

PAPER DETAILS

TITLE: Vizyon Gelistirmede Etkili Iletisimin Rolü: Bir Alan Çalışması

AUTHORS: Öznur YAVAN TEMİZKAN, Abdullah KARAKAYA, Fatma SAGLAM AGCA

PAGES: 115-135

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/750463>

Öznur YAVAN TEMİZKAN

Dr. Öğretim Üyesi, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimleri Fakültesi

Zonguldak Bülent Ecevit University, Faculty of Economics and Administrative Sciences.

e-mail: oznur.yavan@beun.edu.tr

Orcid ID:0000-0002-2051-0417

Abdullah KARAKAYA

Prof.Dr., Karabük Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Karabuk University, Faculty of Economics and Administrative Sciences.

e-mail: akarakaya@karabuk.edu.tr

Orcid ID:0000-0002-3214-6771

Fatma SAĞLAM AĞCA

Karabük Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme ABD
Karabuk University, Social Sciences Institute, Department of Business Administration

e-mail: fatmasaglam@karabuk.edu.tr

Orcid ID: 0000-0002-1102-8768

Makale Bilgisi / Article Information

Makale Türü / Article Types	: Araştırma Makalesi / Research Article
Geliş Tarihi / Received	: 13.06.2019
Kabul Tarihi / Accepted	: 30.06.2019
Yayın Tarihi / Published	: 30.06.2019

Yayın Sezonu : Haziran
Pub Date Season : June
Cilt / Volume: 3 Sayı – Issue: 1 Sayfa / Pages: 115-135

Atıf/Cite as: Yavan Temizkan, Ö , Karakaya, A , Sağlam Ağca, F . (2019). VİZYON GELİŞTİRMEDE ETKİLİ İLETİŞİMİN ROLÜ: BİR ALAN ÇALIŞMASI. Econder International Academic Journal, 3 (1), 115-135. Retrieved from <http://dergipark.org.tr/econder/issue/44574/577357>

İntihal /Plagiarism: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediğı teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and scanned via a plagiarism software.

Copyright © Published by Hayrettin KESGİNGÖZ- Karabuk University, Karabuk, 78050 Turkey. All rights reserved.

Vizyon Geliştirmede Etkili İletişimin Rolü: Bir Alan Çalışması

Öz

Bu çalışma Karabük Üniversitesinde lisansüstü öğretim gören öğrencilerin üniversite vizyon geliştirme sürecine katılmalarında etkili iletişimin rolünü ölçmeyi amaçlamaktadır. Çalışma iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda konu ile ilgili kaynakların taranmasını içeren literatür incelemesi gerçekleştirilmiştir. İkinci kısımda ise Karabük Üniversitesine yönelik uygulamalı bir çalışma yapılmıştır. Araştırmanın uygulama kısmında yüz yüze anket yöntemi ile elde edilen veriler; sayı ve yüzde, Crombach's Alpha, One Sample t Test ve Regresyon Testi istatistikleri ile analiz edilmiştir. Sonuçlar lisansüstü öğrencilerin enstitünün vizyon geliştirmesine katkı sağladıklarını, enstitü vizyon geliştirmesinde kendilerini etkin bulduklarını, enstitülerin ve üniversite yönetiminin vizyon geliştirmesini yeterli bulmadıklarını, enstitü iletişim sisteminin yetersiz olduğunu ve iletişim teknolojilerinin istenilen düzeyde kullanılmadığını göstermektedir. Enstitülerin vizyon geliştirme sürecinde, iletişim süreçlerini daha etkin kullanarak öğrenci odaklı, katılımcı ve güncel yönetim anlayışlarına uygun stratejiler izlemeleri yararlı olabilir. Gerek öğrenciler gerekse enstitü yöneticileri, karşılıklı olarak olumsuz önyargılardan arınarak, güven çerçevesinde, uyumlu biçimde çalışarak ortak başarıya ulaşabilirler.

Anahtar Kelimeler: Vizyon, Vizyon Geliştirme, İletişim, Etkili İletişim, Örgütsel İletişim.

The Role of Effective Communication in Vision Development: A Case Study

Abstract

This study aims to measure the role of effective communication in the participation of postgraduate students in the university vision development process in Karabük University. The study consists of two parts. In the first part, a literature review including the screening of the related sources was carried out. In the second part, a practical study was conducted for Karabük University. In the application part of the study, the data obtained by face-to-face survey method was analyzed by Crombach's Alpha, One Sample t Test and Regression Test statistics. The results show that graduate students contribute to the development of the vision of the institute, that they found themselves effective in the vision development of the institute, that the institutes and university management did not find the vision sufficient, the institute communication system was insufficient and the communication technologies were not used at the desired level. In the process of vision development of the institutes, it may be useful to use strategies more effectively and follow strategies that are appropriate for student oriented, participatory and up-to-date management approaches. Both the students and the institute managers can achieve mutual success by working in harmony in the framework of trust, freeing them from negative prejudices.

.Keywords: Vision, Vision Development, Communication, Effective Communication, Organizational Communication.

1. Giriş

Örgüt iki ya da daha fazla kişinin bilinçli olarak düzenlenen faaliyetlerinin veya kuvvetlerinin bir sistemi olarak tanımlanmaktadır. (Güllüoğlu, 2011: s.18). Örgütsel iletişim, örgütün amaçlarını gerçekleştirmek için gerek örgüt içi, gerekse örgüt dışı gerekli ilişkilerin kurulmasını sağlayan toplumsal bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Atak, 2005: s.60). İletişimin temelinde uyumlaştırma olduğu için, gerek örgüt içinde gerekse örgüt dışında uyum ve koordinasyon sağlama ve sağlıklı bilgi giriş çıkışına yönelik faaliyet gösterme de başarılı bir örgütsel iletişim gerekir. Bu sebeple örgütlerde iletişimin önemi artmaktadır (Karaçor ve Şahin, 2004: s.100).

