase intellectual capital level of the living in the city is very important in the branding process of a city. Academicians and students who decide to live in the city are known as providing a positive contribution to the development of the economic, social, and cultural aspects of the city. In addition, the determination of the perceived satisfaction level of the academicians and students towards the city can provide guidance to develop city marketing and branding strategy decisions. Therefore, the purpose of this study is to determine Osmaniye Korkut Ata University’s academicians

<sup>1</sup> Bu makale, 3-5 Mayıs 2016 tarihleri arasında Osmaniye’de düzenlenen Stratejik Kalkınmada Kent Değerleri Sempozyumu’nda sunulan bildirinin öneriler dikkate alınarak geliştirilmiş şeklidir.

<sup>2</sup> Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, myukselavcilar@osmaniye.edu.tr

<sup>3</sup> Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, İşletme Bölümü, [mfatihacar@osmaniye.edu.tr](mailto:mfatihacar@osmaniye.edu.tr)

<sup>4</sup> Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, İşletme Bölümü, [gulhanyenilmez@osmaniye.edu.tr](mailto:gulhanyenilmez@osmaniye.edu.tr)

and students' perceived satisfaction level with living in Osmaniye and to calculate the life satisfaction index. The data required for the analysis were obtained from Osmaniye Korkut Ata University's academicians and students by using convenience sampling technique and face-to-face survey method. Analyses were conducted via SmartPLS 3.0 and SPSS 18.0 statistical packed programs. As a result of analyses, we found that academicians' perceived satisfaction level with the living in the city is higher than students who live in the same city.

**Keywords:** City branding, measurement of the perceived city life satisfaction, and life satisfaction index for the city.

## 1. GİRİŞ

Pazarlama kavramı, genel olarak, paydaşlarına değer yaratma bilim ve sanatı olarak tanımlanabilmektedir (Kotler ve Keller, 2014, s. 27). Pazarlama, günümüzde sadece ürün ve hizmetlerin pazarlanması konusunda ticari işletmelere özgü faaliyetler olarak ele alınmamaktadır (Demirgüneş ve Avcılar, 2014, s. 557). Ürün ve hizmetlerin yanında; etkinlikler, deneyimler, kurum ve kuruluşlar, insanlar, bilgiler, fikirler ve şehirler de pazarlamaya konu olabilmektedirler (Kotler ve Keller, 2012, s. 27).

Günümüzde şehirler, hedef kitlesini, yarattıkları değer konusunda ikna ederek, dünya genelindeki, tüketici, turist, yatırım, vasıflı çalışan ve fikir paylaşımı rekabetinden pay almak istemektedirler (Gilboa, vd., 2015, s. 50). Şehirler, şehre daha fazla turist ve yatırımcının çekilmesi sağlanarak şehirdeki girişimcilik ve endüstrinin geliştirilmesi, şehre yeni yerleşimcilerin çekilmesi ile de şehir halkının refah düzeyinin artırılarak, şehir kalkınmasında rol almalarının sağlanması konularında yoğun rekabet içindedirler (Kavaratzis ve Ashworth, 2008, s. 160). Şehirlerin bu yoğun rekabette başarılı olmaları, pazarlama strateji ve tekniklerini kullanarak, tüketicilerin zihninde güçlü şehir markası oluşturmalarıyla mümkündür (Demirgüneş ve Avcılar, 2014, s. 557).

Marka kavramı, isim, terim, sembol, renk, marka işareti, slogan gibi birtakım rasyonel ve somut, görsel ve işitsel unsurlarla, kişisel imaj, kullanıcı kimliği, kişilik, kültür, ilişkiler ve sembolik değerler gibi duygusal ve soyut unsurlardan oluşan ve tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyerek tercih edilmeyi sağlayan, ürün, hizmet ve deneyimlerin kaynağını belirten ve böylece rakiplerden farklılaştıran özelliklerin tamamı olarak tanımlanmaktadır (Demirgüneş ve Avcılar, 2014, s. 558). Marka ile ilgili strateji yöntem ve teknikler, ürün ve hizmetlere yönelik kullanılabilirdiği gibi şehirler için de kullanılabilir. Şehir markalaşması, bir şehrin yalnızca yerleşim yeri olarak algılanması yerine; insanların, eğitim alma, çalışma, yatırım yapma ve ziyaret etmeleri için çekici bir yer haline getirilmesi amacıyla uygulanan tüm faaliyetlerdir (Demirgüneş ve Avcılar, 2014, s. 557). Şehir markalaşması, bütün paydaşlarını yeni bir rekabetçi kimlik etrafında toplayarak, paydaşların mesajlarını hedef kitleye ulaştırmak için bir yol olarak kullanılmaktadır (Gilboa, vd., 2015, s. 50).

Güçlü şehir markası oluşturma sürecinde şehir kimliği anahtar bir faktördür. Şehir kimliğini oluşturan özellikler; coğrafi özellikler, iklimsel özellikler, anıt yapılar, meydanlar ve sokaklar, folklorik ve sosyokültürel özellikler olarak sıralanabilir (Avcılar ve Kara, 2015, s. 87-88). Bir anlamda, bir şehrin kimliği, o şehirde yaşayan veya dışardan gelen paydaşlar tarafından, şehrin nasıl algılandığıdır (Gilboa, vd., 2015, s. 51).

Şehir markalaşmasında önemli konulardan bir tanesi de şehir memnuniyetidir (Demirgüneş ve Avcılar, 2014, s. 557). Memnuniyet, tüketicilerin ürünle ilgili beklentileriyle, tüketim tecrübesinden sonra algıladıkları performans düzeylerini kıyasladıklarında, ortaya çıkan tatmin düzeyi olarak tanımlanmaktadır (Lovelock ve Wirtz, 2011, s. 52). Buna göre,

sürekli veya geçici olarak bir şehirde yaşayan şehir sakinlerinin şehir hakkındaki memnuniyet düzeylerini, bireylerin öznel ihtiyaçları, şehirden beklentileri ve algıladıkları şehir özellikleri belirlemektedir (Insch ve Florek, 2008, s. 138). Şehir sakinlerinin şehirle ilgili beklentileri daha önceki deneyimlerine ve ihtiyaçlarına göre oluşmaktadır. Bu beklentilerle şehrin sunduğu imkanların örtüşme oranı memnuniyet düzeylerini belirlemektedir (Fleury-Bahi, vd., 2008, s. 670).

Bireylerin, şehirle ilgili algıladıkları memnuniyet düzeyleri, kişiden kişiye farklılık gösterebilmektedir (Insch ve Florek, 2008, s. 138). Çünkü kişisel özellikler ve durumsal şartlar memnuniyet düzeyini önemli ölçüde etkileyebilmektedir. Örneğin bir aile çocukları için güvenli oyun alanlarına önem verirken; öğrenciler, sosyalleşmeye yönelik mekanlara daha fazla önem verebilmektedir (Insch ve Sun, 2013, s. 180). Yine aynı şekilde bir iş adamıyla, çalışmayan bir bireyin şehirden beklentileri birbirinden farklı olabilmektedir (Gilboa, vd., 2015, s. 51).

Algılanan şehir memnuniyeti, şehir sadakatının en önemli belirleyicilerinden bir tanesidir (Helgesen, vd. 2013, s. 919). Sadakat, mağazalar, ürünler, markalar, organizasyonlar ve şehirler gibi çeşitli unsurlara yönelik geliştirilebilmektedir (Helgesen, vd. 2013, s. 916). Müşteri sadakati, tercih edilen bir ürünü veya hizmeti, satın alma davranışını değiştirmeye neden olacak durumsal etkilere ve pazarlama çabalarına rağmen, sürekli olarak tekrar satın almaya yönelik içten bir bağlılık olarak tanımlanmaktadır (Oliver, 1996, s. 392). Diğer bir tanıma göre ise sadakat, bir ürüne, hizmete veya organizasyona yönelik geliştirilen içten bağlılıktır (Lam vd., 2004, s. 294). Şehir halkının şehir memnuniyet düzeylerinin yüksek olması, şehre bağlılık geliştirmesini sağlamakta, kişilerin şehirle özdeşleşme düzeyini belirlemektedir (Fleury-Bahi, vd., 2008, s. 670). Şehirde yaşamaktan memnun olan bireyler, şehirde yaşantılarını sürdürmeye daha istekli olmaktadır. Örneğin şehir memnuniyeti yüksek olan yatırımcı şehre daha fazla yatırım yapma eğilimindedir (Apaydın, 2014, s. 150). Buna ek olarak akademisyenler ve öğrenciler de şehirden memnun olduklarında yaşadıkları şehre yönelik bağlılık geliştirebilmektedirler (Helgesen, vd. 2013, s. 919).

Bu çalışmanın amacı, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesinde çalışan akademisyenler ve eğitim alan öğrencilerin Osmaniye’de yaşamaktan duydukları memnuniyet düzeyini ölçerek, şehirde yaşamaktan algılanan memnuniyet indeksi hesaplamaktır. Konuyla ilgili literatür incelendiğinde, akademisyen ve öğrencilerin şehirde yaşam memnuniyetlerinin ölçülmesine yönelik araştırmaların sayısı uluslararası literatürde oldukça fazla fakat, ulusal literatürde nispeten azdır. Çalışmada elde edilen bulgular şehir ve üniversite yöneticilerine yol gösterebilecek niteliktedir. Bu anlamda çalışmanın hem literatüre hem de karar alıcılara katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Akademisyen ve öğrencilerin, şehirden algıladıkları memnuniyetin hangi değişkenlere göre biçimlendiğini bilmek konuya daha geniş çerçeveden bakılmasını sağlayacaktır.

## **2. LİTERATÜR TARAMASI**

Bir şehrin markalaşmasında, şehirde yaşayan nitelikli insan sermayesi (entelektüel sermaye) düzeyinin artırılması oldukça önemlidir (Insch ve Sun, 2013, s. 178). Bir şehrin nitelikli insan sermayesinin artırılması konusunda üniversitelere büyük görevler düşmektedir (Benneworth, vd., 2009, s. 1). Üniversiteler aracılığıyla başarılı akademisyenler, başarılı öğrenciler ve yabancı yatırımcılar şehre çekilmektedir. Bilim adamlarının şehre gelmesinin sonucu olarak şehirler profesyonel ve nitelikli iş gücünü artırmaktadırlar. Öğrencilerin şehre çekilmesi sağlanarak da nitelikli potansiyel iş gücü elde edilmektedir. Ayrıca, üniversite öğrencileri, çevrelerindeki diğer gençlerin şehre karşı tutumlarını ağızdan ağıza iletişim yoluyla etkileyen aracı konumundadırlar (Helgesen, vd. 2013, s. 919).

Geçici şehir nüfusunu oluşturan üniversite öğrencileri ve akademisyenler, onlara ev sahipliği yapan şehirleri ekonomik, kültürel ve sosyal yönden geliştirmektedirler (Insch ve Sun, 2013, s. 179). Yaratıcı sınıfın yeni üyeleri olan mezunlar, mevcut işletmelerde çalışmanın yanı sıra yeni iş alanlarını şehre çekme çabalarına girişmektedirler. Öğrenciler ve akademisyenler, doğrudan ekonomik faydalarının yanı sıra, akademik hayatları boyunca ve sonrasında, şehirleri canlandırarak, şehirlere sosyal ve kültürel canlılık getirmektedirler. Kafelere, canlı müzik mekanlarına, galerilere, sergilere tiyatrolara ve sinemalara sık sık giderek kültürel canlılığın güçlendirilmesinde önemli bir rol oynamaktadırlar (Insch ve Sun, 2013, s. 179).

