



## Açık ve uzaktan eğitim kurumlarının web sitelerinin popülaritesi

Dr. Gülendaml UYGUÇGİL<sup>a</sup>  
Prof. Dr. Uğur DEMIRAY<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi TV Yapım Merkezi, Eskişehir Türkiye 26470

<sup>b</sup> Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Basın Yayın Bölümü, Eskişehir Türkiye 26470

### Özet

Çalışmada açık ve uzaktan eğitim kurumlarının, web sitelerinin popülarliklerinin araştırılması amaçlanmıştır. Amaç doğrultusunda çalışmada, öğrenci sayısı 100.000'in üzerindeki 18 üniversitenin kurumsal web sitelerinin; yoğunlukları, hangi sıklıkta ziyaret edildikleri, kaç kişi tarafından ve ne kadar süre ile görüntüledikleri vb. özellikler incelenmiştir. Çalışmanın amacına yönelik olarak web sitelerinin popülarliğini ölçen ABD merkezli bir internet şirketi olan, Alexa'nın verileri ve popülarlik ölçütleri kullanılmıştır. Ayrıca Traffic Estimate sitesinden üniversitelerin web sitelerinin bir aylık süredeki toplam ziyaretçi sayıları elde edilmiş ve öğrenci sayılarına oranlanmıştır. Çalışmada, seçilen popülarlik ölçütlerinin ağırlık değerlerini belirlemek için Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) kullanılmıştır. 28 Ekim 2015 tarihinde genel tarama ile internet üzerinden toplanan veriler AHS yöntemi ile hesaplanarak, üniversitelerin web siteleri popülarlik açısından değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme sonucunda, ele alınan üniversitelerin yanı sıra, uzaktan eğitim veren diğer özel/kamu kurum ve kuruluşlarına web sitelerini daha popülar biçimde kullanabilmeleri doğrultusunda genel bir bakış açısı oluşturmak amaçlanmıştır.

**Anahtar Sözcükler:** Açık ve Uzaktan Eğitim, Kurumsal Web Sitesi, Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS).

### Abstract

It is aimed to investigate the popularity of the websites of the Open and Distance Learning (ODL) Institutions, in this study. In accordance with this purpose, the websites of the 18 universities, those numbers of students above 100.000, were selected, and intense of the websites, in which frequency they visited, how long and by how many people they displayed, etc. attributes were examined. Alexa data were used in this study. Alexa is an US based internet company that provides web traffic data and analytics. Benchmarks related with website popularity derived from were used. Additionally, estimated monthly visits, taken from Traffic Estimate website, rated to number of students of the universities. In this study, Analytic Hierarchy Process (AHP) were used to calculate weights of the benchmarks. Then data was collected on 28th October, 2015 from Alexa and Traffic Estimate websites, and popularity scores of the websites were calculated and evaluated using AHP weights of benchmarks. As a result, it is intended to provide a general perspective about the popular usage of the websites of the all private and public ODL institutions.

**Keywords:** Open and Distance Education, Institutional Website, Analytic Hierarchy Process (AHP).

## Giriş

Açık ve uzaktan eğitim (AUE) kurumlarının kurumsal web siteleri, zaman ve mekândan bağımsız hedef kitlelerine doğrudan ulaşmak anlamına geldiği için son derece önemli bir görev üstlenmektedir. AUE kurumları kayıtlı öğrencilerine çevrimiçi dersler gibi eğitim hizmetleri vermenin yanı sıra danışmanlık, çevrimiçi kayıt, program hakkında bilgiler verme vb. gibi birçok destek hizmetleri de kurumsal web sitelerinden sunmaktadır. Ayrıca henüz öğrencisi olmayan ancak üniversiteleri araştıran aday öğrenciler ve aileleri gibi farklı gruplardan insanların da ilk karşılaşmalarına çıkan üniversitelerin web siteleri olmaktadır.

AUE kurumlarının kurumsal web sitelerinin popülerliği, çok sayıda kişi tarafından ziyaret edilmesi ve sitede geçirilen zamanın fazla olması, kurumun tanınırlığını, bilinirliğini ve beraberinde kurumu tercih oranlarını artırabilir. Ayrıca kayıtlı öğrenciler için de daha çok hizmetten haberdar olarak, daha çok yarar sağlama ve kuruma karşı memnuniyet ve sadakati artırma yolunda hizmet edebilir. Bu nedenle bu çalışma, AUE veren tüm özel ve kamusal kurumlar için web sitelerinin kullanım popülerliğini gözden geçirmeleri ve eksiklerini gidermeleri açısından önem taşımaktadır.

Bu çalışmada, dünyada uzaktan eğitim veren üniversitelerin web sitelerinin popülerliklerinin değerlendirilmesi, bu değerlendirmeler sonucunda hem değerlendirmeye konu olan üniversitelere hem de uzaktan eğitim veren diğer özel/kamu kurum ve kuruluşlarına web sitelerini daha popüler biçimde kullanabilmeleri doğrultusunda genel bir bakış açısı oluşturulması amaçlanmıştır. Çalışmada amaç doğrultusunda öğrenci sayısı 100.000'in üzerindeki 18 üniversitenin kurumsal web sitelerinin; yoğunlukları, hangi sıklıkta ziyaret edildikleri, kaç kişi tarafından ve ne kadar süre ile görüntülendikleri vb. özellikler incelenmiş, üniversitelerin kurumsal web sitelerinin kullanım popülerliği değerlendirilmiştir.

## Araştırma Sorunsalı

AUE'e kayıtlı öğrenciler, kayıt olacakları bir kurum araştıran AUE öğrenci adayları ve aileleri, bir eğitim ya da sertifika programına ihtiyaç duyan fakat bu programların varlığından bile haberdar olmayan kişiler gibi birbirinden farklı hedef kitlelere ulaşmak için AUE kurumlarının kurumsal web siteleri en ideal yerlerdir. Ancak kurumların web sitelerinin çok sayıda ziyaret almadığı, kayıtlı öğrencilerin web sitelerine yeteri sıklıkta girmedikleri için birçok hizmetten haberdar olmadıkları, öğrenci adaylarına ve eğitime ihtiyacı olduğu halde bu eğitimi alabileceği programların bulunduğu haberdar bile olmayan kişilere ulaşamadığı gözlenmektedir. AUE kurumlarının web sitelerinin ne sıklıkta, ne kadar kişi tarafından, ne

kadar süreyle ziyaret edildiklerinin ve buldukları ülkede ne düzeyde rağbet popüler olduklarının araştırılması bu çalışmanın amacıdır.

Çalışmanın amacına yönelik olarak AUE kurumlarının web sitelerinin popülerlik durumları incelenmiştir. Bunun için önce web sitelerinin popülerliğini ölçen ABD merkezli bir internet şirketi olan Alexa (<http://alexa.com>) adlı siteden temel popülerlik ölçütleri ve verileri elde edilmiştir.

Ayrıca <http://www.trafficestimate.com> sitesinden üniversitelerin kurumsal web sitelerinin bir aylık süredeki toplam ziyaretçi sayıları elde edilmiş ve öğrenci sayılarına oranlanmıştır. Çalışmada, seçilen popülerlik ölçütlerinin ağırlık değerlerini belirlemek ve üniversiteleri web sitelerinin popülerlik durumuna göre sıralamak için Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) kullanılmıştır.

Çalışmada AUE veren ve öğrenci sayıları 100.000'in üzerinde olan on sekiz üniversite ele alınmış, 28 Ekim 2015 tarihinde toplanan veriler AHS yöntemi ile hesaplanarak, üniversitelerin kurumsal web siteleri popülerlik açısından değerlendirilmiştir.

### İlgili Alanyazın

Bilgi çağı olarak nitelendirilen günümüzde, iletişim teknolojilerinde yaşanan devrim niteliğindeki gelişmelerin eğitim alanında da kullanımı ile birlikte, sınırlı maddi kaynaklar ile geniş bir kitleye ulaşmaya olanak sağlayan, yer ve zaman sınırını ortadan kaldıran uzaktan eğitim büyük bir ivme kazanmıştır. İnternetin işin içine girmesi ile çevrimiçi eğitim gibi imkânların ortaya çıkışı, uzaktan eğitime dünya çapında milyonlarca öğrenci kazandırmıştır. (Demiray ve Sever, 2009).

