



Örgütsel Çekicilik, Örgütsel İmaj ve Örgütsel Sadakat Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Öğretmenler Üzerine Bir Araştırma *

Yener Akman ¹, Murat Özdemir ²

Öz

Bu araştırmada, örgütsel çekicilik, örgütsel imaj ve örgütsel sadakat arasındaki ilişkiler öğretmen görüşlerine dayalı olarak incelenmiştir. Araştırmanın örneklemini Ankara iline bağlı dokuz ilçede görev yapmakta olan 494 öğretmen oluşturmaktadır. Araştırmada Örgütsel Çekicilik Ölçeği (ÖÇÖ), Örgütsel İmaj Algısı Ölçeği (ÖİAÖ) ve Örgütsel Sadakat Ölçeği (ÖSÖ) kullanılmıştır. Araştırma verileri, aritmetik ortalama, standart sapma, korelasyon analizi, doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ve yol analizi ile çözümlenmiştir. Bulgulara göre, öğretmenlerin örgütsel çekicilik algıları orta düzeydedir. Öğretmenlerin örgütsel imaj ve örgütsel sadakat algıları da yüksek düzeyde tespit edilmiştir. Ayrıca değişkenler arasında pozitif yönlü, orta ya da yüksek düzeyde ve anlamlı ilişkiler saptanmıştır. Yol analizi sonucunda örgütsel imaj ile örgütsel sadakat arasında örgütsel çekiciliğin kısmi aracılık etkisine sahip olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler

Örgütsel çekicilik
Örgütsel imaj
Örgütsel sadakat
Öğretmen
İlişki

Makale Hakkında

Gönderim Tarihi: 28.05.2018

Kabul Tarihi: 31.10.2018

Elektronik Yayın Tarihi: 18.12.2018

DOI: 10.15390/EB.2018.7928

Giriş

Okulların nitelikli öğretmenlere sahip olması ve sürekliliklerinin sağlanması etkili okulların oluşturulmasında önemli bir unsur olarak düşünülmektedir. Okullar ile öğretmenler arasındaki ilişkinin niteliği, başarının anahtarı olarak görülebilir. Bu nedenle örgütler, bağlılık düzeyi yüksek, yetenekli ve sadık bireyler ile çalışmak ve onları elinde tutmak isterler (Currivan, 2000). Ancak, günümüzde öğretmenlerin okullarında çeşitli sorunlarla mücadele ettiklerini, mutsuz olduklarını ve tükenmişlik yaşadıklarını gösteren çok sayıda araştırma bulunmaktadır (Adıgüzelli, 2015; Avcı ve Seferoğlu, 2011; Çağlar, 2011; Kurt, 2016; Öztürk, 2016; Sleeter, Montecinos ve Jiménez, 2016; Sutchter, Darling-Hammond ve Carver-Thomas, 2015). Okula duyulan güvensizlik, tükenmişlik, motivasyon ve destek eksikliği gibi sorunlar öğretmenlerin mesleki bağlılıklarını olumsuz etkileyerek, öğretmenlik mesleğinin temelinde yer alan ve topluma kazandırılması arzulanan değerlerin ve yeterliliklerin kazandırılma sürecine zarar verebilir. Dahası, toplumda öğretmenliğin sadece maddi çıkarlar için yapılan bir meslek olduğu algısını da oluşturabilir. Bazı eğitim sendikalarının araştırmalarında, öğretmenlerin bazılarının psikolojik sorunlar yaşadığı ve daha çok kazanç sağlayacakları bir iş bulmaları halinde mesleklerini bırakabilecekleri bulgusuna ulaşılmıştır (haberler.com, 2015; mebpersonel.com, 2015). Bu durum eğitimin itici gücü olan öğretmenlerin mesleki devamlılık açısından

* Bu makale Yener Akman'ın Murat Özdemir danışmanlığında yürüttüğü "Örgütsel çekicilik, örgütsel imaj ve örgütsel sadakat arasındaki ilişkilerin öğretmen görüşlerine göre incelenmesi" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

¹ Süleyman Demirel Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Eğitim Bilimleri Bölümü, Türkiye, yenerakman@sdu.edu.tr

² Hacettepe Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Eğitim Bilimleri Bölümü, Türkiye, mrtozdem@gmail.com

kaygı verici bir noktada olduklarını düşündürmektedir. Öyle ki, öğretmenlerin enerjilerini karşılaştıkları sorunların çözümüne yönlendirmelerinden dolayı etkili bir eğitim gerçekleştirebilmelerinin zor olacağı öngörülebilir. Dolayısıyla eğitim sisteminin bir çıkmaza doğru sürüklendiği vurgulanabilir. Öğretmenlerin yaşadıkları sorunlar okulların fiziki yetersizlikleri, çalışanlar arası olumsuz ilişkiler, adaletsiz yönetsel yaklaşımlar ve çalışma özerkliği olmaması gibi çeşitli unsurlardan etkilenebilir. Aynı zamanda bu unsurların varlığı öğretmenlerin görev yaptıkları okulu çekici bulmamalarına da neden olabilir.

Örgütsel çekicilik son yıllarda dikkatleri üzerine çeken bir kavram olarak göze çarpmaktadır (Güler ve Basım, 2015; Lambert, Basuil, Bell ve Marquardt, 2017; Lievens, Van Hoye ve Schreurs, 2005; Nolan ve Harold, 2010; Stockman, Van Hoye ve Carpentier, 2017). Örgütlerin potansiyel çalışma adaylarının ve mevcut çalışanlarının örgütte devam etme istekliliklerini güçlendirmesi, örgüte duyulan çekicilik algısı ile ilişkilidir. Örgütlerin sahip olduğu çeşitli özellikler, çalışanlarına sunduğu ya da sunmadığı imkânlar ve bunların çalışanların iç dünyasında oluşturduğu duygusal izlenimler örgütün çekiciliğini olumlu ya da olumsuz etkileyebilir. Schneider (1987), her bireyin özel bir varlık olarak farklı ilgi, ihtiyaç ve isteklere sahip olduğunu belirtmiştir. Bu doğrultuda okulların çeşitli özellikleri de öğretmenlerin farklı açılardan dikkatini çekerek, çalışma istekliliğini ve sürekliliğini etkileyebilir. Bu özellikler *araçsal* ve *sembolik özellikler* olarak sınıflandırılabilir. Okulların, öğretmenler üzerinde etki gösterebilecek özellikleri genel anlamda bu gibi özellikler bağlamında ele alınabilir. Lievens ve Highhouse'a (2003) göre, araçsal özellikler, örgütü somut unsurlar açısından değerlendirirken; sembolik özellikler ise bireylerin örgüte yönelik algıları (öznel) ile ilişkili görülmektedir. Okulların araçsal özellikleri arasında kişiler arası ilişkiler, ücret politikası, okulun eğitim yapısı, sosyal etkileşimler, okulun bulunduğu bölgenin sosyo-ekonomik düzeyi, okul başarısı, öğrenci disiplin sorunları, mesleki gelişim imkânları vb. özellikler belirtilebilir. Sembolik özellikler ise öğretmenlerin okullarından gurur duyması, iş ortamında mutluluk ve heyecan hissetmesi gibi öznel özellikler olarak ifade edilebilir.

Araçsal ve sembolik özelliklerin hem iç hem de dış paydaşlar üzerinde bıraktığı izlenimler örgütün imajı ile de yakın ilişkilidir. Bu kapsamda, Kotler (1973), örgütsel imajı, toplumun örgüte ilişkin sahip olduğu inançların ve düşüncelerin toplamı olarak ifade etmiştir. Güçlü bir örgüt imajı aynı zamanda örgütün görece çekicilik düzeyini ve çalışanların sürekliliğini de etkilemektedir (Gregory, 2004; Highhouse, Lievens ve Sinar, 2003; Lievens ve Highhouse, 2003). Her örgüt bir imaja sahiptir. Bu imajın iyi ya da kötü yönde algılanmasında ise öncelikle çalışanların önemli bir payı olduğu düşünülebilir. Okulların dikkati çeken bir imaja sahip olmasında çalışanların yeterlilikleri ve okulları ile özdeşleşmeleri vurgulanabilir. Okullarda güçlü, istikrarlı ve okulun değerlerini yansıtan sağlam bir imaj alt yapısının atılması, iç ve dış imajın oluşturulması, toplumun okula ilişkin algılarını şekillendirmektedir. İmaj oluşum sürecinde yer alan soyut imaj ise paydaşların duygularına etki ederek imajın kalıcılığını pekiştirmektedir. Güçlü bir imaj, iç ve dış paydaşların okulu görece çekici bulmalarını sağlayabilir. Bu durum paydaşların okula yönelik sadakat algılarını da olumlu etkileyebilir.

Örgütsel sadakat kavramı, çalışanlar ile örgütleri arasında kurulan psikolojik bir durum olarak ifade edilmiştir (Turkylmaz, Akman, Ozkan ve Pastuszak, 2011). Bu durum çalışanların örgütte devam etme ya da etmeme kararlarında önemli bir değişken olarak göze çarpmaktadır. Nitekim, Barnard (1966, s. 83) sadakat kavramının temelinde "istekliliğin" yattığını belirtmiştir. Bir eğitim örgütü olan okullarda ise öğretmenlerin sadakat davranışının gelişmesi ve sürekliliği okulun performansı ile de yakın ilişkili görülmüştür (Mohsan, Nawaz, Khan, Shaukat ve Aslam, 2011). Diğer bir deyişle sadakat, örgütün verimliliğini ve kalitesini olumlu yönde etkilemektedir. Sadakat, özellikle kişiler arası ilişkilerde öğretmenlerin performansı ve motivasyonu ile ilişkili kavramlardan biri olarak görülmektedir. Bu doğrultuda öğretmenlerin okula sadakat duygularının gelişiminde okul yöneticileri, meslektaşları ve

öğrencileri ile olan etkileşim de önemli bir rol oynayabilir. Okul yöneticilerinin sergilemiş oldukları adaletli uygulamalar, sundukları mesleki gelişim imkânları ve tüm çalışanlara gösterdikleri sevgi ve saygı temelli yaklaşımlar, öğretmenlerin okulu benimsemelerini sağlayabilir. Ayrıca, meslektaşlar ve öğrencilerle kurulan samimi ilişkiler de öğretmenlerin okullarını vazgeçilmez bir iş ortamı olarak algılamalarını kolaylaştırabilir. Değinilen özellikler okulun imajını da olumlu etkileyerek, okulu öğretmenler için bir cazibe merkezi kimliğine büründürebilir.

