



(ISSN: 2587-0238)

Erdoğan, A. & Sural, V. (2021). Examination of the Relationship Between Organizational Attractiveness, Organizational Image and Organizational Commitments of Physical Education and Sports Teachers, *International Journal of Education Technology and Scientific Researches*, 6(16), 1646-1678.

DOI: <http://dx.doi.org/10.35826/ijetsar.408>

Article Type (Makale Türü): Research Article

EXAMINATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN ORGANIZATIONAL ATTRACTIVENESS, ORGANIZATIONAL IMAGE AND ORGANIZATIONAL COMMITMENTS OF PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS TEACHERS

Ali ERDOĞAN

Dr., Karamanoğlu Mehmetbey University Faculty of Sport Sciences, Karaman, Turkey, aerdogan@kmu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-8306-5683

Volkan SURAL

Dr., Ministry of National Education (MoNE), Yenikent İLKISAN Anatolian High School, Ankara, Turkey, volkansural75@gmail.com
ORCID: 0000-0001-8943-235X

Received: 10.08.2021

Accepted: 15.11.2021

Published: 19.12.2021

ABSTRACT

In this study, it was aimed to examine the relationship levels between organizational attractiveness, organizational image and organizational loyalty variables within the framework of the views of physical education and sports teachers. The research was designed according to the relational survey model and for this purpose, the structural equation model based on the theoretical framework was constructed. Sample of study consists of 309 physical education and sports teachers, 105 female and 204 male, working in secondary and high schools affiliated to Ankara Provincial Directorate of National Education in the 2020-2021 academic year. Personal information form created by the researchers, Organizational Attractiveness Scale (OAS) and Organizational Image Perception Scale (OIP) developed by Akman (2017) and Organizational Loyalty Scale (OLS) developed by Gürbüz (2008) were used as data collection tools in the study. SPSS 22 and AMOS 18 programs were used for the analysis of the data obtained. All hypotheses created according to the findings obtained in the study were confirmed. The first hypothesis, H1 hypothesis, revealed a significant and positive relationship between physical education and sports teachers' organizational image and organizational attractiveness perceptions. In the second hypothesis, the H2 hypothesis, it was determined that there is a positive and significant relationship between organizational image and organizational loyalty. The final hypothesis of the study, the H3 hypothesis, has emerged as a result of the positive effect of organizational attractiveness on organizational loyalty. As a result, it can be thought that increasing the organizational image and organizational attractiveness will have a positive effect in ensuring the organizational loyalty of physical education and sports teachers.

Keywords: Organizational attractiveness, organizational commitment, organizational image, physical education and sports teacher.

INTRODUCTION

Educational organizations have to develop continuously due to their environment and the functions they undertake. Expectations towards educational organizations differ in line with the constantly changing needs of individuals, societies and other stakeholders. Educational organizations also try to respond to these expectations by altering organizational functioning, structure and processes (Terzi, 2001). In order to succeed and survive, an organization must have a positive image, an organizational attractiveness and members with strong organizational commitment. This case, which is valid for all organizations, also applies to schools that are educational organizations.

As in all profession groups, the profession of teaching in general and physical education and sports teaching in particular has its own set of values and norms. Working environments that can meet the needs of teachers are important in revealing these norms and behaviors. However, there are many studies (Gencay, 2007; Soyer, Can, & Kale, 2009; Yaman, 2009) showing that physical education and sports teachers encounter a variety of difficulties while performing their profession, that they experience burnout, and that their job satisfaction levels are low. Problems such as distrust in the school, burnout, lack of motivation and support may adversely affect teachers' professional commitment and harm the process of gaining the values and competencies that are at the core of the teaching profession and desired to be brought into society (Akman & Özdemir, 2019). The problems experienced by physical education and sports teachers may arise from different factors such as physical inadequacies of schools, negative attitudes and behaviors of management and other branch teachers towards physical education and sports lessons, lack of autonomy to work, and school work that goes beyond lesson hours. At the same time, the existence of these problems may cause physical education and sports teachers to find their school boring. Finding the school unattractive may cause negative impacts on organizational image and organizational commitment.

Organizational attractiveness is the attitude of considering an organization as a desirable entity to start a relationship (Aiman-Smith, Bauer, & Cable, 2001), and while it does not refer to the actual behaviors of the organization in terms of being a place where individuals can potentially be employed in relation to some organizations, it does contain feelings and thoughts (Highhouse, Lievens & Sinar, 2003). It is a dynamic relationship in itself and means more than the passive relationship between the person and the organization. Employees here tend to make all kinds of sacrifices in order to make the organization more efficient (Vandenberg & Scarpello, 1994). According to studies, it was determined that business and organizational characteristics have an impact on organizational attractiveness (Barber, 1998; Breaugh & Starke, 2000; Chapman et al., 2005). Rynes and Barber (1990) also underlined that changing organizational characteristics is an effective strategy to increase organizational attractiveness. Organizational attractiveness has three sub-dimensions: general attractiveness, intention to follow, and prestige. Affective and attitudinal thoughts of individuals towards a particular organization are indicated by the general attractiveness sub-dimension. The general attractiveness sub-dimension is argued to be passive in nature, as it does not entail an actual act of organization. On the contrary,

the intention to follow sub-dimension is stated to point out thoughts about an actual behavior. In the prestige sub-dimension, it is stated that social reference is the basis for creating organizational prestige (Dural, Aslan, Alinç & Araza, 2014). The prestige sub-dimension of organizational attractiveness can be considered as a fundamental factor in creating an organizational image.

Organizational image is defined as a general impression in the minds of the stakeholders of the organization. In this context, the organizational image is the quality impression of the organization's name, architecture, variety of goods and services, tradition, ideology and many factors that interact with the customers of the organization (Dichter, 1985). It is the starting point of the organization's relationship with its internal and external stakeholders, and it is a process. In this process, organizational image refers to the association of the messages that the organization reflects to its stakeholders in line with its image and how much of these messages are perceived by the stakeholders (Aksoy & Bayramoğlu, 2008). It emphasizes the feelings and beliefs about the organization in the minds of the individuals, resulting from experience and observation. In this context, it is important for the organization to realize that not all of its impressions will contribute equally to the desired image. It is because individuals can consciously or unconsciously choose the thoughts and impressions reflected by the image that the organization wants to construct (Abratt, 1989). The main goals of organizational image are to make the consumer perspective positive, to change their negative attitude, to increase the reputation and to increase the reliability of the organization. On the other hand, issues such as showing the society that it is an organization with a high social sensitivity, supporting its employees and providing training are among the purposes of image (Tutar, 2007). The most important component is the experience and impressions of individuals about the organization (Kotler, 1973). In some studies, it was suggested that the organizational image is the most important factor that ensures commitment to the organization (Ishaq, Mazhar, Bhutta, Rizwan & Nazia, 2014).

Organizational commitment refers to member behavior that includes increasing the interests of the organization rather than the interests of the individual and showing belonging to these interests (Koç & Uygur, 2010). It can also be expressed as an emotional commitment among employees (Allen & Mayer, 1990). Organizational commitment, in particular, includes praising the organization to individuals outside, protecting and defending against external threats, as well as remaining committed to the organization even under abnormal conditions (Podsakof, Mackenzie, Paine & Bachrach, 2000). Organizational commitment is the result of strong ties to both an organization and a person or group. Thus, organizational commitment includes feelings of belonging (a strong desire to be part of something, being ready to contribute by giving something from oneself) and trust (being willing to act together with the group and willing to follow the organization's leader or its rules voluntarily). Having commitment means that an individual prioritizes the needs of his/her organization by identifying them strongly with his/her own needs, and prepares him/herself in advance to sacrifice for the benefit of the organization (Ceylan & Özbal, 2008).

The prerequisite for organizational effectiveness is the strength of the human actor. For this reason, organizations gain value with the presence of people. Organizations benefit from people's limited but varied

abilities and become a tool that enhances personal abilities. Organizations are theoretically the manifestation of rational activities in an orderly structure (Erbesler, 1984). The image is very important in ensuring human commitment to the organization. Furthermore, it was stated that a strong image is one of the important elements within the perception of organizations as attractive by employees, and it was seen that the strong image also affects the employees' behavior of continuing to work in the organization (Highhouse et al., 2003; Turban & Greening, 1996).

When the literature is examined, it is seen that there is a positive interaction between organizational image and organizational attractiveness (Barber, 1998; Chapman et al., 2005). In addition, there are studies claiming that positive image affects employees' behavior of continuing to work in the organization (Highhouse et al., 2003; Turban & Greening, 1996) and that organizational image is the most important factor that ensures commitment to the organization (Ishaq, Mazhar, Bhutta, Rizwan & Nazia, 2014). Withey and Cooper (1989) emphasized that commitment cannot be independent from the attractiveness of the organization.

Schools are educational organizations. In schools where the majority of staff are teachers, organizational attractiveness and organizational image play an important role in increasing organizational commitment. In the study conducted by Akman and Özdemir (2019) on teachers, it was concluded that the positive organizational image increased the attractiveness of the school, and accordingly, teachers' commitments to the school were positively affected. Thus, it was concluded that the creation of a strong image that attracts attention in schools can positively affect the attractiveness of the school and teachers can develop an advanced level of commitment to the school. In addition, in a study examining the effect of organizational image perceptions of university employees on organizational commitment and performance, it was discovered that there is a positive and significant relationship between organizational image perceptions and organizational commitment (Altun, 2019). One of the stakeholders of schools is students. In a study examining the relationship between students' corporate image perceptions and organizational commitment, a significant relationship was found between corporate image and organizational commitment (Taşlıyan, Paksoy & Hırlak, 2013). As seen in the literature review, an interaction can be mentioned between organizational attractiveness and organizational image, and organizational commitment. While these results were obtained in studies conducted on school stakeholders, no studies on physical education and sports teachers were encountered. In this direction, the aim of the study is to examine the relationship between physical education and sports teachers' organizational attractiveness, organizational image and organizational commitments. In this direction, answers for the following questions were sought in the study:

1. Do physical education and sports teachers' perceptions of organizational image have a significant effect on organizational attractiveness?
2. Do physical education and sports teachers' perceptions of organizational image have a significant effect on organizational commitment?
3. Do physical education and sports teachers' perceptions of organizational attractiveness have a significant effect on organizational commitment?

METHOD

Research Model

This research, which aims to examine the relationships between the organizational image, organizational attractiveness and organizational commitments of physical education and sports teachers, is in the correlational survey model. For this purpose, some experiments were developed and a model was created by the researchers to reveal the relationships between variables. This model has been tested by structural equation modeling. The model to be tested with SEM analysis is presented in Figure 1.

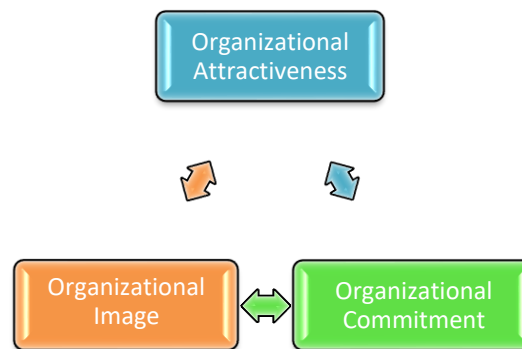


Figure 1. Structural Equation Model.

Hypotheses of the Model:

H_1 : Physical education and sports teachers' perceptions of organizational image have a significant effect on organizational attractiveness.

H_2 : Physical education and sports teachers' perceptions of organizational image have a significant effect on organizational commitment.

H_3 : Physical education and sports teachers' perceptions of organizational attractiveness have a significant effect on organizational commitment.

Study Group

The sample of the study consists of 345 physical education and sports teachers working in public schools in secondary schools and high schools affiliated to the Ankara Provincial Directorate of National Education in the academic year 2020-2021. However, as a result of the missing data and extreme value analysis performed before starting the analysis of the research, the data of 34 participants were extracted and the research was completed with 309 people. Demographic information about the participants is given in Table 1.

Table 1. Demographic Information of Participants

Variables	Participant	N	%
Gender	Female	105	66
	Male	204	34
Marital status	Single	107	34.6
	Married	202	65.4
Age	21-30	72	23.3
	31-40	116	37.5
	41-50	102	33.1
	51 and above	19	6.1
School Level	Secondary School	148	47.9
	High School	161	52.1
Total		309	100.0

Looking at Table 1, it is seen that the total number of participants is 309. It is seen that 35% (105) of the participants are female and 65% (204) of them are male. The distribution of the participants by marital status was determined to be 107 (34.6%) single and 202 (65.4%) married. The distribution of the participants by age groups was determined to be 72 (23.3%) aged 21-30, 116 (37.5%) aged 31-40, 102 (33.1%) aged 41-50, and 19 (6.1%) aged 51 and above. Considering the school level, the number of participants working at the secondary school level are 148 (47.9%), while the number of participants working at the high school level 161 (52.1%).