İnternet, özellikle de web, iş ve yaşam alanımızın her noktasına bilgiyi gönderme ve erişirme özelliği bakımından bir iletişim devrimi gerçekleştirmiştir (Neumann ve Hogan, 2005). Uzaktan eğitimde de internet ortamı son derece önemli bir rol üstlenirken, uzaktan eğitim kurumlarının özellikle web siteleri ön plana çıkmıştır. Uzaktan eğitim sistemi, zaman ve mekândan bağımsız bir hedef kitleye hitap ettiği için, kurumsal web siteleri, doğrudan öğrenciye ulaşmak anlamına gelmekte, kurumların kendilerini tanıtan en güçlü araçları olmaktadır (Sayımer, 2008).

AUE kurumlarının web sitelerini o üniversitenin mezunları, hâlihazırdaki öğrencileri, bir üniversiteye başvurma düşüncesindeki öğrenciler, öğrenci adaylarının anne babaları gibi farklı gruptan insanlar, farklı hedefler ile ziyaret edebilir (Scott, 2010: 56). AUE kurumlarının web siteleri öğrenciler ile bağlantı kurma, etkileşim sağlama, programlar, kurslar, akademik kadrolar,

fiyatlar, kayıt koşulları vb. kurum hakkındaki bilgileri verme, çevrimiçi kayıt, çevrimiçi ödeme, danışmanlık, çevrimiçi dersler vb. öğrenci destek hizmetleri sunma gibi birçok işlevi bir arada yerine getirmektedir (Uyguçgil, Demiray, 2015).

AUE öğrencileri de, fiziksel olarak eğitim ortamından uzakta oldukları, yüz yüze etkileşim ortam ve olanaklarına sahip olmadıkları, örgün eğitimin eksikliğini duydukları kurumdan bekledikleri eğitimin yanı sıra her türlü hizmeti web sitelerinden sunulan hizmetlerden karşılamak durumundadırlar. Kurumun sağladığı hizmetlerden web siteleri aracılığıyla haberdar olan ve bu hizmetlerden yarar sağlayan öğrenciler, işlerini kolaylaştırarak, memnuniyetlerini ve başarılarını artıran, güven veren kurumun öğrencisi olmaya devam etmek ve gelecekte de yüksek lisans, doktora ve çeşitli sertifika programları gibi yeni eğitim düzeylerine katılmak konusunda istekli olacaktırlar (Uyguçgil 2013). Aday öğrenciler için ise kurumu tanıma, karar verme, kayıt olma ve öğrenme gibi farklı süreçlerde karşılaşacağı güçlüklerin çözümünde, anında yardım görme ve sorunu giderme aşamalarında web sitelerinin değer yaratması beklenmektedir. Daha fazla sayıda potansiyel öğrenciye ulaşmak, daha çok tercih edilmek, daha çok tanınmak ve beraberinde öğrenci kayıt sayılarını artırarak gelir yaratmak, uzaktan eğitim alanındaki varlıklarını devam ettirmek için AUE kurumlarının web sitelerinin popüler kullanımı önem taşımaktadır.

Sayıları milyonlarla ifade edilen uzaktan eğitim öğrencilerine web üzerinden söz konusu hizmetleri sunabilmek için, kurumların talepleri karşılayacak düzeyde teknolojik destek ve hizmete sahip olması, teknolojik altyapı, yeni teknolojilerin finanse edilmesi, telekomünikasyon altyapısı, gerekli yazılım ve donanım ihtiyaçları, ders üretimi ve internet bağlantısı gibi sorunlarını çözmüş olması gerekmektedir (Falowo, 2007). Tüm bunların yanı sıra çekici bir tasarım, zengin ve güncel bir içerik ve kolay ulaşım gibi niteliklere sahip olması, web sitelerinin çekici hale getirilmesi, popüler biçimde kullanımlarının sağlanması zorunludur.

### **Çalışmanın Kuramsal Temelleri**

AUE, felsefesi ve teknoloji kullanımı ile karakterize edilebilen, eğitimdeki bariyerleri yıkmayı amaçlayarak, öğrencilerin istedikleri alanda, istedikleri zamanda ve istedikleri yerde eğitim almalarına olanak sağlayan, eğitime ulaşımı kolaylaştıran ve artıran, öğrencilerin eğitim seçeneklerini çoğaltan bir eğitim yöntemidir (Akeusola, Omolara ve Theodore, 2011).

AUE kurumları, kurumsal web siteleri aracılığı ile uzaktan eğitim faaliyetlerini desteklemekte, uzaktan eğitim öğrencilerinin ihtiyaçlarına özgü hizmetleri genişletme eğilimindedirler. Uzaktan öğrenciler, tüm kurumsal kayıtların büyük bir yüzdesini oluşturmaya devam ettikleri sürece, kurumlar uzaktan eğitim öğrencilerine ve potansiyel uzaktan eğitim

öğrencilerine bu hizmetleri sağlamak için, kurumsal web sitelerine önem vermek ve web sitelerini ciddi biçimde değerlendirmek zorundadırlar (Jones ve Meyer, 2012). AUE kurumlarının web sitelerinin nasıl biçimlendirildiği, neleri taahhüt ettiği ve ne kadar etkin kullanıldığı araştırılması gereken bir konudur (Uyguçgil ve Demiray, 2015).

Bu bağlamda, çalışmada AUE veren kurumların web sitelerinin ne kadar popüler olduğu ve öğrenciler tarafından ne kadar rağbet gördüğü araştırması yapılmıştır. Popüler olma durumu, değerlendirme şekli oldukça karmaşık, birçok ölçüte dayanan göreceli bir kavramdır.

### **Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS)**

AHS, karmaşık kararları analiz ve organize etmek için yapılandırılmış bir tekniktir. 1970'li yıllarda Prof. Thomas L. Saaty tarafından geliştirilen AHS, anlaşılması kolay, gereksiz matematik işlemleri içermeyen, pek çok alanda kullanılabilen çok amaçlı karar verme yöntemlerinden biridir (Başlıgil, 2005). AHS en genel tanımıyla, çoklu ölçütler ve bu ölçütlerin önem düzeylerinin belirlenmesinde yapısal yaklaşım sağlayan bir yöntemdir (Eleren, 2007).

Saaty AHS'yi; ikili karşılaştırmalar ve puanlamalardan ölçek değerleri türeten, tanımlayıcı, nitel ve nicel ölçütleri kullanan çok ölçütlü bir ölçme teorisi (Saaty, 1990) olarak tanımlamaktadır. Saaty AHS ile karmaşıklığın hiyerarşik yapılandırılması, ikili karşılaştırma, ağırlıkları türetme ve tutarlılığın ölçümü gibi daha önceden bilinen ayrık konsept ve teknikleri bazı yeniliklerle birleştirerek parçalarının toplamından daha güçlü bir süreç oluşturmuştur (Dyer vd., 1992). Böylece karar problemi olan ve niteliksel ölçütlerle ilgili yargı gerektiren problemlerin çözümünde kullanılabilir hale getirilen AHS, günümüze kadar kapsamlı araştırmalar ile geliştirilmiş, iş dünyası, sağlık, sanayi, üretim, pazarlama, eğitim vb. birbirinden farklı otuzdan fazla alanda, karar alternatiflerinin kıyaslanması, değerlendirilmesi, sıralanması ve seçilmesinde kullanılmıştır (Chandran vd., 2005). Bu kadar farklı alanlarda kolayca uygulanabilmesindeki temel neden ise; AHS'nin kapsamlı, kolay ve mantıklı, karışık karar problemlerinin çözümüne uygun, etkin ve popüler, duyarlılık analizine imkan veren bir programla desteklenen ve yöneticilere kolayca anlatılabilen, işletmecilik kararlarında kullanışlı ve esnek bir yöntem (Cheong vd., 2008) oluşudur.

AHS karar vericinin, kompleks bir problemi amaç, hedefler, alt hedefler ve alternatifler arasındaki ilişkiyi hiyerarşik yapıda modelleyerek, mantıklı bir şekilde uygulamasına olanak tanımaktadır (Özdemir ve Saaty, 2006). Böylece karar vericinin ölçütlerini, her bir alternatifin ne kadar iyi karşıladığına bağlı olarak, karar alternatiflerinin sıralanması için sayısal durum geliştiren bir süreç ortaya konmaktadır (Russel ve Taylor III, 2003). Diğer bir deyişle AHS,

karar vericinin karar alternatiflerini sıralaması ve onlardan en iyisini seçmesi için nicel bir metot olmaktadır.