Günlük hayatımızın hemen hemen her alanında yer alan vizyon kavramının kökleri çok eski zamanlara dayanmaktadır. Özellikle 1990 ve sonrasında popüler hale gelen vizyon, Latince 'de uyanık olmak ve anlamak anlamlarında kullanılmaktadır (Sancak & Yılmaz, 2018: s.124). Vizyon; örgütlerin ulaşmak istediği amaçları doğrultusunda gelecekte kendisinin olmak istediği konumunu önceden zihinsel olarak tasarlanmasıdır (Ramazanoğlu ve Bahçeci, 2006: s.53). Vizyon gelecek ilgili bir kavram olduğu için, günümüz yöneticilerinin vazgeçilmez bir unsuru olmaktadır. Örgütlerin geleceğini şekillendiren ve gelecekte kendisini görmek istediği konumun belirlenmesinde, üst düzey yöneticilerin vizyonları belirleyici olmaktadır. Buda stratejik karar alan bir yöneticinin, yürütmeye ilişkin görevleri yerine getiren bir yöneticiden daha vizyon sahibi olmasını sağlamaktadır (Taşpınar, 2015: s.149)

Örgütler değişen ve gelişen dünyada varlıklarını devam ettirmek zorundadır. Bu gelişim sürecini başarı ile atlatmaları için etkin bir vizyona sahip olmaları gerekmektedir (Özer, 2009: s.70). Vizyon kavramsal olarak görüş olarak tanımlanmaktadır. Ancak vizyon geliştirme, örgütün geleceği görerek ve bu gelecekle ilgili tahminler yaparak, bu tahminlere göre hedef ve strateji belirlemesidir. Vizyon geliştirme hayal gücüne dayanmaktadır. Vizyon geliştirme köklü değişimleri ve bunların getireceği fırsatları, riskleri, tehditleri önceden belirler ve bunları yakalamaya çalışır (Çetin, 1997: s.174).

İletişim bir toplumun şekillenmesinde temel olmakta ve bireyin diğer insanlarla düzenli iletişim yolu ile toplumun bir parçası olmaktadır (Şahin ve Aral, 2012: s.56). İnsanlar yüzyıllar boyunca etrafıyla etkileşim içinde olmuştur. Duygu ve düşüncelerini karşı tarafa aktarmayı konuşarak ve yazarak yapmaya çalışmış ve bunlarında karşı taraf tarafından

anlaşılmasını istemiştir. Bu istek doğrultusunda da iletişim kavramı meydana çıkmıştır (Çetinkaya, 2011: s.567). İletişimin olmadığı yerlerde örgüt ya da gruplardan söz edilemez. Çünkü iletişim örgütlerin varlığını korumada çok önemli bir yere sahiptir. Örgütler değişen çevre şartlarına ayak uydurmaları gerekir ve varlıklarını devam ettirmek için iletişimde bulunmak zorundadırlar (Karaçor ve Şahin, 2004: s.101). İletişimin olmadığı örgütlerde bir belirsizlik söz konusudur. Örgüt içerisinde ki belirsizlik ise güvensizlik, stres, verimliliğin düşmesi, tatminsizlik ve işten ayrılma eğiliminde artışlara sebep olmaktadır. Örgüt içi sağlıklı iletişim bu sorunlarla başa çıkma olanağı sağlar (Yüksel, 2005: s.296).

Günümüz iş dünyasında rekabet küresel hale geldiği için örgüt yapıları daha karmaşık hale gelmiştir. Bu da örgütlerde yapılanmalarını farklılaştırmayı gerekli kılmıştır. Örgütler başarılı olmak ve başarısını devam ettirmek için daha etkin iş gücüne ihtiyaç duymuş ve bunu küresel pazarlardan karşılamak zorunda kalmışlardır. Dolayısıyla günümüzde örgütler farklı kültürleri ve farklı dilleri konuşan insanları bir arada barındıran örgüt haline gelmiştir. Bu sebeple örgütler, kültürel çeşitliliğe sahip insanlar arasında etkili iletişim sağlayarak örgüt amaçlarına birlikte hareket etmelerini sağlamak önemli bir sorun olarak karşına çıkmaktadır (Çiftçioğlu Aydemir, 2010: s.99).

2. Yöntem

2.1. Araştırmanın Tanıtılması

Bu kısımda araştırmanın tanıtılması yapıp araştırmanın amacı, kapsam ve sınırlılıklarından bahsedilecektir.

2.2. Araştırmanın Kapsamı

Çalışma Karabük Üniversitesi bünyesinde eğitim gören lisansüstü öğrencileri kapsamaktadır. Dolayısıyla çalışmanın ana kısıtı; analizler sonucu elde edilen verilerin geçerliliği yalnızca ifade edilen kurum öğrencilerini baz almaktadır. Farklı kurum ve kuruluşlarda oluşturulacak benzer çalışmaların sonuçlarının da farklı bulgulara ulaşabileceği mümkündür.

2.3. Araştırmanın Amacı

Bu çalışma lisansüstü öğrencilerin vizyon geliştirme ve etkili iletişim arasında ki ilişkiye odaklanmaktadır. Çalışmanın amacı, Karabük Üniversitesinde lisansüstü eğitim gören öğrencilerin vizyon geliştirmede etkili iletişimin algılarını ölçmeye yöneliktir.

2.4. Araştırmanın Hipotezleri ve Modeli

Vizyon Boyutu hipotez örneği:

H₀ Enstitü öğrencileri vizyon geliştirme sürecine katkı sağlar.