Data Collection Tools

The research data were collected through demographic questions containing personal information created by the researchers and the Organizational Attractiveness Scale (OAS) and the Organizational Commitment Scale (OCS), which were developed by Akman (2017), and the Organizational Image Perception Scale (OIPS) developed by Gürbüz (2008).

Organizational Attractiveness Scale: After it was decided to use the scale developed by Akman (2017), Akman was contacted via e-mail and the necessary permissions were obtained for the study. The OAS consists of 11 items and one sub-dimension (Sample item: I believe most teachers around me want to work in this school). The scale, prepared in 5-point Likert type, includes statements of 1=strongly disagree, 2=disagree, 3=undecided, 4=agree and 5=strongly agree. For the reliability of OAS, the Cronbach Alpha value was determined to be .94. According to the CFA findings made to verify the construct validity of the scale, values of $\chi^2/sd=2.11$, RMSEA=.11, GFI=.78, CFI=.98, NFI=.98 and NNFI=.97 were reached.

The Cronbach Alpha value obtained as a result of the analysis made with the data of this research was found to be .93. The scale indicates high reliability if the Cronbach Alpha coefficient is between 0.80 and 1.00, it is very reliable if it is between 0.80 and 0.60, it has low reliability if it is between 0.60 and 0.40, and values between 0.40 and 0.00 indicate that the scale is not reliable (Alpar, 2006). It can be said that the Cronbach Alpha coefficient obtained has high reliability according to Alpar (2006). In the study, the factor structure of the scale was found to be $\chi^2/sd=3.03$, RMSEA=.80, CFI=.97, GFI=.93, NFI=.95 and SRMR=.039 in the CFA, which was conducted to test the compatibility with the data set of this research. It was revealed that these results are compatible with the data and are at an acceptable level according to Hu and Bentler (1999).

Organizational Commitment Scale: The scale developed by Akman (2017) consists of 11 items and 3 sub-dimensions. The first sub-dimension is “commitment to the manager” and includes 4 items (sample item: I tell my friends or colleagues about the capabilities of my manager). The second sub-dimension is “commitment to colleagues” and includes 3 items (sample item: I object to criticism from my colleagues). The third sub-dimension is “commitment to students” and includes 4 items (sample item: I like the students of this school even if they do not like me back). The scale was prepared in a 5-point Likert type with statements in the range of 1=strongly disagree, 2=disagree, 3=undecided, 4=agree and 5=strongly agree. For the reliability of the OCS, the Cronbach Alpha values of the sub-dimensions were determined as .85 for the sub-dimension of commitment to the manager, .65 for the sub-dimension of commitment to the colleagues, and .74 for the sub-dimension of commitment to the students. The overall Cronbach Alpha value for OCS was found to be .81. Values of $\chi^2/sd=4.56$, RMSEA=.08, GFI=.89, CFI=.97, NFI=.96 and NNFI=.95 were obtained according to the findings of the CFA analysis performed to verify the construct validity of the scale.

In the reliability analysis performed on the data set of this research for OCS, Cronbach Alpha values were determined as .80 for the "commitment to manager" sub-dimension, .61 for the "commitment to colleagues" sub-dimension, and .63 for the "commitment to students" sub-dimension. The total Cronbach Alpha value of the scale was determined as .76. It can be said that the obtained Cronbach Alpha coefficient is quite reliable according to Alpar (2006). Values of $\chi^2/sd=2.94$, RMSEA=.08, GFI=.94, CFI=.92 and SRMR=0.64 were determined as a result of the CFA analysis for the construct validity of the scale. It was revealed that these obtained results are compatible with the data and are at an acceptable level according to Hu and Bentler (1999).

Organizational Image Perception Scale: In the study, Gürbüz (2008) used “image of primary schools, administrator, teacher and parent scale” to determine teachers' perceptions of organizational image. The scale developed by Gürbüz consists of 46 items and 7 sub-dimensions. Within the scope of the research, only the part of the scale created for teachers was used. Scale sub-dimensions are: “service quality” includes 8 items (Sample item: In this school, extracurricular activities are held in areas such as art, culture, and sports). Second sub-dimension "management quality" contains 5 items (Sample item: In this school, the rules concerning the student are determined together with the student). Third sub-dimension “financial soundness” consists of 5 items (Sample item: This school staff is satisfied with their wages). Fourth sub-dimension "working environment" includes 7 items (Sample item: There is a team spirit among the employees in this school). Fifth sub-dimension “social responsibility” consists of 4 items (Sample item: This school participates in social projects such as charity activities). Sixth sub-dimension "emotional attractiveness" contains 13 items (Sample item: I feel valued at this school). Finally, the seventh sub-dimension "corporate ethics" consists of 4 items (Sample item: Students with low success in this school are also respected). The scale is rated in 5-point Likert type, which includes statements in the range of 1=Strongly disagree, 2=Slightly agree, 3=Moderately agree, 4=Strongly agree, and 5=Totally agree. Cronbach Alpha values for OIPS reliability were determined to be .91 for the "service quality" dimension, .88 for the "management quality" dimension, .81 for the "financial soundness" dimension, .91 for the "working

environment" dimension, .80 for the "social responsibility" dimension, .94 for the "emotional attractiveness" dimension, and .88 for the "corporate ethics" dimension.

As a result of the analysis made for OIPS, the Cronbach Alpha coefficient was calculated for each sub-dimension and for the general scale in this study. It was calculated as .86 for the Service Quality sub-dimension, .89 for the Management Quality sub-dimension, .80 for the Financial Soundness sub-dimension, and .86 for the Work Environment sub-dimension, .85 for Social Responsibility sub-dimension, .93 for Emotional Attractiveness sub-dimension and .84 for Corporate Ethics sub-dimension. The Cronbach Alpha value was calculated as .97 for the overall OIPS. It can be stated that the Cronbach Alpha coefficient obtained has high reliability according to the values stated by Alpar (2006).

Proceedings and Analysis of Data

Ethical permissions were obtained from Ethics committee report with decision number 03/44 on 26.04.2021 the Non-Interventional Scientific Studies Ethics Committee of Karamanoğlu Mehmetbey University before proceeding with the data collection process. After obtaining the necessary ethical permission, the data collection stage of the research was initiated. The data collection tools used in the study were applied online to the physical education and sports teachers, who constituted the sample, via Google Forms. Data collection tools were sent via e-mail. An informative text was added to the front part of the form that participation in the study was voluntary. After the necessary information was given, the study was carried out with the participants who voluntarily accepted to participate.

SPSS 23 program and AMOS 22 program were used to analyze the data in the research. The structural equation model (SEM) was used to test research hypotheses. SEM allows researchers to identify the relationships between variables with a single analysis (Balci, 2015). Before moving on to the data analysis section, lost data analysis and extreme value analysis were performed on the data set. In the data collected from 345 physical education and sports teachers, the analysis of outliers/extreme values was determined according to the Mahalanobis distance values (Leys et al., 2018; Rousseeuw & Van Zomeren, 1990) and a total of 35 data that were outliers were removed from the data set before starting the analysis. Finally, the analysis continued with 309 sample data. In addition, multivariate normality should be examined in order to perform SEM, which is a multivariate analysis method. Kurtosis and skewness values were examined to test whether the obtained data set met the uni- and multi-directional normality assumption. It was observed that the data values of organizational attractiveness scale (-.70 to -.62), organizational commitment scale (-.073 to .57) and organizational image perception scale (-.57 to -.91) were within normal limits. These values are between -1.5 and +1.5 for all three scales. This shows that the data are distributed normally (Tabachnick & Fidell, 2013). SEM analysis was done with latent variables. The sub-dimensions of each scale used in the study were included in the model as the observed variable by taking the total score (Çokluk et al., 2012). In this study, sub-dimensions of each scale were included in the model by

taking the total score and latent variables were created. The analysis of the obtained data was carried out using the Maximum Likelihood method.

ETHICAL TEXT

This study was carried out in accordance with the approval of the Ethics Committee of Karamanoğlu Mehmetbey University dated 26.04.2021 and numbered 03-2021/44.

FINDINGS

In this section, the findings obtained as a result of the research are given.

Table 2. Participants' Scale Mean Scores and Means of Sub-Dimensions

Scale and Sub-Dimensions	n	Minimum	Maximum	\bar{x}	S
Organizational Attractiveness	309	1.00	5.00	3.71	.74
Organizational Commitment	309	2.18	5.00	3.86	.45
F1 Commitment to Manager	309	1.00	5.00	3.93	.66
F2 Commitment to Colleagues		2.00	5.00	3.58	.65
F3 Commitment to Student		2.50	5.00	4.00	.52
Organizational Image	309	1.43	5.00	3.83	.62
F1 Quality of Service	309	2.00	5.00	3.89	.59
F2 Management Quality		1.00	5.00	3.80	.74
F3 Financial Soundness		1.20	5.00	3.57	.76
F4 Working Environment		1.71	5.00	3.90	.66
F5 Social Responsibility		1.00	5.00	3.75	.75
F6 Emotional Attractiveness		1.08	5.00	3.85	.64
F7 Corporate Ethics		1.75	5.00	3.99	.65

The scale mean score of the participants and the mean scores obtained from the sub-dimensions of the scales are shown in Table 2. The mean score of the organizational attractiveness scale was determined to be (\bar{x} =3.71). It can be stated that the score range of organizational attractiveness scale is above average. The mean score of the organizational commitment scale was found to be (\bar{x} =3.86) and the sub-dimension scores were determined as (\bar{x} =3.93;3.58;4.00), respectively. It can be stated that the overall mean score of the organizational commitment scale and the sub-dimension mean scores are above the average but not at a high level. The mean score of the organizational image perception scale was determined to be (\bar{x} =3.83) and the sub-dimensions mean score was found to be (\bar{x} =3.89;3.80;3.57;3.90;3.75;3.85;3.99), respectively. It can be stated that the overall mean score of the organizational image scale and the mean score of the sub-dimensions are above the average.

Testing Hypotheses

Hypotheses are tested by SEM analysis. The path diagram, path coefficient numbers and R2 (determination coefficient) values obtained as a result of the SEM analysis performed are given below.

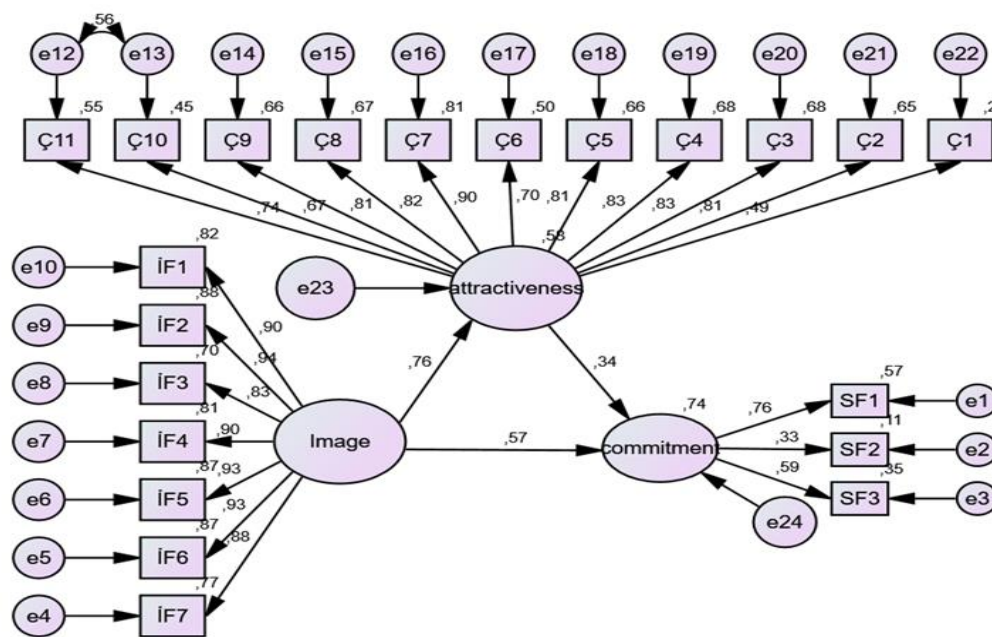


Figure 2. Path Diagram for the Research Model.

A large number of fit indices are used to determine the adequacy of the model tested in SEM. Fit indices are used to evaluate the fit between the theoretical model and real data. It is recommended to use more than one fit index to evaluate the fit of the model because of the strengths and weaknesses of the fit indices (Kline, 2011). On the other hand, there are four basic fit indices that are recommended to be reported and interpreted in SEM analyses (Kline, 2011), which are Chi-Square Goodness, χ^2 , Root Mean Square Error of Approximation, RMSEA, Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) and Comparative Fit Index (CFI). On the other hand, Goodness of Fit Index (GFI), Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI), Incremental Fit Index (IFI) and Normed Fit Index (NFI) are among the most used fit indices (Bollen, 1989; Bentler, 1992; Anderson and Gerbing, 1984; Jöreskog and Sörbom, 1993; Cole, 1987; Sumer, 2000). Chi-Square Fit Test, RMSEA, CFI, IFI and SRMR indices, which are among the values of fit index listed above, are included in this study.