Saaty, karar ölçütleri ve bu ölçütlerin ikili karşılaştırmasında kullanılan bir ölçek geliştirmiştir (Tablo 1). Bu ölçekle, karar ölçütleri ve her bir karar ölçütüne göre karar seçenekleri ikili karşılaştırmalarla 1 ile 9 arasında bir değerle değerlendirilir (Saaty, 1990). Her kararı etkileyen ölçüt ikili karşılaştırmalara tabi tutularak faktörlerin önem ağırlıkları belirlenir (Önüt vd, 2009). Yöntem hem öznel hem nesnel değerlendirme ölçütlerini kullanır. Ayrıca yöntem değerlendirme tutarlılığının test edilebilirliğini de sağlamaktadır. Bunların yanında, karar vericilerin çok sayıdaki ölçüte göre değerlendirilmesi gereken alternatifler arasından hangisine öncelik vermesi gerektiği konusunda kişisel seçimlerini yönlendirmesi açısından önemli bir araçtır (Eraslan ve Algün, 2005:98).

Tablo 1		
<i>Saaty Değerlendirme Ölçeği</i>		
<b>İkili Karşılaştırmalar Matrisi İçin Değerlendirme Ölçeği Değeri</b>	<b>Tanım</b>	<b>Açıklama</b>
1	Eşit önemde	Seçenekler eşit önemde veya kayıtsız kalınıyor.
3	Orta derecede önemli	1. Seçenek 2. seçeneğe göre biraz daha önemli veya tercih ediliyor.
5	Kuvvetli derecede önemli	1. Seçenek 2. seçeneğe göre oldukça önemli veya fazla tercih ediliyor.
7	Çok kuvvetli derecede önemli	1. Seçenek 2. seçeneğe göre çok daha önemli veya çok fazla tercih ediliyor.
9	Kesin önemli	1. Seçenek 2. seçeneğe göre aşırı derecede önemli veya aşırı derecede tercih ediliyor.
2,4,6,8	Ara değerler	Ardışık iki değerlendirme arasındaki ara değerler.

*Kaynak:* Saaty'den aktaran Arslan, 2010: 458.

## Yöntem

### Araştırma Modeli

Çalışmada, açık ve uzaktan eğitim veren kurumların, kurumsal web sitelerinin popülerliği araştırılmıştır. Popülerlik birden fazla ölçütü olan göreceli bir kavram olduğu için, öncelikle hangi ölçütlerin çalışmada kullanılacağı belirlenmesi ve bir değerlendirme modelinin oluşturulması gereklidir. Ayrıca seçilen herhangi bir ölçütün diğer ölçütlere kıyasla ne derece etkili, yani ne kadar önemli olduğu belirlenmelidir. Bu amaçla, bu sorulara yanıt alabilmek için çalışmada çok ölçütlü karar destek yöntemlerinden biri olan Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) kullanılmıştır. AHS, matematik ve psikolojiye dayanan, karmaşık kararları analiz ve organize etmek için yapılandırılmış, çok ölçütlü bir karar verme tekniği olarak

(Baltalar, 2008), çalışmada karar alternatiflerinin çoklu ölçütlere göre sıralanmasına ve seçim yapılmasına olanak tanımıştır. Çoklu ölçütler ve önem düzeylerinin belirlenmesinde AHS nitel ve nicel faktörleri birleştirerek birlikte kullanma olanağı ile yapısal bir yaklaşım sağlamaktadır (Uyguçgil ve Demiray, 2015).

## Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni AUE veren tüm özel/kamu kurum ve kuruluşların kurumsal web siteleridir. Örneklem olarak AUE veren ve öğrenci sayısı 100.000'in üzerinde olan 18 üniversitenin kurumsal web siteleri seçilmiştir. Çalışmanın örneklemini oluşturan AUE kurumları (alfabetik sıra ile), öğrenci sayıları ve kurumsal web alan adları (domain name) Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2		
<i>Çalışma örneklemini: AUE Kurumları, Öğrenci Sayısı ve Kurumsal Web Alan Adları</i>		
Açık ve Uzaktan Eğitim Veren Kurum Adı	Kurumsal Web Alan Adı	Öğrenci Sayısı
Allama Iqbal Open University	aiou.edu.pk	1300000
Anadolu University	anadolu.edu.tr	1365944
Bangladesh Open University	bou.edu.bd	499936
Centre National d'Enseignement a Distance	cned.fr	400000
Dr. B.R. Ambedkar Open University	braou.ac.in	450000
Dr. Babasaheb Ambedkar Open University	baou.edu.in	1000000
Indira Gandhi National Open University	ignou.ac.in	3000000
Korea National Open University	knou.ac.kr	151413
Madhya Pradesh Bhoj Open University	bhojvirtualuniversity.com	150000
Open University	open.ac.uk	200000
Payam Noor University	pnu.ac.ir	940515
Sukhothai Thammathirat Open University	stou.ac.th	161032
Symbiosis Centre For Distance Learning	scdl.net	253577
The Open University of China	en.crtvu.edu.cn	3590000
Universidad Nacional de Educación a Distancia	portal.uned.es	205000
Universitas Terbuka	ut.ac.id	406207
University of South Africa	unisa.ac.za	400000
Yashwantrao Chavan Maharashtra Open University	ycmou.digitaluniversity.ac	611949

## Veri Toplama Araçları ve Toplama Süreci

Çalışmanın amacına yönelik olarak web sitelerinin popülerliğini ölçen Alexa (<http://www.alex.com>) verileri kullanılmıştır. Alexa web trafik verileri ve analizleri sağlayan ABD merkezli bir internet şirkettir. Web sitesi popülerliği ile ilgili olarak, 28 Ekim

2015 tarihinde, çalışma örneklemindeki her AUE veren kurumun kurumsal web sitesi ile ilgili Alexa'dan;

- ulusal sıralama (*national rank*),
- sitede sadece bir sayfa görüntüleyerek çıkanların sayısının toplam ziyaretçi sayısına oranı (*bounce rate*),
- sitede ziyaretçi başına düşen birbirinden farklı günlük sayfa görüntüleme sayısı (*daily page views per visitor*),
- siteye ziyaretçi başına düşen dakika cinsinden günlük bağlanma süresi (*day time on site*)
- web sitesine toplamda kaç farklı siteden bağlantı verildiği (*total sites linking in*)

olacak şekilde 5 ölçüt değeri toplanmıştır. Ayrıca yine benzer web hizmeti veren bir şirket olan TrafficEstimate (<http://www.trafficestimate.com>) sitesinden 28.Ekim.2015 tarihinde;

- AUE veren kurumların kurumsal web sitelerinin bir aylık süredeki toplam ziyaretçi sayıları

elde edilmiş ve öğrenci sayılarına oranlanmıştır. Öğrenci sayıları her kurumun kendi kurumsal web sitesinden yine 28.Ekim.2015 tarihinde elde edilmiştir.

### Veri Analizi

Çalışmada öncelikle değerlendirme ölçütlerini ve önem dağılımlarını belirlemek amacı ile Saaty tarafından geliştirilen değerlendirme ölçeğinin kurumsal web sitelerinin popülaritesi için seçilen ölçütlere uyarlanması yapılmıştır. Tabloda daha rahat görüntüleyebilmek adına belirlenen ölçütler numaralandırılmıştır. Buna göre;

- **Ölçüt-1:** sitede sadece bir sayfa görüntüleyerek çıkanların sayısının toplam ziyaretçi sayısına oranı (*bounce rate*),
- **Ölçüt-2:** ulusal sıralama (*national rank*),
- **Ölçüt-3:** sitede ziyaretçi başına düşen birbirinden farklı günlük sayfa görüntüleme sayısı (*daily page views per visitor*),
- **Ölçüt-4:** siteye ziyaretçi başına düşen dakika cinsinden günlük bağlanma süresi (*day time on site*),
- **Ölçüt-5:** web sitesine toplamda kaç farklı siteden bağlantı verildiği (*total sites linking in*),



- **Ölçüt-6:** kurumsal web sitelerindeki bir aylık sürede toplam ziyaretçi sayısının öğrenci sayısına oranı

olarak ölçütler numaralandırılmıştır.