Üniversite öğrencilerinin önemini kavrayan şehirler, öğrencilerin bütün istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilmek adına, yoğun çaba sarf etmektedirler. Çünkü, şehre yönelik memnuniyet ve sadakat besleyen öğrenciler, olumlu ağızdan ağıza iletişimle, yeni öğrencileri şehre çekebilmekte ve mezun olduktan sonra okudukları şehirde kalarak şehre çeşitli faydalar sağlayabilmektedirler (Gruber, vd., 2010, s. 108). Ayrıca, öğrencilerin, bir şehir için taşıdıkları önem göz önüne alındığında bazı şehirler, şehir marka kimliğinin bir parçası olarak öğrenci kültürüyle bütünleşebilmektedirler. Örneğin, uluslararası öğrencilere yüksek düzeyde burs imkanı sağlayan ve geniş bir öğrenci nüfusuna ev sahipliği yapan Manchester, kendini İngiltere'nin en önemli öğrenci şehri olarak ilan etmektedir (Insch ve Sun, 2013, s. 179).

Üniversiteye sahip olan şehirler, üniversiteye sahip olmayan benzer boyut ve konumdaki şehirlere göre ekonomik ve sosyal açıdan daha fazla avantaja sahip olabilmektedirler. Günümüzde Melbourne, Manchester, Viyana gibi pek çok şehir, potansiyel öğrencileri ve akademisyenleri şehre çekebilmek ve onları şehirde tutabilmek adına şehir markalaşma stratejileri hayata geçirerek, onları memnun etme ve şehre yönelik sadakatlerini güçlendirme girişimlerinde bulunmaktadır (Cubillo, vd., 2006: 102).

Bir şehrin fiziksel, sosyal ve kültürel çevresini oluşturan unsurlar öğrencilerin ve akademisyenlerin üniversite tercihlerinde önemli düzeyde belirleyici olmaktadır (Price, vd. 2003, s. 212). Sadece okuyacakları veya çalışacakları bölümün niteliği değil, aynı zamanda üniversitenin bulunduğu şehir de öğrencilerin ve akademisyenlerin üniversite tercihlerinin ve motivasyonlarının şekillenmesinde önemli rol oynamaktadır (Insch ve Sun, 2013, s. 179).

Üniversite öğrencileri ve akademisyenlerin şehir ve üniversite memnuniyetlerine ilişkin literatür incelendiğinde, çalışmalar üç başlık altında sınıflandırılabilir. Söz konusu çalışmalar şehir memnuniyetini konu alanlar (Gilboa, vd., 2015; Insch ve Sun., 2013; Demirgüneş ve Avcılar, 2014; Demirel, 2014; Cop ve Akpınar, 2014), üniversite memnuniyetini konu alanlar (Kandemir, 2015; Sojkin vd., 2011; Abubakar, vd., 2010; ve şehir ve üniversite memnuniyetini konu alanlar (Helgesen vd., 2013; Brandt ve Mortanges, 2011) şeklinde sınıflandırılabilir.

Konuyla ilgili literatür incelendiğinde, Gilboa vd. (2015), şehirde yaşayan yerli halkın algıladığı şehir imajını etkileyen faktörlerin belirlenmesi amacıyla Kudüs, Roma ve Trieste şehirlerini karşılaştırmışlardır. Araştırmacılar, belediye hizmetleri faktörünün altında, düşük hava kirliliği, geceleri yeterli ışıklandırma, toplu taşıma, yaşlı insanlar için bakım hizmetleri, bakımlı sokaklar ve kaldırımlar, belediye çalışanlarıyla kolay iletişim kurma değişkenlerini; boş zaman değerlendirme faktörü altında, turizm olanakları, büyük şehre yakın olma, ana otoyollara yakın olma, eğlence mekanları ve gençlik kulüpleri değişkenlerini; güvenlik faktörü altında, sessizlik, güvenlik, düşük suç oranı, kalabalık olmaması değişkenlerini tespit etmişlerdir. Son olarak kamu hizmetleri faktörü altında ise banka şubesi yeterliliği, postane şubesi yeterliliği, tıbbi tesis yeterliliği değişkenlerini belirlemişlerdir.

Helgesen vd. (2013) Norveç'in Alesund şehrinde üniversite öğrencilerinin öğrenim gördükleri şehre ve üniversiteye sadakatlerini etkileyen faktörleri tespit etmek amacıyla bir araştırma yapmışlardır. Araştırmacılar, üniversitenin ünü, şehrin ünü, şehir memnuniyeti, şehrin sunduğu sosyal aktiviteler, şehirdeki kolaylıklar, değiştirme maliyeti ve üniversite ile ilgili özellikler faktörlerini tespit etmişlerdir. Araştırmada şehir memnuniyetinin, şehir sadakatini, şehrin ününden daha fazla etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Araştırmada ayrıca, şehir ve üniversite bünyesinde gerçekleştirilen sosyal aktivitelerin üniversite öğrencilerinin şehir sadakatlerinde en önemli belirleyiciler olduğunu saptamışlardır.

Insch ve Sun (2013), üniversite öğrencilerinin misafir oldukları şehirle ilgili memnuniyetlerini etkileyen faktörleri tespit etmeye yönelik Yeni Zelanda'nın Dunedin şehrinde bir araştırma yürütmüşlerdir. Araştırmacılar, konaklama, ulaşılabilirlik, şehrin cazibesi ve canlılığı, şehrin kültürel özellikleri, toplum yapısı, toplu taşıma, doğal çevre, kamu güvenliği, alışveriş ve yemek, sosyalleşme imkanları, spor aktiviteleri ve tesisleri değişkenlerini tespit etmişlerdir. Araştırmanın sonucuna göre alışveriş ve yemek, şehrin cazibesi ve canlılığı ve toplu taşımanın öğrencilerin şehir memnuniyetinde ana belirleyiciler olduğu belirlenmiştir.

Brandt ve Mortanges (2011), öğrencilerin üniversite ve şehir tercihinde etkili olan faktörleri belirlemek amacıyla Belçika'da bir araştırma yapmışlardır. Ekonomi faktörünün altında, öğrenciler için özel fiyatlandırılmış kamu hizmetleri, üniversite ile işbirliği içindeki işletmeler; fiziksel çevre faktörü altında, temizlik, parklar, yeşil alanlar ve güvenlik değişkenlerini; aktivite ve tesisler faktörü altında, araştırma laboratuvarları, mimari yapılar, kafeler, partiler, kültür sanat etkinlikleri, restoran çeşitliliği, kalacak yer bulma kolaylığı, yürüyüş yolları, spor tesisleri, süpermarketler, teknolojik imkanlar değişkenlerini; marka ve prestij faktörü altında, üniversitenin ünü, üniversitenin imajı değişkenlerini, insanlar faktörü altında, genç nüfus, öğrenci popülasyonu değişkenlerini; ulaşım faktörü altında, kampüse kolay ulaşım, bisiklet yolları, otoparklar, ve toplu taşıma değişkenlerini tespit etmişlerdir.

Sojkin vd. (2011), Polonya'nın Wielkopolska bölgesindeki üniversitelerde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin üniversite memnuniyetinde etkili olan faktörleri tespit etmek için bir araştırma yapmışlardır. Araştırmacılar, üniversite tercihinde etkili olan profesyonel gelişim faktörü altında, mesleki yeteneklerin gelişimi için sunulan fırsatlar; entelektüel ve kişisel becerilerin gelişimi için sunulan fırsatlar, yurtdışı öğrenci değişim programı imkanı, yabancı dil gelişimi için sunulan imkanlar değişkenlerini; bilginin pragmatizmi faktörü altında, teoride edinilen bilgilerin pratiğe dönüştürülebilmesi için sunulan imkanlar, elde edilen bilginin mesleki anlamda yeterli olması, iş verenlerin üniversite mezunları hakkında iyi bir imaj algılaması değişkenlerini; sunulan dersler faktörü altında, derslerin pratikte yararlılığı, derslerin zorluğu, derslerin kalitesi, ders çeşitliliği değişkenlerini; tesisler faktörü altında, dersliklerin büyüklüğü, sınıflardaki teknolojik ekipman, internete, bilgisayarlara erişim değişkenlerini; sosyal imkanlar faktörü altında, spor tesisleri, kantin ve kafeler, otopark, barınma konusunda sunulan yardım değişkenlerini; üniversitenin eğitim ve araştırma konusunda nitelikleri faktörü altında, modern öğretim yöntemlerinin kullanılması, öğretim üyeleri ve öğrenciler arasındaki etkileşim, öğretim üyelerinin bilinirliği, öğretim üyelerinin araştırmaları değişkenlerini tespit etmişlerdir.

Abubakar vd. (2010) Avustralya'da uluslararası öğrencilerin üniversite memnuniyetini etkileyen değişkenleri tespit etmek için bir araştırma yapmışlardır. Araştırmacılar güvenlik, bilgisayar erişimi, kütüphane imkanları, eğitim kalitesi, öğretim üyesi kalitesi, ders çeşitliliği, barınma maliyeti, eğitim maliyeti, kantinler, diğer öğrencilerle kaynaşma olanakları, spor ve eğlence tesisleri, müfredat bilgilendirmesi, danışmanlık, okurken çalışma imkanı, kredi

imkanları, sağlık hizmetleri, oryantasyon programları sosyal aktiviteler değişkenlerini tespit etmişlerdir.

Demirgüneş ve Avcılar (2014), şehirde yaşayan insanların şehir memnuniyetlerini etkileyen faktörleri tespit etmek için Osmaniye ilinde bir araştırma yapmışlardır. Araştırmacılar, yaşam kalite memnuniyeti faktörü altında, güvenlik düzeyi, şehir yaşamı, hava temizliği, su kalitesi, çevre kalitesi değişkenlerini; maddi yaşam memnuniyeti faktörü altında, yaşamdan memnuniyet, barınma imkanları, iş koşulları, gelir düzeyi değişkenlerini; sosyal yaşam memnuniyeti faktörü altında, genel sağlık, iş hayat dengesi, eğitim, sosyal imkanlar değişkenlerini; siyasal yaşam memnuniyeti faktörü altında ise, siyasal katılım, yerel yönetim hizmetleri, siyasal yaşam değişkenlerini tespit etmişlerdir. Araştırmanın sonucunda, şehir memnuniyetini etkileyen en önemli faktörün maddi yaşam koşullarından duyulan memnuniyet olduğunu belirlemişlerdir.

Demirel (2014) öğrencilerin kent imajına ilişkin algılarını tespit etmek için Burdur ilinde bir araştırma yapmıştır. Araştırmacı, öğrencilerin Burdur kentinin avantajlarına yönelik imaj algılarını ölçmek için, şehirlerarası ve şehir içi ulaşım, eğitim imkanları, zengin tarih, coğrafi konumu, yemekler, konaklama imkanları, doğal güzellikler, sağlık imkanları, iklim, sanayi, sanatsal etkinlikler, kültürel etkinlikler, spor etkinlikleri, planlı kentleşme, alışveriş imkanları ve eğlence imkanları boyutlarını tespit etmiştir. Öğrencilerin Burdur kentinin soyut imaj unsurlarına yönelik imaj algılarını ölçmek için ise sakin olması, güvenli olması, temiz olması, ucuz olması, dışa açık olması, modern olması, gelişmiş olması boyutlarını belirlemiştir. Öğrencilerin Burdur halkına yönelik imaj algılarını ise sakin olmaları, geleneksel olmaları, samimi olmaları sıcak olmaları, yardımsever olmaları, çalışkan olmaları, dindar olmaları, dürüst olmaları, sıkıcı olmaları, nazik olmaları, cömert olmaları, girişimci olmaları ve yenilikçi olmaları boyutları aracılığıyla ölçmüştür. Araştırmanın sonucuna göre öğrencilerin Burdur'u sakin ve güvenli bir şehir olarak gördükleri ve öğrencilerin kent halkıyla ilgili kanaatlerinin de çok belirgin olmadığı tespit edilmiştir.

Cop ve Akpınar (2014) şehirlerin markalaşma sürecinde, üniversite öğrencilerinin buldukları yer ile ilgili marka şehir algı ve tutumlarını belirlemek amacıyla Bolu, Düzce, Sakarya ve Kocaeli şehirlerinde araştırma yapmışlardır. Araştırmacılar şehirdeki etkinlikler ve alışveriş imkanları, şehir halkı, şehrin doğası, şehir düzeni, şehir yönetiminden beklentiler, şehir ile ilgili planlar öneriler ve farkındalıklar, şehrin markalaşmasına destek faktörlerini tespit etmişlerdir.

