

ÖĞRENCİ GÖRÜŞLERİNE GÖRE SPOR ÖĞRETİMİ VEREN YÜKSEKÖĞRETİM KURUMLARININ KURUMSAL İMAJI

Funda KOÇAK¹

¹Ankara Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi

Geliş Tarihi: 14.05.2014
Kabul Tarihi: 07.08.2014

Özet: Bu çalışmanın amacı, öğrenci görüşlerine göre spor öğretimi veren yükseköğretim kurumlarının kurumsal imaj düzeyini belirlemektir. Araştırma, tarama türü bir çalışmadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak Cankurtaran ve Özbek (2012) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır (1). Araştırmanın evrenini, bir üniversitenin Spor Bilimleri Fakültesi (SBF) ve bir üniversitenin Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu (BESYO) öğrencileri oluşturmaktadır. Ölçme aracı SBF’de 207, BESYO’da 163 olmak üzere toplam 370 öğrenciye uygulanmıştır. Cinsiyete ilişkin veriler, ilişkisiz t testi ile sınıf ve okul durumuna ilişkin veriler tek yönlü varyans analizi ile test edilmiştir. Tek yönlü varyans analizi sonucunda, anlamlı bulunan farklılığın kaynağını belirlemek için LSD Testi kullanılmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre kurumsal imajın cinsiyete ve öğrenim görülen sınıfa göre farklılaştığı saptanmıştır. Araştırma sonucunda öğrencilere göre spor öğretimi veren kurumlarının algılanan kurumsal imajının orta düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

AnahtarKelimeler: Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, kurumsal imaj, Spor Bilimleri Fakültesi, üniversite öğrencisi

INSTITUTIONAL IMAGES OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS THAT SPORTS TEACHING AS VIEWS BY STUDENTS

Abstract: The purpose of this study is to identify the institutional images of higher education institutions that sports teaching as views by students. The study is a descriptive one. The data was collected via a scale developed by Cankurtaran and Özbek (2013) (1). The population of the study included a university’s Faculty of Sport Sciences (SBF) and a university’s School of Physical Education and Sport (SPES). The survey instrument was administered to 207 students of the Faculty of Sport Sciences and to 163 students of SPES, 370 students in total. Data on sex were analyzed by unpaired t-test, and data on class and school status by one-way analysis of variance. LSD Tests were applied in the post-hoc analysis to identify the sources of significant differences. According to the findings, it is concluded that the institutional image differs by gender and grade. As a result of research, according to students in the perceived institutional image of sport education institutions has been found to be moderate level.

Key words: School of physical education and sport, institutional image, faculty of sport science, undergraduate

GİRİŞ

Avrupa Konseyi (2007) yükseköğretimin dört ana amacını, öğrencileri sürdürülebilir iş yaşamına hazırlama, demokratik toplumsal yapıda aktif vatandaşlar olarak hayata hazırlama, kişisel gelişimi sağlama ve araştırma ve son olarak da öğren-

me ve öğretme faaliyetleri yoluyla geniş bilgi tabanını hazırda tutma ve geliştirme olarak belirtmiştir (2). Türkiye’de yükseköğretimin bu amaçlarına ulaşmak amacıyla yapılan öğretimin büyük kısmı devlet üniversitelerince üstlenilmiş durumdadır. Ancak gerek özel, gerekse de devlet üniver-

sitelerinin sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Bu rekabet ortamı içerisinde öğrenciler tarafından tercih edilmek için; öğrencilerin ve ebeveynlerin taleplerini karşılamak, kaliteyi korumak ve her geçen gün daha da artırmak, yükseköğretim kurumları için bir zorunluluk haline gelmektedir. Bundan dolayı, yükseköğretim kurumlarının, amaçlarının belirlenmesinde ve örgüt amaçları doğrultusunda örgüt stratejilerinin ortaya konmasında, kurumsal imajın büyük önemi vardır.

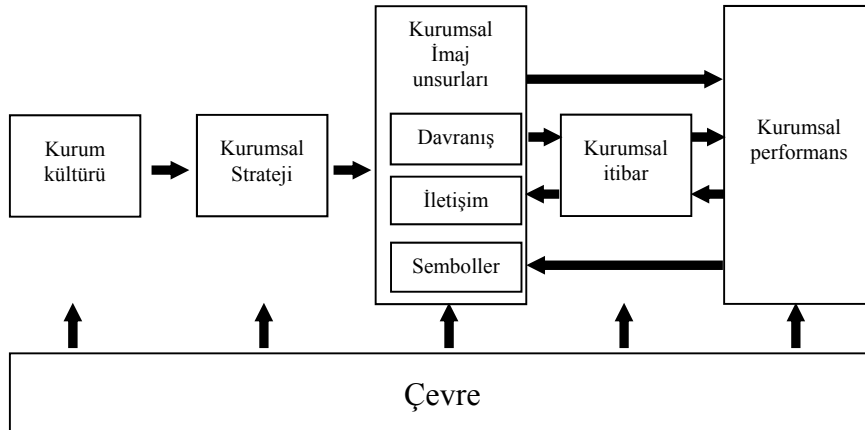
Tüm yükseköğretim kurumlarda olduğu gibi Spor Bilimleri Fakültelerinde ve Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokullarında öğretim programları ve öğrenmeye destek olacak tüm diğer yapılar yükseköğretim amaçları doğrultusunda tasarlanmaya çalışılmaktadır. Spor öğretimi veren bu yükseköğretim kurumlarının genel amacı Türk Milli Eğitiminin genel amacı doğrultusunda beden eğitimi öğretmeni yetiştirmek, Gençlik ve Spor Bakanlığı (GSB) merkez ve taşra teşkilatları ve spor kulüplerine çeşitli branşlarda antrenör ve spor yönetici yetiştirmek ve ayrıca turizm, yerel yönetimler gibi çok çeşitli alanlarda istihdam edilecek liderler ve eğitmenleri yetiştirmektir. Spor alanında öğretim veren yükseköğretim kurumları öğrencilerini merkezi sınavın yanında özel yetenek sınavı ile seçmektedirler. Aday öğrenciler kendi amaçları doğrultusunda öğrenim görmek istedikleri kurumu seçmekte ve bireysel başvuru yapmaktadırlar. Bu nedenle öğretim kurumunun eğitim kalitesi, akademik personel sayısı ve etkinliği gibi öğretim faaliyetlerinin yanında, sahip olunan tesisler ve dersliklerin fiziksel koşulları, ulaşım, kampüs özellikleri gibi faktörler de tercih edilmede önemli faktörlerdir. Bu faktörlerdeki değişiklikler öğrencilerin kurumsal imaj algısı üzerinde etkili olabilmektedir ve öğrenciler buna göre tercihte bulunmaktadırlar.