Tablo 3  
*Ölçütlerin Saaty değerlendirme ölçeğine göre ikili karşılaştırma matrisi*

	Ölçüt-1	Ölçüt-2	Ölçüt-3	Ölçüt-4	Ölçüt-5	Ölçüt-6
Ölçüt-1	1	1/3	1/5	1/5	1/7	1/9
Ölçüt-2	3	1	1/3	1/3	1/5	1/7
Ölçüt-3	5	3	1	1	1/3	1/5
Ölçüt-4	5	3	1	1	1/3	1/5
Ölçüt-5	7	5	3	3	1	1/3
Ölçüt-6	9	7	5	5	3	1
TOPLAM	<b>30,00</b>	<b>19,33</b>	<b>10,53</b>	<b>10,53</b>	<b>5,01</b>	<b>1,99</b>

İkinci aşamada matris değerlerinin normalizasyon işlemi yapılmış, buna göre her bir sütun değeri sütun toplamına bölünerek her hücrenin normal değeri elde edilmiştir (Tablo 4).

Tablo 4  
*İkili karşılaştırma matrisi normalizasyon işlemi*

	Ölçüt-1	Ölçüt-2	Ölçüt-3	Ölçüt-4	Ölçüt-5	Ölçüt-6
Ölçüt-1	1 / 30,00	(1/3) / 19,33	(1/5) / 10,53	(1/5) / 10,53	(1/7) / 5,01	(1/9) / 1,99
Ölçüt-2	3 / 30,00	1 / 19,33	(1/3) / 10,53	(1/3) / 10,53	(1/5) / 5,01	(1/7) / 1,99
Ölçüt-3	5 / 30,00	3 / 19,33	1 / 10,53	1 / 10,53	(1/3) / 5,01	(1/5) / 1,99
Ölçüt-4	5 / 30,00	3 / 19,33	1 / 10,53	1 / 10,53	(1/3) / 5,01	(1/5) / 1,99
Ölçüt-5	7 / 30,00	5 / 19,33	3 / 10,53	3 / 10,53	1 / 5,01	(1/3) / 1,99
Ölçüt-6	9 / 30,00	7 / 19,33	5 / 10,53	5 / 10,53	3 / 5,01	1 / 1,99
TOPLAM	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000

Üçüncü aşamada ise normalizasyon işlemi sonucunda hesaplanan değerler toplanarak, ölçüt sayısına bölünmüştür. Diğer bir deyişle aritmetik ortalaması alınmıştır (Tablo 5). Ortalama değerler ölçütlerin önem derecesini vermektedir.

Tablo 5							
<i>Aritmetik ortalama ile ağırlıkların hesaplanması</i>							
	Ölçüt-1	Ölçüt-2	Ölçüt-3	Ölçüt-4	Ölçüt-5	Ölçüt-6	Aritmetik ortalama
Ölçüt-1	0,033	0,033	0,033	0,033	0,033	0,033	0,029
Ölçüt-2	0,017	0,017	0,017	0,017	0,017	0,017	0,055
Ölçüt-3	0,019	0,019	0,019	0,019	0,019	0,019	0,113
Ölçüt-4	0,019	0,019	0,019	0,019	0,019	0,019	0,113
Ölçüt-5	0,029	0,029	0,029	0,029	0,029	0,029	0,238
Ölçüt-6	0,056	0,056	0,056	0,056	0,056	0,056	0,452
<b>TOPLAM</b>	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000

Son aşamada ölçütlerin aritmetik ortalama değerleri yüzde cinsinden ifade edilerek, ölçütlerin önem dağılımı elde edilmiştir (Tablo 6).

Tablo 6								
<i>Ölçütlerin önem dağılımının (ağırlık değerinin) yüzde (%) olarak gösterimi</i>								
	Ölçüt-1	Ölçüt-2	Ölçüt-3	Ölçüt-4	Ölçüt-5	Ölçüt-6	Aritmetik ortalama	Ağırlık (%)
Ölçüt-1	0,033	0,033	0,033	0,033	0,033	0,033	0,029	% 2,9
Ölçüt-2	0,017	0,017	0,017	0,017	0,017	0,017	0,055	% 5,5
Ölçüt-3	0,019	0,019	0,019	0,019	0,019	0,019	0,113	% 11,3
Ölçüt-4	0,019	0,019	0,019	0,019	0,019	0,019	0,113	% 11,3
Ölçüt-5	0,029	0,029	0,029	0,029	0,029	0,029	0,238	% 23,8
Ölçüt-6	0,056	0,056	0,056	0,056	0,056	0,056	0,452	% 45,2
<b>TOPLAM</b>	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	% 100,0

Çalışmanın bu aşamasında örnekleme belirtilen kurumsal web sitesi alan adlarının Alexa ve Traffic Estimate sitelerinden toplanan verilerin en küçük ve en büyük değerlerine göre puanlaması yapılmıştır. Puanlama her ölçüt için 100 puan üzerinden yapılmıştır. Buna göre Ölçüt-1 için elde edilen ham veriler ve puanlama Tablo 7’de gösterilmektedir. Elde edilen ham verinin en küçük ve en büyük değer aralığının belirlenebilmesi için sıralama küçükten büyüğe yapılmıştır. Ölçüt-1 için ham veri değerinin küçük olması web sitesinde sadece tek sayfa bakıp çıkanların oranının az olduğunu göstermektedir. Değerin küçük olması istenen bir durumdur. Verilen puanlar bu durum göz önünde bulundurularak verilmiştir. Son değer 52.6 ise ziyaretlerin yarısından fazlasının sadece tek sayfaya bakıp çıkma olduğunu gösterdiği için sıfır ‘0’ puan uygun görülmüştür.

Tablo 7

*Ölçüt-1: “Sitede sadece bir sayfa görüntüleyerek çıkanların sayısının toplam ziyaretçi sayısına oranı (bounce rate)” için Alexa web sitesinden elde edilen ham veri ve puanlama değeri*

<b>Açık ve Uzaktan Eğitim Veren Kurum Adı</b>	<b>Kurumsal Web Alan Adı</b>	<b>Hamveri-1</b>	<b>Puan-1</b>
The Open University of China	en.crtvu.edu.cn	5,3	89,40
Allama Iqbal Open University	aiou.edu.pk	8,7	82,60
Anadolu University	anadolu.edu.tr	12,5	75,00
Universitas Terbuka	ut.ac.id	16,0	68,00
Yashwantrao Chavan Maharashtra Open University	ycmou.digitaluniversity.ac	16,6	66,80
Symbiosis Centre For Distance Learning	scdl.net	17,1	65,80
Korea National Open University	knou.ac.kr	17,2	65,60
Indira Gandhi National Open University	ignou.ac.in	18,8	62,40
Bangladesh Open University	bou.edu.bd	19,6	60,80
Dr. B.R. Ambedkar Open University	braou.ac.in	21,3	57,40
Centre National d'Enseignement a Distance	cned.fr	23,3	53,40
University of South Africa	unisa.ac.za	23,7	52,60
Universidad Nacional de Educación a Distancia	portal.uned.es	24,2	51,60
Open University	open.ac.uk	26,1	47,80
Payam Noor University	pnu.ac.ir	26,8	46,40
Madhya Pradesh Bhoj Open University	bhojvirtualuniversity.com	26,9	46,20
Dr. Babasaheb Ambedkar Open University	baou.edu.in	28,1	43,80
Sukhothai Thammathirat Open University	stou.ac.th	52,6	0,00

Ölçüt-2 için elde edilen ham veriler ve puanlama Tablo 8’de gösterilmektedir. Elde edilen ham verinin en küçük ve en büyük değer aralığının belirlenebilmesi için sıralama küçükten büyüğe yapılmıştır. Ölçüt-2 için ham veri değerinin küçük olması web sitesinin bulunduğu ülkedeki diğer web siteleri arasında ön sıralarda olduğunu, büyük olması ise ülke sıralamasında gerilerde kaldığını göstermektedir. Değerin küçük olması istenen bir durumdur. Verilen puanlar bu durum göz önünde bulundurularak verilmiştir. En küçük 51 olup ülkede diğer web sitelerine göre 51. sırada olduğunu göstermektedir. Diğer ham veriler incelenerek 0-5000 arası değerler, 100 puana oranlanmış 5000 üzeri değerlere sıfır ‘0’ puan uygun görülmüştür.

