



International
SOCIAL SCIENCES
STUDIES JOURNAL



SSSjournal (ISSN:2587-1587)

Economics and Administration, Tourism and Tourism Management, History, Culture, Religion, Psychology, Sociology, Fine Arts, Engineering, Architecture, Language, Literature, Educational Sciences, Pedagogy & Other Disciplines in Social Sciences

Vol:5, Issue:38
sssjournal.com

pp.3365-3374
ISSN:2587-1587

2019
sssjournal.info@gmail.com

Article Arrival Date (Makale Geliş Tarihi) 19/04/2019 | The Published Rel. Date (Makale Yayın Kabul Tarihi) 10/07/2019
Published Date (Makale Yayın Tarihi) 10.07.2019

İNOVATİF EVRİM SARMALINDA ÜNİVERSİTE VİZYONLARININ MEVCUT DURUMU: NİTEL BİR ÇÖZÜMLEME¹

UNIVERSITY VISION STATEMENTS IN TERMS OF INNOVATIVE EVALUATION: A QUALITATIVE ANALYSIS

Doç. Dr. Filiz Tufan EMİNİ

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çanakkale/TÜRKİYE

Çağlar Eren AYAZ

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale/TÜRKİYE



Article Type : Research Article/ Araştırma Makalesi

Doi Number : <http://dx.doi.org/10.26449/sss.1580>

Reference : Emını, F.T. & Ayaz, Ç.E. (2019). "İnovatif Evrim Sarmalında Üniversite Vizyonlarının Mevcut Durumu: Nitel Bir Çözümleme", International Social Sciences Studies Journal, 5(38): 3365-3374.

ÖZ

İnovasyon, yeni bir şey oluşturmak için mevcut ve yeni fikirlerin yeniden birleştirilmesi veya yeniliğin hayata geçirilmesi anlamına gelmektedir. Vizyon ise bir ideali yansıtmakta ve bu yönüyle herhangi bir örgütsel dönüşüm sürecinin başlangıç noktasını oluşturduğu ifade edilmektedir. Bu nedendir ki dönüşüm sürecinin lokomotif gücü sayılan yükseköğretim sistemlerinin, kendilerini inovatif kalıplar doğrultusunda geliştirmeleri beklenmektedir. Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de faaliyet gösteren Üniversitelerin İktisadi ve İdari Bilimler, Siyasal Bilgiler, Sosyal Bilimler, Yönetim Bilimleri, İktisat, İşletme, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakülteleri ile İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültelerinin vizyon bildirimlerinin, inovatif evrim bağlamında incelenmesidir. Araştırma, ilgili fakültelerin web sitesinden edinilen vizyon bildirimlerinin incelenmesine dayanmaktadır. Araştırma sonucunda, fakülte ve/veya bölümlerin vizyon bildirimlerinde, inovasyon ile ilgili kavramların öncelikle akademik, ardından toplumsal bağlamda kullanıldığı tespit edilmiş, bir eğitim ve öğretim kurumu kimliğine de sahip olan üniversitelerin, öğrenci yetiştirme konusunda inovasyona ilişkin vizyonlarının ise, bu iki konuya oranla daha geri planda olduğu görülmüştür. Bununla birlikte üniversitelerin ekonomi, problem çözümü, siyaset, teknoloji, yönetim, çevre ve yönetim konularında da inovasyon hedeflerinin bulunduğu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: İnovasyon, Yükseköğretim, Fakülte, Vizyon Bildirimi

ABSTRACT

Innovation means reuniting existing and new ideas or creating innovation to create something new. Vision reflects an ideal and it is stated that this constitutes the starting point of any organizational transformation process. For this reason, higher education systems, which are considered as the driving forces of the transformation process, are expected to develop themselves in line with innovative patterns. The purpose of this study is to examine vision statement of the Faculty of Economics and Administrative Sciences, Political Sciences, Social Sciences, Management Sciences, Economics, Business Administration, Business and Management Sciences, Faculty of Economics, Administrative and Social Sciences in Turkey in terms of innovative evolutionary context. The research is based on the review of the vision statements obtained from the website of the related faculties. As a result of the research, it was determined that the concepts related to innovation are used primarily in academic and then social context in the vision statements of faculties and / or departments. The vision of the universities, which also have the identity of an education and training institution, about innovation in student rearing, was found to be at the background of these two

¹ Bu çalışma Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimince Desteklenmiştir. Proje Numarası: SBA-2018-2671

subjects. In addition to this, it is seen that the universities have innovation targets in the fields of economy, problem solving, politics, technology, governance, environment and management.

Key Words: Innovation, Higher Education, Faculty, Vision Statement

1. GİRİŞ

Küreselleşme, uluslararasılaşma ve bilgi teknolojilerindeki gelişmeler ile birlikte yaşanan toplumsal değişim, yükseköğretim kurumlarını birçok yeni zorlukla karşı karşıya bırakmıştır. Bunlardan biri de inovasyon yönetimidir. Buna göre, yükseköğretim sistemi, küresel ekonomilerde yer alan yeniliklerden etkilenmektedir. Dolayısıyla yükseköğretim sistemlerinin inovatif evrim sürecine girmeleri, inovatif kalıplara uymaları ve kendilerini bu kalıplar doğrultusunda geliştirmeleri beklenmektedir (Lašáková vd., 2017: 69-70). “Radikal değişim” modelleri ile bağlantılı olduğu ifade edilen inovasyon (McCarty vd., 2014), stratejiler, girişimler, ürünler, hizmetler, süreçlerdeki temel rutinlerin, kaynak ve yetki akışlarının veya değerlerin değişimini, yenilenmesini ifade eder (Biggs, 2010) ve iki temel dinamikten oluşur. Bu dinamiklerden ilki, yeni bir şey oluşturmak için mevcut ve yeni fikirlerin yeniden birleştirilmesi, ikincisi ise bu fikirlerin, yani yeniliğin hayata geçirilmesidir (Biggs, 2010; Gelcich vd., 2010).