Alan yazında örgütsel çekicilik, örgütsel imaj ve örgütsel sadakat arasındaki ilişkiyi inceleyen çeşitli araştırmalar olduğu görülmüştür. Bu araştırmalarda örgütsel imajın örgütün çekiciliği üzerinde önemli bir etki gösterdiğine yönelik bulgularla karşılaşmıştır (Chapman, Uggerslev, Carroll, Piasentin ve Jones, 2005; Lievens vd., 2005; Rynes ve Barber, 1990). Ayrıca, örgütsel imajın örgütsel sadakatin güçlendirilmesinde ve sürekliliğinde önemli bir unsur olduğu belirlenmiştir (Aityan ve Gupta, 2012; Ishaq, Mazhar, Bhutta, Rizwan ve Nazia, 2014; Nguyen ve LeBlanc, 1998). Benzer şekilde, Withey ve Cooper (1989) sadakatin gelişiminde örgütün çekiciliğinin göz ardı edilemeyecek bir değişken olduğunu işaret etmiştir. Ancak, alan yazında ilgili değişkenleri bir arada irdeleyen ve okullardaki görünümüne odaklanan araştırmalarla karşılaşılmasıdır. Önceki araştırmalarda tespit edilen kavramlar arası ikili ilişkilerin anlamlılığı, örgütsel imaj, örgütsel çekicilik ve örgütsel sadakat arasında anlamlı bir ilişkinin varlığının göstergesi olabilir. Bu kapsamda, araştırmada değişkenler arası ilişkiler irdelenmiştir. Ayrıca, okul imajı ve öğretmen sadakati ilişkisinde, okul çekiciliğinin aracılık rolüne sahip olup olmadığı da test edilmiştir. Örgütsel imajın, örgütsel çekicilik ve örgütsel sadakat ile olan anlamlı ilişkisi ve örgütsel çekiciliğin de örgütsel sadakat üzerindeki etkisi dikkate alındığında, okul çekiciliğinin okul imajı ve öğretmen sadakati ilişkisinde aracılık etkisine sahip olduğu düşünülmektedir. Diğer taraftan, öğretmenlerin görüşleri çerçevesinde değişkenler arası ilişkilerin çözümlenmesi, etkili okulların oluşturulmasına yönelik uygulamaların gerçekleştirilmesini kolaylaştırabilir. Böylece, cazip bir okul imajı ile okulun çekiciliğinin olumlu yönde etkilenmesi ve ardından öğretmenlerin sadakat algılarının gelişmesi beklenebilir. Bu doğrultuda mevcut çalışmanın genel amacı, öğretmen görüşlerine göre örgütsel çekicilik, örgütsel imaj ve örgütsel sadakat arasındaki ilişkileri çözümlenektir.

Kavramsal Çerçeve

Örgütsel Çekicilik

Örgütsel çekicilik kavramı, örgütün mevcut ve potansiyel çalışma adaylarının örgüte yönelik çalışılmak için cazip bir yer algısı üzerine kurulmuştur. Bireylerin hissettiği olumlu düşüncelerin isteklilik ve beğeni olarak yansımalarıdır. Berthon, Ewing ve Hah (2005), örgütsel çekiciliği, bireylerin örgütten sağladıkları faydalar olarak vurgulamıştır. Bu bağlamda öğretmenlerin okulları çekici algılamasına etki edebilecek *araçsal ve sembolik özelliklerin* varlığından söz edilebilir. Okulların sahip olduğu araçlar özellikler çalışanlar arası ilişkiler, okulun akademik başarısı, ücret, okulun fiziki imkânları, çalışma saatleri gibi daha somut nitelikler iken sembolik özellikler ise öğretmenlerin okulda çalışmalarının üzerlerinde bıraktığı heyecan, gurur, rahatlık, güven duyma, mutluluk gibi duygularla bağlantılıdır. Dutton, Dukerich ve Harquail'e (1994) göre çekicilik algısının belirlenmesinde sembolik özelliklerin araçsal özelliklere göre daha çok ilgi çeken bir yaklaşım olduğu belirtilmiştir. Zaten, Lievens ve Highhouse (2003) da, sembolik özelliklerin önemli farklılıklar oluşturduğunun altını çizmiştir. Benzer şekilde Lievens (2007), çekicilik bağlamında bireylerin örgüte katılım ve sürekliliklerinde sembolik özelliklerin en az araçsal özellikler kadar etkili olduğunu ifade etmiştir. Öğretmenlerin okullarına yönelik hissettikleri olumlu duygular, okulda görev yapma istekliliğini pekiştirerek farklı bir okula tayin istememelerini sağlayabilir. Böylece öğretmen sürekliliği ile öğretim kadrosunun sık değişimi ihtimali ortadan kalkabilir. Süreç içerisinde gerek öğretmenler gerekse öğrencilerin birbirlerini daha iyi tanıyarak paylaşımda bulunmaları, öğretimin etkililiğini de olumlu yönde geliştirebilir.

Ingersoll ve Smith'e (2003) göre, öğretmenlerin okula yönelik olumsuz bir tutum göstererek yer değişikliği yapmalarının, örgütsel belirsizlik ve istikrarsızlığa sebep olarak eğitim sistemi üzerinde olumsuz etki göstereceği belirtilmiştir.

Alan yazında bireylerin bir örgütü çekici olarak algılamasının temelinde çeşitli yaklaşımlar olduğu ifade edilmiştir. Bu konuda, Ehrhart ve Ziegert (2005), üç ana kuram altında çekicilik algısını ele almıştır. *Çevresel süreç ana kuramı*, örgütün nesnel özelliklerinin, birey üzerinde ortaya çıkardığı öznel tepkilerinin oluşumu ve gelişimini araştırmıştır. *Etkileşimsel süreç ana kuramı* ise, birey ve çevre uyumunu temeline almıştır. Bu uyum sonucunda ortaya çıkan etkileşimin çekicilik algısını sağladığı vurgulanmıştır. *Özsel süreç ana kuramında* da, bireylerin benlik saygısı, özyeterlilik vb. içsel yeterliliklerinin etkili olduğu belirtilmiştir. Bu kuramlar okul bağlamında bütüncül olarak ele alındığında, okulda algılanan yönetsel yapı, kişiler arası ilişkilerin kalitesi, çalışanlara sağlanan kaynaklar, okulun sahip olduğu fiziki özellikler gibi unsurlar öğretmenlerin performansları ve motivasyonlarında etki gösterebilir. Özellikle öğretmenlerin okul içerisinde kendilerini huzurlu hissetmeleri okulu benimsemelerini ve çevre ile daha uyumlu olmalarını sağlayarak bireysel ve kolektif yeterliliklerini de artırabilir.

Örgütsel çekiciliğe odaklanan araştırmaların çoğunluğunun eğitim kurumları haricinde özel işletmelerde gerçekleştirildiği gözlenmiştir (Lambert vd., 2017; Pilvinyte, 2013; Stockman vd., 2017; Wei, Chang, Lin ve Liang, 2016). Ulusal alan yazında ise okulun çekiciliğinin görece nasıl olduğuna ya da çeşitli kavramlar ile olan ilişkisine yönelik az sayıda araştırma ile karşılaşmıştır. Bu araştırmalar arasında Dural, Aslan, Alınç ve Araza (2014), örgütsel çekicilik algısını ölçmeye ilişkin bir ölçek uyarlaması gerçekleştirmiştir. Güler ve Basım (2015) ise katılımcıların kuruma katılma niyeti üzerinde örgütsel çekiciliğin etkisine odaklanılmışlardır. Bir diğer araştırmada da Yıldız (2013), örgütsel çekicilik ile işe başvurma niyeti, tanınırlık, kurum imajı ve kişi-örgüt uyumu arasında anlamlı ilişkiler olduğunu belirlemiştir.

Örgütsel İmaj

Alan yazında imaj, yönetim, felsefe ve psikoloji gibi farklı alanlarda incelenmiş güncelliğini sürekli koruyan ve gelişmeye açık bir kavram olarak görülmektedir. Bireyler, nesnelere, markalar ya da örgütler olsun her şeyin bir imajı bulunmaktadır. Cornelissen (2000) imajı tanımlarken insanların zihninde yer alan geniş bir anlamlar ağını işaret etmiştir. Örgüt imajı ise örgütün somut özellikleri ile birlikte bireylerin duygularını vurgulayan psikolojik yönün etkileşimi sonucunda ortaya çıkmıştır (Barich ve Kotler, 1991). Andreassen ve Lindestad (1998a) da, örgütün sahip olduğu tüm tecrübe birikiminin bireylerde bıraktığı yansıma olarak ifade etmiştir.

