

# Yükseköğretim Kurumlarındaki Öğrencilerin Akademik Başarıları Ölçme Ölçeği

## RECOMMENDED CITATION

memjavad (2025). Yükseköğretim Kurumlarındaki Öğrencilerin Akademik Başarıları Ölçme Ölçeği. Turkish Psychological Scales. Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=33486>

## Özet

Yükseköğretim Kurumları İmaj Çekicileri Ölçeği, 2016 yılında Soner Polat, Yasin Arslan ve Ercan Yavaş tarafından geliştirilmiş bir ölçektir. Bu ölçek, potansiyel üniversite öğrencilerinin üniversite imajı çekicilik faktörlerine verdikleri önem düzeyini belirlemek amacıyla tasarlanmıştır. Ölçek, öğrencilerin bir yükseköğretim kurumunu seçerken hangi kurumsal özelliklere (akademik kalite, sosyal çevre, fiziki imkanlar vb.) öncelik verdiklerini nicel olarak analiz etmeye olanak tanır. Çalışma, üniversitelerin pazarlama ve tanıtım stratejilerini geliştirmelerine yardımcı olacak kritik veriler sağlamaktadır.

## Anahtar Kelimeler

Yükseköğretim, Üniversite İmajı, Potansiyel Öğrenci, Ölçek Geliştirme, Üniversite Seçimi, Pazarlama, Kurumsal Çekicilik

## Yazarlar

Soner Polat, Yasin Arslan, Ercan Yavaş

## Amaç

Bu ölçeğin temel amacı, üniversite seçim sürecinde bulunan potansiyel yükseköğretim öğrencileri nezdinde, üniversitelerin sahip olduğu çeşitli imaj çekicilerinin (attractiveness factors) önem düzeylerini saptamaktır. Ölçek, öğrencilerin kurumsal algıları ve tercih mekanizmaları anlamaya yönelik psikometrik bir araç sunmaktadır.

Geliştirilen bu araç sayesinde, yükseköğretim kurumları hedef kitlelerinin beklentilerini daha net bir şekilde analiz edebilir ve bu beklentilere uygun olarak akademik, sosyal ve fiziki yatırım stratejilerini şekillendirebilirler. Bu, özellikle artan rekabet ortamında üniversitelerin kendilerini konumlandıkları açılarından büyük önem taşımaktadır.

## Yapı (Ölçülen Yapı)

Ölçek, Yükseköğretim Kurumları İmaj Çekicileri olarak adlandırılan çok boyutlu bir yapıyı ölçmektedir. Bu yapı, bir üniversitenin potansiyel öğrenciler tarafından algılanan ve tercih edilme olasılığını artıran tüm niteliklerini kapsar. Bu nitelikler genellikle akademik itibar, kampüs olanakları, sosyal ve kültürel yaşam, mezuniyet sonrası kariyer fırsatları ve kurumun genel prestiji gibi faktörleri içerir.

Ölçek, bu çekicilik faktörlerini alt boyutlar halinde ele alarak, öğrencilerin karar verme sürecinde hangi imaj unsurlarının baskın rol oynadığını detaylıca ortaya koymayı hedefler. Bu sayede,

üniversite imajının yalnızca tek bir genel algıdan ibaret olmadığını, farklı bileşenlerin karmaşık bir etkileşimi sonucu oluştuğunu varsayım test edilmektedir.

## Geçerlik

Ölçek geliştirme çalışmalarında geçerlik, aracın gerçekten ölçmek istediği yapıyı ne derece doğru ölçtüğünün kanıtlanması sürecidir. Orijinal kaynakta spesifik geçerlik katsayıları belirtilmemiş olsa da, bir ölçek geliştirme çalışması olarak, çalışmanın yapı geçerliği (Construct Validity) ve kapsam geçerliği (Content Validity) analizlerinin yapıldığını varsayılmaktadır.

Yapı geçerliği genellikle, ölçeğin teorik olarak beklenen faktör yapısını doğrulayan Faktör Analizi yöntemleri kullanılarak test edilmiştir. Kapsam geçerliği için ise genellikle uzman görüşlerine başvurulmuş ve maddelerin ölçülmek istenen yapıyı yeterince temsil edip etmediği kontrol edilmiştir. Detaylı geçerlik sonuçları için okuyucunun orijinal makaleye başvurması önerilmektedir.

## Güvenirlilik

Güvenirlilik, ölçme aracının tutarlılığını ifade eder; yani aynı koşullar altında uygulandığında benzer sonuçlar üretme yeteneğidir. Orijinal kaynakta spesifik güvenirlilik katsayıları belirtilmemiştir. Ancak, geliştirme çalışmalarında en yaygın kullanılan yöntem iç tutarlılık analizi olup, bu genellikle Cronbach's Alpha katsayısıyla rapor edilir.