Table 3. Model Goodness of Fit Values

Model Fit Index	Perfect Range	Acceptable Range	Fit Values
χ^2/df	$0 < \chi^2/df < 2$	$2 < \chi^2/df < 5$	4.01
RMSEA	$.00 < RMSEA < .05$	$.05 < RMSEA < .10$.098
CFI	$.95 < CFI < 1.00$	$.90 < CFI < .95$.91
SRMR	$.00 < SRMR < .05$	$.05 < CFI < .10$.052
IFI	$.95 < IFI < 1.00$	$.90 < IFI < .95$.91

According to the fit values given in Table 3, χ^2/df value is within the acceptable range with 4.01 ((Munro, 2005; Şimşek, 2007), and while RMSEA value of $.00 < RMSEA < .05$ is considered perfect fit, $.05 < RMSEA < .10$ value range is in the acceptable range. The RMSEA value of the study model was determined as .098 and is at an acceptable level (McCallum et al., 1996). The CFI and IFI values are accepted as perfect range if it is in the range of $.95 < IFI < 1.00$, while the range of $.90 < IFI < .95$ is in the acceptable range (Marcholudis & Schumacher, 2007). The

SRMR value is also in the acceptable range. According to these results, it can be said that the goodness of fit values are acceptable and therefore the model is confirmed.

Table 4. Inter-Variables Effects and Significance Levels

Structural Paths		Variables	Standardized β	Standard Error	t value
Organizational Image	→	Organizational Attractiveness	.77	.07	13.84*
Organizational Image	→	Organizational Commitment	.56	.08	6.54*
Organizational Attractiveness	→	Organizational Commitment	.35	.06	4.01*

* $p < .05$

As a result of the analysis made, it can be said that the organizational image significantly predicts the organizational attractiveness positively and significantly ($\beta = .77, t = 13.84, p < .05$), and the organizational image predicts the organizational commitment positively and significantly ($\beta = .56, t = 6.54, p < .05$), and the organizational attractiveness predicts the organizational commitment positively and significantly ($\beta = .35, t = 4.01, p < .05$).

CONCLUSION and DISCUSSION

In this study, it was aimed to examine the relationship levels between organizational attractiveness, organizational image and organizational commitment variables within the framework of the opinions of 309 physical education and sports teachers working in secondary schools and high schools affiliated to the Ankara Provincial Directorate of National Education in the academic year 2020-2021. For this purpose, the structural equation model was constructed based on the theoretical framework. Data were collected from physical education and sports teachers with an online questionnaire and the hypotheses created by SEM were tested.

Firstly, the relationship between organizational image variable and organizational attractiveness variable was evaluated. It was determined that there is a significant and positive relationship between organizational image and organizational attractiveness. As a result of the literature review, there are studies which examine the relationship between organizational image and organizational attractiveness levels and support the findings of this study (Yıldız, 2013; Formbrun, 1990; Lemmink et al., 2003; Akman, 2017; Akman & Özdemir, 2019; Lyons & Marler, 2011). In the study conducted by Akman (2017), the relationship levels between organizational attractiveness, organizational image and organizational commitment were examined based on teachers' opinions, and it was determined that there is a significant and positive relationship between organizational image and organizational attractiveness. Akman and Özdemir (2018) research results support the findings of this study. In the light of the data obtained in some studies, it was stated that instrumental and symbolic image perceptions significantly predicted organizational attractiveness (Harold & Ployhart, 2008; Van Hoye & Saks, 2011; Lievens, 2007). In the study by Lyons and Marler (2011) on undergraduate students, it was determined that organizational image has an intermediary role in the relationship between person-job fit and organizational attractiveness. In

line with this finding, it can be stated that there is a significant relationship between organizational image and attractiveness. The relationship between corporate image, recognition, perceived person-organization fit, organizational attractiveness and the intention of the candidate to apply for the job was examined in the research by Yıldız (2013), and in the findings obtained, a significant relationship between corporate image and organizational attractiveness was determined. Similar to the study's results, Formbrun (1990) and Lemmink et al. (2003) discovered that high corporate image increases organizational attractiveness. It can be stated that the creation of a strong image that attracts attention in schools will positively affect the attractiveness of the school. Thus, it will be possible to catch the attention of qualified and potential teachers into the school. The presence of qualified and potential teachers will affect the preference of the school by the students who will have high academic success and will make the school rank higher in the school success ranking in the assessments. In other words, it can be specified that there is a mutual interaction between achievement and school's attractiveness.

Secondly, another concept that is thought to be related to organizational image is organizational commitment. According to the findings of this study, a positive significant relationship was determined between organizational image and organizational commitment. As a result of the relevant literature review, it was revealed that there are studies supporting the findings of our study (Karaoğlu, 2019; KaiLi & HungHung 2009; Shaheen et al., 2016; Kaur & Sock, 2013; Saylık, 2019; Akman & Özdemir, 2019; Ishaq et al., 2014; Jha, Deitz, Babakuş & Yavaş 2013; Saydam, 2018). In a study conducted by Karaoğlu (2019) on physical education and sports teachers, it was discovered that the perception of organizational image and organizational commitment are interrelated and show moderate significance. KaiLi and HungHung (2009), in their study examining the relationship between school image and commitment, stated that image is a significant predictor of commitment. It can be said that individuals with high levels of organizational image show more commitment to their institutions and contribute to the development of their institutions with their positive attitude and behavioral roles. In another study, a moderate, significant and positive relationship was found between high school teachers' organizational internal image perception level and their organizational commitment levels. It was stated that the increase in the internal image perception level of the participants towards their schools increased the level of organizational commitment for their schools (Saylık, 2019). In another similar study, Akman and Özdemir (2019) found that teachers' perceptions of image towards school were found at a relatively high level, and concluded that organizational image perception positively affected organizational commitment. In the study conducted by Sock (2013) on the effect of image on commitment, it was determined that image has a positive relationship with attitudinal commitment in their study. Saydam (2018) found a moderate positive relationship between organizational image and student commitment in the study on university students. The success of organizations depends on many factors. One of these factors is the commitment of the employees towards the organization. Considering that organizational commitment increases the effectiveness of the organization, it can be stated that loyal employees work harder by adopting the values and vision of the organization. Contrary to traditional thinking, the academic achievement indicator alone is not sufficient to consider schools as successful today. An effective image is also required (Oplatka, 2009). The positive perception of the image of schools as an educational

organization by internal and external stakeholders can affect the prestige and success of the school. In this case, it can be stated that having a positive image of the school will create a sense of commitment to the school for physical education and sports teachers.

Finally, the relationship between organizational attractiveness and organizational commitment was examined in the study. It was determined that organizational attractiveness has a positive effect on organizational commitment. As a result of the literature review, there are studies conducted with teachers and different groups that support the findings of this study (Withey & Cooper, 1989; Ateg, Andersson & Rosen 2009; Akman, 2017; Akman & Özdemir, 2019). In the study by Ateg et al. (2009), it sheds light, in a way, on the relationship between organization's attractiveness and employees' commitment. Among the findings of the study, it was determined that factors that provide attractiveness also strengthen employee commitment. In other words, as a reflection of the commitment to an organization, it can be assumed that determination to work, support and unrequited love increase employees' pride, excitement and enthusiasm. In another study, Withey and Cooper (1989) stated that commitment plays an important role in the attractiveness of the organization in the development process. In the study by Akman (2017) on teachers, it was stated that organizational attractiveness affects organizational commitment positively and significantly. In line with the findings of the studies and the findings of this study, it can be said that developing organizational attractiveness will have a positive effect in ensuring the organizational commitments of physical education and sports teachers.

As a result, it can be stated that the perceptions of organizational image of physical education and sports teachers have a significant positive effect on organizational attractiveness and organizational commitment, and in another hypothesis, organizational attractiveness has a significant positive effect on organizational commitment. In this context, it can be thought that increasing the organizational image and organizational attractiveness will have a positive effect in ensuring the organizational commitment of physical education and sports teachers.

RECOMMENDATIONS

Recommendations for Researchers

- ✓ There is no similar study conducted with physical education and sports teachers in the literature. The relationship between organizational attractiveness, organizational image and organizational loyalty can be examined with more extensive samples based on different teaching branches.
- ✓ Similar studies can be done in different cities.
- ✓ Similar research can be done with different stakeholders (students, school administrators, parents, etc.).
- ✓ Studies can be conducted to examine the relationship between physical education and sports teachers' organizational image perceptions and their job satisfaction and professional pleasure.

Recommendations for Practitioners

- ✓ School principals can make physical arrangements to make the school attractive. The cleaning, maintenance, physical appearance, garden and colors of the school can be arranged to attract the attention of teachers.
- ✓ Environments can be created in which physical education and sports teachers can also be involved in the decisions taken regarding school activities and express their opinions. Organizational commitment perceptions can be increased by providing them with autonomy.
- ✓ Studies on service quality, financial soundness and social responsibility can be carried out in order to increase the organizational image perceptions of physical education and sports teachers.
- ✓ Financial opportunities of physical education and sports teachers can be improved to increase their organizational image perception.

ETHICAL TEXT

“In this article, journal writing rules, publication principles, research and publication ethics rules, journal ethics rules have been followed. Responsibility for any violations that may arise regarding the article belongs to the author(s).

Authors Contribution Rate: In this study, the first author contributed 60% and the second author contributed 40%.

REFERENCES

- Abratt, R. (1989). A new approach to the corporate image management process. *Journal of Marketing Management*, 5(1), 63-76.
- Aiman-Smith, L., Bauer, T.N., & Cable, D.M. (2001). Are you attracted? Do you intend to pursue? A recruiting policy-capturing study. *Journal of Business and Psychology*, 16(2), 219-237.
- Akman, Y.(2017). *Örgütsel çekicilik, örgütsel imaj ve örgütsel sadakat arasındaki ilişkilerin öğretmen görüşlerine göre incelenmesi*. Doctoral thesis. Hacettepe University, Institute of Educational Sciences.
- Akman, Y., & Özdemir, M. (2019) Örgütsel çekicilik, örgütsel imaj ve örgütsel sadakat arasındaki ilişkilerin incelenmesi: Öğretmenler üzerine bir araştırma. *Education and Science*, 44(1), 198. <http://egitimvebilim.ted.org.tr/index.php/EB/article/view/7928>
- Aksoy, R., & Bayramoğlu, V. (2008). Sağlık işletmeleri için kurumsal imajın temel belirleyicileri, tüketici değerlemeleri. *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 85-96.
- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measure mentandantecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63, 1-18.
- Alpar, R. (2006). *Spor bilimlerinde uygulamalı istatistik*. Nobel.

- Anderson, J.C., & Gerbing, D.W. (1984). The effect of sampling error on convergence, improper solutions, and goodness-of-fit indices for maximum likelihood confirmatory factor analysis. *Psychometrika*, 49(2), 155-173.
- Ateş, M., Andersson, I. M., & Rosen, G. (2009). Change processes for attractive work in small manufacturing companies. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing*, 19(1), 35-63.
- Balcı, A. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma: Yöntem, teknik ve ilkeler*. Pegem.
- Barber, A.E. (1998). *Recruiting employees: Individual and organizational perspectives*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Bentler, P.M. (1992). On the fit of model structural equations and methodology to the Bulletin. *Psychological Bulletin*, 112(3), 400.
- Bollen, K. A. (1989). A new incremental fit index for general structural equation models. *Sociological Methods & Research*, 17(3), 303-316.
- Breaugh, J. A., & Starke, M. (2000). Research on employee recruitment: So many studies, so many remaining questions. *Journal of Management*, 26, 405-434.
- Ceylan, A., & 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.
- Chapman, D.S., Uggerslev, K.L., Carroll, S.A., Piasentin, K.A., & 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.
- Cole, D.A. (1987). Utility of confirmatory factor analysis in test validation research. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 55(4), 584.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. & Büyüköztürk, Ş. (2016). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik SPSS ve LISREL uygulamaları* (2. Bs.), Pegem.
- Dichter, E. (1985). What's in an Image?. *Journal of Consumer Marketing*, 2(1), 75-81.
- Dural, S., Aslan, G., Alınç, M., & Araza, A. (2014). Örgütsel çekicilik: Bir ölçek uyarlama çalışması. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 15(2), 141-154.
- Eger, L., Egerova, D., & Pisonova, M. (2018). Assessment of school image. *C E P S Journal*, 8(2), 97-122.
- Erbesler, A. (1984). *İnsan gücü verimliliğini artırmaya yönelik organizasyon*. Milli Prodüktivite.
- Fombrun, C., & Shanley, M. (1990). What's in a name? Reputation building and corporate strategy. *Academy of Management Journal*, 33(2), 233-258.
- Gençay, Ö. (2007). Beden eğitimi öğretmenlerinin iş doyumu ve mesleki tükenmişliklerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 15(2), 765-780. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kefdergi/issue/49102/626607>
- Gürbüz, S. (2008). *Yönetici, öğretmen ve velilere göre Ankara ili özel ve kamu ilköğretim okullarının kurumsal imajı*. Doctoral thesis. Ankara University, Institute of Educational Sciences.
- Harold, C. M., & Ployhart, R. E. (2008). What do applicants want? Examining changes in attribute judgments over time. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 81, 191-218.