Günümüzde okulların başarılı olarak nitelendirilmesinde geleneksel olarak sadece akademik başarı göstergesi yeterli değildir. Bununla birlikte etkili bir imaj da gereklidir (Oplatka, 2009). Bir eğitim örgütü olan okulların imajının, iç ve dış paydaşlar tarafından olumlu algılanması okulun saygınlığına ve başarısına etki edebilir. Başarılı bir imaja sahip okulların çevrenin dikkatini çeken ve arzulan bir örgüt olacağı düşünülebilir. Ayrıca, Andreassen ve Lindestad (1998b) imajın bireylerin memnuniyeti etkilediğini belirtmiştir. Bu durumun örgüte ilişkin olumlu tutum yaratacağının altını çizmiştir. Dutton ve Dukerich (1991) de, olumlu imajın örgüte sağlanan desteği artıracaklarını ifade etmiştir. Ek olarak, paydaşlar arası verimli bir iletişim sürecinin gelişimi de imaj ile ilişkili olarak görülmüştür (Aaker ve Keller, 1990). Alan yazında okulların imajını etkileyen unsurlara yönelik çok sayıda araştırma gerçekleştirilmiştir (Bakioğlu ve Bahçeci, 2010; Balcı, 2001, s. 83; Gürbüz, 2008, s. 68; Zheng, 2005). Bu araştırmalarda okulların imajını etkileyen unsurlar arasında; çevre, müfredat kalitesi, etkili iletişim, sosyal faaliyetler, okul kültürü, okulun fiziki şartları, yönetim kalitesi, okul-veli-sivil toplum kuruluşları ilişkileri gibi çeşitli unsurlar vurgulanmıştır.

Okul imajı “hizmet kalitesi”, “yönetim kalitesi”, “finansal sağlamlık”, “çalışma ortamı”, “toplumsal sorumluluk”, “duygusal çekicilik” ve “kurumsal etik” olmak üzere yedi boyuttan oluşmaktadır (Gürbüz, 2008). *Hizmet kalitesi*, okulun eğitimsel ve akademik açıdan başarılı ve çalışanlar açısından da arzulanabilir imkânların sunulduğuna yönelik algıdır. *Yönetim kalitesi* ise, okulun yönetiminden sorumlu çalışanların sahip oldukları becerileri ve gerçekleştirdikleri uygulamaların niteliğini işaret etmektedir. *Finansal sağlamlık*, okulun maddi açıdan yeterliliğini vurgulamaktadır. *Çalışma ortamı* da, okulun fiziki özellikleri ile çalışanlar arası ilişkilerin niteliğini ifade etmektedir. *Toplumsal sorumluluk*, okulun sorumluluğunun çevresel sorunların çözümüne de ilişkin olduğunu belirtmektedir. *Duygusal çekicilik* ise, öğretmenlerin okula yönelik hisselerinin göstergesidir. *Kurumsal etik* de, okul içi işleyişlerde ahlaki bir tutumun sergilenmesi ve adalet ve saygı temelli bir iklimin okula hâkim olmasıdır. Değinen boyutlar iç ve dış paydaşların okula yönelik algılamalarını etkileyen anahtar unsurlar olarak düşünülebilir.

Örgütsel Sadakat

Örgütlerin başarılı olmaları çok sayıda unsura bağlıdır. Bu unsurlardan biri de çalışanların örgüte yönelik sadakatleridir. Örgütsel sadakat 1960’lı yıllardan günümüze akademisyenlerin ilgisini çeken bir kavram olarak incelenmiştir. Örgütsel sadakat, temelinde bireysel isteklilik (Barnard, 1966, s. 83) yer alan duygusal bir adanmışlık olarak tanımlanabilir (Allen ve Mayer, 1990). Bu bağlamda, okula sadakat, öğretmenlerin okul ile olan ilişkilerinin devam etmesine yönelik isteklilik, okula bağlılık ve katılım olarak düşünülebilir. Okula sadakatle bağlı öğretmenlerin okulun amaçlarına ulaşmasına etki eden en önemli insan kaynaklarından biri olduğu belirtilebilir. Rusbult, Farrel, Rogers ve Mainous’a (1988) göre sadakat, çalışanların sadece örgütte yer almayı değil, aynı zamanda karşılaşılan sorunların çözümünde özveri içerisinde yapıcı davranışlar sergilemesini de vurgulamaktadır.

Örgütsel sadakatin örgütün etkililiğini artırdığı düşünülmektedir. Ali, Krishnan ve Azim (1997), sadık çalışanların örgütün değerlerini ve vizyonunu benimseyerek daha çok çalıştıklarını ifade etmiştir. Ayrıca sadık çalışanların müşteri sadakati üzerinde de olumlu etki gösterdiği görülmüştür (Reichheld, 1993). Bu doğrultuda, özveri ile çalışan öğretmenlerin hem iç hem de dış paydaşların dikkatini çekerek, paydaşların okul ile özdeşleşmelerini sağlayabileceği öngörülebilir. Chen’e (2001) göre, örgüte sadakatle bağlı çalışanların bilgilerini paylaşarak, rehberlik ederek, sorunların çözümünde rol oynayarak ve motivasyon sağlayarak örgütsel etkililiğe hizmet ettiği belirlenmiştir. Mowday, Porter ve Steers (1982) de, örgüte sadık çalışanların okulun ürettiği hizmeti ve yeterlilikleri herkese karşı savunma eğiliminde olduklarını ifade etmiştir. Bu durum okul bağlamında ele alınırsa, öğretmenlerin yöneticilerine ve meslektaşlarına sahip çıkması, desteklemesi ve öğrencilerini koruması şeklinde ortaya çıkabilir. Meyer, Allen ve Smith (1993), sadık çalışanların, örgüt ile ilişkili her şeyi olduğu gibi kabullenme eğiliminde olduğunu belirterek, bağlılığa göre çok daha yoğun bir his olarak açıklamıştır. Ayrıca, Hart ve Thompson (2007), sadık çalışanların örgüt çıkarlarını kendi çıkarlarının önünde tuttuğunu vurgulamıştır.

Örgütsel sadakatin geliştirilmesinde önemli olan unsurlar arasında yönetici ve çalışanlar arasındaki ilişki belirtilebilir. Okul yönetiminde, yöneticilerin öğretmenlere yeterince söz hakkı vermesi, öğretmenlerin isteklerinin dikkate alınması, takdir edilmeleri, nezaket görmeleri gibi davranışların öğretmenlerin motivasyonlarını yükselterek sadakati geliştirebileceği ve okulun etkililiğini artıracığı düşünülebilir. Tatum’a (2006) göre, çalışanların sadakatini geliştirecek ve güçlendirecek unsurlar arasında iletişim yollarının açık olması, kişilerarası ilişki, saygı ve ödüller vurgulanabilir. Matzler ve Renzl (2006) de, yöneticiler ve çalışanlar arası etkileşimlerin güven ve saygı temelli oluşturulmasının çalışanların sadakatini artırdığını ifade etmiştir.

Örgütsel sadakat “yöneticiye sadakat”, “meslektaşlara sadakat” ve “öğrencilere sadakat” olmak üzere üç boyutlu bir yapı göstermektedir (Akman, 2017). *Yöneticiye sadakat*, öğretmenlerin yöneticilerin isteklerine koşulsuz bağlılık, görevini başarıyla yerine getirebilmek için özveri ile çalışmak

ve yöneticiye sunulan destek olarak görülmektedir. *Meslektaşlara sadakat* ise karşılaşılabilecek olumsuzluklarda birliktelik sağlanacağı ve eleştiriler karşısında destek verileceğine ilişkin davranışlardır. *Öğrencilere sadakat* de öğrencilerin her durumda desteklenmesi, başarısızlıklarının sahiplenilmesi ve her şartta öğrencilere sevgi gösterilmesi olarak açıklanmıştır.

Örgütsel Çekicilik, Örgütsel İmaj ve Örgütsel Sadakat İlişkisi

Araştırma kapsamında örgütsel çekicilik, örgütsel imaj ve örgütsel sadakat arasındaki ilişkileri okul bağlamında irdeleyen çalışmalara yönelik alan yazın incelenmiştir. Alan yazında üç değişkenin okul ortamındaki görünümüne odaklanan araştırmalarla karşılaşılmalıdır. Değişkenlerin eğitim kurumları, özel işletmeler, kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşları gibi farklı örneklem üzerinde çalışıldığı görülmüştür. Örgütlerin çalışanlar tarafından çekici olarak algılanmasının altında güçlü bir imajın önemli unsurlardan biri olduğu ifade edilmiştir. Ayrıca, olumlu imajın çalışanların örgütte işe devam etme davranışını da etkilediği görülmüştür (Highhouse vd., 2003; Turban ve Greening, 1996). Sadık çalışanların sergilemiş oldukları örgütten ayrılmama davranışı, bu bağlamda örgütün imajı ile ilgili düşünülebilir. Benzer şekilde hem işin hem de örgütsel özelliklerin örgütün imajının oluşumunda önemli değişkenler oldukları bilinmektedir. Bu değişkenlerin örgütün çekicilik algısı ile ilişkisi (Barber, 1998; Chapman vd., 2005), örgütsel çekicilik ve örgütsel imaj arasındaki bir etkileşimi de işaret edebilir. Withey ve Cooper (1989) da, çalışanların karşılaştıkları durumlar sonucunda örgüte yönelik geliştireceği dört temel davranış olduğunu ifade etmiştir. Bu davranışlardan biri olan sadakatin de örgütün çekiciliğinden bağımsız olamayacağını vurgulamıştır.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, öğretmen görüşlerine göre örgütsel çekicilik, örgütsel imaj ve örgütsel sadakat ilişkisini incelemektir. Bu doğrultuda araştırmada aşağıdaki soruların cevapları aranmıştır.