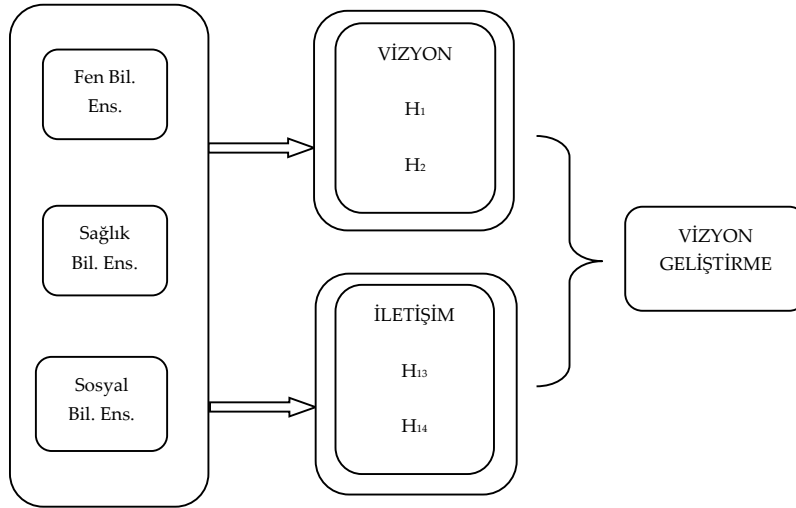
H₁ Enstitü öğrencileri vizyon geliştirme sürecine katkı sağlamaz.

İletişim Boyutu hipotez örneği:

H₀ Enstitü iletişim sistemi iletişim teknolojileri ile desteklenir.

H₁ Enstitü iletişim sistemi iletişim teknolojileri ile desteklemez.

Şekil 1. Araştırma Modeli



2.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu bölümde araştırmanın evren ve örnekleme açıklanarak, araştırmanın veri toplama yöntemi, çalışmada kullanılan ölçekler, analiz yöntemi, araştırmanın modeli ve hipotezleri birlikte ele alınacaktır.

2.2.1. Evren ve Örneklem

Araştırmamızın evreni 2018-2019 Eğitim-Öğretim Yılında Karabük Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Sağlık Bilimleri Enstitüsü ve Sosyal Bilimleri Enstitüsünden temin edilen verilere göre 2018 Yılı Eylül ayı itibari ile Enstitülerde toplam 3250 lisansüstü öğrenci eğitim görmektedir. Dolayısıyla çalışmanın evreni 3250 öğrenciden oluşmaktadır. Bu ana kütleyi istatistiksel açıdan temsil eden örneklem büyüklüğü ise yaklaşık 345 öğrencidir. Araştırma kapsamında 354 öğrenci ile yüz yüze anket yöntemiyle görüşme yapılmıştır.

2.2.2. Çalışmada Kullanılan Ölçekler ve Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada lisansüstü eğitim gören öğrencilerin algıları ölçülmüştür. Bu kapsamda daha önce bu alanla ilgili çalışmalar incelenmiş ve araştırmanın yapısına uygun olduğu düşünülen ölçek belirlenerek anket formuna dahil edilmiştir. Çalışmada veri toplamak amacıyla nicel çalışma yöntemi kapsamında yüz yüze anket tekniğinden faydalanılmıştır.

2.2.3. Analiz Yöntemi

Araştırma kapsamında katılımcıların demografik özellikleri ile ilgili tanımlayıcı istatistikler frekans ve yüzde yöntemiyle yapılmıştır. Çalışmada ölçeğin ve alt boyutlarının geçerlilik ve güvenilirlik analizi Cronbach Alpha istatistiği ile ölçülmüştür. Geçerlilik ve güvenilirlik çözümlemelerinin ardından One Sample T test ve Regresyon testiyle analizler yapılmıştır.

2.5. Araştırmanın Bulguları

Araştırmanın bu kısmında, ölçeğin güvenilirlik oranları, tanımlayıcı istatistikler ve değişkenlere ilişkin hipotez testlerinin sonuçlarına ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 1. Güvenilirlik Analizi

Boyutlar	Cronbach's Alpha	İfade Değeri
İletişim Boyutu	0,907	10
Vizyon Boyutu	0,761	12
Toplam	0,891	22

Ankette 5'li Likert tipi dereceleme ölçeğİ çerçevesinde 'Kesinlikle Katılmıyorum' (1), 'Katılmıyorum' (2), 'Kararsızım'(3), 'Katılıyorum'(4), 'Tamamen Katılıyorum' (5) dereceleme seçenekleri yer almaktadır. Ölçeğinin Cronbach's Alpha değeri iletişim boyutunda 0,90; Vizyon boyutunda 0,76 olarak hesaplanmıştır. Cronbach's Alpha değerinin ölçek çalışmalarında en az 70 ve üzeri olması gerektiğİ genel kabul görmektedir (Seçer, 2017:219). Araştırmada kullanılan ölçeklerin Alpha değerleri 0,90>0,70, 0,76>0,70 olduğundan ölçekler güvenlidir.

2.5.1. Tanımlayıcı İstatistiklere İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan lisansüstü öğrencinin cinsiyete, yaşa, eğitim durumuna ve çalışma süresine göre dağılımları aşağıdaki tablolarda gösterilmektedir. Katılımcıların cinsiyete, yaşa, eğitim gördüğÜ enstitüye, programına ve eğitim durumuna göre dağılımı Tablo 2.'de sunulmuştur.