Kandemir (2015), öğrencilerin üniversite memnuniyetlerini etkileyen faktörleri tespit etmeye yönelik Isparta'da bir araştırma yapmıştır. Araştırmacı, akademik ortam ve öğrenmeyi destekleyici olanaklar, sunulan hizmetler, eğitim öğretim programları, öğretim elemanı ve dersler faktörlerini tespit etmiştir. Araştırmada, öğretim elemanı ve derslerin öğrenci memnuniyetini etkilemede önemli oranda belirleyici oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

### **3. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI YÖNTEMİ**

Bu bölümde araştırmanın amacı, kapsamı ve kısıtları, araştırma modeli ve hipotezleri, araştırmanın ana kütlesi ve örnekleme yöntemi, veri toplama yöntemi, araştırmada kullanılan ölçekler ve son olarak analiz yöntemi hakkında bilgiler verilmektedir.

#### **3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi**

Bu araştırmada, şehirde yaşayan nitelikli insan sermayesinin memnuniyetinin artırılmasının şehir markalaşmasına önemli düzeyde etki edeceği öngörülmüştür. Akademisyen ve öğrenciler için şehirde yaşamın cazip hale getirilmesi, ev sahibi şehrin ekonomik, kültürel ve sosyal yönden gelişmesini sağlayacaktır (Insch ve Sun, 2013: 178). Bu

bağlamda, çalışmanın amacı Osmaniye Korkut Ata Üniversitesinde çalışan akademisyenler ve eğitim alan öğrencilerin Osmaniye’de yaşamaktan duydukları memnuniyet düzeyini ölçerek, memnuniyet indeksi hesaplamaktır. Dolayısıyla bu çalışmanın sonuçları, şehir yöneticilerine ve karar alıcılara akademisyen ve üniversite öğrencilerinin memnuniyetini değerlendirmelerinde yol gösterebilecek niteliktedir.

### **3.2. Araştırmanın Sınırları ve Kısıtları**

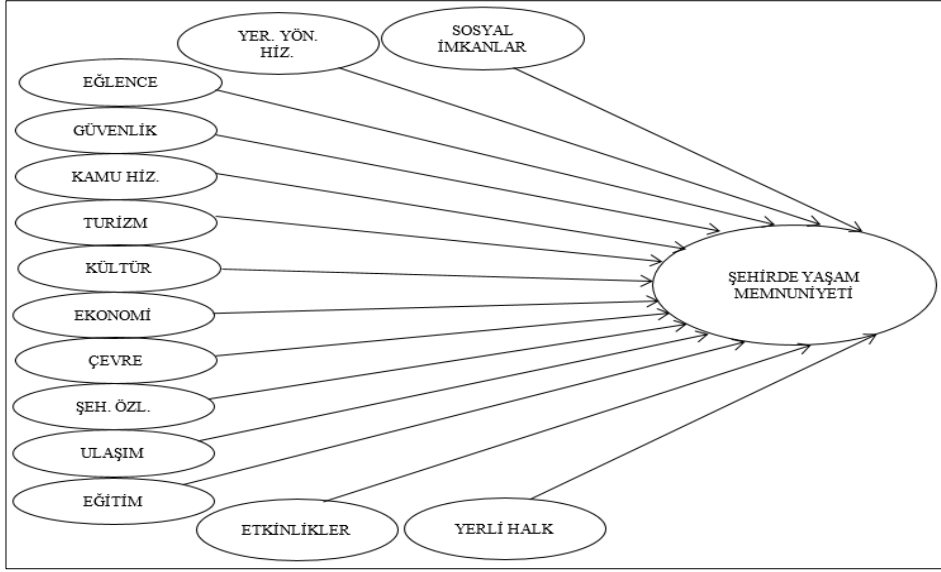
Bu çalışmanın kapsamı, akademisyen sayısı 401; öğrenci sayısı 10.644 olan Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi akademisyen ve öğrencilerini kapsamaktadır. Anakütle büyüklüğü dikkate alındığında ve zaman ve maliyet kısıtları çerçevesinde, bu çalışma için gerekli olan veriler 18.04.2016 – 29.04.2016 tarihleri arasında Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi’nde çalışan 87 akademisyen ve öğrenim gören 384 öğrenciden kolayda örnekleme tekniği kullanılarak ve yüz yüze anket yöntemi ile elde edilmiştir.

### **3.3. Araştırmanın Değişkenleri**

Akademisyen ve öğrencilerin şehir memnuniyet indeks değerlerini tespit edebilmek için araştırma modelinde yer alan boyutlar ve boyutları ölçmede kullanılan değişkenler, kapsamlı bir literatür incelemesi ve faktör analizleri sonuçlarına dayalı olarak elde edilmiştir. Memnuniyet indeksi oluşturmada kullanılan boyutlar; sosyal imkanlar, yerel yönetim hizmetleri, eğlence, güvenlik, kamu hizmetleri, turizm, kültür, ekonomi, çevre, şehir özellikleri, ulaşım eğitim, etkinlikler ve yerli halk boyutlarından oluşmaktadır. Araştırmada 14 boyutu ölçmek için 117 değişken kullanılmıştır. Sosyal imkanlar boyutunu ölçen değişkenler (Helgesen, vd. 2013); yerel yönetim hizmetleri boyutunu ölçen değişkenler (Gilboa, vd. 2015; Demirgüneş ve Avcılar, 2014; Richards ve Wilson, 2004); eğlence, güvenlik ve kamu hizmetleri boyutlarını ölçen değişkenler (Gilboa, vd. 2015); turizm boyutunu ölçen değişkenler (Gilboa, vd. 2015; Richards ve Wilson, 2004); kültür boyutunu ölçen değişkenler (Murtagh, 2001; Richards ve Wilson, 2004; Gilboa, vd. 2015); ekonomi boyutunu ölçen değişkenler (Richards, Wilson, 2004; Zenker, vd. 2013; Demirgüneş, Avcılar, 2014); çevre boyutunu ölçen değişkenler (Insch ve Sun, 2014; Gilboa, vd. 2015; Demirel, 2014; Zenker, vd. 2013; Richards, Wilson, 2004; Demirgüneş, Avcılar, 2014); şehir özellikleri boyutlarını ölçen değişkenler (Richards ve Wilson, 2004; Demirel, 2014; Gilboa, vd. 2015; Insch ve Sun, 2014); ulaşım faktörünü ölçen değişkenler (Gilboa, vd. 2015); etkinlikler boyutunu ölçen değişkenler (Haven-Tang, vd. 2007; Richards ve Wilson, 2004; Gilboa, vd. 2015) ve son olarak yerli halk boyutunu ölçen değişkenler (Demirel, 2014) kaynaklarından alınmıştır. Şehirde yaşamaktan duyulan genel memnuniyet boyutunu ölçen değişkenler için ise (Helgesen, vd. 2013; Demirgüneş ve Avcılar, 2014) kaynaklarından yararlanılmıştır.

### **3.4 Araştırmanın Modeli**

Araştırmanın amacı doğrultusunda geliştirilen modelde, değişkenler arasındaki doğrusal ilişkiler incelenerek akademisyen ve öğrencilerin subjektif değerlendirmelerine dayanan, şehirde yaşamdan memnuniyet indeksi hesaplanacaktır. Araştırmanın amacı doğrultusunda akademisyenler ve öğrenciler için geliştirilen araştırmanın kavramsal modeli Şekil 1’de yer almaktadır.



**Şekil 1. Araştırmanın kavramsal modeli**

Araştırmanın kavramsal modelinde akademisyen ve öğrencilerin şehir yaşam memnuniyetini etkileyen boyutlar; sosyal imkanlar, yerel yönetim hizmetleri, eğlence, güvenlik, kamu hizmetleri, turizm, kültür, ekonomi, çevre, şehir özellikleri, ulaşım eğitim, etkinlikler ve yerli halk şeklinde gösterilmektedir. Bu kapsamda test edilecek araştırma hipotezleri aşağıdaki gibidir.

**H<sub>1</sub>:** Sosyal imkanlar, şehirde yaşamdan memnuniyet düzeyini anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

**H<sub>2</sub>:** Yerel yönetim hizmetleri, şehirde yaşamdan memnuniyet düzeyini istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

**H<sub>3</sub>:** Eğlence, şehirde yaşamdan memnuniyet düzeyini istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

**H<sub>4</sub>:** Güvenlik, şehirde yaşamdan memnuniyet düzeyini istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

**H<sub>5</sub>:** Kamu hizmetleri, şehirde yaşamdan memnuniyet düzeyini istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

**H<sub>6</sub>:** Turizm, şehirde yaşamdan memnuniyet düzeyini istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

**H<sub>7</sub>:** Kültür, şehirde yaşamdan memnuniyet düzeyini istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

**H<sub>8</sub>:** Ekonomi, şehirde yaşamdan memnuniyet düzeyini istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

**H<sub>9</sub>:** Çevre, şehirde yaşamdan memnuniyet düzeyini istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

**H<sub>10</sub>:** Şehir özellikleri, şehirde yaşamdan memnuniyet düzeyini istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

**H<sub>11</sub>:** Ulaşım, şehirde yaşamdan memnuniyet düzeyini istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.



**H<sub>12</sub>:** Eğitim, şehirde yaşamdan memnuniyet düzeyini istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

**H<sub>13</sub>:** Etkinlikler, şehirde yaşamdan memnuniyet düzeyini istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

**H<sub>14</sub>:** Yerli Halk, şehirde yaşamdan memnuniyet düzeyini istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

### **3.5. Araştırmanın Ana Kütlesi ve Örneklem Süreci**

Araştırmanın ana kütlesini Osmaniye’de ikamet eden Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi akademisyenleri ve öğrencileri oluşturmaktadır. Üniversite idaresinden alınan bilgilere göre Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi’nde çalışan akademisyen sayısının 401, öğrenim gören öğrenci sayısının ise 10.641 olduğu saptanarak çalışmanın ana kütle büyüklüğü belirlenmiştir. Ana kütlelerin tamamına ulaşamayacak kadar büyük olması sebebiyle tesadüfi olmayan örneklem yöntemlerinden kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır. Veriler, 18.04.2016-29.04.2016 tarihleri arasında, haftanın farklı günleri ve günün farklı saatlerinde Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Karacaoğlan Kampüsünde 87 akademisyen ve 384 öğrenci ile yüz yüze anket yönteminden yararlanarak toplanmıştır.

### **3.6 Veri Toplama Yöntemi ve Aracı**

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket yönteminden yararlanılmıştır. Anketler kolayda örneklem yöntemiyle ankete katılmaya istekli öğrenci ve akademisyenlerle yapılan yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak toplanmıştır.

Anket iki bölümden oluşmaktadır, Anketin birinci bölümünde sorulan sorular, ankete cevap veren katılımcıların demografik özelliklerini (cinsiyet, yaş, medeni durum, öğrenim durumu, aylık ortalama gelir düzeyi, fakülte, unvan, konut türü, kira ücreti, evde yaşayan kişi sayısı, evde bulunan oda sayısı, Osmaniye’de yaşama süresi), tespit etmeye yöneliktir. Anketin ikinci bölümü ise, şehirde yaşam memnuniyetini ölçmeye yönelik 15 boyut ve 117 değişkenden oluşmaktadır. Araştırma sürecinde söz konusu değişkenler, 7’li Likert ölçeği kullanılarak ölçülmüştür. Ölçekte “1=Hiç Memnun Değilim ve 7=Aşırı Derecede Memnunum”u belirtmektedir.

