

T. C.
İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
EĞİTİM YÖNETİMİ BİLİM DALI

YÜKSEKÖĞRETİMDE ÖRGÜTSEL İMAJ VE
AİDİYETİN, MESLEKİ SONUÇ BEKLENTİSİ VE
ÖĞRENCİ SADAKATİNİ YORDAMASI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Selma SAYDAM

İstanbul
Haziran, 2018

T. C.
İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
EĞİTİM YÖNETİMİ BİLİM DALI

**YÜKSEKÖĞRETİMDE ÖRGÜTSEL İMAJ VE AİDİYETİN,
MESLEKİ SONUÇ BEKLENTİSİ VE ÖĞRENCİ SADAKATİNİ
YORDAMASI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Selma SAYDAM

Tez Danışmanı

Dr. Öğr. Üyesi M. Yüksel ERDOĞDU

İstanbul
Haziran, 2018

JURİ ÜYELERİNİN ONAYI

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Bu çalışma, jürimiz tarafından Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Eğitim Yönetimi Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Başkan Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Yüksel ERDOĞDU (Danışman)



Üye Prof. Dr. İbrahim GÜNEY




Üye Dr. Öğr. Üyesi Belgin PARLAKYILDIZ



Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylıyorum.



.....
Prof. Dr. Ömer ÇAHA
Enstitü Müdürü

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

“Yükseköğretimde Örgütsel İmaj ve Aidiyetin, Mesleki Sonuç Beklentisi ve Öğrenci Sadakatini Yordaması” başlıklı yüksek lisans tez çalışmam sürecinde; bilimsel etiğe, akademik kurallara dikkatle uyduğumu, tez kapsamını bilimsel ahlak ve gelenek çerçevesinde, tez yazım kurallarına uygun, özgün bir şekilde hazırladığımı, doğrudan veya dolaylı her alıntıya kaynak gösterdiğimi, yararlandığım kaynakların belirtilenlerden ibaret olduğunu beyan ederim.



Selma SAYDAM

Not: Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan alıntıların, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunundaki hükümlere tabidir.

ÖNSÖZ

Bu çalışmanın hareket noktası; literatürdeki çeşitli çalışmaların yanında, yükseköğretimde örgütsel imaj ve aidiyetin, mesleki sonuç beklentisi ve öğrenci sadakatine etkisi üzerine olan çalışmaların eksikliğidir. Bu noktada çalışmanın ilk olacağı, literatüre katkı sağlayacağı, eğitim yönetimi ve denetimine çeşitli faydaları olacağı düşünülmektedir.

Çalışmanın bu aşamaya gelmesine kadar olan süreçte, birçok kişinin desteği ve katkısı bulunmaktadır. Öncelikle tez yazma sürecinde önemli bir faktör olan danışman noktasında, Sayın Dr. Öğr. Üyesi M. Yüksel ERDOĞDU'ya ilgisi ve desteği için çok teşekkür ederim. Tezime temel teşkil eden istatistiksel uygulamaların eğitiminde, özverili yaklaşımları için Dr. Öğr. Üyesi Mustafa OTRAR'a ve Prof. Dr. İbrahim GÜNEY'e; bu süreçte desteklerini esirgemeyen Dr. Öğr. Üyesi Ertuğrul ORAL'a, Dr. Öğr. Üyesi Ali GURBETOĞLU'na ve Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ÖZGENEL'e ve emeği geçen diğer hocalarıma teşekkürü bir borç bilirim. Araştırma izinleri için ilgili üniversite ve fakülte yönetimlerine, uygulamalarda zamanlarımı aldığım akademisyenlere ve personellere, görüşlerini belirterek çalışmaya katkıda bulunan üniversite öğrencilerine, bilimsel çalışmaya destekleri, ilgileri, olumlu tavırları için çok teşekkür ederim.

Ve en önemlisi; bu günlere gelmemde emeklerini ödeyemeyeceğim, annem Bahire SAYDAM'a ve babam Rıza SAYDAM'a sonsuz minnettarım. Kendisi de bir eğitimci olan ve son nefesinde bile eğitimimi dert edinen babam bu günleri görebilseydi, elbet o da gurur duyacaktı.

Bu yoğun süreçte; teşekkürü fazlasıyla hak eden, manevi destekleriyle, değerli varlıklarıyla hayatıma güç ve anlam katan, kendilerine ayırmam gereken zamandan çaldığım çocuklarıma sonsuz sevgilerimi sunarım. Eğitim hayatlarında örnek teşkil etmesi dileklerle bu çalışmayı, biricik kızım Y. Yaren KIRIÇ'a, canım oğullarım İ. Taha KIRIÇ'a ve M. Talha KIRIÇ'a ithaf ediyorum...

14. 06. 2018 / İstanbul

ÖZET

YÜKSEKÖĞRETİMDE ÖRGÜTSEL İMAJ VE AİDİYETİN, MESLEKİ SONUÇ BEKLENTİSİ VE ÖĞRENCİ SADAKATİNİ YORDAMASI

Selma SAYDAM

Yüksek Lisans, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi M. Yüksel ERDOĞDU

Haziran 2018, xviii +148 Sayfa

Vakıf ve devlet üniversitelerinin hızla artışıyla birlikte, yükseköğretimdeki büyüme, kalite ve paydaş memnuniyeti konusunu gündeme getirmiştir. Yükseköğretim Kurulu (YÖK) 2016-2020 Stratejik Planda, yükseköğretimde birinci öncelikli hedefler arasına kalite güvencesinin alınması gerektiği belirtilmiştir.

Bu araştırmanın temel amacı, yükseköğretimde Örgütsel İmaj ve Aidiyetin, Mesleki Sonuç Beklentisini ve Öğrenci Sadakatini yordayıp yordamadığını tespit etmektir. Araştırmanın evrenini; 2017-2018 eğitim öğretim yılında, İstanbul ilindeki 41 vakıf ve 10 devlet üniversitesinde bulunan, 598642 lisans öğrencisi (291235 kız ve 307407 erkek) oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini; “Amaçlı Örneklem Yöntemi” ile seçilmiş, İstanbul ilindeki iki vakıf (İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi ve Beykent Üniversitesi) ve iki devlet üniversitesi (İstanbul Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversitesi) lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Ölçme araçları ile 1485 üniversite öğrencisinden veri toplanmıştır. Bu üniversitelerin, Ayazağa-Maslak, Büyükçekmece, Taksim, Davutpaşa, Beyazıt, Avcılar, Beşiktaş, Halkalı kampüslerinde bulunan, Eğitim Fakültesi, Hukuk Fakültesi, Mühendislik Fakültesi gibi çeşitli fakültelerde öğrenim gören, 1300 öğrenci (857 kız ve 443 erkek) örnekleme dahil edilmiştir.

Araştırmada; Kişisel Bilgi Formu, Örgütsel İmaj Ölçeği (ÖİÖ), Genel Aidiyet Ölçeği (GAÖ), Mesleki Sonuç Beklentisi Ölçeği (MSBÖ) ve Öğrenci Sadakati Ölçeği (ÖSÖ) uygulanmıştır. Araştırmanın modeli, “Genel ve İlişkisel Tarama Modeli”dir. Veriler, araştırmacı tarafından örneklemdaki her bir üniversite ziyaret edilerek toplanmış ve SPSS kullanılarak analiz edilmiştir. Bağımsız değişkenlerin

bağımlı değişkenleri yordama gücünün saptanması amacı ile "Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi" kullanılmıştır. Regresyon analizinden önce, değişkenler arasındaki korelasyon katsayısına bakılmış ve doğrusal bir ilişki olduğu görülmüştür. Kurulan regresyon modeli, Kalite İmajı ile Program İmajının, Öğrenci Sadakatının önemli yordayıcıları olduğunu göstermiştir. Örgütsel İmaj ve Genel Aidiyet birlikte, Mesleki Sonuç Beklentisindeki varyansın %12'sini, Kararlılıktaki varyansın %43'ünü ve Kendini Adama'daki varyansın %32'sini açıklamaktadır.

Araştırma bulgularına göre; genel olarak öğrencilerin Mesleki Sonuç Beklentisi "yüksek" düzeydedir. Öğrenci Sadakatının "orta" düzeyde olduğu, vakıf veya devlet üniversitesinde olma ve fakülte değişkenlerine göre anlamlı derecede farklılaştığı bulunmuştur. Örgütsel İmaj ile Mesleki Sonuç Beklentisi arasında pozitif yönlü ($r=.21$; $p<.001$) düşük düzeyde, Örgütsel İmaj ile Öğrenci Sadakati arasında pozitif yönlü ($r=.60$; $p<.001$) orta düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Araştırmanın sonuçları, çalışmanın temel ve alt problemlerine ait bulgular ve alan yazındaki diğer çalışmalar doğrultusunda tartışılmış, öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Yükseköğretimde Kalite, Örgütsel İmaj, Genel Aidiyet, Mesleki Sonuç Beklentileri, Öğrenci Sadakati.

ABSTRACT

VOCATIONAL OUTCOME EXPECTATION AND STUDENT LOYALTY BEING PREDICTED BY ORGANIZATIONAL IMAGE AND BELONGINGNESS IN HIGHER EDUCATION

Selma SAYDAM

Master's Degree Thesis, Department of Educational Sciences

Thesis Advisor: Lecturer Dr. M. Yüksel ERDOĞDU

June 2018, xviii +148 Pages

Along with the rapid growth of foundation universities and state universities, the growth in higher education has brought about the issue of quality and stakeholder satisfaction. The Council of Higher Education (CoHE) has stated in the 2016-2020 Strategic Plan that quality assurance should be taken among the top priorities in higher education.

The main objective of this research is to determine whether the Organizational Image and Belongingness in higher education predicted Vocational Outcome Expectation and Student Loyalty. The study's extend constituted 598642 undergraduate students (291235 female and 307407 male) in 41 foundation universities and 10 state universities in Istanbul in the academic year of 2017-2018. The sample of the study was "Purposive Sampling Method" chosen as the undergraduate students of two foundation universities (Istanbul Sabahattin Zaim University and Beykent University) and of two state universities (Istanbul University and Yıldız Technical University) in Istanbul. Data was collected from 1485 university students by realizing application of measuring tools. 1300 undergraduate students (857 female and 443 male) of faculties such Faculty of Education, Faculty of Law, Faculty of Engineering located in the campuses of these universities in Ayazağa-Maslak, Büyükçekmece, Taksim, Davutpaşa, Beyazıt, Avcılar, Beşiktaş, Halkalı, were included in the sample.

Personal Information Form, Organizational Image Scale (OIS), General Belongingness Scale (GBS), Vocational Outcome Expectation Scale (VOES) and Student Loyalty Scale (SLS) were applied in the study. The model of the research is "The General and Relational Screening Model". Data were collected by researcher through visiting each university in the sample group and SPSS statistical software packages were used to analysis the data. "Multiple Linear Regression Analyses" were used for determining the power of predicting the dependent variables of the independent variables. Prior to the regression analysis, the correlation coefficient between the variables was looked at and found to be as a linear relationship. The regression model demonstrates that Quality Image and Program Image were found to be important predictors of Student Loyalty. Organizational Image and General Belongingness together describes 12% of the variance in the Vocational Outcome Expectation, 43% of the variance Stability and 32% of the variance Dedication.

According to research findings, students' Vocational Outcome Expectation is "high" in general. It has been found that the student loyalty was at a "moderate" level and it has been significantly differentiated by the variable of being at a foundation or state university and the variable of faculty. There was a positive relationship at low level between the Organizational Image and the Vocational Outcome Expectation ($r = .21$; $p < .001$) and positive relationship at moderate level between the Organizational Image and Student Loyalty ($r = .60$; $p < .001$). The results of the study were discussed in terms of the findings of the basic and subordinate problems of the study and other studies in the field and suggestions were offered.

Keywords: Quality in Higher Education, Organizational Image, General Belongingness, Vocational Outcome Expectations, Student Loyalty.

İÇİNDEKİLER

JURİ ÜYELERİNİN ONAYI	i
BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ.....	ii
ÖNSÖZ.....	ii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	viii
TABLolar LİSTESİ.....	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xvi
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xvii
EKLER LİSTESİ	xviii
BÖLÜM I.....	1
GİRİŞ	1
1.1. Problem Durumu.....	2
1.2. Araştırmanın Amacı.....	5
1.3. Araştırmanın Önemi.....	6
1.4. Varsayımlar.....	9
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	9
1.6. Tanımlar.....	10
BÖLÜM II	11
KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR.....	11
2.1. Örgütsel İmaj.....	11
2.1.1. İmaj ve Örgütsel İmaj Kavramı.....	11
2.2. Örgütsel İmaj Yönetimi.....	13
2.3. Yükseköğretimde Örgütsel İmaj	15
2.4. Yükseköğretimde Kalite.....	16
2.4.1. Misyon ve Vizyon	18
2.4.2. Akademik ve Fiziki Alt Yapı.....	19
2.4.3. Kurumsal İletişim.....	19
2.5. Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Kültür	20
2.6. Genel Aidiyet Kavramı	23
2.6.1. Bireyin Aidiyet İhtiyacı ve Toplumsal Aidiyet.....	23
2.6.2. Kabul Edilme/İçerilme ve Reddedilme/Dışlanma	25

2.6.3. Üniversite Gençliğinin Aidiyeti	26
2.6.4. Öğrenci Katılım Kuramı	26
2.7. Mesleki Gelişim ve Kariyer Kuramları.....	27
2.7.1. Super'in Yaşam Boyu-Yaşam Alanı Yaklaşımı	27
2.7.2. Sistemler Kuramı Çerçeve Çalışması	28
2.7.3. Amundson Poehnell ve Pattern Modeli	30
2.7.4. Sosyal Bilişsel Kariyer Teorisi	30
2.7.4.1. Yetkinlik ve Sonuç Beklentisi.....	31
2.8. Yükseköğretimde Mesleki Sonuç Beklentisi	31
2.8.1. Öğretmen Adaylarının Mesleki Sonuç Beklentisi	33
2.9. Sadakat Kavramı ve Yaklaşımları.....	34
2.10. Öğrenci Sadakati	36
2.10.1. Öğrenci Sadakati İle İlgili Kavramsal Modeller	37
2.10.1.1. Student Loyalty Structural Model.....	37
2.10.1.2. ICSL- Information Cascades-Based Student Loyalty Model.....	37
2.10.1.3. Hennig- Thurau, Langer ve Hansen-The Relationship Quality- Based Student Loyalty Model	39
2.10.1.4. Yükseköğretimde Öğrenci Memnuniyeti Kavramsal Modeli.....	40
2.11. İlgili Araştırmalar.....	41
2.11.1. Yurt İçi Araştırmalar	41
2.11.1.1. Örgütsel İmaj İle İlgili Yurt İçi Araştırmalar.....	41
2.11.1.2. Genel Aidiyet İle İlgili Yurt İçi Araştırmalar	43
2.11.1.3. Mesleki Sonuç Beklentisi İle İlgili Yurt İçi Araştırmalar	44
2.11.1.4. Öğrenci Sadakati İle İlgili Yurt İçi Araştırmalar	44
2.11.2. Yurt Dışı Araştırmalar	45
2.11.2.1. Örgütsel İmaj İle İlgili Yurt Dışı Araştırmalar	45
2.11.2.2. Genel Aidiyet İle İlgili Yurt Dışı Araştırmalar	46
2.11.2.3. Mesleki Sonuç Beklentisi İle İlgili Yurt Dışı Araştırmalar	47
2.11.2.4. Öğrenci Sadakati İle İlgili Yurt Dışı Araştırmalar.....	48
BÖLÜM III.....	50
YÖNTEM.....	50
3.1. Araştırmanın Modeli	50
3.2. Evren ve Örneklem	50
3.3. Veri Toplama Araçları	52

3.3.1. Kişisel Bilgi Formu	52
3.3.2. Örgütsel İmaj Ölçeği	53
3.3.3. Genel Aidiyet Ölçeği	54
3.3.4. Mesleki Sonuç Beklentisi Ölçeği	56
3.3.5. Öğrenci Sadakati Ölçeği	57
3.4. Verilerin Toplanması	60
3.5. Verilerin Analizi.....	60
BÖLÜM IV	62
BULGULAR VE YORUMLAR	62
4.1. Birinci Alt Amaca Yönelik Bulgular: Mesleki Sonuç Beklentisi ve Öğrenci Sadakatinin Betimsel İstatistik Bulguları.....	62
4.2. İkinci Alt Amaca Yönelik Bulgular: Mesleki Sonuç Beklentisinin Çeşitli Değişkenlere Göre Analiz Bulguları.....	64
4.3. Üçüncü Alt Amaca Yönelik Bulgular: Öğrenci Sadakatinin Çeşitli Değişkenlere Göre Analiz Bulguları.....	74
4.4. Dördüncü Alt Amaca Yönelik Bulgular: Örgütsel İmaj ve Alt Boyutları İle, Mesleki Sonuç Beklentisi Arasındaki İlişkiler.....	87
4.5. Beşinci Alt Amaca Yönelik Bulgular: Örgütsel İmaj ve Alt Boyutları İle Öğrenci Sadakati Arasındaki İlişkiler	88
4.6. Altıncı Alt Amaca Yönelik Bulgular: Genel Aidiyet ve Alt Boyutları İle Mesleki Sonuç Beklentisi Arasındaki İlişkiler.....	89
4.7. Yedinci Alt Amaca Yönelik Bulgular: Genel Aidiyet ve Alt Boyutları İle Öğrenci Sadakati Arasındaki İlişkiler	90
4.8. Sekizinci Alt Amaca Yönelik Bulgular: Örgütsel İmaj ve Genel Aidiyetin. Mesleki Sonuç Beklentisini Yordaması.....	93
4.9. Dokuzuncu Alt Amaca Yönelik Bulgular: Örgütsel İmaj ve Genel Aidiyetin Öğrenci Sadakatini Yordaması	95
BÖLÜM V.....	98
SONUÇ VE TARTIŞMA.....	98
5.1. Sonuçlar	98
5.1.1. Birinci Alt Amaca Yönelik Sonuçlar: Mesleki Sonuç Beklentisi ve Öğrenci Sadakatinin Betimsel İstatistik Sonuçları.....	98
5.1.2. İkinci Alt Amaca Yönelik Sonuçlar: Mesleki Sonuç Beklentisinin Çeşitli Değişkenlere Göre Analiz Sonuçları	99

5.1.3. Üçüncü Alt Amaca Yönelik Sonuçlar: Öğrenci Sadakatinin Çeşitli Değişkenlere Göre Analiz Sonuçları.....	101
5.1.4. Dördüncü Alt Amaca Yönelik Sonuçlar: Örgütsel İmaj ve Alt Boyutları İle, Mesleki Sonuç Beklentisi Arasındaki İlişkiler.....	104
5.1.5. Beşinci Alt Amaca Yönelik Sonuçlar: Örgütsel İmaj ve Alt Boyutları İle Öğrenci Sadakati Arasındaki İlişkiler	105
5.1.6. Altıncı Alt Amaca Yönelik Sonuçlar: Genel Aidiyet ve Alt Boyutları İle Mesleki Sonuç Beklentisi Arasındaki İlişkiler.....	106
5.1.7. Yedinci Alt Amaca Yönelik Sonuçlar: Genel Aidiyet ve Alt Boyutları İle Öğrenci Sadakati Arasındaki İlişkiler	107
5.1.8. Sekizinci Alt Amaca Yönelik Sonuçlar: Örgütsel İmaj ve Genel Aidiyetin Mesleki Sonuç Beklentisini Yordaması	107
5.1.9. Dokuzuncu Alt Amaca Yönelik Sonuçlar: Örgütsel İmaj ve Genel Aidiyetin Öğrenci Sadakatini Yordaması	108
5.2. Öneriler	109
5.2.1. Uygulayıcılar İçin Öneriler	109
5.2.2. Araştırmacılar İçin Öneriler	111
KAYNAKLAR	112
EKLER.....	129
ÖZGEÇMİŞ.....	146

TABLULAR LİSTESİ

BÖLÜM III

Sayfa

Tablo 3.1. Örgütsel İmaj Ölçeği ve Alt Boyutlarına İlişkin Cronbach Alpha Değerleri.....	53
Tablo 3.2. Örgütsel İmaj Ölçeği ve Alt Boyutlarına İlişkin Aritmetik Ortalama Aralık Değerleri	54
Tablo 3.3. Genel Aidiyet Ölçeği ve Alt Boyutlarına İlişkin Cronbach Alpha Değerleri.....	55
Tablo 3.4. Genel Aidiyet Ölçeği ve Alt Boyutlarına İlişkin Aritmetik Ortalama Aralık Değerleri	56
Tablo 3.5. Mesleki Sonuç Beklentisi Ölçeğine İlişkin Cronbach Alpha Değerleri.	57
Tablo 3.6. Mesleki Sonuç Beklentisi Ölçeğine İlişkin Aritmetik Ortalama Aralık Değerleri.....	57
Tablo 3.7. Öğrenci Sadakati Ölçeği ve Alt Boyutlarına İlişkin Cronbach Alpha Değerleri.....	59
Tablo 3.8. Öğrenci Sadakati Ölçeği ve Alt Boyutlarına İlişkin Aritmetik Ortalama Aralık Değerleri	59
Tablo 3.9. Evreni Oluşturan Vakıf Üniversiteleri, Devlet Üniversiteleri ve Öğrencileri.....	130
Tablo 3.10. Örnekleme Oluşturan Öğrencilerin Üniversitelere Göre Cinsiyet ve Yaş Dağılımları	132
Tablo 3.11. Örnekleme Oluşturan Üniversite, Fakülte ve Sınıf Düzeyleri.....	133

BÖLÜM IV

Tablo 4.1. Mesleki Sonuç Beklentisi Ölçeğine İlişkin Betimsel İstatistik Bulguları	62
Tablo 4.2. Öğrenci Sadakati Ölçeğine İlişkin Betimsel İstatistik Bulguları	63

Tablo 4.3. MSBÖ Puanlarının Üniversite Türü Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Gruplar t Testi Sonuçları	64
Tablo 4.4. MSBÖ Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Gruplar t Testi Sonuçları	65
Tablo 4.5. MSBÖ Puanlarının Sınıf Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Gruplar t Testi Sonuçları	65
Tablo 4.6. MSBÖ Puanlarının Üniversite Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları	66
Tablo 4.7. MSBÖ Puanlarının Üniversite Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları.....	67
Tablo 4.8. MSBÖ Puanlarının Fakülte Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları	68
Tablo 4.9. MSBÖ Puanlarının Yaş Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları ..	69
Tablo 4.10. MSBÖ Puanlarının Üniversiteyi Tercih Sırası Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	69
Tablo 4.11. MSBÖ Puanlarının Üniversiteyi Tercih Sırası Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Tamhane Testi Sonuçları	70
Tablo 4.12. MSBÖ Puanlarının Üniversiteyi Tercih Nedeni Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	71
Tablo 4.13. MSBÖ Puanlarının Üniversiteyi Tercih Nedeni Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları	72

Tablo 4.14. MSBÖ Puanlarının Mezuniyet Sonrası Yapılması Düşünülen Durum Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları	73
Tablo 4.15. MSBÖ Puanlarının Mezuniyet Sonrası Yapılması Düşünülen Durum Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları	74
Tablo 4.16. ÖSÖ Puanlarının Üniversite Türü Değişkenine Göre Mann Whitney-U Testi Bulguları.....	74
Tablo 4.17. ÖSÖ Puanlarının Üniversite Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu İle İlgili Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Bulguları	75
Tablo 4.18. ÖSÖ Puanlarının Üniversite Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu İle İlgili Yapılan Mann Whitney-U Testi Bulguları.....	75
Tablo 4.19. ÖSÖ Puanlarının Fakülte Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu İle İlgili Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Bulguları.....	77
Tablo 4.20. ÖSÖ Puanlarının Fakülte Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu İle İlgili Yapılan Mann Whitney-U Testi Bulguları.....	78
Tablo 4.21. ÖSÖ Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Mann Whitney-U Testi Bulguları.....	81
Tablo 4.22. ÖSÖ Puanlarının Sınıf Düzeyi Değişkenine Göre Mann Whitney-U Testi Bulguları.....	81
Tablo 4.23. ÖSÖ Puanlarının Yaş Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu İle İlgili Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Bulguları.....	82
Tablo 4.24. ÖSÖ Puanlarının Üniversiteyi Tercih Sırası Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu İle İlgili Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Bulguları	82
Tablo 4.25. ÖSÖ Puanlarının Üniversiteyi Tercih Nedeni Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu İle İlgili Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Bulguları	83
Tablo 4.26. ÖSÖ Puanlarının Üniversiteyi Tercih Nedeni Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu İle İlgili Yapılan Mann Whitney-U Testi Bulguları	83

Tablo 4.27. ÖSÖ Puanlarının Mezuniyet Sonrası Öncelikle Yapılması Düşünülen Durum Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu İle İlgili Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Bulguları	85
Tablo 4.28. ÖSÖ Puanlarının Mezuniyet Sonrası Öncelikle Yapılması Düşünülen Durum Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu İle İlgili Yapılan Mann Whitney-U Testi Bulguları.....	86
Tablo 4.29. Örgütsel İmaj ve Alt boyutları ile Mesleki Sonuç Beklentisi Arasındaki İlişkiler	87
Tablo 4.30. Örgütsel İmaj ve Alt boyutları ile Öğrenci Sadakati Arasındaki İlişkiler	88
Tablo 4.31. Genel Aidiyet ve Alt boyutları ile Mesleki Sonuç Beklentisi Arasındaki İlişkiler	89
Tablo 4.32. Genel Aidiyet ve Alt boyutları ile Öğrenci Sadakati ve Alt Boyutları Arasındaki İlişkiler.....	90
Tablo 4.33. Örgütsel İmaj, Genel Aidiyet, Mesleki Sonuç Beklentisi ve Öğrenci Sadakati Arasındaki İlişkiye Dair Korelasyon Matrisi	92
Tablo 4.34. Örgütsel İmaj ve Genel Aidiyetin, Mesleki Sonuç Beklentisini Yordamasına İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Bulguları.....	93
Tablo 4.35. Örgütsel İmaj ve Genel Aidiyetin, Öğrenci Sadakatinin Kararlılık Alt Boyutunu Yordamasına İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Bulguları .	95
Tablo 4.36. Örgütsel İmaj ve Genel Aidiyetin, Öğrenci Sadakatinin Kendini Adama Alt Boyutunu Yordamasına İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Bulguları	96

ŞEKİLLER LİSTESİ

BÖLÜM II

Sayfa

Şekil 2.1. Kurumsal İmajı Etkileyen İç ve Dış Çevre Faktörleri (Barich ve Kotler, 1991)	12
Şekil 2.2. The SERVQUAL Model (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1988).....	14
Şekil 2.3. Örgütsel Bağlılığın Genel Modeli (Meyer ve Herscovitch, 2001:317) ...	21
Şekil 2.4. Örgütsel Kültür, Kimlik ve İmaj Arasındaki İlişki (Jo Hatch & Schultz, 1997: 361)	22
Şekil 2.5. Kişiliğin Temel Bileşenlerinin Etkileşimleri ve Aralarındaki Nedensel Etkiler (McCrea ve Costa, 1999)	24
Şekil 2.6. Sistemler Kuramı Kariyer Geliştirme Çerçevesi	29
Şekil 2.7. Sadakat düzeyleri (Dick ve Basu, 1994).....	35
Şekil 2.8. Helgesen ve Nessel (2007) Öğrenci Sadakati Kavramsal Modeli.....	37
Şekil 2.9. Lin ve Tsai (2008) Eğitim Kalitesi ve Öğrenci Sadakati Kavramsal Modeli	38
Şekil 2.10. Hennig- Thurau, Langer ve Hansen (2001) İlişki Kalitesine Dayalı Öğrenci Sadakati Modeli.....	39
Şekil 2.11. Alves ve Raposo (2007) Yükseköğretimde Öğrenci Memnuniyeti Kavramsal Modeli	40
Şekil 2.12. ÖSYS Öğrenim Durumlarına Göre Başvuran ve Yerleşen Aday Sayıları	129

KISALTMALAR LİSTESİ

- YÖK** : Yükseköğretim Kurulu (The Council of Higher Education)
- ÖİÖ** : Örgütsel İmaj Ölçeği (Organizational Image Scale)
- GAÖ** : Genel Aidiyet Ölçeği (General Belongingness Scale)
- MSBÖ** : Mesleki Sonuç Beklentisi Ölçeği (Vocational Outcome Expectation Scale)
- ÖSÖ** : Öğrenci Sadakati Ölçeği (Student Loyalty Scale)
- İZU** : İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi (Istanbul Sabahattin Zaim University)
- BEU** : Beykent Üniversitesi (Beykent University)
- İU** : İstanbul Üniversitesi (Istanbul University)
- YTU** : Yıldız Teknik Üniversitesi (Yildiz Technical University)

EKLER LİSTESİ

Sayfa

Ek -1: 2017 ÖSYS Öğrenim Durumlarına Göre Başvuran ve Yerleşen Aday Sayıları	129
Ek - 2: Evreni Oluşturan Vakıf Üniversiteleri, Devlet Üniversiteleri ve Öğrencileri	130
Ek -3: Örneklemi Oluşturan Öğrencilerin Üniversitelere Göre Cinsiyet ve Yaş Dağılımları	132
Ek - 4: Örneklemi Oluşturan Üniversite, Fakülte ve Sınıf Düzeyleri	133
Ek - 5: Kişisel Bilgi Formu	134
Ek - 6: Örgütsel İmaj Ölçeği	135
Ek - 7: Genel Aidiyet Ölçeği	137
Ek - 8: Mesleki Sonuç Beklentisi Ölçeği	138
Ek - 9: Öğrenci Sadakati Ölçeği	139
Ek - 10: Ölçeklere Dair İzin Mailleri	140
Ek - 11: Üniversitelerin Araştırma İzinleri	141

BÖLÜM I

GİRİŞ

Yükseköğretimde kitleselleşme ve genişleme dönemine ayak uydurmaya çalışan Türkiye’de, yükseköğretime başvuru talebinin artışıyla beraber, yeni devlet ve vakıf üniversitelerinin kurulması ve kontenjanların artırılması tartışmaları 1970’den bugüne gündemde olmuştur. Yükseköğretimdeki bu hızlı büyüme, eğitim, hizmet kalitesi ve paydaş memnuniyeti ile ilgili konuları gündeme getirmiştir. Yükseköğretim Kurulu (YÖK) 2016-2020 Stratejik Plan’da, kalite güvencesinin yükseköğretimde birinci öncelikli hedefler arasında yer alması gerektiği belirtilmiştir (YÖK, 2015: 11-17). Kaliteyi yakalamak ve korumak, yükseköğretimde önemle üzerinde durulması gereken bir konu olmakla beraber, eğitimin planlanması ve uygulanmasına yönelik programların hazırlanmasında, öncelikli olarak öğrenci gereksinimlerinin neler olduğunu tespit etmek gerekmektedir.

Üniversiteler, toplumun uygarlığında merkezi konumları, refahında ise önemli bir kaynak olmaları yanında, aynı zamanda bilim ve teknolojinin de taşıyıcısıdır. Bu noktada üniversiteleri zamanın gereklerine uygun hale getirmek, onların klasik yönetim anlayışlarını aşan bir görevdir (Wissema, 2014: 209). Başka bir ifade ile yükseköğretimde klasik yönetim anlayışı ile üniversitelerin bu misyonları yeteri kadar gerçekleştiremeyecektir.

Eğitim örgütleri, uğraş alanlarının doğrudan doğruya insan olması ve alt kültürlerinin yöneticiler, eğitimciler, öğrenciler olması sebebiyle, etkileşimlerin yoğun yaşandığı örgütlerdir. Bununla beraber, eğitim örgütleri bir yandan bireyler aracılığı ile toplumun kültürünü etkilerken, bir yandan da içinde buldukları toplumun kültüründen yönetim süreçleri ve buna bağlı olarak da uygulamaları etkilenmektedir (Yılmaz ve Oğuz, 2005: 110-107). Dolayısıyla yükseköğretimde, paydaşların algı ve tutumlarının belirlenmesi, buna yönelik uygulamalar planlanması ve mevcut olanların iyileştirilmesi, eğitim yönetimi ve denetimi noktasında önemlidir.

1.1. Problem Durumu

YÖK'ün kurulması ile birlikte yükseköğretime erişimdeki artışın yanında, ilk ve ortaöğretimdeki okullaşma oranlarındaki artış, üniversite sayısının ve yükseköğretim arzının yetersizliği, üniversiteye giriş taleplerinin kısmî düzeyde karşılanabilmesine sebep olmuştur. Bu kapasite artışı ancak yeni üniversitelerin kurulması ve mevcut üniversite kontenjanlarının arttırılmasıyla sağlanabilmiştir. Bu süreçte en kapsamlı büyüme, 2006-2008 yıllarında birçok devlet ve vakıf üniversitesinin kurulmasıyla gözlemlenmiştir (YÖK, 2015: 11).

Yükseköğretimde hızlı büyüme sonucunda, yeterli kaynak aktarılamaması, Üniversitelerin, sadece devletin maddi desteğiyle varlıklarını devam ettirmekte güçlük çekmelerine sebep olmaktadır. Üniversitelerin varlıklarının devamı, yeni kaynak elde etme becerisi, olumlu ve güçlü bir imaj yaratmaları ile gerçekleşebilecektir (Cerit, 2006: 348). Dolayısıyla, toplumsal etkisi geniş olan üniversitelerin varlıklarını istenilen şekilde devam ettirebilmeleri ve kaliteli çıktılar verebilmeleri için olumlu bir örgütsel imaja sahip olması gerekmektedir (Polat, 2011: 251).

Uluslararası rekabetin yoğunlaştığı, teknolojideki hızlı değişimlerin ve müşteri beklentisinin farklılaştığı ortamda değişimlerle başa çıkabilmek; yaratıcı düşünceler bulabilmek, bunları aynı zamanda ürün ve hizmetlere dönüştürebilmekle gerçekleşecektir (İşcan ve Karabey, 2007: 180). Başka bir ifade ile, rekabet ortamında kendilerini geliştiren, diğerlerinden daha nitelikli hale gelmeye çalışan ve çevresinin beğenisini kazanan örgütler, başarılı örgütler olarak görülmektedir (Polat, 2011: 249). Kaldı ki imalat işletmelerinde satın alma kararı vermeden önce ürünü ölçerek ya da teknik standartlarla karşılaştırarak test edebilme imkânı varken; hizmet işletmelerinde, hizmetin kalitesi ve müşteri beklentisine uygunluğu, hizmet sonunda anlaşılabilir. Bu nedenle bireyler hizmet satın alma sürecinde riske girmek için, olumlu bir imaja sahip kurumları tercih etmektedirler (İbicioğlu. 2005: 62). Dolayısıyla, toplumun hızla değişen beklentisi ve bu beklentisin ne ölçüde karşılanabilirliği, yükseköğretimde önemli bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır.

Üniversite tercih dönemi gerek üniversite adayının gerekse çevresinin sıkıntılar yaşadığı bir dönemdir. Mevcut imkanlar dahilinde, en iyi ve seçkin üniversite tercihi için yoğun çaba gösterilmektedir. Bu süreçte adayların tercih

kriterleri arasında, üniversitenin imajı, konumu, öğrencinin üniversiteye yerleşme puanı, ailenin ve yakın çevrenin olumlu veya olumsuz etkileri bulunmaktadır. (Alptekin, 2011:103). Başka bir ifade ile, bireyin kendi seçmiş olduğu içsel amaçlar, yine bireyin ihtiyaçları ve değerleri doğrultusunda gelişirken, kendi dışındaki kişi ve kurumlar tarafından oluşturulmuş olan dışsal amaçlar, yaşadığı çevrenin istek ve değerleriyle şekillenebilmektedir (Eryılmaz ve Aypay, 2011: 1749). Dolayısıyla, tercih kriterlerinin, içsel ve dışsal etkilerin öğrencilerin üniversiteye aidiyetindeki dikkate değer etkileri göz ardı edilmemelidir

Üniversiteler, toplumun çeşitli kesimlerinden gelen, farklı kültür birikimine sahip birçok öğrenciyi barındırmaktadırlar. Yeni bir sosyal çevreyle başbaşa kalan üniversite gençliğinin artan maddi ve manevi sorumlulukları tek başına göğüsleme zorunda kalması, onu dış çevreden destek ve çeşitli arkadaş gruplarında aidiyet arayışlarına yönlendirmektedir (Duru, 2015: 39). Üniversite gençliğinin aidiyetinde, arkadaş grupları kadar öğretim elemanları ve personelin de önemli bir yeri bulunmaktadır. Bu noktada akademisyen ve üniversite personelinin öğrenci aidiyetindeki etkisi dikkate alınmalıdır (Alptekin, 2011: 99). Dolayısıyla, bireyin temel ihtiyaçlardan biri olan aidiyet gereksinimini nasıl ve ne derecede karşılayabildiği yükseköğretimde önemli bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kalite kültürü sürekli değişim anlayışını beraberinde getireceğinden, yükseköğretimde eğitim-öğretim ve araştırma faaliyetleri kadar, öğrencinin sosyalleşmesini sağlayan her türlü imkânın da sağlanması önemlidir (Hacıfazlıoğlu, 2006: 2-3). Sosyal kabulün gerçekleşmesi ile birey, yaşamsal görevler karşısında güçlü durabilmekteyken, sosyal izolasyon bireyde yıkıcı sonuçlar oluşturmaktadır. Sosyal gerçeklikte kendine yer edinebilen bireyin, o topluma ait olma ve toplumda önemli olma duygusunda aidiyet algısının rolü önemlidir (Çikrıkci, 2015: 24). Bununla beraber araştırmalar, bir gruba veya kuruma bağlılığının, bireyin yüksek benlik saygısı, yüksek akademik başarı, yüksek doyum düzeyi ile beraber düşük yalnızlıkla ilişkili olduğunu göstermektedir (Chen, 1999; King, Vidourek, Davis ve McClellan. 2002; Pond. 1998; Osterman. 2000; akt. Duru. 2015: 38). Dolayısıyla, yükseköğretim kültürünün çok yönlü boyutlarla ele alınması, öğrencilerin eğitim öğretim sürecinde yaşayacağı problemlerin tespit edilmesi ve önlemler alınması gerekmektedir.

Bir yandan üniversite kapılarına öğrencilerin yığılması, diğer yandan mezunların çoğunluğunun iş bulamaması, eğitim tarihimizde son 20 yılın önemli bir problemi olarak karşımıza çıkmaktadır (Akyüz, 2013: 423). Öğrenciler, seçtikleri mesleğin yeterli geliri ve yaşam tarzını sağlayıp, sağlamayacağı endişelerini eğitimleri boyunca taşımaktadır. Üniversite öğrencilerinin mesleki ve kariyer beklentisine dair yaşadığı bu belirsizlikler gözönüne alındığında, çoğunluğunun kendilerini yeterince tanıyamadıkları, hedeflerini belirleme ve kariyer kararı konusunda problemler yaşadıkları görülmektedir. Bununla beraber mezuniyet sonrası iş yaşamına geçiş süreci de aynı derecede sancılı olmaktadır. Üniversite hayatı ile iş hayatının birbirinden farklı olması, öğrencilerin iş hayatı hakkındaki bilgisizlikleri, işverenlerin beklediği tecrübe ve becerilere sahip olunamaması bu süreci daha da zorlaştırmaktadır (Wissema, 2014: 79).

Bu süreçte eğitim fakültesi öğrencilerinin de öğretmenlik mesleğine yönelik birçok kaygıları bulunmaktadır. YÖK'ün, 2014 yılında aldığı pedagojik formasyon eğitimi sertifika programları hakkındaki kararla, öğretmenliğe kaynaklık oluşturan lisans programlarındaki öğrenciler için öğretmenlik mesleği açık hale getirilmiştir (YÖK, 2014). Öğretmenliğe kaynaklık oluşturan lisans programlarından mezuniyet ve pedagojik formasyon eğitimi sertifika programı sonrasında, devletin atamaya esas sınavları sonucunda, öğretmen olarak atanılabilmekte ya da çeşitli eğitim kurumlarında öğretmenlik yapılabilmektedir. Bu durum, yükseköğretim bünyesinde çeşitli tartışmaları beraberinde getirmiş ve eğitim fakültesi öğrencilerinin öğretmenlik mesleğine yönelik beklentisinde karamsarlığa sebebiyet vermiştir.

Bununla birlikte, yükseköğretimde kayıtlı öğrencilerin üniversiteden ayrılmasının maliyeti, yeni öğrencilerin üniversiteyi tercih etmesinin maliyeti kadar üzerinde titizlikle durulması gereken önemli bir konudur. Yurt dışında Öğrenci Sadakati ile alakalı; Helgesen ve Nessel (2007); Lin ve Tsai (2008); Hennig-Thurau, Langer ve Hansen (2001); Yu ve Kim (2008); Alves ve Raposo (2007); Clerfeuille ve Poubanne (2003) gibi birçok çalışma bulunurken ülkemizde bu konudaki çalışmalara oldukça az rastlanılmaktadır. Bazı durumlarda mevcut öğrencilerle uzun ilişkiler sürdürmek ve öğrencilerin eğitimlerine devam etmeleri için harcamalar yapmak, yeni öğrenciler için yapılan harcamalardan daha fazla olabilmektedir (Hennig-Thurau, Langer ve Hansen, 2001: 332). Kaldı ki öğrenciden alınan öğrenim ücretleri, vakıf üniversitelerinin ana gelir kaynakları olabilmektedir. Eğer öğrenci

üniversitesine karşı sadakat tutumu gösteriyorsa, üniversitesine karşı olumlu tutum sergilemektedir. Aynı zamanda eğitiminin sonuna kadar kendi üniversitesinde kalmaya devam etmektedir. Dolayısıyla, yükseköğretimde Öğrenci Sadakatini artırmaya yönelik önlemler alınması gerekmektedir. Öğrenci Sadakatinin altındaki kuramsal yapının belirlenmesi ve bu yapıyı oluşturan değişkenler ile birlikte problemin ortaya konulması gerekmektedir.

Bu çalışmanın hareket noktası; literatürde çeşitli çalışmaların yanında, yükseköğretimde Örgütsel İmaj ve Aidiyetin, Mesleki Sonuç Beklentisi ve Öğrenci Sadakatine etkisi üzerine olan çalışmaların eksikliğidir. Bu noktada çalışmanın ilk olacağı, literatüre katkı sağlayacağı, eğitim yönetimi ve denetimine birçok faydaları olacağı öngörülmektedir.

Yukarıda belirtilen nedenlerle, bu araştırmanın temel problemi: “Yükseköğretimde Örgütsel İmaj ve Aidiyetin, Mesleki Sonuç Beklentisi ve Öğrenci Sadakatine etkisi” olarak belirlenmiştir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada; yükseköğretimde Örgütsel İmaj ve Aidiyetin, Mesleki Sonuç Beklentisi ve Öğrenci Sadakatini yordayıp, yordamadığını belirlemek amaçlanmıştır. Bu amaca yönelik belirlenmiş alt amaçlar şunlardır:

1. Mesleki Sonuç Beklentisi ve Öğrenci Sadakatinin betimsel istatistikleri nelerdir?

2. Mesleki Sonuç Beklentisi; üniversite türüne, cinsiyete, sınıf düzeyine, üniversiteye, fakülteye, yaşa, üniversiteyi tercih sırasına, üniversiteyi tercih nedenine, mezuniyet sonrası öncelikle yapılması düşünülen durum değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

3. Öğrenci Sadakati; üniversite türüne, cinsiyete, sınıf düzeyine, üniversiteye, fakülteye, yaşa, üniversiteyi tercih sırasına, üniversiteyi tercih nedenine, mezuniyet sonrası öncelikle yapılması düşünülen durum değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

4. Örgütsel İmaj ve alt boyutları ile Mesleki Sonuç Beklentisi arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

5. Örgütsel İmaj ve alt boyutları ile Öğrenci Sadakati arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

6. Genel Aidiyet ve alt boyutları ile Mesleki Sonuç Beklentisi arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

7. Genel Aidiyet ve alt boyutları ile Öğrenci Sadakati arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

8. Örgütsel İmaj ve Genel Aidiyet, Mesleki Sonuç Beklentisinin anlamlı bir yordayıcısı mıdır?

9. Örgütsel İmaj ve Genel Aidiyet, Öğrenci Sadakatinin anlamlı bir yordayıcısı mıdır?

1.3. Araştırmanın Önemi

Günümüz çevre koşullarının, sürekli gelişme ve rekabete yönelik bir özellik göstermesi, kurumları çevrenin ihtiyaç ve beklentisini karşılama çabalarına yönlendirmiştir. Başka bir ifade ile, çevresine başarılı bir şekilde uyum sağlayan kurumların rekabet güçleri gelişmekte, kurumsal değerleri artmakta ve imajları güçlenmektedir (Erkmen ve Çerik, 2007: 107).

Son yıllarda devlet ve vakıf üniversitelerinin sayısının hızla artmasıyla birlikte, yükseköğretimde de imaj oluşturma ve geliştirme çalışmaları önemli hale gelmiştir. Olumlu ve saygın bir kurumsal imajın, aranan bir özellik olmasının yanında, benzerlerden farklılık ancak kurumsal imaj ile ortaya konulabilmektedir (Bolat, 2006: 123). Başka bir ifade ile, olumlu bir kurumsal imaja sahip üniversiteler diğerlerinden daha fazla tercih edilebilmektedir. Bu üniversiteleri tercih eden başarılı ve zeki öğrenciler de üniversitelerinin imajını yükseltmektedir (İbicioğlu, 2005: 62). Lisans ve lisansüstü öğrenciler eğitim tercihlerini üniversitelerin, fakültelerin ve programların imajına göre yapabilmektedirler (Nguyen ve LeBlanc, 2001; Paden ve Stell, 2006; akt. Polat. 2011: 250).

Üniversiteler bir yandan başarılı öğrencileri kendilerine çekerken, diğer yandan olumlu imajı ile öğrencilerini başarıya güdülemekte, öğrencilerinin performanslarında ve akademik başarılarında artma gözlenebilmektedir (Polat, 2011: 251). Diğer taraftan, olumlu kurumsal imaja sahip olmayan üniversiteler öğrenci

bulmada zorlanabilmekte kurumun hedeflediği ekonomik ve sosyal amaçlarına ulaşamayacak ve hedeflenen başarıyı yakalamakta güçlük çekebilmektedir (İbicioğlu, 2005: 63). Başka bir ifade ile üniversiteler, birer eğitim kurumu olarak rekabet içerisindeki yerlerini almak ve varlıklarının devam ettirebilmek için olumlu bir imaja sahip olmak durumundadırlar.

Bunun yanında üniversiteler kaliteli bir akademik kadro oluşturarak, akademik programların, ürün ve hizmetlerin niteliğini arttırmak suretiyle paydaşlarının örgütsel imaj algılarını yükseltebilmektedir (Polat, 2011: 256). Dolayısıyla, üniversitelerin örgütsel imajının ölçülebilmesi ve stratejilerinin bu doğrultuda yönlendirilmesi, önemle üzerinde durulması gereken bir konudur. Üniversitelerin örgütsel imajı; yönetim tarzları, kurumsal iletişimleri, sosyal, fiziksel ve teknik olanakları sosyal ve kültürel etkinlikleri gibi birçok faktörden oluşmaktadır. Bu faktörler, öğrencilerin üniversitelere bağlılığını olumlu yönde etkileyebilmektedir (Wong ve Wong, 2011; 17; Erkmene ve Çerik, 2007: 117-118).