Tablo 2. Tanımlayıcı İstatistiklere İlişkin Bulgular

DEMOGRAFİK BİLGİLER		Sayı	Yüzde
Cinsiyetiniz	Kadın	171	48
	Erkek	183	52

	Toplam	354	100
Yaşınız	30 yaş ve altı	255	72
	31-40 yaş arası	87	25
	41 yaş ve üstü	12	3
	Toplam	354	100
Eğitim Enstitü	Fen Bilimleri Enstitüsü	161	46
	Sosyal Bilimleri Enstitüsü	150	42
	Sağlık Bilimler Enstitüsü	43	12
	Toplam	354	100
Programınız	Yüksek Lisans	272	77
	Doktora	82	23
	Toplam	354	100
Durumunuz	Ders Aşaması	244	69
	Tez Aşaması	110	31
	Toplam	354	100

Tablo 2 'de görüldüğü gibi katılımcıların %52'sinin erkek, %48'inin kadın olduğu görülmektedir. Kadın/Erkek oranına bakıldığında çalışmaya katılanların %50' den fazlasını erkek katılımcılar oluşturmaktadır. Katılımcıların yaşları incelendiğinde, %72'si 30 yaş ve altı, %25'i 31 yaş ve 40 yaş arası, %3'ü 41 yaş ve üstü yaşlarda olduğu görülmektedir. Lisansüstü öğrencilerin %70 civarını 30 yaş ve altı aralığındaki kişiler oluşturmaktadır.

Katılımcıların eğitim gördüğü enstitü incelendiğinde, %46'sı Fen Bilimleri Enstitüsü, %42'si Sosyal Bilimleri Enstitüsü, %12'sini de Sağlık Bilimleri Enstitüsü öğrencileri oluşturmaktadır. Lisansüstü öğrencilerin %50'ye yakını Fen Bilimleri Enstitüsü öğrencisi olduğu görülmektedir. Katılımcıların durumu değerlendirildiğinde, %69'u ders aşamasında, %31'i tez aşaması öğrencisi olduğu görünmektedir. Lisansüstü öğrencilerin %70'e yakını ders aşaması öğrencileri oluşturmaktadır.

2.5.2. Değişkenlerin Faktör Analizi Sonuçları

Faktör analizine uygunluk konusundaki testler KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) ve Bartlett Testi'dir. Bartlett testi daha önceki korelasyon matrisini genel olarak incelemekte ve bu korelasyon matrisinin istatistiki olarak anlamlılığına bakmaktadır. İstenen durum bu testin anlamlı çıkmasıdır. Son adım olarak KMO değerine bakılmıştır. KMO testi değişkenler arasındaki korelasyonları ve faktör analizinin uygunluğunu ölçen testtir. KMO testinin değeri 0 ile 1 aralığında olmalıdır. KMO değeri, herhangi bir değişkenin diğer değişkenler tarafından hatasız tahmin edilmesi halinde 1'e eşit olur. 0,8 üstü değerler mükemmel sayılabilir. Fakat derinlemesine bir yorum yapabilmek için değişkenlerin tek tek uygunluklarına da bakmak gereklidir. 0,50'nin altında kalan KMO değerli ifadeler araştırmadan çıkarılmalıdır (Yaşlıoğlu, 2017:75-76). Bu çalışmada kullanılan değişkenlerin yüklerinin 0,50'nin üzerinde olduğu görülmektedir.

Tablo 3: Vizyon Geliştirme ve İletişim Değişkenlerine Ait KMO, Bartlett's test ve Açıklanan Varyans Değerleri

	Vizyon Geliştirme	Temel İletişim
KMO değeri	0,826	0,905
Bartlett's Test Değeri	1312,424	2202,857
Anlamlılık	0,000	0,000
Açıklanan Varyans	65,524	67,213

Vizyon geliştirme ölçeğinin KMO değeri 0,826, iletişim ölçeğinin KMO değeri 0,905 olarak bulunmuştur. Her iki ölçeğin de anlamlılıkları $p=0,000$ sağlanmıştır. KMO değerleri 1'e yakın olduğundan çalışmada kullanılacak değişkenlerin faktör analizi için uygun olduğu söylenebilir.

Tablo 4: Vizyon Geliştirme Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Döndürülmüş Bileşen Matrisi				
	Bileşenler			
	1	2	3	4
Öğrenciler vizyon geliştirme sürecinde temsil edilmektedir.	,774			
Enstitü üst yöneticileri vizyon geliştirmeyi destekliyor.	,728			
Enstitüde görev yapan İdari Personel vizyon geliştirme sürecine katkı sağlamaktadır.	,693			
Enstitü öğrencisi olarak, Enstitünün vizyon geliştirme sürecine katkı sağlıyorum.	,629			
Vizyon geliştirme sırasında vizyonun gerçekçi ve ulaşılabilir olmasına dikkat edilir.	,580			
Enstitü stratejik planında gelecek için yeni projeler yer alır		,764		
Vizyon geliştirme sürecinde üniversitedeki hedef uyumu dikkate alınır.		,758		
Enstitü vizyonu öğrencileri motive edecek biçimde geliştirir.		,739		
Vizyon geliştirmenin gerekliliğine inanıyorum.			,777	
Vizyonun enstitü yöneticileri, çalışanlar ve öğrenciler arasında sinerji oluşturması beklenir.			,727	
Üniversite yönetiminin getirdiği yenilikler ve değişiklikler, vizyon geliştirme sürecinde etkilidir.			,610	
Üniversitemiz yönetim anlayışı vizyon geliştirme için uygun ortamı sağlar.				,849

Derinlemesine bir yorum yapabilmek için vizyon geliştirme ölçeği değişkenlerinin tek tek uygunluklarına bakıldığında her bir değişkenin 0,50'nin üzerinde yüke sahip olduğu görölmektedir.