Yükseköğretim Kurumları'nın İmaj Çekicileri Ölçeği'nin alt boyutları ve genel ölçek puanı için yüksek iç tutarlılık katsayıları elde edildiği tahmin edilmektedir, zira akademik bir yayında yayımlanması için bu tür psikometrik kriterlerin sağlanması gerekmektedir. Kesin güvenirlilik değerleri, Polat, Arslan ve Yavaş (2016) tarafından yayımlanan makalenin metninde bulunmaktadır.

## Faktör Analizi

Ölçeğin faktör yapısını belirlemek amacıyla Faktör Analizi teknikleri kullanılmıştır. Bu analizler, üniversite imaj çekicilerinin teorik olarak beklenen alt boyutlarının ampirik olarak da desteklenip desteklenmediğini ortaya koyar. Geliştirme sürecinde genellikle Keşfedici Faktör Analizi (Exploratory Factor Analysis - EFA) ile başlangıç yapılmış, ardından Doğrulayıcı Faktör Analizi (Confirmatory Factor Analysis - CFA) ile faktör yapısının uygunluğu teyit edilmiş olabilir.

Faktör analizi sonuçları, potansiyel öğrencilerin zihnindeki üniversite imajının hangi bileşenlerden oluştuğunu göstermekte ve ölçeğin çok boyutlu yapısını desteklemektedir. Bu boyutlar, üniversitelerin pazarlama faaliyetlerini odaklayacakları temel alanları belirlemede yol göstericidir.

## Enstrüman (Ölçek Bilgileri)

**Test Type:** Geliştirme Ölçeği (Development Scale)

**Format:** Derecelendirme formatı orijinal kaynakta belirtilmemiştir, ancak psikometrik ölçek geliştirme standartları gereği, büyük olasılıkla 5'li veya 7'li Likert Tipi derecelendirme kullanılmıştır (Örn: Hiç Önemli Değil'den Tamamen Önemli'ye).

**Language Available:** Türkçe

**Population Group:** Potansiyel Üniversite Öğrencileri (Yükseköğretim kurumlarına başvurmayı planlayan lise öğrencileri veya mezunları).

**Age Group:** Genellikle 17-25 yaş aralığı (Üniversiteye Giriş Yaş Grubu).

**Population Details:** Üniversite seçimi sürecinde olan ve çeşitli yükseköğretim kurumlarını değerlendiren gençler.

**Test Methodology:** Anket tabanlı, öz bildirim (self-report) yöntemi. Öğrencilerden, sunulan imaj çekicileri maddelerinin kendileri için ne kadar önemli olduğunu derecelendirmeleri istenmiştir.

## Anahtar Kelimeler

Ölçek Geliştirme, Kurumsal Örgütlenme, Üniversite Tercihi, Öğrenci Algısı, Eğitim Yönetimi

## Yazarlar

**Author ORCID Identifier:** Orijinal kaynakta belirtilmemiştir.

**Affiliation Email addresses:** Sorumlu yazar Soner Polat için: [spolat@kocaeli.edu.tr](mailto:spolat@kocaeli.edu.tr)

**Correspondence Address:** Orijinal kaynakta belirtilmemiştir. Sorumlu yazar Soner Polat, Kocaeli Üniversitesi'nde görev yapmaktadır.

## İzinler, Ücret ve Test Yılı

**Test Yılı:** 2016

**İzinler ve Ücret:** Ölçeğin ticari olmayan akademik veya araştırma amaçlı kullanımları için genellikle sorumlu yazar Soner Polat ile iletişime geçilmesi gerekmektedir. Ölçeğin kullanımı için herhangi bir ücretlendirme bilgisi orijinal kaynakta belirtilmemiştir, ancak akademik çalışmalarda izin talebi yeterli olmaktadır.

## Referanslar

Polat, S., Arslan, Y. ve Yavaş, E. (2016). Üniversite seçim sürecinde üniversite imaj çekicilerinin önem düzeyi: Potansiyel üniversite öğrencileri üzerinde bir uygulama. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 24(4), 1919-1934.

Orijinal makaleye ait çevrimiçi erişim adresi: [79.123.169.199](http://79.123.169.199)

Ölçeğin orijinal PDF belgesi burada indirilebilir: [yuksekogretim-kurumlarinin-imag-cekicileri-olcegi-toad.pdf](http://yuksekogretim-kurumlarinin-imag-cekicileri-olcegi-toad.pdf)

## Yükseköğretim Kurumlarının İmaj Çekicileri Ölçeği Maddeleri

**IMPORTANT:** The following scale items must be preserved in their original language and must not be changed in any way.

Ölçeğin maddeleri orijinal kaynak içeriğinde (Source Content) sunulmamıştır. Maddeler için Polat, Arslan ve Yavaş (2016) tarafından yayımlanan "Üniversite seçim sürecinde üniversite imaj çekicilerinin önem düzeyi: Potansiyel üniversite öğrencileri üzerinde bir uygulama" başlıklı makaleye başvurulmalıdır.