Bireyin örgütü hakkında edindiği imaj, örgüte olan bağlılığını doğurmaktadır. Örgütün bir üyesi olarak birey, kimliğinin diğer kimliklere oranla ön planda olduğunu; örgütü tanımlayan kavramlarla, kendini tanımlayan özellikler arasında benzerlik olduğunu algıladığı zaman, güçlü bir bütünleşme içine girmektedir. Bireyin kendini özdeşleştirdiği grubun başarılı olması bireyi gururlandırmakta ve benlik saygısını yükseltmektedir (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar 2014: 263; Erkmene ve Çerik, 2007: 108). Başka bir ifade ile bireyin, önemsenen ve değerli görülen bir grubun üyesi olması ve bundan gurur duymasında olumlu imaj etkili olmaktadır (Newman, Lohman ve Newman. 2007: 243).

Öğrenci Sadakati, “student loyalty” kavramı, birçok yurt dışı araştırmalara konu olmakla beraber (Nguyen ve LeBlanc, 2001; Palacio, Meneses ve Perez, 2002; Wong ve Wong, 2011: 17), son zamanlarda ülkemizde de kullanılmakta ve kavrama geçmişe oranla daha fazla önem verilmektedir. Sadakat düzeyi yüksek olan öğrenci mezuniyet sonrasında, lisansüstünü üniversitesinde tercih etmekte veya üniversitesi ile iş birliği yaparak mevcut ve aday öğrencileri olumlu anlamda yönlendirebilmektedir. Bununla birlikte, mezunların profesyonel seminerleri, projelere desteği, sektörlerle bağlantıları, mezun ve mevcut öğrencilere staj ve iş olanakları sağlamaları gibi kendi üniversitelere birçok faydaları olabilmektedir

(Wong ve Wong, 2011: 3). Dolayısıyla, Öğrenci Sadakati, yükseköğretim kurumlarının önemle üzerinde durması gereken bir kavramdır. Öğrenci Sadakati üzerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi, buna yönelik uygulamaların düzenlenmesi, eğitim yönetimi ve denetimi açısından önemlidir.

Öğrencinin seçmiş olduğu programın, eğitimini başarıyla tamamlaması sonucunda alacağı diplomanın, yapmayı düşündüğü mesleğin, beklentisini ne derecede karşılayacağına dair olan inançları, Mesleki Sonuç Beklentisini oluşturmaktadır (Işık, 2013: 1420). Üniversite öğrencilerinin, eğitimleri boyunca özellikle son iki yılda, meslek ve kariyer anlamındaki tedirginlikleri oldukça artmaktadır. Öğrencilerin kariyer konusunda yeterli bilgiye sahip olma, bunu sürece uygulayabilme, süreçteki değişimlere hazır olabilme, toplum ve iş dünyasındaki ilişkilerinin farkına varabilme noktasında yardıma ihtiyaçları bulunmaktadır (Brown, 2003; akt. Işık, 210: 12).

Bununla beraber, öğrencinin kariyer kararı yetkinlik beklentisinin yüksek olması, ilgi, değer ve yeteneklerini doğru şekilde değerlendirebilmesine, mesleklerle alakalı doğru bilgiler edinebilmesine, hedeflerinin ulaşılabilir nitelikte olmasına, aynı zamanda bu süreçte karşılaştığı problemleri çözebilmede kendine güvenebilmesine bağlıdır (Işık, 2010: 23). Dolayısıyla, bu çalışmanın, öğrencilerin Mesleki Sonuç Beklentisinin belirlenmesi, mesleki rehberlik programları ve bireysel kariyer uygulamalarına katkı sağlanması bakımından önemli olduğu düşünülmektedir.

Tutumlar doğrudan ölçülemez, davranış yoluyla dolaylı ölçülebilirler. Bu durum genel olarak uygulamadaki belirtilen sorulara fikir belirtme şeklinde olabilmektedir (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2014: 155). Dolayısıyla, yükseköğretimde eğitim hizmetlerinden faydalanan öğrencilerin, Örgütsel İmaj ve aidiyetlerinin, Mesleki Sonuç Beklentisi ve sadakatlerine etkisinin belirlenmesinde, ilgili üniversite öğrencilerinin görüşleri alınmalıdır.

Konunun öneminden hareketle, yükseköğretimde Örgütsel İmaj ve aidiyetin, Mesleki Sonuç Beklentisi ve Öğrenci Sadakatine etkisini araştıran bu çalışmanın;

1. Belirtilen değişkenlerin birarada bulunduğu ilk çalışma olacağı ve literatüre katkı sağlayacağı.

2. Eğitim fakülteleri öğrencilerinin, pedagojik formasyon eğitimi sertifika programı ile öğretmenlik yapabilecek fakülte öğrencilerinin ve diğer fakülte öğrencilerinin algı ve tutumları arasında karşılaştırma olanağı sağlayacağı,
3. Bulgulara yönelik uygulamalar sonucunda, öğrencilerin üniversiteleri ile özdeşleştiği, üniversite yaşamına etkin katılmalarının sağlanacağı, aidiyet ve sadakat düzeylerinin artacağı,
4. Mesleki Sonuç Beklentisine yönelik kariyer gelişimi merkezleri kurulacağı ve mevcut olanları iyileştirme çalışmalarının yapılacağı,
5. Yükseköğretimde alınan kararlarda söz sahibi olanların, fakültelere ve programlara yönelik uygulamalar geliştirileceği ve çalışmanın belirtilen açılardan eğitim yönetimi ve denetimine katkılar sağlayacağı öngörülmektedir.

1.4. Varsayımlar

Araştırmanın bağlı olduğu varsayımlar şunlardır:

1. Araştırmaya dahil edilen üniversite öğrencilerinin, araştırmadaki form ve ölçek sorularını içtenlikle yanıtladıkları ve gerçek görüşleri olduğu varsayılmıştır.
2. Kişisel Bilgi Formu”, “Örgütsel İmaj Ölçeği”, “Genel Aidiyet Ölçeği”, “Mesleki Sonuç Beklentisi Ölçeği” ve “Öğrenci Sadakati Ölçeği”nin örnekleme oluşturan tüm öğrencilere aynı koşullarda uygulandığı varsayılmıştır.

1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

1. Araştırma, 2017–2018 öğretim yılında İstanbul ilinde bulunan 2 vakıf üniversitesi (İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi ve Beykent Üniversitesi) ve 2 devlet üniversitesinin (İstanbul Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversitesi) çeşitli fakültelerinde öğrenim gören 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin görüşleriyle sınırlıdır.
2. Araştırmadan elde edilen veriler, “Kişisel Bilgi Formu”, “Örgütsel İmaj Ölçeği”, “Genel Aidiyet Ölçeği”, “Mesleki Sonuç Beklentisi Ölçeği” ve “Öğrenci Sadakati Ölçeği” nin ölçtüğü nitelikler ve üniversite öğrencilerinin bunlara verdikleri yanıtlar ile sınırlıdır.

1.6. Tanımlar

Yükseköğretim: Milli eğitim sisteminde, ortaöğretime dayalı, en az dört yarı yılı kapsayan, her kademedeki eğitim-öğretim sunan (Yükseköğretim Kanunu, 2547 S.K.) akademik ve fiziksel altyapıya sahip olan örgütler.

İmaj: İçsel ve dışsal faktörlerin etkisiyle oluşan (Bakan, 2005:15), kişiden kişiye değişebilen (Gemlik ve Sığırı, 2007: 268), duygu ve düşünceleri kapsayan zihinsel algılamalar (Fettahlıoğlu, Ö.O, 2016: 155).

Örgütsel İmaj: İnsanların bir kurum hakkındaki bilgi, inanç, deneyim, duygu ve izlenimleri (Nguyen ve Leblanc, 2002: 243; Abratt ve Mofokeng, 2001: 370), olumlu ya da olumsuz düşünceleri (Ayhan ve Karatepe, 2000: 176), kurumun vizyonu, misyonu, çalışanların davranışları, birbirleriyle ve devletle olan ilişkileri gibi bütün soyut ve somut şeylerin hedef kitle üzerinde bıraktığı algı (İbicioğlu, 2005: 62).

Genel Aidiyet: Bireyin kendini, içinde bulunduğu çevrenin anlamlı, değerli ve önemli bir parçası olarak algılaması (Duru, 2015: 37-38), toplumda kabul edilmeye yönlendiren ya da dışlanmaktan uzak tutan kişilik özellikleri (Baumeister ve Leary, 1995).

Mesleki Sonuç Beklentisi: İnsanların, kazanç, statü, üretkenlik ve saygınlık gibi kariyerleriyle alakalı öncelikli mesleki değerlerini gerçekleştirebilmeye olan inançları (Işık, 2013: 1420).

Öğrenci Sadakati: Öğrencinin, eğitimine kendi üniversitesinde devamı ve mezuniyet sonrası ilişkilerine yönelik bilişsel, duygusal ve davranışsal boyuta sahip tutumu (Helgesen ve Nettet, 2007: 42).

BÖLÜM II

KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

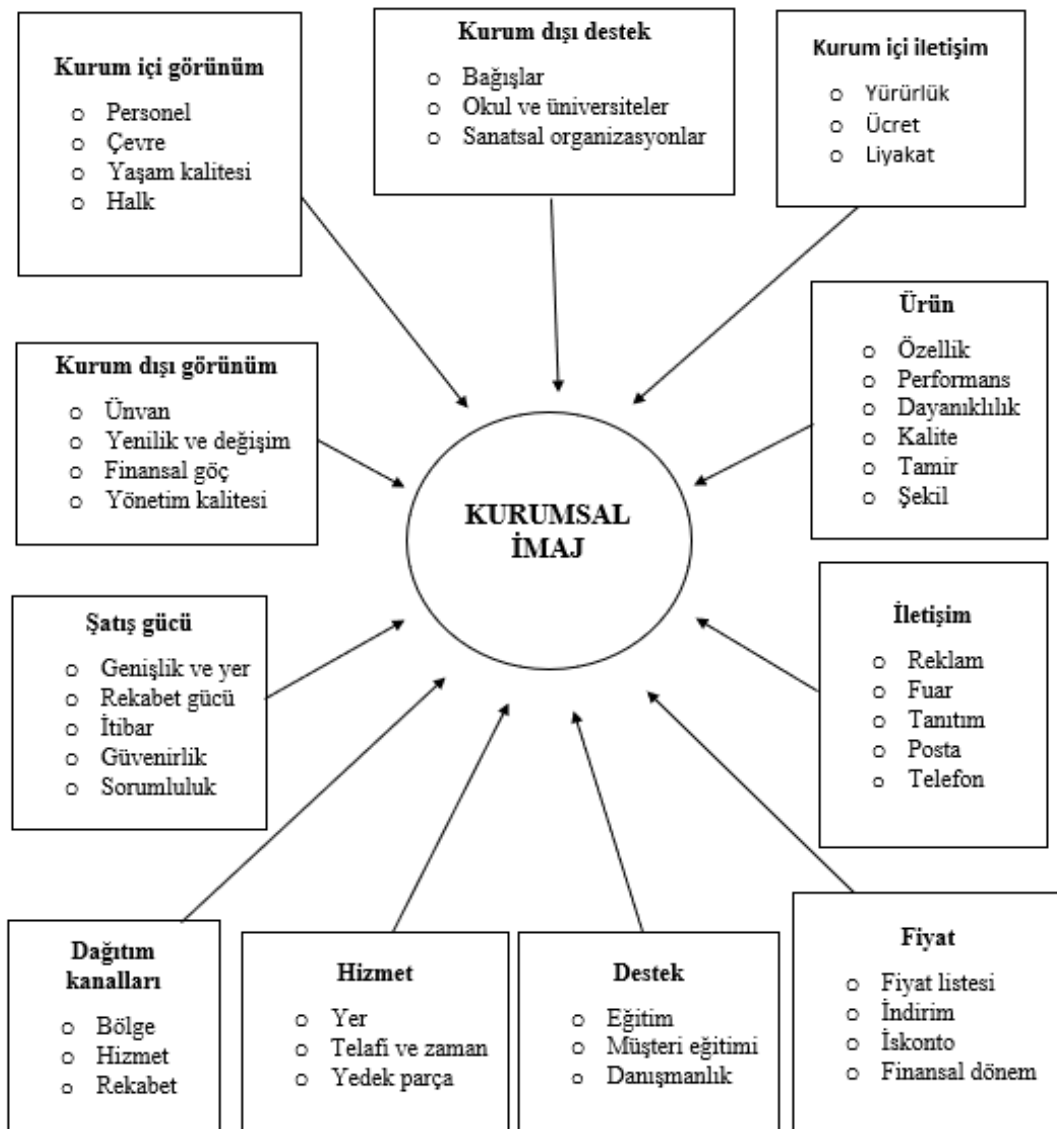
2.1. Örgütsel İmaj

2.1.1. İmaj ve Örgütsel İmaj Kavramı

İmaj, somut bir olgu olmadığı için insanların zihinsel algılamalarına bağlı duyguları, düşünceleri, aynı zamanda davranışları kapsamaktadır (Fettahlıoğlu, Ö.O, 2016: 155). İmaj, bireyin kişilik özelliklerine göre varlığı nasıl algıladığına bağlıdır ve insan faktörü göz önünde bulundurarak ölçülebilir. Diğer bir ifade ile, imajın en önemli özelliği, kişiden kişiye değişebilen bir kavram olmasıdır (Gemlik ve Sıgır, 2007: 268). Kişisel imaj, marka imajı, istenilen imaj, mesleki imaj, işletmelerde imaj, ürün imajı, ayna imaj, şemsiye imajı, pozitif imaj ve negatif imaj gibi birçok çeşitleri bulunmaktadır (Bakan, 2005: 15). Kişilerin bir nesneyle ilgili, bir defa gerçek bir imaja sahip olmaları, daha sonra o nesne veya kişiyle alakalı daha fazla bilgiyi kavramada seçici olmalarına sebep olmaktadır (Tengelimoğlu ve Öztürk, 2004: 221). Dolayısıyla, imaj, içsel ve dışsal faktörlerin birlikte etkili olmasıyla oluşmaktadır. Bireyler, bir yandan farklı kaynaklardan gelen verilerle dış dünyayla ilgili yargılarını oluştururken, bir yandan iç dünyalarının etkisi altında kalabilmektedirler.

Örgütsel İmaj kavramı; kimlik sunumlarının ilgili hedef kitle üzerinde bıraktığı bütünsel algı (Erdogan, Develioğlu, Gönüllüoğlu ve Özkaya, 2006), örgütle ilgili inanç, duygu, bilgi ve izlenimler (Nguyen ve Leblanc, 2002: 243), Abratt ve Mofokeng, 2001: 370), kurumun vizyonu, misyonu, çalışanların davranışları, birbirleriyle ve devletle ilişkileri (İbicioğlu, 2005: 62) gibi soyut ve somut şeylerin hedef kitle üzerindeki etkisi olarak tanımlanabilmektedir. Kurumsal imajın ürünsel unsurlara, firma personelinin davranışlarına, paydaşlarla olan ilişkilerine ve geçmiş deneyimlerine kadar dayandırılması, zihinsel algılamaları tanımlamanın zorluğundan kaynaklanmaktadır (Fettahlıoğlu, Ö.O, 2016: 156).

İç ve dış paydaşlar gözönüne alındığında; imaj ve imaja yönelik algılar, rekabete ve gelişmeye yönelik ilgi odağı oluşturduğundan, örgütlerin imaj oluşturma ve geliştirme çalışmalarına ağırlık vermesi önemlidir (Erkmen ve Cerik, 2007: 107-109). Dolayısıyla örgütler, paydaşlarının imaj algısını etkileyen faktörleri olumlu yönde yönlendirmeyi başarabilirlerse, hedeflerine kolaylıkla ulaşabileceklerdir (Polat, 2011: 256). Bu noktada imaj algısını etkileyen etkileyen, performanstan eğitime, iletişimden danışmanlığa kadar birçok iç ve dış çevre faktörleri karşımıza çıkmaktadır (Barich ve Kotler, 1991: 94; akt. Örer, 2006: 15). Kurumsal imajı etkileyen bu faktörler Şekil 2.1’de verilmektedir.



Şekil 2. 1. Kurumsal İmajı Etkileyen İç ve Dış Çevre Faktörleri (Barich ve Kotler, 1991)

2.2. Örgütsel İmaj Yönetimi

Yönetim; örgütlerin amaç ve hedeflerine ulaşmasını sağlayan, insanların birlikte yaşaması ve çalışmasıyla ortaya çıkmış, en küçük örgütsel yapıdan, en büyüğe kadar olan süreci ifade eder (Güney, 2015: 6).

Massey (2003)'e göre, başarılı bir örgütsel imaj yönetimi, üç adımlı bir süreci kapsamaktadır (Akt. Polat, 2011: 250);

1. Örgüt paydaşlarının, örgütsel imajının nasıl algıladıklarının belirlemek,
2. Örgüt paydaşlarını sürekli izleyerek zamanında geri bildirimler almak ve buna yönelik iletişim stratejisi belirlemek,
3. İmaj algısının sürekliliği için mevcut durumu korumak ve iyileştirmektir.

Günümüz yönetim felsefesi, çalışma hayatının önemli faktörü olan insanı en etkin şekilde kullanmayı zorunlu kılmaktadır (Güney, 2015: 11). İyi bir örgütsel imaj için, alt yapı kurulduktan görselliğe dayalı bir dış imaj oluşturulduktan sonra, çalışanlara yönelik olarak bir iç imaj çalışması yapılması gereklidir. İmaj yönetiminde en önemli aşamalardan biri, müşterilerle bağlatıyı sağlayacak bu iç imajı oluşturabilmektir. Üretim ve tüketimin aynı zamanda gerçekleştiği ve temel ürünün hizmet olduğu durumlarda bu aşama önemlidir (Bolat, 2006: 122). Dolayısıyla, örgütteki her çalışan, müşterilere, topluma ve diğer paydaşlara karşı birer elçi konumundadır ve olumlu iç imajla desteklenmeyen bir dış imaj örgütlerin hedeflediği faydayı sağlayamayacaktır.

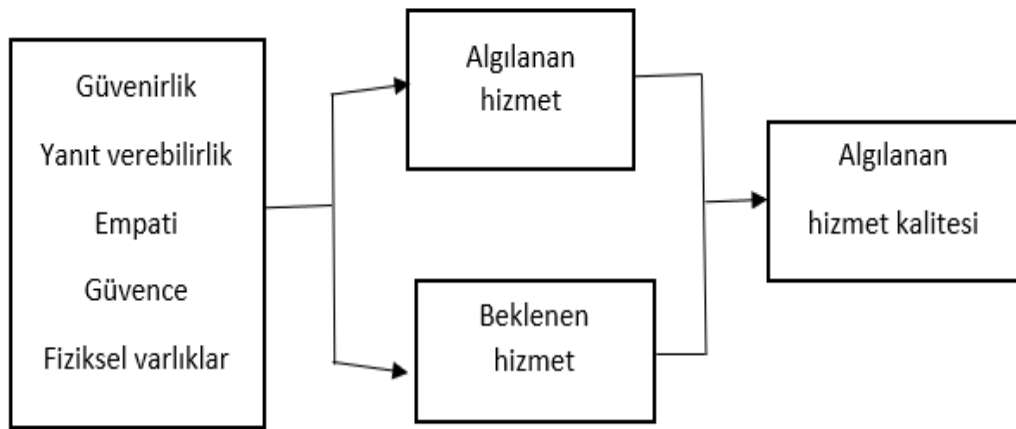
Örgütün önceden belirlenmiş hedeflerine ulaşabilmesi, kaynaklarını etkili ve verimli bir şekilde kullanması ile gerçekleşecektir. Bu noktada, kurumun varlığını ve varlığıyla değer yaratma işlevini sağlıklı bir şekilde yürütebilmesi, hedeflerine ulaşabilmesi için toplumun onay ve desteğine ihtiyacı bulunmaktadır. Bu destek, örgüt yönetiminin ve örgütün gerçekleştirmekte olduğu faaliyetlerin, toplum tarafından nasıl algılandığı ile ilişkilidir (Afşar, Ayaz ve Fettahlıoğlu, 2016: 62; Erkmen ve Çerik, 2007: 107). Dolayısıyla, kurumların verimliliği yalnızca finansal ve somut kriterlerden oluşturulamakta, algılanan hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve sadakati önemli birer etken olabilmektedir. Bu noktada örgütlerin müşterilerinin beklentilerini belirleyebilmeleri, bunlara yönelik hizmet sunabilmeleri

ve kalitelerini geliştirebilmeleri önemlidir (Hırlak, Taşlıyan, Güler ve Ceyhan, 2017: 122).

Farklı hizmet grupları ile yapılan araştırmalar sonucunda, hizmet kalitesinin beş temel boyutu olduğu gözlemlenmiştir. Güvenilirlik, yanıt verebilirlik, empati, güvence ve fiziksel özellikler olarak nitelendirilen bu boyutlardan (Parasuraman, Zeithaml ve Berry 1988: 23);

1. *Güvenilirlik*: Hizmetin planlanan zamanda ve doğru şekilde sunulmasını, çalışanlarının dürüst olmasını ve performansta tutarlılık sağlanmasını,
2. *Yanıt verebilirlik*: Hizmetin hızlı sunulmasını, müşterinin bekletilmemesi gibi kurum çalışanlarının hizmet noktasında gönüllü, istekli olmasını,
3. *Empati*: Düzenli gelen müşterilerin tanınmasını, spesifik durumlarının bilinmesini, gerektiği zaman bireysel ilgi gösterilmesi gibi müşterilerin ihtiyaçlarını anlamaya yönelik çabalarını,
4. *Güvence*: Çalışanların, hizmeti yerine getirmedeki bilgisini, nezaketini ve güven verebilme yeteneğini,
5. *Fiziksel varlıklar*: Fiziksel tesisler, iletişim materyalleri, hizmette kullanılan araçlar ve personelin dış görünüşüne kadar hizmetin tüm fiziksel özellikleri'ni ifade etmektedir.

Şekil 2.2'de, Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1988: 239) The SERVQUAL modeli görülmektedir.



Şekil 2. 2. The SERVQUAL Model (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1988)

Güçlü bir kurumsal imajın, örgütler için birçok faydası bulunmaktadır (Kandampully ve Suhartanto, 2000: 347; Andreassen ve Lindestad, 1998: 7-23; Marken, 1990: 21); (a) Kurumun uzun vadeli amaçları ile yöneticileri arasında duyarlılık kazandırır, (b) hedeflere ulaşmak için izlenecek yolları belirler, (c) rekabet üstünlüğü kazandırır, (d) iç ve dış iletişimi güçlendirir, (e) mevcut konumunu daha sağlıklı değerlendirmeyi sağlar, (f) müşteri memnuniyetini ve buna bağlı tercihleri olumlu etkiler, müşterinin güvenini, sadakatini artırır, (g) finansal kolaylık sağlar (h) kurumun amaç ve stratejilerinin anlaşılmasını kolaylaştırır.

2.3. Yükseköğretimde Örgütsel İmaj

Örgütsel imaj, paydaşları tarafından kurumun vizyonunun, misyonunun ve kimliğinin algılanış biçimidir (Sabuncuoğlu, 2007: 65). Örgütlerin başarıları ve kaliteleri noktasında önemli bir yer tutan örgütsel imaj, yükseköğretimde titizlikle üzerinde durulması ve araştırılması gereken bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Erkmen ve Cerik, 2007: 107-109; Polat, 2009: 9).

Çetin (2004)'e göre, yükseköğretimde imaj yönetiminin olumlu ve olumsuz birçok faktörü bulunmaktadır (Akt. Uluçay, 2012: 69-70);

Olumlu imaj belirleyicileri;

1. Öğrenciler, fakülteler, mezunlar, üniversite ve sanayi iş birliği,
2. Ulusal ve uluslararası kuruluşlara üyelikleri, ulusal ve uluslararası değişim ve sosyal programları, akademisyenlerinin araştırmaları ve yayınları,
3. İç ve dış paydaşlarının memnuniyeti, liderlik noktasında diğerlerinden farkı,
4. Üniversitenin tarihi, fiziksel özellikleri, sosyal tesisleri'dir.

Olumsuz imaj belirleyicileri ise;

1. YÖK'ün kuralları ve uygulamalarına yönelik finansal konuları,
2. Üniversitenin yeni kurulan bir üniversite olması, yetersiz kaynakları ve sosyal imkanları,

3. Medya tarafından yapılan olumsuz yorumlar, iç ve dış paydaşlarda oluşan memnuniyetsizlik,
4. Eğitimde kalitenin ve akademik yayınların yetersizliği'dir.

Polat (2011)'e göre, yükseköğretimde olumlu bir örgütsel imaj için, yöneticilerin izleyeceği çeşitli yollar bulunmaktadır. Öncelikle, mevcut örgütsel imaj ve hedeflenen imaj belirlenmesi; mevcut imajdan, hedeflenen imaja geçiş için uygulamalar gerçekleştirilmesi ve uygulama sonuçlarının sürekli ölçülmesi gerekmektedir. Aynı zamanda örgütsel imajı destekleyecek bir örgüt kültürünün oluşturulması, öğrenci ve personellerin kararlara katılımlarının sağlanması, aynı zamanda sosyal imkanların sunulması önemlidir.

Yükseköğretimde olumlu örgütsel imaj için (Polat, 2011: 256);

1. Eğitim ve hizmet kalitesini iyileştirmek,
2. Alanında ünlü akademisyenlerle üniversitenin çekiciliğini arttırmak,
3. Mevcut akademik personelin niteliğini arttırmak,
4. Akademik programların tanıtımını yapmak,
5. Fiziki binaların ve çevrenin temizliğini sağlamak ve üniversitenin genel görünümünü düzenlemek,
6. Kütüphane, spor tesisleri, yemekhane gibi fiziki alt yapı ve donanımını iyileştirmek,
7. Spor etkinlikleri, dernek, klüp, bahar şenlikleri, tiyatro, sinema, konserler gibi öğrencilerin sosyal ortam ve eğlence olanaklarını arttırmak,
8. Akademik ve idari personelin öğrencilerle olumlu iletişimi ile beraber, öğrencilerin ve personelin üniversite yönetimine aktif katılımları önemlidir.

2.4. Yükseköğretimde Kalite

YÖK 2016-2020 Stratejik Plan'da, yükseköğretimde kalite güvencesinin sağlanması ve birinci öncelikli hedefleri arasında yer alınması gerektiği belirtilmiştir (YÖK, 2015: 17).

Kalitenin üç önemli yönü bulunmaktadır; kalitenin oluşturulması, korunması ve geliştirilmesidir (Hırlak vd, 2017: 120). Kalite, her alanda sürekli iyileştirmeyi hedeflemektedir. Değişen tüketici ihtiyaçlarını karşılamayı amaç edinen hizmet işletmeleri, öncelikle kaliteyi esas almak durumundadır. Eğer müşteri her noktada tatmin edilmişse, hizmet tatmin kardır (Derin ve Demirel, 2010). Diğer bir ifade ile hizmet kalitesi, kalitenin müşteriler tarafından nasıl algılandığına bağlıdır ve hizmet karşılaştırmalarında kurumun kalite özellikleri etkili olmaktadır (Fettahlıoğlu, Ö.O, 2016: 155). Dolayısıyla, yükseköğretimde kalitenin, eğitimin her aşamasında ve eğitimi etkileyen tüm alanlarda sağlanması gerekmektedir.

Wissema (2014: 204-206), üniversitelerin öze bağlı nitelik faktörlerini ve bu faktörlerin önemini şu şekilde sıralamaktadır;

1. *Vizyonu*: Profesyonel hizmet firmaları, büyük şirketler, Ar-Ge kurumları, gibi dış ortaklarla iş birliği, saygınlığı ve mükemmeliği için yaşamsal önem niteliğindedir.
2. *Misyonu*: Araştırma, geliştirme ve bilginin ticarileşmesinde önemlidir. Üniversitenin dış ortaklarla kendini nasıl bir ilişkide gördüğü üniversitenin felsefesini oluşturur.
3. *Örgüt kültürü, inovasyon ve girişimcilik yapısı*: Örgüt kültürü akademisyen, personel ve öğrencinin değer ve tutumlarını kapsar. Bu kültürü değiştirmenin zor olduğu, büyük çabalar ve zaman sonucu oluşacağı doğru bir düşünce değildir.
4. *Öğrenci topluluğunun davranışları*: Üniversite hangi öğrencileri çekmek istemektedir, tercih ettiği öğrenci profilini nedir, açıkça ortaya koymalıdır. Öğrenci çıktısının niteliği, eğitimin niteliği kadar, girdinin kalitesiyle de belirlenmektedir.
5. *Akademik personelin niteliği, seçim kriterleri ve kariyer olanakları*: Akademik personelin entelektüel nitelikleri, araştırmaları başarıyla yürütme yetenekleriyle aynı düzeyde olmalıdır.

2.4.1. Misyon ve Vizyon

Misyon; kurumun varlık nedeni, hangi amaçla, ne yapmak üzere kurulduğu, sorumluluk ve yönetim gücüdür (Koçel, 2001: 92). Vizyon ise; kurumun geleceğe yönelik ulaşmayı hedeflediği hayalleri, geleceği görerek tahminlerde bulunması ve bu tahminler doğrultusunda kurumun stratejilerini belirlemesidir (Göker, 1996:107).

Örgütlerde genellikle üst kademe yönetim tarafından belirlenen misyon ve vizyonun nasıl olması gerektiğine dair bir standart bulunmamaktadır. Bununla beraber çeşitli konular misyon ve vizyonun alanına girmektedir. Bu konular; örgütün genel felsefesi, temel amaçları, yapılan iş ve faaliyet alanı, hizmet sunduğu pazarı, müşteri kitlesi, paydaşlara vermek istediği imaj algısı, temel ürün ve teknolojileri olarak sayılabilir (Hill ve Jones, 1992: 34).

Olumlu bir kurumsal imaj oluşturmanın ilk adımı, kurumun misyon ve vizyonunun tanımlanmasından geçmektedir. İkinci adımı ise dış imajı oluşturmaktır. Olumlu bir dış imaj, müşteri memnuniyeti, ürün ve hizmetlerde kalite, görsel unsurların iyileştirilmesi, çalışmaların medya, reklam ve sponsorluk ile güçlendirilmesi yoluyla gerçekleştirilmektedir (Bolat, 2006: 123).

Bununla beraber, eğer dış hedef kitle üzerinde olumlu bir dış imaja sahip olmak isteniyorsa aynı zamanda iyi bir iç imaja sahip olunmalıdır. Kurumun, dışsal iletişim kanallarıyla, bir yandan dış çevrede nasıl bir imaja sahip olduğundan, bir yandan da iç çevrede nasıl algılandığından haberdar olması, durumunu farklı açılardan değerlendirebilmesi, misyon ve vizyonuna ne ölçüde ulaşabildiği noktasında geri bildirim sağlayacaktır (Erkmen ve Cerik 2007: 109; Çavlı ve Koç, 2017: 665). Bu noktada, kurumun misyonu, idealleri ve mükemmellik standartlarını yansıtacağından, personel de bu standartlara ulaşmada motive olabilecektir (Turgut, 2003: 52). Dolayısıyla, yükseköğretimde vizyona, misyona ve kurum felsefesine iç ve dış paydaşlar tarafından hangi ölçüde cevap verildiği değerlendirilmeli, kuruma ait değerler sisteminin ne derece canlı olduğu belirlenmeli, aynı zamanda tüm paydaşlar tarafından ne ölçüde kabul gördüğü de dikkate alınmalıdır (Wissema, 2014: 204).

2.4.2. Akademik ve Fiziki Alt Yapı

Yükseköğretimde fiziki alt yapıya dair kalite kriterleri; bina, spor tesisleri, açık alan, laboratuvar, kütüphane, dokümantasyon, iletişim ve bilgi işlem sistemleri olarak sayılabilirken, akademik altyapı kriterleri; akademik ve idarî personeli temin, geliştirme sistemi, ders programı, sınav ve değerlendirme sistemi, araştırma ve yayınlar olarak değerlendirilebilir (Hacıfazlıoğlu, 2006: 3). Yükseköğretimde öğretim kalitesini aynı zamanda öğrencilerin eğitim sürecine yönelik algı ve tutumları, akademisyenlerin mesleki anlamda ne derecede yeterli olduklarına dair inançları belirlemektedir (Polat ve Tülübaş, 2015: 19). Bununla beraber, yükseköğretimde kaliteli hizmetler ve bu amaca yönelik fiziki mekanlar, nitelikli öğretim elemanlarından oluşan bir alt yapı hem öğrencinin akademik başarısında hem de sosyalleşmesinde önemli faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır (Polat, 2011: 255; Örer, 2006: 44).

2.4.3. Kurumsal İletişim

Kurumsal iletişim, imaj ile kurumsal kimlik arasında hassas bir bağ olma özelliğiyle, imaj yönetiminde ve kuruma dair kalite algısında önemli bir araçtır. Bu noktada, kurumsal iletişimdeki, kuruma ilişkin mesajı hedef kitleye aktarmada aracı olan iletişim kanalları ve yöntemleri dikkatle düzenlenmelidir (Gemlik ve Sığırı, 2007: 270).

Örgütteki her çalışan kurumun birer elçisi gibidir. Bu nedenle örgütler, bir yandan örgütsel imaj aracılığıyla dış çevrenin bağlılığını arttırmayı amaçlarken, bir yandan da iç imaj çalışmalarıyla çalışanlarının örgüte olan bağlılıklarını arttırarak, dış hedeflere karşı birer iyi niyet elçisi olmalarını sağlamalıdır (Bolat, 2006: 122; Erkmen ve Çerik, 2007: 108).

Akademik alanda kurumsal iletişimin güçlü olması, personel-yönetim, yönetim-öğrenci, personel -öğrenci arasındaki iletişim kanallarının açık olması ile gerçekleşebilmektedir (Örer, 2008: 43). Dolayısıyla, paydaşlar ve kurum arasında sağlıklı bilgi alışverişi ancak sağlıklı bir kurumsal iletişimle sağlanabilmektedir. Başka bir ifade ile, kurumsal iletişim olmadan, kurumun değerleri, vizyonu, misyonu tam olarak anlaşılabilir, sahiplenilemez ve kurum kimliği kazanılamaz (Gemlik ve Sığırı, 2007: 279).

2.5. Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Kültür

Örgütsel imajın algılanmasına ve gelişmesine olumlu katkı sağlayan kurumsal bağlılık ve kurumsal özdeşleşme, kurumun verimliliği açısından önemli bir faktördür (Erkmen ve Cerik, 2007: 109; Erdoğan ve Aydınoğ, 2013: 160-161). Kurum imajı; örgüt felsefesi, örgütsel dizayn, örgütsel davranış ve örgütsel iletişimle oluşan kurum kimliği tarafından şekillendirilmektedir (Tengelimoğlu ve Öztürk, 2004: 227-228). Diğer bir ifade ile kurum kimliğinin oluşmasında kurum imajı etkili olduğu gibi, kurum imajının oluşumunda kurum kimliği etkili olmaktadır (Gemlik ve Sığrı, 2007: 269).

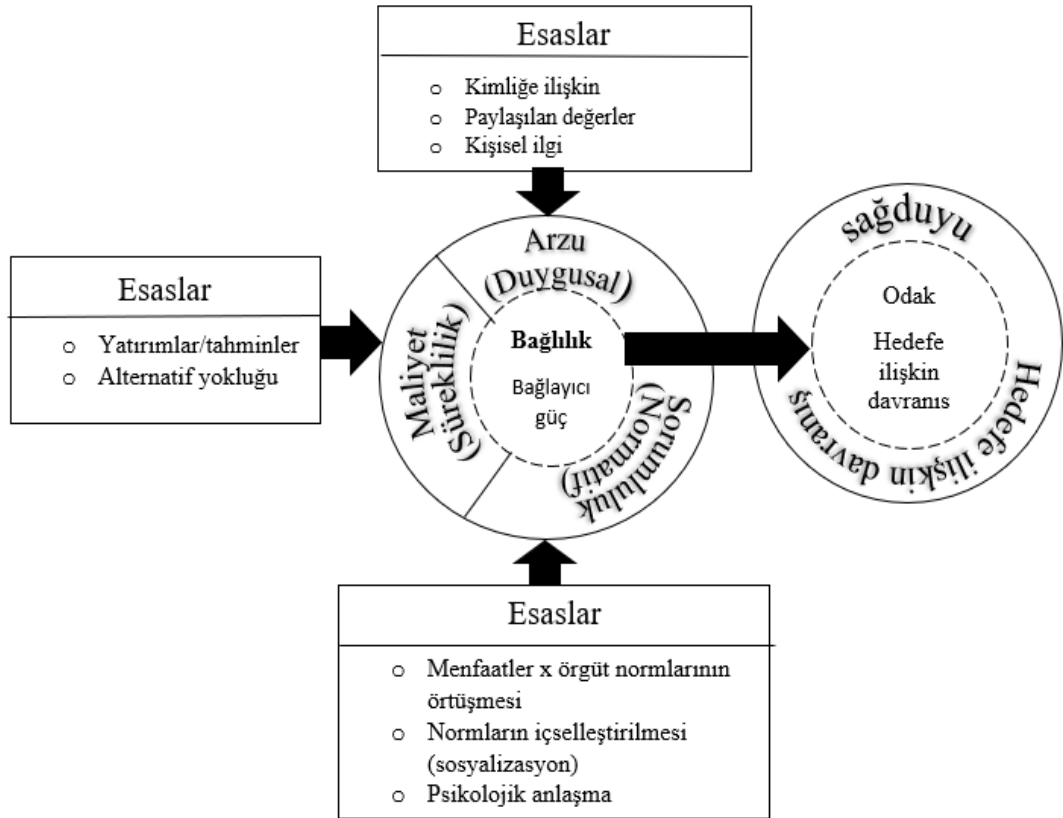
Örgüt bireylerinin uyumunu, örgütsel değerlere, inançlara olan sadakatini ve tüm psikolojik yapılarıyla örgüte bağlanmalarını ifade eden örgütsel bağlılığın, *uyum*, *değer uygunluğu (özdeşleşme)* ve *içselleştirme* olmak üzere üç temel boyutunun olduğu görülmektedir (Güney, 2015: 279-280);

1. *Uyum boyutu*: Örgütsel yaşamda bireyin, tutum ve davranışlarını mevcut inanç ve değerleri için değil de ödül almak, mevki, makam elde etmek, saygınlık kazanmak, yükselmek, geleceğe ilişkin güvence elde edebilmek ya da ceza almamak adına sergilemesidir.
2. *Değer uygunluğu (özdeşleşme) boyutu*: Bireyin tutum ve davranışları ile örgütün değer ve inançlarının uyumu sonucu, bireyde oluşan olumlu davranışları ifade eder. Pozitif ve tatmin edici ilişkiler kurmak ve devam ettirmek amacıyla, içinde bulunulan örgütün değer ve inançları doğrultusunda yaşamaktan mutluluk duymak, örgütsel bağlılığın özdeşleşme boyutunu ifade eder.
3. *İçselleştirme boyutu*: Bireyin ve örgütün değerleri arasında uygunluk, örgütsel bağlılığın içselleştirme boyutunu ifade etmektedir. Bu içselleştirme sonucunda birey, her yerde örgütüne sahip çıkar ve gerektiği durumlarda örgütünü savunur. Bu bireyler, örgütün en fazla güvendiği bireylerdir. Bu nedenle, örgütlerde gerçekteşmesi en fazla istenilen boyut, içselleştirme boyutu'dur.

Allen ve Meyer (1990), örgütsel bağlılığı, *duygusal bağlılık*, *devam bağlılığı* ve *normatif bağlılık* olarak üçe ayırmıştır (Akt. Meyer ve Herscovitch, 2001: 318);

1. *Duygusal bağlılık*, bireylerin örgüte duygusal olarak bağlanmalarını, örgütle özdeşleşmelerini ifade etmektedir. Bireyin kişisel özellikleri, kişisel ilgileri, bu bağlılığın belirleyicisi olmaktadır.
2. *Devam bağlılığında*, kişilerin yatırımları ve başka alternatifin yokluğu, belirleyici faktörlerdir. Başka örgüt olanaklarının olmaması gibi durumlar kişinin devam bağlılığını belirler. Aynı zamanda bireyin geçmişine ait toplumsal yaşama uyumunu, rollerini ve örgüte üye olduktan sonraki deneyimlerini kapsamaktadır.
3. *Normatif bağlılık*; birey ile örgütün menfaatlerinin örtüşmesini ifade eder. Bireyin normatif bağlılığında bu durum belirleyici olmaktadır.

Şekil 2.3’de, Örgütsel bağlılığın genel modeli (Meyer ve Herscovitch, 2001:317) görülmektedir.

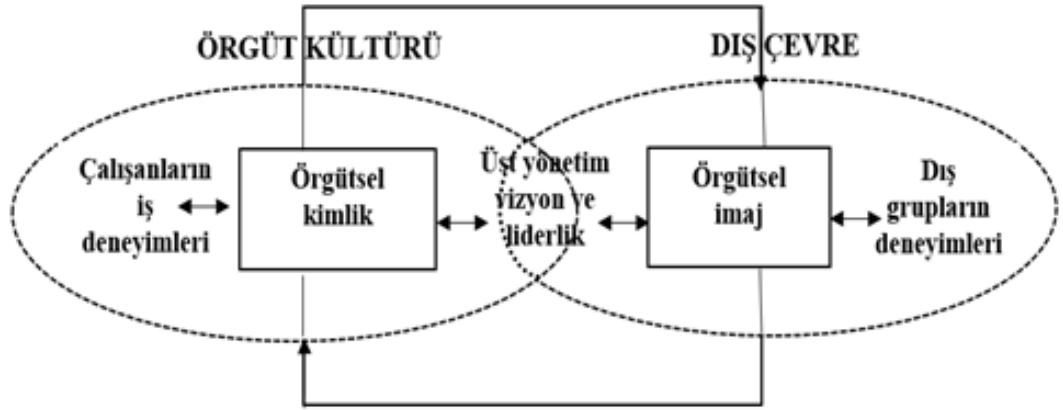


Şekil 2. 3. Örgütsel Bağlılığın Genel Modeli (Meyer ve Herscovitch, 2001:317)

Sabuncuoğlu ve Tüz (2001: 50), Şerif, Akgemci ve Çelik (2003:35), Özkalp ve Kırel (2001: 195-196) ve Balcı (2002: 186-187)'ya göre örgüt kültürünün bazı temel fonksiyonları bulunmaktadır;

1. Örgüt kültürü kontrol ve koordinasyon sağlar.
2. Örgütsel kurallar, değerler, inançlar, tutum ve davranışlar örgüt kültüründe önemli yer tutar.
3. Örgütün yapısını biçimlendirir ve başka örgütlerden ayırır.
4. Çalışanların sosyalleşmesinde, moral ve motivasyonunun artırılmasında etkili bir unsurdur.
5. Yönetim kadrosunun görev ve sorumluluğunu belirler ve motive eder.
6. Örgütsel değişimi belirleyen temel bir araçtır.

Örgüt kültürünün iç faktörlerinden olan üst yönetim, vizyon, liderlik tutumları ve örgüt çalışanlarının iş deneyimleri, kültürün oluşmasında etkili olmaktadır (Jo Hatch ve Schultz, 1997: 361). Şekil 2.4'de görülen modelle açıklanabilen bu yapıda; üst yönetim, vizyon ve liderlik ile dış çevreden etkilenen örgütsel imaj, dış çevreyi de etkilemektedir.



Şekil 2. 4. Örgütsel Kültür, Kimlik ve İmaj Arasındaki İlişki (Jo Hatch & Schultz, 1997: 361)

Örgüt kültürünün durağan değil, dinamik bir yapıya sahip olması, iç ve dış çevre faktörlerinin etkisini arttırmaktadır. Bu nedenle örgütler için değişim zorunludur. Dolayısıyla, yöneticilerin bu değişime öncülük etmesi gerekmektedir (Güney, 2015: 205).

2.6. Genel Aidiyet Kavramı

2.6.1. Bireyin Aidiyet İhtiyacı ve Toplumsal Aidiyet

Günlük yaşamda kendisi ve çevresiyle etkileşimde bulunan birey, kendine özgü duygu, düşünce ve davranışlar sergiler. İnsan davranışlarının altında yatan temel nedenleri araştıran psikoloji biliminin geçmişi, antik çağa kadar dayanmaktadır (İnanç ve Yerlikaya, 2012: 1). Bireyin aidiyet ihtiyacı, bireyin yalnız zamanlarındaki savunmasız hallerine ve hayatta kalmak için diğer insanlara olan ihtiyaçlarına göre değişebilmektedir (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2014: 267). Bireyin yaşadığı ortamda varlığının kabul görmesi ve onaylanması olarak tanımlanabilen aidiyet algısı, bireyin ruh sağlığı ve diğer ihtiyaçlarının karşılanabilmesi açısından önemlidir. Dolayısıyla, bireyin toplumda iyi ilişkiler kurabilmesi ve diğerlerinin davranışlarını yordayabilmesi, aynı zamanda onların dünyayı nasıl yorumladığını anlayabilmesine bağlıdır (Eryılmaz ve Aypay, 2011: 235).

Aidiyet; bireyin, temel aidiyet ihtiyacını tatmin edebilmesi ve kendini grup içinde güvende hissedebilmesiyle ortaya çıkmaktadır (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2014: 267; Çikrıkci, 2015: 24). Bununla beraber aidiyet kavramı; bazen aile, okul gibi bir kurumu nitelerken (Ryzin, Gravely ve Roseth, 2009); bazen bir birey ya da bir grup (Lee ve Robbins, 1998); bazen dini ya da etnik kimlik (Hill, 2006); bazen köklülük gereksinimini niteleyen bir mekân (Peled ve Muzicant, 2008) olarak karşımıza çıkabilmektedir (Akt. Duru, 2015: 37).

Bandura'ya göre, insan davranışların düzenlenmesinde hem içsel faktörler hem de dışsal faktörler etkili olmaktadır (İnanç ve Yerlikaya, 2012: 212; Eryılmaz ve Aypay, 2011: 210). Karşılıklı belirleyicilik ilkesine göre insan davranışı üç değişkenin etkileşimi sonucu oluşur; kişi, çevre ve davranış. Bandura insan davranışının çevre tarafından belirlendiği düşüncesini kabul etmemekle beraber; çevre, davranış ve bireyi, sürekli etkileşim halinde olan, bu etkileşimlerin sonucunda, birbirleri üzerinde değişimlere yol açabilen etkenler olarak ele alır (Eryılmaz ve Aypay, 2011: 210). Bunlar karşılıklı olarak birbirlerini etkileşeler de belirleyici olan hangisinin güçlü olduğudur, çünkü bazen dışsal, bazen de içsel faktörler baskın olabilmektedir (Baumeister ve Leary, 1995). İnsanların kişilikleri, içinde buldukları fiziksel ve sosyal durumlar, çevrenin talepleri ve onlara verdikleri tepkiler, dış etkilerle ilgilidir. Bu etkiler, karakteristik adaptasyonların ve onların

çevresel etkilerle etkileşiminin bir fonksiyonudur (McCrea ve Costa, 1999; akt. Eryılmaz ve Aypay, 2011: 291). Şekil 2.5’de, McCrea ve Costa (1999)’nın, kişiliğin temel bileşenlerinin etkileşimleri ve aralarındaki nedensel etkileri, merkezi bileşenleri dörtgenlerle; periferik bileşenleri dairelerle, ilişkilerin nedensel yönünü oklar ile açıkladıkları model görülmektedir.