Bir ideali yansıtan (Westley, 1992: 278) vizyon, herhangi bir örgütsel dönüşüm sürecinin başlangıç noktasıdır. Vizyon aynı zamanda kurumun ileriye dönük çalışma stratejisini destekleyici bir nitelik arz eder (Kantabutra ve Avery, 2010: 37). Kurum içinde paylaşılan bir vizyon, örgütsel başarının kritik bir unsurudur. Dolayısıyla, vizyonu olmayan örgütler tabiri caizse, “karanlıkta tökezler”(Jantz, 2017: 234). Vizyon, örgütsel amaç ve hedeflerin gerçekleştirilmesi açısından da hayati bir öneme sahiptir ve bu nedenle de gelecek için bir yol haritası şeklinde de nitelendirilmektedir (Doğan, 2008: 95). Bu kapsamda ele alındığında inovasyon, bir fikir, ideal veya vizyon ile başlayan sosyal bir süreç olarak nitelendirilir (McCarty vd., 2014). Dolayısıyla vizyon bildirimleri, inovasyonun desteklenmesi, çalışanların yenilik ve değişim doğrultusunda yönlendirilmesi amacıyla hizmet etmektedir (Doğan, 2008: 96).

Her sistem, çeşitli aşamalardan geçerek, çeşitli aktörler, paydaşlar, sosyal yapılar gibi bileşenlerle etkileşime girmek suretiyle gelişir, evrimleşir (Westley, 1992: 278). Bu aşamaların kat edilmesini sosyal yapıların durumunun tanımı veya daha geniş sistem dinamikleri kolaylaştırır/sağlar. İnovasyon, herhangi bir sosyal sistemin temel rutinlerini, kaynaklarını ve otorite akışlarını veya inançlarını derinden değiştiren bir girişim, ürün, süreç veya programdır. Başarılı inovasyonların dayanıklılığı ve geniş etkisi vardır. Ancak, değişime direnen veya zor değişen/dönüşen sosyal sistemler için inovasyon, kavramsal olarak nispeten yeni bir arenadır (McCarty vd., 2014). Benzer şekilde vizyon bildirimlerinin evrimine bakıldığında, yöneticilerin çoğunlukla, ampirik çalışmaların etkili bir vizyon oluşturma konusunda neler söylediğinin farkında olmadan vizyon ifadeleri geliştirdiği görülmektedir (Kantabutra ve Avery, 2010: 37; Baetz and Bart, 1996: 526). Bu nedenle de güçlü ve zayıf vizyon bildirimlerinin sonuçlarının ne olacağı ile ilgili bilgi sahibi olunması önem taşımaktadır (Kantabutra ve Avery, 2010: 37-38). Alanda yapılan çalışmalar, güçlü ve inovatif vizyonların, müşteri ve çalışan memnuniyetini önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir (Kantabutra ve Avery, 2010: 38).

Yükseköğretim kurumlarının hedef ve amaçlarının kilit noktası, insan hayatına derin bir anlam kazandırma, yaşamları değiştirme ya da yaşamlarda ayırıcı bir farklılık oluşturma şeklinde tanımlandığından (Doğan, 2008: 97), vizyon bildirimlerinin de inovatif nitelikte olması gerekmektedir. Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de faaliyet gösteren Üniversitelerin İktisadi ve İdari Bilimler/Siyasal Bilgiler fakültelerinin vizyon bildirimlerinin, inovatif evrim bağlamında incelenmesidir. Bu çerçevede, öncelikle inovatif vizyonun bileşiklerinin ortaya konması açısından literatürde yapılan çalışmalara yer verilmiş, ardından ilgili fakültelerin web sitelerinden edinilen vizyon bildirimleri, inovatif nitelikler açısından taranarak değerlendirilmiştir.

2. LİTERATÜR

Kurumların inovasyon kavramına bakışının ve vizyon bildirimlerinin nitel yöntemlerle analizine dayanan çalışmalar incelendiğinde, çalışmaların ağırlıklı olarak inovasyonun teknoloji ile bağlantısına odaklandığı, vizyon bildirimlerinde yer alan inovatif unsurları ortaya koymaya yönelik çalışmaların ise sınırlı olduğu görülmektedir.

Martensen ve Dahlgaard (1999), inovasyonu vizyoner ve stratejik liderliğin bir ürünü olarak tanımlamışlar ve vizyon ile örgüt stratejisi ve örgüt stratejisi ile inovasyon arasındaki bağlantının teoriden uygulamaya nasıl aktarıldığını, özel bir şirketi (Pioneer Electronic Corporation) örnek olarak ortaya koymuşlardır.

Lehoux vd. (2005), Kanada’da yürüttükleri bir araştırmada, sağlık teknolojilerindeki inovasyonun vizyonla bağlantısını analiz etmişlerdir. Elde ettikleri sonuçlar, sağlık teknolojileri ile ilgili değerlendirmelerin daha sağlıklı olabilmesi açısından, ajansların ortak bir vizyon tanımlanması ve iyi bir şekilde ifade edilmesi için çaba harcaması gerektiğini ortaya koymuştur.