İmaj, “bir kişi veya kurumun diğer kişi ve kurumların zihinlerinde isteyerek ya da istemeyerek bırakmış olduğu fikir, anlayış ve izlenimlerin özettir” (3). Kazoleas ve ark., (2001)’na göre ise İmaj, örgüt ya da diğer sosyal faktörler ve edinilmiş kişisel tecrübeler tarafından kişiye planlı ya da plansız olarak gönderilen mesajların birey zihninde karmaşık bazı süreçlere tabi tutulması sonucunda oluşur (4). Kurumsal imaj ise, kamuoyunun zihninde kurumla veya örgütle ilgili olarak ortaya çıkan deneyimlerin, duyguların, inançların, bilgile-

rin ve beklentilerin bir bütünü olarak tanımlanmaktadır (5). Olins (1999) ise kurumsal imajı, bir kurumun bütün faaliyetleri sonucunda kurumla özdeşleştirilmiş olan düşünceler, algılar ve bilgiler birikiminden oluşan bir kavram olarak tanımlanmaktadır (6). Brown (1998) ise kurumsal imajın iki yönüne dikkat çekmektedir. Birinci yönde, kurumsal imaj bireylerin zihninde zaten vardır ve kişiden kişiye değişebilir. İkinci yönde ise; çok sayıdaki izleyici kurumu birbirine benzer görebilir ancak imaj farklı izleyiciler için farklı bilgilere dayalı olarak etkilenebilir (7). Bunun yanında algı, zihinsel resim ya da portre, çağrışım, anlamlar, kurum logosu gibi çok sayıda psikolojik öge kurumsal imajın öğeleri olarak tanımlanmıştır (8). Kazaules ve ark., (2001)’na göre de bireylerin bir örgüt için tek bir kurumsal imaj algısı yoktur (4). Bu nedenle bir örgütün, kurumsal imajına yönelik bireylerin algısı farklı açılardan sürekli ölçülmelidir.

İmaj, hem imaj kaynağı (organizasyon) hem de imajın alıcısı (hedef kitleler) için son derecede önemlidir. Örgütler hedef kitleler üzerinde olumlu bir imaj oluşturmanın, kurulacak olan ilişkilerin önemli bir ön şartı olduğunu göz önünde bulundurulur. Hedef kitleler için ise imaj, bir obje hakkındaki ‘gerçeklerin’ özetlenmesinin bir yoludur (9). Bu nedenle iyi bir kurumsal imaj, örgütlerin değerini artırmaktadır. Genel olarak kurumsal imajın etkileşim içinde olduğu unsurlar; kurum kimliği, kurum kişiliği ve kurumun hedef kitesidir (10). Ancak bu unsurların yanında kurumun itibar ve performansı diğer kurumlardaki davranış değişiklikleri, dış çevre şartları, müşteriler, personel ve hükümet gibi kurumun diğer paydaşlarının imajları gibi gelişmelerden etkilenmektedir. Bu durum van Riel ve Balmer (1997) tarafından oluşturulan modelde Şekil 1’de gösterilmiştir (11).

Şekil 1’den görülebileceği gibi kurumsal imajı etkileyen pek çok unsur bulunmaktadır. Alanyazındaki üniversitelerin kurumsal imajına ilişkin yapılmış çalışmalara bakıldığında Ivy (2001) tarafından yükseköğretim kurumlarını birbirinden ayıran etmenler araştırılmış ve İngiltere’deki köklü üniversiteler ve yeni kurulan üniversiteler ile Güney Afrika’daki geleneksel üniversiteler ve teknik üniversiteler karşılaştırılmıştır. Araştırma sonucunda üniversitelerin öğrenciler tarafından tercih edilmesinde toplumsal algıda oluşturulan olumlu kurumsal imajın etkisinin yüksek olduğu saptan-



Şekil: 1 Kurumsal kimlik oluşumu, itibar, iyileştirme ve örgütsel performans arasındaki etkileşim
(Kaynak: van Riel CBM, Balmer JMT. "Corporate identity: the concept, its measurement and management Graduate School of Management", European Journal of Marketing, 31(5/6), 340-355, 1997.)

mıştır (12). Brown ve Mazarol (2009) tarafından yüksek öğrenimde öğrenci memnuniyeti ve sadakati için kurumsal imajın önemi üzerine yapılan çalışmada ise yükseköğretim kurumlarının sahip oldukları insan kaynağı ve teknik donanımın algılanan kalite üzerinde zayıf ve belirsiz bir etkisinin olduğu bunun yanında kurumların algılanan kurumsal imajının öğrenci memnuniyeti ve sadakatinde en önemli etken olduğu ortaya konulmuştur (13).