Şekil 2. 5. Kişiliğin Temel Bileşenlerinin Etkileşimleri ve Aralarındaki Nedensel Etkiler (McCrea ve Costa, 1999)

Toplumsal aidiyet: Birey, bir toplum ve kültür içerisinde dünyaya geldiği için bireysel kimliği toplumsal kimliği ile etkileşim halinde şekillenmektedir. Toplumsal aidiyet, bireyin bulunduğu toplumu algılamasıdır (Levett-Jones, Lathlean, Maguire ve McMillan, 2007). Sosyal alanda oynanan roller sonucunda, bazı tutumlar oluşmaktadır. Bir mesaj, belirli bir ortamda bir kişi veya grubun tutumunu değiştirebilmektedir. Yale araştırmacıları, tutum değişimi sürecinde bir iletişimin ne kadar etkileyici olabileceğini belirleyen dört faktör gözlemlemişlerdir; mesajın kaynağına ait özellikler, iletişimle ilgili özellikler, hedef ögesinin ve ortamın özellikleri (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2014: 181).

Toplumsal aidiyeti; bireyin gruplara aidiyeti, üyesi olduğu toplumun kurumlarına aidiyeti ve kültürel ilişkilerinde araç olarak kullandığı, sosyal kategorilere aidiyeti olarak ayırmak mümkündür (Alptekin, 2011: 23-24). Bazı araştırmacılar, bireyin psikolojisi dışında bir grup psikolojisi olamayacağını, grup davranışını belirleyen süreç ve mekanizmaların bireyde mevcut olduğunu

savunmaktadır. Birey üzerinde grubun etkisine yönelik araştırmaların ortaya çıkardığı diğer bir önemli bulgu ise; bireyin grup içinde, yalnız olduğu zamankinden daha farklı davranabildiğidir (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2014: 36). Bireyin aidiyetinde ortaya çıkabilecek bir problem, aynı zamanda toplumsal boyuta taşınabilmektedir. Dolayısıyla, toplumsal aidiyet, bir yandan bireyin sosyal yaşamının önemli bir belirleyicisi olurken, diğer yandan toplumsal değerlerden, kültür ve normlardan kopma anlamına gelen yabancılaşması ise, toplumsal bütünleşmeyi tehdit eden önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Seeman, 1959: 784-789).

2.6.2. Kabul Edilme/İçerilme ve Reddedilme/Dışlanma

Kabul edilme/İçerilme: Bireyler, aile üyeleriyle, arkadaşlarıyla, iş ortamı gibi sosyal çevresiyle olan ilişkilerinde, önemseme, değer verme gibi ihtiyaçlarının yanında; ilgi görme, sevilme ve önemsenme gibi ihtiyaçlarının giderilmesine yönelik çaba göstermektedirler. Önemsenme, sevilme, saygı duyulma ve ait olma bireyin psikolojik sağlığı açısından önemli yer teşkil ederken, toplumsal aidiyetin yokluğu, bireyin reddedilme, soyutlanma ve yabancılaşma gibi duygularının artmasına neden olmakta ve ruh sağlığını olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Duru, 2007: 88; Alptekin, 2011: 30). Diğer taraftan, bireyin kendini özdeşleştirdiği bir grup başarılı olduğunda, bu durum bireyi gururlandırabilmekte, benlik saygısını ve imaj algısını yükseltebilmektedir (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2014: 263). Başka bir ifade ile bireyin içinde bulunduğu toplumun amaçlarına, değer ve normlarına uyumu; kendini toplumun bir parçası olarak hissetmesi, Genel Aidiyetin Kabul edilme/ İçerilme boyutunu ifade etmektedir (Seeman, 1959: 784-789).

Reddedilme/Dışlanma; bireyde toplumu etkileyememe ve hedeflere ulaşamamanın oluşturacağı yetersizlik ve bu yetersizlik boyutunun ilişkili olduğu güçsüzlük boyutunu kapsamaktadır. Bireyin kendine anlam verememesi olan anlamsızlık boyutunda, inançlarında kararsızlık ve yabancılaşma ortaya çıkmaktadır. Diğer bir ifade ile, bireyin içinde bulunduğu toplumun amaçlarına, değer ve normlarına yabancılaşması, Genel Aidiyetin Reddedilme/Dışlanma boyutunu ifade etmektedir (Seeman, 1959: 784-789).

2.6.3. Üniversite Gençliğinin Aidiyeti

Üniversite gençliği, üniversite döneminde, bir yandan fiziksel büyüme, olgunlaşma gibi değişimlere maruz kalırken, bir yandan da sosyal ve akademik çevreye uyum zorlukları yaşayabilmektedirler. Farklı kültür ve çevrelerden gelen öğrencilerin uyum süreci, onları farklı düzeyde etkileyebilmektedir. Öğrenciler, üniversite ortamına uyum sağlayamama, akademik zorluklar yaşama, yalnızlık duygusu ve aile, memleket özlemi gibi sorunlarla baş etmek durumunda kalabilmektedir. Sosyal çevrenin uyumu kolaylaştırıcı ve zorlaştırıcı etkisi yanında, öğrencinin kişilik özellikleri ile ilgili faktörler, davranışlarını etkileyen önemli bir boyut olarak karşımıza çıkmaktadır (Duru, 2008a: 14).

Üniversite öğrencisinin akademik anlamdaki başarısı yanında, sosyal yaşamında sağlıklı iletişim kurabilen, duygu ve düşüncelerini başkalarına aktarabilen bir birey olabilmesi, kimlik ve kişisel gelişimi açısından önemlidir (Alptekin, 2011: 99). Kişilik özellikleri ve değerlerine uygun bir akademik ortamda bulunduğu, öğrencinin öğrenim gördüğü alana yönelik aidiyet duygusu geliştirdiği, bunun da akademik başarısını arttırdığı gözlemlenmektedir (Duru ve Balkıs, 2015: 128). Dolayısıyla, üniversite öğrencisinin Genel Aidiyet duygusu, sosyal yaşamında ve akademik başarısında önemli bir yordayıcı olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.6.4. Öğrenci Katılım Kuramı

Öğrencinin katılımı, fiziksel ve psikolojik enerjisinin niceliği ve kalitesiyle orantılıdır. Akademik çalışmalarda bulunma, ders dışı etkinliklere katılma ve kurum personelleri ile etkileşim, öğrenci katılımını belirlemektedir (Austin, 1999).

Austin (1999: 519-520), öğrencinin akademik gelişiminde önemli yer tutan öğrenci katılım kuramını beş temel varsayımla açıklar;

1. *Fiziksel ve psikolojik enerjinin katılımı*; öğrencinin derse hazırlığı, nesnelere hakkında tecrübe edinmesi gibi fiziksel ve psikolojik katılımıdır.
2. *Katılımın sürekliliği*; öğrenciler farklı derecelerde katılım gösterebilirken, bazen aynı öğrenci farklı zamanlarda, farklı derecelerde katılım sergileyebilir.

3. *Katılım, nicel ve nitel özelliklere sahiptir;* öğrencinin akademik çalışmalara katılımı, niceliksel katılım (kaç saat kitap okuduğu) ya da niteliksel katılım (ödevlerine göz gezdirmesi) şeklinde gerçekleşebilir.
4. *Nicel ve nitel özelliklerinin katılıma doğrudan etkisi;* katılımının nicel ve nitel olması, o eğitim programıyla ilişkili öğrencinin, öğrenme seviyesi ve kişisel gelişimi ile doğru orantılı olarak değişebilmektedir.
5. *Herhangi bir eğitim politikasının veya uygulamanın etkililiği;* eğitim politikası veya uygulamaları, öğrencinin katılımı, öğrencinin gelişimi ve başarısı ile doğrudan ilişkilidir.

Akademisyenlerin ders dışındaki zamanlarda öğrencilerle iletişim halinde olması öğrencilerin entelektüel gelişimlerine ve gelecek planlarına büyük katkı sağlamaktadır (Chickering ve Gamson, 1987: 3). Dolayısıyla, yükseköğretimde öğrenci katılımını niceliksel ve niteliksel arttırmak amacıyla eğitim politikaları ve buna dönük uygulamaların belirlenmesi, tüm yükseköğretim personelinin de bu konuda yönlendirilmesi önemlidir.

2.7. Mesleki Gelişim ve Kariyer Kuramları

2.7.1. Super'in Yaşam Boyu-Yaşam Alanı Yaklaşımı

Super (1980), mesleği bireyin yaşamını sürdürmesi ve gerekli parayı kazanması için yapmak istediği şeyler olarak tanımlarken; kariyeri, bireyin yaşamı boyunca yaptığı, meslek öncesi, sonrası ve meslek hobilerini kapsayan etkinlikler olarak ifade eder. Super'in "Yaşam Boyu-Yaşam Alanı" yaklaşımına dair bazı temel varsayımlar şunlardır (Akt. Yeşilyaprak, 2016: 182-183);

1. Bireylerin yetenekleri, becerileri, değerleri, kişilik ve gereksinimleri farklılık göstermektedir. Her meslek, karakteristik beceri ve kişilik özelliği gerektirdiğinden bireyler farklı mesleklere yönelebilirler.
2. Sosyal öğrenmenin bir ürünü olan benlik kavramı, ergenliğin sonundan yetişkinliğin sonuna kadar artarak devam etmektedir. Dolayısıyla, benlik kavramı zamana ve deneyimlere bağlı değiştiğinden, bireyin mesleki yeterliliği ve tercihi de değişebilmektedir.

3. Kariyer örüntüleri, bireylerin eğitim düzeyleri, zihinsel kapasitesi, becerileri, kişilik özellikleri, kariyer olgunlu ile bu süreçte karşısına çıkacak fırsatlara göre şekillenmektedir. Bireyin yaşam kariyer basamağında, çevrenin istedikleri ile başa çıkması, onun hazır bulunuşluğu ile ilgilidir.
4. Bireyin kişisel, sosyal etmenleri ile gerçeklik ve benlik kavramları arasında sentezleme, uzlaşma süreci, rol oynama ve geribildirimlerle oluşmaktadır.

Donald E. Super'in "Yaşam- Kariyer Gökkuşuğu Diyagramı"nda, yaşam boyu devam eden kariyer ve mesleki gelişim süreci ve bu süreçte bireyin rolleri temsil edilmekte, büyüme, keşfetme, yerleşme, sürdürme ve çöküş olmak üzere beş yaşam dönemi ile bu dönemlere ait yaş aralıkları ifade edilmektedir (Super, 1980: 289).

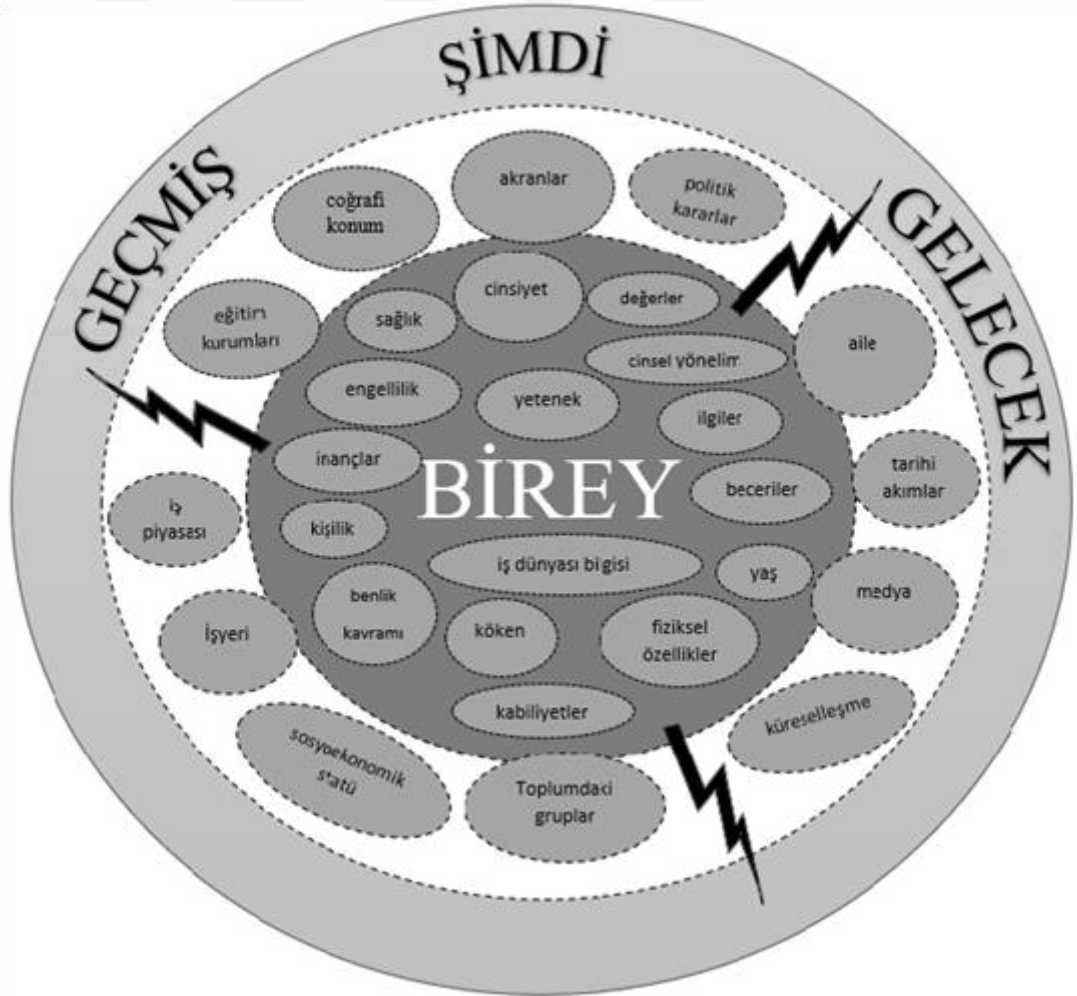
2.7.2. Sistemler Kuramı Çerçeve Çalışması

Bireyin çok sayıdaki sosyal etkenler içerisindeki yerini belirten "Sistemler Kuramı Çerçeve Çalışması", Patton ve McMahon tarafından 1995 yılında geliştirilmiştir. Sistemler kuramı çerçeve çalışması, kariyerle ilgili yapılandırmacı ve sosyal yapılandırmacı kuramların kullanılabilmesine bir araçtır. *Bireysel sistem*; cinsiyet, sağlık, inançlar, değerler, ilgi, kişilik, benlik, yaş ve fiziksel özelliklerden oluşmaktadır. *Sosyal sistem*; aile, eğitim kurumları, akranlar, medya, toplumdaki gruplar gibi özelliklerden oluşmaktadır. *Çevresel sistem*; coğrafi konum, sosyoekonomik statü, politik kararlar gibi özellikleri kapsamaktadır. Patton ve McMahon (2006) "Sistemler Kuramı Çerçeve Çalışması"ni oluşturan sekiz temel varsayım bulunmaktadır (Akt. Yeşilyaprak, 2016: 286-288);

1. *Bütünler ve parçalar*: Sistemler yaklaşımı bütüncül bir yaklaşımdır. Dolayısıyla, bir sistemin ya da alt sistemin parçaları birbiriyle ilişki halindedir. Bu nedenle hiçbirini bağımsız olarak ele alınmamalıdır.
2. *Örüntüler ve kurallar*: Sistemde örüntüler halindeki parçalar arasında bir ilişki bulunmaktadır. Kurallar, farklı sistemler boyunca değişmektedir.
3. *Neden sonuç ilişkisi*: Sistemdeki parçalar arasında çoklu ilişkiler bulunduğunu, basit ve doğrusal neden- sonuç gösteren ilişkilerin bulunmadığını ifade eder.

4. *Sürekli olmayan değişiklikler*: İçsel ve dışsal değişikliklerin aniden var olmasını ve yordanamazlığını ifade eder.
5. *Açık ya da kapalı sistemler*: İçinde bulunulan çevre ile açık sistemin ilişkili, kapalı sistemin ise ilişkisiz olduğunu ifade etmektedir.
6. *Karşılıklık*: Sistemdeki her ögenin, birbirini etkileyen süreçler içerisinde bulunmasını ifade etmektedir.
7. *Hikâye*: Sistemdeki ilişki ve örüntülerin, hikâye boyunca tekrar gözden geçirilmesini ifade etmektedir.
8. *Dışa doğru uzaklaşma*: İlişki ve örüntülerin ortaya çıkması ile dışa doğru çıkıp olaya bakabilmenin önemini ifade etmektedir.

Şekil 2.6'da Patton ve McMahon (1999)'un, sistemler kuramı kariyer geliştirme çerçevesi görülmektedir.



Şekil 2. 6. Sistemler Kuramı Kariyer Geliştirme Çerçevesi

2.7.3. Amundson Poehnell ve Pattern Modeli

Amundson, Poehnell ve Pattern Teker Modeli (2005), Amundson, Poehnell ve Pattern tarafından geliştirilmiş bir modeldir. Bu modelde bireyin eğitim ve meslek planlamasında önemli bir yeri olan sekiz temel unsur belirtilmekte ve bireyin mesleki fırsatları yakalayabilmesi için keşfetmesi gereken alanlar temsil edilmektedir (Akt. Yeşilyaprak, 2016: 292-294);

1. *İlgiler*: Yapılmaktan hoşlanılan etkinlikler ve aynı zamanda nelerden hoşlanılmadığıyla ilgili ipucuları ifade etmektedir.
2. *Beceriler*: Önceden öğrenilmiş olan bir etkinliği iyi yapabilmeyi, o işteki ustalığı belirtir. Aynı zamanda, bireyin iş yaşamına aktarabileceği becerilerini belirleyip, uygun kariyer seçenekleri bulabilmeyi amaçlamaktadır.
3. *Kişisel özellikler*: Bireye ait sabırlı, hevesli ve içten olma gibi kişilik özelliklerini keşfedebilmektir.
4. *Değerler*: Birey için asıl önemli olan şeyi, inanç ve duygularını ifade eder.
5. *Önemli kişiler*: Bireyin hayatında önemli rol oynayan, yakın arkadaşlar, öğretmenler gibi ona fikir ve tecrübeleri ile destek olabilecek kişilerdir.
6. *Kariyer fırsatları*: Bireyin düzenli şekilde fırsatlarla ilgili görüşmelerini, eğitim ve kariyer olanaklarını ifade etmektedir.
7. *İş ve yaşam deneyimleri*: Bireyin yaşamında, formal öğrenim dışındaki hayata dair çeşitli rollerini ve eğitim fırsatları gibi deneyimlerini kapsamaktadır.
8. *Öğrenim deneyimleri*: Bireyin diplomaları, sertifikaları ve devam eden kursları gibi her türlü deneyimlerini kapsamaktadır.

2.7.4. Sosyal Bilişsel Kariyer Teorisi

Sosyal Bilişsel Kariyer Teorisi, Bandura (1986)'nın genel sosyal bilişsel kuramı temel alınarak, Lent, Brown ve Hackett (1994) tarafından geliştirilmiştir. Gelişimsel kariyer teorilerinden bazı parçaları birleştirip, yeni parçalar ekleyerek, bireyin kariyer davranışlarını yönlendirebilme kapasitelerine önem veren bir

kuramdır. Yetkinlik beklentisi, sonuç beklentisi ve hedefler olmak üzere üç temel kavramdan oluşmaktadır. Benzer kuramlar gibi, bireyin kariyer gelişim sürecindeki ilgi, yetenek ve değerlerine önem verilirken, aynı zamanda bunların zamanla değişebileceği düşüncesi, yetkinlik beklentisi, sonuç beklentisi ve sosyal destek gibi çevrenin etkisi de dikkate alınmaktadır. Bireyin etkin kariyer davranışları geliştirmesinde, ona yardımcı olabilecek kuramsal öğeler üzerinde durulmaktadır (Işık, 2010: 13-14).

2.7.4.1. Yetkinlik ve Sonuç Beklentisi

Yetkinlik beklentisi; bireyin yapabileceklerine dair algıları, *sonuç beklentisi*; bireyin gerçekleştirecek olan davranışın bulgularına dair beklentileriyle ilişkili tutumudur. Birey, bir işi yapması sonucunda, beklentilerinin gerçekleşeceğini düşünebilir, aynı zamanda o konuda kendini yetkin görmeyebilir. Diğer yandan birey, bir işte kendini yetkin görebildiği halde, gerçekleştiği zaman sosyal çevresinden dışlanacağı beklentisi olduğunda o işi yapmaktan vazgeçebilir. Ya da birey kendini o konuda yetkin görüp, davranışı gerçekleştirmenin olumlu sonuçlanacağına inanıyorsa, bu durum onun o yöndeki devamını ve performans hedeflerine sahip olmasını sağlayabilir. Birey hedeflerine yaklaştıkça yetkinlik beklentisi ve sonuç beklentisi artmakta, yaklaşmadıkça azalmaktadır (Lent, 2005; akt. Işık, 2010). Dolayısıyla, bireylerin seçimleri, performans hedeflerinde önemli etkiye sahiptir. Bu süreçte bireyi hedefe yönlendiren ya da hedeften uzaklaştıran olumlu, olumsuz döngülerin meydana gelebileceği dikkate alınmalıdır (Işık, 2010: 21-22).

2.8. Yükseköğretimde Mesleki Sonuç Beklentisi

Mesleki Sonuç Beklentisi; bireyin kazanç, statü, üretkenlik ve saygınlık gibi kariyeri ile ilgili olan öncelikli mesleki değerlerini gerçekleştirebilmesine olan inançlarını ifade etmektedir (Işık, 2013: 1420).

Üniversiteye çeşitli zorluklarla giren ve eğitim hayatını özverilerle tamamlayan öğrenciler, üniversite eğitimleri boyunca meslek ve kariyer anlamında birçok endişe taşımaktadırlar. Seçilen mesleğin ihtiyaç olan geliri ve istenilen yaşam tarzını sağlayıp, sağlayamayacağına dair inançları çeşitli kaygılara sebep olabilmektedir. Ülkemizde yeni üniversitelerin açılmasıyla beraber, üniversiteye yerleşen öğrenci sayısındaki artış, diğer yandan üniversite kapılarına öğrenci

yığılması ve mezuniyet sonrasında iş bulma zorluğu, eğitim tarihimizin son 20 yılının önemli bir problemidir (Akyüz, 2013: 423). YÖK (2017a), 2017 Yılı ÖSYS İstatistikleri incelendiğinde, bu problemin her yıl katlanarak devam ettiği görülmektedir (Ek-1. Şekil 2.12, 2017 ÖSYS öğrenim durumlarına göre başvuran ve yerleşen aday sayıları).

Yükseköğretimde öğrencilerin üniversitelerini ve programlarını çeşitli nedenlerden dolayı seçtikleri görülmektedir. Bunlar; mesleki bilgi, beceri, tecrübe, yüksek kazanç, kariyer ve sosyal statü beklentisi (Dinç, 2008), saygın bir meslek olması (Genç, Kaya ve Genç, 2007), programa olan talebin fazla olması (Mızrak ve Şenel, 2011), ailenin ve çevrenin etkisi (Taş, 2012; Tunç, Akansel ve Özdemir, 2007), iş avantajları (Erdem ve Kayran, 2013), kariyer olanakları (Pekkaya ve Çolak, 2013), iş güvencesi (Sarıkaya ve Khorshid, 2009; Çelik ve Üzmez, 2014; Kızılgüt ve Ergöl, 2011), üniversite yerleştirme puanı(Korkut-Owen, Kepir, Özdemir, Ulaş ve Yılmaz, 2011; Hacıömeroğlu ve Taşkın, 2010) gibi nedenlerdir.

Üniversite öğrencilerinin Mesleki Sonuç Beklentisi ve kariyer kararlarını etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Konu ile ilgili çalışmalarda, fonksiyonel olmayan inanç düzeylerinin artışının, kariyer karar verme güçlük düzeylerini arttırdığı (Kleiman, Gati, Peterson, Sampson, Reardon ve Lenz, 2004); akılcı olmayan inanç düzeylerinin yükselmesinin, öğrencilerin kariyer kararsızlık düzeylerini yükselttiği (Dipeolu, Reardon, Sampson ve Burkhead, 2002) gözlemlenmiştir (Akt. Bacanlı, 2012: 87). Bununla beraber, öğrencilerin akademik başarılarının kariyer karar verme güçlüklerinde etkisi olduğu, akademik başarısını kötü algılayan öğrencilerin kariyer karar verme güçlüklerinin, iyi algılayan öğrencilerinkinden anlamlı olarak yüksek olduğunu gözlemlenmektedir (Bacanlı, 2012: 91).

Lent, Brown ve Hackett (1994), bireyin okul yaşamından iş yaşamına geçiş sürecinde birbiriyle ilişkili olan altı aşama belirlemiştir. Bireyin iş yaşamına geçiş sürecinin sağlıklı olmasında bu altı aşamanın etkili olduğu, en önemli özelliğin kariyer kararı verme öz-yetkinliği olduğu ve bu basamaktaki çalışmaların bireyin tercihlerinde etkili olacağı görülmektedir (Akt. Ulaş, 2016: 10-11);

1. Gerçekçi bir yetkinlik ve sonuç beklentisi oluşması,
2. Kariyer ilgilerinin incelenmesi,

3. Kariyer ilgileri ile kariyer hedefleri arasında bağ oluşturulması,
4. Kariyer hedeflerinin davranışlara dönüştürülmesi,
5. Akademik ve iş becerilerinin değerlendirilmesi,
6. Sosyal destek ve engeller sonucunda kariyer seçeneklerine yönelmesi'dir.

Dolayısıyla, öğrencilerin; olumlu benlik imgesi geliştirebilme, kariyer bilgisine sahip olabilme ve karar sürecine uygulayabilme, değişimlere hazırlıklı olabilme, yaşam boyu öğrenme sürecine dahil olma, iş dünyasının ihtiyaçlarının farkına varabilme gibi konularda kariyer desteğine ihtiyaçları bulunmaktadır (Brown, 2003; akt. Işık, 2010: 12).

2.8.1. Öğretmen Adaylarının Mesleki Sonuç Beklentisi

Tarihimize bakıldığında, cumhuriyet sonrası dönemde ilköğretim ve ortaöğretim kurumlarına öğretmen yetiştiren kurumlar ve kurumlarda yapılan düzenlemelere rağmen, zamanın öğretmen ihtiyacının karşılanamadığı görülmektedir. Bu açığın kapatılması için çeşitli dönemlerde farklı uygulamalar gerçekleştirildiği görülmektedir. Yedek subay veya vekil öğretmenlik, mektupla veya hızlandırılmış bir programla öğretmen yetiştirme ve eğitim fakültesi dışındaki fakülte mezunlarının formasyon kursları sonrası öğretmen olarak atanması bu uygulamalardan bazılarıdır (Akyüz, 2011).

1739 sayılı Milli Eğitim Temel Kanununda, öğretmenlerin bir yükseköğretimde yetiştirilmesi gerektiği hükme bağlanmıştır. 1974 yılında ilköğretmen okulları, öğretmen liselerine; Eğitim Enstitüleri de 3837 sayılı kanunla, 13 Temmuz 1992'de Eğitim Fakültelerine dönüştürülmüştür (Gurbetoğlu, 2015). YÖK, 2014 yılında pedagojik formasyon eğitimi sertifika programlarına dair almış olduğu kararla birlikte, eğitim fakültesi dışında kalan ilgili lisans programı öğrencileri, pedagojik formasyon eğitimi sertifika programını bitirdiklerinde, bir ön şart veya nitelik aranmaksızın öğretmenlik mesleğini yapabilmektedir (YÖK, 2014). Bu durum yükseköğretim bünyesinde birçok tartışmayı beraberinde getirmiştir. Kaldı ki, öğretmen adaylarının bilişsel, psikomotor ve duyuşsal alanlarda yeterliliğe, öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutuma sahip olması gerekmektedir, olumsuz ya da yetersiz tutuma sahip bireylerin başarılı olması beklenemez (Saydam ve İlgar, 2018: 1104).

Pedagojik formasyon eğitimi sertifika programları ve program öğrencilerinin öğretmenlik mesleğine yönelik tutumları, son yıllarda birçok araştırmancının (Süral ve Sarıtaş, 2015; Kara ve Keskinpalta, 2015; Kartal ve Afacan, 2012; Özkan, 2012; Bağçeci, Yıldırım, İlğan, Sevinç ve Arı, 2013; Eraslan ve Çakıcı, 2011; Sever, Aktaş, Şahin ve Tunca, 2015; Altınkurt, Yılmaz ve Erol, 2014) konusu olmuştur. Eğitim fakültesi öğrencileri ile yapılan araştırmalarda öğrencilerin öğretmenlik mesleğini; ideallerindeki mesleğin öğretmenlik olduğu (Erdoğan, Şanlı ve Bekir, 2005; Tataroğlu, Özgen ve Alkan, 2011), ailede bir öğretmenin bulunması (Kılcan, Keçe, Çepni ve Kılınç, 2014), yerleştirme puanının etkisi (Özsoy, Özsoy, Özkara ve Memiş, 2010) gibi nedenlerden tercih ettikleri görülmektedir. Dolayısıyla, eğitim fakültesi öğrencilerinin Mesleki Sonuç Beklentisinin belirlenmesi, buna yönelik uygulamaların ve iyileştirme çalışmalarının yapılması, eğitim yönetimi ve denetimi noktasında önemlidir.

2.9. Sadakat Kavramı ve Yaklaşımları

Sadakat kavramının literatürde birçok tanımı bulunmaktadır. Sadakat hem tutumsal hem davranışsal boyutu olan, bireyin hizmet sağlayıcısına karşı ilgisi, o hizmeti gelecekte tekrar satın alma tutumunu ifade eder (Pan, Sheng ve Xie, 2012: 151; Dick ve Basu, 1994: 102). Sadakat aynı zamanda, bireyi kendini kuruma bağlı hissettiren, hizmetin yenilenip, yenilenmeme, bireyin başka bir hizmet sağlayıcısına gidip gitmeme ihtimalini kapsayan bir kavramdır (Selnes, 1993: 19).

Sadakatin, kurumun müşteriyle olan ilişkilerini, onları elde tutma çabalarını içeren boyutları da bulunmaktadır (Fiol, Alcaniz, Tena ve Garcia, 2009: 280). Sadakat kurumlar için çok önemli bir unsurdur. Örgütler, örgüt üyelerinin aidiyet düzeylerini bilmez ve örgütte sadakat ortamı oluşturamazlarsa mevcut varlıkları tehlikeye girebilmektedir (Osterman, 2000: 323). Dolayısıyla, örgütlerin uzun vadede varlıklarının devamı için, sadakat kavramı üzerinde önemle durmaları, sadakati belirleyici unsurları araştırmaları ve bu yönde iyileştirme çalışmaları yapmaları gerekmektedir.

İnsanlar, göreceli tutum düzeylerinden etkilenecek farklı sadakat davranışları gösterebilmektedirler. Dört düzeyde gösterilen bu sadakat davranışı; gerçek sadakat, gelişmemiş sadakat, sahte sadakat ve sadakatsizliktir (Dick ve Basu, 1994: 99-101-102);

1. *Gerçek sadakat*; müşterinin hizmeti yeniden alma davranışı göstermesi ve sadakat tutumunun yüksek olması,
2. *Gelişmemiş sadakat*; müşterinin işletmeye, markaya bağlanmasına karşın az sayıda satın alma davranışı göstermesi,
3. *Sahte sadakat*; müşterinin düşük tutuma sahip olmasına karşın yeniden satın alma davranışı göstermesi,
4. *Sadakatsizlik*; müşterinin hem düşük tutuma sahip olması hem de yeniden satın alma davranışı göstermemesidir.

Şekil 2.7’ de, Dick ve Basu (1994) sadakat düzeyleri görülmektedir.

		Tekrarlayan Satın Alma	
		Yüksek	Düşük
Göreceli Tutum	Yüksek	Gerçek Sadakat	Gelişmemiş Sadakat
	Düşük	Sahte Sadakat	Sadakatsizlik

Şekil 2. 7. Sadakat düzeyleri (Dick ve Basu, 1994)

Sadakati belirleyen önemli unsurlardan biri hizmetin kalitesidir. Eğer birey hizmetin kalitesinden memnunsu ve kendine fayda sağlayacağına inanıyorsa, olumlu tutum göstermekte, kurumla olan ilişkilerini sürdürmeye devam ettirmekte, aynı zamanda kurumunu dışarıda övme ve hizmeti tekrar tercih etme davranışı göstermektedir (Zeithaml, Berry ve Parasuraman, 1996: 34). Diğer bir ifade ile, kurumun hizmet kalitesi, bireyin sadakat davranışını olumlu yönde etkilemektedir.

Bireyin sadakat düzeyi; hizmet kalitesinden mennun olması sonucunda olumlu tutum geliştirmesi, kurumunu tekrar tercih etmesi, dışarıya karşı övmesi, savunması ve başka bir kurumu tercih edebilme ihtimali olsa dahi kurumunu bırakmama davranışı ile ölçülebilmektedir.

2.10. Öğrenci Sadakati

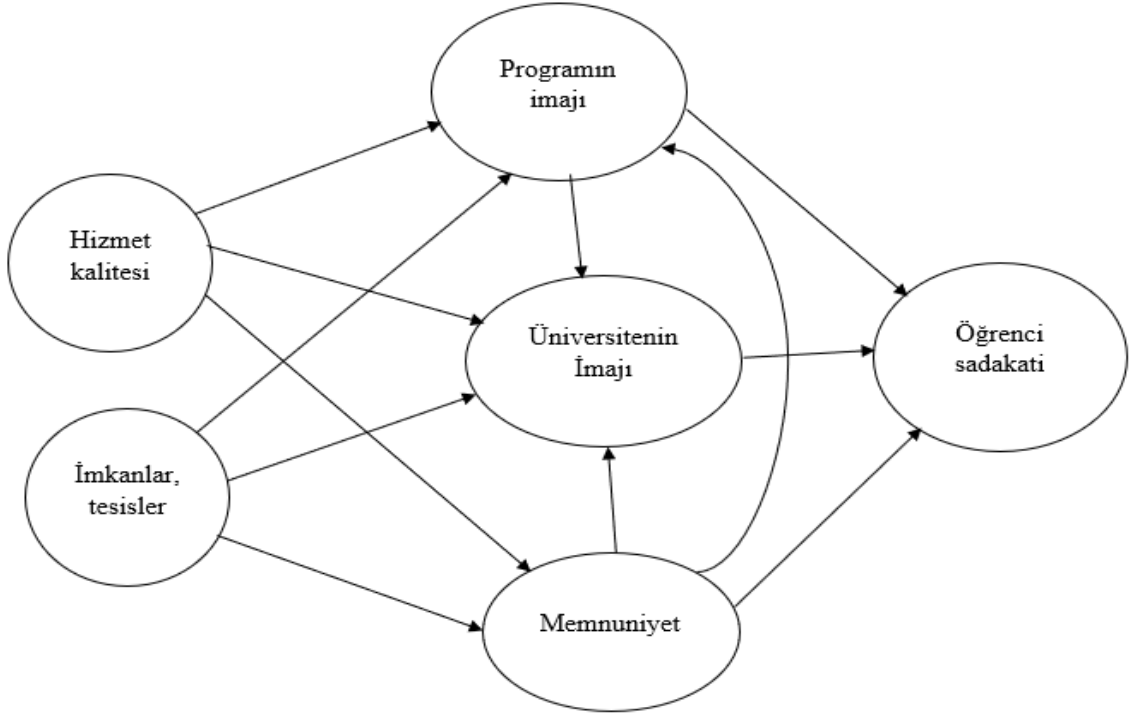
Öğrenci Sadakati; öğrencinin, eğitimine kendi üniversitesinde devamına ve mezuniyet sonrası ilişkilerine yönelik bilişsel, duygusal ve davranışsal boyuta sahip tutumu olarak ifade edilmektedir (Helgesen ve Nessel, 2007: 42). Öğrenci Sadakati “student loyalty” kavramı; birçok yurtdışı araştırmalara konu olmakla birlikte (Helgesen ve Nessel, 2007; Lin ve Tsai, 2008; Hennig-Thurau, Langer ve Hansen, 2001; Yu ve Kim, 2008; Alves ve Raposo, 2007; Clerfeuille ve Poubanne, 2003), son zamanlarda ülkemizde de kavrama önem verilmeye başlanmıştır. Öğrenci Sadakatini etkileyen birçok faktör karşımıza çıkmaktadır. Chickering ve Reisser (1993), yedi başlık altında toplanan bu faktörleri ve faktörlere dair uygulama önerilerini şöyle sıralamaktadır (Akt. Çalık, 2013: 18-19);

1. *Kurumsal amaçlar:* Eğitim çıktıları etkilemektedir. Bu nedenle kurumsal amaçlar, anlaşılır ve özel olmalı, programlar, politikalar ve eğitim hizmetleri bu amaçlar doğrultusunda düzenlenmelidir.
2. *Kurumun büyüklüğü:* Öğrencinin üniversite deneyimlerinden memnun olması, gelişiminin desteklenmesinde önemlidir.
3. *Program:* Öğrenci gelişimini olumlu yönde etkileyecek programlar, bireysel farklılıklara duyarlı olmalı, öğrencilerin önceki öğrenmelerini, değerlerini ve deneyimlerini de desteklemelidir.
4. *Olumlu öğrenci- öğretim üyesi ilişkisi:* Öğretim elemanına olan güven, öğrencilerin onlara kolaylıkla ulaşılabilmesi, öğrencilerle olan sağlıklı iletişimi ve öğrenciler hakkında bilgi sahibi olmasıdır.
5. *Öğrenme:* Aktif öğrenme stratejilerini, öğrenci ve öğretim elemanı etkileşimini, geri bildirimleri, üst düzey beklentileri ve bireysel öğrenme farklılıklarına dikkate almayı kapsamalıdır.
6. *Arkadaşlık ve öğrenci toplulukları:* Samimi arkadaşlıkların, ortak noktada buluşulan ilgi ve etkileşimlerin olduğu öğrenci topluluklarının gelişimidir.
7. *Öğrenci gelişim programları ve hizmetleri:* Öğrenciler ve öğretim elemanlarından sorumluların, öğrenci gelişim programları ve hizmetleri hakkında bilgi sahibi olmaları ve uzmanlaşmalarıdır.

Bir yükseköğretim kurumunun başarısı, kayıtlı ve mezun öğrencilerin sadakatini sağlamakla gerçekleşmektedir (Helgesen ve Nessel, 2007: 333). Öğrenci memnuniyetini ve sadakatini artırmak için gerekli eğitim ve destek hizmetleri planlaması yapılmalıdır. Kariyer ve işe yerleştirme programları ve yeterli istihdamın olmaması, nitelikli bir akademik programda dahi olsalar, öğrenciler için memnuniyetsizlik kaynağı olabilmektedir (Townley, 2001; Harvey, 2001). Yükseköğretimde eğitim ve destek hizmetlerden memnuniyetin yüksek olması, Öğrenci Sadakatini olumlu yönde etkileyebilmektedir (Terblanche, 2005: 74)

2.10.1. Öğrenci Sadakati İle İlgili Kavramsal Modeller

2.10.1.1. Student Loyalty Structural Model



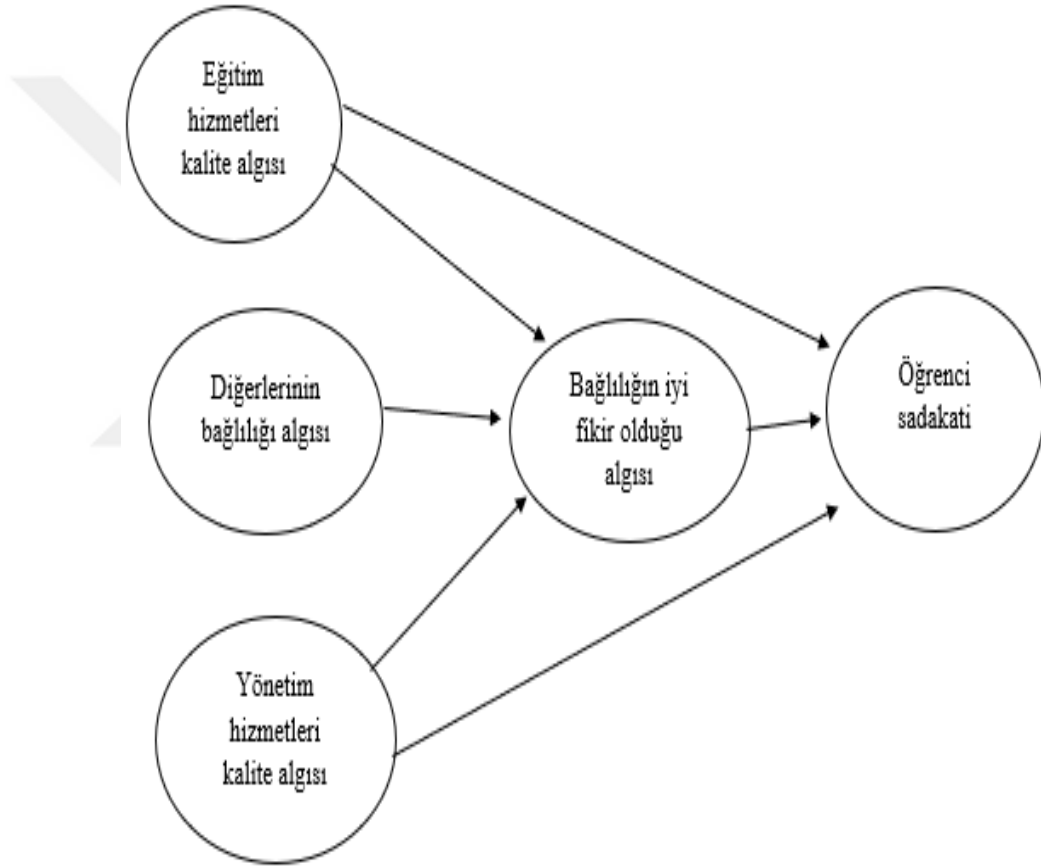
Şekil 2. 8. Helgesen ve Nessel (2007) Öğrenci Sadakati Kavramsal Modeli

Helgesen ve Nessel (2007: 41), üniversite imajı, programın imajı, hizmet kalitesi, öğrencinin memnuniyeti üzerine geliştirdikleri modelde; hizmet kalitesini, programın imajını, üniversitenin imkanlarını ve imajını, öğrencinin memnuniyetini

ve sadakatini incelemiştir. Şekil 2.8’de, Helgesen ve Nasset (2007) Öğrenci Sadakati Kavramsal Modeli görülmektedir.

2.10.1.2. ICSL- Information cascades-based student loyalty model

Lin ve Tsai (2008: 400), öğrenci sadakati, eğitim hizmetleri ve yönetim hizmetleri kalite algısı, bağlılığın iyi bir fikir olduğu algısı ve diğerlerinin bağlılığı algısı değişkenleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Şekil 2.9’da Lin ve Tsai (2008) tarafından geliştirilen information cascades-based student loyalty (ICSL) model görülmektedir.

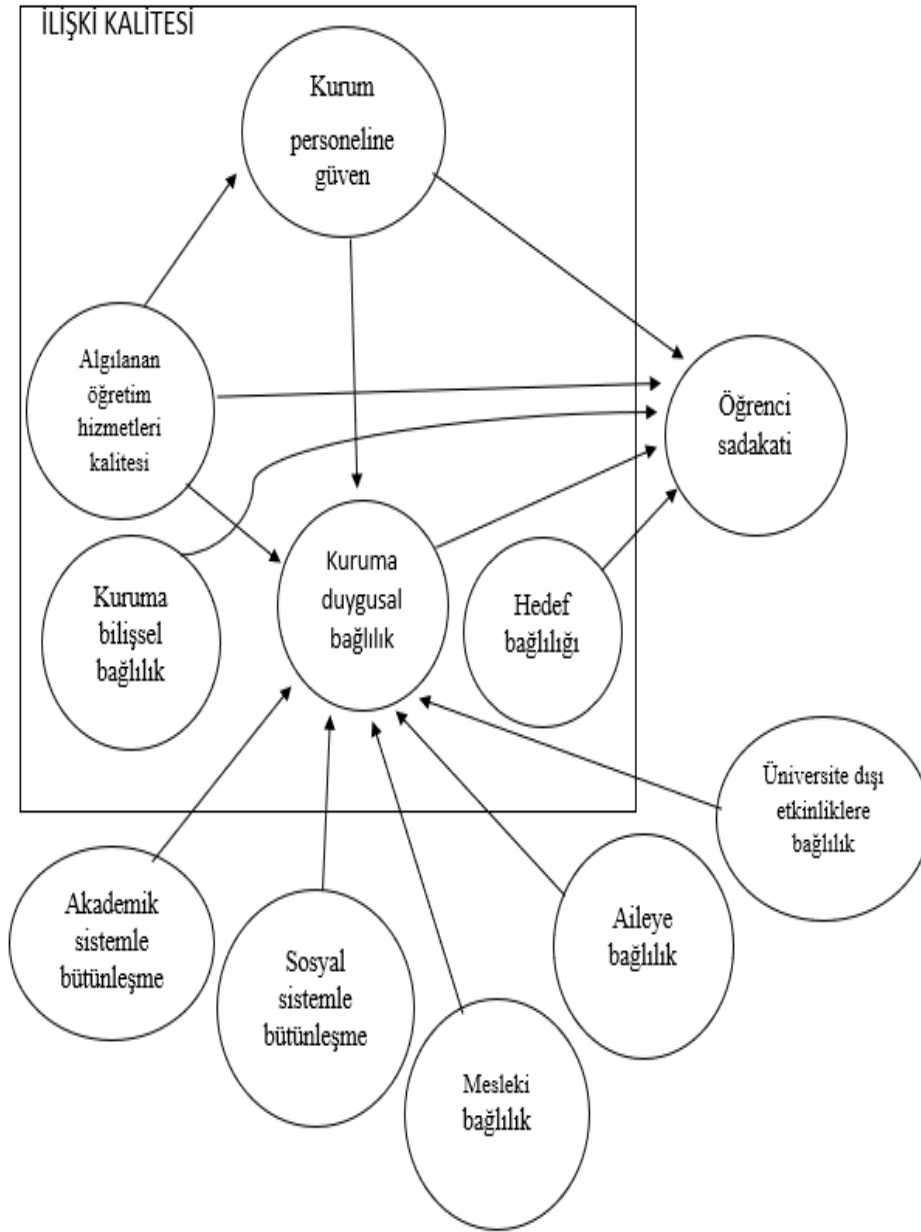


Şekil 2. 9. Lin ve Tsai (2008) Eğitim Kalitesi ve Öğrenci Sadakati Kavramsal Modeli

Information cascades-based student loyalty (ICSL) adını verdikleri modelde, Eğitim hizmetleri kalite algısı, diğerlerinin bağlılığı algısının, yönetim hizmetleri kalite algısını yordadığını ve bağlılığın iyi bir fikir olduğu algısı ile eğitim hizmetleri kalite algısının da öğrenci sadakatini yordadığını belirlemiştir.