Tablo 5: Temel İletişim Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Döndürölmüş Bileşen Matrisi		
	Bileşenler	
	1	2
Enstitü iletişim sistemi öğrencilerin stratejik amaç ve hedeflere olan bağlılığını artırır.	,877	
Enstitü iletişim sistemi stratejik uygulamaları etkinleştirir.	,847	
Enstitü iletişim sistemi vizyona ulaşma yönünde etkililiği artırır.	,831	
Enstitü iletişim sistemi öğrencilerin değerlere olan bağlılığını artırır.	,815	
Enstitü iletişim sistemi öğrencilerin ortak hareket etme kültürünü geliştirir.	,761	
Enstitü iletişim sistemi vizyona bağlılığı artırır.	,746	
Enstitüde Vizyon geliştirme konularıyla ilgili bilgilendirme toplantıları yapılmaktadır.		,813
Enstitü iletişim sistemi etkin belgelerle desteklenmektedir.		,809
Enstitü İletişim sistemi iletişim teknolojileri ile desteklenmektedir.		,638
Enstitü çalışanları, öğrencilerin ilgisini çekecek ve katılım sağlayacak bir dil kullanır.		,500

Tablo 5'te iletişim ölçeğini oluşturan değişkenlerin faktör yükleri görülmektedir. Tabloda değişkenlerin 0,50 ve üzerinde yük aldıkları görülmektedir.

2.5.3. Fonksiyonel Değişkenlere Ait Bulgular

Bu kısımda fonksiyonel değişkenlere ait ifadeler, ifadelere katılım düzeyleri ve demografik özelliklerle ifadeler katılım düzeyi arasındaki ilişkiler olmak üzere iki başlıkta incelenmiştir.

2.5.3.1. İfadelere Katılma Düzeylerine İlişkin Bulgular

Bu çalışmada katılımcılara vizyon geliştirmede etkili iletişim ile ilgili toplam 22 adet ifade yöneltilmiştir. Bu 22 adet ifade iki boyuta ayrılarak incelenmiştir. İlk 12 soru vizyon boyutu, sonraki 10 soru devam iletişim boyutundan oluşmaktadır. Vizyon geliştirmede etkili iletişim boyutlarına ilişkin ifadeler One Sample T test ile analiz edilmiştir. Vizyon boyutu ifadelerine ilişkin bulgular Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6. Vizyon Boyutuna İlişkin Bulgular

İfadeler	p değeri	Sonuç
Enstitü öğrencisi olarak, Enstitünün vizyon geliştirme sürecine katkı sağlıyorum.	0,000	P<0,001***
Öğrenciler vizyon geliştirme sürecinde temsil edilmektedir.	0,000	P<0,001***
Enstitüde görev yapan idari personel vizyon geliştirme sürecine katkı sağlamaktadır.	0,693	P>0,05 ^{ns}
Enstitü üst yöneticileri vizyon geliştirmeyi destekliyor.	0,228	P>0,05 ^{ns}
Vizyon geliştirme sırasında vizyonun gerçekçi ve ulaşılabilir olmasına dikkat edilir.	0,880	P>0,05 ^{ns}
Vizyon geliştirmenin gerekliliğine inanıyorum.	0,000	P<0,001***
Üniversitemiz yönetim anlayışı vizyon geliştirme için uygun ortamı sağlar.	0,626	P>0,05 ^{ns}
Enstitü stratejik planında gelecek için yeni projeler yer alır	0,000	P<0,001***
Vizyon geliştirme sürecinde üniversitedeki hedef uyumu dikkate alınır.	0,003	P<0,01**
Enstitü vizyonu öğrencileri motive edecek biçimde geliştirir.	0,000	P<0,001***

Vizyon Geliştirmede Etkili İletişimin Rolü: Bir Alan Çalışması (The Role of Effective Communication in Vision Development: A Case Study)

Vizyonun enstitü yöneticileri, çalışanlar ve öğrenciler arasında sinerji oluşturmaya beklenir.	0,001	P<0,01**
Üniversite yönetiminin getirdiği yenilikler ve değişiklikler, vizyon geliştirme sürecinde etkilidir.	0,001	P<0,01**

Tablo 6’da görüldüğü üzere lisansüstü öğrenciler, vizyon geliştirme sürecine katkı sağladıklarını, vizyon geliştirme sürecinde temsil edildiklerini, vizyon geliştirmenin gerekliliğine inandıklarını, enstitünün vizyonu öğrencileri motive edecek biçimde geliştirdiğini ve enstitünün stratejik planında gelecek için yeni projelerin yer aldığı ifadelerini istatistiksel anlamda ileri düzeyde anlamlı bulmuştur (P<0,001).

Vizyon geliştirme sürecinde üniversitedeki hedef uyumunun dikkate alınmasını, vizyonun enstitü yöneticileri, çalışanlar ve öğrenciler arasında sinerji oluşturmaya beklenmesi ve üniversite yönetiminin getirdiği yenilikler ve değişiklikler, vizyon geliştirme sürecinde etkili olduğu ifadelerini istatistiksel anlamda çok anlamlı bulmuştur (P<0,01).

“Enstitüde görev yapan idari personel vizyon geliştirme sürecine katkı sağlamaktadır”, “Enstitü üst yöneticileri vizyon geliştirmeyi destekliyor”, “Vizyon geliştirme sırasında vizyonun gerçekçi ve ulaşılabilir olmasına dikkat edilir” ve “Üniversitemiz yönetim anlayışı vizyon geliştirme için uygun ortamı sağlar” ifadelerini istatistiksel anlamda anlamsız bulmuştur (P>0,05).

İletişim boyutuna ilişkin ifadelerle ilişkin bulgular Tablo 7’de sunulmuştur.