Kılıç vd. (2014), örgütlerin misyon ve vizyon bildirimlerinde inovasyon faktörlerini analiz etmişlerdir. Çalışmada, içerik analizi yöntemi ile Fortune Türkiye Dergisi 2013 yılı ilk 100 firmasının vizyon ve misyon ifadelerinde bu inovatif öğelerin varlığı aranmıştır. Elde edilen sonuçlar ile firmaların, müşteri taleplerini izleyerek ürün ve hizmet yenilikleri yapma odaklı oldukları, dış bilgi kaynaklarından faydalanma ve kurum içi süreçlerinde yenilik yapma konularında ise yeterli bir odaklanmaya sahip olmadıkları tespit edilmiştir.

Miranda vd. (2015), vizyonun, bilgi teknolojilerindeki (BT) inovasyonun yayılmasındaki rolünü, sosyal medya aracılığı ile paylaşılan raporlar üzerinden analiz etmişlerdir. Elde edilen sonuçlar, bir BT yeniliğinin yayılmasının, ancak iyi tanımlanmış vizyona dayandığını ortaya koymuştur.

Chatfield ve Reddick (2016), akıllı şehir uygulamaları ve çevresel sürdürülebilirlik kapsamında yürüttükleri çalışmada, inovatif çalışmaların, paylaşılan bir vizyonu gerektirdiği sonucuna varmışlardır.

Jantz (2017), araştırmasında kütüphane uzmanları her araştırma kütüphane vizyonu ifadesini belirlenmiş özelliklere dayanarak değerlendirmiş ve sonuçta ortaya çıkan vizyon ifadesi puanının kütüphanenin yenilikçiliği ile pozitif ve anlamlı bir şekilde ilişkili olduğu bulunmuştur.

Tunçbilek ve Bayrakçı (2017), yürüttükleri bir anket çalışması ile, Karabük Üniversitesi Mühendislik Fakültesi öğrencilerinin inovasyon algıları üzerinden liderlik, vizyon ve örgüt yapısı ile inovasyon faktörleri arasındaki ilişkiyi ve etkileşimi açıklamışlardır. Araştırma sonuçlarına göre “liderlik, vizyon ve yenilikçi örgüt yapısı” inovasyonun diğer boyutları olan “müfredat ve öğretimin inovatifliği”, “üniversite sanayi işbirliği”, “öğrencilerin yenilikçiliğe teşviki”, “kampüs mimarisinin inovatifliği”, “akademik inovasyon kültürü” ve “idari birim inovasyon kültürü”nü olumlu yönde etkilemektedir.

Toplumsal büyümenin lokomotif güçleri olarak sayılan işbirliği, diyalog, personel güçlendirme, katılımcı yönetim, esneklik, profesyonelleşme, liderlerin ahlak ve mükemmellik için rol modeli olması gibi unsurlar, yükseköğretimde inovasyonun da itici güçleridir (Lašáková vd., 2017: 70). Literatür, inovasyon göstergeleri/kalıpları açısından incelendiğinde, yenilikçi örgütlerin ortak özellikleri arasında aşağıdaki ifadeler gösterilmektedir (Kılıç, vd. 2012: 4-5; Kamasak, 2015: 1331; Soylu, 2011: 115; Hewitt-Dundas ve Roper, 2018: 123; Dziallas ve Blind, 2019: 5; Grigoriou ve Rothaermel, 2014: 587; Lašáková vd., 2017: 74-75; Duygulu vd., 2008: 369; Birchall vd., 2011: 18-19; Klenner vd., 2013: 915):

- Ar-Ge harcamaları yapmak,
- Başka örgütler ve paydaşlarla müşterek Ar-Ge faaliyetlerinde bulunmak,
- Başka örgütler ve paydaşlarla inovasyon için işbirliği yapmak,
- Faaliyet gösterdikleri alanda patent, tasarım, ticari marka vb. almak/olmak
- Yeni ürünler ortaya çıkarmak, değer yaratmak
- Bilgi üretimi, yönetimi
- Örgütsel tanınırlık/ün
- (Ekonomik) büyüme
- Rekabet üstünlüğü, performans
- Değişen pazar ihtiyaçlarını izlemek ve anlamak/çevreye uyum
- Yaratıcılık ve fikir üretilmesine değer vermek
- Vatandaş ihtiyaçlarına göre ürünler, hizmetler ve süreçler tasarlamak
- Çalışanlarının uygun bilgi ve inovasyon yeteneklerine sahip olmalarını sağlamak
- Teknolojiden yararlanmak
- İnovasyonda ısrarcı olmak

Bu göstergelere ilaveten, Türkiye’de yükseköğretim kurumları açısından geçerli olan kalıp, YÖK Kanununda yükseköğretim kurumlarına atfedilen amaç çerçevesinde (md. 4), “yüksek düzeyde bilimsel çalışma ve araştırma yapmak, bilgi ve teknoloji üretmek, bilim verilerini yaymak, ulusal alanda gelişme ve kalkınmaya destek olmak, yurt içi ve yurt dışı kurumlarla işbirliği yapmak suretiyle bilim dünyasının

seçkin bir üyesi haline gelmek, evrensel ve çağdaş gelişmeye katkıda bulunmak” (URL 1), bu doğrultuda bilgi üreten akademisyenlere sahip olmak ve mezunlarına işgücü piyasasına uygun bilgi ve beceriler kazandırmak (Lašáková vd., 2017: 70) şeklinde ifade edilebilir.