- Highhouse, S., Lievens, F., & Sinar, E. F. (2003). Measuring attraction to organizations. *Educational and Psychological Measurement*, 63, 986-101.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cut-off criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6, 1-55.
- Ishaq, M. I., Mazhar, H., Bhutta, A. A. H., Rizwan, Q. D., & 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.
- Jha, S., Deitz, G.D., Babakuş, E., & Yavaş, U. (2013). The role of corporate image for quality in the formation of attitudinal service loyalty. *Journal of Service Research*, 16(2), 155- 170.
- Jöreskog, K.G., & Sörbom D. (1993). *LISREL 8: Structural equation modeling with the SIMPLIS command language*. Scientific Software International; Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Kai-Li, C., & Hung-Hung, C. (2009). Marketing tactics and parents' loyalty: the mediating role of school image. *Journal of Educational Administration*, 47(4), 477-489.
- Karaoğlu, B. (2019). *Beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin, örgütsel kimlik, örgütsel imaj algılarının, örgütsel bağlılıklarına etkisi (Kayseri İli Örneği)*. Gazi Kitabevi.
- Kaur, H., & 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.
- Kline, R.B. (2011). *Convergence of structural equation modeling and multi level modeling*. Sage.
- Koç, H., & Uygur, A. (2010). Örgütsel sadakat ve örgütsel bağlılık: siyasi partiler açısından bir analiz. *İşletme Araştırmaları Dergisi* 2(4), 79-94.
- Kotler, P. (1973). Atmospherics as a marketing tool. *Journal of Retailing*. 4(4), 48-64.
- Lemmink, J., Schuijf, A., & Streukens, S. (2003). The role of corporate image and company employment image in explaining application intentions. *Journal of Economic Psychology*, 24, 1-15.
- Leys, C., Klein, O., Dominicy, Y., & Ley, C. (2018). Detecting multivariate outliers: Use of a robust variant of the Mahalanobis distance. *Journal of Experimental Social Psychology*, 74, 150-156.
- 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.
- Lyons, B.D., & Marler, J. H. (2011). Got image? Examining organizational image in web recruitment. *Journal of Managerial Psychology*, 26(1), 58-76.
- MacCallum, R.C., Browne, M.W., & Sugawara, H.M. (1996). Power analysis and determination of sample size for covariance structure modeling. *Psychological Methods*, 1(2), 130-149. <https://doi.org/10.1037/1082-989X.1.2.130>
- 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.

- Podsakof, P. M., Mackenzie, S. B., Paine, J. B., & Bachrach, D. G., (2000). Organizational citizenship behaviors: A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research. *Journal of Management*, 26(3), 513-563.
- Rousseeuw, P., & Van-Zomeren, B. (1990). Unmasking multivariate outliers and leverage points. *J. Am. Stat. Assoc.* 85(411), 633–639.
- Rynes, S.L., & Barber, A.E. (1990). Applicant attraction strategies: An organizational perspective. *Academy of Management Review*, 15, 286-310.
- Saydam, S. (2018). *Yükseköğretimde örgütsel imaj ve aidiyetin, mesleki sonuç beklentisi ve öğrenci sadakatini yordaması*. Master's thesis. Istanbul Sabahattin Zaim University, Institute of Social Science.
- Saylık, G. (2019). *Lise öğretmenlerinin örgütsel iç imaj algıları ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişki* (Master's thesis). Van Yüzüncü Yıl University, Institute of Educational Science.
- Soyer, F., Can, Y., & Kale, F. (2009). Beden eğitimi öğretmenlerinin iş tatmini ve mesleki tükenmişlik düzeylerinin çeşitli faktörler açısından incelenmesi. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 3(3) , 259-271. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/bsd/issue/53576/713947>
- Sümer, N. (2000). *Yapısal eşitlik modelleri: Temel kavramlar ve örnek uygulamalar*. Türk Psikoloji Yazıları.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L.S. (2013). *Using multivariate statistics* (Sixth ed.). Pearson.
- Terzi, Ç . (2011). Türk eğitim sistemi'nde okulların örgüt ve yönetim yapısı ile yapılandırmacı eğitim yaklaşımı arasındaki ilişkinin çözümlenmesi. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 1(1), 75-82. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ajesi/issue/1525/1873>
- Tutar, Ö. (2007). *Türkiye'nin kamu istihdam kurumu olarak Türkiye İş Kurumunun toplumdaki imaj tespiti ve imaj geliştirme üzerine bir çalışma* (Uzmanlık Tezi). Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü.
- Vandenberg, R.J., Scarpello V. (1994). A longitudinal assessment of the determinant relationship between employee commitment to the occupation and the organization. *Journal of Organizational Behavior*, 15, 535-547.
- Van-Hoye, G., & 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.
- Withey, M.J., & Cooper, W.H. (1989). Predicting exit, voice, loyalty, and neglect. *Administrative Science Quarterly*, 34(4), 521-539.
- Yaman, Ç. (2009). Job satisfaction levels of formative physical education teachers. *Journal of Human Sciences*, 6(1), 683–711. Retrieved from <https://www.j-humansciences.com/ojs/index.php/IJHS/article/view/679>
- 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.

BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ÖĞRETMENLERİNİN ÖRGÜTSEL ÇEKİCİLİK, ÖRGÜTSEL İMAJ VE ÖRGÜTSEL SADAKATLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Öz

Bu araştırmada, beden eğitimi ve spor öğretmenleri görüşleri çerçevesinde örgütsel çekicilik, örgütsel imaj ve örgütsel sadakat değişkenleri arasındaki ilişki düzeylerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma ilişkisel tarama modeline göre tasarlanmış ve bu amaç doğrultusunda kuramsal çerçeveye dayandırılarak oluşturulan yapısal eşitlik modeli kurgulanmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu; 2020-2021 eğitim-öğretim yılında Ankara il Milli Eğitim Müdürlüğüne bağlı ortaokul ve liselerde görev yapmakta olan 105 kadın ve 204 erkek toplam 309 beden eğitimi ve spor öğretmeni oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama araçları olarak araştırmacılar tarafından oluşturulmuş kişisel bilgi formu, Akman (2017) tarafından geliştirilen Örgütsel Çekicilik Ölçeği (ÖÇÖ) ve Örgütsel İmaj Algısı Ölçeği (ÖİAÖ) ile Gürbüz (2008) tarafından geliştirilen Örgütsel Sadakat Ölçeği (ÖSÖ) kullanılmıştır. Elde edilen verilerin analizi için SPSS 22 programı ve AMOS 18 programları kullanılmıştır. Araştırmada elde edilen bulgulara göre oluşturulan bütün hipotezler doğrulanmıştır. Birinci hipotez olan H1 hipotezi beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin örgütsel imaj ve örgütsel çekicilik algıları arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki tespit edilmiştir. İkinci hipotez olan H2 hipotezinde ise örgütsel imaj ve örgütsel sadakat arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Araştırmanın son hipotezi olan H3 hipotezinde ise örgütsel çekiciliğin örgütsel sadakat üzerinde pozitif yönde olumlu bir etkisi olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Sonuç olarak, beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin örgütsel sadakatinin sağlanmasında örgüt imajının ve örgütsel çekiciliğin artırılmasının olumlu etki göstereceği düşünülebilir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel çekicilik, örgütsel sadakat, örgütsel imaj, beden eğitimi ve spor öğretmenliği

GİRİŞ

Eğitim örgütleri buldukları çevre ve üstlendikleri işlevleri nedeniyle sürekli gelişmek durumundadır. Bireylerin, toplumların ve diğer paydaşların sürekli değişen gereksinimleri doğrultusunda eğitim örgütlerine yönelik beklentiler farklılaşmaktadır. Eğitim örgütleri de bu beklentilere örgütsel işleyiş, yapı ve süreçlerinde değişiklikler gerçekleştirerek yanıt vermeye çalışmaktadır (Terzi, 2001). Bir örgütün başarılı olması ve yaşaması için örgütsel sadakati güçlü üyelere, olumlu bir imaja ve örgütsel çekiciliğe sahip olması gerekir. Bütün örgütler için geçerli olan bu durum eğitim örgütleri olan okullar için de geçerlidir.

Bütün meslek gruplarında olduğu gibi genel olarak öğretmenlik özelde ise beden eğitimi ve spor öğretmenliği mesleğinin kendine has değer ve norm davranışları vardır. Bu norm ve davranışların ortaya konmasında öğretmenlerin ihtiyaçlarına cevap verebilecek çalışma ortamları önem arz etmektedir. Ancak beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin mesleklerini icra ederken çeşitli zorluklarla karşılaştıklarını, tükenmişlik yaşadıklarını ve iş doyum düzeylerinin düşük olduğunu gösteren (Gencay, 2007; Soyer, Can ve Kale, 2009; Yaman, 2009) birçok çalışma mevcuttur. 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 (Akman ve Özdemir, 2019). Beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin yaşadıkları sorunlar; okulların fiziki yetersizlikleri, yönetim ve diğer branş öğretmenlerinin beden eğitimi ve spor dersine karşı olumsuz tutum ve davranışları, çalışma özerkliği olmaması ve ders saatleri dışına taşan okul işleri gibi farklı durumlardan kaynaklanabilir. Aynı zamanda bu sorunların varlığı beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin görev yaptıkları okulu sıkıcı bulmalarına da neden olabilir. Okulun çekici bulunmaması örgütsel imajı ve örgütsel sadakati olumsuz etkilemeye neden olabilir.

Örgütsel çekicilik, bir örgütü bir ilişki başlatmak için arzu edilen bir varlık olarak görme tutumudur (Aiman-Smith, Bauer ve Cable, 2001) ve bireylerin bazı örgütlere dair potansiyel istihdam edilebileceği bir yer olmasına yönelik örgüte dair gerçek davranışlar anlamına gelmemekle birlikte duygu ve düşüncelerini barındırmaktadır (Highhouse, Lievens ve Sinar, 2003). Kendi içinde dinamik bir ilişkidir ve kişi ile örgüt arasındaki pasif ilişkidен daha çok şey ifade etmektedir. Burada çalışanlar örgütün daha verimli olabilmesi için her türlü fedakârlık yapma eğilimindedir (Vandenberg ve Scarpello, 1994, s. 536). Araştırmalara göre iş ve örgüt özelliklerinin örgütsel çekiciliği etkilediği tespit edilmiştir (Barber, 1998; Breaugh ve Starke, 2000; Chapman vd., 2005). Rynes ve Barber(1990) da, örgüt özelliklerini değiştirmenin örgütsel çekiciliği artırmak için etkili bir strateji olduğunun altını çizmiştir. Örgütsel çekiciliğin; genel çekicilik, takip etme niyeti ve prestij olarak üç alt boyutu vardır. *Genel çekicilik* alt boyutu ile bireylerin belirli bir örgüte karşı duyuşsal ve tutumsaldüşüncelerine işaret edilir. Genel çekicilik boyutunun, örgüt ile ilgili fiili bir davranışı gerektirmemesi nedeniyle, doğası gereği pasif olduğu öne sürülmektedir. *Takip etme niyeti* alt boyutunun, bunun tam tersine, fiili bir davranışla ilgili düşüncelere işaret ettiği belirtilmektedir. *Prestij* alt boyutunda ise sosyal referansın, örgüt prestiji oluşturmada temel teşkil ettiği ifade edilmektedir (Dural, Aslan, Alınçe ve Araza, 2014). Örgütsel çekiciliğin prestij alt boyutu örgütsel imaj oluşturmaya temel teşkil eden bir etken olarak değerlendirilebilir.