Ülkemizde yükseköğretim kurumlarının kurumsal imajını ölçmeye yönelik çalışmaların sayısında son dönemde büyük bir artış olmuştur, ancak yine de sınırlı sayıda. Polat (2011) tarafından üniversitelerin kurumsal imajını belirlemek amacıyla Kocaeli Üniversitesi'nde 8 fakülte ve 2 yüksekokulda gerçekleştirilen çalışmada öğrencilere göre üniversitenin kurumsal imajının orta düzeyde olduğu bulunmuştur (14). Öğrencilerin kurumsal imajın alt boyutlarından genel görünüm ve altyapı imajını, sosyal ortam imajını, program imajı ile eğlence imajını orta düzeyde algıladığı görülürken, spor imajını ve barınma-beslenme imajını düşük düzeyde algıladıkları saptanmıştır. Saracel ve ark., (2001) tarafından yapılan kurumsal imaj çalışmasında üniversiteyi tercih edeceklerin, neredeyse yarısının tercih nedeninin eğitim-öğretimin kalite düzeyi olduğu bulunmuştur (15). Cerit (2006) tarafından Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi öğrencileri üzerinde yapılan çalışmada da öğrencilerin algılarına göre üniversitenin orta düzeyde olumlu bir imaja sahip olduğu saptanmış-

tır (16). Cankurtaran ve Özbek (2012) ise çalışmalarında üç üniversitenin Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokullarının kurumsal imajlarını karşılaştırmışlar ve öğrenci algılarına göre, Hacettepe Ü. SBTYO'nun, Gazi Üniversitesi, BESYO'ya göre, Gazi Ü. BESYO'nun da, Ankara Ü. BESYO'ya göre daha iyi bir kurumsal imaja sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanında Hacettepe Ü. SBTYO ve Gazi Üniversitesi BESYO'da çok, Ankara Üniversitesi BESYO'da ise orta düzeyde kurumsal imaj olduğu ortaya koyulmuştur (1). Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokullarının kalite bakımından öğrenciler tarafından değerlendirilmesi amacıyla yapılan bir başka çalışmada ise öğrenciler, okul idarecileri ve akademik personelle istedikleri düzeyde iletişim kuramadıklarını ve okullarında yeterince sportif ve sosyal-kültürel faaliyetlerin yapılmadığını belirtmişlerdir (17).

Bu araştırmanın amacı, spor öğretimi veren yükseköğretim kurumlarının kurumsal imajını öğrenci görüşlerine dayalı olarak çeşitli değişkenlere göre saptamaktır. Araştırma kapsamının alınan SBF 1993 yılında yüksekokul olarak kurulmuş daha sonra, spor bilimleri alanında fakülteleşme sürecinin başlamasıyla 2013 yılında yüksekokuldan fakülteye dönüşen ilk üç kurum arasında yer almış, köklü bir kurumdur. Araştırma kapsamının alınan BESYO ise 2011 yılında öğretim hayatına başlamış, bir yüksekokuldur. Alanyazına bakıldığında köklü bir üniversitenin kurumsal imajının olumlu olduğu düşünülmektedir (12, 13). Ivy (2001) tarafından yapılan çalışmada da üniversite-

lerin öğrenciler tarafından tercih edilmesinde toplumsal algıda oluşturulan olumlu kurumsal imajın etkisinin yüksek olduğu saptanmıştır (12). Bu nedenle bu çalışmada spor alanına uzun yıllar hizmet etmiş bir fakülteyle, yeni kurulmuş bir yükseköğretim kurumunun kurumsal imajının öğrenciler tarafından algılanmasında farklılık olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Alanyazına göre üniversitelerin kurumsal imajının cinsiyet ve sınıf değişkenlerine göre farklılaşabileceğini de tespit edilmiştir (14, 18, 19). Ayrıca bu kurumların, kurumsal imajı içinde bulunduğu topluma ve işbirliği içinde bulunduğu kurumlara göre de değerlendirilebilir. Ancak bu araştırma sadece iki spor öğretimi veren kurumun, kurumsal imajını saptamaya yöneliktir. Bu tür çalışmalarla kurumlar, kurumsal imaj açısından karşılaştırılarak öğrenim görmek üzere tercihte bulunacak aday öğrencilere bilgi sağlanması amaçlanmaktadır. Ayrıca bir kurumun kurumsal imajının ölçülmesi, kurumlara eksik yanlarını göreme ve kendilerini geliştirme fırsatı vererek, bireyler üzerindeki algılanış biçimini olumluya çevirmek için fırsatlar yaratacaktır. Bu bağlamda bu araştırma kamu okullarında yapılmış olması nedeniyle Türkiye'deki köklü ve yeni eğitim kurumlarının öğrenciler tarafından algılanış biçimlerine ilişkin görüş kazandırmayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda çalışmada şu sorulara yanıt aranmıştır:

Spor alanında öğrenim gören üniversite öğrencilerinin, öğrenim gördükleri kurumun imajına yönelik algıları nasıldır?

Öğrencilerin öğrenim gördükleri yükseköğretim kurumunun kurumsal imajına ilişkin algıları öğrencilerin özelliklerine (cinsiyet, sınıf) göre değişmekte midir?

YÖNTEM

Evren ve Örneklem

Araştırmada ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini, 2013-2014 öğretim yılı güz döneminde bir üniversitenin Spor Bilimleri Fakültesi (SBF) bir üniversitenin Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu'nda (BESYO) öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. SBF'de 420, BESYO'da ise 260 öğrenci öğrenim görmektedir. Ural ve Kılıç'a (2006) göre 0.05 tolerans gösterilebilir hata için, 420 kişilik evrenden alınacak örneklem

sayısı 201 kişi, 260 kişilik evrenden alınacak örneklem sayısının alt sınırı 155 kişi olarak belirlenmiştir (20). Araştırmanın örneklemini ise anılan evren içerisinde tesadüfi örnekleme yöntemiyle seçilmiş, SBF'den 207, BESYO'dan ise 163 olmak üzere toplam 370 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmaya 167 kadın ($M_{yaş}=21,88$, $SS=2,04$), 203 erkek ($M_{yaş}=23,11$, $SS=2,83$) öğrenci katılmıştır. SBF'de öğrenimlerine devam eden hazırlık öğrencileri araştırma dışında bırakılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin kişisel bilgileri Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Kişisel Bilgileri

Kişisel Bilgiler	Alt Gruplar	Frekans (f)	Yüzde (%)
Okul	SBF	207	55,9
	BESYO	163	44,1
	Toplam	370	100,0
Cinsiyet	Kadın	167	45,2
	Erkek	203	54,8
	Toplam	370	100,0
Bölüm	Beden Eğitimi Öğretmenliği	77	20,8
	Antrenörlük Eğitimi	189	51,1
	Spor Yöneticiliği	104	28,1
	Toplam	370	100,0
Sınıf	1.Sınıf	91	24,6
	2. Sınıf	128	34,6
	3. Sınıf	82	22,2
	4. Sınıf	69	18,6
	Toplam	370	100

Veri Toplama Aracı

Araştırmada, spor alanında öğretim yapan yükseköğretim kurumlarının kurumsal imajını öğrenci görüşlerine dayalı olarak saptamak amacıyla Cankurtaran ve Özbek (2012) tarafından geliştirilen ölçek ve bağımsız değişkenlerle ilgili veri toplamak amacıyla 6 maddelik kişisel bilgi formu kullanılmıştır (1).