Tablo 8

*Ölçüt-2: “ulusal sıralama (national rank),” için Alexa web sitesinden elde edilen ham veri ve puanlama değeri*

<b>Açık ve Uzaktan Eğitim Veren Kurum Adı</b>	<b>Kurumsal Web Alan Adı</b>	<b>Hamveri-2</b>	<b>Puan-2</b>
University of South Africa	unisa.ac.za	51	98,98
Anadolu University	anadolu.edu.tr	117	97,66
Payam Noor University	pnu.ac.ir	132	97,36
Universidad Nacional de Educación a Distancia	portal.uned.es	191	96,18
Allama Iqbal Open University	aiou.edu.pk	228	95,44
Open University	open.ac.uk	371	92,58
Universitas Terbuka	ut.ac.id	407	91,86
Indira Gandhi National Open University	ignou.ac.in	1148	77,04
Bangladesh Open University	bou.edu.bd	1168	76,64
Centre National d'Enseignement a Distance	cned.fr	1271	74,58
Sukhothai Thammathirat Open University	stou.ac.th	1428	71,44
Korea National Open University	knou.ac.kr	1668	66,64
Yashwantrao Chavan Maharashtra Open University	ycmou.digitaluniversity.ac	4284	14,32
The Open University of China	en.crtvu.edu.cn	6233	0,00
Symbiosis Centre For Distance Learning	scdl.net	8304	0,00
Dr. B.R. Ambedkar Open University	braou.ac.in	10575	0,00
Madhya Pradesh Bhoj Open University	bhojvirtualuniversity.com	46271	0,00
Dr. Babasaheb Ambedkar Open University	baou.edu.in	77731	0,00

Ölçüt-3 için elde edilen ham veriler ve puanlama Tablo 9’da gösterilmektedir. Elde edilen ham verinin en küçük ve en büyük değer aralığının belirlenebilmesi için sıralama küçükten büyüğe yapılmıştır. Ölçüt-3 için ham veri değerinin küçük olması sitede ziyaretçi başına düşen birbirinden farklı günlük sayfa görüntüleme sayısının az olduğunu, büyük olması ise fazla olduğunu göstermektedir. Değerin büyük olması istenen bir durumdur. Verilen puanlar bu durum göz önünde bulundurularak verilmiştir. Ham veriler incelenerek değerleri 10 ile çarparak 100 üzerinden puan elde edilebileceği düşünülmüş, 11 değerinin ise 100 puan alması uygun görülmüştür.

Tablo 9

*Ölçüt-3: “Sitede ziyaretçi başına düşen birbirinden farklı günlük sayfa görüntüleme sayısı (daily page views per visitor)” için Alexa web sitesinden elde edilen ham veri ve puanlama değeri*

<b>Açık ve Uzaktan Eğitim Veren Kurum Adı</b>	<b>Kurumsal Web Alan Adı</b>	<b>Hamveri-3</b>	<b>Puan-3</b>
Dr. Babasaheb Ambedkar Open University	baou.edu.in	3	30
Madhya Pradesh Bhoj Open University	bhojvirtualuniversity.com	3	30
Bangladesh Open University	bou.edu.bd	3,2	32
Dr. B.R. Ambedkar Open University	braou.ac.in	3,5	35
The Open University of China	en.crtvu.edu.cn	3,6	36
Sukhothai Thammathirat Open University	stou.ac.th	3,7	37
Payam Noor University	pnu.ac.ir	3,9	39
Centre National d'Enseignement a Distance	cned.fr	4,7	47
Indira Gandhi National Open University	ignou.ac.in	5,51	55
Symbiosis Centre For Distance Learning	scdl.net	5,8	58
Allama Iqbal Open University	aiou.edu.pk	5,9	59
Open University	open.ac.uk	6,4	64
Korea National Open University	knou.ac.kr	6,6	66
Yashwantrao Chavan Maharashtra Open University	ycmou.digitaluniversity.ac	7,4	74
University of South Africa	unisa.ac.za	7,5	75
Universidad Nacional de Educación a Distancia	portal.uned.es	8,6	86
Anadolu University	anadolu.edu.tr	8,8	88
Universitas Terbuka	ut.ac.id	11	100

Ölçüt-4 için elde edilen ham veriler ve puanlama Tablo 10’da gösterilmektedir. Elde edilen ham verinin en küçük ve en büyük değer aralığının belirlenebilmesi için sıralama küçükten büyüğe yapılmıştır. Ölçüt-4 için ham veri değerinin küçük olması siteye ziyaretçi başına düşen dakika cinsinden günlük bağlanma süresinin az olduğunu, büyük olması ise bu sürenin fazla olduğunu göstermektedir. Değerin büyük olması istenen bir durumdur. Verilen puanlar bu durum göz önünde bulundurularak verilmiştir. Alexa’dan elde edilen değerler dakika ve saniye cinsindedir. Bu değerler ondalık dakika değerine döndürülmüş ve ham veri olarak kabul edilmiştir. Ham veriler incelenerek değerleri 10 ile çarparak 100 üzerinden puan elde edilebileceği düşünülmüş, 100 den fazla eden tüm çarpım sonuçlarının 100 puan alması uygun görülmüştür.

Tablo 10

*Ölçüt-4: “Siteye ziyaretçi başına düşen dakika cinsinden günlük bağlanma süresi (day time on site)” için Alexa web sitesinden elde edilen ham veri ve puanlama değeri*

<b>Açık ve Uzaktan Eğitim Veren Kurum Adı</b>	<b>Kurumsal Web Alan Adı</b>	<b>Hamveri-4</b>	<b>Puan-4</b>
The Open University of China	en.crtvu.edu.cn	1,77	17,7
Dr. B.R. Ambedkar Open University	braou.ac.in	3,02	30,2
Sukhothai Thammathirat Open University	stou.ac.th	3,02	30,2
Madhya Pradesh Bhoj Open University	bhojvirtualuniversity.com	3,28	32,8
Dr. Babasaheb Ambedkar Open University	baou.edu.in	3,70	37,0
Bangladesh Open University	bou.edu.bd	4,77	47,7
Korea National Open University	knou.ac.kr	5,15	51,5
Allama Iqbal Open University	aiou.edu.pk	5,40	54,0
Indira Gandhi National Open University	ignou.ac.in	5,62	56,2
Symbiosis Centre For Distance Learning	scdl.net	6,50	65,0
Centre National d'Enseignement a Distance	cned.fr	6,57	65,7
Payam Noor University	pnu.ac.ir	6,67	66,7
Anadolu University	anadolu.edu.tr	7,23	72,3
Universidad Nacional de Educación a Distancia	portal.uned.es	7,72	77,2
University of South Africa	unisa.ac.za	8,78	87,8
Open University	open.ac.uk	9,03	90,3
Yashwantrao Chavan Maharashtra Open University	ycmou.digitaluniversity.ac	11,17	100,0
Universitas Terbuka	ut.ac.id	16,52	100,0

Ölçüt-5 için elde edilen ham veriler ve puanlama Tablo 11’de gösterilmektedir. Elde edilen ham verinin en küçük ve en büyük değer aralığının belirlenebilmesi için sıralama küçükten büyüğe yapılmıştır. Ölçüt-5 için ham veri değerinin küçük olması web sitesine farklı sitelerden verilen toplam bağlantı sayısının az olduğunu, büyük olması ise bu sayının fazla olduğunu göstermektedir. Değerin büyük olması yani birçok siteden bağlantı verilmiş olması istenen bir durumdur. Verilen puanlar bu durum göz önünde bulundurularak verilmiştir. Ham veriler incelenerek toplam bağlantı sayılarını 100’e bölerek 100 üzerinden puan elde edilebileceği düşünülmüş, 100 den fazla eden bölüm değerinin 100 puan alması uygun görülmüştür.