2.10.1.3. Hennig- Thurau, Langer ve Hansen-The relationship quality-based student loyalty model

Hennig-Thurau, Langer ve Hansen (2001: 336-337), algılanan eğitim hizmetleri kalitesi, kurumun akademik personeline olan güven ve kuruma bilişsel, duygusal ve amaçsal bağlılık değişkenleri ile öğrenci sadakati arasındaki ilişki kalitesine dayalı bir öğrenci sadakati modeli (RQSL- The relationship quality-based student loyalty model) geliştirmişler. Şekil 2.10'da RQSL- The relationship quality-based student loyalty model görülmektedir.

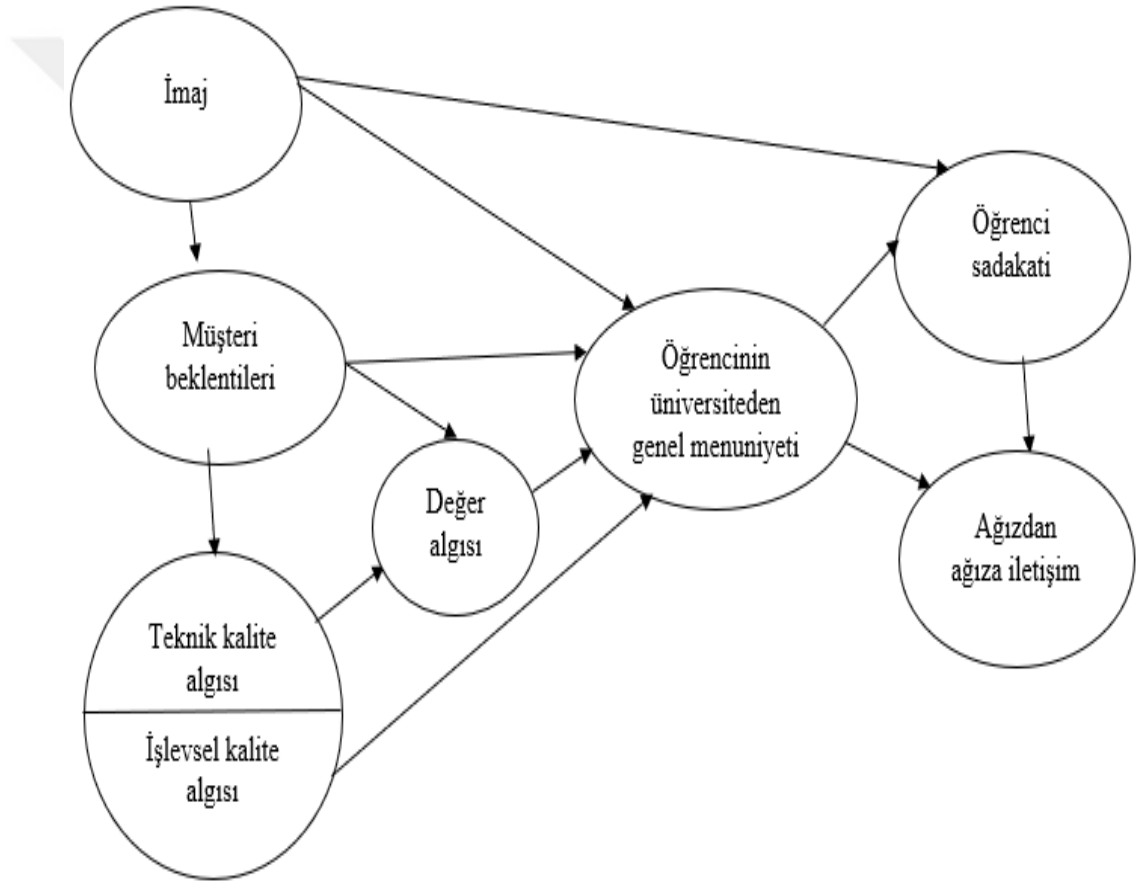


Şekil 2. 10. Hennig- Thurau, Langer ve Hansen (2001) İlişki Kalitesine Dayalı Öğrenci Sadakati Modeli

2.10.1.4. Yükseköğretimde öğrenci memnuniyeti kavramsal modeli

Alves ve Raposo (2007: 1275-1276), üniversitenin imajı, teknik ve işlevsel kalitesi, değer algısı, ağızdan ağıza iletişim, öğrenci menuniyeti ile öğrenci sadakati arasındaki ilişkileri açıklayan bir model geliştirmişler.

Modelde, üniversitenin imajının, teknik ve işlevsel kalite ile değer algısının, öğrenci menuniyetine etkisi olduğunu; öğrenci menuniyeti ile imajın, öğrenci sadakatini etkilediğini; öğrenci memnuniyetinin ağızdan ağıza iletişimi etkilemediğini gözlemlenmiştir. Alves ve Raposo (2007) Yükseköğretimde öğrenci menuniyeti kavramsal modeli Şekil 2.11’de yer almaktadır.



Şekil 2. 11. Alves ve Raposo (2007) Yükseköğretimde Öğrenci Memnuniyeti Kavramsal Modeli

2.11. İlgili Araştırmalar

2.11.1. Yurt İçi Araştırmalar

2.11.1.1. Örgütsel İmaj İle İlgili Yurt İçi Araştırmalar

Cerit (2006), 2005-2006 öğretim yılında Abant İzzet Baysal Üniversitesinin 1. ve 4. sınıfında eğitim gören 955 eğitim fakültesi öğrencisinin örgütsel imaj algısını incelemiştir. Araştırmada, eğitimin kalitesi, öğretim elemanlarının kalitesi, çevre, barınma ve üniversitenin toplumda iyi bir üne sahip olması değişkenleri bulunmaktadır. Araştırmanın sonuçlarına göre, öğrencilerin akademik, fiziksel, sosyal ve toplumsal çevre boyutlarındaki örgütsel imaj algılarının öğrenim gördükleri programa göre anlamlı düzeyde farklılaştığı, genel olarak orta düzeyde bir imaj algıları olduğu gözlemlenmiştir. Öğrencilerinin yarısından fazlasının yerleştikleri programdan memnun olduğu ve örgütsel imajın cinsiyete göre değişmediği gözlemlenmiştir. Örgütsel imajın sınıf düzeyine göre değiştiği ve 1. sınıf öğrencilerinin örgütsel imajın, 4. sınıf öğrencilerinin algısından aritmetik ortalama değeri olarak yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bu durum, 1. sınıf öğrencilerinin kendi istekleri doğrultusunda seçim yaptıkları ve üniversitelerine ait çok fazla bilgiye sahip olmadıkları için olumlu tutum geliştirdikleri, 4. sınıf öğrencilerinin ise beklentilerini tam olarak bulamadıkları için olumsuz tutum geliştirdikleri şeklinde açıklanmaktadır.

Polat (2011), Kocaeli Üniversitesinde öğrenim gören 2017 öğrencinin, örgütsel imaj algıları ile akademik başarıları arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; öğrencilerin imaj algıları arttıkça akademik başarılarında da artma olduğunu, Genel Görünüm ve Fiziki Alt Yapı İmajı ile akademik başarı arasında orta düzeyde olumlu bir ilişki olduğunu gözlemlenmiştir. Bununla beraber, akademik başarı ile sosyal ortam imaj, spor imajı, barınma-beslenme ve eğlence imajı arasında olumlu ve düşük düzeyde bir ilişki olduğu, Kalite İmajının ise en etkili olduğunu boyut olduğu belirlenmiştir.

Köybaşı, Uğurlu ve Ceylan (2016), Cumhuriyet Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nde öğrenim gören 951 öğrenci ile yaptıkları çalışmada, öğrencilerinin örgütsel imajı algılarını belirlemeye çalışmışlar, araştırmanın bulguları sonucunda, öğrencilerin üniversitelerine yönelik imaj algılarının düşük düzeyde olduğunu

gözlemlemişlerdir. Bunun yanında, öğrencilerin, üniversite kalitesini orta düzeyde bulduklarını belirlemişlerdir. Sınıf düzeyi, memleket, yerleşim birimi ve öğrenim düzeyi değişkenlerine göre üniversitenin örgütsel imajına ilişkin anlamlı bir farklılık olmadığı, cinsiyet değişkenine göre ise anlamlı farklılık olduğunu gözlemlemişlerdir. 2. sınıf öğrencilerinin örgütsel imajının, 4. sınıf öğrencilerine göre daha yüksek olduğunu gözlemlemişlerdir.

Taşlıyan, Paksoy ve Hırlak (2013), öğrencilerin üniversitelerine yönelik imaj algılarını belirlemek amacıyla Kilis 7 Aralık Üniversitesinden 435 öğrenci ile bir çalışma yapmışlardır. Çalışma sonucunda, örgütsel imaj ile örgütsel bağlılık arasında, örgütsel vatandaşlık davranışı boyutları ile akademik başarıları arasındaki ilişkinin anlamlı olduğunu, bunun yanında akademik başarı ile örgütsel bağlılık arasında anlamlı bir ilişkinin bulunmadığını gözlemlemişlerdir. Üniversite öğrencilerinin üçte bir kadarı, üniversitenin kampüs görünümünü olumlu değerlendirmişler; ulaşım imkânlarının iyi olduğunu, yöneticilerin mevzuata uygun davrandıklarını, yemekhane barınma-beslenmenin diğer devlet üniversitelere göre daha ucuz olduğunu, eğitimin kaliteli olduğunu ve alanında uzman öğretim elemanları bulunduğunu belirtmişlerdir. Kız öğrencilerin imaj algısı, erkek öğrencilerden, yaşı 23'den büyük ve 17-19 yaş aralığında olan öğrencilerin imaj algısının, diğerlerinden daha yüksek olduğu belirlenmiştir. İmaj algısının, öğrenim görülen fakülte ve öğrenim türü (birinci ve ikinci öğretim) değişkenine göre anlamlı farklılık göstermediğini gözlemlenmişlerdir.

Erkmen ve Çerik (2007), Yıldız Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde öğrenim gören 201 öğrenci ile, örgüt imajı oluşturan kurum kimliği ve örgütsel bağlılığı araştırdıkları çalışmalarında, öğrencilerin üniversitenin yurt, yemekhane, kafe, müzik, spor, gibi kültürel ve sosyal olanakları konusunda olumlu bir algıya sahip olduklarını gözlemlemişler. Öğrencilerin üniversiteye girişteki tercih sırasının ise örgütsel bağlılığında etkili olmadığını, benzer diğer çalışmalar gibi, 1. sınıf öğrencilerinin örgütsel imaj algılarının, 4. sınıf öğrencilerine göre daha olumlu olduğunu gözlemlemişlerdir.

Silsüpür (2015), eski ve köklü bir üniversite olan İstanbul Üniversitesi'nin imajını belirlemek üzere yaptığı araştırmasında, İstanbul Üniversitesi öğrencilerinin ve İstanbul'daki diğer devlet üniversitelerindeki öğrencilerin algılarını belirlemek amacıyla, 600 öğrenci ile çalışmıştır. Boğaziçi, Galatasaray, İstanbul Teknik,

Marmara, Yıldız Teknik ve Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi öğrencilerinin de dahil olduğu bu çalışmada, kurumsal imajı oluşturan unsurlardan davranış ile iletişim arasında anlamlı bir ilişki olduğunu belirlemiştir. Öğrencilerin çoğunluğunun, İstanbul Üniversitesinin logosundaki renkler, tarihi ana kapı ve köklü bir üniversite olması gibi kurumsal imajı belirleyen unsurlara karşı duyarlı olduklarını gözlemlemiştir.

Tezişçi (2013), 2011-2012 eğitim-öğretim yılında Marmara, Boğaziçi ve İstanbul Üniversitesi'nin eğitim fakültelerindeki 1309 üniversite öğrencisi ile yaptığı çalışmada, Boğaziçi Üniversitesi öğrencilerinin örgütsel imaj algısının, Marmara ve İstanbul Üniversitesi öğrencilerine göre daha yüksek olduğunu gözlemlemiştir. Araştırma sonuçlarına göre; Marmara ve İstanbul Üniversitesindeki 1. sınıf öğrencilerinin, 4. sınıf öğrencilerinden daha yüksek örgütsel imaj algısına sahip olmalarına rağmen, Boğaziçi Üniversitesi 4. sınıf öğrencilerinin, 1. sınıf öğrencilerinden daha yüksek algıya sahip olduklarını gözlemlemiştir. Kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre, Marmara Üniversitesi'nin kalite, sosyal ortam ve Barınma-beslenme İmajının daha yüksek algıladıklarını; program, spor, genel görünüm ve alt yapı ve eğlence imajını ise benzer düzeyde algıladıklarını gözlemlemiştir.

2.11.1.2. Genel Aidiyet İle İlgili Yurt İçi Araştırmalar

Duru ve Balkıs (2015), birey ve çevre uyumu, aidiyet duygusu, akademik doyum ve akademik başarı arasındaki ilişkileri analiz etmek amacıyla, Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nde öğrenim gören 300 öğrenci ile çalışmışlar. Akademik doyumun, birey-çevre uyumu ve akademik başarı ile üniversiteye aidiyet duygusu ve akademik başarı ilişkisinde aracılık rolü olduğunu gözlemlemişlerdir. Sonuçlar, öğrencinin kişilik özellikleri ve değerlerine uygun bir akademik ortamı tercih ettiğinde, öğrenim gördüğü alana aidiyet duygusu geliştirebileceğini, bu durumun da akademik başarıyı arttıracakını gözlemlemişlerdir.

Alptekin (2011), Selçuk Üniversitesi Edebiyat, Fen, Mühendislik ve Mimarlık, Hukuk, İktisadi ve İdari Bilimler ile Ziraat Fakültelerinde öğrenim gören 912 öğrenci ile öğrencilerin toplumsal aidiyetini araştırmıştır. Araştırma bulgularına göre, toplumsal kurumlara duyulan güven düzeyi ile toplumsal aidiyet arasında anlamlı bir ilişki olduğunu belirlemiştir. Üniversite gençliğinin üyesi oldukları

kurumlara olan güven düzeyinin, toplumsal aidiyetini açıklayan önemli faktörlerden biri olduğunu, kurumlara olan güven arttıkça aidiyetin de arttığını belirlemiştir. Öğrenim görülen sınıf düzeyi ve aidiyet arasındaki ilişkiye bakıldığında ise, 1. ve 4. sınıfların programa aidiyet puanları arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmüştür. 1. sınıf öğrencilerinin, son sınıf öğrencilerine göre aidiyet puanlarının daha yüksek olduğu, programa aidiyet ile herhangi bir öğrenci topluluğuna üyelik arasındaki ilişkinin anlamlı olmadığını gözlemlemiştir. Bununla beraber, öğretim üyelerine olan bağlılık faktörünün cinsiyetler arasında farklılaşmadığı ama fakülteler arasında anlamlı bir düzeyde farklılaştığı görülmüştür. En yüksek bağlılık gösteren öğrencilerin edebiyat fakültesi öğrencilerinin, en düşük bağlılık gösteren öğrencilerin ise hukuk fakültesi öğrencilerinin olduğu, sınıf düzeyleri arasında ise anlamlı bir ilişki bulunmadığı gözlemlenmiştir.

2.11.1.3. Mesleki Sonuç Beklentisi İle İlgili Yurt İçi Araştırmalar

Büyükgöze-Kavas (2013), Orta Doğu Teknik Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nde, Okul Öncesi, Bilgisayar Eğitimi ve Teknolojileri, İlköğretim Matematik ve İngilizce Öğretmenliği programlarına devam eden 191 öğrenci ile yaptığı çalışmada, öğrencilerin mesleki rehberlik hizmetleri eğitimlerini ve mesleklerini değiştirme isteklerini araştırmıştır. Öğrenciler, lisede yeterli düzeyde mesleki rehberlik hizmetleri alamadıklarını, bu nedenle meslek tercihinde ailelerinin etkili olduğunu ve mesleklerini değiştirmek istediklerini belirtmişlerdir.

Kepir (2011), 502 üniversite adayının, meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları, mesleki olgunluk ve umut düzeyleri üzerine bir çalışma yapmıştır. Çalışmada, mesleki olgunluk düzeyi ve eğitim durumunun, mesleki olgunluk düzeyi ve okul türünün, umut düzeyi ve eğitim durumunun, umut düzeyi ve okul türünün, adayların meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları üzerindeki ortak etkileri anlamlı bulunmamıştır.

2.11.1.4. Öğrenci Sadakati İle İlgili Yurt İçi Araştırmalar

Ceylan ve Özbal (2008), İstanbul ilinde yaşayan toplam 175 üniversite mezunu ile yaptıkları çalışmada mezun olunan üniversite ile özdeşleşme ve mezun olunan üniversiteye sadakat arasındaki karşılıklı ve olumlu ilişkinin etkisini

belirlemiştir. Araştırma sonuçlarında; katılım, paylaşılan değerler, memnuniyet ve gruba aidiyet ile özdeşleşme faktörü arasındaki ilişki anlamlı bulunmamıştır.

Dilşeker (2011), vakıf ve devlet üniversitelerinde hizmet kalitesi, öğrenci memnuniyeti, imaj, sadakat ve tavsiye etme arasındaki ilişkiyi incelemiştir. 200 adet Ege Üniversitesi, 200 adet Uşak Üniversitesi ve 200 adet Yaşar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencisine ölçek formları uygulamıştır. Öğrencilere üniversite tarafından sunulan hizmetlerin, onlar tarafından nasıl algılandığını ve bu algılar sonucu oluşan memnuniyet düzeylerini araştırıp, devlet-vakıf üniversitesi olarak karşılaştırmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre, vakıf üniversitesindeki öğrencilerin memnuniyet düzeyinin, devlet üniversitesindeki öğrencilerden fazla olduğunu, öğrenci memnuniyetinin sadakat ve üniversiteyi tavsiye etmeyi etkilediğini belirlemiştir.

Karatekin (2017), üniversite imajı, üniversiteye duyulan memnuniyet ve öğrenci sadakati üzerine, Uludağ Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde bulunan 300 öğrenci ile bir çalışma yapmıştır. Bu çalışmada, öğrenci sadakatının, memnuniyet ve programının imajı arasında anlamlı orta düzeyde bir ilişki, üniversitenin imajıyla da yüksek düzeyde bir ilişki olduğunu belirlenmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre, imaj algısı arttıkça, öğrenci sadakatinde de artış olduğu gözlemlenmiştir.

2.11.2. Yurt Dışı Araştırmalar

2.11.2.1. Örgütsel İmaj İle İlgili Yurt Dışı Araştırmalar

Collins ve Stevens (2001), bir kurumun örgütsel imajınının insanlar üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Bu araştırmada, kurumun dıştan oluşan ilk izleniminin, reklam ve halkla ilişkiler hizmetlerinin, konumunun, istihdamının, tüketiciler ve iş başvurusu yapanların algılarına olumlu etkisini belirlemiştir.

Highhouse, Zickar, Thorsteinson, Stierwalt ve Slaughter (1999), bir iş başvuru yapanların ilk olarak değerlendirdikleri niteliklerin, kurumun itibarı ve ürün kalitesi, inovasyon başarısı, sosyal ağlarda bulunması olduğunu gözlemlemiştir. Aynı zamanda örgütün bireyler üzerinde bıraktığı ilk izlenimin örgüt imajı algısında

önemli etkisi bulunduğunu, bu durumun işe başvuru sonrasındaki karar süreçlerini etkilediğini belirlemişlerdir.

Brewer, Gates ve Goldman (2002), yükseköğretimde rekabet ve uygulanacak stratejiler üzerine çeşitli üniversitelerde yapılan çalışmaları incelemişlerdir. İki yıl süren araştırma sonuçlarına göre üniversitelerin; öğrenci harçları, hükümet fonları, kamu ve özele ait araştırma fonları ve mezunlar olmak üzere dört temel gelir kaynağı olduğunu belirlemişlerdir. Aynı zamanda, prestijli üniversitelerin, prestijlerini daha da arttırmak için, akademisyen ve program niteliğine, saygınlık kazanmaya odaklandıklarını belirlemişlerdir. Bunun yanında, mezunların üniversitelere olan katkılarının önemli bir yeri olduğunu gözlemlemişlerdir.

Paden ve Stell (2006), uzaktan eğitim programlarının, üniversitenin imajına olan etkisi ve geleneksel yükseköğretim anlayışının dışındaki uzaktan eğitim programlarının geliştirilmesi ve pazarlanmasının, üniversitenin imajına olan katkısı üzerine bir araştırma yapmışlardır. Uzaktan eğitim programlarının üniversitenin imajını koruyup geliştirebileceği, bunun yanında uzaktan eğitimde çıkacak sorunlar sonucunda üniversitenin başarısız olma ihtimalinin bulunabileceğini belirlemişlerdir. Bu noktada, üniversitenin imajına zarar vermeyecek uzaktan eğitim programlarına yönelik ayrı bir marka stratejisi geliştirilebileceğini gözlemlemişlerdir.

2.11.2.2. Genel Aidiyet İle İlgili Yurt Dışı Araştırmalar

Thomas (2011), Hindistan'ın önde gelen üniversitelerinin öğrencileriyle yaptığı çalışmada; bir yapısal model geliştirmiş, öğrencinin menuniyetini arttırmanın, örgüte bağlılığı da arttırdığını belirlemiştir. Öğrencinin menuniyetini arttıran faktörlerin, üniversitenin imajı, kaliteli eğitim çıktıları ve iyi kariyer fırsatları olduğunu belirlemiştir.

Glass ve Westmont (2014), 415 uluslararası, 816 yerli lisans öğrencisi ile bir çalışma yapmışlardır. Bu çalışmada, ırkçılığın olmadığı bir ortamda güvenin, gruplar arası diyalog ve kültürlerarası etkileşimin arttığını gözlemlemiş, bu durumun aidiyet duygusunu arttırdığını, aidiyet duygusunun artmasının da kültürlerarası ilişkileri olumlu yönde etkilediğini belirlemişlerdir. Ayrıca, tüm öğrencilerle eşit derecede iletişimin ve müfredatın amaca uygun bir şekilde düzenlenmesinin, öğrencilerin aidiyet duygusunda artışa sebep olduğunu da gözlemlemişlerdir.

Terblanche (2005), örgütsel bağlılığın birçok kurum için önemli hale gelmesi ile kurumların müşteriye tutmak için yapılması gerekenler ve müşteri kaybının altında yatan nedenler üzerine olan bu araştırmasında “Müşteri Memnuniyeti İndeksi ve Geri Dönüşüm Modeli” ile 2000 kişilik bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışmada, müşteri memnuniyetinin bu durumun tek belirleyici olmadığı, memnuniyetin, aidiyet üzerinden sadakati belirlediği gözlemlenmiştir. Bu durum, bağlılık ve memnuniyet algısı üzerine yapılan diğer çalışmalarla da (Arambewela ve Hall, 2009; Andreassen ve Lindestad, 1998; Hart ve Johnson, 1999; Boulding, Kolra, Staelin ve Zeithaml, 1993; Zeithaml, Berry ve Parasuraman, 1996) benzerlik göstermektedir.

Hausmann, Schofield ve Woods (2007), öğrencilerin aidiyetinin kampüs iklimine; *Walton, Cohen, Cwir ve Spencer* (2012), motivasyon ve başarıya olumlu katkı sağladığını gözlemlemişlerdir.

2.11.2.3. Mesleki Sonuç Beklentisi İle İlgili Yurt Dışı Araştırmalar

Marko ve Savickas (1998), kariyer merkezine başvuruda bulunan gönüllü 25 üniversite öğrencisi ile deney ve kontrol grupları oluşturarak, deney grubuna yönelik kariyer müdahalesi gerçekleştirmişlerdir. Deney ve kontrol grubu karşılaştırıldığında, deney grubunda gelecekle ilgili olumlu beklentilere sahip olma ve kariyer planlama konusunda istatistiksel artışlar olduğu gözlemlenmiştir.

Reese ve Miller (2006), üniversite öğrencilerin kariyer kararı verme yetkinlikleri üzerine yaptıkları araştırma sonucunda, kariyer gelişimi dersi alan öğrenciler ile dersi almayanlar karşılaştırıldığında, dersi alan öğrencilerin kariyer kararı yetkinlik beklentilerinde anlamlı düzeyde artış olduğunu belirlemişlerdir.

Luzzo ve Day (1999), öğrencilerin kariyer kararı yetkinliği ve sosyal bilişsel kariyer inançları üzerine yaptıkları çalışmada; iki gruptan elde ettikleri ön-test son-test verilerine göre, öğrencinin kariyer kararı yetkinlik beklentisi ve kariyer gelişim süreçlerini incelemişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre; öğrencilerin kariyer kararı verme sürecindeki çalışmaların kariyerde başarıya ve doyuma yönelik inançlarında etkili olduğunu belirlemişlerdir.

2.11.2.4. Öğrenci Sadakati İle İlgili Yurt Dışı Araştırmalar

Helgesen ve Nasset (2007), üniversitenin imajı, hizmet kalitesi, imkanları, öğrencinin memnuniyeti, öğrencinin okuduğu programının imajı ve öğrenci sadakatini araştırmışlardır. Bu araştırma sonucunda, üniversite ve programın imajı, hizmet kalitesi, öğrencinin memnuniyeti üzerine bir model geliştirmişlerdir. Hizmet kalitesinin öğrenci memnuniyeti üzerinde etkili olduğunu ve öğrenci memnuniyetinin, öğrenci sadakati ile doğrudan ve yüksek derecede ilişkiye sahip olduğunu belirlemişlerdir. Sonuçlara göre, Program İmajı ve üniversite imajı ile hizmet kalitesi arasında ise anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Lin ve Tsai (2008), öğrenci sadakati, eğitim ve yönetim hizmetleri kalite algısı, bağlılığın iyi bir fikir olduğu algısı ile diğerlerinin bağlılığı algısı değişkenleri arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Information cascades-based student loyalty (ICSL) adını verdikleri modelde, Eğitim hizmetleri kalite algısı, diğerlerinin bağlılığı algısının, yönetim hizmetleri kalite algısını yordadığını ve bağlılığın iyi bir fikir olduğu algısı ile eğitim hizmetleri kalite algısının da öğrenci sadakatini yordadığını belirlemişlerdir. Bunun yanısıra yönetim hizmetleri kalite algısı ile öğrenci sadakati arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Hennig-Thurau, Langer ve Hansen (2001), öğrenci sadakati ile algılanan eğitim hizmetleri kalitesi, kurum personeline güven, kuruma bilişsel, duygusal ve amaçsal bağlılık değişkenleri arasındaki ilişki kalitesini araştırmışlardır. Bu amaca yönelik bir öğrenci sadakati modeli (RQSL- the relationship quality-based student loyalty model) geliştirmişlerdir. Bu modelde güvenin, kuruma olan duygusal bağlılığı etkilediğini gözlemlemişlerdir. Öğretim kalite algısı ile öğrencilerin üniversitelerine olan duygusal bağlılıkları arasında güçlü bir ilişki olduğu, güven ile öğrenci sadakati arasında doğrudan ve orta düzeyli ilişki olduğu bir model ortaya koymuşlardır. Araştırma sonuçlarına göre, iş bağlılığı, aileye bağlılık ve sosyal sisteme entegrasyon değişkenleri ile kuruma duygusal bağlılık arasında ve kuruma bilişsel bağlılık, kurum personeline güven ile öğrenci sadakati arasındaki anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Yu ve Kim (2008), üniversite yaşam kalitesinin, öğrenci sadakati ve tatmini arasındaki ilişkiye etkisini araştırmışlar, üniversite yaşam kalitesinin, öğrencinin sadakati üzerinde olumlu etkisi olduğunu gözlemlemişlerdir.

Alves ve Raposo (2007: 1275-1276), geliştirdikleri modelde, üniversitenin imajının, teknik ve işlevsel kalite ile değer algısının, öğrenci menuniyetine etkisi olduğunu; öğrenci menuniyeti ile imajın, öğrenci sadakatini etkilediğini; öğrenci memnuniyetinin ağızdan ağıza iletişimi etkilemediğini gözlemlemişlerdir.

Clerfeuille ve Poubanne (2003), öğrencinin memnuniyeti ve öğrenci sadakati arasındaki ilişkinin, akademik alanda önemli bir yeri olduğunu gözlemlemişlerdir. *Anderson ve Sullivan (1993)*, *Fornell (1992)*, *Iniesta ve Sanchez (2002)*, *Heskett, Sasser ve Schlesinger (1997)*, *Heskett (2002)*, *Oliver (1999)*, ve *Auh ve Johnson (2005)*, *Wetzels, Ruyter ve Birgelen (1998)*, sadakati belirleyici unsurları araştırmışlar, kurumların uzun vadede valıkları için bu kavram üzerinde önemle durulması gerektiğini belirlemişlerdir.

BÖLÜM III

YÖNTEM

Çalışmanın bu bölümünde, çalışmada kullanılan araştırma yöntemine dair açıklayıcı bilgilere ve araştırma bulgularına yer verilmiştir. Araştırmada kullanılan model, evren ve örneklem, veri toplama araçları, verilerin toplanması ile ilgili çalışmalar, verilerin analizi ve araştırmada kullanılan istatistiksel yöntemler bu bölümde yer almaktadır.

3.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırma, “Genel ve İlişkisel Tarama Modeli”ne dayalı betimsel bir araştırmadır. Genel tarama modelleri ile tekil ya da ilişkisel taramalar yapılabilir. İlişkisel tarama modelleri, iki veya daha çok değişken arasında birlikte değişimin varlığını ve/veya derecesini belirlemeyi amaçlamaktadır (Karasar, 2002; Vanderstoep ve Johnston, 2009).

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini; 2017-2018 eğitim öğretim yılında, İstanbul ilindeki 41 vakıf ve 10 devlet üniversitesinde öğrenim gören 598642 lisans öğrencisi (291235 kız ve 307407 erkek) oluşturmaktadır (YÖK, 2017b).

Araştırmanın örneklemini, “Amaçlı Örnekleme Yöntemi” ile seçilmiş 2017-2018 eğitim öğretim yılında, İstanbul ilindeki iki vakıf (İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi ve Beykent Üniversitesi) ve iki devlet üniversitesi (İstanbul Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversitesi) lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmada 1485 üniversite öğrencisine ölçme araçları uygulanmıştır. Örnekleme, bu üniversitelerin Ayazağa-Maslak, Büyükçekmece, Taksim, Davutpaşa, Beyazıt, Avcılar, Beşiktaş, Halkalı kampüslerindeki, Eğitim Fakültesi, Hukuk Fakültesi, Mühendislik Fakültesi gibi çeşitli fakültelerinde öğrenim gören, 1300 öğrenci (857 kız ve 443 erkek) dahil edilmiştir. Öğrencilerin farklı fakültelerden olmasına ve öğrencinin üniversitesindeki

yaşanmışlıkları gözönünde bulundurularak fakültelerin 3. ve 4. sınıf öğrencileri olmalarına dikkat edilmiştir.

Ek-2. Tablo 3.9'da evreni oluşturan vakıf ve devlet üniversiteleri ve öğrencileri görülmektedir. YÖK (2018), 2017-2018 öğretim yılı istatistiklerine göre, İstanbul ilinde 41 vakıf üniversitesi ve 10 devlet üniversitesi bulunmaktadır. Bu üniversitelerde toplam 598642 lisans öğrencisi öğrenim görmektedir. Bu öğrencilerin 291235'i (%48.65) kız, 307407'si (%51.35) erkek öğrencidir. Vakıf üniversitelerinde, toplam 243817 lisans öğrencisinin 119726'sı (%49.10) kız, 124091'i (%51.90) erkek öğrencidir. Devlet üniversitelerindeki toplam 354825 lisans öğrencisinin 171509'u (%48.34) kız, 183316'sı (%51.66) erkek öğrencidir.

Ek-3 Tablo 3.10'de Örnekleme Oluşturan Öğrencilerin Üniversitelere Göre Cinsiyet ve Yaş Dağılımları verilmektedir. *İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi (İZU)* örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 335'i (%77.9) kız. 95'u (%22.1) erkek öğrenci; 117'si (27.2) 19-20 yaş. 263'ü (%61.2) 21-23 yaş. 36'sı (%8.4) 24-26 yaş. 14'ü (%3.3) 27 yaş ve üzeridir. *Beykent Üniversitesi (BEU)* örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 99'u (%48) kız, 107'si (%52) erkek öğrenci; 29'u (%14.1) 19-20 yaş, 152'si (%73.8) 21-23 yaş, 17'si (%8.3) 24-26 yaş, 18'i (%3.9) 27 yaş ve üzeridir.

İstanbul Üniversitesi (İÜ) örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 261'i (%64) kız. 147'si (%36) erkek öğrenci; 81'i (%19.9) 19-20 yaş. 288'i (%70.6) 21-23 yaş, 24'i (%5.9) 24-26 yaş, 15'i (%3.7) 27 yaş ve üzeridir.

Yıldız Teknik Üniversitesi (YTU) örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 162'si (%63.3) kız, 94'ü (%36.7) erkek öğrenci, 33'ü (%12.9) 19-20 yaş. 190'ı (%74.2) 21-23 yaş, 29'u (%11.3) 24-26 yaş, 4'ü (%1.6) 27 yaş ve üzeridir. Üniversiteler genelinde ise toplamda öğrencilerin 857'si (%65.9) kız, 443'ü (%34.1) erkek öğrenci; 260'ı (%20) 19-20 yaş, 893'ü (%68.7) 21-23 yaş, 106'si (%8.1) 24-26 yaş, 41'i (%3.3) 27 yaş ve üzeridir.

Ek-4. Tablo 3.11'de, örnekleme oluşturan üniversite, fakülte ve sınıf düzeyleri verilmektedir. Ek-4. Tablo 3.11'de görüldüğü üzere; belirtilen üniversitelerin çeşitli kampüslerinde bulunan, İZU'den 4 fakülte (Halkalı kampüs), BEU'den 4 fakülte (Ayazağa-Maslak. Büyükçekmece ve Taksim kampüs), İÜ'den 3

fakülte (Beyazıt ve Avcılar kampüs), YTU'den 3 fakülte (Davutpaşa ve Beşiktaş kampüs) seçilmiştir. Eğitim, Mühendislik, Hukuk, İşletme, Mimarlık, Fen-Edebiyat, İktisadi ve İdari Bilimler, Mühendislik ve Doğa Bilimleri, İnsan ve Toplum Bilimleri ve Edebiyat Fakültesi öğrencileri örnekleme alınmıştır.

İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi (İZU) örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin, 72'si (%16.7) Hukuk Fakültesi, 151'i (%35.2) Eğitim Fakültesi, 72'si (%16.7) Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fakültesi, 135'i (%31.4) İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi öğrencisi ve 268'i (%62.3) 3.sınıf, 162'si (%37.7) de 4.sınıf öğrencisidir. *Beykent Üniversitesi (BEU)* örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin, 49'u (%23.8) Hukuk Fakültesi, 43'ü (%20.9) Fen-Edebiyat Fakültesi, 40'ı (%19.4) İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 74'ü (%35.9) Mühendislik Fakültesi Fakültesi öğrencisi ve 126'sı (%61.2) 3.sınıf, 80'ni (%38.8) de 4.sınıf öğrencisidir.

İstanbul Üniversitesi (İU) örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin, 137'si (%33.6) Edebiyat Fakültesi, 135'i (%33.1) Hukuk Fakültesi. 136'sı (%33.3) İşletme Fakültesi öğrencisi ve 163'ü (%40) 3.sınıf. 245'i (%60) de 4.sınıf öğrencisidir. *Yıldız Teknik Üniversitesi (YTU)* örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin, 68'si (%26.6) Eğitim Fakültesi, 130'u (%50.8) İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 58'i (%22.7) Mimarlık Fakültesi öğrencisi ve 114'ü (%45) 3.sınıf, 141'i (%55) de 4.sınıf öğrencisidir. Üniversiteler genelinde örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin; 672'si (%51.7) 3.sınıf, 628'i (%48.3) de 4.sınıf öğrencisidir.

3.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama araçları olarak; “Kişisel Bilgi Formu” (Ek-5), “Örgütsel İmaj Ölçeği” (Ek-6), “Genel Aidiyet Ölçeği” (Ek-7), “Mesleki Sonuç Beklentisi Ölçeği” (Ek-8) ve “Öğrenci Sadakati Ölçeği” (Ek-9) kullanılmıştır.

3.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Araştırmacı tarafından geliştirilen kişisel bilgi formunda; üniversite öğrencilerinin cinsiyetleri, yaşları, üniversite ve fakülteleri, sınıf düzeyleri, üniversite tercih sıraları, üniversite tercih nedenleri ve mezun olduklarında öncelikle yapmayı düşündükleri ile ilgili sorulara yer verilmiştir.

3.3.2. Örgütsel İmaj Ölçeği

Örgütsel İmaj Ölçeği, yükseköğretim kurumlarının imajını ölçmek için, Kazoleas, Kim ve Moffitt (2001) tarafından geliştirilmiştir. Orjinal hali 30 maddeden oluşan Örgütsel İmaj Ölçeği Polat (2011) tarafından Türkçeye çevrilip uyarlanmıştır. Uyarlama çalışmaları sonucunda, 7 faktörlü 35 maddeli bir ölçek ortaya çıkmıştır.

Geçerlilik ve güvenilirlik kapsamında madde analizleri, faktör analizi ve iç tutarlılık hesaplanmıştır. Analizler sonucunda, ölçeğin alpha güvenirlik katsayısı .91 olarak bulunmuştur. Bu sonuç, ölçeğin oldukça güvenilir bir ölçek olduğunu göstermektedir. Güvenirlik değerleri $0.80 \leq \alpha < 1.00$ arasında olan ölçeklerin, yüksek derecede güvenilir olduğu söylenebilir (Kalaycı, 2016: 405). Ölçeğin alt boyutlarına ilişkin güvenirlik katsayısı ise; Kalite İmajı .85, Program İmajı .64, genel görünüm ve alt yapı imajı .72, Barınma-beslenme İmajı .62 spor imajı .76, sosyal ortam imajı .70, eğlence imajı .70 olarak belirlenmiştir (Polat, 2011: 110-111). Bu çalışmada ölçeğin alpha güvenirlik katsayısı .87'dir. Tablo 3.1'de Örgütsel İmaj Ölçeği ve alt boyutlarına ilişkin, Polat (2011) ve bu çalışmadaki *Cronbach Alpha* değerleri verilmektedir.

Bu çalışmada, örgütsel imajın alt boyutları olan; *Kalite İmajı* (1, 7, 9, 10, 11, 12, 18, 20, 21. maddeler), *Program İmajı* (2, 3, 4, 5, 6, 8, 23, 24. maddeler), *Genel Görünüm ve Fiziki Alt Yapı İmajı* (13, 14, 15, 16, 17, 19. maddeler) ve *Barınma-Beslenme İmajı* (22, 25, 26. maddeler) çalışma kapsamına alınmış, *Sosyal Ortam İmajı*, *Eğlence İmajı* ve *Spor İmajı* çalışma kapsamına alınmamıştır.

Tablo 3. 1. Örgütsel İmaj Ölçeği ve Alt Boyutlarına İlişkin Cronbach Alpha Değerleri

Ölçek	Madde Sayısı	Maddeler	Cronbach Alpha	
			Polat (2011)	Bu çalışmada
Kalite İmajı	9	1- 7- 9- 10- 11- 12- 18- 20- 21	.85	.86
Program İmajı	8	2 -3 -4- 5- 6- 8- 23 -24	.64	.57
Genel Görünüm ve Fiziki Alt Yapı İmajı	6	13- 14- 15- 16- 17- 19	.72	.69
Barınma-Beslenme İmajı	3	22- 25- 26	.62	.58
Genel Örgütsel İmaj			.91	.87

Örgütsel İmaj Ölçeği; 7 alt boyutu olan, 35 maddeden oluşan, “*Kesinlikle Katılmıyorum*” dan, “*Kesinlikle Katılıyorum*”a, toplam puan verebilen 5’li Likert tipi bir ölçektir. Ölçekte ters çevrilen olumsuz bir madde bulunmamaktadır. Ölçekten alınan yüksek puan o alt boyutun imajına yönelik tutumun yüksek olduğunu göstermektedir (Polat, 2011). Tablo 3.2’de Örgütsel İmaj Ölçeği ve alt boyutlarına ilişkin aritmetik ortalama aralık değerleri verilmektedir.

Tablo 3. 2. Örgütsel İmaj Ölçeği ve Alt Boyutlarına İlişkin Aritmetik Ortalama Aralık Değerleri

Ölçek	En düşük puan	En yüksek puan	Oldukça düşük	Düşük	Orta	Yüksek	Oldukça yüksek
Kalite İmajı	9.00	45.00	9.00-16.20	16.21-23.40	23.41-30.60	30.61-37.80	37.81-45.00
Program İmajı	8.00	40.00	8.00-14.40	14.41-20.80	20.81-27.20	27.21-33.60	33.61-40.00
Gen. Gör. ve Fiz. Alt Yapı İmajı	6.00	30.00	6.00-10.80	10.81-15.60	15.61-20.40	20.41-25.20	25.21-30.00
Barınm-Bes. İmajı	3.00	15.00	3.00-5.40	5.41-7.80	7.81-10.20	10.21-12.60	12.61-15.00
ÖiÖ	26.00	130.00	26.00-46.80	46.81-67.60	67.61-88.40	88.41-109.20	109.21-130.00

3.3.3. Genel Aidiyet Ölçeği

Genel Aidiyet Ölçeği, Malone, Pillow ve Osman (2012) tarafından geliştirilmiştir. Ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik çalışması Amerika Birleşik Devletleri’nin güney batısında bulunan bir üniversitede üç farklı çalışma grubundaki yaşları 19-20 arasında olan 1169 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir (Duru, 2015: 43).

Bireylerin diğer bireylerle olan ilişkilerinde kendilerini nasıl hissettiklerini belirlemek amacıyla geliştirilen Genel Aidiyet Ölçeğinin, 12 madde olan özgün formuna dair izinler alınarak, Duru (2015) tarafından Türkçe’ye çevrilmiştir. Çeviri daha sonra Pamukkale Üniversitesinde iyi derecede İngilizce bilen öğretim üyelerine kontrol ettirilmiştir. Önce maddeler arasında kısmi korelasyonların ve korelasyon matrisinin faktör analizi için uygun olup olmadığı incelenmiş, açımlayıcı faktör analizi, daha sonra doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi için ayrı ayrı çalışma grupları kullanılmıştır. Verilerin birleştirici, ayırt edici ve yordayıcı geçerliğine, iç güvenilirlik ve test-tekrar test güvenilirliğine

bakılmıştır. Yapılan analizlerde, ölçeğin bütünü için *Keiser Meyer Olkin (KMO)* değeri .94 olarak bulunmuştur. Ölçekteki maddelerin faktör yüklerinin .40'ın üzerinde olması, maddelerin ölçekteki temsil edilebilirlik gücünün yüksekliği olarak değerlendirilmiştir.

Ölçeğin bütününe ait iç tutarlılık katsayısı .92, Kabul edilme/İçerilme alt boyutunun iç tutarlılık katsayısı .89, Reddedilme/Dışlanma boyutunun iç tutarlılık katsayısı ise .91 olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar, ölçek maddelerinin tutarlılığının yüksek olduğunu göstermektedir (Duru, 2015: 43). Tablo 3.3'de Genel Aidiyet Ölçeği ve ölçeğin alt boyutlarına ilişkin Duru (2015) ve bu çalışmadaki *Cronbach Alpha* değerleri verilmektedir.

Tablo 3. 3. Genel Aidiyet Ölçeği Ve Alt Boyutlarına İlişkin Cronbach Alpha Değerleri

Ölçek	Madde Sayısı	Maddeler	Cronbach Alpha	
			Duru (2015)	Bu çalışmada
Kabul edilme/ İçerilme	6	1-2-3-4-5-6	.89	.85
Reddedilme/ Dışlanma	6	7-8-9-10-11-12	.91	.87
Genel Aidiyet			.92	.88

Genel Aidiyet Ölçeği; *Kabul edilme/İçerilme* (1, 2, 3, 4, 5, 6. maddeler), *Reddedilme/Dışlanma* (7, 8, 9, 10, 11, 12. maddeler) şeklinde iki alt boyutu olan ve “*Kesinlikle Katılmıyorum*”dan “*Tamamen Katılıyorum*”a, toplam puan verebilen 7’li Likert tipi, 12 maddelik bir ölçektir.

“Reddedilme/Dışlanma” alt ölçeği puanları ters çevrilerek Kabul edilme/İçerilme ile birlikte Genel Aidiyetini ölçmekte kullanılmaktadır. “Reddedilme/Dışlanma” alt ölçeği puanları ters çevrilmeksizin alt boyut olarak da kullanılabilir. Ölçekten alınan yüksek puan, yüksek aidiyet duygusunun göstergesi olarak değerlendirilmektedir (Duru, 2015). Tablo 3.4’de Genel Aidiyet Ölçeği ve alt boyutlarına ilişkin aritmetik ortalama aralık değerleri verilmektedir.

Tablo 3. 4. Genel Aidiyet Ölçeği ve Alt Boyutlarına İlişkin Aritmetik Ortalama Aralık Değerleri

Ölçek	En düşük puan	En yüksek puan	Oldukça düşük	Düşük	Orta	Yüksek	Oldukça yüksek
Kabul edilme/İçerilme	6.00	42.00	6.00-13.19	13.20-20.39	20.40-27.59	27.60-34.79	34.80-42.00
Reddedilme / Dışlanma	6.00	42.00	6.00-13.19	13.20-20.39	20.40-27.59	27.60-34.79	34.80-42.00
GAÖ	12.00	48.00	12.00-19.19	19.20-26.39	26.40-33.59	33.60-40.79	40.80-48.00

3.3.4. Mesleki Sonuç Beklentisi Ölçeği

Mesleki Sonuç Beklentisi Ölçeği, McWhirter, Rasheed ve Crothers (2000) tarafından bireylerin bir mesleğe yönelik sonuç beklentilerini ölçmek için geliştirilmiştir. Mesleki Sonuç Beklentisi, bireylerin kariyerleri ile kazanç, statü, üretkenlik ve saygınlık gibi öncelikli mesleki değerlerini yaşayabilme ihtimallerine olan inançlarıdır (Işık, 2013: 1420). Işık (2010) tarafından Türkçeye uyarlaması gerçekleştirilen ölçek, tek boyutlu olarak kullanılmaktadır.