Örgütsel imaj, örgüt paydaşlarının akıllarında genel bir izlenim olarak tanımlanmaktadır. Bu kapsamda örgütsel imaj, örgütün ismi, mimarisi, mal ve hizmet çeşitliliği, gelenek, ideoloji ve örgütün müşterileri ile etkileşime giren birçok unsurun kalite izlenimidir (Dichter, 1985, s. 75). Örgütün iç ve dış paydaşlarıyla ilişkisinin başlangıç noktasıdır ve bir süreçtir. Bu süreçte örgütsel imaj, örgütün paydaşlarına imajı doğrultusunda yansıttığı mesajlar ile bu mesajların paydaşlar tarafından ne kadarının algılandığının ilişkilendirilmesidir (Aksoy ve Bayramoğlu, 2008). Bireylerin zihninde bulunan, deneyim ve gözlemden kaynaklanan örgüt hakkındaki duygu ve inançları vurgulamaktadır. Bu kapsamda örgütün, tüm gösterimlerinin arzu edilen imaja eşit derecede katkı sağlamayacağını fark etmesi önemlidir. Çünkü bireyler, örgütün inşa etmek istediği imajın yansıttığı düşünceleri ve izlenimleri bilinçli veya bilinçsizce seçebilmektedir (Abratt, 1989, s. 68). Örgütsel imajın başlıca hedefleri, tüketicinin bakış açısını olumlu hale getirmek, olumsuz tutumlarını değiştirmek, itibarı yükseltmek ve örgütün güvenilirliğini artırmaktır. Diğer yandan topluma sosyal duyarlılığı yüksek bir örgüt olduğunu göstermek, çalışanlarına destek olmak ve eğitim vermek gibi konular da imajın amaçlarındandır (Tutar, 2007, s. 12). En önemli bileşeni ise bireylerin örgüt hakkındaki deneyim ve izlenimleridir (Kotler, 1973). Yapılan bazı çalışmalarda örgütsel imajın, örgüte yönelik sadakati sağlayan en önemli unsur olduğu ileri sürülmüştür (Ishaq, Mazhar, Bhutta, Rizwan ve Nazia, 2014).

Örgütsel sadakat bireyin çıkarlarından ziyade bağlı bulunduğu örgütün çıkarlarını artırmayı ve bu çıkarlara aidiyet göstermeyi içeren üye davranışlarını ifade etmektedir (Koç ve Uygur, 2010: 80). Çalışanlar arasında duygusal bir adanmışlık olarak da ifade edilebilir (Allen ve Mayer, 1990). Örgütsel sadakat, özellikle örgütü, dışarıdaki bireylere övmeyi, dış tehditlere karşı korumayı ve savunmayı, ayrıca normal olmayan koşullar altında dahi örgüte bağlı kalmayı içermektedir (Podsakof, Mackenzie, PaineandBachrach, 2000:514). Örgütsel sadakat hem bir örgüte hem de bir kişi veya gruba karşı oluşan güçlü bağların sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. O halde örgütsel sadakat aidiyet (bir şeyin parçası olma yönünde yoğun istek duymak, kendinden bir şeyler vererek katkıda bulunmaya hazır olmak) ve güven (grupla birlikte hareket etmeye gönüllü olmak ve örgüt liderini veya kurallarını gönüllü olarak takip etmeye istekli olmak) duygularını içerir. Sadakatin olması, bireyin içinde bulunduğu örgütün ihtiyaçlarını kendi ihtiyaçları ile çok güçlü bir şekilde özdeşleştirdiğini göstererek öncelik vermesi ve örgütün yararına özveride bulunmak üzere kendini önceden hazırlaması anlamına gelmektedir (Ceylan ve Özbal, 2008: 88).

Örgütsel etkinliğin ön koşulu insan aktörünün kuvvetinden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle örgütler, insanların varlığı ile değer kazanmaktadır. Örgütler kişilerin kısıtlı ancak değişik kabiliyetlerinden faydalanırlar ve kişisel kabiliyetleri çoğaltan birer araç haline gelirler. Örgütler, teorik olarak ussal etkinliklerin intizamlı bir yapıda tezahür etmiş halidir (Erbesler, 1984). Örgüte karşı insan sadakatini sağlamada imaj oldukça önemlidir. Aynı zamanda örgütlerin çalışanlar tarafından çekici olarak algılanmasının altında da güçlü bir imajın önemli unsurlardan biri olduğu ifade edilmiştir ve güçlü imajın çalışanların örgütte işe devam etme davranışını da etkilediği görülmüştür (Highhouse vd., 2003; Turban ve Greening, 1996).

Literatür incelendiğinde örgütsel imaj ile örgütsel çekicilik arasında olumlu bir etkileşimin olduğu görülmektedir (Barber, 1998; Chapman vd., 2005). Ayrıca olumlu imajın çalışanların örgütte işe devam etme davranışını da etkilediği (Highhouse vd., 2003; Turban ve Greening, 1996) ve örgütsel imajın, örgüte yönelik sadakati sağlayan en önemli unsur olduğunu ileri süren (Ishaq, Mazhar, Bhutta, Rizwan ve Nazia, 2014) çalışmalar da vardır. Withey ve Cooper (1989) ise sadakatin örgütün çekiciliğinden bağımsız olamayacağını vurgulamıştır.

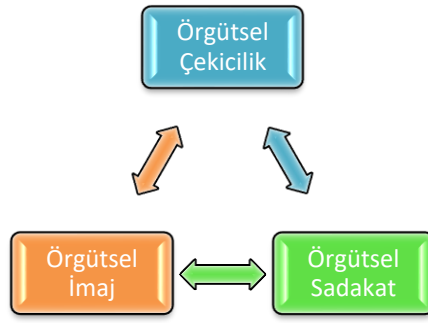
Okullar eğitim örgütleridir. Personelinin büyük bir bölümü öğretmenlerden oluşan okullarda örgütsel çekicilik ve örgütsel imajın örgütsel sadakatin artmasında önemli bir rol oynamaktadır. Akman ve Özdemir'in (2019) öğretmenler ile ilgili yaptığı çalışmada olumlu örgütsel imajın okulun çekiciliğini artırdığı; 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 sonucu ortaya çıkmıştır. Ayrıca üniversite çalışanlarının örgütsel imaj algılarının örgütsel bağlılık ve performans etkisinin incelendiği bir çalışmada; örgütsel imaj algıları ile örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir (Altun, 2019). Okulların paydaşlarından biri de öğrencilerdir. Öğrencilerin kurumsal imaj algılarıyla örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkinin incelendiği bir çalışmada ise kurumsal imaj ile örgütsel bağlılık arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır (Taşlıyan, Paksoy ve Hırlak, 2013). Yapılan literatür taramasında görüldüğü üzere örgütsel çekicilik, örgütsel imaj ve örgütsel sadakat arasında bir etkileşimden söz edilebilir. Okul paydaşlarıyla ilgili yapılan çalışmalarda bu sonuçlara ulaşılırken beden eğitimi ve spor öğretmenleri üzerine yapılan herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu doğrultuda çalışmanın amacı; beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin örgütsel çekicilik, örgütsel imaj ve örgütsel sadakatleri arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bu doğrultuda araştırmada aşağıdaki soruların cevapları aranmıştır.

1. Beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin örgütsel imaj algıları örgütsel çekicilik üzerinde anlamlı bir etkiye sahip midir?
2. Beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin örgütsel imaj algıları örgütsel sadakat üzerinde anlamlı bir etkisi var mıdır?
3. Beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin örgütsel çekicilik algıları örgütsel sadakat üzerinde anlamlı bir etkiye sahip midir?

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin örgütsel imaj, örgütsel çekicilik ve örgütsel sadakatleri arasındaki ilişkilerin incelenmesinin amaçlandığı bu araştırma ilişkisel tarama modelindedir. Bu amaç doğrultusunda araştırmacılar tarafından değişkenler arasındaki ilişkileri ortaya çıkartmak için denenceler geliştirilmiş ve bir model oluşturulmuştur. Oluşturulan bu model yapısal eşitlik modellemesi ile test edilmiştir. YEM analizi ile test edilecek model Şekil 1'de sunulmuştur.



Şekil 1. Yapısal Eşitlik Modeli

Modele ait hipotezler;

H_1 : Beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin örgütsel imaj algıları örgütsel çekicilik üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H_2 : Beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin örgütsel imaj algıları örgütsel sadakat üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H_3 : Beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin örgütsel çekicilik algıları örgütsel sadakat üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu; 2020-2021 eğitim-öğretim yılında Ankara il Milli Eğitim Müdürlüğüne bağlı devlet okullarından ortaokul ve liselerde görev yapmakta olan 345 beden eğitimi ve spor öğretmeni oluşturmaktadır. Ancak araştırmanın analizlerine başlamadan önce gerçekleştirilen aykırı uç değer analizi sonucunda 34 katılımcının verisi çıkartılarak 309 kişi ile araştırma tamamlanmıştır. Katılımcılar ile ilgili demografik bilgiler Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

	Katılımcı	N	%
Cinsiyet	Kadın	105	66
	Erkek	204	34
Medeni Durum	Bekâr	107	34.6
	Evli	202	65.4
Yaş	21-30	72	23.3
	31-40	116	37.5
	41-50	102	33.1
	51 ve üzeri	19	6.1
Okul Kademesi	Ortaokul	148	47.9
	Lise	161	52.1
Toplam		309	

Tablo 1'e bakıldığında, toplam katılımcı sayısının 309 olduğu görülmektedir. Katılımcıların 105'inin kadın, 204'ünün ise erkek olduğu görülmektedir. Kadın katılımcıların sayısı genel toplamın %35'ini, erkek katılımcıların ise %65'ini oluşturmaktadır. Katılımcıların medeni duruma göre dağılımı 107 (%34.6) bekâr ve 202 (%65.4) evli

olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların yaş gruplarına göre dağılımı 21-30 yaş aralı 72 (%23.3), 31-40 yaş aralı 116(%37.5), 41-50 yaş aralı 102(%33.1) ve 51 ve üzeri yaş aralı 19(%6.1) olarak tespit edilmiştir. Okul kademesi dikkate alındığında; ortaokul düzeyinde görev yapan katılımcıların sayısı 148 ile %47.9'u, lise düzeyinde görev yapmakta olan katılımcıların sayısı 161 ile %52.1'i temsil etmektedir.

Veri Toplama Araçları

Araştırma verileri araştırmacılar tarafından oluşturulan kişisel bilgileri içeren demografik sorular ve Akman (2017) tarafından geliştirilen Örgütsel Çekicilik Ölçeği (ÖÇÖ) ile Örgütsel Sadakat Ölçeği (ÖSÖ) ve Gürbüz (2008) tarafından geliştirilmiş olan Örgütsel İmaj Algısı Ölçeği (ÖİAÖ) aracılığıyla toplanmıştır.

Örgütsel Çekicilik Ölçeği: Akman (2017) tarafından geliştirilen ölçeğin kullanımına karar verildikten sonra Akman ile e-posta yolu ile iletişime geçilmiş ve çalışmanın yapılabilmesi için gerekli izinler alınmıştır. ÖÇÖ 11 madde ve tek alt boyuttan oluşmaktadır (Örnek madde: Çevremdeki çoğu öğretmenin bu okulda çalışmak istediğine inanıyorum). Beşli Likert türünde hazırlanmış olan ölçek 1=kesinlikle katılmıyorum, 2=katılmıyorum, 3=kararsızım, 4=katılıyorum ile 5=kesinlikle katılıyorum arasında ifadeler içermektedir. ÖÇÖ'nün güvenilirliği için Cronbach Alfa değeri .94 olarak belirtilmiştir. Ölçeğin yapı geçerliliğinin doğrulanması için yapılan DFA bulgularına göre $\chi^2/sd=2.11$, RMSEA=.11, GFI=.78, CFI=.98, NFI=.98 ve NNFI=.97 değerlerine ulaşılmıştır.

Bu araştırma verileri ile yapılan analiz sonucunda elde edilen Cronbach Alfa değeri .93 olarak bulunmuştur. Cronbach Alfa katsayısı, 0.80 ile 1.00 arasında ise ölçeğin yüksek güvenilirliğe, 0.80 ile 0.60 arasında oldukça güvenilir olduğunu, 0.60 ile 0.40 düşük güvenilirliğe sahip olduğuna ve 0.40 ile 0.00 arasında olan değerler ise ölçeğin güvenilir olmadığını belirtmektedir (Alpar, 2006). Elde edilen Cronbach Alfa katsayısı Alpar (2006)'ya göre yüksek güvenilirliğe sahip olduğu söylenebilir. Çalışmada ölçeğin faktör yapısının bu araştırmanın veri seti ile uyumunun test edilebilmesi amacıyla yapılan DFA'da ise $\chi^2/sd=3.03$, RMSEA=.80, CFI=.97, GFI=.93, NFI=.95 ve SRMR=.039 olarak bulunmuştur. Elde edilen bu sonuçların veri ile uyumlu olduğu ve Hu ve Bentler'e (1999) göre kabul edilebilir düzeyde olduğu ortaya çıkmıştır.