Tablo 7. İletişim Boyutuna İlişkin Bulgular

İfadeler	P değeri	Sonuç
Enstitü iletişim sistemi iletişim teknolojileri ile desteklenmektedir.	0,674	P>0,05 ^{ns}
Enstitü çalışanları, öğrencilerin ilgisini çekecek ve katılım sağlayacak bir dil kullanır.	0,011	P<0,05*
Enstitü iletişim sistemi vizyona bağlılığı artırır.	0,732	P>0,05 ^{ns}

Enstitü iletişim sistemi vizyona ulaşma yönünde etkililiği artırır.	0,754	P>0,05 ^{ns}
Enstitü iletişim sistemi öğrencilerin değerlere olan bağlılığını artırır.	0,651	P>0,05 ^{ns}
Enstitü iletişim sistemi öğrencilerin stratejik amaç ve hedeflere olan bağlılığını artırır.	0,109	P>0,05 ^{ns}
Enstitü iletişim sistemi stratejik uygulamaları etkinleştirir.	0,162	P>0,05 ^{ns}
Enstitü iletişim sistemi öğrencilerin ortak hareket etme kültürünü geliştirir.	0,012	P<0,05*
Enstitüde Vizyon geliştirme konularıyla ilgili bilgilendirme toplantıları yapılmaktadır.	0,000	P<0,001***
Enstitü iletişim sistemi etkin belgelerle desteklenmektedir.	0,000	P<0,001***

Tablo 7’de görüldüğü üzere lisansüstü öğrenciler, enstitüde vizyon geliştirme konularıyla ilgili bilgilendirme toplantıları yapıldığı ve enstitü iletişim sistemi etkin belgelerle desteklendiği ifadelerini istatistiksel açıdan ileri düzeyde anlamlı bulmuştur (P<0,001). “Enstitü çalışanları, öğrencilerin ilgisini çekecek ve katılım sağlayacak bir dil kullandığı” ve “enstitü iletişim sistemi öğrencilerin ortak hareket etme kültürünü geliştirir” ifadelerini istatistiksel anlamda anlamlı bulmuştur (P<0,05).

Enstitü iletişim sistemi iletişim teknolojileri ile desteklendiği, enstitü iletişim sistemi vizyona bağlılığı artırdığı, enstitü iletişim sistemi vizyona ulaşma yönünde etkililiği artırdığı, enstitü iletişim sistemi öğrencilerin değerlere olan bağlılığını artırdığı, enstitü iletişim sistemi stratejik uygulamaları etkinleştirdiği ve enstitü iletişim sistemi öğrencilerin ortak hareket etme kültürünü geliştirdiği ifadelerini istatistiksel anlamda anlamsız bulmuştur (P>0,05).

2.5.3.2. Vizyon ve İletişim Boyutları Arasındaki İlişki

Vizyon ve iletişim boyutlarına ait bulgular, ayrıca bu iki boyut arasındaki ilişkiyi test etmek üzere regresyon analizlerinden yararlanılmıştır.

Tablo 8. İletişim Boyutunun Vizyon Boyutuna Etkisinin Model Özeti.

Econder	ECONDER International Academic Journal [Issn: 2602-3806]	Cilt / Vol : 3, Sayı/Issue: 1, 2019
----------------	---	---

Vizyon Geliştirmede Etkili İletişimin Rolü: Bir Alan Çalışması (The Role of Effective Communication in Vision Development: A Case Study)

Model	R	R ²	Uyarlanmış R ²	Standart Tahmini Hata	Anova Sig (Anlamlılık)
1	,619 ^a	,384	,382	,46558	0,000

Belirleyiciler: İletişim

Tablo 8’den görüldüğü üzere iletişim ve vizyon boyutları arasındaki korelasyonu gösteren R değeri 0,619 olarak bulunmuştur. Bu değerin yüksek olması bağımsız değişkenle bağımlı değişken arasında güçlü bir ilişkinin olduğunu göstermektedir. İletişim bağımsız değişkeni vizyon değişkenini açıklamada yüksek ve anlamlı bir düzeyde ilişkiye sahiptir.

Tablo 9. İletişim Boyutunun Vizyon Boyutuna Etkisinin Regresyon Katsayıları.

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	t	Sig.
	B	Standart Hata	Beta		
İletişim	1,889	0,125	619	15,141	,000
	0,502	0,34		14,806	,000

Bağımlı Değişken: Vizyon

Tablo 9’ da verilen bilgilere göre bağımlı değişken vizyon ile bağımsız değişken iletişim arasındaki ilişki değerlendirilmektedir. Buna göre vizyon boyutu ve iletişim boyutu arasında orta düzeyde, pozitif yönlü bir ilişki söz konusudur(R=0,619).

Regresyon denklemi: Vizyon = 1.889 + 0,502

Sig = 0,000 < 0,05 olduğu için iletişim boyutu ve vizyon boyutu arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur. Yani iletişim geliştikçe vizyon geliştirmede paylaşım düzeyi de artmaktadır. Paylaşılan vizyon yöntemini seçen örgütlerin iletişim becerilerini sürekli geliştirerek üst düzeyde tutmaya çalışmaları yararlı olabilir.

3. Sonuç ve Öneriler

Örgütler için yaşamsal öneme sahip vizyon ve iletişim kavramlarının etkileşimli biçimde ele alındığı bu çalışma da fonksiyonel değişkenler olarak ele alınan ifadelerden türetilen hipotezler ile iki boyutta analiz edilmiştir.