Ölçeğin tek boyutluluğuna kanıt olması amacıyla, *Kaiser Meyer Olkin* katsayısıyla incelenmiş, değer .89 olduğu gözlenmiştir. Geçerlik çalışması kapsamında yapılan açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi ölçeğin tek boyuttan oluştuğuna ilişkin önemli kanıtlar olduğunu göstermiştir. Ölçek, orijinal formu için yapılan güvenilirlik çalışmasına benzer şekilde, 72 üniversite öğrencisine yedi hafta ara ile iki kez tekrarlanmıştır. Ölçeğin güvenilirlik çalışmalarıyla yedi hafta arayla uygulanan test tekrarı sonucunda, güvenilirlik katsayısı .79 ve *Cronbach Alpha* iç tutarlık katsayısı .87 olduğu gözlemlenmiştir. Pearson momentler çarpımı korelasyon katsayısı .74 ($p < .001$) olarak belirlenmiştir. Mesleki Sonuç Beklentisi Ölçeğinin Türkçe formunun güvenilirliğinin, orijinal formundan yüksek olduğu gözlemlenmiştir (Işık, 2010: 57-58).

Tablo 3.5’de Mesleki Sonuç Beklentisi Ölçeğine ilişkin, Işık (2010) ve bu çalışmadaki *Cronbach Alpha* değerleri verilmektedir.

Tablo 3. 5. *Mesleki Sonuç Beklentisi Ölçeğine İlişkin Cronbach Alpha Değerleri*

Ölçek	Madde Sayısı	Maddeler	Cronbach Alpha	
			Işık (2010)	Bu çalışmada
Mesleki Sonuç Beklentisi	12	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10-11-12	.87	.93

Mesleki Sonuç Beklentisi ölçeği; maddelerinin derecelendirilmesi, *hiç katılmıyorum (1), katılmıyorum (2), katılıyorum (3), tamamıyla katılıyorum (4)* şeklinde, toplam puan verebilen 4’lü Likert tipi bir ölçektir. 12 madde için işaretlenen puanlar toplanarak toplam Mesleki Sonuç Beklentisi puanı elde edilmekte, ölçekte ters puanlanacak bir madde bulunmamaktadır. Toplam puanın yüksek olması, bireyin Mesleki Sonuç Beklentisinin yüksek olduğunu göstermektedir. Ölçekten alınabilecek puanlar 12.00-48.00 arasında değişmektedir (Işık, 2013). Tablo 3.6’da ölçeğe ilişkin aritmetik ortalama aralık değerleri verilmektedir.

Tablo 3. 6. *Mesleki Sonuç Beklentisi Ölçeğine İlişkin Aritmetik Ortalama Aralık Değerleri*

Ölçek	En düşük puan	En yüksek puan	Oldukça düşük	Düşük	Orta	Yüksek	Oldukça yüksek
MSBÖ	12.00	48.00	12.00-19.19	19.20-26.39	26.40-33.59	33.60-40.79	40.80-48.00

3.3.5. Öğrenci Sadakati Ölçeği

Öğrenci Sadakati Ölçeği, öğrencilerin üniversitelerine duydukları sadakati belirlemek amacıyla Çalık-Var (2013) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek geliştirme sürecinde uzman görüşlerinden ve çeşitli ölçek çalışmalarından yararlanılmıştır. Bu

çalışmalardan bazıları; Öğrenci Sadakati Ölçeği (Yu ve Kim, 2008), Öğrenci Sadakati Ölçeği (Helgesen ve Nessel, 2007), Öğrenci Sadakati Ölçeğidir (Hennig-Thurau, Langer ve Hansen, 2001).

Çalışmalar sonucunda 5 dereceli, 40 maddelik ölçek geliştirilmiştir (Çalık-Var, 2013: 86). Ölçek 250 kişiye uygulanmış, faktör yapısı ve maddelerin faktör yük değerleri incelenmiştir. Ölçeğin yapı geçerliği için açımlayıcı faktör analizi yapılmış, analiz sonucunda, *Kaiser Meyer Olkin* değerı, 94.5 olarak bulunmuştur. Birden fazla faktörde yüksek yük değerine sahip ölçek maddeleri incelendiğinde, analizden çıkartılması gerektiğine karar verilen maddeler birer birer çıkartılarak analiz tekrarlanmıştır.

Birinci ve ikinci boyuta bulunan ifadelerin alan yazındaki geliştirilen ölçek ifadelerine benzer olması ve uzman görüşleriyle desteklenmesi sonucunda; birinci boyut *Örgütsel Özdeşleşme*, ikinci boyut *Kendini Adama*, üçüncü boyut *Kararlılık* olarak adlandırılmıştır. Üçüncü alt boyutta bulunan, üniversiteyi başkalarına da tavsiye etme, tekrar tercih etme ve mezun olduktan sonra da ilişkileri sürdürme ifadelerinin, Öğrenci Sadakati kavramının zaman içinde karalılığını belirlediği için bu boyut *Kararlılık* olarak adlandırılmıştır (Çalık-Var, 2013).

Bu çalışmada Öğrenci Sadakati Ölçeği'nin alt boyutlarından *Kararlılık* (1,2,3,4,5,6. maddeler) ve *Kendini Adama* (7,8,9,10,11,12. maddeler) çalışma kapsamına alınmış, *Örgütsel Özdeşleşme* kapsam dışı tutulmuştur.

Ölçeği oluşturan maddelerin iç tutarlılığına dair *Cronbach Alpha Katsayısı* hesaplanmış, ölçeğin bütünü için .94, *Özdeşleşme* alt boyutu için .92, *Kendini Adama* alt boyutu için .88, *Kararlılık* alt boyutu için .84 olduğu belirlenmiştir (Çalık-Var, 2013). Bu çalışmada, ÖSÖ için .93, *Kendini Adama* alt boyutu için .82, *Kararlılık* alt boyutu için .93 olduğu belirlenmiştir. Tablo 3.7'de Öğrenci Sadakati Ölçeği ve alt boyutlarına ilişkin, Çalık-Var (2013) ve bu çalışmadaki *Cronbach Alpha* değerleri verilmektedir.

Tablo 3. 7. Öğrenci Sadakati Ölçeği ve Alt Boyutlarına İlişkin Cronbach Alpha Değerleri

Ölçek	Madde Sayısı	Maddeler	Cronbach Alpha	
			Çalık (2013)	Bu çalışmada
Kararlılık	6	1-2-3-4-5-6	.84	.93
Kendini adama	6	7-8-9-10-11-12	.88	.82
Öğrenci Sadakati			.94	.92

Öğrenci Sadakati ölçeği; maddelerinin derecelendirilmesi *kesinlikle katılıyorum* (5), *katılıyorum* (4), *kararsızım* (3), *katılmıyorum* (2), *kesinlikle katılmıyorum* (1) şeklinde belirlenmiş, 5’li Likert tipi bir ölçektir. Ölçekteki “Eğer mümkün olsaydı yatay geçiş yaparak başka bir üniversiteye geçmek isterdim” ifadesi olumsuz bir maddedir. Tüm olumlu maddeler ve ters puanlanması gereken madde toplanarak, toplam Öğrenci Sadakati puanı elde edilmektedir. Boyutlardan alınacak yüksek puan bireyin o boyuta yönelik tutumun yüksek olduğunu göstermektedir. Toplam puanın yüksek olması, Öğrenci Sadakatinin de yüksek olduğunu göstermektedir (Çalık, 2013). Ölçekten alınabilecek puanlar 12.00- 60.00 arasında, alt boyutlarında ise 6.00-30.00 arasında değişmektedir. Tablo 3.8’de ölçeğe ve alt boyutlarına ilişkin aritmetik ortalama aralık değerleri verilmektedir.

Tablo 3. 8. Öğrenci Sadakati Ölçeği ve Alt Boyutlarına İlişkin Aritmetik Ortalama Aralık Değerleri

Ölçek	En düşük puan	En yüksek puan	Oldukça düşük	Düşük	Orta	Yüksek	Oldukça yüksek
Kararlılık	6.00	30.00	6.00-10.79	10.80-15.59	15.60-20.39	20.40-25.19	25.20-30.00
Kendini Adama	6.00	30.00	6.00-10.79	10.80-15.59	15.60-20.39	20.40-25.19	25.20-30.00
ÖSÖ	12.00	60.00	12.00-21.59	21.60-31.19	31.20-40.79	40.80-50.39	50.40-60.00

3.4. Verilerin Toplanması

Araştırmanın verileri, 2017-2018 eğitim yılı içerisinde toplanmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin izinleri, ilgili kişilerden e-mail yolu ile alınmıştır (Ek-10). Ölçek formlarının üniversitelerde uygulama izinleri ilgili makamlarla resmi yazışma yoluyla gerçekleştirilmiştir (Ek-11).

Resmi izinlerden sonra, araştırmacı tarafından ilgili üniversitelere gidilerek, belirlenen fakültelerin personel ve öğretim elemanları ile ölçek formlarını uygulama zamanı ayarlanmıştır. Uygulama sırasında bizzat araştırmacı tarafından, öğrencilere araştırmanın amacı ve veri toplama araçlarının nasıl cevaplanacağı ile ilgili bilgilendirmeler yapılmıştır. Katılımın gönüllülük esasına bağlı olduğu, verilerin sadece akademik amaçlı kullanılacağı ve kimlik bilgilerini yazmamaları özellikle belirtilmiştir.

Araştırmaya katılan 1485 öğrenciye, Kişisel Bilgi Formu, Örgütsel İmaj Ölçeği (ÖiÖ), Genel Aidiyet Ölçeği (GAÖ), Mesleki Sonuç Beklentisi Ölçeği (MSBÖ) ve Öğrenci Sadakati Ölçeği (ÖSÖ) uygulanmış ve uygulamanın hemen sonunda, araştırmacı tarafından ölçme araçları toplanmıştır.

3.5. Verilerin Analizi

Analize başlamadan önce; 1485 kişiden toplanan ölçme aracından 185 tanesi (soruların bir kısmını yanıtlamama ve/veya birden fazla şıkkı işaretleme gibi çeşitli nedenlerle) değerlendirme dışı bırakılarak, kalan 1300 tanesi SPSS programına aktarılmış ve istatistiksel uygulamaya alınmıştır.

Elde edilen verilerin analizinde istatistiksel paket programı SPSS 21.0 kullanılmıştır. Yapılan analizlerde $\alpha = .05$ ve $.01$ (%95 ve %99 güvenle) anlamlılık düzeyinde inceleme yapılmış, bulgular araştırmanın amaçları doğrultusunda tablolar halinde sunulmuştur. Betimsel istatistikler için yüzde, frekans, aritmetik ortalama, standart sapma puanları hesaplanmıştır. Ölçeğe dair çarpıklık ve basıklık katsayılarının -1 ve 1 arasında olması, verilerin normalden aşırı sapmadığının bir göstergesi olarak sunulabilir (Büyüköztürk, Bökeoğlu ve Köklü, 2009). Betimsel istatistikler incelendiğinde ortalama ve medyanın birbirlerine çok yakın olduğu da görülmektedir. Bu sonuçlara uyan ölçek analizlerinde normal dağılım varsayımına dayalı istatistiksel yöntemler kullanılmıştır. Üniversite türü, cinsiyet, sınıf düzeyine

göre değişimi belirlemek amacıyla *Bağımsız Örneklem T Testi ve Mann Whitney-U Testi* kullanılmıştır. Fakülte, yaş, üniversiteyi tercih sırası, üniversiteyi tercih nedeni, mezuniyet sonrası öncelikle yapılması düşünölen durum değişkenine göre değişimlerini belirlemek amacıyla ilişkisiz örneklem için *Tek Faktörlü Varyans Analizi (ANOVA) ve Kruskal Wallis-H* testi kullanılmıştır. Analizi sonucunda gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunduğunda, farkların hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için *Mann Whitney-U Testi ve Post-Hoc Çoklu Karşılaştırma Teknikleri* kullanılmıştır. İki değişken arasındaki ilişkilerde *Pearson ve Spearman Korelasyon Analizi* uygulanmıştır.

Araştırma, Örgütsel İmaj ve Aidiyetin, Mesleki Sonuç Beklentisi ve Öğrenci Sadakatine etkisini belirlemeyi amaçladığından, yordayıcı istatistik tekniklerinden *Regresyon Analizi* kullanılmıştır. Regresyon analizi, temel varsayımları karşılandığı durumlarda güçlü bir istatistiksel tahmin yöntemidir (Treiman, 2009). Regresyon analizi yapılabilmesi için öncelikle doğrusal ilişki olup olmadığını belirlemek gerekmektedir (Büyüköztürk, 2005). Bu nedenle öncelikle Örgütsel İmaj ve Genel Aidiyet alt boyutları ile Mesleki Sonuç Beklentisi ve Öğrenci Sadakati arasındaki korelasyon katsayısına bakılmış ve doğrusal bir ilişki olduğu görölmüştür. İki değişken arasındaki ilişkinin yönünü ve kuvvetini belirtmede kullanılan korelasyon katsayılarının “+” ya da “-” olması, ilişkinin yönünü belirlemektedir. Korelasyon katsayıları değerlendirilirken, katsayılar mutlak değer olarak 0.70 ile 1.00 arasında ise “yüksek” düzeyde ilişki olduğu; 0.69 ile 0.30 arasında ise “orta” düzeyde ilişki olduğu; 0.29 ve daha düşük değerde ise “düşük” düzeyde ilişki olduğu ve 0.00’a yaklaştıkça ilişkinin olmadığı şekilde yorumlanmaktadır (Büyüköztürk, 2005).

İçinde bir bağımlı değişken ve birden fazla bağımsız değişkenin bulunduğu regresyon modelleri, *Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi*’dir (Treiman, 2009). Bu araştırmada birden fazla bağımsız ve bağımlı değişken olduğu için; yordayıcı değişken olan Örgütsel İmaj ve Genel Aidiyet boyutlarının, yordanan değişken olan Mesleki Sonuç Beklentisi ve Öğrenci Sadakati boyutlarına ilişkin varyansın ne kadarını yordadığını belirlemek amacıyla *Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi* (enter) uygulanmıştır. Elde edilen etki büyüklüğü sonuçları $R^2 = .02$ küçük; $R^2 = .13$ orta; $R^2 = .26$ ise büyük etki değeri olarak yorumlanabilmektedir (Cohen, 1988).

BÖLÜM IV

BULGULAR VE YORUMLAR

Araştırmanın bu bölümünde, verilerin analizi sonucunda elde edilen bulgulara ve yorumlara yer verilmekte ve araştırmanın amaçlarına yönelik bir sıralama yapılmaktadır.

4.1. Birinci Alt Amaca Yönelik Bulgular: Mesleki Sonuç Beklentisi ve Öğrenci Sadakatinin Betimsel İstatistik Bulguları

Tablo 4. 1. Mesleki Sonuç Beklentisi Ölçeğine İlişkin Betimsel İstatistik Bulguları

Ölçek	Üniversiteler	<i>N</i>	\bar{x}	<i>ss</i>
Mesleki Sonuç Beklentisi	İZU	430	38.70	5.40
	BEU	206	39.60	5.38
	İU	408	38.80	5.44
	YTU	256	38.11	5.41
	VAKIF ÜNİV.	636	38.88	5.35
	DEVLET ÜNİV.	664	38.53	5.44
	Genel Mesleki Sonuç Beklentisi	1300	38.70	5.40

Tablo 4.1'deki MSBÖ (Mesleki Sonuç Beklentisi Ölçeği) puanları incelendiğinde; örnekleme oluşturan İZU öğrencilerinin, $\bar{x}=38.70$, BEU öğrencilerinin $\bar{x}=39.60$, İU öğrencilerinin $\bar{x}=38.80$; YTU öğrencilerinin $\bar{x}=38.11$ puana sahip olduğu görülmektedir. MSBÖ'ya ait betimsel istatistik değerlerine bakıldığında, $\bar{x}=39.60$ ile BEU öğrencilerinin Mesleki Sonuç Beklentisinin İU, İZU ve YTU öğrencilerinden yüksek olduğu söylenebilir. Vakıf üniversitesi öğrencilerinin, $\bar{x}=38.88$; devlet üniversitesi öğrencilerinin, $\bar{x}=38.53$ puana olduğu görülmektedir. Üniversiteler genelinde ise Mesleki Sonuç Beklentisi puanları $\bar{x}=38.70$ 'dir.

Vakıf ve devlet üniversiteleri, İZU, BEU, İU ve YTU lisans öğrencilerinin Mesleki Sonuç Beklentisi puanları birbirine yakın olmakla beraber, genel olarak yüksek düzeyde olduğu söylenebilir.

Tablo 4. 2. Öğrenci Sadakati Ölçeğine İlişkin Betimsel İstatistik Bulguları

Ölçek	Üniversiteler	N	\bar{x}	ss
KARARLILIK	İZU	430	16.60	6.44
	BEU	206	13.85	5.68
	İU	408	23.16	5.81
	YTU	256	19.26	6.61
	VAKIF ÜNİV.	636	15.71	6.33
	DEVLET ÜNİV.	664	21.66	6.42
	GENEL KARARLILIK	1300	18.75	7.03
KENDİNİ ADAMA	İZU	430	16.05	5.09
	BEU	206	14.10	5.45
	İÜ	408	18.11	5.36
	YTU	256	17.56	5.59
	VAKIF ÜNİV.	636	15.42	5.28
	DEVLET ÜNİV.	664	17.90	5.45
	GENEL KENDİNİ ADAMA	1300	16.69	5.51
ÖĞRENCİ SADAKATI	İZU	430	32.65	10.55
	BEU	206	27.95	10.07
	İÜ	408	41.27	9.87
	YTU	256	36.82	10.99
	VAKIF ÜNİV.	636	31.13	10.62
	DEVLET ÜNİV.	664	39.56	10.53
	GENEL ÖSÖ	1300	35.43	11.38

Tablo 4.2’de görüldüğü üzere, lisans öğrencilerinin sadakat düzeylerinin, 35.43 ortalama ile “orta” düzeyde olduğu görülmektedir. *ÖSÖ (Öğrenci Sadakati Ölçeği)* alt boyutu olan *Kararlılık* puanları incelendiğinde; örneklemi oluşturan İZU öğrencilerinin, $\bar{x}= 16.60$; BEU öğrencilerinin, $\bar{x}=13.85$; İU öğrencilerinin, $\bar{x}=23.16$ a; YTU öğrencilerinin, $\bar{x}=19.26$ ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Üniversiteler

genelinde ise *Kararlılık* alt boyut puanları $\bar{x}=18.75$ 'dir. Bulgulara bakıldığında $\bar{x}=23.16$ ile İÜ öğrencilerinin en yüksek, $\bar{x}=13.85$ ile BEU öğrencilerinin en düşük *Kararlılık* tutumuna sahip oldukları söylenebilir. Yine $\bar{x}=21.66$ olmak üzere, devlet üniversitesi öğrencilerinin vakıf üniversiteleri öğrencilerinden daha yüksek *Kararlılık* tutumuna sahip oldukları söylenebilir. ÖSÖ alt boyutu olan *Kendini Adama* puanları incelendiğinde; örnekleme oluşturan İZU öğrencilerinin, $\bar{x}=16.05$, BEU öğrencilerinin, $\bar{x}=14.10$; İÜ öğrencilerinin, $\bar{x}=18.16$; YTU öğrencilerinin, $\bar{x}=17.56$ ortalamaya sahip oldukları görülmektedir. Üniversiteler genelinde ise *Kendini Adama* alt boyut puanları $\bar{x}=16.69$ 'dır. Bulgulara bakıldığında; $\bar{x}=18.11$ ile İÜ öğrencilerinin en yüksek, $\bar{x}=14.10$ ile BEU öğrencilerinin en düşük *Kendini Adama* tutumuna sahip oldukları söylenebilir. Yine $\bar{x}=17.90$ olmak üzere, devlet üniversitesi öğrencilerinin vakıf üniversiteleri öğrencilerinden daha yüksek *Kendini Adama* tutumuna sahip oldukları söylenebilir. ÖSÖ puanları incelendiğinde; örnekleme oluşturan İZU öğrencilerinin $\bar{x}=32.65$, BEU öğrencilerinin $\bar{x}=27.95$, İÜ öğrencilerinin $\bar{x}=41.27$, YTU öğrencilerinin $\bar{x}=36.82$ ortalamaya sahip olduğu görülmektedir.

Üniversiteler genelinde ÖSÖ puanları $\bar{x}=35.43$ 'dür. Bulgulara bakıldığında. $\bar{x}=36.82$ ile YTU öğrencilerinin en yüksek, $\bar{x}=27.95$ ile BEU öğrencilerinin ise en düşük sadakat tutumuna sahip oldukları söylenebilir. Devlet üniversitesi öğrencilerinin, $\bar{x}=39.56$ olmak üzere, vakıf üniversitesi öğrencilerinden daha yüksek sadakat tutumuna sahip oldukları söylenebilir.

4.2. İkinci Alt Amaca Yönelik Bulgular: Mesleki Sonuç Beklentisinin

Çeşitli Değişkenlere Göre Analizi

Tablo 4. 3. *MSBÖ Puanlarının Üniversite Türü Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Gruplar t Testi Sonuçları*

Puan	Gruplar	N	\bar{x}	ss	t Testi		
					t	Sd	p
Mesleki Sonuç Beklentisi	Vakıf üniversiteleri	636	38.88	5.35	1.165	1298	.244
	Devlet üniversiteleri	664	38.53	5.44			

Tablo 4.3’de görüldüğü üzere, Mesleki Sonuç Beklentisi ölçeği puanlarının üniversite türü değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız gruplar t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ($t=1.165$; $p>.05$). Bulgulara bakıldığında, Mesleki Sonuç Beklentisinin, öğrencilerin vakıf veya devlet üniversitesinde olma durumuna göre değişmediği söylenebilir.

Tablo 4. 4. *MSBÖ Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Gruplar t Testi Sonuçları*

Puan	Gruplar	N	\bar{x}	ss	t Testi		
					t	Sd	p
Mesleki Sonuç Beklentisi	Kız	857	38.77	5,36	.695	1298	.487
	Erkek	443	38.55	5,47			

Tablo 4.4.’ de görüldüğü üzere, Mesleki Sonuç Beklentisi ölçeği puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız gruplar t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ($t=.695$; $p>.05$). Bulgulara bakıldığında, Mesleki Sonuç Beklentisinin öğrencilerin cinsiyete göre değişmediği söylenebilir.

Tablo 4. 5. *MSBÖ Puanlarının Sınıf Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Gruplar t Testi Sonuçları*

Puan	Gruplar	N	\bar{x}	ss	t Testi		
					t	Sd	p
Mesleki Sonuç Beklentisi	3. sınıf	672	38.96	5.35	1.813	1289	.070
	4. sınıf	628	38.42	5.44			

Tablo 4.5.’ de görüldüğü üzere, Mesleki Sonuç Beklentisi ölçeği puanlarının sınıf düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız gruplar t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ($t=1.813$; $p>.05$). Bulgulara bakıldığında,

Mesleki Sonuç Beklentisinin öğrencilerin 3. veya 4.sınıfta olmalarına göre değişmediği söylenebilir.

Tablo 4. 6. *MSBÖ Puanlarının Üniversite Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları*

<i>f</i> , \bar{x} ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	\bar{x}	<i>ss</i>	Varyansın kaynağı	Kareler ortalaması	<i>Sd</i>	Kareler toplamı	<i>F</i>	<i>p</i>
Mesleki Sonuç Beklentisi	İZU	430	38.53	5.31	Gruplar arası	274.21	3	91.41		
	BEU	206	39.60	5.38	Grup içi	37545.97	1296	28.97		
	İU	408	38.80	5.44	Toplam	37820.19	1299		3.155	.024*
	YTU	256	38.11	5.41						
	Toplam	1300	38.70	5.40						

Tablo 4.6’da görüldüğü üzere; örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin Mesleği Sonuç Beklentisi Ölçeği puanlarının, üniversite değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ($F=3.155$ $p<.05$). Bu sonucun ardından farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla tamamlayıcı post-hoc analizlere geçilmiştir. Hangi post-hoc tekniğin kullanılacağına karar vermek için öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olduğu saptanmıştır ($L_F= .381$; $p>.05$).

Gruplar arasındaki farklılıkların kaynağını belirlemek için varyansların homojen olduğu durumlarda kullanılan post-hoc testlerinden Scheffe çoklu karşılaştırma tekniği tercih edilmiştir. Sonuçlar Tablo 4.7’ de sunulmuştur.

Tablo 4. 7. *MSBÖ Puanlarının Üniversite Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları*

Puan	Üniversite (I)	Üniversite (J)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
Mesleki Sonuç Beklentisi	İZU	BEU	-1.074	.456	.137
		İ.Ü	-.264	.372	.918
		YTU	.423	.425	.804
	BEU	İZU	1.074	.456	.137
		İ.Ü	.810	.460	.377
		YTU	1.496*	.504	.032*
	İÜ	İZU	.264	.372	.918
		BEU	-.810	.460	.377
		YTU	.686	.429	.465
YTU	İZU	-.422	.425	.804	
	BEU	-1.496*	.504	.032*	
	İ.Ü	-.686	.429	.465	

Tablo 4.7’de görüldüğü üzere; BEU ile YTU arasında BEU lehine $p < .05$ düzeyinde gerçekleştiği belirlenmiştir. Sonuçlara bakıldığında, BEU öğrencilerinin Mesleki Sonuç Beklentisi, YTU öğrencilerine göre daha yüksek düzeydedir. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p > .05$).

Tablo 4. 8. MSBÖ Puanlarının Fakülte Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

<i>f</i> , \bar{x} ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	\bar{x}	<i>ss</i>	Varyansın kaynağı	Kareler ortalaması	<i>Sd</i>	Kareler toplamı	<i>F</i>	<i>p</i>
Mesleki Sonuç Beklentisi	Hukuk Fak.	256	39.07	5.64	Gruplar arası	612.19	9	68.02	2.358	.012*
	Eğitim Fak.	219	39.34	5.39		Grup içi	37208	1290		
	Fen-Edebiyat Fak.	43	39.91	4.99	Toplam		37820.19	1299		
	Mühendislik ve Doğa Bil.Fak.	72	38.32	5.19						
	Edebiyat Fak.	137	39.41	5.82						
	İnsan ve Top.Bilim.Fak.	135	37.84	4.96						
	İşletme Fak.	136	38.35	5.01						
	İktisadi ve İdari Bilimler Fak.	170	37.71	5.78						
	Mühendislik fak.	74	39.10	4.91						
	Mimarlık fak.	58	37.76	4.40						
	Toplam	1300	38.70	5.40						

Tablo 4.8’de görüldüğü üzere; örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin Mesleği Sonuç Beklentisi Ölçeği puanların fakülte değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ($F=2.358$; $p<.05$). Bu sonucun ardından farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla tamamlayıcı post-hoc analizlere geçilmiştir. Hangi post-hoc tekniğin kullanılacağına karar vermek için öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olmadığı saptanmıştır ($LF= .017$; $p<.05$). Gruplar arasındaki farklılıkların kaynağını belirlemek için varyansların homojen olmadığı durumlarda kullanılan post-hoc testlerinden *Tamhane* çoklu karşılaştırma tekniği tercih edilmiştir. *Tamhane* grup karşılaştırmalarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>.05$).

Tablo 4. 9. MSBÖ Puanlarının Yaş Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

<i>f</i> , \bar{x} ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Pua	Grup	<i>N</i>	\bar{x}	<i>ss</i>	Varyansın kaynağı	Kareler ortalaması	<i>Sd</i>	Kareler toplamı	<i>F</i>	<i>p</i>
Mesleki Sonuç Beklentisi	19-20 yaş	260	39.19	5.25	Gruplar arası	103.89	3	34.63	1.190	.312
	21-23 yaş	893	38.61	5,32		Grup içi	37716.30	1296		
	24-26 yaş	106	38.56	5.89	Toplam	37820.19	1299			
	27 yaş ve üzeri	41	37.81	6.57						
	Toplam	1300	38.69	5.39						

Tablo 4.9'da görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin Mesleği Sonuç Beklentisi Ölçeği puanlarının, yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan *Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)* sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ($F=1.190$; $p>.05$). Bulgulara bakıldığında, Mesleki Sonuç Beklentisinin, öğrencilerin 19-20 yaş, 21-23 yaş, 24-26 yaş, 27 yaş ve üzeri olma durumuna göre değişmediği söylenebilir.

Tablo 4. 10. MSBÖ Puanlarının Üniversiteyi Tercih Sırası Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

<i>f</i> , \bar{x} ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	\bar{x}	<i>ss</i>	Varyansın kaynağı	Kareler ortalaması	<i>Sd</i>	Kareler toplamı	<i>F</i>	<i>p</i>
Mesleki Sonuç Beklentisi	1-5. tercih	1038	38.93	5.37	Gruplar arası	943.51	3	314.50	11.05	.000**
	6-10. tercih	172	37.92	5.56		Grup içi	36876.69	1296		
	11-19. tercih	67	37.44	3.92	Toplam	37820.19	1299			
	20 ve üzeri tercih	37	40.68	4.93						
	Toplam	1300	38.70	5.40						

Tablo 4.10’da görüldüğü üzere; örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin Mesleği Sonuç Beklentisi Ölçeği puanların üniversiteyi tercih sırası değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ($F=11.05$; $p<.001$). Bu sonucun ardından farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla tamamlayıcı post-hoc analizlere geçilmiştir. Hangi post-hoc tekniğin kullanılacağına karar vermek için öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olmadığı saptanmıştır ($LF= 3.89$; $p<.05$). Gruplar arasındaki farklılıkların kaynağını belirlemek için varyansların homojen olmadığı durumlarda kullanılan post-hoc testlerinden *Tamhane* çoklu karşılaştırma tekniği tercih edilmiştir. Sonuçlar tablo 4.12’ de verilmiştir.

Tablo 4. 11. MSBÖ Puanlarının Üniversiteyi Tercih Sırası Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Tamhane Testi Sonuçları

Puan	Tercih sırası (I)	Tercih sırası (J)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
Mesleki Sonuç Beklentisi	1-5. tercih	6-10. tercih	1.01	.46	.156
		11-19. tercih	3.71**	.56	.000**
		20 ve üzeri tercih	-1.74	.83	.225
	6-10. tercih	1-5. tercih	-1.01	.46	.156
		11-19. tercih	2.70**	.69	.001*
		20 ve üzeri tercih	-2.75*	.91	.023*
	11-19. tercih	1-5. tercih	-3.71**	.56	.000**
		6-10. tercih	-2.70**	.69	.001*
		20 ve üzeri tercih	-5.45**	.97	.000**
	20 ve üzeri tercih	1-5. tercih	1.74	.83	.225
		6-10. tercih	2.75*	.91	.023*
		11-19. tercih	5.45**	.97	.000**

Tablo 4.11’de görüldüğü üzere, Mesleki Sonuç Beklentisi Ölçeği puanlarının üniversiteyi tercih sırası değişkenine göre farklılaşma durumu ile ilgili yapılan *Tamhane’s T2 Testi* sonucunda söz konusu farklılığın, üniversiteyi 1-5 arası tercih edenler ve 11-19 arası tercih edenler arasında, 1-5 arası tercih edenler lehine $p<.001$ düzeyinde, üniversiteyi 6-10 arası tercih edenler öğrencilerle, 11-19 arası tercih edenler arasında 6-10 arası tercih edenler lehine, $p<.01$ düzeyinde gerçekleştiği belirlenmiştir. Üniversitelerini 20 ve üzeri tercih eden öğrencileri ile 6-10. Tercih edenler arasında, 20 ve üzeri tercih eden öğrenciler lehine $p<.05$ düzeyinde; 20 ve üzeri tercih eden öğrencileri ile 11-19. tercih edenler arasında, 20 ve üzeri tercih eden öğrenciler lehine $p<.001$ düzeyinde gerçekleştiği belirlenmiştir. Diğer grup karşılaştırmalarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>.05$).

Tablo 4.12. *MSBÖ Puanlarının Üniversiteyi Tercih Nedeni Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları*

<i>f</i> , \bar{x} ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	\bar{x}	<i>ss</i>	Varyansın kaynağı	Kareler ortalaması	<i>Sd</i>	Kareler toplamı	<i>F</i>	<i>p</i>
Mesleki Sonuç Beklentisi	Ailemin ve çevremin etkisi	243	38.44	5.40	Gruplar arası	421.25	4	105.31		
	Puanım bu üniversiteye yettiği için	409	38.03	5.43	Grup içi	37398.95	1295	28.88		
	Üniversitenin imajı ve imkanları	516	39.18	5.32	Toplam	37820.19	1299		3.65	.006*
	Maddi anlamda uygun olması	81	39.82	5.18						
	Konumu ve ulaşım kolaylığı	51	38.55	5.66						
	Toplam	1300	38.70	5.40						

Tablo 4.12’de görüldüğü üzere; örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin Mesleği Sonuç Beklentisi Ölçeği puanlarının, üniversiteyi tercih nedeni değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan *Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)* sonucunda grupların aritmetik ortalamaları

arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ($F=3.65$ $p<.01$). Bu sonucun ardından farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla tamamlayıcı post-hoc analizlere geçilmiştir. Hangi post-hoc tekniğin kullanılacağına karar vermek için öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olduğu saptanmıştır ($LF= .53$; $p>.05$). Gruplar arasındaki farklılıkların kaynağını belirlemek için varyansların homojen olduğu durumlarda kullanılan post-hoc testlerinden Scheffe çoklu karşılaştırma tekniği tercih edilmiştir. Sonuçlar Tablo 4.13’ de sunulmuştur.

Tablo 4.13. *MSBÖ Puanlarının Üniversiteyi Tercih Nedeni Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları*

Puan	Üniversiteyi tercih nedeni (I)	Üniversiteyi tercih nedeni (J)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
Mesleki Sonuç Beklentisi	Üniversitenin imajı ve sunduğu imkanlar	Ailemin ve çevremin etkisi	.74	.42	.537
		Puanım bu üniversiteye yettiği için	1.15*	.36	.033*
		Maddi anlamda uygun olması	-.63	.64	.915
		Konumu ulaşım rahatlığı	.64	.79	.958

Tablo 4.13’de görüldüğü üzere, Mesleki Sonuç Beklentisi Ölçeği puanlarının üniversiteyi tercih nedeni değişkenine göre hangi gruplar arasında anlamlı farklılaşma olduğu ile ilgili yapılan Scheffe Testi sonucunda, söz konusu farklılığın; “Üniversitenin imajı ve imkanları” diyenler ile “Puanım bu üniversiteye yettiği için” diyenler arasında “Üniversitenin imajı ve imkanları” diyenler lehine $p<.05$ düzeyinde; gerçekleştiği belirlenmiştir. Diğer grup karşılaştırmalarında, istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>.05$).

Üniversitenin imajı ve imkanları için tercih eden öğrencilerin Mesleki Sonuç Beklentisin, diğer sebeplerden tercih eden öğrencilerden yüksek olmasının, üniversiteye yüksek beklenti ile başlamış olmalarından kaynaklandığı söylenebilir.

Tablo 4.14. MSBÖ Puanlarının Mezuniyet Sonrası Yapılması Düşünülen Durum Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

		f , \bar{x} ve ss Değerleri			ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	N	\bar{x}	ss	Varyansın kaynağı	Kareler ortalaması	Sd	Kareler toplamı	F	p
Mesleki Sonuç Beklentisi	Kamuda çalışmak	348	39.13	5.28	Gruplar arası	373.07	3	124.36		
	Özel sektörde çalışmak	413	37.93	5.26	Grup içi	37447.12	1296	28.89		
	Kendi işimi kurmak	205	39.19	5.59	Toplam	37820.19	1299		4.31	.005*
	Lisansüstüne devam	334	38.90	5.48						
	Toplam	1300	38.70	5.40						

Tablo 4.14’de görüldüğü üzere; örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin Mesleği Sonuç Beklentisi Ölçeği puanlarının, mezuniyet sonrası yapılması düşünülen durum değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ($F= 4.31$; $p<.01$). Bu sonucun ardından farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla tamamlayıcı post-hoc analizlere geçilmiştir. Hangi post-hoc tekniğin kullanılacağına karar vermek için öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olduğu saptanmıştır ($LF=2.34$; $p>.05$).

Gruplar arasındaki farklılıkların kaynağını belirlemek için varyansların homojen olduğu durumlarda kullanılan post-hoc testlerinden Scheffe çoklu karşılaştırma tekniği tercih edilmiştir. Sonuçlar Tablo 4.15’ de sunulmuştur.

Tablo 4. 15. MSBÖ Puanlarının Mezuniyet Sonrası Yapılması Düşünülen Durum Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları

Puan	Mezuniyet sonrası yapılması düşünülen durum (I)	Mezuniyet sonrası yapılması düşünülen durum (J)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
Mesleki Sonuç Beklentisi		Özel sektörde çalışmak	1.20*	.39	.024*
	Kamuda çalışmak	Kendi işimi kurmak	-.06	.47	.999
		Lisansüstüne devam etmek	.23	.41	.957

Tablo 4.15’de görüldüğü üzere; Scheffe Testi sonucunda, gruplar arasındaki söz konusu farklılığın, “Kamuda çalışmak” diyenler ile “Özel sektörde çalışmak” diyenler arasında “Kamuda çalışmak” diyenler lehine $p < .05$ düzeyinde; gerçekleştiği belirlenmiştir. Diğer grup karşılaştırmalarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p > .05$). Mesleki Sonuç Beklentisi diğerlerinden yüksek olan öğrencilerin, mezuniyet sonrasında öncelikle kamuda çalışmak düşüncesinde oldukları söylenilebilir.

4.3. Üçüncü Alt Amaca Yönelik Bulgular: Öğrenci Sadakatinin Çeşitli Değişkenlere Göre Analiz Bulguları

Tablo 4. 16. ÖSÖ Puanlarının Üniversite Türü Değişkenine Göre Mann Whitney-U Testi Bulguları

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$\sum_{sıra}$	U	z	P
ÖğrenciSadakati	Vakıf Üniversiteleri	636	505.68	321612.50			
	Devlet Üniversiteleri	664	789.21	524037.50	119046.500	-13.617	.000
	Toplam	1300					

Tablo 4.16’da görüldüğü üzere; Mann Whitney-U testi sonucunda, vakıf ve devlet üniversiteleri arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($p<.001$). Söz konusu farklılığın, devlet üniversiteleri öğrencileri lehine $p<.001$ düzeyinde gerçekleştiği belirlenmiştir. Devlet üniversiteleri öğrencilerinin üniversitelerine olan sadakat düzeylerinin, vakıf üniversiteleri öğrencilerinkinden daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 4.17. *ÖSÖ Puanlarının Üniversite Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu İle İlgili Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Bulguları*

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	χ^2	sd	p
Öğrenci Sadakati	İZU	430	555.05	232.015	3	.000
	BEU	206	402.63			
	İÜ	408	845.28			
	YTU	256	699.86			
	Toplam	1300				

Tablo 4.17’de görüldüğü üzere, Öğrenci Sadakati Ölçeği toplam puanlarının, Üniversite değişkenine göre farklılaşma durumu ile ilgili yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda, grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($\chi^2=232.015$; $p<.001$). Söz konusu farklılığın, hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için Mann Whitney-U testi uygulanmıştır.

Tablo 4.18. *ÖSÖ Puanlarının Üniversite Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu İle İlgili Yapılan Mann Whitney-U Testi Bulguları*

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$\sum_{sıra}$	U	z	p
Öğrenci Sadakati	İZU	430	345.42	148529.50	32715.500	-5.340	.000
	BEU	206	262.31	54036.50			
	Toplam	636					

İZU	430	326.21	140270.00			
İÜ	408	517.82	211271.00	47605.000	-11.459	.000
Toplam	838					
İZU	430	314.42	135201.00			
YTU	256	392.34	100440.00	42536.000	-4.983	.000
Toplam	686					
BEU	206	173.68	35778.00			
İÜ	408	375.07	153027.00	14457.000	-13.288	.000
Toplam	614					
İÜ	408	361.39	147448.00			
YTU	256	286.45	73332.00	40436.000	-4.902	.000
Toplam	664					
BEU	206	173.64	35769.50			
YTU	256	278.06	71183.50	14448.500	-8.359	.000
Toplam	462					

Tablo 4.18’de görüldüğü üzere; Öğrenci Sadakati Ölçeği puanlarının *Üniversite* değişkenine göre hangi gruplar arasında anlamlı farklılaşma olduğu ile ilgili yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda söz konusu farklılığın;

İZU ile BEU arasında İZU lehine $p<.001$ düzeyinde; İZU ve İÜ arasında İÜ lehine $p<.001$ düzeyinde; İZU ve YTU arasında YTU lehine $p<.001$ düzeyinde, BEU ve İÜ arasında İÜ lehine $p<.001$ düzeyinde; İÜ ve YTU arasında İÜ lehine $p<.001$ düzeyinde; BEU ve YTU arasında YTU lehine $p<.001$ düzeyinde gerçekleştiği belirlenmiştir. İÜ öğrencilerinin diğerlerinden daha yüksek, BEU öğrencilerinin diğerlerinden daha düşük Öğrenci Sadakatine sahip oldukları söylenebilir.

Tablo 4.19. *ÖSÖ Puanlarının Fakülte Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu İle İlgili Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Bulguları*

Puan	Gruplar	<i>N</i>	$\bar{x}_{sıra}$	χ^2	<i>sd</i>	<i>P</i>
	Hukuk Fakültesi	256	677.66			
	Eğitim Fakültesi	219	689.92			
	Fen-Edebiyat Fakültesi	43	404.83			
	Mühendislik ve Doğa Bil.Fakültesi	72	578.53			
Öğrenci Sadakati	Edebiyat Fakültesi	137	872.90			
	İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi	135	525.01	140.968	9	.000
	İşletme Fakültesi	136	762.88			
	İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	170	566.27			
	Mühendislik Fakültesi	74	409.02			
	Mimarlık Fakültesi	58	711.48			
	Toplam	1300				

Tablo 4.19’ da görüldüğü üzere, Öğrenci Sadakati Ölçeği puanlarının fakülte değişkenine göre farklılaşma durumu ile ilgili yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda, grupların sıra ortalamaları arasındaki farklılık, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($\chi^2=140.968$; $p<.001$).

Söz konusu farklılığın, hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için Mann Whitney-U testi uygulanmıştır.

Tablo 4. 20. ÖSÖ Puanlarının Fakülte Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu İle İlgili Yapılan Mann Whitney-U Testi Bulguları

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$\sum_{sıra}$	U	z	p
	Hukuk Fakültesi	256	158.67	40620.00			
	Fen-Edebiyat Fakültesi	43	98.37	4230.00	3284.000	-4.234	.000
	Toplam	299					
	Hukuk Fakültesi	256	176.69	45233.00			
	Edebiyat Fakültesi	137	234.95	32188.00	12337.000	-4.847	.000
	Toplam	393					
	Hukuk Fakültesi	256	211.61	54171.00			
	İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi	135	166.41	22465.00	13285.000	-3.761	.000
	Toplam	391					
Öğrenci Sadakati	Hukuk Fakültesi	256	227.49	58237.50			
	İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	170	192.43	32713.50	18178.500	-2.879	.004
	Toplam	426					
	Hukuk Fakültesi	256	180.19	46129.50			
	Mühendislik fakültesi	74	114.67	8485.50	5710.500	-5.206	.000
	Toplam	330					
	Eğitim Fakültesi	219	141.12	30904.50			
	Fen-Edebiyat Fakültesi	43	82.52	3548.50	2602.500	-4.638	.000
	Toplam	262					
	Eğitim Fakültesi	219	152.43	33382.00			
	Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fakültesi	72	126.44	9104.00	6476.000	-2.274	.023
	Toplam	291					

Eğitim Fakóltesi	219	158.19	34643.50			
Edebiyat Fakóltesi	137	210.97	28902.50	10553.500	-4.710	.000
Toplam	356					
Eğitim Fakóltesi	219	194.76	42651.50			
İnsan ve Toplum Bilimleri Fakóltesi	135	149.51	20183.50	11003.500	-4.043	.000
Toplam	354					
Eğitim Fakóltesi	219	211.30	46275.00			
İktisadi ve İdari Bilimler Fakóltesi	170	174.00	29580.00	15045.000	-3.247	.001
Toplam	389					
Eğitim Fakóltesi	219	163.34	35772.00			
Mühendislik fakóltesi	74	98.64	7299.00	4524.000	-5.683	.000
Toplam	293					
Edebiyat Fakóltesi	137	152.95	20954.50			
İşletme Fakóltesi	136	120.93	16446.50	7130.500	-3.353	.001
Toplam	273					
İnsan ve Toplum Bilimleri Fakóltesi	135	112.05	15127.00			
Mühendislik fakóltesi	74	92.14	6818.00	4043.000	-2.278	.023
Toplam	209					
İşletme Fakóltesi	136	127.36	17321.00			
Mühendislik fakóltesi	74	65.32	4834.00	2059.000	-7.072	.000
Toplam	210					
Mühendislik fakóltesi	74	52.05	3851.50			
Mimarlık fakóltesi	58	84.94	4926.50	1076.500	-4.908	.000
Toplam	132					

Tablo 4.20’de görüldüğü üzere; Örgütsel İmaj ölçeği puanlarının fakólte değişkenine göre hangi gruplar arasında anlamlı farklılaşma olduğu ile ilgili yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda söz konusu farklılığın; Hukuk Fakóltesi öğrencileri

ile Fen-Edebiyat Fakültesi öğrencileri arasında Hukuk Fakültesi öğrencileri lehine $p < .001$ düzeyinde; Hukuk Fakültesi öğrencileri ve Edebiyat Fakültesi öğrencileri arasında Edebiyat Fakültesi öğrencileri lehine $p < .001$ düzeyinde; Hukuk Fakültesi öğrencileri ile İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi öğrencileri arasında Hukuk Fakültesi öğrencileri lehine $p < .001$ düzeyinde, Hukuk Fakültesi öğrencileri ile İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri arasında Hukuk Fakültesi öğrencileri lehine $p < .01$ düzeyinde olduğu görülmektedir. Hukuk Fakültesi öğrencileri öğrencileri ile Mühendislik Fakültesi öğrencileri öğrencileri arasında Hukuk Fakültesi öğrencileri öğrencileri lehine $p < .001$ düzeyinde olduğu görülmektedir.

Eğitim Fakültesi öğrencileri ile Fen-Edebiyat Fakültesi öğrencileri arasında, Eğitim Fakültesi öğrencileri lehine $p < .001$ düzeyinde gerçekleştiği görülmektedir. Eğitim Fakültesi öğrencileri ile Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fakültesi öğrencileri arasında Eğitim Fakültesi öğrencileri lehine $p < .05$ düzeyinde; Eğitim Fakültesi öğrencileri ile Mühendislik ve Edebiyat Fakültesi öğrencileri arasında Edebiyat Fakültesi öğrencileri lehine $p < .001$ düzeyinde; Eğitim Fakültesi öğrencileri ile İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi öğrencileri ve Mühendislik Fakültesi öğrencileri arasında Eğitim Fakültesi öğrencileri lehine $p < .001$ düzeyinde olduğu görülmektedir.