### **3.7 Verilerin Analiz Yöntemi**

Araştırmada keşifsel faktör analizi kullanılarak şehirde yaşayan insanların memnuniyetini ölçmede kullanılan ölçeğin boyutları tespit edilmiştir. Cronbach alpha katsayıları hesaplanarak ölçeğin içsel geçerliliği hesaplanmıştır. Ayrıca, şehirde yaşamdan duyulan memnuniyet indeksi hesaplamak için Kısmi En Küçük Kareler (Partial Least Square-Path Modelling/PLS-SEM) Yapısal Eşitlik Modellemesi Yönteminden yararlanılmıştır (Hair vd., 2014, s. 3). PLS-SEM yöntemi, Wold (1974, 1982, 1985) tarafından geliştirilen çok boyutlu ve doğrudan gözlemlenemeyen örtük değişkenler arasındaki doğrusal ilişkileri tespit etmek için geliştirilmiştir (Henseler vd., 2009). PLS-SEM modelinde yer alan örtük içsel bağımlı değişkenlerdeki yapıların hata terimlerini minimize etmek amacıyla, ilişkileri tahmin etmede kullanılan doğrudan gözlemlenen değişkenlerdeki veriler hesaplamada kullanılmaktadır. Böylece PLS-SEM, içsel bağımlı değişkenlerdeki varyansın açıklanma düzeyini maksimize ederek, modelde yer alan ilişkilerin düzeyini ve istatistiksel olarak anlamlılığını tahmin etmektedir. Bu nedenle PLS-SEM varyans temelli, parametrik olmayan yapısal eşitlik modeli analiz yöntemi olarak bilinmektedir (Hair vd., 2014: 14). Analiz sürecinde Ringle, Wende ve Becker, (2015) tarafından geliştirilen SmartPLS 3 (Versiyon 3.2.3) istatistik paket programı kullanılmıştır.

### 3.8 Analiz ve Bulgular

Ankete cevap veren katılımcıların özellikleri frekanslar ve yüzdeler şeklinde Tablo 1 ve Tablo 2’de yer almaktadır. Tablo 1 incelendiğinde, ankete cevap veren akademisyenlerin %65.5’i erkek %34.5’i kadındır. Ankete cevap verenlerin %57.5’i evli, %41.3’ü bekar, %1.1’i ise boşanmıştır. Katılımcıların %57.5’i 33 ve 33 yaşının altında, %42.5’i 33 yaşının üstündedir. Katılımcıların %11.5’i lisans, %36.8’i yüksek lisans, %51.7’si doktora mezunu olduğunu belirtmişlerdir. Ankete katılanların %77’si aylık ortalama gelir düzeyinin 3000-5000 TL olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcıların %1.1’i Profesör Dr., %9.2’si Doçent Dr., %34.5’i Yardımcı Doçent Dr., %5.7’si Öğretim Görevlisi, %1.1’i Okutman, %43.7’si Araştırma Görevlisi ve %4.6’sı uzman olduklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların %20.7’si Fen Edebiyat Fakültesi, %40.2’si İ.İ.B.F., %28.7’si Mühendislik Fakültesi, %2.3 İlahiyat Fakültesi’ne bağlı bulduklarını belirtmişlerdir. Ankete cevap verenlerin %79.3’ü apartmanda, %12.6’sı müstakil evde, %5.7’si apartta oturduklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların %52.9’u oturdukları konut için kira ücreti ödediklerini, %47.1’i ise kendi evlerinde oturduklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların %35.6’sı aylık 600 TL ve daha az, %17.2’si 600 TL’den daha fazla kira ücreti ödediklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların %47.1’i evlerinde 1 ve 2 kişinin, %43.6’sı ise 3 ve 4 kişinin yaşadığını belirtmişlerdir. Katılımcıların %63.2’si 0-4 yıldır, 27.8’i 5-9 yıldır ve son olarak %7.9’u 10 ve daha fazla yıldır Osmaniye’de yaşadıklarını belirtmişlerdir.

**Tablo 1. Ankete katılan akademisyenlerin demografik özellikleri**

<i>Değişkenler</i>	<i>N=87</i>	<i>%</i>	<i>Değişkenler</i>	<i>N=87</i>	<i>%</i>
<b>Cinsiyet</b>			<b>Ünvanı</b>		
Erkek	57	65.5	Profesör Dr.	1	1.1
Kadın	30	34.5	Doçent Dr.	8	9.2
<b>Medeni Durum</b>			Yardımcı Doçent Dr.	30	34.5
Evli	50	57.5	Öğretim Görevlisi	5	5.7
Bekar	36	41.3	Okutman	1	1.1
Boşanmış	1	1.1	Araştırma Görevlisi	38	43.7
<b>Yaş</b>			Uzman	4	4.6
18-25	4	4.6	<b>Konut Türü</b>		
26-33	46	52.9	Apartman	69	79.3
34-41	26	29.9	Müstakil	11	12.6
42-49	10	11.5	Apart	5	5.7
50-57	1	1.1	Diğer	2	2.3
<b>Öğrenim Durumu</b>			<b>Konut Türü</b>		
Lisans	10	11.5	Kira	46	52.9
Master	32	36.8	Mülk Sahibi	41	47.1
Doktora	45	51.7	<b>Aylık Kira</b>		
<b>Gelir Düzeyi</b>			0-300 TL	6	6.9
3.000- 5.000 TL	67	77	301-600 TL	25	28.7
5.001-7.000 TL	13	14.9	601-900 TL	14	16.1
7001-9.000 TL	5	5.7	901- 1200TL	1	1.1
9.001-11.000 TL	1	1.1	<b>Evde yaşayan kişi sayısı</b>		
11.0001-13.000 TL	1	1.1	1	17	19.5
<b>Fakülte</b>			2	24	27.6
Fen Edebiyat Fak.	18	20.7	3	17	19.5
İ.İ.B.F	35	40.2	4	21	24.1
Mühendislik Fakültesi	25	28.7	5	5	5.7
İlahiyat Fakültesi	2	2.3	6	3	3.4
Diğer	7	8	<b>Osmaniye’de Yaşam Süresi</b>		
<b>Oda Sayısı</b>			0-4 yıl	55	63.2
1	3	3.4	5-9 yıl	25	28.7
2	5	5.7	10-14 yıl	1	1.1
3	24	27.6	11-15 yıl	1	1.1
4	41	47.1	16-20 yıl	2	2.3
5	12	13.8	20 yıldan fazla	3	3.4
6	1	1.1			
7	1	1.1			

Ankete cevap veren öğrencilerin %48.2’si erkek %51.8’i kadındır. Katılımcıların %70.8’i 22 ve 22 yaşın altında, 29.2’si 22 yaşın üstündedir. Ankete katılanların %64.8’i aylık ortalama gelir düzeyinin 800TL ve daha az, %35.2’si ise 800 TL’den fazla olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcıların %8.9’u Fen Edebiyat Fakültesi, %59.1’i İ.İ.B.F., %24.7’si Mühendislik Fakültesi, %6.8’i İlahiyat Fakültesi’ne bağlı bulduklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların %13.8’i birinci sınıf, %50.8’i ikinci sınıf, %15.1’i üçüncü sınıf, %19’u dördüncü sınıfta öğrenim görmektedir. Ankete cevap verenlerin %43.8’i Normal Öğretim, %56.2’si İkinci Öğretim programına dahildir. Ankete katılan öğrencilerin %30.5’i apartmanda, %14.3’ü müstakil evde, %23.4’ü apartta, %29.9’u yurttan kaldıklarını belirtmişlerdir. Katılımcılar %84.1’i oturdukları konut için aylık ücret ödediklerini, %15.9’u ise ödemediklerini belirtmiştir. Katılımcıların %45.6’sı 300 TL ve daha az, %38.5’inin 300 TL’den daha fazla aylık kira ücreti ödediklerini belirtmişlerdir. Ankete katılan öğrencilerin %21.1’i 0-1 yıl, %35.4’ü 2 yıl, %15.6’sı 3 yıl, %12 si 4 yıl ve %15.9’unun 4 yıldan daha fazla süredir Osmaniye’de yaşadığını belirtmiştir.

**Tablo 2. Ankete katılan öğrencilerin demografik özellikleri**

<i>Değişkenler</i>	<i>N=384</i>	<i>%</i>	<i>Değişkenler</i>	<i>N= 384</i>	<i>%</i>
<b>Cinsiyet</b>			3. sınıf	58	15.1
Erkek	185	48.2	4. sınıf	73	19
Kadın	199	51.8	<b>Öğrenim Programı</b>		
<b>Yaş</b>			N.Ö.	168	43.8
17-19	38	9.9	İ.Ö.	216	56.2
20-22	234	60.9	<b>Konut Türü</b>		
23-25	93	24.2	Apartman	117	30.5
26-28	10	2.6	Müstakil	55	14.3
29-31	7	1.8	Apart	90	23.4
32-34	1	0.3	Yurt	115	29.9
35 ve üzeri	1	0.3	Diğer	7	1.8
<b>Gelir Düzeyi</b>			<b>Konut Türü</b>		
400 TL'den az	103	26.8	Kira	323	84.1
401-800 TL	146	38	Mülk Sahibi	61	15.9
801-1200 TL	61	15.9	<b>Aylık Kira</b>		
1201-1600 TL	23	6	0-300 TL	175	45.6
1601-2000 TL	20	5.2	301-600 TL	115	29.9
2001-2400 TL	8	2.1	601-900 TL	23	6
2401-2800 TL	5	1.3	901- 1200TL	7	1.8
2801 ve üzeri	18	4.7	1201-1500 TL	1	0.3
<b>Fakülte</b>			1500 TL'den fazla	2	0.5
Fen Edebiyat Fak.	34	8.9	<b>Osmaniye'de Yaşam Süresi</b>		
İ.İ.B.F	227	59.1	1 yıl ve daha az	81	21.1
Mühendislik Fakültesi	95	24.7	2	136	35.4
İlahiyat Fakültesi	26	6.8	3	60	15.6
Diğer	2	0.5	4	46	12
<b>Sınıf</b>			5	11	2.9
Hazırlık	5	1.3	6	3	0.8
1. sınıf	53	13.8	7	47	12.2
2. sınıf	195	50.8			

Araştırmada ilk olarak keşifsel faktör analizinden yararlanılarak, şehirde yaşayan insanların memnuniyetini ölçmede kullanılan ölçeğin boyutları tespit edilmiştir. Daha sonra Smart PLS 3 programından yararlanılarak şehirde yaşayan akademisyen ve öğrencilerin şehirde yaşamdan memnuniyet indeksleri ayrı ayrı hesaplanmıştır. Yapısal eşitlik modeli PLS-PM analiz sonucu tespit edilen boyutlara ilişkin indeks değerleri ve genel yaşam memnuniyet indeksi Şekil 2 ve takip eden şekillerde yer almaktadır.

Analiz sonucunda akademisyenlerin genel yaşam memnuniyetini ölçen boyutların ağırlıkları ve istatistiksel anlamlılık düzeyleri Tablo 3'te yer almaktadır.