Vizyon boyutu ifadelerinin analiz edilmesi sonucunda, lisansüstü öğrenciler, vizyon geliştirme sürecine katkı sağladıklarını, vizyon geliştirme sürecinde temsil edildiklerini, vizyon geliştirmenin gerekliliğine inandıklarını, enstitünün vizyonu öğrencileri motive edecek biçimde geliştirdiğini ve enstitünün stratejik planında gelecek için yeni projelerin yer aldığı, vizyon geliştirme sürecinde üniversitedeki hedef uyumunun dikkate alınmasını, vizyonun enstitü yöneticileri, çalışanlar ve öğrenciler arasında sinerji oluşturmalarının beklenmesi ve üniversite yönetiminin getirdiği yenilikler ve değişiklikler, vizyon geliştirme sürecinde etkili olduğu ifadelerini istatistiksel açıdan anlamlı bulmuştur ve vizyon boyutu ile pozitif yönlü bir ilişki söz konusudur ($p < 0,05$).

Elde edilen sonuçlara göre Karabük Üniversitesi lisansüstü öğrencilerinin vizyon boyutu ile ilgili olumlu sonuçları öğrencilerin enstitü vizyonunda ve vizyon geliştirmesinde kendilerini iyi bir noktada gördüklerini göstermektedir. Enstitü vizyon geliştirirken daha etkili kararlar alarak daha katılımcı yönetim anlayışı uygulayarak öğrencilere faydalı olacağı söylenebilir. Vizyon boyutu ifadelerinin analizine göre lisansüstü öğrenciler, enstitüde görev yapan idari personelin vizyon geliştirme sürecine katkı sağladığı, enstitü üst yöneticileri vizyon geliştirmeyi desteklediği, vizyon geliştirme sırasında vizyonun gerçekçi ve ulaşılabilir olmasına dikkat edildiği ve üniversitemiz yönetim anlayışı vizyon geliştirme için uygun ortamı sağladığı ifadelerini istatistiksel anlamda anlamsız bulmuştur ve vizyon boyutu ile herhangi bir ilişkisi yoktur ($P > 0,05$).

Karabük Üniversitesi lisansüstü öğrencileri enstitü çalışanlarının ve üniversitenin vizyon için uygun ortam geliştirmedeğini, vizyon geliştirmeyi desteklemediklerini düşünmektedir. Bunun için enstitü ve üniversite yönetiminin gerekli koşulları iyileştirerek, üniversite vizyonuna birlikte katkı

sağlama fikrini benimsemeleri öğrencilerin algılarının değişmesine katkı sağlayacağı söylenebilir.

İletişim boyutu ifadeleri incelendiğinde enstitüde vizyon geliştirme konularıyla ilgili bilgilendirme toplantıları yapıldığı ve enstitü iletişim sistemi etkin belgelerle desteklendiği, enstitü çalışanları, öğrencilerin ilgisini çekecek ve katılım sağlayacak bir dil kullandığı ve enstitü iletişim sistemi öğrencilerin ortak hareket etme kültürünü geliştirdiği ifadeleri istatistiksel açıdan anlamlı bulunduğu ve iletişim boyutu ile pozitif yönlü ilişkisi vardır ($P<0,05$). Bu verilere göre Karabük Üniversitesi lisansüstü öğrencileri iletişim sistemini ve enstitü çalışanlarıyla kurmuş oldukları iletişimi olumlu görmüşlerdir. Enstitü çalışanları iletişim sistemini daha da etkin kılarak öğrencilere sürece katkı sağlamada yaralı olacakları söylenebilir.

Enstitü iletişim sistemi iletişim teknolojileri ile desteklendiği, enstitü iletişim sistemi vizyona bağlılığı artırdığı, enstitü iletişim sistemi vizyona ulaşma yönünde etkililiği artırdığı, enstitü iletişim sistemi öğrencilerin değerlere olan bağlılığını artırdığı, enstitü iletişim sistemi stratejik uygulamaları etkinleştirdiği ve enstitü iletişim sistemi öğrencilerin ortak hareket etme kültürünü geliştirdiği ifadelerini istatistiksel anlamda anlamsız bulmuştur ve iletişim boyutu ile ilgili ilişkisi söz konusu değildir ($P>0,05$). Bu sonuçlara göre lisansüstü öğrencilerin iletişim sistemi teknolojilerini ve enstitü vizyonuna ulaşmada iletişim sistemini yetersiz bulunduğu gözlemlenmiştir. Enstitünün günümüz teknolojisine uygun iletişim sistemi geliştirerek öğrencilere daha etkin bir iletişim sistemi sunabilir.

Enstitü öğrencilerinin, enstitülerin vizyon geliştirmesinde kendilerini çok iyi bir noktada gördüğü fakat enstitülerin ve üniversite yönetiminin vizyon geliştirmesini yeterli bulmadıkları görülmüştür. Üniversite ve enstitü yönetiminin vizyon geliştirme sırasında öğrenci odaklı ve katılımcı vizyon oluşturma kararları alması öğrencilerin enstitüye ve üniversiteye bakış açılarının değiştireceği ve bağlılıklarını arttıracığı söylenebilir. Öğrencilerin durumu açısından yapılan değerlendirmede, ders aşamasında olan öğrencilerin enstitüye önyargılı yaklaştıkları, bununda kurumu yeterince tanımadıklarından oluştuğu söylenebilir.

İletişim boyutu sonuçlarına baktığımızda öğrencilerin iletişim sisteminden memnun olmadığı ve iletişim teknolojilerini kullanma düzeyini yetersiz buldukları görülmüştür. Enstitülerin güncel teknolojilerle iletişim sistemini yeterince tanıtamadıkları düşünüldüğünde teknolojiye dayalı öğrenci

iletişiminin yeterli tanıtımının yapılarak geliştirilmesi yararlı olacaktır. Ayrıca öğrencilerle yüz yüze etkin ve etkili bir iletişim kurmalarının yararlı olabileceği söylenebilir.