Eğitim Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri arasında $p < .01$ düzeyinde; Edebiyat Fakültesi öğrencileri ve İşletme Fakültesi öğrencileri arasında Edebiyat Fakültesi öğrencileri lehine $p < .01$ düzeyinde; İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi öğrencileri ve Mühendislik Fakültesi öğrencileri arasında İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi öğrencileri lehine $p < .05$ düzeyinde; İşletme Fakültesi öğrencileri ve Mühendislik Fakültesi öğrencileri arasında İşletme Fakültesi öğrencileri lehine $p < .001$ düzeyinde, Mühendislik Fakültesi ile Mimarlık Fakültesi arasında, Mimarlık Fakültesi lehine $p < .001$ düzeyinde gerçekleştiği belirlenmiştir

Diğer grup karşılaştırmalarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p > .05$). Bulgulara bakıldığında, Edebiyat Fakültesi öğrencileri öğrencilerinin diğerlerine göre yüksek. Mühendislik Fakültesi öğrencileri öğrencilerinin de diğerlerine göre daha düşük Öğrenci Sadakatine sahip oldukları söylenebilir.

Tablo 4.21. *ÖSÖ Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Mann Whitney-U Testi Bulguları*

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$\sum_{sıra}$	U	z	p
Öğrenci Sadakati	Kız	857	668.84	573197.00			
	Erkek	443	615.02	272453.00	174107.000	-2.451	.014
	Toplam	1300					

Tablo 4.21’de görüldüğü üzere; Öğrenci Sadakati Ölçeği puanlarının cinsiyet değişkenine göre farklılaşma durumu ile ilgili yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda, kız ve erkek öğrencilerin arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($p < .05$). Kız öğrencilerin üniversitelerine olan sadakat düzeylerinin, erkek öğrencilerden daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 4.22. *ÖSÖ Puanlarının Sınıf Düzeyi Değişkenine Göre Mann Whitney-U Testi Bulguları*

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$\sum_{sıra}$	U	z	p
Öğrenci Sadakati	3. sınıf	660	641.74	423551.00			
	4. sınıf	640	659.53	422099.00	205421.000	-.854	.393
	Toplam	1300					

Tablo 4.22’de görüldüğü üzere; Öğrenci Sadakati Ölçeği puanlarının Öğrencilerin sınıf düzeyi değişkenine göre farklılaşma durumuyla ilgili yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda, 3.sınıf öğrencileri ile 4.sınıf öğrencilerin arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p > .05$). Öğrencilerin sadakat düzeylerinin 3. veya 4. sınıfta olmalarına göre değişmediği söylenebilir.

Tablo 4.23. *ÖSÖ Puanlarının Yaş Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu İle İlgili Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Bulguları*

Puan	Gruplar	<i>N</i>	$\bar{x}_{sıra}$	χ^2	<i>sd</i>	<i>p</i>
Öğrenci Sadakati	19-20 yaş	260	686.15			
	21-23 yaş	893	636.35			
	24-26 yaş	106	641.09	6.981	3	.072
	27 yaş ve üzeri	41	756.95			
	Toplam	1300				

Tablo 4.23’de görüldüğü üzere; Öğrenci Sadakati Ölçeği puanlarının yaş değişkenine göre farklılaşma durumu ile ilgili yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda. grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($\chi^2=6.981$; $p>.05$). Öğrencilerin sadakat düzeylerinin yaş aralıklarına göre değişmediği söylenebilir.

Tablo 4.24. *ÖSÖ Puanlarının Üniversiteyi Tercih Sırası Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu İle İlgili Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Bulguları*

Puan	Gruplar	<i>N</i>	$\bar{x}_{sıra}$	χ^2	<i>sd</i>	<i>p</i>
Öğrenci Sadakati	1-5. tercih	1038	654.49			
	6-10. tercih	172	626.77			
	11-19. tercih	67	650.84	.807	3	.848
	20 ve üzeri tercih	23	646.91			
	Toplam	1300				

Tablo 4.24’de görüldüğü üzere, Öğrenci Sadakati Ölçeği puanlarının üniversiteyi tercih sırası değişkenine göre farklılaşma durumu ile ilgili yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda, grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki

farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($\chi^2=.807$; $p>.05$). Öğrencilerin sadakat düzeylerinin üniversiteyi tercih sırasına göre değişmediği söylenebilir.

Tablo 4.25. *ÖSÖ Puanlarının Üniversiteyi Tercih Nedeni Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu İle İlgili Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Bulguları*

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	χ^2	sd	P
Öğrenci Sadakati	Ailemin ve çevremin etkisi	243	620.30	177.357	4	.000
	Puanım bu üniversiteye yettiği için	409	516.98			
	Üniversitenin imajı ve imkanları	516	813.60			
	Maddi anlamda uygun olması	81	480.34			
	Konumu ve ulaşım kolaylığı	51	485.23			
	Toplam	1300				

Tablo 4.25’de görüldüğü üzere; grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($\chi^2=177.357$; $p<.001$). Söz konusu farklılığın, hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için Mann Whitney-U testi uygulanmıştır.

Tablo 4.26. *ÖSÖ Puanlarının Üniversiteyi Tercih Nedeni Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu İle İlgili Yapılan Mann Whitney-U Testi Bulguları*

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$\sum_{sıra}$	U	z	P
Öğrenci Sadakati	Ailemin ve çevremin etkisi	243	360.91	87702.00	41331.000	-3.598	.000
	Puanım bu üniversiteye yettiği için	409	306.05	125176.00			
	Toplam	652					
Öğrenci Sadakati	Ailemin ve çevremin etkisi	243	300.35	72985.00	43339.000	-6.871	.000
	Üniversitenin imajı ve imkanları	516	417.51	215435.00			
	Toplam	759					

Ailemin ve çevrem etkisi	243	171.93	41779.50			
Maddi anlamda uygun olması	81	134.20	10870.50	7549.500	-3.141	.002
Toplam	324					
Ailemin ve çevrem etkisi	243	153.11	37205.00			
Konumu ve ulaşım kolaylığı	51	120.78	6160.00	4834.000	-2.470	.014
Toplam	294					
Puanım bu üniversiteye yettiği için	409	344.50	140902.00			
Üniversitenin imajı ve imkanları	516	556.92	287373.00	57057.000	-12.014	.000
Toplam	925					
Üniversitenin imajı ve imkanları	516	318.53	164360.50			
Maddi anlamda uygun olması	81	174.60	14142.50	10821.500	-6.985	.000
Toplam	597					

Tablo 4.26’da görüldüğü üzere; Öğrenci Sadakati Ölçeği puanlarının üniversiteyi tercih nedeni değişkenine göre hangi gruplar arasında anlamlı farklılaşma olduğu ile ilgili yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda. söz konusu farklılığın; “Puanım bu üniversiteye yettiği için” diyenler ile “Üniversitenin imajı ve imkanları” diyenler arasında “Üniversitenin imajı ve imkanları” diyenler lehine $p < .001$ düzeyinde gerçekleşmektedir. “Ailemin ve çevrem etkisi” diyenler ile “Puanım bu üniversiteye yettiği için” diyenler arasında, “Ailemin ve çevrem etkisi” diyenler lehine $p < .001$ düzeyinde; “Ailemin ve çevrem etkisi” diyenler ile “Maddi anlamda uygun olması” diyenler arasında, “Ailemin ve çevrem etkisi” diyenler lehine $p < .05$ düzeyinde; “Ailemin ve çevrem etkisi” diyenler ile “Üniversitenin imajı ve imkanları” diyenler arasında, “Üniversitenin imajı ve imkanları” diyenler lehine $p < .001$ düzeyinde olduğu görülmektedir.

“Ailemin ve çevrem etkisi” diyenler ile “Konumu ve ulaşım kolaylığı” diyenler arasında, “Ailemin ve çevrem etkisi” diyenler lehine $p < .05$ düzeyinde;

“Üniversitenin imajı ve imkanları” diyenler ile “Maddi anlamda uygun olması” diyenler arasında, “Üniversitenin imajı ve imkanları” diyenler lehine $p < .001$ düzeyinde gerçekleştiği belirlenmiştir. Diğer grup karşılaştırmalarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p > .05$).

Üniversitenin imajı ve imkanları için tercih eden öğrencilerin, puanı bu üniversiteye yettiği için, üniversitenin maddi anlamda uygun olması ve ailenin ve çevrenin etkisi ile tercih eden öğrencilerden; ailenin ve çevrenin etkisi ile tercih yapan öğrencilerin, puanın yettiği için, üniversitenin konumu ve ulaşım kolaylığı ile maddi anlamda uygun olması nedeniyle tercih eden öğrencilerden, sadakat düzeylerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 4.27. *ÖSÖ Puanlarının Mezuniyet Sonrası Öncelikle Yapılması Düşünülen Durum Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu İle İlgili Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Bulguları*

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	χ^2	sd	p
Öğrenci Sadakati	Kamuda çalışmak	348	708.32	16.144	3	.001
	Özel sektörde çalışmak	413	621.83			
	Kendi işimi kurmak	205	591.03			
	Lisansüstüne devam etmek	334	662.20			
	Toplam	1300				

Tablo 4.27’ de görüldüğü üzere; Öğrenci Sadakati Ölçeği puanlarının mezuniyet sonrası öncelikle yapılması düşünülen durum değişkenine göre farklılaşma durumu ile ilgili yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda, grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($\chi^2 = 16.144$; $p < .05$). Söz konusu farklılığın, hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için Mann Whitney-U testi uygulanmıştır.

Tablo 4.28. *ÖSÖ Puanlarının Mezuniyet Sonrası Öncelikle Yapılması Düşünülen Durum Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu İle İlgili Yapılan Mann Whitney-U Testi Bulguları*

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$\sum_{sıra}$	U	z	P
	Kamuda çalışmak	348	409.35	142455			
	Özel sektörde çalışmak	413	357.11	147486	61995.000	-3.267	.001
	Toplam	761					
Öğrenci Sadakati	Kamuda çalışmak	348	295.26	102750.50			
	Kendi işimi kurmak	205	246.00	50430.50	29315.500	-3.503	.000
	Toplam	553					
	Kendi işimi kurmak	205	252.15	51690.50			
	Lisansüstüne devam etmek	334	280.96	93839.50	30575.500	-2.086	.037
	Toplam	539					

Tablo 4.28’de görüldüğü üzere; Öğrenci Sadakati Ölçeği puanlarının mezuniyet sonrası öncelikle yapılması düşünülen durum değişkenine göre hangi gruplar arasında anlamlı farklılaşma olduğu ile ilgili yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda söz konusu farklılığın; “Kamuda çalışmak” diyenler ile “Özel sektörde çalışmak” diyenler arasında “Kamuda çalışmak” diyenler lehine $p < .01$ düzeyinde; “Kamuda çalışmak” diyenler ile “Kendi işimi kurmak” diyenler arasında “Kamuda çalışmak” diyenler lehine $p < .001$ düzeyinde; “Kendi işimi kurmak” diyenler ile “Lisansüstüne devam etmek” diyenler arasında ise “Lisansüstüne devam etmek” lehine $p < .05$ düzeyinde gerçekleştiği belirlenmiştir. Diğer grup karşılaştırmalarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p > .05$). Bulgulara bakıldığında; kamuda çalışmak isteyenlerin, özel sektörde çalışmak ve kendi işini kurmak isteyenlerden, lisansüstüne devam etmek isteyenlerin ise özel sektörde çalışmak isteyenlerden daha yüksek sadakat düzeyine sahip olduğu söylenebilir.

4.4. Dördüncü Alt Amaca Yönelik Bulgular: Örgütsel İmaj ve Alt Boyutları İle, Mesleki Sonuç Beklentisi Arasındaki İlişkiler

Tablo 4.29. Örgütsel İmaj ve Alt boyutları ile Mesleki Sonuç Beklentisi Arasındaki İlişkiler

Örgütsel İmaj Ölçeği ve Alt Boyutları	Mesleki Sonuç Beklentisi Ölçeği	
	N	r
Kalite İmajı	1300	.21**
Program İmajı	1300	.13**
Genel Görünüm ve Fiziki Alt Yapı İmajı	1300	.15**
Barınma-Beslenme İmajı	1300	.13**
Genel Örgütsel İmaj	1300	.21**

**p<.001

Tablo 4.29'da görüldüğü üzere; Örgütsel İmaj ve alt boyutları ile Mesleki Sonuç Beklentisi arasında yapılan analiz sonucunda, pozitif yönlü ($r=.21$; $p<.001$) düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur.

Örgütsel İmaj alt boyutu olan Kalite İmajı ile Mesleki Sonuç Beklentisi arasında, pozitif yönlü ($r =.21$; $p<.001$) düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Örgütsel İmaj alt boyutu olan Program İmajı ile Mesleki Sonuç Beklentisi arasında ise, pozitif yönlü ($r =.13$; $p<.001$) düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Genel Görünüm ve Fiziki Alt Yapı İmajı ile Mesleki Sonuç Beklentisi arasında, pozitif yönlü ($r =.15$; $p<.001$) düşük düzeyde anlamlı, Barınma-beslenme İmajı ile Mesleki Sonuç Beklentisi arasında, pozitif yönlü ($r=.13$; $p<.001$) düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur.

Sonuçlara bakıldığında; Örgütsel İmajın alt boyutlarından olan, Kalite İmajı, Program İmajı, Genel Görünüm ve Fiziki Alt Yapı İmajı ve Barınma-beslenme İmajı algısı arttıkça, öğrencilerin Mesleki Sonuç Beklentileri de artmaktadır.

4.5. Beşinci Alt Amaca Yönelik Bulgular: Örgütsel İmaj ve Alt Boyutları İle Öğrenci Sadakati Arasındaki İlişkiler

Tablo 4.30. Örgütsel İmaj ve Alt boyutları ile Öğrenci Sadakati Arasındaki İlişkiler

Örgütsel İmaj Ölçeği ve Alt Boyutları	N	Öğrenci Sadakati	Kararlılık	Kendini Adama
		r	r	r
Kalite İmajı	1300	.65**	.65**	.52**
Program İmajı	1300	.41**	.40**	.34**
Genel Gör.ve Fiz. Alt Yapı İmajı	1300	.36**	.32**	.35**
Barınma-beslenme İmajı	1300	.30**	.29**	.25**
Örgütsel İmaj Ölçeği	1300	.60**	.59**	.50**

**p<.001

Tablo 4.30'da görüldüğü üzere; Örgütsel İmaj ve alt boyutları ile Öğrenci Sadakati ve alt boyutları arasında yapılan analiz sonucunda; Örgütsel İmaj ile Öğrenci Sadakati arasında pozitif yönlü ($r=.60$; $p<.001$) orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Örgütsel İmaj ile Kararlılık alt boyut arasında pozitif yönlü ($r =.59$, $p<.001$) orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Örgütsel İmaj ile Kendini Adama alt boyut arasında pozitif yönlü ($r=.50$; $p<.001$) orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur.

Örgütsel İmaj alt boyutu olan Kalite İmajı ile Öğrenci Sadakati arasında, pozitif yönlü ($r=.65$; $p<.001$) orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Örgütsel İmaj alt boyutu Program İmajı ile Öğrenci Sadakati arasında, pozitif yönlü ($r =.41$; $p<.001$) orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Genel Görünüm ve Fiziki Alt Yapı İmajı ile Öğrenci Sadakati arasında, pozitif yönlü ($r=.36$; $p<.001$) orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Barınma-beslenme imajı ile Öğrenci Sadakati arasında, pozitif yönlü ($r=.30$; $p<.001$) orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur.

Örgütsel İmaj alt boyutu olan Kalite İmajı ile Öğrenci Sadakati alt boyutu Kararlılık arasında, pozitif yönlü ($r = .65$; $p < .001$) orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Program İmajı ile Öğrenci Sadakati Kararlılık alt boyutu arasında ise, pozitif yönlü ($r = .40$; $p < .001$) orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Genel Görünüm ve Fiziki Alt Yapı İmajı ile Kararlılık alt boyut arasında, pozitif yönlü ($r = .32$; $p < .001$) orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Barınma-beslenme İmajı ile Kararlılık alt boyut arasında, pozitif yönlü ($r = .30$; $p < .001$) orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur.

Örgütsel İmaj alt boyutu olan Kalite İmajı ile Öğrenci Sadakati alt boyutu Kendini Adama arasında, pozitif yönlü ($r = .52$; $p < .001$) orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Program İmajı ile Öğrenci Sadakati Kendini Adama alt boyutu arasında ise, pozitif yönlü ($r = .34$; $p < .001$) orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Genel Görünüm ve Fiziki Alt Yapı İmajı ile Kendini Adama alt boyut arasında, pozitif yönlü ($r = .35$; $p < .001$) orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Barınma-beslenme ile Kendini Adama alt boyut arasında, pozitif yönlü ($r = .25$; $p < .001$) düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur.

4.6. Altıncı Alt Amaca Yönelik Bulgular: Genel Aidiyet ve Alt Boyutları İle Mesleki Sonuç Beklentisi Arasındaki İlişkiler

Tablo 4.31. Genel Aidiyet ve Alt boyutları ile Mesleki Sonuç Beklentisi Arasındaki İlişkiler

Genel Aidiyet Ölçeği ve Alt Boyutları	Mesleki Sonuç Beklentisi Ölçeği	
	N	r
Kabul edilme/ İçerilme	1300	.30**
Reddedilme / Dışlanma	1300	-.19**
Genel Aidiyet	1300	.28**

** $p < .001$

Tablo 4.31'de görüldüğü üzere; ile Genel Aidiyet Ölçeği ve alt boyutları ile Mesleki Sonuç Beklentisi ölçeği arasında yapılan analiz sonucunda; Genel Aidiyet alt boyutu olan Kabul edilme/ İçerilme ile Mesleki Sonuç Beklentisi arasında, pozitif

yönlü ($r = .30$; $p < .001$) orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Genel Aidiyet alt boyutu olan Reddedilme/ Dışlanma ile Mesleki Sonuç Beklentisi arasında ise, negatif yönlü ($r = -.19$; $p < .001$) düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Genel Aidiyet ile Mesleki Sonuç Beklentisi arasında ise pozitif yönlü ($r = .28$; $p < .001$) düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Sonuçlara bakıldığında; öğrencilerin Kabul edilme/ İçerilme algıları arttıkça Mesleki Sonuç Beklentileri de artmakta, Reddedilme / Dışlanma algıları arttıkça, Mesleki Sonuç Beklentileri azalmaktadır.

4.7. Yedinci Alt Amaca Yönelik Bulgular: Genel Aidiyet ve Alt Boyutları İle Öğrenci Sadakati Arasındaki İlişkiler

Tablo 4.32. Genel Aidiyet ve Alt boyutları ile Öğrenci Sadakati ve Alt Boyutları Arasındaki İlişkiler

Örgütsel İmaj Ölçeği ve Alt Boyutları	N	Öğrenci Sadakati	Kararlılık	Kendini Adama
		r	r	r
Kabul edilme/ İçerilme	1300	.14**	.12**	.14**
Reddedilme / Dışlanma	1300	-.02	-.03	.00
Genel Aidiyet	1300	.10**	.10**	.09*

** $p < .001$ * $p < .01$

Tablo 4.32’de görüldüğü üzere; Genel Aidiyet Ölçeği ve alt boyutları ile Öğrenci Sadakati Ölçeği arasında yapılan analiz sonucunda; Genel Aidiyet alt boyutu olan Kabul edilme/ İçerilme ile Öğrenci Sadakati arasında, pozitif yönlü ($r = .14$; $p < .001$) düşük düzeyde anlamlı, Öğrenci Sadakati alt boyutu olan Kararlılık ile pozitif yönlü ($r = .12$; $p < .001$) düşük düzeyde anlamlı, Kendini Adama ile pozitif yönlü ($r = .14$; $p < .001$) düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Genel Aidiyet ile Öğrenci Sadakati arasında, pozitif yönlü ($r = .10$; $p < .001$) düşük düzeyde anlamlı, Öğrenci Sadakati alt boyutu Kararlılık arasında pozitif yönlü ($r = .10$; $p < .001$) düşük düzeyde anlamlı, Öğrenci Sadakati alt boyutu Kendini Adama arasında pozitif yönlü ($r = .09$; $p < .001$) düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur.

Genel Aidiyetin, Reddedilme/ Dışlanma alt boyutu ile Öğrenci Sadakati arasında, negatif yönlü ($r=-.02$; $p>.05$) anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Reddedilme/ Dışlanma alt boyutu ile Öğrenci Sadakati ölçeği alt boyutu Kararlılık arasında, negatif yönlü ($r=-.03$; $p>.05$) anlamlı ilişki bulunmamıştır. Reddedilme/ Dışlanma alt boyutu ile Öğrenci Sadakati ölçeği alt boyutu Kendini Adama arasında pozitif yönlü ($r=.00$; $p>.05$) anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Sonuçlara bakıldığında, öğrencilerin Kabul edilme/ İçerilme algıları arttıkça, Öğrenci Sadakati alt boyutu olan Kararlılık ve Kendini Adama tutumları da artmaktadır. Öğrencilerin Reddedilme/ Dışlanma algıları ile Kararlılık ve Kendini Adama tutumları arasında ilişki anlamlı değildir.

Tablo 4. 33'de, Örgütsel İmaj alt boyutları, Genel Aidiyet alt boyutları, Mesleki Sonuç Beklentisi ve Öğrenci Sadakati alt boyutları arasındaki ilişkiye dair korelasyon matrisi verilmektedir.

Tablo 4. 33. Örgütsel İmaj, Genel Aidiyet, Mesleki Sonuç Beklentisi ve Öğrenci Sadakati Arasındaki İlişkiye Dair Korelasyon Matrisi

	Kalite İmajı	Program İmajı	Genel Gör. ve Fiziki Altyapı İmajı	Barınma - Beslenme İmajı	Kabul Edilme/ İçerilme	Reddedilme/ Dışlanma	Mesleki Sonuç Beklentisi	Kararlılık	Kendini Adama
ÖİÖ	Kalite İmajı	1	.52**	.44**	.40**	.14**	-.05	.19**	.65**
	Program İmajı		1	.30**	.35**	.04	.07*	.11**	.40**
	Genel Gör. ve Fiziki Altyapı İmajı			1	.43**	.17**	-.01	.13**	.32**
	Barınma -Beslenme İmajı				1	.02	.05	.10**	.29**
GAÖ	Kabul Edilme/ İçerilme					1	-.48**	.30**	.12**
	Reddedilme/ Dışlanma						1	-.19**	-.03
MSBÖ	Mesleki Sonuç Beklentisi							1	.16**
ÖSÖ	Kararlılık								1
	Kendini Adama								

*p<.05. **p<.001

ÖİÖ: Örgütsel İmaj Ölçeği, GAÖ: Genel Aidiyet Ölçeği, MSBÖ: Mesleki Sonuç Beklentisi Ölçeği, ÖSÖ: Öğrenci Sadakati Ölçeği,

4.8. Sekizinci Alt Amaca Yönelik Bulgular: Örgütsel İmaj ve Genel

Aidiyetin, Mesleki Sonuç Beklentisini Yordaması

Tablo 4.34. Örgütsel İmaj ve Genel Aidiyetin, Mesleki Sonuç Beklentisini Yordamasına İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Bulguları

Ölçek	Bağımsız Değişkenler	B	Standart hata	β	t	P	İkili r	Kısmi r
	Sabit	28.68	1.27	–	23.39**	.00	–	–
Örgütsel İmaj	Kalite İmajı	.09	.03	.13	3.68**	.00	.21	.10
	Program İmajı	.04	.03	.04	1.11	.27	.03	.03
	Genel Gör. ve Fiziki Alt Yapı İmajı	.02	.03	.02	.51	.61	.15	.01
	Barınma-Beslenme İmajı	.09	.09	.05	1.48	.14	.13	.04
Genel Aidiyet	Kabul Edilme/İçerilme	.19	.03	.21	6.85**	.00	.28	.19
	Reddedilme/Dışlanma	-.09	.03	-.10	-3.52**	.00	-.20	-.10

R= .34 R²=.12
F (6-1293) = 28.20

Tablo 4.34’ de görüldüğü üzere; örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin Örgütsel İmaj ve Genel Aidiyet alt boyutlarının Mesleki Sonuç Beklentisini ne derecede yordadığını ortaya koymaya yönelik çoklu doğrusal regresyon analizi (enter) sonucunda; Örgütsel İmaj ve Genel Aidiyet ile birlikte, Mesleki Sonuç Beklentisindeki değişimin %12’sini açıklamaktadır (R²=.12; F (6-1293) = 28.20; p <.01).

Çoklu doğrusal regresyon analizi sonucuna göre; Kalite İmajı ve Mesleki Sonuç Beklentisi puanları arasındaki korelasyon katsayısı .21 olarak bulunmuştur. Ancak diğer değişkenler sabit tutulduğunda, Kalite İmajı ve Mesleki Sonuç Beklentisi puanları arasındaki kısmi korelasyon katsayısı .10’dur. Program İmajı ile Mesleki Sonuç Beklentisi ile puanları arasındaki korelasyon katsayısı .03 olarak bulunmuştur. Ancak diğer değişkenler sabit tutulduğunda, Program İmajı ve Mesleki Sonuç Beklentisi puanları arasındaki kısmi korelasyon katsayısı .03’dür. Genel

Görünüm ve Fiziki Alt Yapı İmajı ile Mesleki Sonuç Beklentisi ile puanları arasındaki korelasyon katsayısı .15 olarak bulunmuştur. Ancak diğer değişkenler sabit tutulduğunda, Genel Görünüm ve Fiziki Alt Yapı İmajı ve Mesleki Sonuç Beklentisi puanları arasındaki kısmi korelasyon katsayısı .01'dir.

Barınma-beslenme İmajı ile Mesleki Sonuç Beklentisi ile puanları arasındaki korelasyon katsayısı .13 olarak bulunmuştur. Ancak diğer değişkenler sabit tutulduğunda, Barınma-beslenme İmajı ve Mesleki Sonuç Beklentisi puanları arasındaki kısmi korelasyon katsayısı .04'dür. Aynı şekilde Kabul edilme/ İçerilme imajı ile Mesleki Sonuç Beklentisi ile puanları arasındaki korelasyon katsayısı .28 olarak bulunmuştur. Ancak diğer değişkenler sabit tutulduğunda, Kabul edilme/ İçerilme imajı ve Mesleki Sonuç Beklentisi puanları arasındaki kısmi korelasyon katsayısı .19'dur. Reddedilme/ Dışlanma imajı ile Mesleki Sonuç Beklentisi puanları arasındaki kısmi korelasyon katsayısı -.20'dir. Ancak diğer değişkenler sabit tutulduğunda, Reddedilme/ Dışlanma imajı ve Mesleki Sonuç Beklentisi puanları arasındaki kısmi korelasyon katsayısı -.10'dur.

Modelde yer alan değişkenlerin standardize edilmiş regresyon katsayıları olan β değerleri incelendiğinde ise yordayıcı değişkenlerin, Mesleki Sonuç Beklentisi üzerindeki görece önem sırasının; Kabul edilme/ İçerilme ($\beta = .26$), Kalite İmajı ($\beta = .13$), Reddedilme/ Dışlanma ($\beta = -.10$) olduğu görülmektedir. Modelde görece olarak Kabul edilme/ İçerilme ($\beta = .21$), en önemli yordayıcı konumundadır.

Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t testi sonuçlarına göre; Kalite İmajı ($t=3.68$; $p<.01$), Kabul Edilme/ İçerilme ($t=6.85$; $p<.01$), Reddedilme/ Dışlanmanın ($t=-3.53$; $p<.01$), Mesleki Sonuç Beklentisini yordamasına ilişkin modele katkısı anlamlı düzeyde bulunmuştur. Bunun yanında, Program İmajı ($t=1.11$; $p>.05$), Genel Gör. ve Fiziki Alt Yapı İmajı ($t=.51$; $p>.05$) ve Barınma-Beslenme İmajının ($t=1.48$; $p>.05$) modele katkısı istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bulunmamıştır.

4.9. Dokuzuncu Alt Amaca Yönelik Bulgular: Örgütsel İmaj ve Genel Aidiyetin Öğrenci Sadakatini Yordaması

Tablo 4.35. *Örgütsel İmaj ve Genel Aidiyetin, Öğrenci Sadakatinin Kararlılık Alt Boyutunu Yordamasına İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Bulguları*

Ölçe	Bağımsız Değişkenler	B	Standart hata	β	t	p	İkili r	Kısmi r
	Sabit	-2.35	1.26	—	-1.87	.06	—	—
	Kalite İmajı	5.20	.24	.60	21.77**	.00	.65	.52
Örgütsel İmaj	Program İmajı	.64	.28	.06	2.26*	.02	.40	.06
	Genel Gör ve Fiz. Alt Yapı İmajı	.03	.22	.00	.13	.90	.32	.00
	Barınma-beslenme İmajı	.17	.18	.02	.92	.36	.31	.03
Genel Aidiyet	Kabul Edilme/İçerilme	.24	.17	.03	1.41	.16	.13	.04
	Reddedilme/Dışlanma	.06	.16	.01	.34	.74	.05	.01

R= .66 R²= .43

F (6-1293) = 162.08

Tablo 4.35’ de görüldüğü üzere, çoklu doğrusal regresyon analizi (enter) sonucuna göre; Örgütsel İmaj alt boyutları ve Genel Aidiyet alt boyutları birlikte, Öğrenci Sadakati Kararlılık alt boyutundaki değişimin %43’ünü açıklamaktadır (R=.66, R²= .43; p <.05).

Kalite İmajı ve Kararlılık puanları arasındaki korelasyon katsayısı .65 olarak bulunmuştur. Ancak diğer değişkenler sabit tutulduğunda, Kalite İmajı ve Kararlılık puanları arasındaki kısmi korelasyon katsayısı .52’dir. Program İmajı ile Kararlılık puanları arasındaki korelasyon katsayısı .40 olarak bulunmuştur. Ancak diğer değişkenler sabit tutulduğunda, Program İmajı ve Kararlılık puanları arasındaki kısmi korelasyon katsayısı .06’dır. Genel Görünüm ve Fiziki Alt Yapı İmajı ile Kararlılık puanları arasındaki korelasyon katsayısı .32 olarak bulunmuştur. Ancak diğer değişkenler sabit tutulduğunda, Genel Görünüm ve Fiziki Alt Yapı İmajı ve Kararlılık puanları arasındaki kısmi korelasyon katsayısı .00’dır. Barınma-beslenme

İmajı ile Kararlılık puanları arasındaki korelasyon katsayısı .31 olarak bulunmuştur. Ancak diğer değişkenler sabit tutulduğunda, Barınma-beslenme İmajı ve Kararlılık puanları arasındaki kısmi korelasyon katsayısı .03'dür. Kabul edilme/ İçerilme imajı ile Kararlılık puanları arasındaki korelasyon katsayısı .13 olarak bulunmuştur. Ancak diğer değişkenler sabit tutulduğunda, Kabul edilme/ İçerilme imajı ve Kararlılık puanları arasındaki kısmi korelasyon katsayısı .04'dür. Reddedilme/ Dışlanma ile Kararlılık puanları arasındaki kısmi korelasyon katsayısı .05'dir. Ancak diğer değişkenler sabit tutulduğunda, Reddedilme/ Dışlanma ve Kararlılık puanları arasındaki kısmi korelasyon katsayısı .01'dir.

Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t testi sonuçlarına göre; Kalite İmajı ($t= 21.77$; $p<.01$) ve Program İmajının ($t= 2.26$; $p<.05$), Öğrenci Sadakatinin Kararlılık alt boyutunu yordamasına ilişkin modele katkısı anlamlı düzeyde bulunmuştur. Bunun yanında, Genel Gör. ve Fiziki Alt Yapı İmajı ($t= .13$; $p>.05$), Barınma-Beslenme İmajı ($t= .92$; $p>.05$), Kabul Edilme/ İçerilme (1.41; $p>.05$) ve Reddedilme/ Dışlanmanın ($t= .34$; $p>.05$) modele katkısı istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bulunmamıştır. Kalite İmajı ile Program İmajının, Öğrenci Sadakatinin Kararlılık alt boyutunda anlamlı yordayıcılar olduğu görülmektedir.

Tablo 4. 36. *Örgütsel İmaj ve Genel Aidiyetin, Öğrenci Sadakatinin Kendini Adama Alt Boyutunu Yordamasına İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Bulguları*

Ölçek	Bağımsız Değişkenler	B	Standart hata	β	t	p	İkili r	Kısmi r
	Sabit	1.85	1.07	—	1.72	.09	—	—
Örgütsel İmaj	Kalite İmajı	3.00	.20	.44	14.69**	.00	.55	.38
	Program İmajı	.60	.24	.07	2.48*	.01	.35	.07
	Genel Gör ve Fiz. Alt Yapı İmajı	.72	.18	.11	3.91**	.00	.36	.11
	Barınma-beslenme İmajı	.01	.16	.00	.04	.97	.27	.00
Genel Aidiyet	Kabul Edilme/ İçerilme	.60	.14	.11	4.16**	.00	.16	.12
	Reddedilme/ Dışlanma	-.38	.14	-.07	-2.75*	.01	-.00	-.08

R= .57 R²= .32

F (6-1293) = 102.73

Tablo 4.36' da görüldüğü üzere, çoklu doğrusal regresyon analizi (enter) sonucuna göre; Örgütsel İmaj alt boyutları ve Genel Aidiyet alt boyutları birlikte, Öğrenci Sadakati Kendini Adama alt boyutundaki değişimin %32'sini açıklamaktadır ($R=.57$, $R^2=.32$; $p <.05$).

Kalite İmajı ve Kendini Adama puanları arasındaki korelasyon katsayısı .55 olarak bulunmuştur. Ancak diğer değişkenler sabit tutulduğunda, Kalite İmajı ve Kendini Adama puanları arasındaki kısmi korelasyon katsayısı .38'dir. Program İmajı ile Kendini Adama puanları arasındaki korelasyon katsayısı .35 olarak bulunmuştur. Ancak diğer değişkenler sabit tutulduğunda, Program İmajı ve Kendini Adama puanları arasındaki kısmi korelasyon katsayısı .07'dir. Genel Görünüm ve Fiziki Alt Yapı İmajı ile Kendini Adama puanları arasındaki korelasyon katsayısı .36 olarak bulunmuştur. Ancak diğer değişkenler sabit tutulduğunda, Genel Görünüm ve Fiziki Alt Yapı İmajı ve Kendini Adama puanları arasındaki kısmi korelasyon katsayısı .11'dir. Barınma-beslenme İmajı ile Kendini Adama puanları arasındaki korelasyon katsayısı .27 olarak bulunmuştur. Ancak diğer değişkenler sabit tutulduğunda, Barınma-beslenme İmajı ve Kendini Adama puanları arasındaki kısmi korelasyon katsayısı .00'dir. Kabul edilme/ İçerilme imajı ile Kendini Adama puanları arasındaki korelasyon katsayısı .16 olarak bulunmuştur. Ancak diğer değişkenler sabit tutulduğunda, Kabul edilme/ İçerilme imajı ve Kendini Adama puanları arasındaki kısmi korelasyon katsayısı .12'dir. Reddedilme/ Dışlanma ile Kendini Adama puanları arasındaki kısmi korelasyon katsayısı -.00'dir. Ancak diğer değişkenler sabit tutulduğunda, Reddedilme/ Dışlanma ve Kendini Adama puanları arasındaki kısmi korelasyon katsayısı -.08'dir.

Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t testi sonuçlarına göre; Kalite İmajı ($t= 14.69$; $p<.01$), Program İmajı ($t= 2.48$; $p<.05$), Genel Gör. ve Fiziki Alt Yapı İmajı ($t= 3.91$; $p<.01$), Kabul Edilme/ İçerilme (4.16; $p<.01$) ve Reddedilme/ Dışlanmanın ($t= -2.75$; $p<.05$) Öğrenci Sadakatinin Kendini Adama alt boyutunu yordamasına ilişkin modele katkısı anlamlı düzeyde bulunmuştur. Barınma-Beslenme İmajının ($t= .04$; $p>.05$) modele katkısı ise istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bulunmamıştır. Kalite İmajı, Program İmajı, Genel Gör.ve Fiz. Altyapı İmajı, Kabul Edilme/İçerilme ve Reddedilme/Dışlanmanın, Öğrenci Sadakati Kendini Adama alt boyutunun anlamlı yordayıcıları olduğu görülmektedir.

BÖLÜM V

SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu bölümde “Yükseköğretimde Örgütsel İmaj ve Aidiyetin, Mesleki Sonuç Beklentisi ve Öğrenci Sadakatini Yordaması” tezi kapsamında araştırmanın temel ve alt problemlerine ilişkin elde edilen sonuçlar sırasıyla, ilgili literatür ışığında tartışılmış, yorumlanmış ve sonuçlar bağlamında hem uygulayıcılara hem de araştırmacılara yönelik öneriler sunulmuştur.

5.1. Sonuçlar

5.1.1. Birinci Alt Amaca Yönelik Sonuçlar: Mesleki Sonuç Beklentisi ve Öğrenci Sadakatinin Betimsel İstatistik Sonuçları

Devlet üniversitesi ve vakıf üniversitesi öğrencilerinin Mesleki Sonuç Beklentisi puanları birbirine çok yakın olmakla beraber, genel olarak “yüksek” düzeyde olduğu görülmektedir. 3. ve 4. sınıf Lisans öğrencilerinin Mesleki Sonuç Beklentilerinin yüksek olduğu söylenebilir.

Öğrenci Sadakatinin, üniversiteler genelinde “orta” düzeyde olduğu görülmektedir. Üniversitelere göre farklılık gösteren, Öğrenci Sadakati sonuçlarına bakıldığında; devlet üniversitelerindeki öğrencilerin sadakat düzeylerinin vakıf üniversitelerindeki öğrencilerden daha yüksek olduğu görülmektedir. Örneklemdaki devlet üniversitelerinin, vakıf üniversitelerinden daha eski ve köklü olmasının, mezunlarının üniversitelere olan bağlılık ve desteklerinin bu durumda etkili olduğu söylenebilir.

Örnekleme oluşturan üniversitelerden *İstanbul Üniversitesi*'ndeki öğrencilerin sadakat düzeylerinin “yüksek” düzeyde ve diğer üniversite öğrencilerden daha yüksek olduğu görülmektedir. *Beykent Üniversitesi* öğrencilerinin sadakat düzeylerinin “düşük” düzeyde olduğu ve diğer üniversite öğrencilerinden düşük olduğu görülmektedir. İstanbul üniversitesinin örneklemdaki üniversitelerden daha eski bir geçmişe sahip olmasının bu durumda etkili olduğu söylenebilir.

Öğrenci Sadakatının *Kararlılık* alt boyutu sonuçlarına göre, genel olarak öğrencilerin orta düzeyde bir tutuma sahip oldukları görülmektedir. Sonuçlara göre; devlet üniversitelerinin “yüksek” düzeyde tutuma, vakıf üniversitelerinin “orta” düzeyde tutuma sahip oldukları görülmektedir. İÜ öğrencilerinin “yüksek” düzeyde, BEU öğrencilerinin “düşük” düzeyde, İZU ve YTU öğrencilerinin “orta” düzeyde tutuma sahip oldukları görülmektedir. Öğrenci Sadakatının *Kendini Adama* alt boyutu sonuçlarına göre, genel olarak öğrencilerin “orta” düzeyde bir tutuma sahip oldukları görülmektedir. Sonuçlara göre; devlet üniversitelerinin “orta” düzeyde tutuma, vakıf üniversitelerinin “düşük” düzeyde tutuma sahip oldukları görülmektedir. İÜ öğrencilerinin “orta” düzeyde, BEU öğrencilerinin “düşük” düzeyde, İZU ve YTU öğrencilerinin “orta” düzeyde tutuma sahip oldukları görülmektedir. Bu durum, vakıf üniversitelerinin, daha üniversitelerinden daha yakın zamanda kurulmuş olması, devlet üniversitesi mezunlarının üniversitelere olan bağlılıkları, mevcut öğrencilerin sadakat tutumlarını etkileyebileceğini düşündürmektedir.

5.1.2. İkinci Alt Amaca Yönelik Sonuçlar: Mesleki Sonuç Beklentisinin Çeşitli Değişkenlere Göre Analiz Sonuçları

Vakıf veya devlet üniversitesinde olma durumuna göre Mesleki Sonuç Beklentisinin anlamlı farklılık göstermediği görülmektedir. Lisans öğrencilerinin Mesleki Sonuç Beklentisi, vakıf veya devlet üniversitesinde olmalarına göre değişmediği söylenebilir.

Demografik değişkenler'den cinsiyete göre anlamlı bir fark gösterip göstermemesine rağmen, kız öğrencilerin, erkek öğrencilere göre daha yüksek Mesleki Sonuç Beklentisine sahip oldukları görülmektedir. Benzer bir çalışmada, lisans öğrencilerinin Mesleki Sonuç Beklentisini cinsiyete göre değerlendiklerinde; kadınları %78,3'ünün erkeklerin %68,6'sının, mesleklerinde iyi bir kariyer beklentisinde olduklarını belirlemişlerdir (Karaca, Çakırel ve Çakırel, 2014).

Sınıf düzeyine yönelik analizlere göre; öğrencilerin Mesleki Sonuç Beklentisinin, 3. ve 4. Sınıfta olmalarına göre değişmediği söylenebilir. Bu durum öğrencilerin mezun olmaya yakın son iki sınıf düzeyinde mesleki anlamda benzer beklentiler içinde olduklarını düşündürmektedir. 3. Sınıf seviyesine gelen bir öğrencinin mesleki sonuç beklentisi, 4. sınıfta da aynı tutumda devam edebilecektir.

Bu durum, sonraki yıllara ait mesleki beklentilerinin, öğrencilerin üniversitedeki ilk yılları içerisinde oluştuğunu düşündürmektedir.

Örnekleme oluşturan üniversitelerden *Beykent Üniversitesi* öğrencilerinin Mesleki Sonuç Beklentisi puanlarının, diğer üniversite öğrencilerinden daha yüksek olduğu ve YTU öğrencilerinden anlamlı derecede farklılaştığı görülmektedir. *BEU* öğrencilerinin Mesleki Sonuç Beklentisi ortalamalarını sırasıyla, *İU*, *İZU* ve *YTU* öğrencilerinki izlemektedir. Vakıf üniversitesinde eğitimin ücretli olmasının, bu durumda etkili olduğu düşünülebilir.

Fakülte değişkeni'ne göre yapılan analizlerde, Mesleki Sonuç Beklentisinin anlamlı farklılık gösterdiği görülmektedir. Öğrencilerin, 19-20 yaş öğrenci grubunun puanları diğerlerinden daha yüksek olmakla beraber; öğrencilerin 19-20 yaş, 21-23 yaş, 24-26 yaş, 27 yaş ve üzeri olma durumuna göre Mesleki Sonuç Beklentilerinde anlamlı farklılık görülmemektedir. Sonuçlara bakıldığında 27 yaş ve üzeri öğrencinin sayısının oldukça az olduğu görülmektedir (41 kişi %3.2). Bu durum, 27 yaş ve üzeri eğitim almak isteyenlerin örgün eğitim dışında eğitimleri tercih ettiklerini düşündürmektedir. Türkiye'de açıköğretim ve uzaktan eğitim fakültelerinin artışı, eğitim almak isteyen belli bir yaş üstü kişilerin hem bir işte çalışıp, hem eğitim alma avantajını değerlendirme amacıyla açık ve uzaktan eğitime yönelmeleri şeklinde açıklanabilir.

Üniversiteyi tercih sırası değişkenine yönelik analizlerin sonucuna göre; 1-5. tercih arasında yerleşenler ile 11-19. tercih arasında yerleşenlerin Mesleki Sonuç Beklentisinde anlamlı farklılık olduğu, okudukları üniversiteyi 1-5. arası tercih eden öğrencilerin Mesleki Sonuç Beklentisinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum öğrencilerin okudukları üniversiteyi ilk tercih sıralarında yazdıkları ve yüksek Mesleki Sonuç Beklentisi ile geldikleri şeklinde açıklanabilir. 6-10. tercih ile gelen öğrencilerin, 11-19. Tercihle gelen öğrencilerden daha yüksek beklentiye sahip oldukları görülmektedir. Dikkat çeken bir diğer bulguda, 20 ve üzeri tercihle gelen öğrencilerin, 11-19. tercih ve 6-10. tercih ile gelen öğrencilerden anlamlı derecede yüksek beklentiye sahip oldukları görülmektedir.

Üniversiteyi tercih nedeni değişkenine göre Mesleki Sonuç Beklentisinde farklılaşma durumu ile ilgili yapılan analiz sonucunda, öğrencilerin tercih nedenleri arasında anlamlı farklılık görülmektedir. Öğrencilerin büyük kısmının,

üniversitelerini, üniversitenin imajı ve imkanları için tercih ettikleri görülmektedir (516 kişi). Bunu puanı bu üniversiteye yettiği için ve ailenin, çevrenin etkisi ile tercih edenler izlemektedir. Benzer bir çalışmada ise, üniversite öğrencilerinin meslek tercihinde ailelerinin etkili olduğunu, bu nedenle mesleklerini değiştirmek istedikleri gözlemlenmiştir (Büyükgöze-Kavas, 2013).

Üniversitenin imajı ve imkanları için üniversiteyi tercih eden öğrencilerin Mesleki Sonuç Beklentisinin, yerleştirme puanına göre üniversiteyi seçme durumunda kalanlara göre daha yüksek olduğu, yine üniversiteyi maddi anlamda uygun olması nedeniyle tercih etmiş olanların, yerleştirme puanı nedeniyle seçme durumunda kalanlara göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum, öğrencinin okuduğu üniversiteyi, *üniversitenin imajı ve imkanları*'na göre tercih etmiş olması ve dolayısıyla, yüksek beklenti içinde üniversiteye başlamış olmasından kaynaklanıyor olabilir.

Mezuniyet sonrası öncelikle yapılması düşünülen durum değişkenine göre yapılan analizler sonucunda, *kamuda çalışmak* isteyen öğrencilerin Mesleki Sonuç Beklentisinin *özel sektörde çalışmak* isteyenlere göre, anlamlı derecede farklılaştığı görülmektedir. Sonuçlara bakıldığında, Mesleki Sonuç Beklentisi yüksek öğrencilerin kamuda çalışmak düşüncesinde oldukları görülmektedir. Bu duruma, öğrencilerin özel sektörle ilgili meslek ve kariyer anlamında umutsuzlarının neden olduğu söylenebilir. Kamuda iş garantisi düşüncesinin, özel sektördeki ücret ve kariyer anlamdaki belirsizliğin, öğrencilerin mezuniyet sonrası öncelikle yapmayı düşündüklerinde etkili olduğu söylenebilir.

5.1.3. Üçüncü Alt Amaca Yönelik Sonuçlar: Öğrenci Sadakatinin Çeşitli Değişkenlere Göre Analiz Sonuçları

Devlet üniversitesindeki öğrencilerin sadakat düzeylerinin, vakıf üniversitesindeki öğrencilerden anlamlı derecede yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum, örnekleme alınan devlet üniversitelerinin, vakıf üniversitelerinden daha köklü bir geçmişe sahip olmaları ve mezunlarıyla olan ilişkileriyle açıklanabilir. *Bayrak* (2007) ve *Dilşeker* (2011), vakıf ve devlet üniversitelerinde hizmet kalitesi, öğrenci memnuniyeti, imaj, sadakat ve tavsiye etme arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında, üniversite tarafından sunulan hizmetlerin öğrenciler tarafından nasıl algılandığını ve bu algılara göre oluşan memnuniyet düzeylerini devlet üniversitesi

ile vakıf üniversitesi öğrencilerini karşılaştırmışlar. Vakıf üniversitesindeki öğrencilerin memnuniyet düzeyinin, devlet üniversitesindeki öğrencilerden fazla olduğunu, *Dilşeker (2011)*, memnuniyetin sadakat ve üniversiteyi tavsiyeyi etkilediği gözlemlenmiştir.