**Tablo 3. Akademisyenler için hipotez test sonuçları**

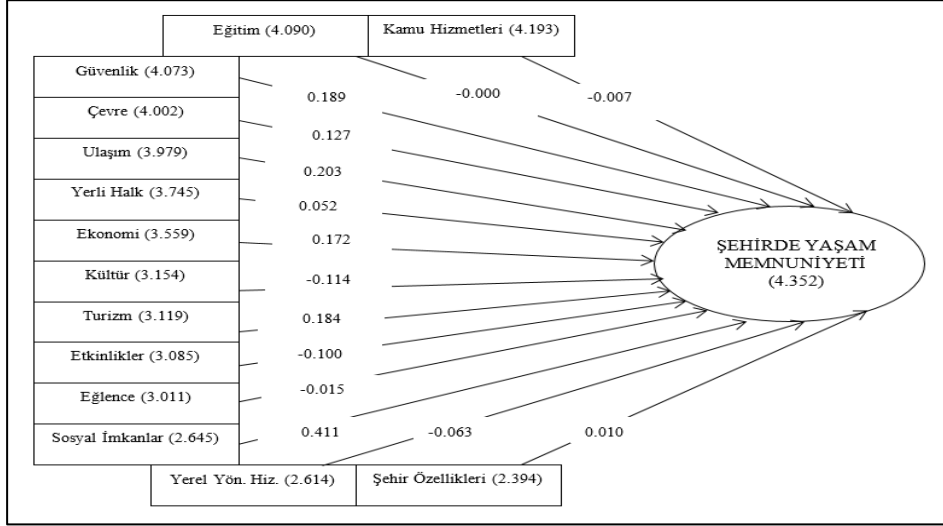
Hipotezler	$\beta$	P	
H <sub>1</sub> : Sosyal İmkanlar	0.411	0.00	KABUL
H <sub>2</sub> : Yerel Yönetim Hizmetleri	-0.063	0.521	RED
H <sub>3</sub> : Eğlence	-0.015	0.905	RED
H <sub>4</sub> : Güvenlik	0.127	0.0244	KABUL
H <sub>5</sub> : Kamu Hizmetleri	-0.007	0.949	RED
H <sub>6</sub> : Turizm	-0.100	0.491	RED
H <sub>7</sub> : Kültür	0.194	0.0264	KABUL
H <sub>8</sub> : Ekonomi	-0.114	0.0344	KABUL
H <sub>9</sub> : Çevre	0.203	0.0108	KABUL
H <sub>10</sub> : Şehir Özellikleri	0.010	0.950	RED
H <sub>11</sub> : Ulaşım	0.052	0.663	RED
H <sub>12</sub> : Eğitim	0.189	0.0129	KABUL
H <sub>13</sub> : Etkinlikler	-0.000	0.999	RED
H <sub>14</sub> : Yerli Halk	0.172	0.007	KABUL

Tablo 3'te yer alan boyutların p değerleri incelendiğinde, sosyal imkanlar, güvenlik, kültür, ekonomi, çevre, eğitim, yerli halk boyutlarının, akademik personelin şehirden algıladıkları yaşam memnuniyetlerini istatistiksel olarak anlamlı ( $P < 0.05$ ) bir şekilde etkilediği tespit edilmiştir. Yerel yönetim hizmetleri, eğlence, kamu hizmetleri, turizm, şehir özellikleri, ulaşım ve etkinlikler boyutlarının ise istatistiksel olarak anlamlı ( $p > 0.05$ ) olmadığı belirlenmiştir. Öğrencilerin genel yaşam memnuniyetini ölçen boyutların ağırlıkları ve istatistiksel anlamlılık düzeyleri ise Tablo 4'te yer almaktadır.

**Tablo 4. Öğrenciler için hipotez test Sonuçları**

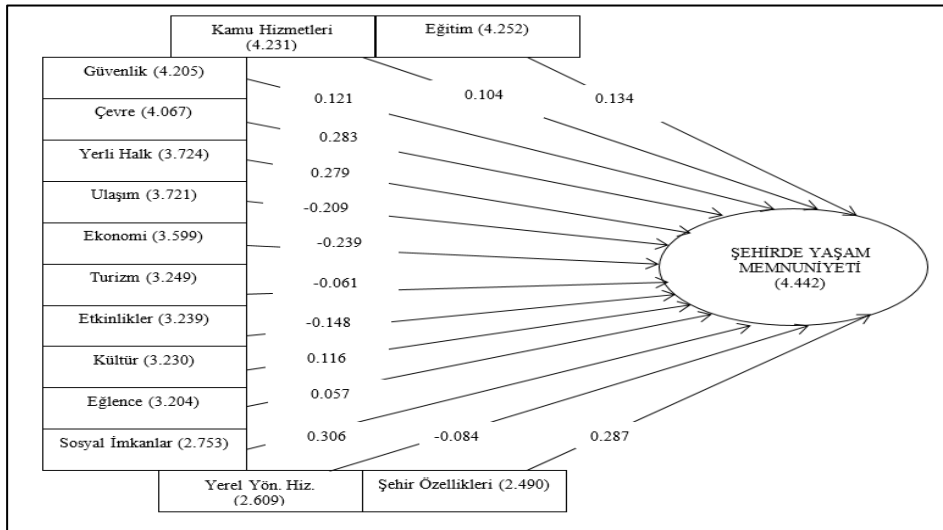
Hipotezler	$\beta$	P	
H <sub>1</sub> : Sosyal İmkanlar	0.335	0.00	KABUL
H <sub>2</sub> : Yerel Yönetim Hizmetleri	-0.073	0.232	RED
H <sub>3</sub> : Eğlence	0.064	0.309	RED
H <sub>4</sub> : Güvenlik	0.159	0.003	KABUL
H <sub>5</sub> : Kamu Hizmetleri	0.135	0.008	KABUL
H <sub>6</sub> : Turizm	0.05	0.938	RED
H <sub>7</sub> : Kültür	0.081	0.222	RED
H <sub>8</sub> : Ekonomi	-0.010	0.857	RED
H <sub>9</sub> : Çevre	0.083	0.241	RED
H <sub>10</sub> : Şehir Özellikleri	-0.009	0.882	RED
H <sub>11</sub> : Ulaşım	0.007	0.889	RED
H <sub>12</sub> : Eğitim	0.128	0.006	KABUL
H <sub>13</sub> : Etkinlikler	0.008	0.902	RED
H <sub>14</sub> : Yerli Halk	0.108	0.058	KABUL

Tablo 4’te yer alan boyutların p değerleri incelendiğinde, sosyal imkanlar, güvenlik, kamu hizmetleri, eğitim ve yerli halk boyutlarının öğrencilerin şehirde yaşamaktan algıladıkları memnuniyeti istatistiksel olarak anlamlı ( $P<0.05$ ) ve pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Yerel yönetim hizmetleri, eğlence, turizm, kültür, ekonomi, çevre, şehir özellikleri, ulaşım ve etkinlikler boyutlarının ise istatistiksel olarak anlamlı ( $p>0.05$ ) olmadığı belirlenmiştir. Akademisyenler için hesaplanan şehir yaşam memnuniyeti indeksi ve her bir boyuta ilişkin memnuniyet düzeyleri Şekil 2’de yer almaktadır.



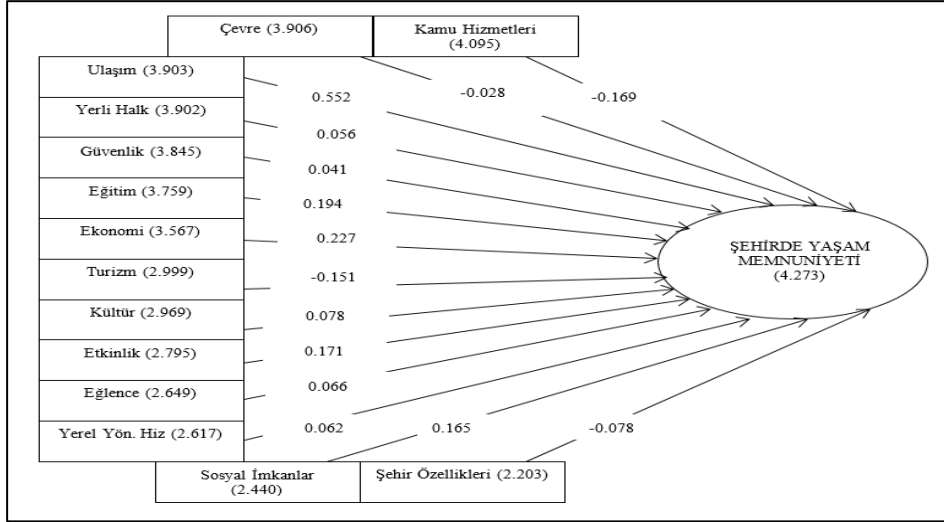
Şekil 2. Akademisyenler için şehirde yaşam memnuniyeti indeks değerleri

Akademisyenler için şehirde yaşam memnuniyeti oluşturmada etkili olan boyutların indeks değerleri; kamu hizmetleri (4.193), eğitim (4.090), güvenlik (4.073), çevre (4.002), ulaşım (3.979), yerli halk (3.745), ekonomi (3.559) şeklinde sıralanmıştır. Akademisyenlerin şehirde yaşamdan genel memnuniyet indeksi (4.352) şeklinde hesaplanmıştır. Akademisyenlerin genel memnuniyet düzeyini olumsuz yönde etkileyen en önemli boyutların ise kültür (3.154) ve yerel yönetim hizmetleri (2.614) olduğu belirlenmiştir. Erkek akademisyenler için hesaplanan şehirde yaşam memnuniyeti indeksi ve her bir boyuta göre hesaplanan memnuniyet indeksi Şekil 3’te verilmiştir.



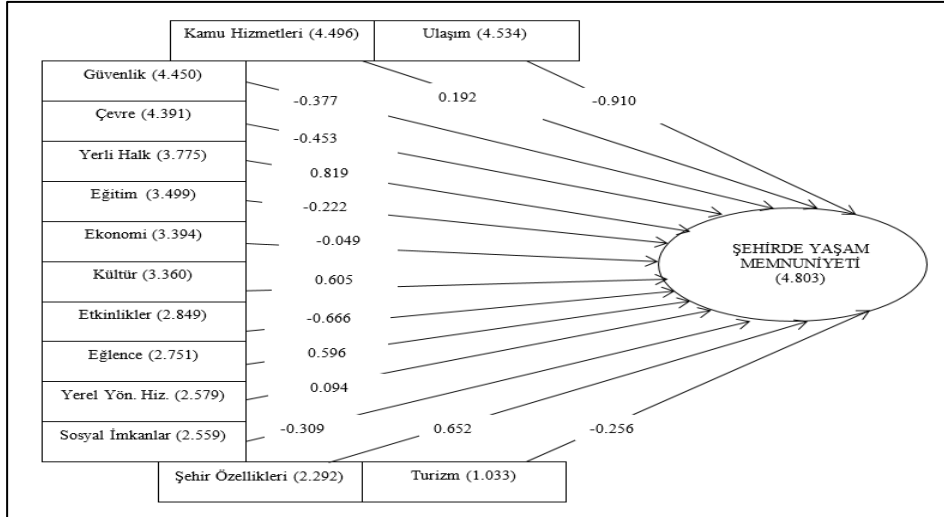
Şekil 3. Erkek akademisyenler için şehirde yaşam memnuniyeti indeks değerleri

Erkek akademisyenler için şehirde yaşam memnuniyeti oluşturmada etkili olan boyutların indeks değerleri eğitim (4.252), kamu hizmetleri (4.231), çevre (4.067), yerli halk (3.724), ulaşım (3.721), ekonomi (3.599), turizm (3.249) şeklinde sıralanmıştır. Erkek Akademisyenlerin şehirde yaşamdan genel memnuniyet indeksi ise (4.442) şeklinde hesaplanmıştır. Erkek Akademisyenlerin genel memnuniyet düzeyini olumsuz yönde etkileyen en önemli boyutların ise ulaşım (3.721) ve etkinlikler (3.239) olduğu belirlenmiştir. Kadın akademisyenler için hesaplanan şehirde yaşam memnuniyeti indeksi ve her bir boyuta göre hesaplanan memnuniyet indeksi Şekil 4’te verilmiştir.