Veri toplama aracı 28 madde 3 alt boyuttan oluşan beşli Likert Tipi bir derecelendirme ölçeğidir. Ölçekte, akademik çevre boyutunda 14, fiziksel çevre boyutunda 6, toplumsal çevre boyutunda 8 madde olmak üzere toplam 28 madde yer almak-

tadır. Ölçeğin seçenekleri ve bunların puan ve sınırları, hiç katılmıyorum (1 puan; 1.00-1.79), az katılıyorum (2 puan; 1.80-2.59), orta düzeyde katılıyorum (3 puan; 2.60-3.39), çok katılıyorum (4 puan; 3.40-4.19), ve tam katılıyorum (5 puan; 4.20-5.00) olarak belirlenmiştir. Cankurtaran ve Özbek (2012) tarafından ölçeğin bütününe güvenirliliği için hesaplanan Alpha iç tutarlılık katsayısı, .87, akademik çevre boyutu için .80, fiziksel çevre boyutu için .84, toplumsal çevre boyutu için .80 bulunmuştur (1). Mevcut çalışmada ise ölçeğin bütününe güvenirliliği için hesaplanan Alpha iç tutarlılık katsayısı, .93, akademik çevre boyutu için .88, fiziksel çevre boyutu için .77, toplumsal çevre boyutu için .88 bulunmuştur. Bu durumda ölçeğin güvenilir olduğu kabul edilmiştir.

Verilerin Toplanması

Örneklem kapsamına alınan öğrencilere araştırmanın amacı açıklanarak, araştırmaya katılımın tamamen gönüllülük esasına dayandığı ve istediklerinde araştırmadan çekilebilecekleri belirtilerek izinleri alınmıştır. Veri toplama aracının uygulanmasına dersin sorumlu öğretim elemanından sözel izin alınarak dersin ilk 10-15 dakikalık süresinin kullanılmasına özen gösterilmiştir.

Verilerin Analizi

Araştırmaya katılan öğrencilerin kişisel bilgileri ve öğrencilerin ölçekten aldıkları puanlar frekans, yüzde ve aritmetik ortalama ile çözümlenmiştir. Araştırmada verilerin normal dağılım gösterip göstermediğine Kolmogorov-Smirnov testi ile bakılmış ve verilerin normal dağılım gösterdiği saptanmıştır ($p>0.05$). Araştırmada öğrenim görülen yükseköğretim kurumu ve cinsiyet değişkenine göre veriler ilişkisiz t testi ile sınıf değişkenine göre ise veriler One Way ANOVA ile test edilmiştir. One Way ANOVA ile farklılık gösterdiği bulunan gruplardan, farklılığı yaratan grubu bulmak için LSD testi uygulanmıştır. Araştırmada hata payı 0.05 olarak kabul edilmiştir.

BULGULAR

Tablo 2’de, araştırmaya katılan öğrencilerin ölçekten aldıkları puanların ortalamaları verilmiştir.

Tablo 2’de araştırmaya katılan öğrencilerin okullara göre akademik, fiziksel ve toplumsal

çevre boyutlarında yer alan maddelere ilişkin görüşlerinin ortalamaları verilmiştir. Akademik çevre boyutunda, SBF öğrencileri, “Okulumda istediğim seçmeli dersi alabilirim.” maddesine en çok düzeyde ($\bar{x}=3.20$), “Okulumda dile getirilen öğrenci şikâyetleri yönetimce dikkate alınır” maddesine en az düzeyde ($\bar{x}=2.14$) katılmışlardır. BESYO öğrencileri, “Okulumda kütüphane hizmetleri yeterlidir” maddesine en çok düzeyde ($\bar{x}=4.01$), “Okulumda başka bölümlerden ders alma olanağı vardır.” maddesine en az düzeyde ($\bar{x}=2.18$) katılmışlardır.

Fiziksel çevre boyutunda SBF öğrencileri, “Okulumda temiz bir çevre vardır.” maddesine en çok düzeyde ($\bar{x}=2.77$), “Okulumun açık spor alanları yeterlidir” maddesine en az düzeyde ($\bar{x}=1.66$) katılmışlardır. BESYO öğrencileri, “Okulumda temiz bir çevre vardır” maddesine en çok düzeyde ($\bar{x}=3.28$), “Okulumun açık spor alanları yeterlidir.” maddesine en az düzeyde ($\bar{x}=1.77$) katılmışlardır.

Toplumsal çevre boyutunda SBF öğrencileri, “Okulum toplumda tanınmıştır” maddesine en çok düzeyde ($\bar{x}=3.52$), “Okulumun sporun gelişimine katkısı vardır” maddesine en az düzeyde ($\bar{x}=2.37$) katılmışlardır. BESYO öğrencileri, “Okulumun spor federasyonları ile iyi ilişkileri vardır.” maddesine en çok düzeyde ($\bar{x}=2.53$), “Okulumun ulusal düzeyde ünü vardır” maddesine en az düzeyde ($\bar{x}=2.03$) katılmışlardır. Ayrıca Tablo 2’ye göre SBF ($\bar{x}=2.61$) öğrencilerine ve BESYO ($\bar{x}=2.61$) öğrencilerine göre okullarının kurumsal imajı ölçek değerlendirmesine göre orta düzeydedir.