Örnekleme oluşturan üniversitelerden İstanbul Üniversitesindeki öğrencilerin sadakat düzeylerinin “yüksek” düzeyde, Beykent Üniversitesi öğrencilerinin sadakat düzeylerinin “düşük” düzeyde olduğu ve İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversitesinin “orta” seviyede olduğu görülmektedir. Yine sonuçlara göre, İU öğrencilerinin İZU, BEU ve YTU öğrencilerine göre, YTU öğrencilerinin İZU ve BEU öğrencilerine göre, İZU öğrencilerinin BEU öğrencilerine göre daha yüksek sadakat tutumu gösterdikleri görülmektedir. Bu durum, İstanbul Üniversitesinin diğerlerinden daha köklü bir üniversite olmasının ve devam eden yıllar içerisinde mezunlarının statü ve mevkileri, mevcut öğrencilerin tutumunu etkilediği şeklinde açıklanabilir.

Öğrenci Sadakati Ölçeği puanlarının fakülte değişkenine göre farklılaşma durumu ile ilgili yapılan analizler sonucunda, fakülteler arasında anlamlı farklılıklar görülmektedir. Edebiyat Fakültesi öğrencilerinin Hukuk Fakültesi, İşletme Fakültesi ve Mühendislik Fakültesi öğrencilerinden daha yüksek tutuma sahip oldukları görülmektedir. Hukuk Fakültesi öğrencilerinin Fen-Edebiyat Fakültesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Mühendislik Fakültesi öğrencilerinden daha yüksek tutuma sahip oldukları görülmektedir. Eğitim Fakültesi öğrencilerinin Fen-Edebiyat Fakültesi, Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fakültesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi ve Mühendislik Fakültesi öğrencilerinden daha yüksek tutuma sahip oldukları görülmektedir. İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi ile İşletme Fakültesi öğrencilerinin Mühendislik Fakültesi öğrencilerinden daha yüksek tutuma sahip oldukları görülmektedir.

Sonuçlara bakıldığında, Edebiyat Fakültesi öğrencilerinin sadakat düzeylerinin diğerlerinden daha yüksek, Mühendislik Fakültesi öğrencilerinin de diğerlerinden daha düşük olduğu görülmektedir. Bu durum sosyoloji, tarih, felsefe gibi diğer insani bilimlerin, öğrencilere farklı sanatsal ve kültürel zenginlikler kazandırması ile beraber daha hassas bir yapıya sahip olmaları ya da bu alanlara yönelen öğrencilerin bu yönde birikimleri olduğunu düşündürmektedir.

Öğrenci Sadakatının sınıf düzeyi değişkenine göre farklılaşma durumu ile ilgili yapılan analiz sonucunda, sadakat düzeylerinin öğrencilerin 3. ve 4. sınıf olmalarına, 19-20 yaş, 21-23 yaş, 24-26 yaş, 27 yaş ve üzeri olma ve üniversiteyi tercih sırasına göre farklılık göstermediği görülmektedir. Sınıf seviyesi ve yaş seviyelerine göre Öğrenci Sadakatının değişmediği söylenebilir.

Cinsiyet değişkenine göre yapılan analiz sonucunda ise, kız öğrencilerin sadakat düzeylerinin, erkek öğrencilere göre anlamlı derecede yüksek olduğu görülmektedir. Kız öğrencilerinin üniversitelerine olan sadakatlerinin, erkek öğrencilere göre yüksek düzeyde olduğu söylenebilir. Kız öğrencilerin daha hassas ve duyarlı bir yapıya sahip olmalarının bu tutumda etkili olduğu söylenebilir.

Üniversiteyi tercih nedeni değişkenine göre farklılaşma durumu ile ilgili yapılan analizler sonucunda; “üniversitenin imajı ve imkanları” için tercih eden öğrencilerin, “puanı bu üniversiteye yettiği için”, “üniversitenin maddi anlamda uygun olması” ve “ailenin ve çevrenin etkisi” ile tercih eden öğrencilerden, “ailenin ve çevrenin etkisi” ile tercih yapan öğrencilerin, “puanı bu üniversiteye yettiği için”, “üniversitenin konumu ve ulaşım kolaylığı” ve “maddi anlamda uygun olması” nedeniyle tercih eden öğrencilerden sadakat düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Öğrencinin üniversitesine olan sadakat düzeyinde, öncelikle üniversitenin imajı ve imkanlarının, daha sonra ailenin ve çevrenin etkisinin önemli bir faktör olduğunu göstermektedir. Üniversiteyi maddi anlamda uygun olması nedeniyle tercihin, öğrencilerin sadakat düzeyinde daha az etkili olduğu söylenebilir. Üniversitenin imajının, öğrencinin sadakat tutumun önemli bir etkiye sahip olduğu söylenebilir. Bu durum, olumlu, saygın bir örgütsel imaja sahip ve mezun olunduğu zaman çeşitli iş ve kariyer olanakları sağlayacak bir üniversiteye öğrencilerinin sadakat tutumlarının yüksek olacağını göstermektedir.

Mezuniyet sonrası öncelikle yapılması düşünülen durum değişkenine yapılan analizler sonucunda; Öğrenci Sadakatının farklı düzeylerde olduğu görülmektedir. Kamuda çalışmak isteyenlerin, özel sektörde çalışmak ve kendi işini kurmak isteyenlerden; lisansüstüne devam etmek isteyenlerin ise özel sektörde çalışmak isteyenlerden sadakat düzeyinin yüksek olduğu görülmektedir. Sonuçlara bakıldığında özel sektörde çalışmak yerine kamuda çalışmak veya lisansüstüne devam etmek düşüncesinde olan öğrencilerin sadakat düzeylerinin de yüksek olduğu

görülmektedir. Bu durum üniversitelerin, mezuniyet sonrasında öğrencilerinin kamuda iş olanaklarını arttırarak, sadakat düzeylerini artırabileceğini düşündürmektedir. Araştırmanın sonuçları, *Helgesen ve Nessel (2007)*'in çalışmasıyla benzerlik göstermektedir. Üniversite imajı, hizmet kalitesi, imkanları, üniversite ve programın imajı, hizmet kalitesinin öğrenci memnuniyeti üzerinde etkili olduğu ve öğrenci memnuniyetinin, Öğrenci Sadakatini doğrudan etkilediğini belirlemişlerdir (Helgesen ve Nessel, 2007: 53). Öğrencilerin, kamuda iş avantajları ve mezun olduğu zaman iş garantisi sunabilecek bir üniversiteye karşı sadakat tutumu gösterecektir. Bununla beraber üniversiteler çeşitli iş ve sanayi kuruluşlarından destek alarak, özel sektör iş avantajları sağlayabilir ya da mevcut iş ve kariyer avantajlarını arttırabilirler.

5.1.4. Dördüncü Alt Amaca Yönelik Sonuçlar: Örgütsel İmaj ve Alt Boyutları İle, Mesleki Sonuç Beklentisi Arasındaki İlişkiler

Örgütsel İmaj ile Mesleki Sonuç Beklentisi arasında pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Örgütsel İmaj alt boyutu olan Kalite İmajı ile Mesleki Sonuç Beklentisi arasında, pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Örgütsel İmaj alt boyutu olan Program İmajı ile Mesleki Sonuç Beklentisi arasında ise, pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Örgütsel İmaj alt boyutu olan Genel Görünüm ve Fiziki Alt Yapı İmajı ile Mesleki Sonuç Beklentisi arasında, pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Örgütsel İmaj alt boyutu olan barınma-beslenme imajı ile Mesleki Sonuç Beklentisi arasında, pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur.

Sonuçlara bakıldığında üniversitelerin Kalite İmajının, Program İmajının, Genel Görünüm ve Fiziki Alt Yapı İmajının ve Barınma-beslenme İmajının, öğrencinin Mesleki Sonuç Beklentisi ile pozitif yönde ve düşük düzeyde anlamlı bir ilişkili olduğu görülmektedir. Öğrencilerin Mesleki Sonuç Beklentisi ile üniversitelerin Örgütsel İmajları düşük düzeyde ilişkidir. Üniversitelerin Örgütsel İmajlarını arttırdıklarında, öğrencilerinin Mesleki Sonuç Beklentisinin de olumlu yönde arttırılabileceği söylenebilir.

5.1.5. Beşinci Alt Amaca Yönelik Sonuçlar: Örgütsel İmaj ve Alt Boyutları İle Öğrenci Sadakati Arasındaki İlişkiler

Örgütsel İmaj ile Öğrenci Sadakati arasında pozitif yönlü orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Kalite İmajı ile Öğrenci Sadakati arasında, pozitif yönlü orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Program İmajı ile Öğrenci Sadakati arasında ise, pozitif yönlü orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Genel Görünüm ve Fiziki Alt Yapı İmajı ile Öğrenci Sadakati arasında, pozitif yönlü orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Barınma-beslenme İmajı ile Öğrenci Sadakati arasında, pozitif yönlü orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Örgütsel İmaj ile Kararlılık arasında pozitif yönlü orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Kalite İmajı ile Kararlılık arasında, pozitif yönlü orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Program İmajı ile Kararlılık arasında ise, pozitif yönlü orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Genel Görünüm ve Fiziki Alt Yapı İmajı ile Kararlılık arasında, pozitif yönlü orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Barınma-beslenme İmajı ile Kararlılık arasında, pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Örgütsel İmaj ile Kendini Adama arasında pozitif yönlü orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Kalite İmajı ile Kendini Adama arasında, pozitif yönlü orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Program İmajı ile Kendini Adama arasında ise, pozitif yönlü orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Genel Görünüm ve Fiziki Alt Yapı İmajı ile Kendini Adama alt boyut arasında, pozitif yönlü orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Barınma-beslenme İmajı ile Kendini Adama alt boyut arasında, pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur.

Genel olarak Örgütsel İmaj alt boyutları ile Öğrenci Sadakati alt boyutlarının orta düzeyde ilişkili olduğu görülmektedir. Literatürde sadakati belirleyici unsurları üzerine yapılan birçok araştırmada benzer sonuçlara rastlanmıştır; *Terblanche ve Hofmeyr* (2005), *Fornell* (1992), *Heskett, Sasser ve Schlesinger* (1997), *Heskett* (2002), *Oliver* (1999), *Auh ve Johnson* (2005) bunlardan birkaçıdır.

Karatekin (2017)'in, üniversite imajı, üniversiteye duyulan memnuniyet ve Öğrenci Sadakati üzerine yaptığı çalışma sonuçlarına göre; Öğrenci Sadakati, memnuniyet ve programının imajı arasında anlamlı orta düzeyde bir ilişki, üniversitenin imajıyla da yüksek düzeyde bir ilişki olduğu; üniversitenin imajı arttıkça, Öğrenci Sadakatinde de artış olduğu gözlemlenmiştir.

Helgesen ve Nasset (2007), üniversite imajı, hizmet kalitesi, imkanları, öğrencinin memnuniyeti, programının imajı ve öğrenci sadakatini arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Üniversite ve programın imajı, hizmet kalitesi, öğrencinin memnuniyeti üzerine yaptıkları çalışma sonucunda, hizmet kalitesinin öğrenci memnuniyeti üzerinde etkili olduğu ve öğrenci memnuniyetinin, öğrenci sadakati ile doğrudan ve yüksek derecede ilişkiye sahip olduğunu belirlenmiştir.

Alves ve Raposo (2007), üniversitenin imajının, teknik ve işlevsel kalite ile değer algısının öğrenci memnuniyetine etkisi olduğunu, öğrenci memnuniyeti ile imajın da Öğrenci Sadakatini etkilediğini, öğrenci memnuniyetinin ağızdan ağıza iletişimi etkilemediğini belirlemişlerdir. Bu durum örgütsel imajın memnuniyeti arttıracaklarını, bu memnuniyetin öğrencinin sadakatinde önemli belirleyici olacağını göstermektedir. Bu araştırmada da öğrencinin üniversitesine sadakatinde, kendini adanmasında ve kararlılığında bu kriterlerin önemli olduğu görülmektedir.

5.1.6. Altıncı Alt Amaca Yönelik Sonuçlar: Genel Aidiyet ve Alt Boyutları İle Mesleki Sonuç Beklentisi Arasındaki İlişkiler

Genel Aidiyet ile Mesleki Sonuç Beklentisi arasında, pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Genel Aidiyet alt boyutu olan Kabul edilme/İçerilme ile Mesleki Sonuç Beklentisi arasında, pozitif yönlü orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Genel Aidiyet alt boyutu olan Reddedilme/ Dışlanma ile Mesleki Sonuç Beklentisi arasında, negatif yönlü düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur.

Sonuçlara bakıldığında, üniversite öğrencisinin kabul edilme /içerilme algısının, Mesleki Sonuç Beklentisini olumlu yönde; Reddedilme/Dışlanmanın artmasının da Mesleki Sonuç Beklentisini negatif yönde arttıracakları görülmektedir. Öğrencinin Reddedilme/ Dışlanma algısı yükseldikçe, Mesleki Sonuç Beklentisi de olumsuz yönde artmaktadır. Bu durum üniversitelerin öğrencilerinin aidiyetlerinde artışa sebep olacak uygulamalara önem vermeleri halinde, öğrencilerin Mesleki Sonuç Beklentisini olumlu düzeyde arttıracaklarını göstermektedir. Bu noktada öğrencilerin üniversite adına alınacak kararlara katılması, çeşitli etkinliklerde bulunması, mesleki ve kariyer çalışmalarına dahil edilmesi önerilebilir.

5.1.7. Yedinci Alt Amaca Yönelik Sonuçlar: Genel Aidiyet ve Alt Boyutları İle Öğrenci Sadakati Arasındaki İlişkiler

Sonuçlara bakıldığında, Genel Aidiyet ile Öğrenci Sadakati arasında, pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Genel Aidiyet ile Kararlılık arasında pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı, Kendini Adama arasında pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Kabul edilme/ İçerilme ile Öğrenci Sadakati arasında pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Kabul edilme/ İçerilme ile Kararlılık ile pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Kabul edilme/ İçerilme ile Kendini Adama ile pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Reddedilme/ Dışlanma alt boyutu ile Kararlılık arasında, Kendini Adama arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Öğrencinin Kabul edilme/ İçerilme algısının, Kararlılık ve Kendini Adama tutumunu etkilediği söylenebilir. Kabul edilme/ İçerilme algısının düşük düzeyde de olsa, öğrencinin sadakati ile ilişkili olduğu görülmektedir.

Benzer bir çalışmada, *Thomas* (2011), Hindistan'daki üniversite öğrencilerin menuniyet düzeyini arttırmanın, kurama bağlılığı arttırdığını gözlemlemiştir. Üniversite yönetimlerinin, öğrencilerinin Genel Aidiyetlerini arttıracak uygulamalara önem verirdiklerinde, eğitim süresinde ve mezuniyet sonrası öğrencilerinin sadakat tutumlarını arttırabilecekleri söylenebilir.

5.1.8. Sekizinci Alt Amaca Yönelik Sonuçlar: Örgütsel İmaj ve Genel Aidiyetin Mesleki Sonuç Beklentisini Yordaması

Örgütsel İmaj ve Genel Aidiyet alt boyutlarının Mesleki Sonuç Beklentisini yordamasına yönelik çoklu doğrusal regresyon analizi sonucunda; Kalite İmajı, Kabul edilme/ İçerilme, Reddedilme/ Dışlanma alt boyutlarının, Mesleki Sonuç Beklentisini anlamlı bir şekilde yordadığı görülmektedir. Bu durum üniversitenin Kalite İmajının, öğrencinin aidiyeti ile birlikte Mesleki Sonuç Beklentisinde belirleyici olduğunu göstermektedir. Örgütsel İmaj ve genel aidiyet alt boyutları birlikte, Mesleki Sonuç Beklentisindeki değişimin %12'sini açıklamaktadır. Bu sonuç, düşük düzeyde de olsa, Mesleki Sonuç Beklentinde belirleyici olduğunu göstermektedir.

Sonuçlara bakıldığında, yordayıcı değişkenlerin, Mesleki Sonuç Beklentisi üzerindeki görece önem sırasının, Mesleki Sonuç Beklentisi üzerindeki görece önem sırasının; Kabul edilme/ İçerilme, Kalite İmajı, Reddedilme/ Dışlanma, Barınma-beslenme İmajı, Program İmajı, Genel Görünüm ve Fiziki Alt Yapı İmajı olduğu görülmektedir. Modelde görece olarak Kabul edilme/ İçerilme en önemli yordayıcı konumundadır. Genel Görünüm ve Fiziki Alt Yapı İmajı ise modelde en az öneme sahip yordayıcı olduğu görülmektedir. Bu durum, Genel Aidiyet düzeylerinin öğrencilerin Mesleki Sonuç Beklentisi üzerinde önemli etkiye, Genel Görünüm ve Fiziki Alt Yapı İmajının ise en az etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Reddedilme/ Dışlanma arttıkça, üniversite öğrencilerinin Mesleki Sonuç Beklentisi azalmaktadır. Bireyin önemsenme, sevilme, saygı duyulma ve ait olma bireyin psikolojik sağlığı açısından önemli yer teşkil ederken, toplumsal aidiyetin yokluğu, reddedilme, soyutlanma ve yabancılaşma gibi duygularının artmasına neden olmakta ve ruh sağlığını olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu durum üniversite öğrencisinin mesleki sonuç beklentilerinde karamsarlığa neden olduğunu göstermektedir. Öğrencilerin aidiyet düzeyini artıracak etkinliklere yer verilmesi, üniversite adına alınacak kararlara onların da dahil edilmesiyle, Mesleki Sonuç Beklentilerinin artacağı söylenebilir. Sonuçlarda, Kalite İmajının öğrencilerin Mesleki Sonuç Beklentilerinde önemli etkiye sahip olduğu görülmektedir. Üniversitelerin, Genel Görünüm ve Fiziki Alt Yapı İmajlarından daha fazla Kalite İmajlarına önem vermelerinin, öğrencilerin Mesleki Sonuç Beklentilerinde olumlu etki sağlayacağı söylenebilir.

5.1.9. Dokuzuncu Alt Amaca Yönelik Sonuçlar: Örgütsel İmaj ve Genel Aidiyetin Öğrenci Sadakatini Yordaması

Örgütsel İmaj ve Genel Aidiyet alt boyutlarının Öğrenci Sadakatini ne derecede yordadığını ortaya koymaya yönelik çoklu doğrusal regresyon analizi sonucunda; Kalite İmajı ile Program İmajının, Öğrenci Sadakatinin Kararlılık alt boyutunda anlamlı yordayıcılar olduğu görülmektedir. Genel Gör. ve Fiziki Alt Yapı İmajı, Barınma-Beslenme İmajı, Kabul Edilme/ İçerilme ve Reddedilme/ Dışlanmanın etkisi anlamlı düzeyde bulunmamıştır. Öğrenci Sadakatinin Kendini Adama alt boyutunda, Kalite İmajı, Program İmajı, Genel Gör.ve Fiz. Altyapı İmajı, Kabul Edilme/İçerilme ve Reddedilme/Dışlanmanın anlamlı yordayıcılar oldukları

görülmektedir. Öğrencinin Kendini Adama tutumunu üniversitenin örgütsel imajı etkilidir. Kalite imajı, Program İmajı algısı, genel görünümü ve fiziki altyapısı etkilemektedir. Aynı şekilde, öğrencinin genel aidiyetinin, sadakatinde etkili olduğu görülmektedir.

Benzer çalışmalarda; *Terblanche* (2005), *Arambewela ve Hall* (2009), *Andreassen ve Lindestad* (1998), *Hart ve Johnson* (1999), *Zeithaml, Berry ve Parasuraman* (1996) ve *Boulding, Kolra, Staelin ve Zeithaml* (1993) bağlılığının, müşteri memnuniyetinin tek belirleyici olmadığını, memnuniyetin, kuruma aidiyet ile birlikte sadakati yordadığını ortaya koymuşlardır. *Yu ve Kim* (2008), üniversite yaşam kalitesinin, öğrencinin sadakati üzerinde olumlu etkisi olduğunu belirlemişlerdir. *Lin ve Tsai* (2008), öğrenci sadakati, eğitim hizmetleri kalite algısı, bağlılığın iyi bir fikir olduğu algısı ile diğerlerinin bağlılığı algısı değişkenleri arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Eğitim hizmetleri kalite algısı, diğerlerinin bağlılığı algısının, yönetim hizmetleri kalite algısını yordadığı ve bağlılığın iyi bir fikir olduğu algısı ile eğitim hizmetleri kalite algısının da öğrenci sadakatini yordadığını belirlemişlerdir.

Hennig-Thurau, Langer ve Hansen (2001), öğrenci sadakati ile algılanan eğitim hizmetleri kalitesi, üniversitenin personeline güven ve kuruma bilişsel, duygusal ve amaçsal bağlılık değişkenleri arasındaki ilişki kalitesinin, üniversiteye güvenin, kuruma olan duygusal bağlılığı etkilediğini belirlemişlerdir. Bununla birlikte, öğretim kalite algısı ile öğrencilerin üniversitelere olan duygusal bağlılıkları arasında güçlü bir ilişki olduğu, güven ile Öğrenci Sadakati arasında doğrudan ve orta düzeyli ilişki olduğunu belirlenmişlerdir.

5.2. Öneriler

5.2.1. Uygulayıcılar İçin Öneriler

1. Çalışmada Kalite İmajının, Program İmajının Öğrenci Sadakatinin Kararlılık Boyutunda etkili olduğu bulunmuştur. Bu noktada üniversitelerin Kalite ve Program İmajlarına önem vermeleri, imajın yönetilme sürecinin sağlıklı olması ve yükseköğretim personelinin paydaşlarla olan ilişkileri önemlidir.

2. Üniversitelerin, Kalite İmajı, Program İmajı, Genel Görünümü ve Fiziki Altyapısı İmajının, Öğrencinin Sadakatının Kendini Adama boyutunu etkilemektedir. Kaliteli bir altyapı, güçlü bir akademik kadro, zamanın gereklerine uygun nitelikli programların açılması, mevcut programların müfredatlarının iyileştirilmesi, eğitim çıktılarının niteliğinin artırılması, paydaşların ilgi ve ihtiyaçları doğrultusunda hizmetlerin düzenlenmesi, yükseköğretimde Örgütsel İmaj algısını arttıracak, bu durum öğrencinin sadakat tutumunu etkileyecektir.
3. Üniversitelerin Kalite İmajı öğrencilerin Mesleki Sonuç Beklentisinde de önemli etkiye sahiptir. Mesleğe yönelik derslerin ve alan uygulamalarının artırılması, mevcut programların müfredatlarının iyileştirilmesi bu noktada etkili olacaktır. Öğrencinin Mesleki Sonuç Beklentisinde, üniversitelerin Barınma-beslenme, Genel Görünüm ve Fiziki Alt Yapı İmajından daha çok Kalite İmajının etkili olduğu görülmektedir. Bu noktada üniversitelerin, genel görünüm ve fiziki alt yapıları çalışmaları yanısıra, Kalite İmajlarına yönelik çalışmalara önem vermeleri, örgütsel imaj algılarını yükselterek, öğrencilerinin Mesleki Sonuç Beklentisini de arttırabilirler.
4. Yükseköğretimde öğrenci katılımını hem niceliksel hem niteliksel arttırmak amacıyla eğitim politikaları ve buna dönük uygulamaların belirlenmesi, yükseköğretim personelinin bu konuya yönlendirilmesi önemlidir. Üniversitenin fiziki alt yapısı, öğrencilerin ihtiyaçlarını karşılamada yeterli bir hale getirilebilir. Gerekğinde bu konuda maddi destek sağlayacak iş ve sanayi dünyasından yararlanılabilir.
5. Çalışma sonuçlarına göre; üniversite öğrencilerinin Reddedilme/ Dışlanma algıları arttıkça, Mesleki Sonuç Beklentileri azalmaktadır. Öğrencinin aidiyet düzeyinin arttıracak etkinliklere yer verilmesinin, üniversite adına alınacak kararlarda öğrencilerin dahil edilmesinin, Mesleki Sonuç Beklentilerini arttıracığı söylenebilir.
6. Akademisyenlerin ders dışındaki zamanlarında öğrencilerle iletişim halinde olması, öğrencilerin entelektüel, akademik gelişimlerine ve onların genel aidiyetlerine katkı sağlayabilecektir.

7. Vakıf ve devlet üniversitesitelerinde, öğrencilerinin meslek ve kariyer beklentisine yönelik çalışmalara daha fazla ağırlık verilebilir. Üniversiteler sanayi ve iş dünyasıyla sürekli iş birliği içerisinde olabilir, çeşitli programlar, seminerler arayıcılığıyla, iş ve sanayi dünyasını öğrencileriyle buluşturabilir.
8. Sonuçlara bakıldığında mezuniyet sonrası özel sektör yerine kamuda çalışmak düşüncesindeki öğrencilerin, sadakat düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Üniversitelerin mezuniyet sonrası kamuda daha fazla iş olanakları sunarak, öğrencilerinin sadakat düzeylerini artıracakları söylenebilir. Üniversiteler, mezuniyet öncesi özellikle son iki sınıf düzeyi öğrencilerine, meslek seçimi ve kariyer planlamada her türlü desteği sağlayabilir, onların meslek ve kariyer endişelerini giderebilir.
9. Öğrencinin aidiyetine yönelik uygulamaların sayısı ve niteliği artırılabilir. Çeşitli etkinlik ve şenlikler, öğrencinin beklentileri ve geri bildirimleri doğrultusunda düzenlenebilir. Bu uygulamaların öğrencinin üniversitesine olan aidiyetini arttıracakları söylenebilir.

5.2.2. Araştırmacılar İçin Öneriler

1. Bu çalışma, İstanbul ilinde bulunan, iki vakıf, iki devlet üniversitesi lisans öğrencileri ile gerçekleştirilmiştir. Yükseköğretimdeki diğer paydaşlara yönelik araştırmalar ve bu paydaşlar arasında karşılaştırmalar yapılabilir.
2. Bu çalışma, nicel araştırma yöntemleri ile gerçekleştirilmiştir. Benzer çalışma nitel ya da karma araştırma yöntemi kullanılarak yapılabilir.
3. Çalışmada yer alan değişkenlerin birbirleriyle anlamlı ilişkiler sergiledikleri görülmektedir. Bir model geliştirilerek, ölçülen ve gizil değişkenler arasındaki nedensel ilişkiler ortaya konulabilir.

KAYNAKLAR

- Abratt, R., & Mofokeng, N.T. (2001). "Development and Management of Corporate Image in South Africa", *European Journal of Marketing*, 35(3/4), ss.368-386.
- Afşar, A., Ayaz, E. ve Fettahlıoğlu, Ö.O. (2016). Hizmet İşletmelerinde Kurumsal İmaj Algısının Kurumsal İtibar Üzerine Etkisi, *3rd International Congress On Social Sciences, China To Adriatic*, 27-30 October 2016, Antalya, 60-70.
- Akyüz, Y. (2011). Osmanlı Döneminden Cumhuriyete Geçilirken Eğitim-Öğretim Alanında Yaşanan Dönüşümler. *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi*, 1(2), 9-22.
- Akyüz, Y. (2013). *Türk eğitim tarihi*. Gözden geçirilmiş 25. Baskı. Pegem Yayıncılık. Ankara.
- Allen, J. & Meyer, P. (1990). The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 63 (1), 18-38.
- Altinkurt, Y., Yılmaz, K. ve Erol, E. (2014). "Pedagojik Formasyon Programı Öğrencilerinin Öğretmenlik Mesleğine Yönelik Motivasyonları", *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(1), 48-62.
- Alves, H., & Raposo, M. (2007). Conceptual Model of Student Satisfaction in Higher Education. *Total Quality Management and Business Excellence*, 18(5), 571-588.
- Alptekin, D. (2011). Toplumsal aidiyet ve gençlik: Üniversite gençliğinin aidiyeti üzerine sosyolojik bir araştırma. Doktora tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Andreassen, T.W., & Lindestad, B. (1998). Customer loyalty and complex services. *International Journal of Service Industry Management* 9(1), 7-23.
- Anderson, E. W., & Sullivan, M. W. (1993). The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction for Firms. *Marketing Science*, 12(2), 125-143.

- Arambewela, R., & Hall, J. (2009). An Empirical Model Of International Student Satisfaction. *Asia Pacific Journal Of Marketing And Logistics*, 21(4), 555-569.
- Auh, S., & Johnson, M.D. (2005). Compatibility effects in evaluations of satisfaction and loyalty. *Journal of Economic Psychology* 26(1), 35-57.
- Ayhan, D. Y. ve Karatepe, O. M. (2000). Kurumsal İmajı Belirleyen Değişkenler: Ampirik Bir Değerlendirme, 5. *Ulusal Pazarlama Kongresi, Antalya*, 16-18.
- Bacanlı, F. (2012). Kariyer Karar Verme Güçlükleri Ve Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançların İlişkisi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(37), 86-95.
- Bağçeci, B., Yıldırım, İ., Kara, K. ve Keskinpalta, D. (2015). “Pedagojik Formasyon ve Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Öğretmenlik Mesleğine Yönelik Tutumlarının Karşılaştırılması”, *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17(1), 307-324.
- Bakan, Ö. (2005). *Kurumsal İmaj: Oluşumu Ve Etkili Faktörler*. Tablet Kitabevi. Konya.
- Balcı, A. (2002). *Etkili Okul, Okul Geliştirme: Kuram Uygulama Ve Araştırma*. Pegem Yayıncılık. Ankara.
- Barich, H. & Kotler, P. (1991). “A Framework for Marketing Image Managment”, Sloan Management Review; *Academic Reseach Library, Chicago, It*, 32 (2), ss. 94-104.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The Need To Belong: Desire For Interpersonal Attachments As A Fundamental Human Motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497-529.
- Bayrak, B. (2007). Yükseköğretim Kurumlarından Beklenen Hizmet Kalitesi ve Hizmet Kalitesinin Algılanmasına Yönelik Bir Araştırma. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Boulding, W., Kobra, A., Straelin, R. & Zeithaml, V. (1993). A Dynamic Process Model Of Service Quality. *Journal of Marketing Research XXX (February)*, 7-27.

- Bolat, O. İ. (2006). Konaklama İşletmelerinde Kurumsal İmaj Oluşturma Süreci. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(15), 107-126.
- Brewer, D. J., Gates, S. M., & Goldman, C. A. (2002). In Pursuit of Prestige: Strategy and Competition in US. *Higher Education*. New Brunswick, NJ: Transaction.
- Brown, D. (2003). *Career Information, Career Counseling, And Career Development* (8th ed). Boston: Allyn and Bacon.
- Büyüköztürk, S. (2005). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Büyüköztürk, Ş., & Bökeoğlu, O. ve Köklü, N. (2009). *Sosyal Bilimler İçin İstatistik*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Büyüköze-Kavas, A. (2013). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Aldıkları Mesleki Rehberlik Hizmetleri Ve Mesleklerini Değiştirmek İsteme Düzeylerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Eğitim Bilimleri Dergisi*, 21(21), 111-122.
- Callarisa Fiol, L. J., Bigne Alcaniz, E., Moliner Tena, M. A., & García, J. S. (2009). *Customer loyalty in clusters: perceived value and satisfaction as antecedents*. *Journal of Business-to-Business Marketing*, 16(3), 276-316.
- Cerit, Y. (2006). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Üniversitenin Örgütsel İmaj Düzeyine İlişkin Algıları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 47, 343-365.
- Ceylan, A. ve Özbal, S. (2008). Özdeşleşme Yoluyla Sadakat Oluşturma Üzerine Üniversite Mezunları Arasında Yapılan Bir Çalışma, *C.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi*, 9 (1) 81-110.
- Chen, C. P. (1999). Transition To Higher Education: Major Aspects And Counseling Guidelines. *Guidance and Counseling*, 4 (3), 31-37.
- Chickering, A.W., & Gamson, Z. (1987). Seven Principles of Good Practice in Undergraduate Education. *American Association for Higher Education and Accreditation Bulletin*, 39 (7), 3-7.

- Chickering, A. W., & Reisser, L. (1993). *Education and identity*. San Francisco: Jossey- Bass.
- Clerfeuille, F., & Poubanne, Y. (2003). Differences In The Contributions Of Elements Of Service To Satisfaction, Commitment And Consumers' Share Of Purchase: A Study From The Tetraclass Model. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing* 12(1), 66-81.
- Collins C. J., & Stevens C. K. (2001). Initial Organizational Images And Recruitment: A Within-Subjects Investigation Of The Factors Affecting Job Choices. *Corporate Communications: An International Journal*, 6(4), 205-216.
- Çalık-Var, E. (2013). "Üniversite Öğrencilerinde ve Mezunlarında Öğrenci Sadakatini Yordayan Değişkenlerin Yapısal Eşitlik Modellemesiyle İncelenmesi" Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, Ankara.
- Çavlı, S., & Koç, M. (2017). Yükseköğretimde Kalite Uygulamaları İle İş Tatmini Arasındaki İlişki: Mersin-Sakarya Üniversitesi Örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(53), 650-667.
- Çelik, N., & Üzmez, U. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Meslek Seçimini Etkileyen Faktörlerin Değerlendirilmesi: Çağrı Merkezi Hizmetleri Örneği. *Elektronik Mesleki Gelişim Ve Araştırmalar Dergisi*, 2(1), 94-105.
- Çetin, R. (2004). Planning And Implementing İnstitutional İmage And Promoting Academic Programs İn Higher Education. *Journal Of Marketing Higher Education*, 13 (1): 57-75.
- Çikrıkci, Ö. (2015). Öz- Belirleme Kuramına Göre İhtiyaç Doyumunun Olumlu Yönelimler Üzerindeki Etkisinin Bağlanma Stilleri Açısından İncelenmesi. Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bilim Dalı, Doktora Tezi. Erzurum.
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis For The Behavioral Sciences* (2nd ed.). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

- Cohen, L., Manion, L. & Morrison, K. (2007). *Research Methods in Education*. London, Routledge.
- Derin, N., & Demirel, E. T. (2010). Kurum İmajının Kurum Kimliği Açısından Açıklanabilirliği: İnönü Üniversitesi Turgut Özal Tıp Merkezi Örneği. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 13(2).
- Dilşeker, F. (2011). Devlet ve Vakıf Üniversitelerinde Hizmet Kalitesi, Öğrenci Memnuniyeti, İmaj, Sadakat ve Tavsiye Etme Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uşak.
- Dick, A. S., & Basu, K. (1994). Customer loyalty: toward an integrated conceptual framework. *Journal of the academy of marketing science*, 22(2), 99-113.
- Dinç, E. (2008). Meslek Seçiminde Etkili Faktörlerin İncelenmesi: Meslek Yüksek Okulu- Muhasebe Programı Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16 (2), 90-106.
- Dipeolu, A., Reardon, R., Sampson, J., & Burkhead, J. (2002). The Relationship Between Dysfunctional Career Thoughts And Adjustment To Disability In College Students With Learning Disabilities. *Journal of Career Assessment*, 10(4), 413-427.
- Duru, E. (2008a). Üniversiteye Uyum Sürecinde Yalnızlığı Yordamada Sosyal Destek ve Sosyal Bağlılığın Doğrudan ve Dolaylı Rollerini. *Türk PDR (Psikolojik Danışma ve Rehberlik) Dergisi*, Sayı: 29, s. 13-22.
- Duru, E. (2015). Genel Aidiyet Ölçeğinin Psikometrik Özellikleri: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 5(44).
- Duru, E., & Balkıs, M. (2015). Birey-Çevre Uyumu, Aidiyet Duygusu, Akademik Doyum Ve Akademik Başarı Arasındaki İlişkilerin Analizi. *Ege Eğitim Dergisi*, 16(1), 122-141.
- Eraslan, L., & Çakıcı, D. (2011). Pedagojik Formasyon Programı Öğrencilerinin Öğretmenlik Mesleğine Yönelik Tutumları, *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 19(2), 427-438.
- Erdem, B., & Kayran M. F. (2013). Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Ve Otelcilik Yüksekokulu Öğrencilerinin Meslek Seçimini Etkileyen Faktörler

- Üzerine Bir Araştırma. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(1), 81-106.
- Erdoğan, S., Şanlı, H.S. ve Bekir, H.S. (2005). Gazi Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Üniversite Yaşamına Uyum Durumları. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 13(2), 479-496.
- Erdoğan, B.Z., Develioğlu, K., Gönüllüoğlu, S. ve Özkaya, H. (2006). Kurumsal İmajın Şirketin Farklı Paydaşları Tarafından Algılanışı Üzerine Bir Araştırma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15, 55-76.
- Erdoğdu, M.Y. ve Aydındağ, Z. (2013). Öğretmenlerin Kurumsal Özdeşleşme Ve Bağlılıklarının Algılanan Yönetici Davranışları Açısından İncelenmesi. *İstanbul Sabahattin Zaim. Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(2), 158-178.
- Erkmen, T. ve Çerik, Ş. (2007). Kurum İmajını Oluşturan Kurum Kimliği Boyutları Bağlamında Örgüte Bağlılığın İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Öneri Dergisi, İstanbul*, 7 (28), 2007, 107-119.
- Eryılmaz, A., & Aypay, A. (2011). Ergen Öznel İyi Oluşu İle Kimlik Statüsü İlişkisinin İncelenmesi. *Dicle University Journal of Ziya Gokalp Education Faculty*, 16.
- Fettahlıoğlu, Ö.O (2016). İşletmelerin Cam Kalkanı Olan Kurumsal İmaj ve İtibar Algısı Üzerinde Yaratıcılığın Etkisi, *3rd International Congress On Social Sciences, China To Adriatic*, 27-30 October 2016, Antalya, 154-167.
- Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing* 55(1), 1–21.
- Genç, G., Kaya, A. ve Genç M. (2007). İnönü Üniversitesi Tıp Fakültesi Öğrencilerinin Meslek Seçimini Etkileyen Faktörler. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8(14), 49-63.
- Gemlik, N. ve Sığırı, U. (2007). Kurum İmajı Analizi Ve Bir Belediye Üzerindeki Uygulamanın Değerlendirilmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(11), 267-282.

- Gosling, J. (2004). *Introductory statistics: a comprehensive, self-paced, step by step statistics course for tertiary students*. Australia, Glebe: Pascal Press.
- Göker, M. (1996). *2000'li Yillarda Kamu ve Özel Sektörde Yeniden Yapılanma*, TÜGİAD, İstanbul.
- Gurbetoğlu, A. (2015). Tanzimat'tan Günümüze Türkiye'de Öğretmen Yetiştirme Çabaları Ve Geçmişten Alınmayan Dersler. *TYB Akademi Dil Edebiyat ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(13), 75-94.
- Güney, S. (2015). *Örgütsel Davranış* (3. basım). Ankara: Nobel Yayınları.
- Glass, C. R., & Westmont, C. M. (2014). Comparative Effects Of Belongingness On The Academic Success And Cross-Cultural Interactions Of Domestic And International Students. *International Journal of Intercultural Relations*, 38, 106-119.
- Heskett, J.L., Sasser, W.E. (Jr.), & Schlesinger, L.A. (1997). *The Service Profit Chain. How Leading Companies Link Profit And Growth To Loyalty, Satisfaction And Value*. New York: The Free Press.
- Heskett, J.L. (2002). Beyond customer loyalty. *Managing Service Quality*. 12(6), 355-357.
- Hacıfazlıoğlu, Ö. (2006). Avrupa Birliği Yükseköğretim Kalite Göstergeleri Ve Türkiye Örneği. (Yayınlanmamış Doktora tezi). Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Hart, C. W., & Johnson, M. D. (1999). Growing The Trust Relationship. *Marketing Management*, 8(1), 8.
- Hausmann, L. R. M, Schofield, J. W., & Woods, R. L. (2007). Sense Of Belonging As A Predictor Of Intentions To Persist Among African American And White First-Year College Students. *Research in Higher Education*, 48(7), 803-839.
- Helgesen, Q., & Nettet, E. (2007). Images, Satisfaction and Antecedents: Drivers of Student Loyalty? *A Case Study of a Norwegian University College*. *Corporate Reputation Review*. 10 (1), 22-38.

- Hennig-Thurau, T., Langer, M. F., & Hansen, U. (2001). Modeling and Managing Student Loyalty – An Approach Based on The Concept of Relationship Quality. *Journal of Service Research*, 3(4), 331–344.
- Highhouse, S., Zickar, M. J., Thorsteinson, T. J., Stierwalt, S. L., & Slaughter, J. E. (1999). Assessing company employment image: An example in the fast food industry. *Personnel Psychology*, 52, 151-172.
- Hill, C. W.L., & Gareth. R. J. (1992), *Strategic Management An Integrated Approach*, 2th ed., Houghtor Mifflin Company, USA.
- Hill, L. H. (2006). Sense Of Belonging As Connectedness, American Indian Worldview, And Mental Health. *Archives of Psychiatric Nursing*, 20(5), 210–216.
- Hırlak, B., Taşlıyan, M., Güler, B., & Ceyhan, Y. (2017). Algılanan Hizmet Kalitesi, Müşteri Memnuniyeti, Müşteri Sadakati ve Bazı Sosyo-Demografik Değişkenler Arasındaki İlişkiler. *Social Sciences Studies Journal (SSSJournal)*, 3(2).
- Iniesta, M.A., & Sanchez, M. (2002). Retail-Consumer Commitment And Market Segmentation. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* 12(3), 261-279.
- Işık, E. (2010). Sosyal Bilişsel Kariyer Teorisi Temelli Bir Grup Müdahalesinin Üniversite Öğrencilerinin Kariyer Kararı Yetkinlik Ve Mesleki Sonuç Beklenti Düzeylerine Etkisi. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: Adana.
- Işık, E. (2013). Mesleki Sonuç Beklentisinin Yordayıcıları Olarak Algılanan Sosyal Destek Ve Denetim Odağı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 13(3), 1419-1430.
- İbicioğlu, H. (2005). Üniversite Öğrencilerinde Kurumsal İmaj Algılamalarını Etkileyen Faktörlere İlişkin SDÜ İİBF Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2).

- İlğan, A., Sevinç, Ö.S. ve Arı, E. (2013). “Pedagojik Formasyon Programı Öğretmen Adaylarının Mesleki Tutum ve Çağdaş Öğretmen Algıları”, *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 32(2), 175-195.
- İşcan, Ö. F., & Karabey, C. N. (2007). Örgüt İklimi İle Yeniliğe Destek Algısı Arasındaki İlişki. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 180-193.
- Jo Hatch, M., & Schultz, M. (1997). Relations Between Organizational Culture, Identity And İmage. *European Journal of marketing*, 31(5/6), 356-365.
- Kağıtçıbaşı, Ç., & Cemalcılar, Z. (2014). *Dünden Bugüne İnsan Ve İnsanlar: Sosyal Psikolojiye Giriş*, 16. Baskı, İstanbul: Evrim Yayınevi.
- Kalaycı, Ş. (2016). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın.
- Kandampully, J., & Suhartanto, D. (2000). Customer Loyalty İn The Hotel İndustry: The Role Of Customer Satisfaction And İmage. *International journal of contemporary hospitality management*, 12(6), 346-351.
- Karasar, N. (2002). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım Ltd.Şti
- Karatekin, A. Y. (2017). Üniversite İmajı, Üniversiteye Duyulan Memnuniyet Ve Öğrenci Sadakati Arasındaki İlişkileri Anlamaya Yönelik Bir Araştırma. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (IBAD)*, 2(2), 270-280.
- Karaca, P. Ö., Çakırel, Ö. A., & Çakırel, Y. (2014). Büro Yönetimi Ve Yönetici Asistanlığı Öğrencilerinin Sekreterlik Mesleği İle İlgili Görüşlerinin Belirlenmesi. *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 4(3).
- Kartal, T. ve Afacan, Ö. (2012). “Pedagojik Formasyon Eğitimi Alan Öğretmen Adaylarının Öğretmenlik Mesleğine İlişkin Tutumlarının İncelenmesi”, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(24), 76-96.
- Kazoleas, D., Kim Y., & Moffitt, M. A. (2001). *Institutional image: A Case Study*. *Corporate Communications*, 6(4), 205-216.

- Kepir, D. D. (2011). Üniversite Adaylarında Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar, Mesleki Olgunluk Ve Umut Düzeyleri. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Kılcan, B., Keçe, M., Çepni O., & Kılınç, A. Ç. (2014). Öğretmen Adaylarının Öğretmenliği Bir Meslek Olarak Seçme Nedenleri. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 22(1), 69-80.
- Kızgıt, S. ve Ergöl, Ş. (2011). Sağlık Yüksekokulu Öğrencilerinin Hemşireliği Algılayışı Hemşirelik Rollerine Ve Hemşireliğin Geleceğine Bakışı. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 14(2), 10-15.
- King, K. A., Vidourek, R. A., Davis, B., & McClellan, W. (2002). Increasing Self-Esteem And School Connectedness Through A Multidimensional Mentoring Program. *Journal of school health*, 72(7), 294-299.
- Kleiman, T., Gati, I., Peterson, G., Sampson, J., Reardon, R., & Lenz, J. (2004). Dysfunctional Thinking And Difficulties In Career Decision Making. *Journal of Career assessment*, 12(3), 312-331.
- Koçel, T. (2001). *İşletme Yöneticiliği*. Göz.Geç. 8.baskı. Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş, İstanbul.
- Korkut-Owen, F., Kepir, D. D., Özdemir, S., Ulaş, Ö. ve Yılmaz, O. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Bölüm Seçme Nedenleri. *XI. PDR Kongresi*. İzmir, Türkiye.
- Köybaşı, F., Uğurlu, C. T., & Ceylan, N. (2016). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin GörüşlerineGöre Üniversitenin Örgütsel İmajının Değerlendirilmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(3), 885-896.
- Lee, R. M., & Robbins, S.B. (1998). The Relationship Between Social Connectedness And Anxiety, Self- Esteem, And Social Identity. *Journal of Counseling Psychology*, 45(3), 338-345.
- Lent, R. W. (2005). A social cognitive view of career development and counseling. In S. D. Brown & R. W. Lent (Eds.), *Career development and counseling: Putting theory and research to work* (pp. 101-127). Hoboken, NJ: Wiley.

- Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (1994). Toward A Unifying Social Cognitive Theory Of Career And Academic Interest, Choice, And Performance [Monograph]. *Journal Of Vocational Behavior*, 45, 79-122.
- Levett-Jones, T., Lathlean, J., Maguire, J., & Mcmillan, M. (2007). Belongingness: A Critique Of The Concept And Implications For Nursing Education. *Nurse Education Today*, 27(3), 210-218.
- Lin, C., & Tsai, Y. (2008). Modeling Educational Quality And Student Loyalty: A Quantitative Approach Based On The Theory Of Information Cascades. *Quality and Quantity*, 42, 397–415.
- Luzzo, D. A., & Day, M. A. (1999). Effects Of Strong Interest Inventory Feedback On Career Decision-Making Self-Efficacy And Social Cognitive Career Beliefs. *Journal Of Career Assessment*, 7(1), 1-17.
- Malone, G.P., Pillow, D. R., & Osman, A. (2012). The General Belongingness Scale (GBS): Assessing Achieved Belongingness. *Personality And Individual Differences*, 52, 311–316.
- Massey, J. E. (2003). *A Theory Of Organizational Image Management Antecedents Processes Outcomes*. Paper Presented At The International Academy Of Business Disciplines Annual Conference, Orlando.
- Marken, G. A. (1990). “Corporate Image- We All Have One, But Few Work To Protect And Project It”, *Public Relations Quarterly*, 35(1), Ss.21-24.
- Marko, K. W., & Savickas, M. L. (1998). Effectiveness Of A Career Time Perspective Intervention. *Journal Of Vocational Behavior*, 52(1), 106-119.
- Meyer, J. P., & Herscovitch, L. (2001). Commitment In The Workplace: Toward A General Model. *Human Resource Management Review*, 11(3), 299-326.
- McCrea, R. R. & Costa, P.T. (1999). A Five-Factor theory of personality, (Ed. L.A Pervin & O.P. John), *Handbook of personality: Theory and research*, New York: Guilford Press.
- McWhirter, E. H., Rasheed, S., & Crothers, M. (2000). The Effects Of High School Career Education On Social-Cognitive Variables. *Journal of Counseling Psychology*, 47, 330-341.

- Mızrak, Ş. ve Şenel, E. (2011). Meslek Liselerinde Tekstil Konfeksiyon Programının Seçimini Etkileyen Faktörler Ve Programa Talep Oranı (Konya, Karaman Ve Aksaray İlleri Örneği). *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25, 183-201.
- Minard, R, D. (1952). Race Relationships İn The Pocahontas Coal Field. *Journal Social Issues*, 8, 29-44.
- Newman, Barbara M., Lohman, Brenda J., & Newman, P. R. (2007). “PeerGroup Membership and A Sense of Belonging: Their Relationship to Adolescent Behavior Problems”, *Adolescence*, Vol. 42, No. 166, Libra Publishers, San Diego, s. 241-263.
- Nguyen, N., & LeBlanc, G. (2001). Image And Reputation Of Higher Education Institutions İn Students’ Retention Decisions. *The International Journal of Education Management*, 15(6/7), 303-311.
- Nguyen, N., & Leblanc, G. (2002). Contact Personnel, Physical Environment And The Perceived Corporate İmage Of İntangible Services By New Clients. *International Journal Of Service Industry Management*, 13(3), 242-262.
- Oliver, R.L. (1999). Whence Consumer Loyalty? *Journal Of Marketing* 63(4), 33-44.
- Osterman, K. F. (2000). “Students’ Need For Belonging İn The School Community”, *Review Of Educational Research*, Vol. 70, No. 3, *American Educational Research Association*, S. 323-367.
- Örer, L. (2006). Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi’nin Kurumsal İmajının Öğrenciler Açısından Ölçülmesi Üzerine Bir Alan Çalışması. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.
- Özkan, H. H. (2012). Öğretmenlik Formasyon Programındaki Öğretmen Adaylarının Öğretmenlik Mesleğine İlişkin Tutumlarının İncelenmesi. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13(2), 29-48.
- Özkalp, E., & Kirel, Ç. (2001). Örgütsel Davranış. *Etam A.Ş. Matbaası*, Eskişehir.

- Özsoy, G., Özsoy, S., Özkara, Y. ve Memiş, A. D. (2010). Factors Affecting Pre-Service Teachers' Choice Of Teaching As A Profession. *Elementary Education Online*, 9(3), 910-921.
- Paden, N., & Stell, R. (2006). Branding Options For Distance Learning Programs: Managing The Effect On University İmage. *International Journal Instructional Technology & Distance Learning*, 3(8), 45-54.
- Palacio, A. B., Meneses, G. D., & Perez, P. J. P. (2002). The Configuration Of The University İmage And İts Relationship With The Satisfaction Of Students. *Journal Of Educational Administration*, 40(5), 486-505.
- Pan, Y., Sheng, S., & Xie, F. T. (2012). Antecedents Of Customer Loyalty: An Empirical Synthesis And Reexamination. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19(1), 150-158.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A Multiple-İtem Scale For Measuring Consumer Perc. *Journal of retailing*, 64(1), 12.
- Patton, W., & McMahon, M. (1999). *Career Development And Systems Theory: A New Relationship*. Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.
- Patton, W., & McMahon, M. (2006). The Systems Theory Framework Of Career Development And Counseling: Connecting Theory And Practice. *International Journal For The Advancement Of Counselling*, 28(2), 153-166.
- Pekkaya, M. Ve Çolak, N. (2013). Üniversite Öğrencilerinin Meslek Seçimini Etkileyen Faktörlerin Önem Derecelerinin Ahp İle Belirlenmesi. *International Journal Of Social Science*, 6(2), 797-818.
- Peled, E., & Muzicant, A. (2008). The Meaning Of Home For Runaway Girls. *Journal Of Communitypsychology*, 36(4), 434-451.
- Polat, S. (2009). Yükseköğretim Örgütlerinde Örgütsel İmaj Yönetimi: Örgütsel İmajın Öncülleri ve Çıktıları. 1. *Uluslararası Türkiye Eğitim Araştırmaları Kongresi. Çanakkale*, 1-17.
- Polat, S. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Örgütsel İmaj Algıları İle Akademik Başarıları Arasındaki İlişki Düzeyi. *Kuram Ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 11(1), 249-262.

- Polat, S., & Tülübaşı, T. (2015). Üniversite Yabancı Dil Hazırlık Sınıfı Öğrencilerinin Okutman İmajına İlişkin Algı ve Önem Düzeyleri. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(9), 17-28.
- Pond, C. S. (1998). Acceptance and Belonging: The Promotion Of Acceptance And Belonging Within Group Art Therapy. *American Journal of Art Therapy*, 36, 81-89.
- Reese, R. J., & Miller, C. D. (2006). Effects Of A University Career Development Course On Career Decision-Making Self-Efficacy. *Journal of Career assessment*, 14(2), 252-266.
- Ryzin, M. J. V., Gravely, E. A. A., & Roseth, C. R. (2009). Autonomy, Belongingness, And Engagement In School As Contributors To Adolescent Psychological Well-Being. *Journal Of Youth Adolescence*, 38, 1–12.
- Sabuncuoğlu, Z. (2007). *İşletmelerde Halkla İlişkiler*. 8. Baskı, Bursa: Alfa Akademi Yayınları.
- Sabuncuoğlu, Z., & Tüz, M. (2001). *Örgütsel Psikoloji*. Ezgi Yayınevi, Bursa.
- Sarıkaya, T., & Khorshid, L. (2009). Üniversite Öğrencilerinin Meslek Seçimini Etkileyen Etmenlerin İncelenmesi: Üniversite Öğrencilerinin Meslek Seçimi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(2), 393-423.
- Saydam, S. Ve İlgar, L. (2018). Çocuk Gelişimi Ön Lisans (Uzaktan Eğitim) Öğrencilerinin Öğretmenlik Mesleğine Yönelik Tutumlarının İncelenmesi, *Route Educational And Social Science Journal*, 5(1), 1103-1115.
- Seeman, M. (1959), “On The Meaning of Alienation”, *American Sociological Review*, Vol. 24, No. 6, American Sociological Association, s. 783-791.
- Selnes, F. (1993). An Examination Of The Effect Of Product Performance On Brand Reputation, Satisfaction And Loyalty. *European Journal Of Marketing*, 27(9), 19-35.
- Sever, D., Aktaş, B., Şahin, S., & Tunca, N. (2015). Pedagojik Formasyon Sertifika Programı Öğrencilerinin Öğretmenlik Mesleğine Başladıklarında Karşılaşabileceklerini Düşündükleri Sorunlar. *Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 1-23.

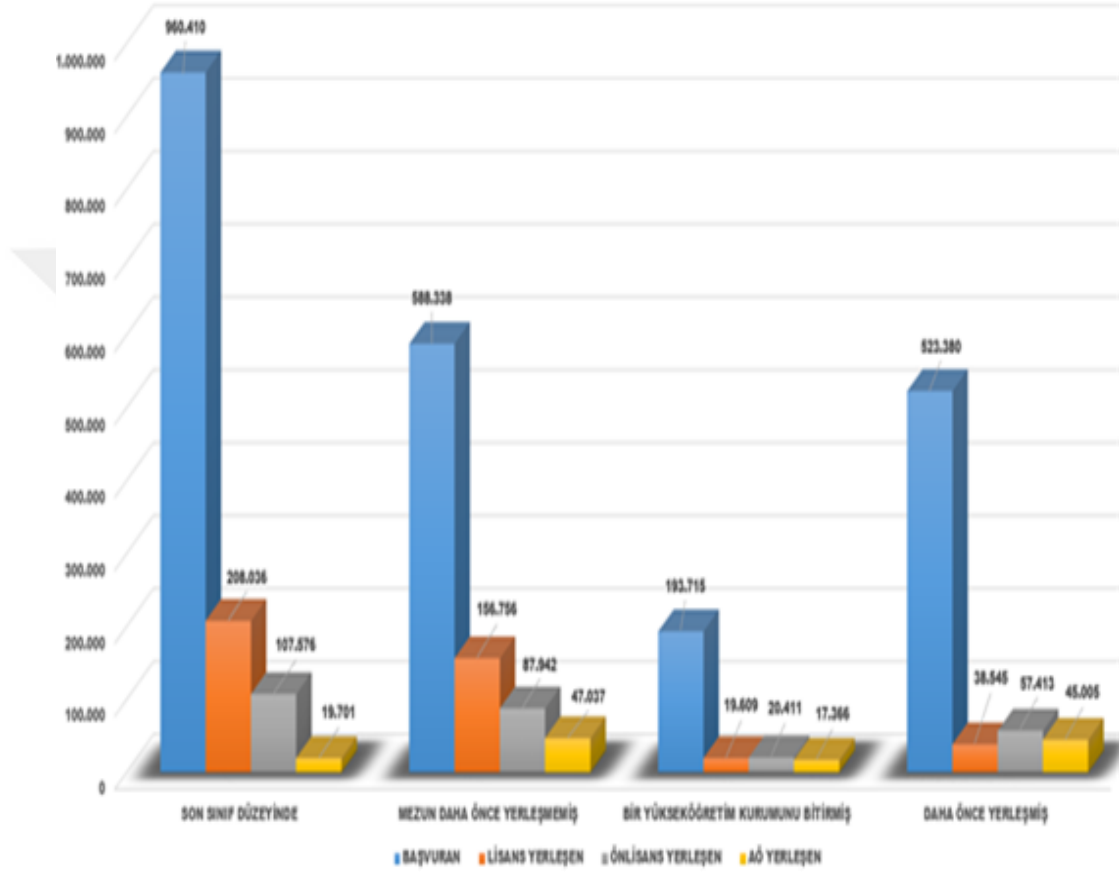
- Silsüpür, Ö. (2015). Üniversite Öğrencilerinin Gözünde İstanbul Üniversitesi'nin İmajı. *Gumushane University E-Journal Of Faculty Of Communication*, 3(1), 263-288.
- Super, D. E. (1980). A Life-Span, Life-Space Approach To Career Development. *Journal Of Vocational Behavior*, 16(3), 282-298.
- Süral, S. ve Sarıtaş, E. (2015). “Pedagojik Formasyon Programına Katılan Öğrencilerin Öğretmenlik Mesleğine Yönelik Yeterliklerin İncelenmesi”, *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(1), 62-75.
- Şerif, Ş. M., Akgemci, T., & Çelik, A. (2003). *Davranış Bilimlerine Giriş Ve Örgütlerde Davranış* (3. Baskı). Konya: Adım Matbaacılık.
- Taş, M. Y. (2012). Demirci Eğitim Fakültesi Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Adaylarının Profili Ve Sosyal Bilgiler Öğretmenliğini Tercih Etme Nedenlerinin Değerlendirilmesi. *CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 64-76.
- Taşlıyan, M. Paksoy, H. ve Hırlak, B. (2013). Kurumsal İmaj ile Örgütsel Bağlılık, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Akademik Başarı Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 12 (4), 775-805.
- Tataroğlu, B., Özgen, K. ve Alkan, H. (2011). Matematik Öğretmen Adaylarının Öğretmenliği Tercih Nedenleri ve Beklentisi. *2nd International Conference on New Trends in Education and Their Implications*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Tengelimoğlu, D. ve Öztürk, Y. (2004). *İşletmelerde Halkla İlişkiler*. Ankara: Seçkin.
- Terblanche, N. S., & Hofmeyr, J. (2005). A Study Of Two Customer Retention Measures: The American Customer Satisfaction Index And The Conversion Model. In *ANZMAC Conference: Relationship Marketing*.
- Terblanche, N. S. (2005). A Study Of Two Customer Retention Measures: The American Customer Satisfaction Index And The Conversion Model. *Paper Presented At Anzmac: Relationship Marketing (Consumer) Conference, Australia*.

- Tezişçi, S. (2013). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Üniversitelerinin Örgütsel İmajına İlişkin Algıları. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Tunç, G. Ç., Akansel, N. ve Özdemir, A. (2010). Hemşirelik Ve Sağlık Memurluğu Öğrencilerinin Meslek Seçimlerini Etkileyen Faktörler. *Maltepe Üniversitesi Hemşirelik Bilim Ve Sanatı Dergisi*, 3(1), 24- 31.
- Turgut, A. (2003). Hastanelerde İmaj Ve İmaj Geliştirme: Toplumda Hastane İmajı Tespiti ve İmaj Geliştirme Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Treiman, D.J. (2009). *Quantitative Data Analysis Doing Social Reserach To Test Ideas*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Ulaş, Ö. (2016). Kariyer Kararı Verme Öz-Yetkinliği: Bir Model Testi. Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Uluçay, D. M. T. (2012). Yaşar Üniversitesi Kurumsal İmajının Üniversitenin Farklı Paydaş Grupları Tarafından Algılanışı. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Ural, E. G. (2000). Kurum İmajı Yaratmada Sosyal Sorumluluk Anlayışının Önemi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 5, 10, 411-419.
- Yeşilyaprak, B. (2016). *Mesleki Rehberlik Ve Kariyer Danışmanlığı: Kuramdan Uygulamaya*. B. Yeşilyaprak (Ed). Yeni Yaklaşımlar Ve Modeller İçinde (S. 286-288). 8. Baskı, Ankara: Pegem Akademi.
- Yılmaz, K., & Oğuz, E. (2005). “Eğitim Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinin Fakülte Kültürüne İlişkin Algıları”, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, Cilt: 35, Sayı: 1, S. 101-122.
- Vanderstoep, S. W., & Johnston, D. D. (2009). *Research Methods For Everyday Life*. New Jersey: John Willey & Sons Inc.
- Walton, G. M., Cohen, G. L., Cwir, D., & Spencer, S. J. (2012). Mere Belonging: The Power Of Social Connections. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 102(3), 513–532.

- Wetzels, M., De Ruyter, K., & Van Birgelen, M. (1998). Marketing Service Relationships: The Role Of Commitment. *Journal Of Business & Industrial Marketing*, 13(4/5), 406-423.
- Wissema, J. G. (2014). *Üçüncü Kuşak Üniversitelere Doğru: Geçiş Döneminde Üniversiteleri Yönetmek*. Özyeğin Üniversitesi Yayınları. 2.Baskı. İstanbul.
- Wong, H., & Wong, K. H. (2011). Building Relationship Between Education Institutions And Students: Student Loyalty İn Self-Financed Tertiary Education. *IBIMA Business Review*, 1-22. Web: ibamapublishing.com (Erişim tarihi: 12.12.2017).
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- YÖK. (2014). *Pedagojik Formasyon Eğitimi Sertifika Programına İlişkin Usul Ve Esaslar*. <http://www.yok.gov.tr> (Erişim tarihi: 12.12.2017).
- YÖK. (2015). *Yükseköğretim Kurulu 2016-2020 Stratejik Planı*. http://www.yok.gov.tr/documents/10279/21040516/YOK_Stratejik_Plan_2016_2020_ed070616.pdf (Erişim tarihi: 12.12.2017).
- YÖK. (2017a). Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi. *2017 Yılı ÖSYS İstatistikleri*. <https://istatistik.yok.gov.tr> (Erişim tarihi 14.02.2018).
- YÖK. (2017b). Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi. *2017-2018 Öğretim Yılı Yükseköğretim İstatistikleri*. <https://istatistik.yok.gov.tr> (Erişim tarihi 05.05.2018).
- Yu, G., & Kim, J. (2008). Testing the Mediating Effect of the Quality of College Life in the Student Satisfaction and Student Loyalty Relationship. *Applied Research Quality Life*, 3, 1-21.
- Yükseköğretim Kanunu (2547 S.K.). Resmî Gazete. 17506; 4 Kasım 1981. <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2547.pdf> (Erişim tarihi 12.12.2017).
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *The Journal of Marketing*, 31-46.

EKLER

EK - 1: 2017 ÖSYS Öğrenim Durumlarına Göre Başvuran ve Yerleşen Aday Sayıları



Şekil 2. 12. ÖSYS Öğrenim Durumlarına Göre Başvuran ve Yerleşen Aday Sayıları

EK - 2: Evreni Oluşturan Vakıf ve Devlet Üniversiteleri ve Öğrencileri**Tablo 3. 9. Evreni Oluşturan Vakıf Üniversiteleri, Devlet Üniversiteleri ve Öğrencileri**

İstanbul'da Bulunan Vakıf ve Devlet Üniversiteleri		Lisans Öğrencileri		
	İstanbul'daki Vakıf Üniversiteleri	Kız	Erkek	Toplam
1.	Acıbadem M. Ali Aydınlar Üniv.	583	1690	2273
2.	Altınbaş Üniversitesi	2989	2806	5795
3.	Bahçeşehir Üniversitesi	8486	7764	16250
4.	Beykent Üniversitesi	10638	7608	18246
5.	Beykoz Üniversitesi	116	61	177
6.	Bezm-İ Âlem Vakıf Üniversitesi	678	1833	2511
7.	Biruni Üniversitesi	990	2809	3799
8.	Doğuş Üniversitesi	3421	2154	5575
9.	Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniv.	2027	2835	4862
10.	Haliç Üniversitesi	2405	2447	4852
11.	Işık Üniversitesi	2814	2202	5016
12.	İbn Haldun Üniversitesi	107	106	213
13.	İstanbul 29 Mayıs Üniversitesi	442	839	1281
14.	İstanbul Arel Üniversitesi	2554	1918	4472
15.	İstanbul Aydın Üniversitesi	8182	8143	16325
16.	İstanbul Ayvansaray Üniversitesi	35	34	69
17.	İstanbul Bilgi Üniversitesi	7699	7748	15447
18.	İstanbul Bilim Üniversitesi	327	536	863
19.	İstanbul Esenyurt Üniversitesi	1343	1358	2701
20.	İstanbul Gedik Üniversitesi	1385	855	2240
21.	İstanbul Gelişim Üniversitesi	3188	2603	5791
22.	İstanbul Kent Üniversitesi	33	232	265
23.	İstanbul Kültür Üniversitesi	5896	5402	11298
24.	İstanbul Medipol Üniversitesi	4127	8359	12486
25.	İstanbul Rumeli Üniversitesi	101	87	188
26.	İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi	2381	4057	6438
27.	İstanbul Şehir Üniversitesi	2229	1909	4138

28.	İstanbul Ticaret Üniversitesi	3278	2572	5850
29.	İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi	2740	2984	5724
30.	İstinye Üniversitesi	324	837	1161
31.	Kadir Has Üniversitesi	2450	2487	4937
32.	Koç Üniversitesi	3028	3040	6068
33.	Maltepe Üniversitesi	3957	4415	8372
34.	Mef Üniversitesi	1126	1423	2549
35.	Nişantaşı Üniversitesi	3978	2776	6754
36.	Okan Üniversitesi	4201	4032	8233
37.	Özyeğin Üniversitesi	3527	2950	6477
38.	Piri Reis Üniversitesi	1957	473	2430
39.	Sabancı Üniversitesi	2526	1546	4072
40.	Üsküdar Üniversitesi	2352	5555	7907
41.	Yeditepe Üniversitesi	9106	10606	19712
Vakıf Üniversiteleri Toplam		119726 (%49.10)	124091 (%51.90)	243817
İstanbul'daki Devlet Üniversiteleri				
		Kız	Erkek	Toplam
1.	İstanbul Üniversitesi	105489	128424	233913
2.	Marmara Üniversitesi	21007	23320	44327
3.	Yıldız Teknik Üniversitesi	15131	9445	24576
4.	Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniv.	2843	3936	6779
5.	İstanbul Medeniyet Üniversitesi	1561	2042	3603
6.	Galatasaray Üniversitesi	1215	1231	2446
7.	Boğaziçi Üniversitesi	5854	5122	10976
8.	İstanbul Teknik Üniversitesi	16579	7745	24324
9.	Sağlık Bilimleri Üniversitesi	1164	1488	2652
10.	Türk-Alman Üniversitesi	666	563	1229
Devlet Üniversiteleri Toplam		171509 (%48.34)	183316 (%51.66)	354825
Vakıf ve Devlet Üniv. Toplam		291235 (%48.65)	307407 (%51.35)	598642

EK - 3: Örnekleme Oluşturan Öğrencilerin Üniversitelere Göre Cinsiyet ve Yaş Dağılımları

Tablo 3. 10. Örnekleme Oluşturan Öğrencilerin Üniversitelere Göre Cinsiyet ve Yaş Dağılımları

Değişkenler	İZU	BEU	İU	YTU	Toplam
Kız	335	99	261	162	857
	%77.9	%48.1	%64	%63.3	%65.9
Erkek	95	107	147	94	443
%	%22.1	%51.9	%36	%36.7	%34.1
19-20 yaş	117	29	81	33	260
	%27.2	%14.1	%19.9	%12.9	%20
21-23 yaş	263	152	288	190	893
	%61.2	%73.8	%70.6	%74.2	%68.7
24-26 yaş	36	17	24	29	106
	%8.4	%8.3	%5.9	%11.3	%8.1
27 yaş ve üzeri	14	8	15	4	41
%	%3.3	%3.9	%3.7	%1.6	%3.2
Toplam öğrenci	430	206	408	256	1300

EK - 4: Örnekleme Oluşturan Üniversite, Fakülte ve Sınıf Düzeyleri

Tablo 3. 11. Örnekleme Oluşturan Üniversite, Fakülte ve Sınıf Düzeyleri

Üniversiteler ve kampüsleri	Fakülteler	3.sınıf	4.sınıf	Toplam	Yüzde
İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi (Halkalı kampüsü)	Hukuk Fakültesi	35	37	72	%16.7
	Eğitim Fakültesi	81	70	151	%35.2
	Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fak.	46	26	72	%16.7
	İnsan ve Toplum Bilimleri Fak.	106	29	135	%31.4
	Toplam	268	162	430	
	Yüzde	%62.3	%37.7		
Beykent Üniversitesi (Ayazağa-Maslak, Büyükçekmece ve Taksim kampüsü)	Hukuk Fakültesi	26	23	49	%23.8
	Fen-Edebiyat Fak.	21	22	43	%20.9
	İktisadi ve İdari Bilimler Fak.	25	15	40	%19.4
	Mühendislik Fak.	54	20	74	%35.9
	Toplam	126	80	206	
	Yüzde	%61.2	%38.8		
İstanbul Üniversitesi (Beyazıt ve Avcılar kampüsü)	Edebiyat Fakültesi	71	66	137	%33.6
	Hukuk Fakültesi	57	78	135	%33.1
	İşletme Fakültesi	35	101	136	%33.3
	Toplam	163	245	408	
	Yüzde	%40	%60		
Yıldız Teknik Üniversitesi (Davutpaşa ve Beşiktaş kampüsü)	Eğitim Fakültesi	44	24	68	%26.6
	İktisadi ve İdari Bilimler Fak.	49	81	130	%50.8
	Mimarlık Fakültesi	22	36	58	%22.7
	Toplam	115	141	256	
	Yüzde	%45	%55		
Genel Toplam		672	628	1300	

EK - 5: KİŞİSEL BİLGİ FORMU

Değerli Katılımcı,

Bu ölçek formları ile “Yükseköğretimde Örgütsel İmaj ve Aidiyetin, Mesleki Sonuç Beklentisi ve Öğrenci Sadakatini Yordaması” tez çalışması kapsamında, lisans öğrencilerinin kişisel görüşlerini belirlemek hedeflenmektedir. Araştırmadan elde edilecek bilgiler gizli kalmakla birlikte, sadece akademik amaçlı kullanılacaktır. Lütfen isim ve soy isim yazmayınız, soruları boş bırakmadan, size en uygun gelen seçeneği işaretleyiniz. Vakit ayırdığınız, soruları içtenlikle yanıtladığınız ve akademik çalışmaya katkıda bulunduğunuz için teşekkür ederim.

Selma SAYDAM

İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Eğitim Yönetimi Yüksek Lisans Öğrencisi

1. Cinsiyetiniz: kız () erkek ()

2. Sınıfınız: 3 () 4 ()

3. Yaşınız : 19- 20 () 21- 23() 24- 26 () 27 ve üzeri ()

4. Üniversite ve fakülteniz:

5. Kaçınıcı tercihinizle bu üniversitenize yerleştiniz?

1- 5. tercih () 6 – 10. tercih () 11 -19. tercih () 20 ve üzeri tercih ()

6. Üniversitenizi tercih sebebiniz nedir? (Öncelikli tek seçeneği işaretleyiniz)

Ailemin ve çevremin etkisi () Puanım bu üniversiteye yettiği için ()

Üniversitenin. imajı ve imkanları () Maddi anlamda uygunluğu ()

Konumu ve ulaşım kolaylığı ()

Diğer, kısaca belirtiniz..... ()

7. Mezun olduğunuzda, aşağıdaki seçeneklerden hangisini öncelikle yapmayı düşünüyorsunuz?

Kamuda çalışmak () Özel sektörde çalışmak ()

Kendi işimi kurmak () Lisansüstüne devam etmek ()

EK - 6: ÖRGÜTSEL İMAJ ÖLÇEĞİ

Yandaki ifadelere dikkat ederek üniversitenize karşı sahip olduğunuz tutuma en uygun seçeneği işaretleyiniz.	Kesinlikle katılmıyorum	Kısmen katılmıyorum	Biraz katılmıyorum	Oldukça katılmıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1. Üniversite kalitesi yüksek bir üniversitedir.					
2. Üniversite daha çok sosyal ve beşeri bilimler programları ile tanınan bir üniversitedir					
3. Üniversite fen ve sağlık bilimleri alanlarında ünlü bir üniversitedir.					
4. Üniversite mesleki-teknik alanların öne çıktığı bir üniversitedir					
5. Üniversite öğretmen yetiştirme programlarındaki ünü ile tanınan bir üniversitedir.					
6. Üniversite belli bir alanda uzmanlığı olmayan sıradan ve sessiz bir üniversitedir.					
7. Üniversitenin personeli kaliteli bir eğitim vermeye odaklanmıştır.					
8. Üniversite alanlarında öncü/lider araştırmalar yapan personeli ile tanınan bir üniversitedir.					
9. Üniversite yüksek kalitede mezun verebilecek programları olan bir üniversitedir					
10. Üniversite öğrencilere kapsamlı ve iyi hizmet sağlayan bir üniversitedir.					
11. Üniversite halka kaliteli hizmet sunma sorumluluğunda olan bir üniversitedir.					
12. Üniversitenin kendine özgü genel “okul ruhu” vardır.					
13. Üniversite dernek, kulüp, kafeterya gibi olanaklara sahip olduğundan bir şehir merkezi gibidir.					

Yandaki ifadelere dikkat ederek üniversitenize karşı sahip olduğunuz tutuma en uygun seçeneği işaretleyiniz.	Kesinlikle katılmıyorum	Kısmen katılmıyorum	Biraz katılıyorum	Oldukça katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
14. Üniversite bilgisayar, internet ve diğer teknik alanlarda yeterli altyapıya sahiptir.					
15. Üniversitenin kütüphane, güzel sanatlar programları, müzik, sanat, tiyatro alanlarında yeterli olanakları vardır.					
16. Üniversitenin yerleşkesindeki binaları moderndir.					
17. Üniversitenin yerleşke görünümü/düzenlemesi iyidir.					
18. Üniversitenin akademik programları iyidir.					
19. Üniversitenin diğer üniversitelerinkine göre daha büyük bir yerleşkesi vardır.					
20. Üniversite akademik personeli alanlarında uzmandır.					
21. Üniversite öğrencilerini iş dünyasına iyi hazırlar.					
22. Üniversitede yaşam diğer üniversitelere göre daha ucuzdur.					
23. Üniversite sanat programları ile öne çıkan bir üniversitedir.					
24. Üniversite beden eğitimi ve spor programları ile öne çıkan bir üniversitedir.					
25. Üniversite beslenme olanakları açısından iyidir.					
26. Üniversite barınma olanakları açısından iyidir.					

EK - 7: GENEL AİDİYET ÖLÇEĞİ

Açıklama: Aşağıdaki ifadelere ne ölçüde katıldığınızı, size en uygun seçeneği işaretleyerek belirtiniz.

Kesinlikle
Katılmıyorum 1 2 3 4 5 6 7 **Tamamen**
Katılıyorum

	1	2	3	4	5	6	7
1. İnsanlarla bir arada iken, onlarla birlikte olduğumu hissediyorum	1	2	3	4	5	6	7
2. Ailem ve arkadaşlarımla yakın/samimi bağlarım var.	1	2	3	4	5	6	7
3. Başkaları tarafından kabul edildiğimi hissediyorum	1	2	3	4	5	6	7
4. Aidiyet duygusuna sahibim	1	2	3	4	5	6	7
5. İlişkilerimde ve paylaşımlarımda kendimi diğer insanlara eşit görürüm	1	2	3	4	5	6	7
6. Çevremdeki insanlarla bağlarım olduğumu hissediyorum	1	2	3	4	5	6	7
7. Ailem ve arkadaşlarım beni planlarına dâhil etmezler	1	2	3	4	5	6	7
8. Kendimi dışlanmış hissediyorum	1	2	3	4	5	6	7
9. Sanki insanlar beni önemsemiyor/umursamıyor gibi hissediyorum	1	2	3	4	5	6	7
10. Diğerlerine bağlanamadığım için onlardan uzak duruyorum	1	2	3	4	5	6	7
11. Kendimi dış dünyadan soyutlanmış hissediyorum	1	2	3	4	5	6	7
12. İnsanlarla birlikteyken kendimi yabancı gibi hissediyorum	1	2	3	4	5	6	7

EK - 8: MESLEKİ SONUÇ BEKLENTİSİ ÖLÇEĞİ

Yandaki ifadelere dikkat ederek sahip olduğunuz tutuma en uygun seçeneği işaretleyiniz.	Hiç katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılıyorum	Tamamıyla katılıyorum
1. Yaptığım kariyer planı beni tatmin edecek bir sonuca götürecektir.				
2. Seçtiğim kariyerde / meslekte başarılı olacağım.				
3. Geleceğim iyi olacak.				
4. Seçtiğim kariyerde / meslekte becerilerimi kullanabileceğim.				
5. Kariyerimle ilgili verdiğim kararlarda kontrol benim elimdedir.				
6. Kendime iyi bir gelecek sağlayabileceğim.				
7. Seçtiğim kariyer doğrultusunda istediğim işe girebileceğim.				
8. Seçtiğim kariyer / meslek bana ihtiyacım olan geliri sağlayacak.				
9. Toplumumuzda saygı duyulan bir kariyerim / mesleğim olacak.				
10. Kariyer / meslek hedeflerime ulaşacağım.				
11. Ailem kariyer / meslek seçimimi onaylayacaktır.				
12. Seçtiğim kariyer / meslek istediğim yaşam tarzını sürdürmemi sağlayacak.				

EK - 9: ÖĞRENCİ SADAKATI ÖLÇEĞİ

Yandaki ifadelere dikkat ederek, üniversitenize yönelik sahip olduğunuz tutuma en uygun seçeneği işaretleyiniz.	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1. Gelecekte kişisel ve mesleki gelişimim için ileri düzeyde ders alacak olsam, kendi üniversitemden almayı tercih ederim.					
2. Lisansüstü eğitime devam etmek istersem ilk tercihim kendi üniversitem olur.					
3. Çocuğumun da mezun olduğum/öğrenim gördüğüm üniversitede okumasını isterdim.					
4. Eğer mümkün olsaydı, yatay geçiş yaparak başka bir üniversiteye geçmek isterdim.					
5. Üniversitemi başkalarına da tavsiye ederim.					
6. Yeniden seçme şansım olsaydı, yine aynı üniversiteyi seçerdim.					
7. Üniversitenin ve /veya mezunlar derneğinin düzenlediği etkinliklere katılırım.					
8. Mezun olduğum/öğrenim gördüğüm üniversitenin menfaatlerini gözetebilmek için, olayları üniversitemin bakış açısıyla değerlendirmeye çalışırım.					
9. Mezun olduğum/öğrenim gördüğüm ünivesiteyi her koşulda desteklerim.					
10. Daha iyi teklifler alsam bile kendi üniversitemde çalışmayı tercih ederim.					
11. Kişisel bir kazancım olsa da, olmasa da üniversitem adına çalışmak isterim.					
12. Üniversitenin logosunu veya sembollerini taşıyan eşyalar kullanırım.					

EK - 10: ÖLÇEKLERE DAİR İZİN MAİLLERİ

Kategoriler

Oturum aç

Oturum açtığınızda Google'daki

Soner Polat <spolat@kocaeli.edu.tr>
Alıcı: bana

Merhaba
Akademik nezaket gereği ilgili eserlere atıf yapmanız koşulu ile elbette ölçeği kullanabilirsiniz. Çalışmanızda başarılar dilerim.

Doç.Dr. Soner POLAT
Kocaeli Üniversitesi
Eğitim Fakültesi
Eğitim Bilimleri Bölümü

Assoc. Prof.Dr. Soner POLAT/
Kocaeli University
Faculty of Education
Department of Educational Sciences

Genel Aidiyet Ölçeği

Gelen Kutusu

ERDİNÇ DURU <eduru@pau.edu.tr>
Alıcı: bana

Merhaba Selma,
Akademik çalışman için gereksinim duyduğum Genel Aidiyet Ölçeği'ni çalışmada kullanabilirsin. Ölçek ve ilgili makaleyi ekli dosya olarak gönderiyorum. Ç başarılar dileyiyle...

2 Ek

...GENEL AIDIYE...
...GENEL AIDIYE...

Google'daki m açmış

Selma 'Saydam' <selsay.edu@gmail.com>

25 Ara 2017 Pzt, saat 13:47 tarihinde Selma 'Saydam' <selsay.edu@gmail.com> şunu yazdı:

Esra çalık var
Alıcı: bana

Ölçeğimi kullanabilirsiniz. İyi çalışmalar

Erkan İSİK

Alıcı: bana

Merhaba Selma Hanım,
Ekte ilgili bilgileri bulabileceğiniz bir makale ve ölçeğin yer aldığı dosya mevcuttur. Tez çalışmanızda kolaylıklar dilerim.

Selamlarımla,
Erkan Işık

Doç. Dr. Erkan İŞİK
Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi
Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Anabilim Dalı
Öğretim Üyesi
99040 Haspolat/ Lefkoşa
+90 392 671 11 11 (2709) iç
esik@ciu.edu.tr

Erkan İŞİK, Ph.D.
Assoc. Professor
Cyprus International University
Department of Counseling & Guidance

5 Eki (5 gün önce)

EK - 11: ÜNİVERSİTELERİN ARAŞTIRMA İZİNLERİ

 **Istanbul Zaim Üniversitesi**
REKTÖRLÜĞÜ

Sayı : 33121373-044-2112
Konu : Anket Uygulama İzni

19/10/2017

Sayın Selma SAYDAM

Üniversitemiz Etik Kurulu'nun 10/05/2017 tarihli ve 2017/06 sayılı toplantısında alınan karara istinaden, Etik Kurul Onay Formunu almış olduğunuz tez çalışmasına ait anket sorularını, Üniversitemiz 3. ve 4. sınıf öğrencilerine uygulama yapmanız Rektörlüğümüzce uygun bulunmuştur.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.



Prof. Dr. Arif ERSOY
Rektör V.

Gereği
20.10.17
M.K.

Evrakı Doğrulamak İçin : <https://ebys.izu.edu.tr/en/Vision/Dogrula/K4B4Z0>

Adres : Halkalı Caddesi No: 2 Küçükçekmece/İstanbul
Telefon No : 444 97 98 **Faks No** : +90 (212) 693 82 29
E-Posta : bilgi@izu.edu.tr **İnternet Adresi** : www.izu.edu.tr

Ayrıntılı Bilgi : Yurdagül TAŞ
Unvan : Uzman
Tel : 2126929642



Tarih ve Sayı: 11/12/2017-E.11399



BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
YAZI İŞLERİ MÜDÜRLÜĞÜ

Sayı : 86299342-773.99/
Konu : Anket İzni hk.

Sayın Selma SAYDAM

İlgi : 27/10/2017 tarihli ve sayılı yazı,

İlgi dilekçeniz doğrultusunda, "Yükseköğretimde Örgütsel İmaj ve Aidiyetin, Mesleki Sonuç Beklentisi ve Sadakati Yordaması" konulu teziniz kapsamında, Üniversitemizde anket çalışması yapmanız Rektörlüğümüzce uygun görülmüştür.

Bilgilerinizi ve gereğini saygılarımla rica ederim.

e-imzalıdır
Prof.Dr. Mehmet Emin KARAHAN
Rektör

Beykent Üniversitesi İletişim Hattı: 444 1997 – www.beykent.edu.tr

Ayazağa Maslak Yerleşkesi: Ayazağa Mahallesi Hadım Kuru Yolu Cad. No:19 Sarıyer 34396 İstanbul / Faks: (0212) 289 64 90
Büyükdere Yerleşkesi: Cumhuriyet Mah. Gürpınar Yolu Cad. No: 3/A, Beykent Siteleri, Büyükdere 34500 İstanbul / Faks: (0212) 872 28 30
Taksim Yerleşkesi: Sıraselviler Cad. No: 65, Taksim, Beyoğlu 34437 İstanbul / Faks: (0212) 243 02 78 info@beykent.edu.tr

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununa göre Güvenli Elektronik İmza ile imzalanmıştır.

Tarih ve Sayı: 21/11/2017-291835



T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
İşletme Fakültesi Dekanlığı



Sayı :79748351-199-
Konu :Anket çalışması hk.

Sayın, Selma SAYDAM

İlgi :10/11/2017 tarihli, bila sayılı yazı

İlgi dilekçeniz incelenmiştir. "Yükseköğretimde Örgütsel İmaj ve Aidiyetin, Mesleki Sonuç Beklentisi ve Sadakati Yordaması" adlı tez konunuz ile ilgili olarak anket çalışmasını Fakültemiz öğrencilerine yapmanız Dekanlığımızca uygun bulunmuştur.
Bilgilerinizi rica ederim.

e-İmzalı
Prof. Dr. Kamil Ahmet KÖSE
Dekan Yardımcısı


Belgenin Aslı
Elektronik İmzalıdır
Şirin İLHAN
Sef

Doğrulamak için:<http://194.27.128.86/envision.Sorgula/belgedogrulama.aspx?V=BENUAHZ6B>

Ayrıntılı bilgi için irtibat : Şirin İLHAN Dahili : 18311

Üniversite Avcılar Kampüsü - Avcılar 34850 İSTANBUL/TÜRKİYE
Tel : (212)473 70 70 Faks : (212)590 40 00
e-posta : iubilgi@istanbul.edu.tr Elektronik Ağ : www.isletme.istanbul.edu.tr



Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununu Gereğince E-İmzalıdır.

Tarih ve Sayı: 30/11/2017-298015



T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
Edebiyat Fakültesi Dekanlığı



Sayı :46090156-730.08.03-
Konu :Anketler

Sayın SELMA SAYDAM

İlgi :10.11.2017 tarihli dilekçeniz ve ekleri

Sosyoloji Bölümü Başkanlığından alınan yazıya göre Anket sorularınız ile Bölüm Başkanlığına başvurduğunuz ve uygun görüldüğünüz takdirde yardımcı olunacağı bildirilmiştir.

İlgi yazınız üzerine bilgilerinizi rica ederim.

e-İmzalı
Prof. Dr. Sevtap KADIOĞLU
Dekan a.
Dekan Yardımcısı

Doğrulamak için:<http://194.27.128.66/envision.Sorgula/belgedogrulama.aspx?V=BE6PAM37M>

Ayrıntılı bilgi için iribat : Kıymet Seray REİS Dahili : 16006

İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Balabanğa Mah. Ordu Cad. No: 6 Laleli 34134 Fatih/İsta
Tel : 0 212 455 57 00(6 Hat) Faks : 0 212 51143 71- 0 212 512 21 40
e-posta : edebiyatdekan@istanbul.edu.tr Elektronik Ağ : www.istanbul.edu.tr



Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununu Gereğince E-İmzalıdır.
Doğrulamak için : <http://194.27.128.66/envision.Sorgula/belgedogrulama.aspx?V=BE6PAM37M>



EBYS

Elektronik Belge Yönetim Sistemi

T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Sayı : 75564862-010.99-E.1805220523
Konu : Anket Çalışması hk.

Tarih: 22.05.2018

Sn. Selma SAYDAM

İlgi: 21.05.2018 tarih ve E.1805210435 sayılı yazı

"Yükseköğretimde Örgütsel İmaj ve Aidiyetin, Mesleki Sonuç Beklentisi ve Sadakati Yordaması" adlı tez konunuz ile ilgili olarak anket çalışmasını Fakültemiz öğrencilerine yapmanız Dekanlığımızca uygun bulunmuştur.

Bilgilerinize rica ederim.

e-İmzalıdır
Prof. Dr. Kenan AYDIN
Dekan

Eki:İKTİSADİ_VE_IDARİ_BİLİMLER_FAKÜLTESİ.pdf (Elektronik Ek)

Adres	: Davutpaşa Kampüsü İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi 34220 Esenler/İstanbul	İrtibat	: 0212 383 67 06
Tel / Fax	: 6706 / 02123836703	Web	: www.iib.yildiz.edu.tr
Keş Adresi	: yildizteknikuniversitesi@hs01.kep.tr	e-Posta	: iibfkl@yildiz.edu.tr

Bu belge 5070 sayılı elektronik imza kanununa göre güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.
<http://www.ebys.yildiz.edu.tr/Dogrulama/Index?EvrakNo=E.1805220523&ErisimKodu=a48862b2>

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Selma SAYDAM
Unvanı : Okul Öncesi Öğretmeni
Öğrenim Durumu : Yüksek Lisans (Tezsiz)
E-mail : selsay.edu@gmail.com

Derece	Alan	Üniversite
Ön lisans	Anaokulu Öğretmenliği	Selçuk Üniversitesi
Ön lisans	Adalet	Anadolu Üniversitesi
Ön lisans	Ev İdaresi	Anadolu Üniversitesi
Lisans	İşletme	Anadolu Üniversitesi
Lisans	Okul Öncesi Öğretmenliği	İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi
Lisans	Kamu Yönetimi	Anadolu Üniversitesi (devam)
Y. Lisans	Eğitim Yönetimi	İstanbul Sabahattin Zaim Üniv. (tezsiz)
Y. Lisans	Yükseköğretim Yönetimi	İstanbul Üniversitesi (devam)

YAYINLAR

1. Uluslararası hakemli dergilerde yayınlanan makaleler (SCI, SSCI, Arts and Humanities)

Saydam, S. ve İlgar, L., Çocuk Gelişimi Ön Lisans (Uzaktan Eğitim) Öğrencilerinin Öğretmenlik Mesleğine Yönelik Tutumlarının İncelenmesi, Route Educational and Social Science Journal, 5(1), 1103-1115, (2018).
([link](#))

2. Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında (Proceedings) basılan bildiriler.

Saydam S, Karatop B. ve Cihan A., "Yükseköğretim Kurumlarının Sürdürülebilir Gelişmesinde TS EN ISO 9001 Ve EFQM Çalışmalarının Kazanımları: Auzef Modeli", ICQH 2015: International Conference on Quality in Higher Education, SAKARYA, TÜRKİYE, 2-4 Aralık 2015, pp.650-650. ([link](#))

Saydam S. ve Ilgar L., “Çocuk Gelişimi Ön Lisans (Uzaktan Eğitim) Öğrencilerinin Öğretmenlik Mesleğine Yönelik Tutumlarının İncelenmesi”, Resscongress-Uluslararası Eğitim Bilimleri ve Sosyal Bilimler Sempozyumu, BANDIRMA, TÜRKİYE, 3-5 Kasım 2017. [\(link\)](#)

İŞ DENEYİMİ / İDARİ GÖREVLER

Kalite ve Sistem Yönetimi

Dokümantasyon Bürosu/ Dokümantasyon Mantıksal ve Kavramsal Uygulamaları
Şube Sorumlusu İstanbul Üniversitesi 2015-2017

Müfredat Yönetimi

Program Açma ve Geliştirme Şube Sorumlusu İstanbul Üniversitesi 2013-2015

Okul Öncesi Öğretmenliği

Milli Eğitim 2009-2013

Sınıf Öğretmenliği

Milli Eğitim 2017-2018

KONGRE, EĞİTİM ve SERTİFİKALAR

- TS EN ISO 9001:2015 Kalite Yönetim Sistemi Temel Eğitimi
- TS EN ISO 9001:2015 Kalite Yönetim Sistemi İç Tetkik Eğitimi
- TS EN ISO 9001:2015 Kalite Yönetim Sistemi Proseslerin Risk Tabanlı Yönetimi
- TS EN ISO 10002 Müşteri Memnuniyeti Yönetim Sistemi Temel Eğitimi
- TS EN ISO 10002 Müşteri Memnuniyeti Yönetim Sistemi Dokümantasyon Eğitimi
- TS EN ISO 10002 Müşteri Memnuniyeti Yönetim Sistemi İç Tetkik Eğitimi
- TS EN ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi Temel Eğitimi
- TS EN ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi Dokümantasyon Eğitimi
- TS EN ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi İç Tetkik Eğitimi
- Proseslerin Yönetimi, Etkileşimi ve İyileştirme Teknikleri Eğitimi
- EFQM Mükemmellik Modeli (İstanbul Üniversitesi)

- Protokol Eğitimi (İstanbul Üniversitesi)
- KAIZEN YALIN Çalışmalarını Yönetmek; Lider'in Kaizeni, Obeya'dan Gemba'ya (KALDER)
- Öğretmen Yetiştirmede Değişim ve Dönüşüm Ulusal Çalıştayı (İstanbul Üniversitesi)
- International Digital Life Environment (İstanbul Üniversitesi)
- International Early Childhood Education Congress
- International Conference on Quality in Higher Education (ICQH)
- Uluslararası Eğitim Bilimleri ve Sosyal Bilimler Sempozyumu (RESSCONGRESS)
- Eurasia Higher Education Summit (EURIE)