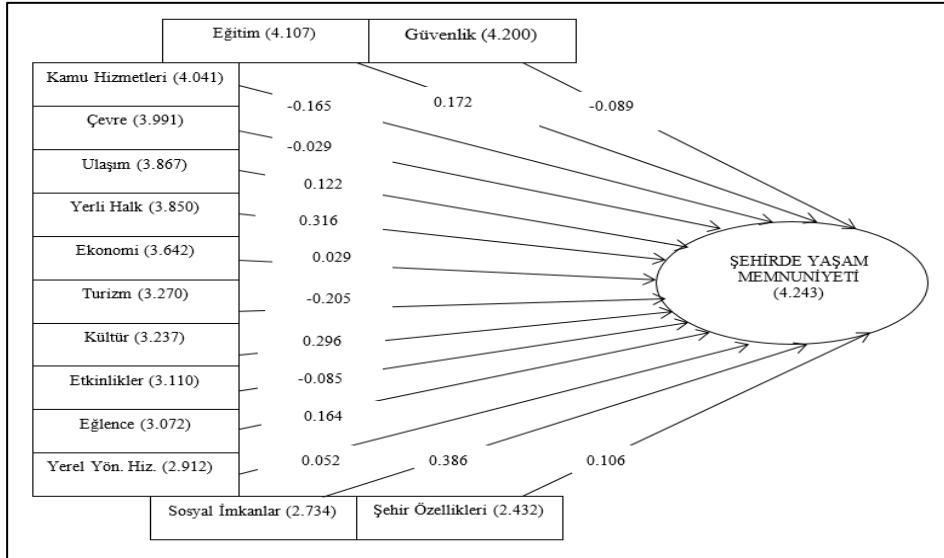
**Şekil 4. Kadın akademisyenler için şehirde yaşam memnuniyeti indeks değerleri**

Kadın akademisyenler için şehirde yaşam memnuniyeti oluşturmada etkili olan boyutların indeks değerleri kamu hizmetleri (4.095), çevre (3.906), ulaşım (3.903), yerli halk (3.902), güvenlik (3.845), eğitim (3.759), ekonomi (3.567) şeklinde sıralanmıştır. Kadın akademisyenlerin şehirde yaşamdan genel memnuniyet indeksi ise (4.273) şeklinde hesaplanmıştır. Kadın Akademisyenlerin genel memnuniyet düzeyini olumsuz yönde etkileyen en önemli boyutların ise kamu hizmetleri (4.095) ve turizm (2.999) olduğu belirlenmiştir. Fen Edebiyat Fakültesi'nde görev yapan akademisyenler için hesaplanan şehirde yaşam memnuniyeti indeksi ve her bir boyuta göre hesaplanan memnuniyet indeksi Şekil 5’te verilmiştir.



**Şekil 5. Fen Edebiyat Fakültesi'nde görev yapan akademisyenler için şehirde yaşam memnuniyeti indeks değerleri**

Fen Edebiyat Fakültesi'nde görev yapan akademisyenler için şehirde yaşam memnuniyeti oluşturmada etkili olan boyutların indeks değerleri ulaşım (4.534), kamu hizmetleri (4.496), güvenlik (4.450), çevre (4.391), yerli halk (3.775), eğitim (3.499), ekonomi (3.394) şeklinde sıralanmıştır. Fen Edebiyat Fakültesi'nde görev yapan akademisyenlerin şehirde yaşamdan genel memnuniyet indeksi ise (4.803) şeklinde hesaplanmıştır. Fen Edebiyat Fakültesi'nde görev yapan akademisyenlerin genel memnuniyet düzeyini olumsuz yönde etkileyen en önemli boyutların ise ulaşım (4.534) ve etkinlikler (2.849) olduğu belirlenmiştir. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde görev yapan akademisyenler için hesaplanan şehirde yaşam memnuniyeti indeksi ve her bir boyuta göre hesaplanan memnuniyet indeksi Şekil 6'da verilmiştir.

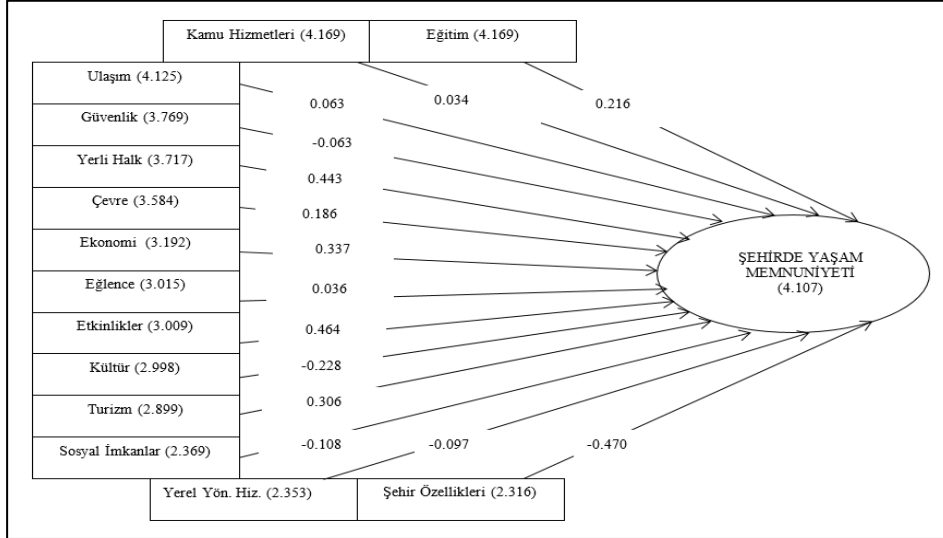


**Şekil 6. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde görev yapan akademisyenler için şehirde yaşam memnuniyeti indeks değerleri**

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde görev yapan akademisyenler için şehirde yaşam memnuniyeti oluşturmada etkili olan boyutların indeks değerleri güvenlik (4.200), eğitim (4.107), kamu hizmetleri (4.041), çevre (3.991), ulaşım (3.867), yerli halk (3.850), ekonomi (3.642) şeklinde sıralanmıştır. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde görev yapan

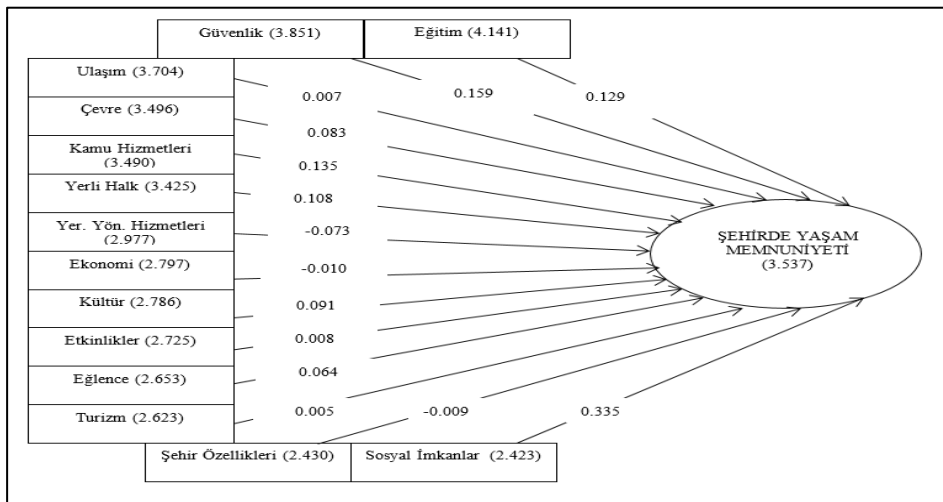


akademisyenlerin şehirde yaşamdan genel memnuniyet indeksi ise (4.243) şeklinde hesaplanmıştır. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde görev yapan akademisyenlerin genel memnuniyet düzeyini olumsuz yönde etkileyen en önemli boyutların ise kamu hizmetleri (4.041) ve turizm (3.270) olduğu belirlenmiştir. Mühendislik Fakültesinde görev yapan akademisyenler için hesaplanan şehirde yaşam memnuniyeti indeksi ve her bir boyuta göre hesaplanan memnuniyet indeksi Şekil 7'de verilmiştir.



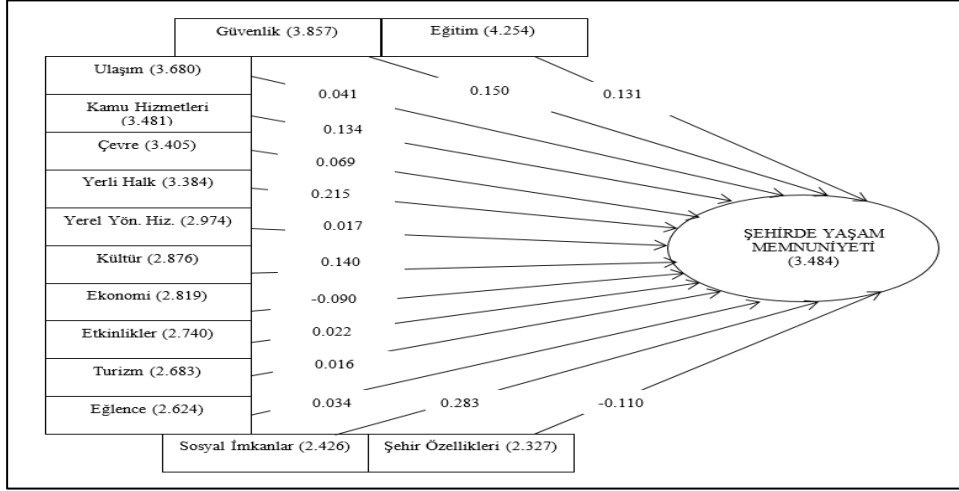
**Şekil 7. Mühendislik Fakültesi'nde görev yapan akademisyenler için şehirde yaşam memnuniyeti indeks değerleri**

Mühendislik Fakültesi'nde görev yapan akademisyenler için şehirde yaşam memnuniyeti oluşturmada etkili olan boyutların indeks değerleri (4.169), kamu hizmetleri (4.169), ulaşım (4.125), güvenlik (3.769), yerli halk (3.717), çevre (3.584), ekonomi (3,192) şeklinde sıralanmıştır. Mühendislik Fakültesi'nde görev yapan akademisyenlerin şehirde yaşamdan genel memnuniyet indeksi ise (4.107) şeklinde hesaplanmıştır. Mühendislik Fakültesi'nde görev yapan akademisyenlerin genel memnuniyet düzeyini olumsuz yönde etkileyen en önemli boyutların ise şehir özellikleri (2.316) ve kültür (2.998) olduğu belirlenmiştir. Öğrenciler için hesaplanan şehirde yaşam memnuniyeti indeksi ve her bir boyuta göre hesaplanan memnuniyet indeksi Şekil 8'de verilmiştir.



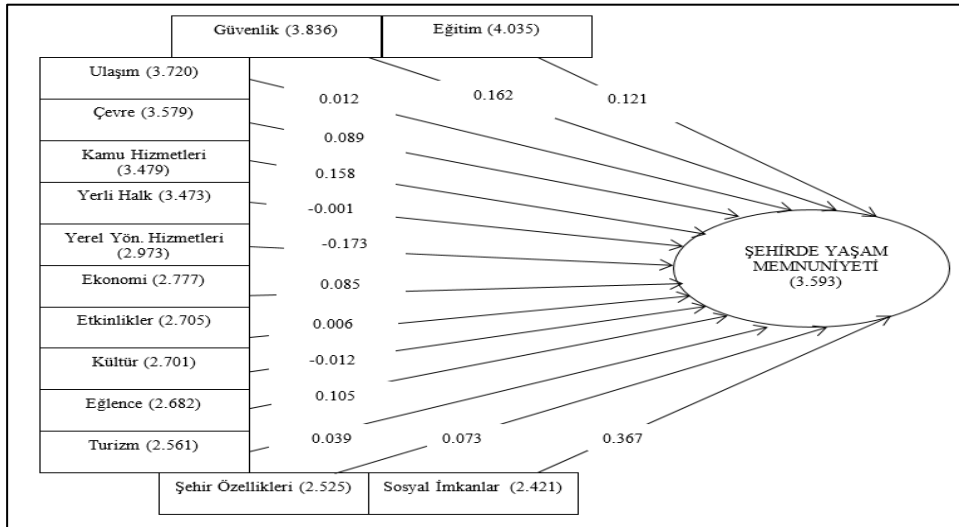
**Şekil 8. Öğrenciler için şehirde yaşam memnuniyeti indeks değerleri**

Öğrenciler için şehirde yaşam memnuniyeti oluşturmada etkili olan boyutların indeks değerleri; eğitim (4.141), güvenlik (3.851), ulaşım (3.704), çevre (3.496), kamu hizmetleri (3.490), yerli halk (3.425), yerel yönetim hizmetleri (2.977) şeklinde sıralanmıştır. Öğrencilerin şehirde yaşamdan genel memnuniyet indeksi (3,537) şeklinde hesaplanmıştır. Öğrencilerin genel memnuniyet düzeyini olumsuz yönde etkileyen en önemli boyutların ise yerel yönetim hizmetleri (2.977) ve ekonomi (2.797) olduğu belirlenmiştir. Erkek öğrenciler için hesaplanan şehirde yaşam memnuniyeti indeksi ve her bir boyuta göre hesaplanan memnuniyet indeksi Şekil 9’da verilmiştir.