Çalışmanın amacı, Karabük Üniversitesinde lisansüstü eğitim gören öğrencilerin vizyon geliştirmede etkili iletişimin algılarını ölçmeye yöneliktir. Bu kapsamda öğrencilerin vizyon geliştirmeye sağladıkları katkı varsayımsal olarak öğrencilerle yüzyüze anket yoluyla ölçülmeye çalışılmıştır. Karabük Üniversitesi Lisansüstü öğrencilerinin enstitü vizyonunu belirlenmesinde herhangi bir resmi kanal bulunmamaktadır. Ancak öğrenciler ile enstitü çalışanları arasında gayri resmi, yüzyüze görüşmeler sayesinde geri dönüşler alınarak enstitü vizyonunu belirleme süreci oluşturulmaktadır.

Büte 2010 yılında Meslek Yüksekokulunda yaptığı çalışmada yüz yüze anket yöntemiyle “Meslek Yüksekokulu Yöneticilerinin Kişisel ve Örgütsel Vizyonları” nı incelemiştir. Yöneticileri ele alan çalışmada Büte meslek yüksekokulu yöneticilerinin, örgütsel ve kişisel vizyonlarının birbiriyle tutarlı olduğu, geleceğin meslek yüksekokulları için geliştirilen vizyonlarının açık ve net olduğu ve meslek yüksekokulu yöneticilerinin vizyonlarının geleceğin meslek yüksekokullarını oluşturmak için yeterli olduğu sonuçlarına ulaşmıştır. Buna ek olarak 2017 yılında İrak, Taşcıoğlu vd. tarafından hazırlanan makalede “Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin İletişim Becerileri: Iğdır Üniversitesi Örneği” konusu ele alınmıştır. Öğrencilerin iletişim becerilerini ele alan bu çalışmanın amacı öğrencilerin iletişim becerilerini yaş, cinsiyet, bölüm, sınıf ve ailenin aylık geliri değişkenine göre tesbit etmektir. İrak, Taşcıoğlu vd. meslek yüksekokulu öğrencileriyle yüz yüze anket yöntemiyle görüşmeler yapmıştır. Bu doğrultuda öğrencilerin iletişim beceri düzeyleri ile sınıf değişkeni açısından anlamlı bir farklılığın olmadığı sonucuna ulaşılmış ve öğrencilerin iletişim becerilerinin yüksek ve etkili olabilmesi noktasında öğretim elemanlarının azami derecede gayret sarf etmelerini önermişlerdir.

Yapılan araştırmalar sonucunda devlet üniversitelerinde enstitü öğrencilerini kapsayan vizyon geliştirme konusunda herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu kapsamda Karabük Üniversitesi Enstitü öğrencilerine yapılan çalışmanın yeni yapılacak olan çalışmalara örnek olacağı düşünülmektedir. Bu alanda yapılacak diğer araştırmalarda öğrencilerin enstitüye gelmeden enstitü imajı konusundaki bilgilerini önyargıdan arındıracak çalışmalar yapılması önerilebilir.

Kaynakça

- Atak, M. (2005). Örgütlerde Resmi Olmayan İletişimin Yeri ve Önemi, *Havacılık ve Uzay Teknolojileri Dergisi*, Cilt:2 Sayı:2 ss. 60-62
- Büte M. (2010). Meslek Yüksek Okulu Yöneticilerinin Kişisel ve Örgütsel Vizyonları, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2010, Cilt:24, sayı:4, s:192
- Çetin, C. (1997). Vizyon Geliştirme, *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, C.XII S.1-2 174
- Çetinkaya, Z. (2011). Türkçe Öğretmen Adaylarının İletişim Becerilerine İlişkin Görüşlerinin Belirlenmesi, *Kastamonu Eğitim Dergisi*, Cilt:19 No:2, ss. 567.
- Çiftçioğlu Aydemir, B.A. (2010). İşletmelerde Hedef Belirleme Ve Etkili İletişimde Nlp. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yönetim Bilimleri Dergisi* (8:1)99.
- Güllüoğlu, Ö. (2011). *Örgütsel İletişim (İletişim Doyumu ve Kurumsal Bağlılık)*. Eğitim Kitabevi. Ss: 43.
- İrak, H., Taşcıoğlu, R. (2017). Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin İletişim Becerileri: Iğdır Üniversitesi Örneği". *Atatürk İletişim Dergisi*, Sayı 14/2017 Sağlık İletişimi Özel Sayı. s. 198.
- Karaçor, S. ve Şahin A. (2004). Örgütsel İletişim Kurma Yöntemleri Ve Karşılaşılan İletişim Engellerine Yönelik Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. ss. .100-101.
- Özer, M.A. (2009). Vizyondan Misyonu Örgütsel Gelecek Tasarımı, *Çerçeve Dergisi*, Ss: 70.
- Ramazanoğlu, F. & Bahçeci, B.(2006). Örgütlerde Vizyon Ve Misyon Kavramı, *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları*. ss. 53-54.
- Sancak, K. & Yılmaz, N. (2018). Vision Change and Foreign Supports in Turkey's Foreign Policy. *The Journal of International Scientific Researches*, 3(2), ss. 123-131.
- Seçer, İ. (2017) *SPSS ve LISREL ile Pratik Veri Analizi Analiz ve Raporlaştırma*, Anı Yayıncılık, Ankara.

Şahin, S. ve Aral, N. (2012). Aile İçi İletişim, *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*, 1(3) sy.56.

Taşpınar, S. (2015). Belediyelerde Vizyon Yönetimi, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, ss. 44-149.

Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması, *Istanbul University Journal of the School of Business*, Vol: 46, Special Issue 2017, ss.: 74-85 ISSN: 1303-1732 – <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/iuisletme>.

Yüksel, İ. (2005). İletişimin İş Tatmini Üzerindeki Etkileri: Bir İşletmede Yapılan Görgül Çalışma, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6(2). Ss: 296.