3. YÖNTEM

Üniversitelerin vizyon bildirimlerinin, inovatif evrim bağlamında incelenmesini ve değerlendirilmesini konu alan bu çalışmanın kapsamı, Türkiye’de faaliyet gösteren üniversitelerin, İktisadi ve İdari Bilimler, Siyasal Bilgiler, Sosyal Bilimler, Yönetim Bilimleri, İktisat, İşletme, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakülteleri ile İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakülteleridir. Araştırma, ilgili fakültelerin web sitesinden edinilen vizyon bildirimlerinin incelenmesine dayanmaktadır. Dolayısıyla çalışma, web sitesinden toplanan ikincil veri ile sınırlıdır.

Araştırmada, doküman analizi yöntemi kullanılmıştır. Doküman analizi, zaman ve maliyet tasarrufu sağlayarak araştırmacıya ikincil verilerin incelenmesi ve değerlendirilmesi fırsatını sunan ve sosyal bilimler alanında oldukça geniş oranda kullanılan bir yöntemdir. Fakültelerin web sitelerinde yer alan vizyon bildirimleri, içerik analizine tabi tutulmuştur. Bu bağlamda öncelikle edinilen veriler, daha rahat analiz etme imkanı sunduğu için Word ortamına aktarılmış ve kodlamalar, MAXQDA 2018 Analytics Pro paket programı yardımıyla yapılmıştır.

Çalışma kapsamında, öncelikle tüm üniversitelere bir kod verilmiştir. Devlet üniversitelerine D1 ile başlayan ve sayısal olarak artan, vakıf üniversitelerine ise V1 ile başlayan ve sayısal olarak artan kodlar tanımlanmıştır. Aynı üniversite bünyesinde çalışma kapsamına giren birden fazla fakülte bulunması halinde, bu fakülteye F1 ile başlayan ve sayısal olarak artan; vizyon bildirimlerini bölümler bazında veren fakülteler için ise bu bölümlere B1 ile başlayan ve sayısal olarak artan kodlar tanımlanmıştır. Çalışma çerçevesinde üniversitelerin, fakültelerin ve bölümlerin isimleri yerine, üniversitelere atanmış olan bu kodlar kullanılacaktır.

Çalışmada, üniversitelerin vizyon bildirimlerinde yer alan ve inovasyon kavramı ile ilişkisi bulunan; inovasyon, yeni, yenilik, yenilikçi, yaratıcı, proje, girişimci, üretim, bilgi üretimi, bilim, teknoloji, araştırma, kalkınma, ilerleme, gelişim, geliştirme, katkı sağlama, iyileştirme, değişim, temayüz etme, marka olma, fark yaratma, farklılaşma, özgün olma, sıra dışı olma, referans olma, model olma, örnek olma, emsal teşkil etme, öncü, lider, yön verme, yön belirleme, yol gösterme, rehberlik etme, problem çözme, çözüm üretme kavramları taranmıştır. Taranan bu kavramların bağlamı incelenerek; Toplum, Çevre, Ekonomi, Yönetim, Siyaset, Teknoloji, Akademi, Üniversite, Problem Çözme, Yönetişim ve Öğrenci Yetiştirme kodları oluşturulmuştur. Problem çözme kodu için Sektörel, Yerel, Bölgesel, Ulusal ve Evrensel olmak üzere beş; toplum kodu için Bireysel, Yerel, Bölgesel, Ulusal ve Evrensel olmak üzere beş; Ekonomi, Yönetim ve Siyaset kodları için Yerel, Bölgesel, Ulusal ve Evrensel olmak üzere dörder alt kod belirlenmiştir. Ayrıca Akademik kodu için de Araştırma, Eğitim-Öğretim, Bilimsel Faaliyet ve Akademik Kadro olmak üzere dört alt kod belirlenmiştir. Bu kodların yanı sıra, misyon ve vizyon bildirimlerini ayırmadan tek başlık altında paylaşmış olan fakültelerin belirlenmesi amacıyla “Miyon ve Vizyon Birlikte”, internet sayfasında vizyon bildiri bulunmayan fakültelerin ve bölümlerin belirlenmesi amacıyla “Vizyon Bildirimi Yok”, vizyon bildirimlerinde inovasyona ilişkin herhangi bir kavrama yer vermeyen fakülte ve bölümlerin belirlenmesi amacıyla “İnovasyona İlişkin Kavram Bulunmuyor” kodları oluşturulmuştur. Vizyon Bildirimi Yok kodu için Bölüm Bazında Bildirim Yok ve Fakülte Bazında Bildirim Yok; İnovasyona İlişkin Kavram Bulunmuyor kodu için ise, Fakülte Bazında Kavram Bulunmuyor ve Bölüm Bazında Kavram Bulunmuyor alt kodları oluşturulmuştur.

Kodlamaların tamamlanmasının ardından, analizlerde kullanılmak üzere “Belge Portresi”, “MAXMaps” aracıyla kod ve alt kod frekanslarını da içeren “Kod Hiyerarşisi ile Tek Vaka Modeli Belge Haritası” ve inovasyon ile bağlantılı kavramlardan oluşan “Kelime Bulutu” oluşturulmuştur. Kelime bulutu oluşturulurken ek almış sözcükler, ek almamış veya en az ek almış sözcükler ile birleştirilerek kelime bulutuna dahil edilmiştir.

4. BULGULAR

Tablo 1’de, Türkiye’deki toplam üniversite sayısı, çalışma kapsamındaki fakültelerin mevcut olduğu üniversiteler, çalışma kapsamına giren fakülteler, bu fakültelerden vizyon bildiri bulunanlar ve vizyon bildirimlerini fakülte bazında yayımlamak yerine ayrı ayrı bölümler bazında paylaşan fakülteye ilişkin sayısal veriler yer almaktadır.