1. Öğretmenlerin örgütsel çekicilik, örgütsel imaj ve örgütsel sadakat algıları nasıldır?
2. Örgütsel çekicilik, örgütsel imaj ve örgütsel sadakat arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
3. Örgütsel imaj ve örgütsel sadakat ilişkisinde örgütsel çekiciliğin aracı etkisi var mıdır?

Yöntem

Öğretmen görüşlerine göre örgütsel çekicilik, örgütsel imaj ve örgütsel sadakat arasındaki ilişkileri inceleyen bu araştırma ilişkisel tarama modelinde desenlenmiştir. Araştırmada örgütsel imaj ile örgütsel sadakat arasındaki ilişkide örgütsel çekiciliğin aracılık rolünü test eden bir model test edilmiştir.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini 2016-2017 eğitim-öğretim yılında Ankara ilinin dokuz ilçesinde (Çankaya, Etimesgut, Altındağ, Mamak, Yenimahalle, Keçiören, Sincan, Gölbaşı ve Pursaklar) bulunan 418 kamu ortaokulunda görev yapan 15165 öğretmen oluşturmaktadır. Örneklem belirleme tablosunda % 5 hata oranı ile 10000-25000 aralığında olan evreni temsil edebilecek örneklemin 370-378 aralığında olması yeterli görülmektedir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s. 50). Araştırmada ulaşılmaya hedeflenen 50 ortaokul, ilçelerin kamu ortaokul sayıları göz önünde bulundurularak oranlı küme örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Araştırma 45 kamu ortaokulundan gerçekleştirilmiş ve 494 ölçeğin veri analizi için uygun olduğu saptanmıştır. Veri kümesi incelendiğinde öğretmenlerin 299'unun kadın (% 60.5) ve 195'inin erkek (% 39.5) olduğu görülmüştür. Ayrıca öğretmenlerin 181'i 1-10 yıl arasında (% 36.6), 226'sı 11-20 yıl arasında (% 45.7) ve 87'si 21 yıl ve üzeri (% 27.6) mesleki kıdeme sahiptir. Öğretmenlerin 432'sinin lisans (% 87.4) ve 62'sinin de lisansüstü (% 12.6) eğitim düzeyinde oldukları gözlenmiştir. Öğretmenlerin okullarında çalışma süreleri açısından 339'unun 1-5 yıl arasında (% 68.6), 97'sinin 6-10 yıl arasında (% 19.6) ve 58'inin de 11 yıl ve üzerinde (% 11.7) yer aldıkları izlenmiştir. Son olarak, öğretmenlerin 398'i evli (% 80.6) ve 96'sı bekârdır (% 19.4).

Veri Toplama Araçları

Araştırma verileri Akman (2017) tarafından geliştirilen “Örgütsel Çekicilik Ölçeği-ÖÇÖ” ve “Örgütsel Sadakat Ölçeği-ÖSÖ” ve Gürbüz (2008) tarafından geliştirilmiş olan “Örgütsel İmaj Algısı Ölçeği-ÖİAÖ” ile elde edilmiştir.

ÖÇÖ, 11 maddeden oluşan tek boyutlu bir yapıya sahiptir (Örnek madde: “Çevremdeki çoğu öğretmenin bu okulda çalışmak istediğine inanıyorum”). Beşli Likert türünde hazırlanmış olan ölçek “kesinlikle katılmıyorum” ile “kesinlikle katılıyorum” arasında ifadeler içermektedir. 140 kişilik bir çalışma grubunda yapılan ölçek geliştirme analizleri sonucunda ÖÇÖ’nün açıkladığı toplam varyansın % 64.542 olduğu görülmüştür. Ölçeğin Cronbach Alfa değeri .94 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin geçerliliği Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA) ile sınanmıştır. DFA analizi ile ulaşılan bulgular; $\chi^2/sd=2.11$, $RMSEA=.11$, $GFI=.78$, $CFI=.98$, $NFI=.98$ ve $NNFI=.97$ olarak izlenmiştir. Analizde yer alan modifikasyon önerileri doğrultusunda C5-C6 ve C10-C11 maddeleri arasında korelasyon oluşturulmuştur. Tekrarlanan analiz sonucunda uyum iyiliği değerlerinin iyileştiği tespit edilmiştir ($\chi^2/sd=1.58$, $RMSEA=.08$, $GFI=.83$, $CFI=.99$, $NFI=.99$ ve $NNFI=.97$). ÖÇÖ’nün güvenilirliği ve geçerliği mevcut veri kümesi üzerinde de incelenmiştir. ÖÇÖ’nün Cronbach Alfa değerinin .95 olduğu görülmüştür. Ayrıca DFA bulgularına göre χ^2/sd değeri 4.36, $RMSEA .07$, $GFI .91$, $CFI .99$, $NFI .98$ ve $NNFI .98$ değerlerine ulaşılmıştır ($N=494$). Bu bulgular, eldeki veri kümesi ile de güvenilirlik ve geçerliliğin sağlandığını işaret etmiştir.

ÖSÖ, 11 maddeden oluşan üç boyutlu bir yapıya sahiptir. Ölçek, “kesinlikle katılmıyorum” ile “kesinlikle katılıyorum” aralığında ifadeler içeren beşli Likert türünde hazırlanmıştır. 140 katılımcının yer aldığı çalışma grubu üzerinde geliştirilen ÖSÖ’nün açıkladığı toplam varyansın % 63.145 ve toplam Cronbach Alfa değerinin .81 olduğu görülmüştür. “Yöneticiye sadakat” olarak isimlendirilen birinci boyut 4 maddeden oluşmaktadır (Örnek madde: “Müdürüm hakkında kötü konuşulduğunda, onu savunurum.”). Boyutun Cronbach Alfa değeri .85 olarak hesaplanmıştır. ÖSÖ’nün 3 maddeden oluşan ikinci boyutu “Meslektaşlara sadakat” olarak isimlendirilmiştir (Örnek madde: “Meslektaşlarımın eleştirildiği durumlara kayıtsız kalamam.”). Boyutun Cronbach Alfa değerinin .65 olduğu görülmüştür. ÖSÖ’nün üçüncü boyutu ise “Öğrencilere sadakat” olarak isimlendirilmiş ve 3 maddeden meydana gelmiştir (Örnek madde: “Bu okulun öğrencilerini karşılık görmezsem bile severim.”). Bu boyutun Cronbach Alfa değeri ise .74 olarak hesaplanmıştır. ÖSÖ’nün güvenilirliği ve geçerliği eldeki veri kümesi üzerinde de incelenmiştir. ÖSÖ’nün Cronbach Alfa değerleri incelendiğinde toplamın .89, “yöneticiye sadakatin” .83, “meslektaşlara sadakatin” .73 ve “öğrencilere sadakatin” .86 değerlerine sahip olduğu görülmüştür. Ayrıca DFA bulgularına göre χ^2/sd değeri 4.56, $RMSEA .08$, $GFI .89$, $CFI .97$, $NFI .96$ ve $NNFI .95$ değerleri elde edilmiştir ($N=494$). Bu bulgular, eldeki veri kümesi ile de güvenilirlik ve geçerliliğin sağlandığını işaret etmiştir. DFA değerlerinin yorumlanmasında χ^2/sd oranının 3 ve 5 arasında yer alması “orta” düzeyde uyumu, $RMSEA$ değerinin ise .05 ile .08 arasında olması da “iyi” uyumu işaret etmektedir. Ayrıca GFI , CFI , NFI ve $NNFI$ ’nin ise .90 ile .95 arasında değerler üretmesi “iyi” uyum göstergesi olarak kabul görmektedir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012, s. 277).

ÖİAÖ, 7 boyutta yer alan 46 maddeden oluşmaktadır. Ölçek, beşli Likert türünde hazırlanmış ve “Hiç katılmıyorum” ile “Tam katılıyorum” aralığında ifadeler içermektedir. ÖİAÖ’nün Cronbach Alfa değerleri incelendiğinde; “hizmet kalitesi” boyutunun .91, “yönetim kalitesi” boyutunun .88, “finansal sağlamlık” boyutunun .81, “çalışma ortamı” boyutunun .91, “toplumsal sorumluluk” boyutunun .80, “duygusal çekicilik” boyutunun .94 ve “kurumsal etik” boyutunun .88 değerlerini aldıkları izlenmiştir. Eldeki araştırma veri kümesi üzerinde güvenilirlik ve geçerlik analizleri tekrarlanmıştır. ÖİAÖ’nün yedi boyutlu yapısının toplam varyansın % 70.35’ini açıkladığı görülmüştür. Ayrıca “hizmet kalitesi” boyutunun .86, “yönetim kalitesi” boyutunun .90, “finansal sağlamlık” boyutunun .80, “çalışma ortamı” boyutunun .86, “toplumsal sorumluluk” boyutunun .81, “duygusal çekicilik” boyutunun .94 ve “kurumsal etik” boyutunun .79 Cronbach Alfa değerlerine sahip olduğu belirlenmiştir. Son olarak yapılan DFA sonucunda χ^2/sd değeri 4.48, $RMSEA .08$, $GFI .84$, $CFI .97$, $NFI .95$ ve $NNFI .96$ değerleri elde edilmiştir ($N=494$). Güvenirlik ve geçerlilik değeri incelendiğinde ÖİAÖ’nin araştırma kullanılabilirlikte yeterli bir veri toplama aracı olduğu kanısına varılmıştır. Ayrıca, ölçeğin kullanım izinleri ölçeği geliştiren kişilerden e-posta yolu ile alınmıştır.