Tablo 11

*Ölçüt-5: “Web sitesine toplamda kaç farklı siteden bağlantı verildiği (total sites linking in)” için Alexa web sitesinden elde edilen ham veri ve puanlama değeri*

<b>Açık ve Uzaktan Eğitim Veren Kurum Adı</b>	<b>Kurumsal Web Alan Adı</b>	<b>Hamveri-5</b>	<b>Puan-5</b>
Korea National Open University	knou.ac.kr	144	1,44
Dr. Babasaheb Ambedkar Open University	baou.edu.in	169	1,69
Symbiosis Centre For Distance Learning	scdl.net	190	1,90
Madhya Pradesh Bhoj Open University	bhojvirtualuniversity.com	217	2,17
The Open University of China	en.crtvu.edu.cn	296	2,96
Bangladesh Open University	bou.edu.bd	344	3,44
Sukhothai Thammathirat Open University	stou.ac.th	437	4,37
Dr. B.R. Ambedkar Open University	braou.ac.in	463	4,63
Yashwantrao Chavan Maharashtra Open University	ycmou.digitaluniversity.ac	754	7,54
Universitas Terbuka	ut.ac.id	996	9,96
Centre National d'Enseignement a Distance	cned.fr	1092	10,92
Allama Iqbal Open University	aiou.edu.pk	1181	11,81
University of South Africa	unisa.ac.za	1452	14,52
Indira Gandhi National Open University	ignou.ac.in	2149	21,49
Universidad Nacional de Educación a Distancia	portal.uned.es	4962	49,62
Anadolu University	anadolu.edu.tr	6183	61,83
Payam Noor University	pnu.ac.ir	8735	87,35
Open University	open.ac.uk	10033	100,00

Ölçüt-6 için elde edilen veriler diğer ölçütlerden farklı olarak iki kademedeki hesaplanmıştır. Öncelikle Tablo 12’de Traffic Estimate sitesinden elde edilen kurumsal web sitelerinin bir aylık süredeki toplam ziyaret sayısı ve kurumların kendi sitelerinden elde edilen öğrenci sayıları verilmiştir.

Tablo 12

*Hesaplama için gerekli “kurumsal web sitelerinin bir aylık süredeki toplam ziyaret sayısı” Traffic Estimate sitesinden elde edilen veri ve kurumların kendi web sitelerinden elde edilen “öğrenci sayıları”.*

<b>Açık ve Uzaktan Eğitim Veren Kurum Adı</b>	<b>Kurumsal Web Alan Adı</b>	<b>Aylık Ziyaret</b>	<b>Öğrenci Sayısı</b>
Allama Iqbal Open University	aiou.edu.pk	1.018.500	1.300.000
Anadolu University	anadolu.edu.tr	1.814.700	1.365.944
Bangladesh Open University	bou.edu.bd	113.900	499.936
Centre National d'Enseignement a Distance	cned.fr	547.300	400.000
Dr. B.R. Ambedkar Open University	braou.ac.in	244.800	450.000
Dr. Babasaheb Ambedkar Open University	baou.edu.in	30.700	1.000.000
Indira Gandhi National Open University	ignou.ac.in	1.668.400	3.000.000
Korea National Open University	knou.ac.kr	362.200	151.413
Madhya Pradesh Bhoj Open University	bhojvirtualuniversity.com	62.800	150.000
Open University	open.ac.uk	1.715.800	200.000
Payam Noor University	pnu.ac.ir	1.732.000	940.515
Sukhothai Thammathirat Open University	stou.ac.th	192.700	161.032
Symbiosis Centre For Distance Learning	scdl.net	314.000	253.577
The Open University of China	en.crtvu.edu.cn	420.400	3.590.000
Universidad Nacional de Educación a Distancia	portal.uned.es	1.817.100	205.000
Universitas Terbuka	ut.ac.id	685.100	406.207
University of South Africa	unisa.ac.za	2.132.400	400.000
Yashwantrao Chavan Maharashtra Open University	ycmou.digitaluniversity.ac	543.800	611.949

Ölçüt-6 için hesaplanan ham veriler ve puanlama Tablo 13’de gösterilmektedir. Hesaplanan ham verinin en küçük ve en büyük değer aralığının belirlenebilmesi için sıralama küçükten büyüğe yapılmıştır. Ölçüt-6 için ham veri değerinin küçük olması öğrenci başına düşen aylık ziyaretin az olduğunu, büyük olması ise ziyaretin fazla olduğunu göstermektedir. Değerin büyük olması istenen bir durumdur. Verilen puanlar bu durum göz önünde bulundurularak verilmiştir. Veriler incelenerek 0-5 arası değerler, 100 puana oranlanmış, öğrenci başına düşen aylık 5 ziyaretin üzerindeki değerlere 100 puan verilmesi uygun görülmüştür.



Tablo 13

*Ölçüt-6: “Bir aylık sürede öğrenci başına düşen ziyaret sayısı” için hesaplanan ham veri ve puanlama değeri*

<b>Açık ve Uzaktan Eğitim Veren Kurum Adı</b>	<b>Kurumsal Web Alan Adı</b>	<b>Hamveri-6</b>	<b>Puan-6</b>
Dr. Babasaheb Ambedkar Open University	baou.edu.in	0,03	0,61
The Open University of China	en.crtvu.edu.cn	0,12	2,34
Bangladesh Open University	bou.edu.bd	0,23	4,56
Madhya Pradesh Bhoj Open University	bhojvirtualuniversity.com	0,42	8,37
Dr. B.R. Ambedkar Open University	braou.ac.in	0,54	10,88
Indira Gandhi National Open University	ignou.ac.in	0,56	11,12
Allama Iqbal Open University	aiou.edu.pk	0,78	15,67
Yashwantrao Chavan Maharashtra Open University	ycmou.digitaluniversity.ac	0,89	17,77
Sukhothai Thammathirat Open University	stou.ac.th	1,20	23,93
Symbiosis Centre For Distance Learning	scdl.net	1,24	24,77
Anadolu University	anadolu.edu.tr	1,33	26,57
Centre National d'Enseignement a Distance	cned.fr	1,37	27,37
Universitas Terbuka	ut.ac.id	1,69	33,73
Payam Noor University	pnu.ac.ir	1,84	36,83
Korea National Open University	knou.ac.kr	2,39	47,84
University of South Africa	unisa.ac.za	5,33	100,00
Open University	open.ac.uk	8,58	100,00
Universidad Nacional de Educación a Distancia	portal.uned.es	8,86	100,00

Çalışmada son olarak, AUE veren kurumların kurumsal web sitelerinin popülarite puanları hesaplanmıştır. Bu hesaplamada Tablo 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13’de verilen ölçütler doğrultusunda kurumsal web sitelerinin aldığı puanlar, Tablo 6’da hesaplan ölçütlerin ağırlık değerleri oranında popülarite puanı elde edilmiştir. AHS ile hesaplanan kurumsal web sitesi popülarite puanları Tablo 14’de verilmiştir. Sıralama büyükten küçüğe yapılmıştır.

Tablo 14			
<i>Çalışmada AHS ile hesaplanan kurumsal web sitelerinin popülerite puanı</i>			
Sıralama	Açık ve Uzaktan Eğitim Veren Kurum Adı	Kurumsal Web Alan Adı	Puan
1	Open University	open.ac.uk	92,91
2	Universidad Nacional de Educación a Distancia	portal.uned.es	82,24
3	University of South Africa	unisa.ac.za	74,02
4	Payam Noor University	pnu.ac.ir	56,08
5	Anadolu University	anadolu.edu.tr	52,39
6	Universitas Terbuka	ut.ac.id	47,24
7	Korea National Open University	knou.ac.kr	40,81
8	Centre National d'Enseignement a Distance	cned.fr	33,36
9	Yashwantrao Chavan Maharashtra Open University	ycmou.digitaluniversity.ac	32,21
10	Allama Iqbal Open University	aiou.edu.pk	30,31
11	Indira Gandhi National Open University	ignou.ac.in	28,75
12	Symbiosis Centre For Distance Learning	scdl.net	27,46
13	Sukhothai Thammathirat Open University	stou.ac.th	23,38
14	Bangladesh Open University	bou.edu.bd	17,86
15	Dr. B.R. Ambedkar Open University	braou.ac.in	15,05
16	Madhya Pradesh Bhoj Open University	bhojvirtualuniversity.com	12,74
17	The Open University of China	en.crtvu.edu.cn	10,42
18	Dr. Babasaheb Ambedkar Open University	baou.edu.in	9,52

### Bulgular ve Yorumlar

Ölçüt-1'e göre (Tablo 7); The Open University of China 89.40 ile en yüksek puanı almıştır. Bu durum üniversitenin sitesini ziyaret edenlerin çok az bir kısmının (5,3) tek bir sayfaya bakıp çıktığını, geri kalanların ise sitede kaldığını ve sayfalarda gezindiğini göstermektedir. Bu ölçüte göre ikinci sırada Allama Iqbal Open University bulunmaktadır (82,60 puan). Anadolu Üniversitesi bu ölçüte göre 75,00 puan ile üçüncü sıradadır.