Tablo 1: Sayısal Veriler

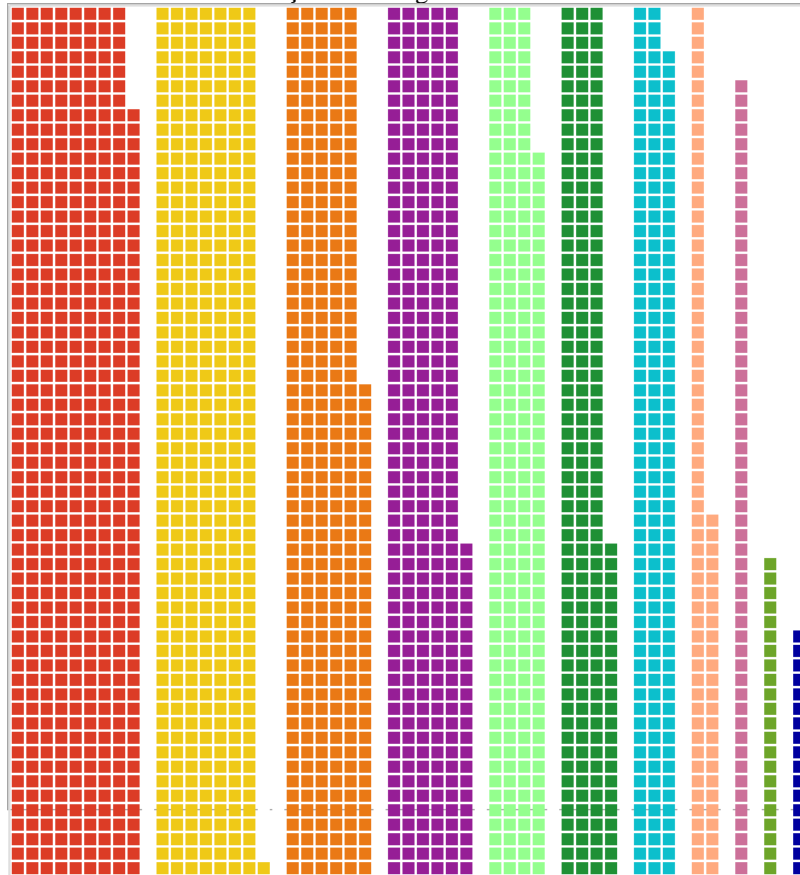
	Üniversite Sayısı	Çalışma Kapsamındaki Fakültelere Sahip Üniversite Sayısı	Çalışma Kapsamındaki Toplam Fakülte Sayısı	Vizyon Bildirimi Bulunan Fakülte Sayısı	Vizyon Bildirimlerini Bölüm Bazında Yayımlayan Fakülte Sayısı
Devlet	129	111	125	88	5
Vakıf	72	54	59	14	2
Toplam	201	165	184	102	7

Tablo 1’de görüldüğü üzere, Türkiye’de faaliyet gösteren 201 üniversitenin 165’inde çalışma kapsamındaki İktisadi ve İdari Bilimler, Siyasal Bilgiler, Sosyal Bilimler, Yönetim Bilimleri, İktisat, İşletme, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakülteleri ile İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakülteleri bulunmakta olup, bu fakültelerin toplam sayısı 184’tür.

Tablo 1’de gösterilen sayısal verilerin yanı sıra, araştırma sonucunda 59 fakültenin vizyon bildiriminin bulunmadığı görülmüştür. Ayrıca vizyon bildirimlerini bölümler bazında yayımlayan 7 fakülteden toplam 30 bölümün de vizyon bildirimi bulunmamaktadır. Bir başka ifadeyle, bu 59 fakülte ve 30 bölümün gelecekte bulunmayı hedeflediği noktaya dair bir bildirim mevcut değildir. Örgütsel amaç ve hedeflerin gerçekleştirilmesi ile çalışanların bu amaç ve hedeflere yöneltilmesinde büyük bir öneme sahip olan vizyon bildiriminin yokluğu, bu yükseköğretim kurumlarının eşgüdüm içerisinde hedeflerine yönelik faaliyet gösterme şansını da azaltmaktadır. 2 fakülte ile 1 bölüm ise, vizyon bildirimlerini, vizyondan tamamen farklı bir içeriğe sahip olması gereken misyon bildirimleri ile birlikte yayımlamıştır. Vizyon bildirimlerini yayımlayan 11 fakülte ile 9 bölümün vizyon bildirimlerinin içeriğinde ise, inovasyona ilişkin herhangi bir kavram bulunmamaktadır.

İnovasyona ilişkin en az bir kavram içeren vizyon bildirimleri, bu kavramların hangi bağlamda kullanıldığı bakımından incelemeye tabi tutulmuş, kullanılan kavramlar MAXQDA 2018 Analytics Pro programında oluşturulan kodlar ile kod ve alt kodlara ayrılmıştır. Şekil 1’de, kodların kullanım sıklığına göre oluşturulan belge portresi yer almaktadır.