Örgütsel Sadakat Ölçeği: Akman (2017) tarafından geliştirilen ölçek 11 madde ve 3 alt boyuttan oluşmaktadır. Birinci alt boyut "yöneticiye sadakat" olarak isimlendirilmiş ve 4 madde (örnek madde: Arkadaşlarıma ya da meslektaşlarıma müdürümün yeteneklerinden bahsederim). İkinci alt boyut "meslektaşlara sadakat" olarak isimlendirilmiş ve 3 madde (örnek madde: Meslektaşlarımla eleştirilmesine karşı çıkarım). Üçüncü alt boyut ise "öğrencilere sadakat" olarak isimlendirilmiş ve 4 madde (örnek madde: Bu okulun öğrencilerini karşılık görmezsem bile severim) olarak belirtilmiştir. Ölçek, 1=kesinlikle katılmıyorum, 2=katılmıyorum, 3=kararsızım, 4=katılıyorum ile 5=kesinlikle katılıyorum aralığında ifadeler içeren beşli Likert türünde hazırlanmıştır. ÖSÖ'nün güvenilirliği için alt boyutların Cronbach Alfa değerleri; yöneticiye sadakat alt boyutu için .85; meslektaşlara sadakat alt boyutu için .65 ve öğrencilere sadakat alt boyutu için ise .74 olarak belirtilmiştir. ÖSÖ için genel Cronbach Alfa değeri ise .81 olarak bulunmuştur. Ölçeğin yapı geçerliliğini doğrulamak için yapılan DFA analizi bulgularına göre $\chi^2/sd=4.56$, RMSEA=.08, GFI=.89, CFI=.97, NFI=.96 ve NNFI=.95 değerleri elde edilmiştir.

ÖSÖ için bu araştırmanın veri seti üzerinde yapılan güvenilirlik analizinde Cronbach Alfa değerleri “yöneticiye sadakat” alt boyutu için .80, “meslektaşlara sadakat” alt boyutu için .61 ve “öğrencilere sadakat” alt boyutu için .63 olarak belirlenmiştir. Ölçeğin toplam Cronbach Alfa değeri ise .76 olarak tespit edilmiştir. Elde edilen Cronbach Alfa katsayısı Alpar (2006)’ ya göre oldukça güvenilir olduğu söylenebilir. Ölçeğin yapı geçerliği için yapılan DFA analizi sonucunda $\chi^2/sd=2.94$, RMSEA=.08, GFI=.94, CFI=.92 ve SRMR=0.64 olarak tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuçların veri ile uyumlu olduğu ve Hu ve Bentler’e (1999) göre kabul edilebilir düzeyde olduğu ortaya çıkmıştır.

Örgütsel İmaj Algısı Ölçeği: Araştırmada Gürbüz (2008) tarafından Öğretmenlerin örgütsel imaj algılarının belirlenmesi için geliştirilen “ilköğretim okullarının imajı, yönetici, öğretmen ve veli ölçeği” kullanılmıştır. Gürbüz tarafından geliştirilen ölçek 46 madde ve 7 alt boyuttan oluşmaktadır. Araştırma kapsamında sadece ölçeğin öğretmenlere yönelik oluşturulan bölümünden yararlanılmıştır. Ölçek alt boyutları; “hizmet kalitesi” 8 madde (Örnek madde: Bu okulda sanat, kültür, spor gibi alanlarda ders dışı etkinlikler yapılır). İkinci alt boyut “yönetim kalitesi” 5 madde (Örnek madde: Bu okulda öğrenciyi ilgilendiren kurallar öğrenci ile birlikte belirlenir). Üçüncü alt boyut “finansal sağlamlık” 5 madde (Örnek madde: Bu okul çalışanları aldıkları ücretten memnundur). Dördüncü alt boyut “çalışma ortamı” 7 madde (Örnek madde: Bu okulda çalışanlar arasında bir ekip ruhu vardır). Beşinci alt boyut “toplumsal sorumluluk” 4 madde (Örnek madde: Bu okul yardım faaliyeti gibi sosyal projelere katılır). Altıncı alt boyut “duygusal çekicilik” 13 madde (Örnek madde: Bu okulda değerli olduğumu hissediyorum). Son olarak yedinci alt boyut “kurumsal etik” ise 4 maddeden (Örnek madde: Bu okulda başarısı düşük olan öğrencilere de saygı gösterilir) oluşmaktadır. Ölçek 1=Hiç katılmıyorum, 2=Az katılıyorum, 3=Orta düzeyde katılıyorum, 4=Çok katılıyorum ve 5=Tam katılıyorum aralığındaki ifadeleri içeren 5’li Likert türünde derecelendirilmiştir. ÖİAÖ’nin güvenilirliği için elde edilen Cronbach Alfa değerleri; “hizmet kalitesi” boyutu için .91, “yönetim kalitesi” boyutu için .88, “finansal sağlamlık” boyutu için .81, “çalışma ortamı” boyutu için .91, “toplumsal sorumluluk” boyutu için .80, “duygusal çekicilik” boyutu için .94 ve “kurumsal etik” boyutu için ise .88 olarak tespit edilmiştir.

Mevcut araştırmada ÖİAÖ için yapılan analiz sonucunda Cronbach Alfa katsayısı her bir alt boyut için ve genel ölçek için hesaplanmıştır. Hizmet kalitesi alt boyutu için .86, Yönetim kalitesi alt boyutu .89, Finansal sağlamlık alt boyutu .80, Çalışma ortamı alt boyutu .86, Toplumsal sorumluluk alt boyutu .85, Duygusal çekicilik alt boyutu .93 ve Kurumsal etik alt boyutu için ise .84 olarak hesaplanmıştır. Genel Cronbach Alfa değeri ÖİAÖ için .97 olarak hesaplanmıştır. Elde edilen Cronbach Alfa katsayısı Alpar (2006) tarafından belirtilen değerlere göre yüksek güvenilirliğe sahip olduğu ifade edilebilir.

İşlemler ve Verilerin Analizi

Araştırmanın verilerini toplama işlemine geçmeden önce Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Girişimsel Olmayan Bilimsel Çalışmalar Etik Komisyonundan gerekli etik izinler 26.04.2021 tarihinde 03 toplantı ve 44 karar sayılı rapor ile alınmıştır. Gerekli etik izin alındıktan sonra araştırmanın veri toplama aşamasına geçilmiştir. Araştırmada kullanılan veri toplama araçları, çalışma grubunu oluşturan beden eğitimi ve spor öğretmenlerine

Google Formlar aracılığıyla çevrimiçi olarak uygulanmıştır. Veri toplama araçları e-posta aracılığıyla gönderilmiştir. Formun ön bölümüne çalışmaya katılımın gönüllülük esasına dayalı olduğu konusunda bilgilendirme metni eklenmiştir. Gerekli bilgilendirme yapıldıktan sonra gönüllü olarak katılmayı kabul eden katılımcılar ile çalışma gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada verilerin analizi için SPSS 23 programı ve AMOS 22 programı kullanılmıştır. Araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla yapısal eşitlik modeli (YEM) kullanılmıştır. YEM araştırmacılara değişkenler arasındaki ilişkileri tek bir analizle tespit etme fırsatı tanımaktadır (Balci, 2015). Verilerin analizi bölümüne geçmeden önce veri seti üzerinde kayıp veri analizi ve aykırı/uç değer analizi yapılmıştır. 345 beden eğitimi ve spor öğretmeninden toplanan verilerde aykırı/uç değerler analizi Mahalanobis uzaklığı değerlerine göre belirlenmiş (Leys vd., 2018; Rousseeuw ve Van Zomeren, 1990) ve toplam 35 veri aykırı/uç değer olduğu için analize başlamadan önce veri setinden çıkartılmıştır. Nihai olarak 309 örneklem verisi ile analize devam edilmiştir. Ayrıca çok değişkenli bir analiz yöntemi olan YEM'in yapılabilmesi için çok değişkenli normalliğin incelenmesi gerekmektedir. Elde edilen veri setinin tek ve çok yönlü normallik varsayımını karşılayıp karşılamadığı test etmek için basıklık ve çarpıklık değerleri incelenmiştir. Örgütsel çekicilik ölçeği (-.70 ile -.62), örgütsel sadakat ölçeği (-.073 ile .57) ve örgütsel imaj ölçeği (-.57 ile -.91) veri değerlerinin normal sınırlar içerisinde olduğu görülmüştür. Bu değerler her üç ölçek için -1,5 ile +1,5 arasındadır. Bu durum verilerin normal olarak dağıldığını göstermektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). YEM analizi gizil değişkenlerle yapılmıştır. Araştırmada kullanılan her bir ölçeğin alt boyutları toplam puan alınarak gözlenen değişken olarak modele dahil edilmişlerdir (Çokluk vd., 2012). Bu araştırmada her bir ölçeğe ait alt boyutlar toplam puan alınarak modele dâhil edilmiş ve gizil değişkenler oluşturulmuştur. Elde edilen verilerin analizi en yüksek olabilirlik yöntemi (Maximum Likelihood) ile gerçekleştirilmiştir.

BULGULAR

Bu bölümde araştırma sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 2. Katılımcılara Ait Ölçek Ortalama Puan ve Alt Boyutların Ortalamaları

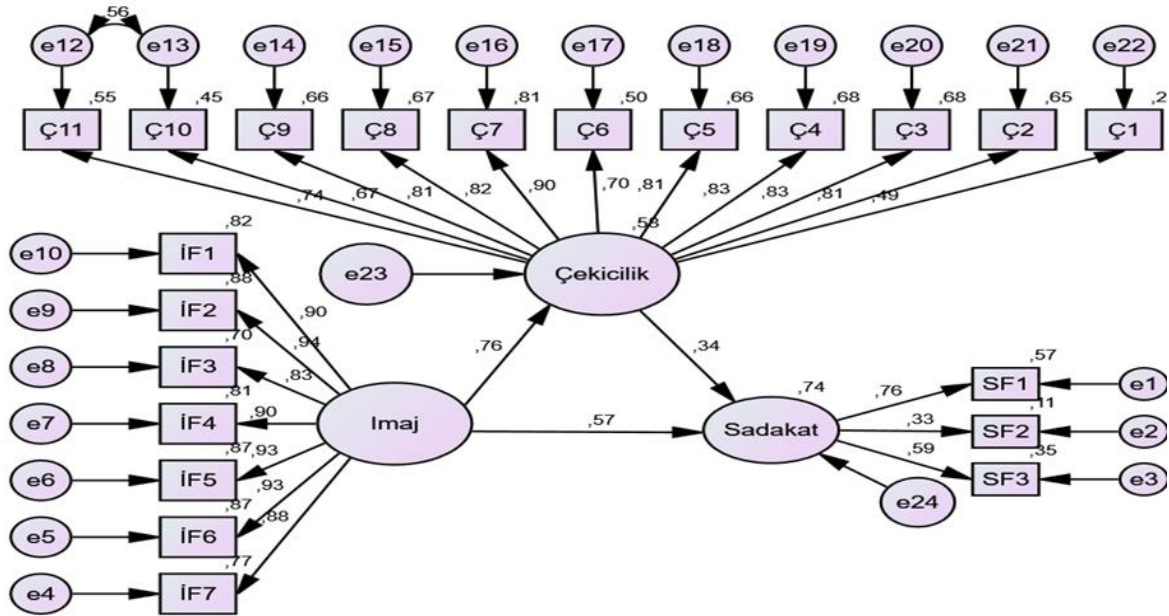
Ölçek ve Alt Boyutlar	n	Minimum	Maksimum	\bar{x}	S
Örgütsel Çekicilik	309	1.00	5.00	3.71	.74
Örgütsel Sadakat	309	2.18	5.00	3.86	.45
F1 Yöneticiye Sadakat	309	1.00	5.00	3.93	.66
F2 Meslektaşlara Sadakat		2.00	5.00	3.58	.65
F3 Öğrenciye Sadakat		2.50	5.00	4.00	.52
Örgütsel İmaj	309	1.43	5.00	3.83	.62
F1 Hizmet Kalitesi	309	2.00	5.00	3.89	.59
F2 Yönetim Kalitesi		1.00	5.00	3.80	.74
F3 Finansal Sağlamlık		1.20	5.00	3.57	.76
F4 Çalışma Ortamı		1.71	5.00	3.90	.66
F5 Toplumsal Sorumluluk		1.00	5.00	3.75	.75
F6 Duygusal Çekicilik		1.08	5.00	3.85	.64
F7 Kurumsal Etik		1.75	5.00	3.99	.65

Tablo 2 incelendiğinde katılımcılara ait ölçek ortalama puan ve ölçeklerin alt boyutlarına ait elde edilen ortalama puanlar gösterilmektedir. Örgütsel çekicilik ölçeğine ait ortalama puan (\bar{x} =3.71) olarak tespit edilmiştir. Örgütsel

çekicilik ölçeği puan aralığının ortalamasının üzerinde olduğu ifade edilebilir. Örgütsel sadakat ölçeğine ait ortalama puan (\bar{x} =3.86) ve alt boyut puanları sırasıyla (\bar{x} =3.93;3.58;4.00) olarak tespit edilmiştir. Örgütsel sadakat ölçeği genel puan ortalamasının ve alt boyut puan ortalamalarının ortalamasının üzerinde olduğu ancak yüksek düzeyde olmadığı ifade edilebilir. Örgütsel imaj algısı ölçeğinin ortalama puanı (\bar{x} =3.83) ve alt boyutları puan ortalaması sırasıyla (\bar{x} =3.89;3.80;3.57;3.90;3.75;3.85;3.99) olarak tespit edilmiştir. Örgütsel imaj ölçeği genel puan ortalaması ve alt boyutlar puan ortalamasının ortalamasının üzerinde olduğu ifade edilebilir.