İşlemler ve Verilerin Analizi

Veri toplama süreci öncesinde araştırma için Etik Komisyon izni ve Ankara İl Milli Eğitim Müdürlüğü'nden ilgili kamu ortaokullarında ölçeklerin uygulanabilmesi için yasal izin alınmıştır. Ardından okul yöneticileri ile görüşülerek belirlenen bir zamanda gönüllü katılım sağlayan öğretmenlere ölçekler bizzat araştırmacı tarafından dağıtılmıştır. Ölçek uygulanma süresinin yaklaşık 10 dakikalık bir zaman içerisinde tamamlandığı gözlenmiştir. Ölçekler tek tek incelenmiş ve birden fazla ya da eksik işaretlenen ve doldurulmayan ya da fiziki zarar görmüş ölçekler değerlendirmeye alınmamıştır. Bu doğrultuda dağıtılan 550 ölçeğin 56'sı elenmiştir. 494 ölçekte yer alan veriler bilgisayar ortamına aktarılmış ve analiz sürecine geçilmiştir. Öncelikle veri kümesinin tek ve çok yönlü normallik sayılığını gösterip göstermediği irdelenmiştir. Bu amaçla basıklık-çarpıklık değerleri ve Q-Q grafiği incelenmiştir. Örgütsel çekicilik (-.43 ile -.56), örgütsel sadakat (-.87 ile .86) ve örgütsel imaj (-.54 ile -.14) veri değerlerinin normal sınırlar içerisinde olduğu görülmüştür. Kalaycı'ya (2014, s. 8) göre, basıklık-çarpıklık değerinin -2 ile +2 arasında yer alması normal dağılıma işaret etmektedir. Ayrıca Q-Q grafiğinde verilerin 45 derecelik açı ile doğru etrafında elips şeklinde olması da normallik varsayımını desteklemiştir. Son olarak çoklu bağlantı sorununun varlığı korelasyon değerleri ile incelenmiştir. Değişkenler arası korelasyon değerlerinin .85'den düşük olması, çoklu bağlantı sorununun olmadığını göstergesidir (Pallant, 2005). Araştırmada aritmetik ortalamaların yorumlanmasında 1.00-1.80 aralığı "çok düşük", 1.81-2.60 aralığı "düşük", 2.61-3.40 aralığı "orta", 3.41-4.20 aralığı "yüksek" ve 4.21-5.00 aralığı "çok yüksek" olarak değerlendirilmiştir. Ek olarak korelasyon analizinin yorumlanmasında da .00-.30 aralığı "düşük", .31-.70 aralığı "orta" ve .71-1.00 aralığı da "yüksek" düzeyde ilişki olarak kabul edilmiştir. Çalışmanın ilk sorusu aritmetik ortalama, ikinci sorusu Pearson Momentler Korelasyon analizi ve üçüncü soru da yapısal eşitlik modellemesi (YEM) ile araştırılmıştır.

Bulgular

Araştırmada öğretmen görüşleri çerçevesinde öğretmenlerin örgütsel çekicilik, örgütsel sadakat ve örgütsel imaj algılarının görece nasıl olduğu irdelenmiştir. Ayrıca değişkenler arasındaki ilişkiler ve örgütsel imaj ile örgütsel sadakat ilişkisinde örgütsel çekiciliğinin aracı rolü de araştırılmıştır. Değişkenlere ilişkin aritmetik ortalama ve korelasyon analizi bulguları Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Değişken ve Alt Boyutlara İlişkin Betimsel İstatistikler ve Korelasyon Analizi Bulguları

	\bar{X}	Ss	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	3.37	1.0	-												
2	3.92	.70	.64**	-											
3	3.94	.86	.63**	.87**	-										
4	3.83	.82	.45**	.78**	.56**	-									
5	3.98	.83	.50**	.84**	.57**	.49**	-								
6	3.65	.74	.72**	.53**	.55**	.35**	.41**	-							
7	3.67	.76	.62**	.49**	.49**	.33**	.38**	.92**	-						
8	3.70	.88	.64**	.51**	.55**	.30**	.38**	.90**	.80**	-					
9	3.49	.84	.60**	.40**	.39**	.33**	.27**	.83**	.73**	.68**	-				
10	3.73	.80	.61**	.44**	.45**	.30**	.32**	.91**	.85**	.78**	.75**	-			
11	3.60	.86	.61**	.41**	.45**	.24**	.31**	.90**	.82**	.83**	.72**	.78**	-		
12	3.61	.82	.76**	.54**	.56**	.34**	.44**	.96**	.84**	.85**	.77**	.83**	.85**	-	
13	3.86	.75	.63**	.56**	.54**	.39**	.45**	.86**	.75**	.84**	.62**	.77**	.76**	.82**	-

** $p < .001$; $N=494$

1-Örgütsel Çekicilik	5-Öğrencilere Sadakat	9-Finansal Sağlık	13-Kurumsal Etik
2-Örgütsel Sadakat	6-Örgütsel İmaj	10-Çalışma Ortamı	
3-Yöneticiye Sadakat	7-Hizmet Kalitesi	11-Toplumsal Sorumluluk	
4-Meslektaşlara Sadakat	8-Yönetim Kalitesi	12-Duygusal Çekicilik	

Tablo 1 incelendiğinde, öğretmenlerin örgütsel çekicilik algısı ($\bar{X}=3.37$) görece “orta” ve örgütsel imaj ($\bar{X}=3.65$) ile örgütsel sadakat ($\bar{X}=3.92$) algılarının ise görece “yüksek” düzeyde sergilendiği görülmektedir. Korelasyon analizi sonucunda örgütsel çekicilik ile örgütsel imaj arasında pozitif yönlü, yüksek düzeyde ve anlamlı bir ilişki belirlenmiştir ($r=.72$; $p<.001$). Ayrıca, örgütsel çekicilik ve örgütsel sadakat arasında da pozitif yönlü, orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki vardır ($r=.64$; $p<.001$). Son olarak örgütsel imaj ve örgütsel sadakat arasında ise pozitif yönlü, orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($r=.53$; $p<.001$).

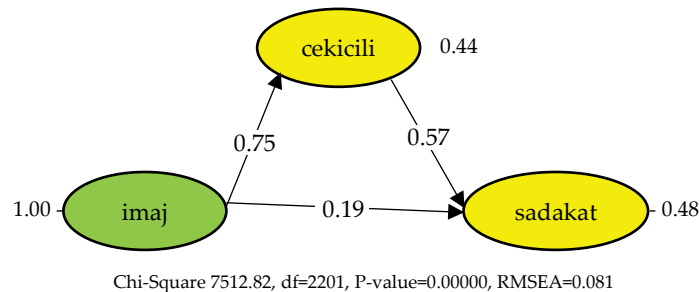
Ortaokullarda örgütsel imaj ile örgütsel sadakat arasındaki ilişkide örgütsel çekiciliğin aracılık etkisi Holmbeck’in (1997) ortaya attığı model çerçevesinde ele alınmıştır. Holmbeck’e (1997) göre, değişkenler arası anlamlı bir ilişkide, aracılık etkisinin araştırıldığı değişken modele eklendiğinde, değişkenler arası ilişkinin düzeyinde düşme oluşuyorsa bu durum aracılık etkisini işaret etmektedir. Aracılık rolü oynadığı düşünülen değişken modele eklenildiğinde bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişkinin; anlamsız olması “tam aracılık” ve anlamlı olması ve etki düzeyinin düşmesi ise “kısmi aracılık” olarak değerlendirilmektedir. Mevcut araştırmada örgütsel imaj (bağımsız değişken) ile örgütsel sadakat (bağımlı değişken) arasındaki ilişkide örgütsel çekiciliğin aracılık rolüne sahip olup olmadığı incelenmiştir. Model oluşturulmadan önce değişkenler arası doğrudan ve dolaylı etkiler irdelenmiştir. Analize ilişkin bulgular Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Değişkenler Arası Etkiler ve Anlamlılık

Yapısal Yollar	Değişkenler	β	T
Doğrudan Etkiler			
Örgütsel İmaj →	Örgütsel Çekicilik	.75	10.54*
Örgütsel İmaj →	Örgütsel Sadakat	.59	8.30*
Örgütsel Çekicilik →	Örgütsel Sadakat	.68	9.39*
Dolaylı Etkiler			
Örgütsel İmaj →	Örgütsel Sadakat	.19	2.55*

* $p<.05$; $N=494$

Tablo 2’den görüleceği gibi “Örgütsel İmaj”, “Örgütsel Çekiciliği” ($\beta=.75$; $p<.05$) ve “Örgütsel Sadakati” ($\beta=.59$; $p<.05$) anlamlı şekilde yordamaktadır. Ayrıca, “Örgütsel Çekicilik” de “Örgütsel Sadakatin” ($\beta=.68$; $p<.05$) anlamlı bir yordayıcısıdır. Değişkenler arası regresyon değerlerinin anlamlı olması, aracılık testinin varsayımlarının gerçekleştirildiği şekilde yorumlanmıştır. “Örgütsel İmaj” ile “Örgütsel Sadakat” arasındaki ilişkide “Örgütsel Çekiciliğin” aracılık rolü yol analizi ile irdelenmiştir. Yol analizine ilişkin bulgular Şekil 1’de sunulmuştur.