Şekil 1: Belge Portresi



■ Akademik ■ Toplum ■ Öğrenci Yetiştirme ■ Ekonomi ■ Problem Çözme
■ Siyaset ■ Üniversite ■ Teknoloji ■ Yönetişim ■ Çevre ■ Yönetim

Şekil 1’de gösterilen belge portresi, Yükseköğretim Kurumu Kanunu çerçevesinde değerlendirildiğinde, 4. maddede ilk sırada sayılan “bilimsel çalışma ve araştırma yapmak, bilgi ve teknoloji üretmek, bilim verilerini yaymak” amacına paralel şekilde akademik faaliyetlere yönelik inovatif kavramların ilk sırada kullanıldığı görülmektedir. “Akademik” ve “Teknoloji” kodları ve alt kodları ile kodlanan bölümlere ilişkin örnekler aşağıdaki gibidir:

- “Vizyonumuz; eğitim öğretim ve bilimsel araştırma faaliyetlerinde ulaştığı uluslararası saygınlık ve başarıyla öğrencilerin, mezunların ve çalışanların mensubu olmaktan gurur duydukları bir fakülte olmaktır.” (D4)
- “... bilimsel araştırma ve yayın nicelik ve niteliğini uluslararası normlara taşıması ile içinde bulunduğu bölgenin en iyi ve dinamik fakültesi olmak.” (D34 - F1)
- “... dünyadaki bilim standartlarını yakalayarak evrensel nitelikte bilgi ve teknoloji üreten Üniversitenin bir Fakültesi olmaktır.” (D124)
- “Eğitim, öğretim ve araştırma kalitesi ile Türkiye ve Dünyada tanınmış ve ilk sıralarda tercih edilen ...” (V9)
- “Uluslararası standartlarda eğitim, araştırma ve yayınlarla bilim, teknoloji, ekonomi ve toplumun gelişmesine katkıda bulunan ...” (V23)

İlgili maddenin devamında sayılan “ulusal alanda gelişme ve kalkınmaya destek olmak” ifadesi ile maddenin devamında yer alan “evrensel ve çağdaş gelişmeye katkıda bulunmak” amaçları çerçevesinde de toplum ve ekonomi kodları altında inovatif kavramlar yer almıştır. Bu kavram ve kodlamalara ilişkin örnekler aşağıda gösterilmiştir.

- “Alanında yetkin öğrenciler yetiştiren, Türkiye'nin sosyo-kültürel ve ekonomik gelişimine katkı sağlayan öncü bir fakülte olmak...” (D98)
- “... bölge ve ülke kalkınması için sosyo-ekonomik ve diğer atılımları yapacak şekilde çalışmalar ve projeler geliştirmek ...” (D34 - F2)
- “... bölgede, ülkede ve dünyada sosyal, ekonomik ve siyasal gelişmelere katkı sağlayacak lider bir Fakülte olmaktır.” (D110)

Aynı maddede yer alan “yurt içi ve yurt dışı kurumlarla işbirliği yapmak suretiyle bilim dünyasının seçkin bir üyesi haline gelmek” amacına yönelik inovatif ifadeler ise, yönetim ve üniversite kodlarının altında yer almıştır. Bu kodlara ilişkin örnekler aşağıdaki gibidir:

- “... üniversite/sanayi/toplum işbirliğini sağlamada öncü; evrensel değerlere saygılı, toplam kalite yönetimi ilkelerini benimsemiş, sürekli gelişen bir fakülte olmaktır.” (D21)
- “... üniversite / sanayi / toplum işbirliğini sağlamada öncü ...” (V9)

Sayılan bu örneklerin yanı sıra; siyaset, problem çözme, çevre ve yönetime ilişkin inovatif kavramlara da vizyon bildirimlerinde yer verilmiştir. Bununla birlikte, birer eğitim ve öğretim kurumu olan üniversitelerde, öğrenci yetiştirmeye yönelik inovatif kavramların kullanımı, sayısal olarak akademik ve toplumsal kavramlardan sonra gelmektedir. Bu kodlamalara ilişkin örnekler aşağıdadır:

- “Ürettiği evrensel nitelikte bilgi ile bölgemizde, ülkemizde ve dünyada iktisadi, sosyal ve siyasal politikalara katkıda bulunabilen, mezunları tercih edilen bir fakülte olmaktır.” (D100)
- “...bölgemizde faaliyet gösteren kamu ve özel sektör kuruluşlarının sorunlarını çözebilecek projeler üretmek ve danışmanlık hizmeti verebilecek akademik çalışmalar yapmak ...” (D6)
- “... insan hayatını ve çevreyi koruyan, iyileştiren ...” (D19)
- “Fakültemizin vizyonu, Atatürk ilke ve reformlarının takipçisi aydın yenilikçi ve açık fikirli genç yöneticiler yetiştirecek uluslararası standartlarda nitelikli yöneticilik eğitimi sağlamaktır. ...” (D18)
- “İleri görüşlü, etik ve insan odaklı bir anlayış benimsemiş, değişimi yöneten ve yön veren liderler yetiştiren ...” (D29)

Vizyon bildirimlerinin incelenmesi sırasında göze çarpan bir başka konu ise, farklı üniversitelerin farklı fakültelerinin aynı veya benzer vizyon bildirimlerine sahip olmasıdır. D3 kodlu üniversite ile D19 kodlu üniversitenin ilgili fakültelerinin vizyon bildirimleri, üniversitelerin isimleri haricinde, tamamen aynıdır. D59 kodlu ilgili fakültesi ise, bu iki fakültenin vizyon bildirimlerinin küçük bir bölümünü değiştirerek yayımlamıştır. D17 kodlu üniversitenin ilgili fakültesi ise, sayılan üç üniversitenin vizyon bildirimlerinin aynısını alarak üzerine eklemeler yapmıştır. Ancak bu eklemeler cümlelerin ortasından başlanarak yapılmış, eklemeler tamamlanarak cümle bitirilmiş, fakat diğer fakültelerden alınan cümlelerin geri kalanı silinmeden bırakıldığı için vizyon bildirimlerinin sonunda yarım bir cümle yer almıştır. Benzer şekilde;