Hipotezlerin Test Edilmesi

Hipotezler YEM analizi ile test edilmiştir. Gerçekleştirilen YEM analizi sonucunda elde edilen yol diyagramı, yol kat sayıları ve R2 (determinasyon katsayısı) değerleri aşağıda verilmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeline İlişkin Yol Diyagramı.

YEM’de test edilen modelin yeterliğinin belirlenmesinde çok sayıda uyum indeksi kullanılmaktadır. Uyum indeksleri kuramsal model ile gerçek veriler arasındaki uyumun değerlendirilmesinde kullanılır. Uyum indekslerinin birbirine göre zayıf ve güçlü yönlerinin olması nedeniyle modelin uyumunun değerlendirilmesinde birden çok uyum indeksinin kullanılması önerilmektedir (Kline, 2011). Diğer yandan, YEM analizlerinde rapor edilmesi ve yorumlanması tavsiye edilen dört temel uyum indeksi bulunmaktadır (Kline, 2011). Bunlar; Ki-Kare Uyum Testi (Chi-Square Goodness, χ^2), Yaklaşık Hataların Karekökü (Root Mean Square Error of Approximation, RMSEA), Standart Ortalama Hataların Kara Kökü (Standardized Root Mean Square Residual, SRMR) ve Karşılaştırmalı Uyum İndeksleridir (Comparative Fit Index, CFI). Diğer yandan İyilik Uyum İndeksi (Goodness of Fit Index, GFI), Düzeltilmiş İyilik Uyum İndeksi (Adjusted Goodness of Fit Index, AGFI), Fazlalık Uyum İndeksi (Incremental Fit Index, IFI) ve Normleştirilmiş Uyum İndeksi (Normed Fit Index, NFI) en çok kullanılan uyum indeksleri arasında

yer almaktadır (Bollen, 1989; Bentler, 1992; Anderson ve Gerbing, 1984; Jöreskog ve Sörbom, 1993; Cole, 1987; Sümer, 2000). Bu çalışmada yukarıda sayılan uyum indeksi değerlerinden Ki-Kare Uyum Testi, RMSEA, CFI, IFI ve SRMR indekslerine yer verilmiştir.

Tablo 3. Model Uyum İyiliği Değerleri

Model Uyum İndeksi	Mükemmel Aralık	Kabul Edilebilir Aralık	Uyum Değerleri
χ^2/df	$0 < \chi^2/df < 2$	$2 < \chi^2/df < 5$	4.01
RMSEA	$.00 < RMSEA < .05$	$.05 < RMSEA < .10$.098
CFI	$.95 < CFI < 1.00$	$.90 < CFI < .95$.91
SRMR	$.00 < SRMR < .05$	$.05 < CFI < .10$.052
IFI	$.95 < IFI < 1.00$	$.90 < IFI < .95$.91

Tablo 3'te verilen uyum değerleri incelendiğinde χ^2/df değeri 4.01 ile kabul edilebilir aralıkta ((Munro, 2005; Şimşek, 2007), RMSEA değeri $.00 < RMSEA < .05$ mükemmel uyum olarak kabul edilirken $.05 < RMSEA < .10$ değer aralığı kabul edilebilir aralıktır. Çalışmanın modelinin RMSEA değer .098 olarak tespit edilmiş ve kabul edilebilir düzeydedir (McCallum ve ark., 1996). CFI, IFI değerleri $.95 < IFI < 1.00$ mükemmel aralık olarak kabul edilirken $.90 < IFI < .95$ aralığı kabul edilebilir aralıktır (Marcholudis ve Schumacher, 2007). SRMR değeri yine kabul edilebilir aralıktadır. Elde edilen bu sonuçlara göre uyum iyiliği değerlerinin kabul edilebilir olduğu ve dolayısıyla modelin doğrulandığı söylenebilir.

Tablo 4. Değişkenler Arası Etkiler ve Anlamlılık Düzeyleri

Yapısal Yollar	Değişkenler	Standardize β	Standart Hata	t değeri
Örgütsel İmaj \longrightarrow	Örgütsel Çekicilik	.77	.068	13.84*
Örgütsel İmaj \longrightarrow	Örgütsel Sadakat	.56	.076	6.54*
Örgütsel Çekicilik \longrightarrow	Örgütsel Sadakat	.35	.061	4.01*

* $p < .05$

Yapılan analizler sonucunda örgütsel imajın örgütsel çekiciliği pozitif yönde anlamlı bir şekilde yordadığı ($\beta = .77$, $t=13.84$, $p < .05$), örgütsel imajın örgütsel sadakati pozitif yönde anlamlı bir şekilde yordadığı ($\beta = .56$, $t=6.54$, $p < .05$) örgütsel çekiciliğin örgütsel sadakat üzerinde ($\beta = .35$, $t=4.01$, $p < .05$) pozitif yönde anlamlı olarak yordadığı söylenebilir.

TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu araştırmada, 2020-2021 eğitim-öğretim yılında Ankara il Milli Eğitim Müdürlüğüne bağlı ortaokul ve liselerde görev yapmakta olan 309 beden eğitimi ve spor öğretmeni görüşleri çerçevesinde örgütsel çekicilik, örgütsel imaj ve örgütsel sadakat değişkenleri arasındaki ilişki düzeylerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda kuramsal çerçeveye dayandırılarak oluşturulan yapısal eşitlik modeli kurgulanmıştır. Beden eğitimi ve spor öğretmenlerinden çevrimiçi anket ile veriler toplanmış ve YEM yolu ile oluşturulan hipotezler test edilmiştir.

İlk olarak araştırmada, örgütsel imaj değişkeni ile örgütsel çekicilik değişkeni arasındaki ilişki değerlendirilmiştir. Örgütsel imaj ve örgütsel çekicilik arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Literatür

taraması sonucu örgütsel imaj ve örgütsel çekicilik düzeyleri arasındaki ilişkiyi inceleyen ve bu çalışmanın bulgularını destekleyen çalışmalar mevcuttur (Yıldız, 2013; Formbrun, 1990; Lemmink ve ark., 2003; Akman, 2017; Akman ve Özdemir, 2019; Lyons ve Marler, 2011). Akman (2017) tarafından gerçekleştirilen çalışmada öğretmen görüşlerine dayalı olarak örgütsel çekicilik, örgütsel imaj ve örgütsel sadakat arasındaki ilişki düzeylerini incelemiştir. Örgütsel imaj ve örgütsel çekicilik arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki tespit etmiştir. Akman ve Özdemir (2018) araştırma sonuçları da bu çalışmanın bulgularını destekler doğrultudadır. Bazı araştırmalarda elde edilen veriler ışığında araçsal ve sembolik imaj algılarının örgütsel çekiciliği anlamlı olarak yordadığı belirtilmiştir (Harold ve Ployhart, 2008; Van Hove ve Saks, 2011; Lievens, 2007). Lyons ve Marler (2011) lisans öğrencileri üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada, kişi-iş uyumu ile örgütsel çekicilik arasındaki ilişkide örgütsel imajın aracılık rolüne sahip olduğunu belirlemiştir. Bu bulgu doğrultusunda, örgütsel imaj ve çekicilik arasında anlamlı ilişki olduğunu belirtmek doğru olacaktır. Yıldız (2013) tarafından gerçekleştirilen araştırmada kurum imajı, tanınırlık, algılanan kişi-örgüt uyumu, örgütsel çekicilik ve adayın işe başvurma niyeti arasındaki ilişkileri incelemiştir. Elde edilen bulgularda kurumsal imajla örgütsel çekicilik arasında anlamlı bir ilişki tespit etmiştir. Formbrun (1990) ile Lemmink ve ark., (2003) çalışma sonuçlarına benzer olarak, yüksek kurum imajının örgütsel çekiciliği arttırdığı tespit edilmiştir. Okullarda dikkati çeken güçlü bir imajın oluşturulması okulun çekiciliğini olumlu yönde etkileyeceği ifade edilebilir. Böylece nitelikli ve potansiyelli öğretmenleri okula çekmek mümkün olacaktır. Nitelikli ve potansiyelli öğretmenlerin varlığı tercihle okula yerleşecek akademik başarıları yüksek ve yapılan değerlendirmelerde okul başarı sıralamasında okulun daha yüksek basamaklarda yer almasını sağlayacak öğrenciler tarafından okulun tercih edilmesine etki edecektir. Bir başka deyişle, başarı ve okulun çekiciliği arasında karşılıklı bir etkileşim olduğunu ifade etmek doğru olacaktır.

İkinci olarak, örgütsel imaj ile ilişkili olduğu düşünülen bir diğer kavram da örgütsel sadakattir. Bu çalışma bulgularına göre örgütsel imaj ve örgütsel sadakat arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. İlgili literatür incelemesi sonucu elde edilen bulguları destekler çalışmaların mevcut olduğu tespit edilmiştir (Karaoğlu, 2019; KaiLi ve HungHung 2009; Shaheen ve ark., 2016; Kaur ve Sock, 2013; Saylık, 2019; Akman ve Özdemir, 2019; Ishaq ve ark., 2014; Jha, Deitz, Babakuş ve Yavaş 2013; Saydam, 2018). Karaoğlu (2019) tarafından beden eğitimi ve spor öğretmenleri üzerine yapılan bir çalışmada örgütsel imaj algısı ile örgütsel sadakat kavramları birbiri ile ilişkili olduğu ve orta düzeyde anlamlılık gösterdiği tespit edilmiştir. KaiLi ve HungHung (2009), okul imajı ve sadakat arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasında, imajın sadakat üzerinde anlamlı bir yordayıcı olduğunu ifade etmiştir. Örgütsel imaj seviyeleri yüksek olan bireylerin kurumlarına daha fazla sadakat gösterdiği ve sergiledikleri olumlu tutum ve davranış rolleriyle de kurumlarının gelişmelerine katkı sağladıkları söylenebilir. Başka bir çalışmada ise lise öğretmenlerinin liselere ilişkin örgütsel iç imaj algı düzeyi ile örgütsel sadakat düzeyleri arasında orta düzeyde, anlamlı ve pozitif bir ilişki bulunmuştur. Katılımcıların okullarına yönelik iç imaj algı düzeyinin artması, okullarına yönelik geliştirdikleri örgütsel sadakat düzeylerini arttırdığı belirtilmiştir (Saylık, 2019). Benzer bir başka araştırmada Akman ve Özdemir (2019) tarafından yapılan araştırmada öğretmenlerin okula yönelik imaj algıları da görece yüksek düzeyde tespit edilmiştir ve örgütsel imaj algısının örgütsel sadakati olumlu etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Sock (2013) tarafından yapılan araştırmada, sadakat üzerinde bağlılık ve imajın etkisini

inceledikleri çalışmalarında, imajın tutumsal sadakat ile pozitif yönlü bir ilişki içerisinde olduğunu tespit etmişlerdir. Saydam (2018) tarafından üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirdiği çalışmasında örgütsel İmaj ile Öğrenci Sadakati arasında pozitif yönlü orta düzeyde anlamlı ilişki tespit etmiştir. Örgütlerin başarılı olmaları çok sayıda unsura bağlıdır. Bu unsurlardan biri de çalışanların örgüte yönelik sadakatleridir. Örgütsel sadakatin örgütün etkililiğini artırdığı düşünüldüğünde sadık çalışanların örgütün değerlerini ve vizyonunu benimseyerek daha çok çalıştıkları ifade edilebilir. 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. Bu durumda okulun olumlu imaja sahip olması, beden eğitimi ve spor öğretmenleri için çalıştıkları okula karşı sadakat duygusu oluşturacağı ifade edilebilir.