Şekil 1. Araştırma Modeline İlişkin Yol Diagramı

Şekil 1'den izlenebileceği gibi, aracı değişken olarak "Örgütsel Çekiciliğin" modele eklenmesinin ardından da "Örgütsel İmaj" (bağımsız değişken) ile "Örgütsel Sadakat" (bağımlı değişken) arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu görülmüştür ($\beta=.19$; $p<.05$). Ancak, değişkenler arası ilişki doğrudan gerçekleştiğinde β değerinin .59 (bkz. Tablo 2) iken "Örgütsel Çekiciliğin" modele eklenmesi ile β değerinin .19'a (bkz. Şekil 1) düştüğü saptanmıştır. Bu bulgular "Örgütsel İmaj" ile "Örgütsel Sadakat" ilişkisinde "Örgütsel Çekiciliğin" kısmi aracılık rolü oynadığını işaret etmektedir (Holmbeck, 1997). Ayrıca modelin uyum iyiliği değerleri de şu şekildedir: $\chi^2=7512.82$; $sd=2201$; $\chi^2/sd=3.41$, $p<.001$; $RMSEA=.08$; $GFI=.82$; $CFI=.95$; $NFI=.95$; $NNFI=.97$]. Modelde ki değerlerin yorumlanmasında; χ^2/sd değerinin 5'ten düşük olması modelin yeterliliğini, $RMSEA$ değerinin .05 ile .08 aralığında yer alması modelin "iyi" uyuma sahip olduğunu göstermektedir. GFI , CFI , NFI ve $NNFI$ değerlerinin .95 üzerinde değer üretmesi ise "mükemmel" uyumu belirtmektedir. Uyum iyiliği değerleri bir bütün halinde incelendiğinde kuramsal modelin araştırma veri kümesi tarafından desteklendiği ifade edilebilir (Çokluk vd., 2012, s. 277).

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Bu araştırmada 2016-2017 eğitim-öğretim yılında Ankara ili dokuz merkez ilçesinde bulunan 45 kamu ortaokulunda görev yapan 494 öğretmenin görüşleri çerçevesinde örgütsel çekicilik, örgütsel imaj ve örgütsel sadakat algı düzeyleri incelenmiştir. Ayrıca, değişkenler arası ilişkiler ve örgütsel çekiciliğin örgütsel imaj ile örgütsel sadakat ilişkisindeki aracılık rolü de araştırılmıştır.

Araştırma bulguları, öğretmenlerin örgütsel çekicilik algılarının görece orta düzeyde olduğunu göstermiştir. Alan yazında öğretmenler örnekleminde yapılan çalışmalarla karşılaşmamıştır. Bununla birlikte çeşitli örneklem üzerinde gerçekleştirilen çalışmalarda farklı bulgular tespit edilmiştir. Bazı araştırmalarda üniversite öğrencilerinin örgütsel çekicilik algıları görece yüksek düzeyde (Dural vd., 2014; Yıldız, 2013), bazılarında da görece orta düzeyde (Arbak ve Yeşilada, 2003; Lambert vd., 2017; Nolan ve Harold, 2010; Stockman vd., 2017) saptanmıştır. Güler ve Basım (2015) ise lise öğrencilerinin örgütsel çekicilik algısının görece çok yüksek olarak tespit etmiştir. Araştırmalar bir bütün halinde değerlendirildiğinde örgütsel çekicilik algı düzeylerinin farklılaşması örneklem çeşitliliğinden kaynaklanabilir. Mevcut araştırmada öğretmenlerin okula yönelik örgütsel çekicilik algılarının görece orta düzeyde olması, öğretmenlerin okulların çalışmak için yeterince cazip bir yer olmadığı düşüncesine sahip olduğu izlenimi bırakmıştır. Diğer bir açıdan, okulların öğretmenlere çekici gelmesini sağlayacak çeşitli araçsal özelliklere sahip olmadığı da düşünülebilir. Şöyle ki, öğretmenlerin okula yönelik hissedebileceği heyecan, bağlılık, gurur ve mutluluk gibi sembolik özelliklerin araçsal özelliklerden bağımsız olmadığı da belirtilebilir. Zaten Lievens (2007) da, çalışanların örgüte yönelik algılamalarında araçsal ve sembolik özelliklerin etkili olduğunu ve bu özellikler arasında karşılıklı bir etkileşimin varlığını ifade etmiştir.

Araştırmanın bir diğer bulgusu olan öğretmenlerin okula yönelik imaj algıları da görece yüksek düzeyde tespit edilmiştir. Bu bulgunun çeşitli araştırmalarda desteklendiği gözlenmiştir. Örneğin, Demiröz'ün (2014) öğretmenlerin örgütsel imaj, örgütsel vatandaşlık ve öğrenci başarısını incelediği çalışmasında da okula ilişkin imaj algılarının görece yüksek düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde Erdoğan, Umurkan ve Kuru'nun (2013) çalışması da öğretmenlerin okul imajı algılarının görece yüksek düzeyde olduğunu işaret etmiştir. Ayrıca bazı araştırmalarda görece orta düzeyde bir algı ile karşılaşmıştır (Akbulut, 2015; Şanlı ve Arabacı, 2016). Örgütsel imaj üzerine gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde öğretmenlerin okullarının imajını olumlu olarak algıladıkları çıkarımında bulunulabilir (Demiröz, 2014; Erdoğan vd., 2013). Algı farklılığının altında yatan sebep olarak çalışmaların ilkokul, ortaokul ve liseler olmak üzere farklı tür okullarda görev yapan öğretmenlerin görüşleri olabilir. Öğretmenlerin olumlu algıları çeşitli nedenlerden kaynaklanabilir. Bunlar arasında okul yönetimi ve çalışanlar arası ilişki etkili bir unsur olabilir. Şöyle ki, güven, adalet ve anlayışa dayalı ilişkilerin öğretmenlerin okullarında çalışmaya devam etme istekliliğini artırdığı görülmüştür (Brill ve

McCartney, 2008; Kukla-Acevedo, 2009). Ingersoll (2001) da, öğretmenlerin yönetici yeterliliği ve desteği olan okullarda çalışma eğiliminde olduklarını ifade etmiştir. Bir diğer neden de, okulun sunduğu hizmetin kalitesi ve çalışma ortamının çekiciliği olabilir. Hizmet kalitesinin en genel yansıması okulun başarısı olarak düşünülebilir. Borman ve Downing (2006), başarılı okulların öğretmenlerinin motivasyonlarının yüksek olduğunu belirterek, işten ayrılmaya niyetlerinin daha düşük olduğunu vurgulamıştır. Benzer şekilde, okulda öğretmenlere sunulan gelişim imkânları (Trank, Raynes ve Bretz, 2002), çalışma özerkliği, kararlara katılım desteği ve sosyal faaliyetler de öğretmenlerin algılarını olumlu yönde etkileyebilir. Değinen unsurlar bir bütün halinde irdelendiğinde okulun bıraktığı izlenimin bir göstergesi olarak görülebilir.

Bulgular öğretmenlerin örgütsel sadakat algılarının görece yüksek düzeyde olduğunu işaret etmiştir. Eğitim bilimleri alan yazınında öğretmenlerin örgütsel sadakate yönelik görüşlerinin incelendiği çalışmalarla karşılaşılmalıdır. Ancak, farklı çalışma grupları üzerinde gerçekleştirilen araştırmalarla uyumlu bulgular olduğu görülmüştür. Siller'in (2014) çalışan performansı ve iş ortamındaki esnekliği araştırdığı çalışmasında katılımcıların örgütsel sadakat algılarının görece yüksek olduğunu belirlemiştir. Benzer şekilde, Kai Li ve Hung Hung (2009) da ebeveynlerin okula yönelik olumlu bir sadakat algısına sahip olduklarını ifade etmiştir. Aynı doğrultuda, Nisar, Shaheen ve Bhatti (2016) de, özel bir işletmede yaptığı çalışmada katılımcıların örgütsel sadakat algılarının görece yüksek düzeyde saptamıştır. Araştırmanın bir diğer bulgusu da, örgütsel çekicilik, örgütsel imaj ve örgütsel sadakat arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişkiler olduğudur. Breugh ve Starke (2000), imaj algısını etkileyen örgütsel özelliklerin örgütsel çekicilik ile anlamlı ilişkisini vurgulamıştır. Destekler şeklinde Rynes ve Barber (1990) da, örgütsel çekicilik ve imaj değişiminin örgütsel özelliklerden bağımsız düşünülmemeyeceğini ifade etmiştir. Ayrıca, Ishaq vd. (2014) çalışanların örgüte sadakatle bağlı olmalarının algılanan imajın düzeyinden etkilendiğinin altını çizmiştir. Aityan ve Gupta (2012) ise örgütsel sadakatin gelişiminin de örgütsel çekicilik ve sadakat ile ilişkili olan çalışma koşullarının yeterliliğinin önemli bir unsur olduğunu belirtmiştir.

Son olarak araştırmada, örgütsel imaj ile örgütsel sadakat arasındaki ilişkide örgütsel çekiciliğin aracılık etkisi incelenmiştir. Araştırma bulguları örgütsel imajın öğretmenlerin okula sadakatleri üzerindeki etkisinin *kısmen* örgütsel çekicilik ile gerçekleştiğini işaret etmiştir. Diğer bir ifadeyle, olumlu örgütsel imajın okulun çekiciliğini artırdığı; bunun sonucunda da öğretmenlerin okula olan sadakatlerinin pozitif yönde etkilendiği sonucu elde edilmiştir. Dolayısıyla, okullarda dikkati çeken, güçlü bir imajın oluşturulması, okulun çekiciliğini olumlu yönde etkileyerek öğretmenlerin okula yönelik ileri düzeyde bağlılık geliştirebileceği şeklinde yorumlanabilir. Bu kapsamda öğretmenlerin okula sadakatlerinin geliştirilmesi için okulun daha çekici bir iş ortamı olarak algılanmasına yönelik uygulamalar gerçekleştirilebilir. Bu açıdan, Withey ve Cooper (1989), çalışan sadakati ve örgütsel çekicilik arasındaki ilişkiyi vurgulanmıştır. Ateg, Andersson ve Rosen'in (2009) çalışması da bu bulguyu desteklemiştir. Çalışmaya göre, çekiciliği etkileyen örgütsel unsurların aynı zamanda örgütsel sadakatin gelişimini de sağladığı belirlenmiştir. Ayrıca, Van Hove ve Saks (2011) tarafından yürütülen bir araştırmada araçsal ve sembolik imaj algılarının örgütsel çekiciliği yordadığı görülmüştür. Bu bulgu okullarda iş güvenliği endişesinin olmadığı, iş ortamının beklentileri karşıladığı, yönetsel yeterliliğin bulunduğu, maddi getirilerin zamanında ele geçtiği vb. özelliklerin olduğunu ve bunların öğretmenler üzerinde çalışma heyecanı, isteklilik, katılım gibi unsurları canlandırdıkları gibi yorumlanabilir. Başka bir araştırmada da, Kaur ve Soch (2013), örgütsel imaj ve örgütsel sadakat arasında anlamlı bir ilişki tespit etmiştir. Benzer şekilde, İzci ve Saydan (2013) da değişkenlerin karşılıklı olumlu etkileşiminin altını çizmiştir.