- V9, D21, D30, üniversitelerinin ilgili fakülteleri D107 kodlu üniversitenin F2 ve D109 kodlu üniversitenin F1 kodlu fakülteleri ile D73 kodlu üniversitenin ilgili fakültesinin B3 ve B7 bölümleri tarafından paylaşılan vizyon bildirimleri
- D79 üniversitesinin ilgili fakültesinin, D31 üniversitesi F1 fakültesinin ve D35 üniversitesi ilgili fakültesinin B7 bölümünün vizyon bildirimleri
- D23, D43 ve D54 üniversitelerinin ilgili fakültelerinin vizyon bildirimleri
- D58 ve D94 üniversitelerinin ilgili fakültelerinin vizyon bildirimleri büyük oranda benzerlik göstermektedir.

Bunların yanı sıra; D55 üniversitesinin ilgili fakültesi ile ve D90 kodlu üniversitenin F1 fakültesinin, üniversitelerin isimleri hariç, birebir aynı olduğu; D41 üniversitesinin ilgili fakültesi ile D109 üniversitesinin F1 fakültesinin vizyon bildirimlerinin ise tamamen aynı olduğu tespit edilmiştir.

5. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Sürekli ve hızlı bir değişimin yaşandığı günümüz dünyasında, kurumların güncelliğini koruyabilmesi ve varlığını sürdürebilmesi, inovasyonu bir örgüt kültürü olarak benimsemeleri halinde mümkün olabilecektir. Kurumların kendilerini yenileyebilmeleri, sundukları hizmetleri daha etkin ve verimli sunabilmek adına yeni yöntemler geliştirmeleri ve bu sayede gelişme kaydederek rekabet sürecinde var olabilmeleri için büyük bir gerekliliktir. Bu nedenle inovasyon, kurumların öncelikli konuları arasında yer almalıdır. Kurumların amaç ve hedeflerinin gerçekleştirilmesinde kritik bir öneme sahip olan, bu amaç ve hedeflerin çalışanlar tarafından benimsenmesinde de etkili bir rol oynayan vizyon bildirimleri de, bu bağlamda inovasyona ilişkin ifadeler içermelidir.

İnsan hayatına anlam kazandırma, yaşamları değiştirme veya yaşamlarda farklılık oluşturmayı hedefleri arasında bulundurması gereken yükseköğretim kurumlarının bu hedeflere ulaşabilmelerinin anahtarı da inovasyondur. Bilimsel araştırma ve bilgi üretimi ile birlikte öğrenci yetiştirme konusundaki rolleri gereği üniversiteler, sürekli bir yenilik arayışı içinde olmalıdır. Bu bakımdan, yükseköğretim kurumlarının vizyon bildirimlerinde de inovasyona ilişkin kavramların yer alması elzemdir.

Bu gereklilik çerçevesinde yapılan araştırma sonucunda, Türkiye’de faaliyet gösteren çalışma konusu kapsamı dahilindeki 184 fakülteden 59’unun vizyon bildirimlerinin bulunmadığı tespit edilmiştir. Bu sayı, çalışma kapsamındaki fakültelerin yaklaşık %32’sine tekabül etmekte olup, vizyon bildirimlerinin önemi göz önünde bulundurulduğunda, oldukça yüksek bir oran olarak değerlendirilebilir. Ayrıca vizyon bildirimlerini bölüm bazında yayımlayan 7 fakülteden toplam 45 bölümün 30’unun da vizyon bildirimini bulunmamaktadır. Vizyon bildirimlerini paylaşan toplam 125 fakültenin 11’inin ve vizyon bildirimlerini bölüm bazında yayımlayan 7 fakülteden toplam 15 bölümün 9’unun vizyon bildirimlerinde ise, inovasyona ilişkin herhangi bir kavram bulunmamaktadır. Bunların yanı sıra, birbirleri ile tamamen aynı vizyon bildirimine sahip olan veya vizyon bildirimleri arasında büyük oranda benzerlik bulunan üniversitelerin bulunduğu da tespit edilmiştir.

Vizyon bildirimlerinde inovasyona ilişkin kavramlara yer veren fakülte ve/veya bölümlerin bildirimlerinde ise, bu kavramların öncelikle akademik, ardından toplumsal bağlamda kullanıldığı tespit edilmiş, bir eğitim ve öğretim kurumu kimliğine de sahip olan üniversitelerin, öğrenci yetiştirme konusunda inovasyona ilişkin vizyonlarının ise, bu iki konuya oranla daha geri planda olduğu görülmüştür. Bununla birlikte üniversitelerin farklı düzeylerde ekonomi, problem çözümü, siyaset, teknoloji, yönetim, çevre ve yönetim konularında da inovasyon hedeflerinin bulunduğu görülmektedir.

Gerek vizyon bildirimlerinin varlığı ve içeriği, gerekse inovasyona ilişkin kavramların kullanımları bakımından, çalışma kapsamındaki fakülteler genel olarak değerlendirildiğinde; vizyon bildirimini paylaşmayan fakülte/bölümlerin mevcut ve sayıca fazla olmaları, bu kurumların rekabet edebilirliği ve

geleceği açısından olumsuz bir durum olarak değerlendirilmektedir. Bu durum, vizyon bildirimleri mevcut olup bu bildirimlerde inovasyona ilişkin kavramlara yer vermeyen fakülte/bölgeler için de aynı şekilde geçerlidir. Ayrıca; özgün bilimsel araştırma ve projelerle farklılık yaratması beklenen fakülte/bölgelerin, vizyon bildirimlerinde dahi özgünlükten uzak kalması ve diğer fakülte/bölgelerin vizyon bildirimlerini kısmen değiştirerek veya tamamen aynı şekilde benimsemeleri de, bu üniversitelerin geleceği açısından karamsar bir tablo ortaya koymaktadır.