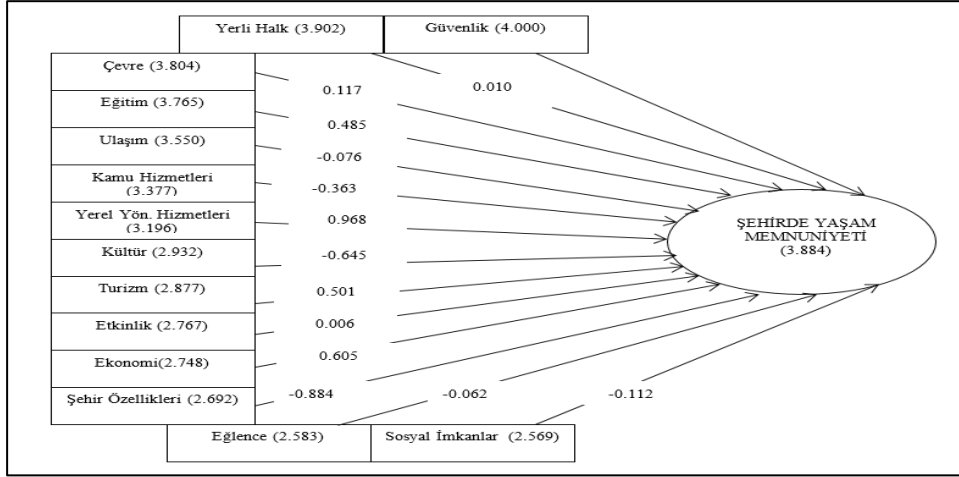
Şekil 9. Erkek öğrenciler için şehirde yaşam memnuniyeti indeks değerleri

Erkek öğrenciler için şehirde yaşam memnuniyeti oluşturmada etkili olan boyutların indeks değerleri eğitim (4.254), güvenlik (3.857), ulaşım (3.680), kamu hizmetleri (3.481), çevre (3.405), yerli halk (3.384), yerel yönetim hizmetleri (2.974) şeklinde sıralanmıştır. Erkek Öğrencilerin şehirde yaşamdan genel memnuniyet indeksi ise (3.484) şeklinde hesaplanmıştır. Erkek Öğrencilerin genel memnuniyet düzeyini olumsuz yönde etkileyen en önemli boyutların ise şehir özellikleri (2.327) ve ekonomi (2.819) olduğu belirlenmiştir. Kız Öğrenciler için hesaplanan şehirde yaşam memnuniyeti indeksi ve her bir boyuta göre hesaplanan memnuniyet indeksi Şekil 10’da verilmiştir.



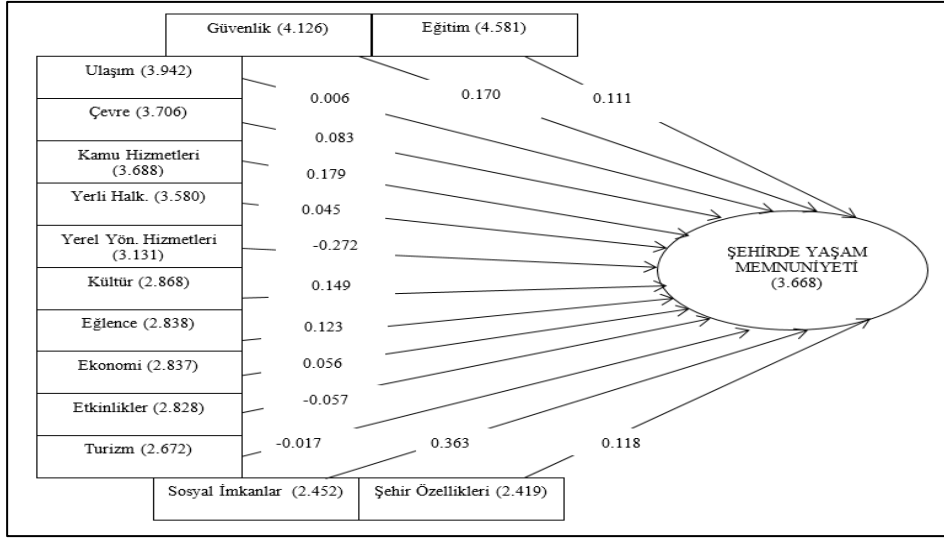
Şekil 10. Kız öğrenciler için şehirde yaşam memnuniyeti indeks değerleri

Kız öğrenciler için şehirde yaşam memnuniyeti oluşturmada etkili olan boyutların indeks değerleri eğitim (4.035), güvenlik (3.836), ulaşım (3.720), çevre (3.579), kamu hizmetleri (3.479), yerli halk (3.473), yerel yönetim hizmetleri (2.973) şeklinde sıralanmıştır. Kız Öğrencilerin şehirde yaşamdan genel memnuniyet indeksi ise (3.593) şeklinde hesaplanmıştır. Kız Öğrencilerin genel memnuniyet düzeyini olumsuz yönde etkileyen en önemli boyutların ise yerel yönetim hizmetleri (2.973) ve kültür (2.701) olduğu belirlenmiştir. Fen Edebiyat Fakültesi'nde öğrenim gören öğrenciler için hesaplanan şehirde yaşam memnuniyeti indeksi ve her bir boyuta göre hesaplanan memnuniyet indeksi Şekil 11'de verilmiştir.



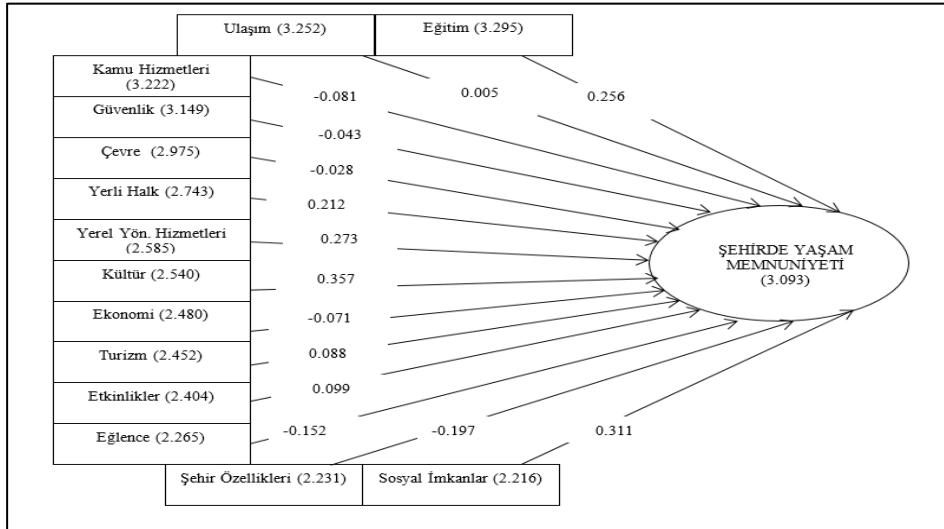
**Şekil 11. Fen Edebiyat Fakültesi'nde öğrenim gören öğrenciler için şehirde yaşam memnuniyeti indeks değerleri**

Fen Edebiyat Fakültesi'nde öğrenim gören öğrenciler için şehirde yaşam memnuniyeti oluşturmada etkili olan boyutların indeks değerleri güvenlik (4,000), yerli halk (3.902), çevre (3.804), eğitim (3.765), ulaşım (3.550), kamu hizmetleri (3.377), yerel yönetim hizmetleri (3.196) şeklinde sıralanmıştır. Fen Edebiyat Fakültesi'nde öğrenim gören öğrencilerin şehirde yaşamdan genel memnuniyet indeksi ise (3.884) şeklinde hesaplanmıştır. Fen Edebiyat Fakültesi'nde öğrenim gören öğrencilerin genel memnuniyet düzeyini olumsuz yönde etkileyen en önemli boyutların ise şehir özellikleri (2.692) ve kültür (2.932) olduğu belirlenmiştir. İktisadi İdari Bilimler Fakültesi'nde öğrenim gören öğrenciler için hesaplanan şehirde yaşam memnuniyeti indeksi ve her bir boyuta göre hesaplanan memnuniyet indeksi Şekil 12'de verilmiştir.



**Şekil 12. İktisadi İdari Bilimler Fakültesi'nde öğrenim gören öğrenciler için şehirde yaşam memnuniyeti indeks değerleri**

İktisadi İdari Bilimler Fakültesi'nde öğrenim gören öğrenciler için şehirde yaşam memnuniyeti oluşturmada etkili olan boyutların indeks değerleri eğitim (4.581), güvenlik (4.126), ulaşım (3.942), çevre (3.706), kamu hizmetleri (3.688), yerli halk (3.580), şeklinde sıralanmıştır. İktisadi İdari Bilimler Fakültesi'nde öğrenim gören öğrencilerin şehirde yaşamdan genel memnuniyet indeksi ise (3.668) şeklinde hesaplanmıştır. Fen Edebiyat Fakültesi'nde öğrenim gören öğrencilerin genel memnuniyet düzeyini olumsuz yönde etkileyen en önemli boyutların ise yerel yönetim hizmetleri (3.131) ve etkinlikler (2.828) olduğu belirlenmiştir. Mühendislik Fakültesi'nde öğrenim gören öğrenciler için hesaplanan şehir memnuniyeti indeksi ve her bir boyuta göre hesaplanan memnuniyet indeksi Şekil 13'te verilmiştir.



**Şekil 13. Mühendislik Fakültesi'nde öğrenim gören öğrenciler için şehirde yaşam memnuniyeti indeks değerleri**

Mühendislik Fakültesi'nde öğrenim gören öğrenciler için şehirde yaşam memnuniyeti oluşturmada etkili olan boyutların indeks değerleri; eğitim (3.295), ulaşım (3.252), kamu hizmetleri (3.222), güvenlik (3.149), çevre (2.975), yerli halk (2.743), yerel yönetim

hizmetleri (2.585) şeklinde sıralanmıştır. Mühendislik Fakültesi'nde öğrenim gören öğrencilerin şehirde yaşamdan genel memnuniyet indeksi ise (3.093) şeklinde hesaplanmıştır. Mühendislik Fakültesi'nde öğrenim gören öğrencilerin genel memnuniyet düzeyini olumsuz yönde etkileyen en önemli boyutların ise şehir özellikleri (2.231) ve eğlence (2.265) olduğu belirlenmiştir. Analiz sonucunda akademisyen ve öğrencilerin şehirdeki yaşamdan genel memnuniyet indeksleri cinsiyete ve fakülterlere göre karşılaştırmalı olarak Tablo 5'te yer almaktadır.