Öğrencilerin öğrenim gördükleri yükseköğretim kurumuna göre kurumsal imaj görüşlerine ilişkin t Testi sonuçları Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3’e göre, öğrencilerin öğrenim gördükleri yükseköğretim kurumuna göre ölçekten aldıkları puanlar üzerinde yapılan t-testi sonucunda, ortalamalar arasında anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır ($p<0.05$). Fiziksel çevre alt boyutunda SBF ve BESYO öğrencilerinin görüşleri arasında anlamlı fark olduğu tespit edilmiştir [$t_{(368)}=3.256$, $p<.05$]. SBF öğrencilerinin cevapları ($\bar{x}=2.18$) düzeyinde, BESYO öğrencilerinin cevapları ($\bar{x}=2.47$) düzeyinde gerçekleşmiştir. BESYO öğrencileri okullarının fiziksel çevre düzeyinin, BESYO öğrencilerine göre daha yüksek düzeyde olduğunu belirtmiştir.

Tablo 2. Öğrencilerin Öğrenim Gördükleri Yükseköğretim Kurumuna Göre Akademik, Fiziksel ve Toplumsal Çevre Boyutlarında yer Alan Maddelere İlişkin Görüşlerinin Ortalamaları

Boyutlar/Maddeler	\bar{X}	
	SBF	BESYO
AKADEMİK ÇEVRE		
1.Okulumda istediğim seçmeli dersi alabilirim.	3,20	3,32
2.Okulumda bilgisayar, laboratuvar hizmetleri yeterlidir.	2,34	2,31
3.Okulumda kütüphane hizmetleri yeterlidir.	2,78	4,01
4.Okulumda öğretim elemanları kendini yeniler.	2,89	2,96
5.Okulum öğrencileri meslek yaşamına hazırlamada yeterlidir.	2,65	2,68
6.Okulumda eğitim-öğretimin önemi sürekli vurgulanır.	3,15	3,16
7.Okulumda ulusal düzeyde sempozyum ve kongreler düzenlenir.	3,03	2,52
8.Okulumda uluslararası düzeyde sempozyum ve kongreler düzenlenir.	2,60	2,32
9.Okulumda başka bölümlerden ders alma olanağı vardır.	2,48	2,18
10.Okulumdaki öğretim elemanları niteliklidir.	3,13	3,08
11.Okulumda eğitimin kalitesi yüksektir.	2,91	2,74
12.Okulumdaki sosyal faaliyetler yeterlidir.	2,23	2,41
13.Okulumda dile getirilen öğrenci şikâyetleri yönetimce dikkate alınır.	2,14	2,46
14.Okulumdaki idari personel işini iyi yapar.	2,74	3,31
FİZİKSEL ÇEVRE		
15.Okulumda temiz bir çevre vardır.	2,77	3,28
16.Okulumun çevre düzenlemesi güzeldir.	2,15	2,86
17.Okulumun kapalı spor salonları yeterlidir.	2,06	1,95
18.Okulumun açık spor alanları yeterlidir.	1,66	1,77
19.Okulumdaki kantin ve kafeterya hizmetleri yeterlidir.	2,00	2,80
20.Okulumdaki soyunma odaları ve duşlar, temizdir.	2,46	2,15
TOPLUMSAL ÇEVRE		
21.Okulumun sporun gelişimine katkısı vardır.	2,37	2,36
22.Okulumun spor federasyonları ile iyi ilişkileri vardır.	2,47	2,53
23.Okulumun Gençlik ve Spor Bakanlığı ile iyi ilişkileri vardır.	2,45	2,44
24.Okulumun spor kulüpleri iyi ilişkileri vardır.	2,40	2,46
25.Okulum, giriş sınavlarında benzeri okullar arasında çok tercih edilir.	2,84	2,41
26.Okulum spor eğitiminde önde gelen bir okuldur.	2,89	2,25
27.Okulumun ulusal düzeyde ünü vardır.	2,78	2,03
28.Okulum toplumda tanınmıştır.	3,52	2,31
Toplam Puan	2,61	2,61

Tablo 3. Öğrencilerin Öğrenim Gördükleri Yükseköğretim Kurumuna Göre Kurumsal İmaj Görüşlerine İlişkin t Testi sonuçları

Boyutlar	N	Kurum	\bar{X}	S	Sd	t	p																																
Akademik Çevre	207	SBF	2,73	,731	368	1,021	,308																																
	163	BESYO	2,82	,883				Fiziksel Çevre	207	SBF	2,18	,833	368	3,256	,001	163	BESYO	2,47	,891	Toplumsal Çevre	207	SBF	2,71	,844	368	3,874	,000	163	BESYO	2,35	,937	Kurumsal İmaj	207	SBF	2,61	,665	368	,038	,970
Fiziksel Çevre	207	SBF	2,18	,833	368	3,256	,001																																
	163	BESYO	2,47	,891				Toplumsal Çevre	207	SBF	2,71	,844	368	3,874	,000	163	BESYO	2,35	,937	Kurumsal İmaj	207	SBF	2,61	,665	368	,038	,970	163	BESYO	2,61	,808								
Toplumsal Çevre	207	SBF	2,71	,844	368	3,874	,000																																
	163	BESYO	2,35	,937				Kurumsal İmaj	207	SBF	2,61	,665	368	,038	,970	163	BESYO	2,61	,808																				
Kurumsal İmaj	207	SBF	2,61	,665	368	,038	,970																																
	163	BESYO	2,61	,808																																			

$N_{SBF}=207$ $N_{BESYO}=163$ $N_T=370$ $P<0.05$

Toplumsal çevre alt boyutunda da SBF ve BESYO öğrencilerinin görüşleri arasında anlamlı fark olduğu saptanmıştır [$t_{(368)}=3,874, p<.05$]. SBF öğrencilerinin cevapları ($\bar{x}=2,71$) düzeyinde, BESYO öğrencilerinin cevapları ($\bar{x}=2,35$) düzeyinde gerçekleşmiştir. BESYO öğrencileri okullarının toplumsal çevre düzeyinin BESYO, öğrencilerine göre daha yüksek düzeyde olduğunu belirtmişlerdir.

Öğrencilerin akademik çevre boyutuna ve toplam puanlarına ilişkin görüşleri üzerinde yapılan analiz sonucunda, ortalamalar arasında anlamlı bir fark saptanmamıştır ($p>0.05$).