KAYNAKLAR

- Baetz, M. C. and Bart, C. K. (1996). "Developing mission statements which work", *Long Range Planning*, 29 (4): 526-533.
- Biggs, R., Westley, F. R. ve Carpenter, S. R. (2010). "Navigating the back loop: fostering social innovation and transformation in ecosystem management". *Ecology And Society* 15(2), <http://www.ecologyandsociety.org/vol15/iss2/art9/>, (Erişim Tarihi: 10.04.2019).
- Birchall, D., Chanaron, J.-J., Tovstiga, G. ve Hillenbrand, C. (2011). "Innovation performance measurement: current practices, issues and management challenges", *Int. Journal of Technology Management* 56(1): 1-20.
- Chatfield, A. T. ve Reddick, C. G. (2016). "Smart City Implementation Through Shared Vision of Social Innovation for Environmental Sustainability: a case study of Kitakyushu Japan", *Social Science Computer Review*, 34(6), 757–773.
- Doğan, H. (2008). " Örgütlerde Vizyon ve Misyonların Çalışanlarca Kabulü ve Adnan Menderes Üniversitesi Örneği", *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 10 / 3
- Duygulu, E., Kök, R. ve Özdemir, A. (2008). "Factors Influencing Innovation in SMEs in Turkey: An Interregional Comparison", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20: 367-379.
- Dziallas, M. ve Blind, K. (2019). "Innovation indicators throughout the innovation process: An extensive literature analysis", *Technovation*, 80–81: 3-29.
- Hewitt-Dundas, N. ve Roper, S. (2018). "Innovation in UK higher education: A panel data analysis of undergraduate degree programmes", *Research Policy*, 47(1): 121-138.
- Gelcich, S, Hughes, T. P., Olsson, P, Folke, C, Defeo, O, Fernández, M, Foale, S, Gunderson, L H., Rodriguez-Sickert, C, M. Scheffer, S, R. S. ve Castilla, J. C. (2010). *Proceedings of the National Academy of Sciences* 107 (39):16794-16799
- Grigoriou, K. ve Rothaermel, F. T. (2014). "Structural microfoundations of innovation: The role of relational stars". *Journal of Management*, 40, 586– 615.
- Jantz R. C. (2017). "Vision, innovation, and leadership in research libraries". *Library & Information Science Research* (07408188). 39(3):234-241.
- Kamasak, R. (2015). "Determinants of innovation Performance: A Resource-based Study", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195: 1330-1337
- Kantabura, S. ve Avery, G. C. (2010). "The power of vision: statements that resonate", *Journal of Business Strategy*, 31 (1): 37-45.
- Kılıç, A., Eren, H. ve Gürsoy, A. (2014). "Yenilikçilik Faktörlerinin Örgütlerin Vizyon ve Misyon İfadelerindeki Varlığı; Fortune Türkiye İlk 100 Firma Örneği", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 6(4):36-68.
- Kılıç, A., Sakarya, F. ve Erün, T. (2012). "Örgütsel Biçimsellik ve Yenilikçilik: Kamu ve Teknopark Firma Çalışanları Üzerine Bir Araştırma", 1st International Interdisciplinary Social Inquiry Conference, 17-21 June 2012, Uludağ University, Bursa.
- Klenner, P., Hüsig, S. ve Dowling, M. (2013). "Ex-ante evaluation of disruptive susceptibility in established value networks—When are markets ready for disruptive innovations?", *Research Policy*, 42 (4): 914-927

- Lašáková, A., Bajzíkóvá, E. ve Dedze, I. (2017). "Barriers and drivers of innovation in higher education: Case study-based evidence across ten European universities", *International Journal of Educational Development*, 55: 69-79
- Lehoux, P., Denis, J.L., Tailliez, S. ve Hivon, M. (2005). "Dissemination of Health Technology Assessments: Identifying the Visions Guiding an Evolving Policy Innovation in Canada", *Journal of Health Politics, Policy and Law*, 30 (4): 603-641.
- Martensen, A. ve Dahlgaard, J. J. (1999). "Integrating business excellence and innovation management: developing vision, blueprint and strategy for innovation in creative and learning organizations", *Total Quality Management*, 10, (4&5): 627-635.
- McCarthy, D. P., Whitelaw, G.S., Westley, F. R., Crandall, D. D. ve Burnett, D. (2014). "The Oak Ridges Moraine as a social innovation: strategic vision as a social-ecological interaction". *Ecology and Society* 19(1), <http://dx.doi.org/10.5751/ES-06212-190148> (Erişim Tarihi: 10.04.2019)
- Miranda, S. M., Kim, I., Summers, J. D. (2015). "Hamming with Social Media: How cognitive structuring of organizing vision facets affects IT innovation diffusion", *MIS Quarterly* 39 (3): 591-614
- Soylu, A. (2011). "AB 2020 ve Vizyon 2023 Stratejilerinde İnovasyon Hedeflerinin Karşılaştırılması". *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (14), 105-122.
- URL1- 2547 Sayılı Yükseköğretim Kanunu, <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2547.pdf>, (Erişim Tarihi: 15.04.2019).
- Westley, F.R. (1992). "Vision worlds: strategic vision as social interaction". *Advances in Strategic Management* 8: 271-305.