**Tablo 5. Akademisyen ve öğrencilerin şehirde yaşam memnuniyeti karşılaştırması**

Akademisyen	Yaşam Memnuniyet İndeksi	Öğrenci	Yaşam Memnuniyet İndeksi
Akademisyenler	4,352	Öğrenciler	3,537
Akademisyenler (Erkek)	4,442	Öğrenciler (Erkek)	3,484
Akademisyenler (Kadın)	4,273	Öğrenciler (Kadın)	3,593
Akademisyenler (Fen Edebiyat Fakültesi.)	4,803	Öğrenciler (Fen Edebiyat Fakültesi)	3,884
Akademisyenler (İİBF)	4,243	Öğrenciler (İİBF)	3,668
Akademisyenler (Mühendislik Fakültesi)	4,107	Öğrenciler (Mühendislik Fakültesi)	3,093

Tablo 5'te akademisyenlerin öğrencilere göre şehirde olan yaşamlarından daha yüksek düzeyde memnuniyet duydukları görülmektedir. Akademisyenlerin memnuniyet düzeyleri cinsiyete göre incelendiğinde, erkek akademisyenlerin daha memnun oldukları; fakülterlere göre incelendiğinde ise Fen Edebiyat Fakültesi'nde görev yapan akademisyenlerin diğer fakültelerde görev yapan akademisyenlere göre daha yüksek düzeyde yaşam memnuniyeti duydukları tabloda yer almaktadır. Öğrencilerin memnuniyet düzeyleri cinsiyete göre incelendiğinde, kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha memnun oldukları; fakülterlere göre incelendiğinde ise Fen Edebiyat Fakültesi'nde öğrenim gören öğrencilerin diğer fakültelerde öğrenim gören öğrencilere göre daha yüksek düzeyde yaşam memnuniyeti duydukları tabloda verilmiştir.

#### 4. SONUÇ

Bir şehrin markalaşmasında, şehirde yaşayan nitelikli insan sermayesi (entelektüel sermaye) düzeyinin artırılması oldukça önemlidir. Öğrenciler ve akademisyenler, doğrudan ekonomik faydalarının yanı sıra, akademik hayatları boyunca ve sonrasında, şehirleri canlandırarak, şehirlere sosyal ve kültürel canlılık getirmektedirler. Kafelere, canlı müzik mekanlarına, galerilere, sergilere tiyatrolara ve sinemalara sık sık giderek kültürel canlılığın güçlendirilmesinde önemli bir rol oynamaktadırlar. Akademisyen ve öğrenciler için şehirde yaşamın cazip hale getirilmesi, ev sahibi şehrin ekonomik, kültürel ve sosyal yönden gelişmesini sağlayacaktır. Bu bağlamda, çalışmanın amacı, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesinde çalışan akademisyenler ve eğitim alan öğrencilerin Osmaniye'de yaşamaktan duydukları memnuniyet düzeyini ölçerek, şehirde yaşamdan duydukları memnuniyet düzeylerine ait indeks değerlerini hesaplamaktır.

Analizler sonucunda, şehirde yaşamaktan duyulan genel memnuniyet düzeyini tespit etmede ve memnuniyet indeksi hesaplamada kullanılacak boyutlar; sosyal imkanlar, yerel yönetim hizmetleri, eğlence, güvenlik, kamu hizmetleri, turizm, kültür, ekonomi, çevre, şehir özellikleri, ulaşım eğitim, etkinlikler ve yerli halk olarak tespit edilmiştir.

Akademisyenler için şehirde yaşam memnuniyeti oluşturmada etkili olan boyutların indeks değerlerinin sıralaması; kamu hizmetleri, eğitim, güvenlik, çevre şeklinde gerçekleşmiştir. Akademisyenlerin genel memnuniyet düzeyini olumsuz yönde etkileyen en önemli boyutların ise kültürel yapı ve çeşitlilik ve yerel yönetim hizmetleri olduğu tespit edilmiştir. Memnuniyeti etkileyen tüm boyutlar dikkate alındığında, akademisyenlerin şehirde yaşamdan genel memnuniyet indeksi düzeyi 4,35 şeklinde hesaplanmıştır. Araştırmamızın sonuçları, Gilboa vd (2015) yapmış oldukları araştırma sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Araştırmacılar, şehir sakinlerinin şehirden duydukları memnuniyeti etkileyen faktörleri; yerel yönetim hizmetleri, kamu hizmetleri, boş zaman değerlendirme imkanları ve şehrin güvenli olması şeklinde sıralamışlardır.

Öğrenciler için şehirde yaşam memnuniyeti oluşturmada etkili olan boyutların indeks değerlerinin sıralaması; eğitim, güvenlik, ulaşım şeklinde gerçekleşmiştir. Öğrencilerin genel memnuniyet düzeyini olumsuz yönde etkileyen en önemli boyutlar ise yerel yönetim hizmetleri ve şehrin ekonomik gelişim düzeyi olduğu belirlenmiştir. Memnuniyeti etkileyen tüm boyutlar dikkate alındığında, öğrencilerin şehirde yaşamdan genel memnuniyet indeksi 3,54 şeklinde hesaplanmıştır. Araştırmamızın sonuçları, Helgesen vd. (2013) ve Inch ve Sun (2013) yapmış oldukları araştırma sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Araştırmacılar, öğrencilerin şehirden duydukları memnuniyeti etkileyen faktörleri; barınma, ulaşım, şehrin cazibesi ve canlılığı, şehrin sunduğu kültürel ve sosyal imkânlar ve üniversitenin sunduğu imkanlar şeklinde sıralamışlardır.

Günümüzde şehirler, hedef kitesini, yarattıkları değer konusunda ikna ederek, dünya genelindeki, tüketici, turist, yatırım, vasıflı çalışan ve fikir paylaşımı rekabetinden pay almak istemektedirler. Şehirler, şehre daha fazla turist ve yatırımcının çekilmesi sağlanarak, şehirdeki girişimcilik ve endüstrinin geliştirilmesi, şehre yeni yerleşimcilerin çekilmesi ve şehir halkının refah düzeyinin artırılarak, şehir kalkınmasında rol almalarının sağlanması konularında yoğun rekabet içindedirler. Şehirlerin bu yoğun rekabette başarılı olmaları, pazarlama strateji ve tekniklerini kullanarak, tüketicilerin zihninde güçlü marka şehir algısı oluşturmalarıyla mümkündür. Sonuç olarak, şehrin marka olması birçok açıdan önemli kazançlar sunmaktadır. Şehrin güçlü bir marka olabilmesinin ön koşulu, şehirde yaşayan insanların yaşadıkları şehirden memnuniyet algısının yüksek olmasıdır. Bu çalışma kapsamında şehrin gelişmesine en yüksek düzeyde katkı sunan gruplardan olan akademisyenler ve üniversite öğrencilerinin şehre yönelik memnuniyet boyutları ve memnuniyet düzeyleri tespit edilmiştir. Araştırma sonuçları, şehir yönetici ve karar alıcılarına alacakları kararlarda yol gösterebilecektir. Bundan sonraki çalışmalarda, şehirde yaşayan farklı meslek grupları ve diğer şehir sakinlerinin araştırmaya dahil edilmesi sonucunda genel olarak şehre yönelik memnuniyet düzeylerinin belirlenmesinde etkili olabilecektir.

## **KAYNAKÇA**

- Abubakar, B., Shanka, T., Muuka, G. N. (2010). Tertiary education: An investigation of location selection criteria and preferences by international students – the case of two Australian Universities, *Journal of Marketing for Higher Education*, 20(1), 49-68.
- Apaydın, F. (2014), *Şehir Pazarlaması*, Ankara: Nobel.
- Avcılar, M. Y., Kara, E. (2015). Şehir Markası Kavramı ve Marka Şehir Yaratma Stratejilerine Yönelik Literatür İncelemesi, *Sosyal Ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 34, 76-94.

- Benneworth, P., Conen, L., Moodysson, J., Asheim, B. (2009). Exploring the multiple roles of Lund University in strengthening Scania's regional innovation system: Towards Institutional Learning?, *European Planning Studies*, 17(11), 1645–1664.
- Brandt, C., Mortanges, C. P. (2011). City branding: A brand concept map analysis of a university town, *Place Branding and Public Diplomacy*, 7(1), 50 – 63.
- Cop, R., Akpınar, İ. (2014). Öğrencilerin şehirlerin markalaşmasına yönelik algıları, *Marmara Üniversitesi İ.İ.B. Dergisi*, 36(1), 69-88.
- Cubillo, J., Sa'nchez, J., Cerviño, J. (2006). International students' decision-making process, *International Journal of Educational Management*, 20 (2), 101-115.
- Demirel, M. (2014). Burdur kent imajı: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi öğrencileri üzerine bir alan araştırması, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(10), 230-241.
- Demirgüneş, B., Avcılar, M. Y. (2014). Şehir markası oluşturma: Şehirde oturanların memnuniyet düzeyleri üzerine bir uygulama, A. Tan (Ed.), 19. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiri Kitabı, Gaziantep, 557-570.
- Fleury-Bahi, G., Felonneau, M., Marchand, D. (2008). *Processes of place identification and residential satisfaction*, *Environment and Behavior*, 40(5), 669-682.
- Gilboa, S., Jaffe, E. D., Vianelli, D., Pastore, A., Herstein, R. (2015). A Summated rating scale for measuring city image, *Cities*, 44, 50–59.
- Gruber, T., Fuß, S., Voss, R., 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.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M., Sarstedt, M. (2014). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*, SAGE Publications.
- Haven-Tang, C., Jones, E., Webb, C. (2007). Critical success factors for business tourism destinations: Exploiting Cardiff national capital city status and shaping its business tourism offer, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 22(3-4), 109–120.
- Helgesen, Ø., Nasset, E., Strand, Ø. (2013). “Brain Drain” or “Brain Gain”? Students' loyalty to their student town: Field evidence from Norway, *European Planning Studies*, 21(6), 909-943.
- Henseler, J., Ringle, C. M., Sinkovics, R. R. (2009). *The use of partial least squares path modeling in international marketing*, in Rudolf R. Sinkovics, Pervez N. Ghauri (ed.) *New Challenges to International Marketing (Advances in International Marketing)*, Emerald Group Publishing Limited, 277 – 319.
- Insch, A., Florek, M. (2008). A great place to live, work and play- conceptualising place satisfaction in the case of a city's residents, *Journal of Place Management and Development*, 1(2), 138-149.
- Insch, A., Sun, B. (2013). University students' needs and satisfaction with their host city, *Journal of Place Management and Development*, 6(3), 178 - 191.
- Kandemir, H. (2015). Öğrenci memnuniyetini etkileyen faktörlerin yapısal eşitlik modeli ile araştırılması, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(13), 447-461.

- Kavaratzis, M., Ashworth, G. J. (2007). Partners in coffee shops, canals and commerce: Marketing the city of Amsterdam, *Cities*, 24(1), 16–25.
- Kotler P., Keller K. L. (2012). *Marketing management*, New Jersey: Pearson Education.
- Lam, S. Y., Shankar, V., Erramilli, M. K., Murthy, B. (2004). Customer value, satisfaction, loyalty, and switching Costs: An illustration from a business-to-business service context, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32( 3), 293-311.
- Lovelock, C., Wirtz, J. (2011). *Customer satisfaction with service experiences, services marketing: People, technology, strategy*, New Jersey: Pearson Education.
- Murtagh, B. (2001). City visioning and the turn to community: The case of Derry / Londonderry, *Planning Practice and Research*, 16(1), 9–19.
- Oliver, R.L. (1996). *Satisfaction: A behavioral perspective on consumer*, New York: Price Hill.
- Price, I., Matzdorf, F., Smith, L., Agahi, H. (2003). The impact of facilities on student choice of university, *Facilities*, 21(10), 212-22.
- Richards, G., Wilson, J. (2004). The impact of cultural events on city image: Rotterdam, cultural capital of Europe 2001, *Urban Studies*, 41(10), 1931–1951.
- Ringle, C. M., Wende, S., Becker, J. M. (2015). *SmartPLS 3*, Boenningstedt: SmartPLS GmbH.
- Sojkin, B., Bartkowiak, P., Skuza, A (2012). Determinants of higher education choices and student satisfaction: The case of Poland, *Higher Education*, 63(5), 565-581.
- Zenker, S., Petersen, S., Aholt, A. (2013). The citizen satisfaction index (CSI): evidence for a four basic factor model in a German sample, *Cities*, 31, 1-9.