Sonuç olarak; (i) öğretmenlerin örgütsel çekicilik algıları görece *orta düzeydedir*; (ii) öğretmenlerin örgütsel imaj ve sadakat algıları görece *yüksek düzeyde* belirlenmiştir; (iii) örgütsel çekicilik, örgütsel imaj ve örgütsel sadakat arasında *pozitif yönlü, orta ve yüksek düzeyde ve anlamlı* ilişkiler vardır; (iv) örgütsel imaj ile örgütsel sadakat arasındaki ilişkide örgütsel çekicilik *kısmi aracılık* rolü oynamaktadır.

Araştırmada elde edilen sonuçlar bağlamında araştırmacılara şu önerilerde bulunulabilir; (i) değişkenlerin farklı okul türlerindeki (ilkokul, ortaokul, lise) düzeyleri ve aralarındaki ilişkiler irdelenebilir; (ii) değişkenlere yönelik farklı örneklerde (öğrenci, okul yöneticisi, veli vb.) çalışmalar yapılabilir; (iii) değişkenler ile ilişkili olabileceği düşünölen liderlik türleri ile farklı araştırmalar gerçekleştirilebilir; (iv) nitel ya da karma araştırma yöntemleri ile daha derinlemesine bir bakış açısıyla değişkenler incelenebilir. Yine elde edilen sonuçlar çerçevesinde uygulamaya ilişkin şu öneriler getirilebilir; (i) okullar maddi açıdan güçlendirilerek alt yapı eksikliklerinin giderilmesi sağlanabilir (ii) hizmet-içi eğitimler verilerek ya da lisansüstü eğitim teşvik edilerek okul yöneticilerinin liderlik yeterlilikleri geliştirilebilir; (iii) olumlu bir okul ikliminin oluşturulması için yöneticiler, öğretmenler, veliler ve öğrenciler arasında okul içi ve dışı sosyal etkinlikler düzenlenerek ilişkiler geliştirilebilir.

Kaynakça

- Aaker, D. ve Keller, K. L. (1990). Consumer evaluations of brand extensions. *Journal of Marketing*, 54(1), 27-41.
- Adıgüzelli, Y. (2015). Öğretmenlerin öğretim etkinliklerini gerçekleştirme sürecinde yaşadıkları sorunların bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Turkish Studies*, 10(15), 1-18.
- Aityan, S. K. ve Gupta, T. P. K. (2012). Challenges of employee loyalty in corporate America. *Business and Economics Journal*, 3, BEJ-55, 1-13.
- Akbulut, B. (2015). *Ortaöğretim kurumlarında görev yapan öğretmenlerin örgütsel imaj algıları ile iş doyumunu düzeyleri arasındaki ilişki* (Yayımlanmamış doktora tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Akman, Y. (2017). *Örgütsel çekicilik, örgütsel imaj ve örgütsel sadakat arasındaki ilişkilerin öğretmen görüşlerine göre incelenmesi* (Yayımlanmamış doktora tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Ali, A. J., Krishnan, K. ve Azim, A. (1997). Expatriate and indigenous managers' work loyalty and attitude toward risk. *The Journal of Psychology*, 131(3), 260-270.
- Allen, N. J. ve Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63, 1-18.
- Andreassen, T. W. ve Lindestad B. (1998a). Customer loyalty and complex services: The impact of corporate image on quality, customer satisfaction and loyalty for customers with varying degrees of service expertise. *International Journal of Service Industry Management*, 9(1), 7-23.
- Andreassen, T. W. ve Lindestad, B. (1998b). The effect of corporate image in the formation of customer loyalty. *Journal of Service Research*, 1(1), 82-92.
- Arbak, Y. ve Yeşilada, T. (2003). Örgüt-kişi uyumu ve örgütsel çekicilik: Hangi kişiler ne tür örgütleri daha çekici bulur? *Journal of Istanbul Kultur University*, 3, 23-37.
- Ateg, M., Andersson, I. M. ve Rosen, G. (2009). Change processes for attractive work in small manufacturing companies. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing*, 19(1), 35-63.
- Avcı, Ü. ve Seferoğlu, S. S. (2011). Bilgi toplumunda öğretmenin tükenmişliği: teknoloji kullanımı ve tükenmişliği önlemeye yönelik alınabilecek önlemler. *Akdeniz Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 9, 13-26.
- Bakioğlu, A. ve Bahçeci, M. (2010). Velilerin okul imajına ilişkin görüşlerinin incelenmesi. *Marmara Üniversitesi, Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 31, 25-55.
- Balcı, A. (2001). *Etkili okul ve okul geliştirme*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Barber, A. E. (1998). *Recruiting employees: Individual and organizational perspectives*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Barnard, C. I. (1966). *The functions of the executive* (17th bs.). Harvard University Press. https://hec.unil.ch/docs/files/56/618/barnard_chapter_7.pdf adresinden erişildi.
- Barich, H. ve Kotler, P. (1991). A framework for marketing image management. *Sloan Management Review*, 32(2), 94-104.
- Berthon, P., Ewing, M. ve Hah, L. L. (2005). Captivating company: dimensions of attractiveness in employer branding. *International Journal of Advertising*, 24(2), 151-172.
- Borman, G. D. ve Dowling, N. M. (2006). Teacher attrition and retention: A meta-analytic and narrative review of the research. *Review of Educational Research*, 28, 25-48.
- Breaugh, J. A. ve Starke, M. (2000). Research on employee recruitment: So many studies, so many remaining questions. *Journal of Management*, 26, 405-434.
- Brill, S. ve McCartney, A. (2008). Stopping the revolving door: Increasing teacher retention. *Politics & Policy*, 36, 750-774.
- Chapman, D. S., Uggerslev, K. L., Carroll, S. A., Piasentin, K. A. ve Jones, D. A. (2005). Applicant attraction to organizations and job choice: A meta-analytic review of the correlates of recruiting outcomes. *Journal of Applied Psychology*, 90, 928-944.

- Chen, Z. (2001). Further investigation of the outcomes of loyalty to the supervisor: Job satisfaction and intention to stay. *Journal of managerial psychology*, 16(8), 650-660.
- Cornelissen, J. (2000). Corporate image: an audience centred model. *Corporate Communications: An International Journal*, 5(2), 119-125.
- Currivan, D. B. (2000). The causal order of job satisfaction and organizational commitment in models of employee turnover. *Human Resource Management Review*, 9(4), 495-524.
- Çağlar, Ç. (2011). Okullardaki örgütsel güven düzeyi ile öğretmenlerin mesleki tükenmişlik düzeyinin bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 11(4), 1827-1847.
- Çokluk, Ö., Şekercioglu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik SPSS ve LISREL uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Demiröz, S. (2014). *Öğretmenlerin örgütsel vatandaşlık davranışları, örgütsel imaj algıları ve öğrenci başarıları arasındaki ilişki* (Yayımlanmamış doktora tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Dural, S., Aslan, G., Alinç, M. ve Araza, A. (2014). Örgütsel çekicilik: bir ölçek uyarlama çalışması. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 15(2), 141-154.
- Dutton, J. E. ve Dukerich, J. M. (1991). Keeping an eye on the mirror: Image and identity in organizational adaptation. *Academy of Management Journal*, 34, 517-554.
- Dutton, J. E., Dukerich, J. M. ve Harquail, C. V. (1994). Organizational images and member identification. *Administrative Science Quarterly*, 39, 239-263.
- Ehrhart, K. H. ve Ziegert, J. C. (2005). Why are individuals attracted to organisations?. *Journal of Management*, 31(6), 901-919.
- Erdoğan, M. Y., Umurkan, F. ve Kuru, T. (2013). Okul yöneticilerinin etik liderlik rolleri ile kurum imajı arasındaki ilişkiler. *İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3, 37-54.
- Gregory, J. R. (2004). *The best of branding: Best practices in corporate branding*. New York: McGrawHill, 3.
- Güler, M. ve Basım, H. N. (2015). Adayların kuruma katılma niyetlerinde örgütsel çekicilik ve kurumsal itibarın etkisi. *İş ve İnsan Dergisi*, 2(2), 115-126.
- Gürbüz, S. (2008). *Yönetici, öğretmen ve velilere göre Ankara ili özel ve kamu ilköğretim okullarının kurumsal imajı* (Yayımlanmamış doktora tezi). Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Haberler.com. (2015). *Eğitim-Sen: Öğretmenlerin Yüzde 42'si Mutsuz ve Huzursuz*. <https://www.haberler.com/egitim-sen-ogretmenlerin-yuzde-42-si-mutsuz-ve-7901671-haber/ adresinden erişildi>.
- Hart, D. W. ve Thompson, J. A. (2007). Untangling employee loyalty: A psychological contract perspective. *Business Ethics Quarterly*, 17(2), 297-323.
- Highhouse, S., Lievens F. ve Sinar, E. F. (2003). Measuring attraction to organizations. *Educational and Psychological Measurement*, 63, 986-101.
- Holmbeck, G. N. (1997). Toward terminological, conceptual, and statistical clarity in the study of mediators and moderators: Examples from the child-clinical and pediatric psychology literatures. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 65(4), 599-610.
- Ingersoll, R. M. (2001). Teacher turnover and teacher shortages: An organizational analysis. *American Educational Resource Journal*, 38(3), 499-534.
- Ingersoll, R. M. ve Smith, T. M. (2003). The wrong solution to the teacher shortage. *Educational Leadership*, 60(8), 30-33.
- Ishaq, M. I., Mazhar, H., Bhutta, A. A. H., Rizwan, Q. D. ve Nazia, M. H. (2014). Role of corporate image, product quality and customer value in customer loyalty: Intervening effect of customer satisfaction. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 4(4), 89-97.
- İzci, F. ve Saydan, R. (2013). Algılanan hizmet kalitesi kurumsal imaj ve sadakat ilişkisi (Van bölge hastanesi uygulaması). *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(1), 199-219.
- Kai Li, C. ve Hung Hung, C. (2009). Marketing tactics and parents' loyalty: the mediating role of school image. *Journal of Educational Administration*, 47(4), 477-489.