Ölçüt-2'ye göre (Tablo 8); 98,98 puan ile University of South Africa ilk sıradadır. Ülke sıralamasında web sitesi 51. sıradadır. Anadolu Üniversitesi bu ölçütte ülke sıralamasında 117. sırada olması nedeni ile 97, 66 puan alarak ikinci sırada yerini almıştır. Beş üniversite ise ülke sıralamalarında ilk 5000 içerisinde bulunamadığı için, bu ölçütten puan alamamışlardır.

Ölçüt-3'e göre (Tablo 9); Universitas Terbuka ziyaretçi başına düşen birbirinden farklı günlük sayfa görüntüleme sayısında 11 sayfa ile 100 puan almış ve üniversiteler arasında ilk sırayı almıştır. Anadolu Üniversitesi ise 8,8 sayfa ile ikinci sırada yer almıştır. Dr. Babasaheb Ambedkar Open University ve Madhya Pradesh Bhoj Open University sitelerine giren kişilerin az sayıda olması nedeni ile en düşük puanları almışlardır.

Ölçüt-4'e göre (Tablo 10); en yüksek puanı alan iki üniversite Yashwantrao Chavan Maharashtra Open University ve Universitas Terbuka olmuştur. Bu ölçüt siteye ziyaretçi başına düşen dakika cinsinden günlük bağlanma süresini göstermektedir. Bu iki üniversitenin ziyaretçilerinin sitede uzun süre kaldıklarını göstermektedir. Universitas Terbuka'nın web sitesi ziyaretçileri sitede günlük ortalama 16,52 dakika Yashwantrao Chavan Maharashtra Open University ziyaretçileri ise 11,17 dakika geçirmektedir. Anadolu Üniversitesi ise 7,23 dakika ile altıncı sırada yer almıştır. En az puanı ise 1,77 dakika ile The Open University of China almıştır.

Ölçüt-5'e göre (Tablo 11); Open University 10033 farklı siteden bağlantı alarak bu ölçütte açık ara önde birinci olmuştur. İkinci sırada yer alan Payam Noor University 8735 farklı siteden bağlantı almaktadır. Anadolu Üniversitesi bu ölçütte 6183 bağlantı ile üçüncü sırada yer almaktadır. En az puanı ise 144 bağlantı ile Korea National Open University almıştır.

Ölçüt-6'ya göre (Tablo 12); bir aylık sürede öğrenci başına düşen ziyaret sayılarında Universidad Nacional de Educación a Distancia 8,86 ile Open University ise 8,58 ile 100 puan ile ilk sırada yer almışlardır. Anadolu Üniversitesi 1,33 ziyaret sayısı ve 26,57 puan ile sekizinci sırada yer almıştır. Dr. Babasaheb Ambedkar Open University ise 0,61 puan ile en geride yer almıştır.

Tablo 14 tüm çalışmanın son değerlendirmesini vermektedir. Tüm ölçütlerden aldıkları ağırlık puanlarına göre Open University 92,91 ile web sitesi en popüler üniversite olmuştur. Universidad Nacional de Educación a Distancia 82,24 puan ile ikinci, University of South Africa 74,02 ile üçüncü, Payam Noor University 56,08 puan ile dördüncü ve Anadolu Üniversitesi 52,39 puanla beşinci sırada yer almıştır. Üniversiteler arasından öğrenci sayıları 1.000.000'un üzerinde yer alan beş üniversiteden sadece Anadolu Üniversitesi 52,39 puan ile ilk beşe girmiştir. Öğrenci sayıları 3.000.000'un üzerinde olan Indira Gandhi National Open University on birinci, The Open University of China ise on yedinci olmuştur.

Saaty'nin değerlendirme ölçeğine göre, ölçütler görece değerler almış ve bu değerler çerçevesinde ağırlık hesaplamaları yapılmıştır. Buna göre farklı sitelerden bağlantı almak (Ölçüt-5) ve bir aylık sürede öğrenci başına düşen ziyaret sayısı (Ölçüt-6) ölçütleri toplam ağırlık değerlerinin % 70'e yakın bir kısmını oluşturmaktadır. Özellikle bir aylık sürede öğrenci başına düşen ziyaret sayısı (Ölçüt-6) popülerlik değerlerinin neredeyse yarısını % 45,2'sini oluşturmaktadır. Bu açıdan bakıldığında öğrencileri web sitelerini çok ziyaret eden ve başka sitelerden fazla sayıda link alan web sitelerinin popüler siteler olduğu ortaya çıkmaktadır.

AHS yöntemi nitel ve nicel değerleri bir arada işlemeye olanak verdiği için, birden çok ölçütle değerlendirilmesi gereken popülerlik kavramının sayısal değerlerle sıralanmasını sağlamıştır. Günümüz web siteleri düşünüldüğünde özellikle sosyal medya sitelerinde beğenme ve takipçi sayıları sayısal değerlerdir. Dolayısı ile AHS ile web sitelerinin popülerliği sayısal bir platformda ifade edilebilmiştir.

### **Sonuçlar**

Üniversitelerin popülerlik sıralamasına ve aldıkları puanlara bakıldığında öğrenci sayısının çok olmasının, üniversitelerin web sitelerini popüler yapmaya yetmediği görülmektedir. Sıralamada alınan 50 puan sınır kabul edilecek olursa, ilk beşi dışında öğrenci sayıları milyonlarla ifade edilen bu üniversiteler sınıfta kalmıştır. Günümüzde uzaktan eğitim demek internet ve internet platformunda yer alan web, sosyal medya, blog gibi tüm elemanları aktif biçimde kullanmak demektir. Bu olanaklardan yeterince yararlanılamaması uzaktan eğitim için kaçırılan fırsatlar anlamına gelmektedir. Ayrıca üniversitelerin çok sayıda öğrencileri olmasına rağmen, öğrencilerinin en önemli bağ kurma aracı olan web sitelerini neden kullanmadıkları, cazip bulmadıkları, rağbet etmedikleri üzerine acilen düşünmeleri ve çözüm yolları aramaları gerekmektedir. En azından bu alanda başarılı örnekleri inceleyerek, örnek almaları beklenebilir.

### **Öneriler**

AUE kurumları, mekânsal olarak kurumdan uzakta bulunan öğrencileri ile ilişki kurma ve sürdürmede internet ortamından ve özellikle kurumsal web sitelerinden en üst düzeyde yarar sağlayacak biçimde yapılanmak zorundadır. Web siteleri öğrencilerin kurumla ilk tanışma noktası olma özelliğinin yanı sıra, aynı zamanda her ihtiyaç duyulduğunda ilk başvurulacak yerlerdir. Öğrencilerine kurumlarının web siteleri aracılığı ile bilgi sağlarken aynı zamanda, kayıt öncesi ve sonrası tüm ihtiyaçlarının karşılanacağı öğrenci rehberliği, çevrimiçi kayıt, yönlendirme, öğrenci hesapları, yardım masaları, şikâyet bildirimleri, gibi destek hizmetler sunulmalıdır. Web sitelerinde zamanında, güvenilir ve sistematik geri bildirim mekanizmalarını oluşturmalıdır. Öğrenciler aradıkları her bilgiyi, her hizmeti web sitelerinde bulabilmelidir. Bu nedenle AUE kurumlarının web sitelerini sürekli aktif tutmaları, zengin bir içerik sunarak başka sitelerden link almayı artırmaları, modern iletişim teknolojilerinin her bir elemanından yararlanmaları, stratejik olarak daha rağbet edilir, daha popüler kullanılır bir biçimde yapılandırılmaları gerekmektedir.