Öğrencilerin cinsiyetlerine göre kurumsal imaj görüşlerine ilişkin t Testi sonuçları Tablo 4'de verilmiştir.

Tablo 4'te görüldüğü gibi, SBF öğrencilerinin, cinsiyetlerine göre akademik çevre, fiziksel çevre ve toplumsal çevreye ilişkin görüşleri üzerinde yapılan t testi sonucunda anlamlı fark saptanmazken ($p>0.05$), kurumsal imaja [$t_{(205)}=2,492, p<.05$] ilişkin görüşlerinde anlamlı fark saptanmıştır. Kurumsal imaj boyutunda erkek öğrencilerin cevapları ($\bar{x}=2,66$) düzeyinde, genç kadın öğrencilerin cevapları ($\bar{x}=2,50$) düzeyinde gerçekleşmiştir. Erkek öğrenciler okullarının kurumsal imajının, genç kadın öğrencilere göre daha yüksek düzeyde olduğunu belirtmişlerdir.

BESYO öğrencilerinin, cinsiyetlerine göre akademik çevre, fiziksel çevre, toplumsal çevre ve kurumsal imaja ilişkin görüşleri üzerinde yapılan t testi sonucunda, .05 düzeyinde anlamlı bir fark saptanmamıştır ($p>0.05$).

Öğrencilerin öğrenim gördükleri sınıfa göre kurumsal imaj görüşlerine ilişkin Tek Yönlü Varyans Analizi sonuçları Tablo 5'de verilmiştir.

Tablo 5'e bakıldığında, SBF öğrencilerinin öğrenim gördükleri sınıfa göre akademik çevreye ilişkin puanları üzerinde yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda, ortalamalar arasında anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır [$F(3, 205)=7,231, p<.05$]. Farklılığı yaratan grubu bulmak için yapılan LSD testi sonucuna göre, 1. sınıf, 2. sınıf ve 3. sınıf ve 4. sınıf öğrencileri farklı düşünülmektedir. 1. sınıf 2. sınıf ve 4 sınıf öğrencilerinin algılarına göre, okullarının akademik çevre düzeyi, 3. sınıf öğrencilerine göre daha yüksektir.

SBF öğrencilerinin öğrenim gördükleri sınıfa göre fiziksel çevreye ilişkin puanları üzerinde yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda, ortalamalar arasında anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır [$F(3, 205)=5,486, p<.05$]. Farklılığı yaratan

Tablo 4. Öğrencilerin Cinsiyetlerine Göre Kurumsal İmaj Görüşlerine İlişkin t Testi Sonuçları

Okul	Boyutlar	N	Cinsiyet	\bar{X}	S	Sd	t	p
SBF	Akademik Çevre	91	K	2,68	,736	205	1,577	,116
		116	E	2,76	,729			
	Fiziksel Çevre	91	K	1,98	,676	205	,794	,428
		116	E	2,28	,888			
	Toplumsal Çevre	91	K	2,60	,749	205	1,315	,190
		116	E	2,76	,886			
	Kurumsal İmaj	91	K	2,50	,618	205	2,492	,014
		116	E	2,66	,685			
BESYO	Akademik Çevre	76	K	2,86	,992	161	0,25	,980
		89	E	2,80	,838			
	Fiziksel Çevre	76	K	2,41	,815	161	,352	,736
		89	E	2,49	,923			
	Toplumsal Çevre	76	K	2,34	,948	161	,109	,914
		89	E	2,35	,936			
	Kurumsal İmaj	76	K	2,61	,825	161	,556	,579
		89	E	2,61	,804			

$N_{SBF}=207$ $N_{BESYO}=163$ $N_1=370$ * $P<0.05$

Tablo 5. Öğrencilerin Öğrenim Gördükleri Sınıfa Göre Kurumsal İmaj Görüşlerine İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Kurumlar	Boyutlar	Ortalamalar				F	P*	Fark (LSD)
		1.Sınıf	2. Sınıf	3. Sınıf	4. Sınıf			
SBF	Akademik Çevre	3,0469	2,7734	2,3265	2,8126	7,231	,000	1,2,4>3
	Fiziksel Çevre	2,3542	2,1094	1,7976	2,3986	5,486	,001	1>3 4>2,3
	Toplumsal Çevre	3,1992	2,4434	2,4524	2,8967	9,095	,000	1,4>2,3
	Kurumsal İmaj	2,9420	2,5368	2,2491	2,7479	8,931	,000	1,4>2>3
BESYO	Akademik Çevre	2,98	2,90	2,44		5,153	,007	2,1>3
	Fiziksel Çevre	2,38	2,55	2,46	*	,523	,594	-
	Toplumsal Çevre	2,33	2,51	2,11		2,288	,105	-
	Kurumsal İmaj	2,67	2,72	2,35		2,799	,064	-

*Örnekleme alınan BESYO'da 4. Sınıf öğrencisi bulunmamaktadır. $N_{SBF}=207$ $N_{BESYO}=163$ $N_T=370$ * $P<0.05$
 Sd_{SBF} (Gruplar arası =3, Grup içi =205, Toplam=207)
 Sd_{BESYO} (Gruplar arası =2, Grup içi =161, Toplam=163)

grubu bulmak için yapılan LSD testi sonucuna göre, 1. sınıf, 2. sınıf ve 3. sınıf ve 4. sınıf öğrencileri farklı düşünmektedir. 1. sınıf öğrencilerinin algılarına göre okullarının fiziksel çevre düzeyi, 3. sınıf öğrencilerine göre daha yüksek düzeydeyken, 4. sınıf öğrencilerinin algılarına göre okullarının fiziksel çevre düzeyi, 2. sınıf ve 3. sınıf öğrencilerine göre daha yüksek düzeydedir.

SBF öğrencilerinin öğrenim gördükleri sınıfa göre toplumsal çevreye ilişkin puanları üzerinde yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda, ortalamalar arasında anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır [F(3, 205)=9,095, $p<.05$]. Farklılığı yaratan grubu bulmak için yapılan LSD testi sonucuna göre, 1. sınıf, 2. sınıf ve 3. sınıf ve 4. sınıf öğrencileri farklı düşünmektedir. 1. sınıf ve 4 sınıf öğrencilerinin algılarına göre, okullarının toplumsal çevre düzeyi, 2. ve 3. sınıf öğrencilerine göre daha yüksek düzeydedir.