- Kalaycı, Ş. (2014). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri* (6. bs). Ankara: Asil Yayınları.
- Kaur, H. ve Soch, H. (2013). Mediating roles of commitment and corporate image in the formation of customer loyalty. *Journal of Indian Business Research*, 5(1), 33-51.
- Kotler, P. (1973). Atmospherics as a marketing tool. *Journal of Retailing*, 4(4), 48-64.
- Kukla-Acevedo, S. (2009). Leavers, movers, and stayers: The role of workplace conditions in teacher mobility decisions. *The Journal of Educational Research*, 102, 443-452.
- Kurt, İ. (2016). Öğretmenlerin mesleklerine ilişkin yaşadıkları bireysel ve toplumsal sorunlar. *International Online Journal of Educational Sciences*, 8(1), 268-283.
- Lambert, J. R., Basuil, D. A., Bell, M. P. ve Marquardt, D. J. (2017). Coming to America: work visas, international diversity, and organizational attractiveness among highly skilled Asian immigrants. *The International Journal of Human Resource Management*, 1-27. doi: 10.1080/09585192.2017.1322116
- Lievens, F. ve Highhouse, S. (2003). The relation of instrumental and symbolic attributes to a company's attractiveness as an employer. *Personnel Psychology*, 56(1), 75-102.
- Lievens, F., Van Hoye, G. ve Schreurs, B. (2005). Examining the relationship between employer knowledge dimensions and organisational attractiveness: an application in a military context. *Journal of Occupational and Organisational Psychology*, 78, 553-572.
- Lievens, F. (2007) Employer Branding in the Belgian Army: The importance of instrumental and symbolic beliefs for potential applicants, actual applicants, and military employees. *Human Resource Management*, 46, 51-69.
- Matzler, K. ve Renzl, B. (2006). The relationship between interpersonal trust, employee satisfaction, and employee loyalty. *Total Quality Management & Business Excellence*, 17(10), 1261-1271.
- Mebpersonel.com. (2015). *Eğitim İş'in anketine göre çoğu öğretmen mutsuz.* <http://www.mebpersonel.com/meb-personeli/egitim-is-in-anketine-gore-cogu-ogretmen-mutsuz-h187047.html> adresinden erişildi.
- Meyer, J. P., Allen, N. J. ve Smith, C. A. (1993). Commitment to organizations and occupations: extension and test of a three-component conceptualization. *Journal of Applied Psychology*, 78, 538-551.
- Mohsan, F., Nawaz, M., Khan, M., Shaukat, Z. ve Aslam, N. (2011). Are employee motivation, commitment, and job involvement inter-related: evidence from banking sector of Pakistan. *International Journal of Business and Social Science*, 2(17), 226-233.
- Mowday, R. T., Porter, L. W. ve Steers, R. M. (1982). *Employee-organization linkages: the psychology of commitment, absenteeism, and turnover*. San Diego: Academic Press.
- Nguyen, N. ve LeBlanc, G. (1998). The mediating role of corporate image on customers' retention decisions: an investigation in financial services. *International Journal of Bank Marketing*, 16(2), 52-65.
- Nisar, Q. A., Shaheen, S. ve Bhatti, A. (2016). Do attributes of celebrity influence corporate loyalty and corporate image? Mediating role of corporate credibility. *Journal of Management Info*, 11(1), 71-90.
- Nolan, K. P. ve Harold, C. M. (2010). Fit with what? The influence of multiple self-concept images on organizational attraction. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 83, 645-662.
- Oplatka, I. (2009). Organizational citizenship behavior in teaching: The consequences for teachers, pupils and the school. *International Journal of Educational Management*, 23(5), 375-389.
- Öztürk, M. (2016). Köy ve kasabalarda görev yapan öğretmenlerin mesleğin ilk yılında yaşadıkları güçlükler. *İlköğretim Online*, 15(2), 378-390.
- Pallant, J. (2005). *SPSS survival manual: A step by step guide to data analysis using SPSS for Windows (Version 12)*. Ligare, Sydney: Allen & Unwin.
- Pilvinyte, M. (2013). *Perceptions of organisational justice, restorative organisational justice and their relatedness to perceptions of organisational attractiveness* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Faculty of Humanities, University of the Witwatersrand, Johannesburg.
- Reichheld, F. F. (1993). Loyalty-Based management. *Harvard Business Review*, 71(2), 64-73.

- Rusbult, C. E., Farrel, D., Rogers, G. ve Mainous, A.G. III (1988). Impact of exchange variables on exit, voice, loyalty and neglect: an integrative model of responses to declining job satisfaction. *Academy of Management Journal*, 31(3), 599-627.
- Rynes, S. L. ve Barber, A. E. (1990). Applicant attraction strategies: An organizational perspective. *Academy of Management Review*, 15, 286-310.
- Schneider, B. (1987). The people make the place. *Personnel Psychology*, 40, 437-453.
- Siller, F. (2014). *Çalışma hayatında esneklik ve çalışan performansı üzerindeki etkisine yönelik deneysel bir araştırma* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Beykent Üniversitesi, İstanbul.
- Sleeter, C., Montecinos, C. ve Jiménez, F. (2016). Preparing teachers for social justice in the context of education policies that deepen class segregation in schools: the case of Chile. J. Lampert ve B. Burnett (Ed.), *Teacher Education for High Poverty Schools* içinde (s. 171-191). Cham: Springer International Publishing.
- Stockman, S., Van Hove, G. ve Carpentier, M. (2017). The dark side of employee referral bonus programs: potential applicants' awareness of a referral bonus and perceptions of organisational attractiveness: the dark side of referral bonus programs. *Applied Psychology*, 66(4), 599-627. doi: 10.1111/apps.12100
- Sutcher, L., Darling-Hammond, L. ve Carver-Thomas, D. (2015). *A coming crisis in teaching? Teacher supply, demand, and shortages in the U.S.* Learning Policy Institute websitesi <https://learningpolicyinstitute.org/product/coming-crisis-teaching-brief> adresinden erişildi.
- Şanlı, Ö. ve Arabacı, İ. B. (2016). Liselerde çalışan öğretmenlerin örgütsel kimlik ve örgütsel imaj algılarının örgütsel bağlılıklarına etkisi. *Education Sciences (NWSAES)*, 11(3), 126-152.
- Tatum, M. (2006). *Encourage employee loyalty: offer employee incentives and rewards.* <http://www.howtodothings.com/business/a4654-how-toencourage-employee-loyalty.html> adresinden erişildi.
- Trank, C. Q., Rynes, S. L. ve Bretz, R. D., Jr. (2002). Attracting applicants in the war for talent: differences in work preferences among high achievers. *Journal of Business and Psychology*, 16(3), 331-345.
- Turban, D. B. ve Greening, D. W. (1996). Corporate social performance and organizational attractiveness to prospective employees. *Academy of Management Journal*, 40, 658-672.
- Turkylmaz, A., Akman, G., Ozkan, C. ve Pastuszak, Z. (2011). Empirical study of public sector employee loyalty and satisfaction. *Industrial Management & Data Systems*, 111(5), 675-696.
- Wei, Y., Chang, C., Lin, L. ve Liang, S. (2016). A fit perspective approach in linking corporate image and intention-to-apply. *Journal of Business Research*, 69, 2220-2225.
- Withey, M. J. ve Cooper, W. H. (1989). Predicting exit, voice, loyalty, and neglect. *Administrative Science Quarterly*, 34(4), 521-539.
- Van Hove, G. ve Saks, A. M. (2011). The instrumental-symbolic framework: Organisational image and attractiveness of potential applicants and their companions at a job fair. *Applied Psychology: An International Review*, 60(2), 311-335.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *Spss uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yıldız, M. L. (2013). Algılanan kişi-örgüt uyumu, tanınırlık, imaj, örgütsel çekicilik ve işe başvurma niyeti arasındaki ilişkilerin yapısal eşitlik modellemesi ile incelenmesi. *Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 34(1), 153-173.
- Zheng, J. Y. (2005). Essential element of sustainable school development: School image. *Taiwan Education Review*, 634, 49-54.