Son olarak çalışmada örgütsel çekicilik ile örgütsel sadakat arasındaki ilişki incelenmiştir. Örgütsel çekiciliğin örgütsel sadakat üzerinde pozitif yönde olumlu bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Literatür taraması sonucu öğretmenler ve farklı gruplar ile gerçekleştirilen ve bu çalışmanın bulgularını destekler nitelikte araştırmalar mevcuttur (Withey ve Cooper, 1989; Ateg, Andersson ve Rosen 2009; Akman, 2017; Akman ve Özdemir, 2019). Ateg ve ark., (2009) tarafından yapılan çalışmada, örgütün çekiciliği ve çalışanların sadakati arasındaki ilişkiye bir bakıma ışık tutmaktadır. Çalışmanın bulguları arasında çekiciliği sağlayan unsurların çalışan sadakatini de güçlendirdiği tespit edilmiştir. Bir başka ifadeyle, bir örgüte duyulan sadakatin yansıması olarak, çalışma azmi, destek ve karşılıksız sevginin, çalışanların hissettiği gurur, heyecan ve istekliliği artırdığı düşünülebilir. Bir başka çalışmada Withey ve Cooper (1989) çalışmalarında sadakatin gelişim sürecinde örgütün çekiciliğinde önemli bir rol oynadığını ifade etmiştir. Akman (2017) öğretmenler üzerinde yaptığı çalışmasında örgütsel çekiciliğin örgütsel sadakati pozitif ve anlamlı yönde etkilediğini belirtmiştir. Yapılan çalışmaların bulguları ve bu çalışmanın bulguları doğrultusunda beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin örgütsel sadakatlerinin sağlanmasında örgütsel çekiciliğin geliştirilmesinin olumlu bir etki göstereceği söylenebilir.

Sonuç olarak beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin örgütsel imaj algılarının örgütsel çekicilik ve örgütsel sadakat üzerinde pozitif yönde anlamlı etki yarattığı ve başka bir hipotezde örgütsel çekiciliğin örgütsel sadakat üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi olduğu belirtilebilir. Bu bağlamda, beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin örgütsel sadakatinin sağlanmasında örgüt imajın ve örgütsel çekiciliğin artırılmasının olumlu etki göstereceği düşünülebilir.

Araştırmacılara Yönelik Öneriler

- ✓ Alanyazında beden eğitimi ve spor öğretmenleriyle yapılan benzer bir çalışmaya rastlanmamıştır. Örgütsel çekicilik, örgütsel imaj ve örgütsel sadakat arasındaki ilişki daha kapsamlı örneklemeler ile farklı öğretmenlik branşları esas alınarak incelenebilir.
- ✓ Benzer çalışmalar farklı şehirlerde yapılabilir.
- ✓ Benzer araştırma farklı paydaşlarla (öğrenci, okul yöneticisi, veli vb) yapılabilir.

- ✓ Beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin örgütsel imaj algıları ile iş doyumunu ve mesleki haz arasındaki ilişkinin incelendiği araştırmalar yapılabilir.

Uygulayıcılara Yönelik Öneriler

- ✓ Okul müdürleri okulu çekici hale getirmek için fiziki düzenlemeler yapabilir. Okulun temizliği, bakımı, fiziki görünümü, bahçesi ve okulda kullanılan renkler öğretmenlerin ilgisini çekecek şekilde düzenlenebilir.
- ✓ Okul faaliyetlerine yönelik alınan kararlara beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin de katılabildiği, görüşlerini belirtebildiği ortamlar oluşturulabilir. Onlara özerklik sağlanarak örgütsel sadakat algıları yükseltilebilir.
- ✓ Beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin örgütsel imaj algılarını yükseltmek için hizmet kalitesi, finansal sağlık, toplumsal sorumluluk alanlarına yönelik çalışmalar yapılabilir.
- ✓ Beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin örgütsel imaj algılarının yükselmesi için maddi olanakları iyileştirilebilir.

ETİK METNİ

“Bu makalede dergi yazım kurallarına, yayın ilkelerine, araştırma ve yayın etiği kurallarına, dergi etik kurallarına uyulmuştur. Makale ile ilgili doğabilecek her türlü ihlallerde sorumluluk yazar(lar)a aittir.”

Yazarların Katkı Oranı Beyanı: Bu araştırmaya birinci yazar % 60 ikinci yazar %40 oranında katkıda bulunmuştur.

KAYNAKÇA

- Abratt, R., (1989). A new approach to the corporate image management process. *Journal of Marketing Management*, 5(1), 63-76.
- Aiman-Smith, L., Bauer, T.N., & Cable, D.M. (2001). Are you attracted? Do you intend to pursue? A recruiting policy-capturing study. *Journal of Business and Psychology*, 16(2), 219-237.
- Akman, Y.(2017). *Örgütsel çekicilik, örgütsel imaj ve örgütsel sadakat arasındaki ilişkilerin öğretmen görüşlerine göre incelenmesi*. Doctoral thesis. Hacettepe University, Institute of Educational Sciences.
- Akman, Y., & Özdemir, M. (2019) Örgütsel çekicilik, örgütsel imaj ve örgütsel sadakat arasındaki ilişkilerin incelenmesi: Öğretmenler üzerine bir araştırma. *Education and Science*, 44(1), 198. <http://egitimvebilim.ted.org.tr/index.php/EB/article/view/7928>
- Aksoy, R., & Bayramoğlu, V. (2008). Sağlık işletmeleri için kurumsal imajın temel belirleyicileri, tüketici değerlemeleri. *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 85-96.
- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measure ment antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63, 1-18.
- Alpar, R. (2006). *Spor bilimlerinde uygulamalı istatistik*. Nobel.

- Anderson, J. C., & Gerbing, D.W. (1984). The effect of sampling error on convergence, improper solutions, and goodness-of-fit indices for maximum likelihood confirmatory factor analysis. *Psychometrika*, 49(2), 155-173.
- Ateg, M., Andersson, I. M., & Rosen, G. (2009). Change processes for attractive work in small manufacturing companies. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing*, 19(1), 35-63.
- Balcı, A. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma: Yöntem, teknik ve ilkeler*. Pegem.
- Barber, A. E. (1998). *Recruiting employees: Individual and organizational perspectives*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Bentler, P.M. (1992). On the fit of model stocovariances and methodology to the Bulletin. *Psychological Bulletin*, 112(3), 400.
- Bollen, K.A. (1989). A new incremental fit index for general structural equation models. *Sociological Methods & Research*, 17(3), 303-316.
- Breaugh, J.A., & Starke, M. (2000). Research on employee recruitment: So many studies, so many remaining questions. *Journal of Management*, 26, 405-434.
- Ceylan, A., & 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.
- Chapman, D.S., Uggerslev, K.L., Carroll, S.A., Piasentin, K.A., & 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.
- Cole, D.A. (1987). Utility of confirmatory factor analysis in test validation research. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 55(4), 584.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. & Büyüköztürk, Ş. (2016). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik SPSS ve LISREL uygulamaları* (2. Bs.), Pegem.
- Dichter, E. (1985). What's in An Image?. *Journal of Consumer Marketing*, 2(1), 75-81.
- Dural, S., Aslan, G., Alınç, M., & Araza, A. (2014). Örgütsel çekicilik: Bir ölçek uyarlama çalışması. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 15(2), 141-154.
- Eger, L., Egerova, D., & Pisonova, M. (2018). Assessment of school image. *C E P S Journal*, 8(2), 97-122.
- Erbesler, A. (1984). *İnsan gücü verimliliğini artırmaya yönelik organizasyon*. Milli Prodüktivite.
- Fombrun, C., & Shanley, M. (1990). What's in a name? Reputation building and corporate strategy. *Academy of Management Journal*, 33(2), 233-258.
- Gençay, Ö. (2007). Beden eğitimi öğretmenlerinin iş doyum ve mesleki tükenmişliklerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 15(2), 765-780. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kefdergi/issue/49102/626607>
- Gürbüz, S. (2008). *Yönetici, öğretmen ve velilere göre Ankara ili özel ve kamu ilköğretim okullarının kurumsal imajı*. Doctoral thesis. Ankara University, Institute of Educational Sciences.
- Harold, C. M., & Ployhart, R. E. (2008). What do applicants want? Examining changes in attribute judgments over time. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 81, 191-218.

- Highhouse, S., Lievens, F., & Sinar, E.F. (2003). Measuring attraction to organizations. *Educational and Psychological Measurement*, 63, 986-101.
- Hu, L.T., & Bentler, P.M. (1999). Cut-off criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6, 1-55.
- Ishaq, M. I., Mazhar, H., Bhutta, A.A. H., Rizwan, Q.D., & 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.
- Jha, S., Deitz, G.D., Babakuş, E., & Yavaş, U. (2013). The role of corporate image for quality in the formation of attitudinal service loyalty. *Journal of Service Research*, 16(2), 155- 170.
- Jöreskog, K.G., & Sörbom D. (1993). *LISREL 8: Structural equation modeling with the SIMPLIS command language*. Scientific Software International; Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Kai-Li, C., & Hung-Hung, C. (2009). Marketing tactics and parents' loyalty: the mediating role of school image. *Journal of Educational Administration*, 47(4), 477-489.
- Karaoğlu, B. (2019). *Beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin, örgütsel kimlik, örgütsel imaj algılarının, örgütsel bağlılıklarına etkisi (Kayseri İli Örneği)*. Gazi Kitabevi.
- Kaur, H., & 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.
- Kline, R.B. (2011). *Convergence of structural equation modeling and multi level modeling*. Sage.
- Koç, H., & Uygur, A. (2010). Örgütsel sadakat ve örgütsel bağlılık: siyasi partiler açısından bir analiz. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 79-94.
- Kotler, P. (1973). Atmospherics as a marketing tool. *Journal of Retailing*, 4(4), 48-64.
- Lemmink, J., Schuijff, A., & Streukens, S. (2003). The role of corporate image and company employment image in explaining application intentions. *Journal of Economic Psychology*, 24, 1-15.
- Leys, C., Klein, O., Dominicy, Y., & Ley, C. (2018). Detecting multivariate outliers: Use of a robust variant of the Mahalanobis distance. *Journal of Experimental Social Psychology*, 74, 150-156.
- 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.
- Lyons, B.D., & Marler, J. H. (2011). Got image? Examining organizational image in web recruitment. *Journal of Managerial Psychology*, 26(1), 58-76.
- MacCallum, R.C., Browne, M.W., & Sugawara, H.M. (1996). Power analysis and determination of sample size for covariance structure modeling. *Psychological Methods*, 1(2), 130–149. <https://doi.org/10.1037/1082-989X.1.2.130>
- 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.

- Podsakof, P. M., Mackenzie, S. B., Paine, J. B., & Bachrach, D. G., (2000). Organizational citizenship behaviors: A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research. *Journal of Management*, 26(3), 513-563.
- Rousseuw, P., & Van-Zomeren, B. (1990). Unmasking multivariate outliers and leverage points. *J. Am. Stat. Assoc.* 85(411), 633–639.
- Rynes, S.L., & Barber, A.E. (1990). Applicant attraction strategies: An organizational perspective. *Academy of Management Review*, 15, 286-310.
- Saydam, S. (2018). *Yükseköğretimde örgütsel imaj ve aidiyetin, mesleki sonuç beklentisi ve öğrenci sadakatini yordaması*. Master's thesis. Istanbul Sabahattin Zaim University, Institute of Social Science.
- Saylık, G. (2019). *Lise öğretmenlerinin örgütsel iç imaj algıları ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişki*. (Master's thesis). Van Yüzüncü Yıl University, Institute of Educational Science.
- Soyer, F., Can, Y., & Kale, F. (2009). Beden eğitimi öğretmenlerinin iş tatmini ve mesleki tükenmişlik düzeylerinin çeşitli faktörler açısından incelenmesi. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 3(3), 259-271. <https://dergipark.org.tr/en/pub/bsd/issue/53576/713947>
- Sümer, N. (2000). *Yapısal eşitlik modelleri: Temel kavramlar ve örnek uygulamalar*. Türk Psikoloji Yazıları.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L.S. (2013). *Using multivariate statistics* (6. Basım). Pearson.
- Terzi, Ç. (2011). Türk eğitim sistemi'nde okulların örgüt ve yönetim yapısı ile yapılandırmacı eğitim yaklaşımı arasındaki ilişkinin çözümlenmesi. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 1(1), 75-82. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ajesi/issue/1525/1873>
- Tutar, Ö. (2007). *Türkiye'nin kamu istihdam kurumu olarak Türkiye İş Kurumunun toplumdaki imaj tespiti ve imaj geliştirme üzerine bir çalışma* (Uzmanlık Tezi). Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü.
- Vandenberg, R.J., & Scarpello V. (1994). A longitudinal assessment of the determinant relationship between employee commitment to the occupation and the organization. *Journal of Organizational Behavior*, 15, 535-547.
- Van-Hoye, G., & 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.
- Withey, M.J., & Cooper, W.H. (1989). Predicting exit, voice, loyalty, and neglect. *Administrative Science Quarterly*, 34(4), 521-539.
- Yaman, Ç. (2009). Job satisfaction levels of formative physical education teachers. *Journal of Human Sciences*, 6(1), 683–711. <https://www.j-humansciences.com/ojs/index.php/IJHS/article/view/679>
- 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.