SBF öğrencilerinin öğrenim gördükleri sınıfa göre kurumsal imaja ilişkin puanlar üzerinde yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda, ortalamalar arasında anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır [F(3, 205)=9,095, $p<.05$]. Farklılığı yaratan grubu bulmak için yapılan LSD testi sonucuna göre, 1. sınıf, 2. sınıf ve 3. sınıf 4. sınıf öğrencileri farklı düşünmektedir. 1. sınıf ve 4 sınıf öğrencilerinin algılarına göre, okullarının kurumsal imajı, 2. ve 3. sınıf öğrencilerine göre daha yüksek düzeydedir. Bunun yanında 2. sınıf ve öğrencilerinin algılarına göre, okullarının kurumsal imajı, 3. sınıf öğrencilerine göre daha yüksek düzeydedir.

Tablo 5'e bakıldığında BESYO öğrencilerinin öğrenim gördükleri sınıfa göre akademik çevreye ilişkin puanları üzerinde yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda, ortalamalar arasında anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır [F(2, 161)=5,153, $p<.05$]. Farklılığı yaratan grubu bulmak için yapılan LSD testi sonucuna göre, 1. sınıf, 2. sınıf ve 3. sınıf öğrencileri farklı düşünmektedir. 1. sınıf ve 2. sınıf öğrencilerinin algılarına göre, okullarının akademik çevre düzeyi, 3. sınıf öğrencilerine göre daha yüksek düzeydedir. Öğrencilerin öğrenim gördükleri sınıf ile diğer boyular ve ölçeğin toplam puanı arasında anlamlı fark saptanmıştır ($p>0.05$).

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmada, öğrencilerin öğrenim gördükleri yükseköğretim kurumuna ilişkin kurumsal imaj algıları araştırılmıştır. Öğrencilerin kurumsal imaj algıları, akademik çevre (eğitimin kalitesi, öğretim elemanlarının yeterliliği v.b.), fiziksel çevre (tesisler, kampüsün olanakları vb.) ve toplumsal çevre (kurumun toplumda tanınması, diğer kurumlarla işbirliği içinde olması v.b.) olmak üzere üç boyut altında incelenmiştir.

Yükseköğretim kurumlarının amaçlarına ulaşmaları ve tercih edilebilirliklerini artırmaları olumlu kurumsal imaja sahip olmalarıyla yakından ilişkilidir. Özellikle Spor Bilimleri Fakülteleri ve Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulları gibi merkezi sınavın yanında özel yetenek sınavı ile öğrenci

alan kurumlarda öğrenciler öğrenim görmek için bireysel başvuru yaptıklarından kurumsal imajın önemi daha da artmaktadır. Alves ve Raposo (21), tarafından Portekiz'deki bir devlet üniversitesinin kurumsal imajının öğrenciler üzerindeki etkilerini saptamaya çalışan araştırmada, üniversite imajının öğrenci memnuniyeti açısından önemli olduğu ve kurumsal imaj ile öğrenci sadakat arasında ilişki bulunduğu saptanmıştır. Bu nedenle, yükseköğretim kurumlarının imaj düzeyinin belirlenmesinde, o kurum ile yoğun ilişki içinde olan öğrencilerin algıları önemlidir (16). Marič ve ark., (2010) tarafından yapılan çalışmada da yükseköğretim kurumlarının kurumsal imajının en çok öğretim elemanı ve eğitim kalitesinden kaynaklandığı ortaya koyulmuştur (22).

Yapılan bu çalışmada SBF öğrencilerine ve BESYO öğrencilerine göre okullarının kurumsal imajı orta düzeydedir. Bu sonuç üniversitelerin kurumsal imajını ölçmek amacıyla yapılan diğer araştırma sonuçlarıyla örtüşmektedir. Kazoleas ve ark., (2001), İbicioğlu (2005), Cerit (2006), Polat (2010), Cankurtaran ve Özbek (2012) yaptıkları çalışmalarda yükseköğretim kurumlarının öğrenciler tarafından kurumsal imajının orta düzeyde algılandığını saptamışlardır (4, 18, 16, 14, 1).

BESYO öğrencileri okullarının fiziksel çevre düzeyinin, SBF öğrencilerine göre daha yüksek düzeyde olduğunu belirtmişlerdir. Bu sonuç, örneklem kapsamın alınan SBF'nin iki yıl önce taşındığı yeni kampüsündeki ve binasındaki düzenlemelerin devam etmesinden kaynaklanabilir. Bunun yanında BESYO öğrencileri okullarının toplumsal çevre düzeyinin, BESYO, öğrencilerine göre daha yüksek düzeyde olduğunu belirtmişlerdir. Bu durumun SBF'nin toplumda kabul görmüş köklü bir üniversitenin bir parçası olması ve spor alanına uzun yıllar hizmet etmiş olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

SBF'deki erkek öğrenciler okullarının kurumsal imajının, genç kadın öğrencilere göre daha yüksek düzeyde olduğunu belirtmişlerdir. Şişli ve Köse (2013) tarafından devlet üniversiteleri ile vakıf üniversitelerinin kurumsal kültürünü ve kurumsal imajını saptamak için yapılan çalışmada da erkek öğrencilerin kurumsal imaj algılarının kadın öğrencilere göre yüksek olduğu bulunmuştur (19). Ancak Cerit (2006) ve Cankurtaran ve Özbek (2012) tarafından yapılan çalışmalarda kurumsal imajın cinsiyete göre farklılaşmadığı sonucuna

ulaşmıştır (1, 16). Polat (2011) tarafından Kocaeli Üniversitesi'nde, İbicioğlu (2005) tarafından Süleyman Demirel Üniversitesi'nde yapılan çalışmalarda ise kadın öğrenciler, erkek öğrencilere göre üniversitenin kurumsal imajını daha yüksek bulmuşlardır (14, 18).