AUE kurumları öğrencilerin web sitelerini aktif biçimde kullanmalarını, sık ziyaret etmelerini, ziyaretlerinde fazla zaman geçirmelerini başarabilirse, web siteleri aracılığı ile öğrencileri ile iyi bir iletişim kurma ve bu ilişkinin sürekliliğini sağlama yolunda önemli bir kazanım elde etmiş olacaktır. Bu durumda, öğrenciler kurumun ürün ve hizmetlerinden daha iyi haberdar olacak, kurumu güçlü ve güven verici olarak görececek, kurumun öğrencisi olmaya devam edecek ve çevresine de önerecektir. Kurumun programlarının kalitesi kadar, tanınır, bilinir ve görünür olması da kurum başarısı ve devamlılığı açısından önem taşımaktadır.

### Kaynakça

- Akeusola, O., Omolara D.I., & Theodore I. (2011). Analytical studies of various marketing approaches that could assist the growth of educational programmes of the open and distance learning institutions. *International Journal of Academic Research*, 3(3), 700-705.
- Allama Iqbal Open University <http://www.aiou.edu.pk>
- Anadolu Üniversitesi <http://www.anadolu.edu.tr>
- Arslan, E. T. (2010). Analitik hiyerarşi süreci yöntemiyle strateji seçimi: Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde bir uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(2), 455-477.
- Baltalar, H. (2008). *Analitik Hiyerarşi Süreci ve Kullanımı*. Erişim Tarihi 07.01.2016, <http://www.hasanbaltalar.com/index.php?id=43>.
- Bangladesh Open University <http://www.bou.edu.bd>
- Başlıgil, H. (2005). Bulanık ahp ile yazılım seçimi. *Mühendislik ve Fen Bilimleri Dergisi*, 3, 24-33.
- Centre National d'Enseignement a Distance <http://www.cned.fr>
- Chandran, B., Golden, B., and Wasil, E. (2005). Linear programming models for estimating weights in the analytic hierarchy process. *Computers & Operations Research*, 32(9), 2235-2254.
- Cheong, C. W., Jie, L. H., Meng, M. C., and Lan, A. L. H. (2008). Design and development of decision making system using fuzzy analytic hierarchy process. *American Journal of Applied Sciences*, 5(7), 783- 787.
- Demiray, U., & Sever, N. S. (2009). Lesson learned from reviewed literature on marketing for distance education. In U. Demiray and N. S. Sever (eds), *The Challenges for Marketing Distance Education in Online Environment* (pp.3-68). Eskisehir: Anadolu University Publication Number: 1904.
- Dr. B.R. Ambedkar Open University <http://www.braou.ac.in>
- Dr. Babasaheb Ambedkar Open University <http://www.baou.edu.in>
- Dyer, R. F., Forman, E. H., and Mustafa, M. A. (1992). Decision support for media selection using the analytic hierarchy process. *Journal of Advertising*, 21(1), 59-70.

- Eleren, A. (2007). Markaların tüketici tercih kriterlerine göre analitik hiyerarşi süreci yöntemi ile değerlendirilmesi: beyaz eşya sektöründe bir uygulama. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 14 (2), 47-64.
- Eraslan, E., ve Algün, O. (2005). İdeal performans değerlendirme formu tasarımında analitik hiyerarşi yöntemi yaklaşımı” *Gazi Üniviversitesi Müh. Mim. Fak. Der.* 20(1), 95-106.
- Falowo, R. O. (2007). Factors impeding implementation of web-based distance learning. *AACE Journal*, 15(3), 315-338.
- Indira Gandhi National Open University <http://www.ignou.ac.in>
- Jones, S., and Meyer, K. (2012). The "virtual face" of distance learning at public colleges and universities: What do websites reveal about administrative student support services? *Online Journal of Distance Learning Administration*, 15(4/5), [http://www.westga.edu/~distance/ojdla/winter154/jones\\_meyer154.html](http://www.westga.edu/~distance/ojdla/winter154/jones_meyer154.html).
- Korea National Open University <http://www.knou.ac.kr>
- Madhya Pradesh Bhoj Open University <http://www.bhojvirtualuniversity.com>
- Neumann, M.,& Hogan, D. (2005) Semantic social network portal for collaborative online communities. *Journal of European Industrial Training*, 29(6),472-487.
- Open University <http://www.open.ac.uk>
- Önüt, S., Kara, S. S., and Isik, E. (2008). Long term supplier selection using a combined fuzzy mcmd approach: A case study for a telecommunication company. *Expert Systems With Applications*, 36(2), 3887-3895.
- Özdemir, M. S., & Saaty, T. L. (2006). The unknown in decision making what to do about it, *European Journal of Operational Reserarch*, 174, 349-359.
- Payam Noor University <http://www.pnu.ac.ir>
- Russel, R. S., and Taylor III, B.W. (2003). *Operations Management*, 4. Baskı, Pearson Education International, New Jersey.
- Saaty, T. L. (1990). How to make a decision: the analytic hierarchy process. *European Journal of Operation Research*, 48, 9–26.
- Sayımer, İ. (2008). *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler*. İstanbul: Beta.
- Scott, D. M. (2010). *Pazarlama ve iletişimin yeni kuralları* (Çeviren: Nadir Özata). İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Sukhothai Thammathirat Open University <http://www.stou.ac.th>

Symbiosis Centre For Distance Learning <http://www.scdl.net>

The Open University of China <http://www.en.crtvu.edu.cn>

Universidad Nacional de Educación a Distancia <http://www.portal.uned.es>

Universitas Terbuka <http://www.ut.ac.id>

University of South Africa <http://www.unisa.ac.za>

Uyguçgil, G. (2013). Açık ve uzaktan eğitimde bir pazarlama iletişimi aracı olarak internet siteleri ve yönetimi. Basılmamış Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Uyguçgil, G., ve Demiray, U. (2015). Açık ve uzaktan eğitimde bir pazarlama iletişimi aracı olarak web siteleri ve sosyal medya. *AUAd*, 1(1), 7-38.

Yashwantrao Chavan Maharashtra Open University <http://www.ycmou.digitaluniversity.ac>



## Yazarlar Hakkında

### Dr. Gülendam UYGUÇGİL



Dr. Gülendam UYGUÇGİL, 1999 yılından bu yana Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi, TV Yapım Merkezi'nde görev yapmaktadır. Dr. Uyguçgil 1997 yılında Eskişehir Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi Basın ve Yayıncılık Bölümü'nden mezun oldu. 1998- 1999 yıllarında TRT İstanbul Televizyonu Haber Dairesi'nde çalıştı. 2004 yılında Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Basın ve Yayın Anabilim Dalı'nda yüksek lisansını bitirdi. 2013 yılında Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Reklamcılık ve Tanıtım Bilim Dalı'nda doktorasını tamamladı.

Posta Adresi: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi TV Yapım Merkezi

Yunusemre Kampüsü, Eskişehir, Türkiye 26470

Tel (İş): +90 222 335 0581 / 2313

GSM: +90 532 4678683

Eposta: [gulendam@anadolu.edu.tr](mailto:gulendam@anadolu.edu.tr)

### Prof. Dr Uğur DEMİRAY



Dr. Uğur Demiray, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi öğretim üyesidir. Demiray 1981 yılında Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi STV Bölümünden mezun oldu. 1986 yılında Doktor unvanı kazandı. 1989'da Doçent, 1995'de profesör olan Demiray, 1990-1991 öğretim döneminde The British Council Research Scholarship ile İngiltere'de araştırmalar yaptı. Profesör Demiray'ın çalışmaları arasında uzaktan eğitimde etik, uzaktan eğitim programlarının pazarlanması, uzaktan eğitim ders materyallerinin üretiminde iletişimötesi iletişim kavramının işlevi ve önemi, Türkiye'de eÖğrenme: Gelişmeler ve Uygulamalar I-II-III ve IV, bilginin oluşturulmasında iletişimötesi iletişim kavramının işlevi ve önemi sayılabilir. 2000-2015 yılları arasında TOJDE dergisinin sorumluluğunu üstlenen Demiray, UDEEEWANA projesi ve dergisi GLOKALde'yi (<http://www.glokalde.com>) hayata geçirmiştir.

Posta Adresi: Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Basın Yayın Bölümü

Yunusemre Kampüsü, Eskişehir, Türkiye 26470

Tel (İş): +90 222 335 0581 / 5262

GSM: +90 542 232 21 167 05334055200

Eposta: [udemiray@anadolu.edu.tr](mailto:udemiray@anadolu.edu.tr) / [udemiray33@gmail.com](mailto:udemiray33@gmail.com)

URL: <http://ugur-demiray.com> / <http://www.udeeewana.org> / <http://www.glokalde.com>