Çalışmada SBF öğrencilerinin sınıf değişkenine göre, akademik çevre, fiziksel çevre, toplumsal çevre boyutlarına ve kurumsal imaja ilişkin görüşleri arasında anlamlı bir fark saptanmıştır. 1 ve 4. sınıf öğrencilerinin kurumsal imajlarının 2. ve 3. sınıf öğrencilerine göre daha olumlu olduğu saptanmıştır. Bu durumun 2. ve 3. sınıf öğrencilerinin 1. sınıf öğrencilerine göre kurumu daha iyi tanımaya başladıkları sınıfta olmalarından, 4. sınıf öğrencilerinin ise mezun duruma gelmeleri nedeniyle mesleğe adım atma döneminde diğer kurumlarla da ilişkiler içinde bulunarak daha iyi değerlendirmeler yapabilmelerinden kaynaklandığı düşünülebilir. Ayrıca BESYO öğrencilerinin sınıf değişkenine göre, akademik çevreye ilişkin görüşleri arasında anlamlı bir fark saptanmıştır. Cerit'de (2006) çalışmasında akademik çevre, fiziksel ve sosyal çevre boyutlarının sınıf değişkenine göre farklılaştığını ancak toplumsal algılanma boyutunda anlamlı farklılık ortaya çıkmadığını belirtmiştir (16). Ancak Özbek ve Cankurtaran tarafından yapılan çalışmada öğrencilerin sınıf değişkenine göre, kurumsal imaja ilişkin görüşleri arasında anlamlı bir fark saptanmamıştır (1).

Bu araştırma, yeni kurulan ve köklü iki devlet üniversitesinde gerçekleştirilmiştir. Gelecek araştırmalarda daha fazla üniversiteden ve daha fazla birim dahil edilerek, bölgesel sonuçlar da karşılaştırılabilir. Ayrıca bu çalışmada ilgili birimlerdeki kurumsal imaj algısı, öğrencilerin bakış açısıyla incelenmiştir. Benzer bir araştırma akademik ve idari personeli, hatta yerel halkı da kapsayacak şekilde genişletilebilir. Böylelikle kurumların sahip olduğu kurumsal imaj daha etkili olarak ortaya konulabilir.

KAYNAKLAR

1. Cankurtaran, T. Özbek, O. "Öğrenci algılarına göre beden eğitimi ve spor yükseköğretim kurumlarının kurumsal imajı", 12. Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi, 12-14 Aralık, Denizli, 1836-1838, 2012.
2. Bergan, S., Damian, R. "Higher Education for Modern Societies-Competences and Values". Council of Europe Higher Education series No: 15, Strasbourg: Council of Europe Publishing, 2010.

3. Dinçer, M. Kazanan İmajınız, Alfa Yayınları, İstanbul, s.2, 2002.
4. Kazoleas, D. Kim, Y, Moffit, M.A. "Institutional image: A case study", Corporate Communications: An International Journal, 6 (4), 205-216, 2001.
5. Abratt, R., Mofokeng TN. "Development and management of corporate image in South Africa", European Journal of Marketing, 35(3/4), 368-386, 2001.
6. Olins, W. The New Guide to Identity, Gower Publishing Limited, Hampshire, England, 1999.
7. Brown, T.J., Corporate associations in marketing: Antecedents and consequences, corporate reputation review, 1(3), 215-233, 1998.
8. Dursun, M. Müşterilerin kurumsal imaj algısının müşteri bağlılığı üzerindeki etkisi: hizmet sektöründe bir araştırma, Yönetim, 69, 97-118, 2011.
9. Erdoğan, BZ., Develiğlü, K., Gönüllüoğlu, S., Özkaya, H. "Kurumsal imajın şirketin farklı paydaşları tarafından algılanışı üzerine bir araştırma". Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 15, 55-76, 2006.
10. Abratt, R., "A new approach to the corporate image management process", Journal of Marketing Management, Vol. 5 No. 1, pp. 63-76, 1989.
11. van Riel CBM, Balmer JMT. "Corporate identity: the concept, its measurement and management Graduate School of Management", European Journal of Marketing, 31(5/6), 340-355, 1997.
12. Ivy, J. "Higher education institution image: A correspondence analysis approach". International Journal of Educational Management, 15 (6), 276-82, 2001.
13. Brown, R. Timothy M. "The importance of institutional image to student satisfaction and loyalty within higher education", Higher Education, 58 (1), 81-95, 2009.
14. Polat, S. "Üniversite öğrencilerine göre Kocaeli Üniversitesi'nin örgütsel imajı". Eğitim ve Bilim, 36(160), 105-119, 2011.
15. Saracel, N., Özkara, B., Karakaş, M., Yelken, R., Vatandaş, C., Bayram, K., Alver, K., Koçak, H. "Afyon Kocatepe Üniversitesi'nin örgütsel imajı: Afyon halkının üniversiteyi algılaması tutum ve beklentilerine ilişkin araştırma" Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi Yayınları, 2001.
16. Cerit. Y. "Eğitim fakültesi öğrencilerinin üniversitenin örgütsel imaj düzeyine ilişkin algıları". Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi, 12 (47), 343-365, 2006.
17. Yanık, M., Sunay, H. "Beden eğitimi ve spor yüksekokullarının kalite bakımından öğrenciler tarafından değerlendirilmesi. Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 30 (1), 55-69, 2010.
18. İbicioğlu, H. "Üniversite öğrencilerinde kurumsal imaj algılamalarını etkileyen faktörlere ilişkin SDÜ. İİBF. öğrencilerine yönelik bir araştırma". Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF. Dergisi, 10 (2), 59-73, 2005.
19. Şişli G., Köse S. "Kurum kültürü ve kurumsal imaj ilişkisi: Devlet ve vakıf üniversiteleri üzerinde bir uygulama", Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 41, 165-193, 2013.
20. Ural, A., Kılıç, İ. Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi. Ankara, Detay Yayıncılık, 2006.
21. Alves, H., Raposo, M. "The Influence of university image on student behaviour" International Journal of Educational Management, 24 (1), 73-85, 2010.
22. Marič M., Pavlin J., Ferjan M. "Educational institution's Image: A case study". Organizacija, 43 (2), 58-65., 2010.