



Article Type	Research Article	Accepted / Makale Kabul	21.10.2019
Received / Makale Geliş	11.08.2019	Published / Yayınlanma	23.10.2019

ÜNİGAP ÜYESİ ÜNİVERSİTELERİN STRATEJİK YÖNDEN İNCELENMESİ; MİSYON İFADELERİNİN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ¹

STRATEGIC ANALYSIS OF UNIGAP MEMBER UNIVERSITIES; COMPARATIVE ANALYSIS OF MISSION STATEMENTS

Öğr. Gör. Safa ACAR

Siirt Üniversitesi, Kurtalan MYO, Finans-Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü Bölümü, Siirt / TÜRKİYE, ORCID: 0000-0002-9578-0198

Öğr. Gör. Süleyman ÇELİK

Siirt Üniversitesi, Kurtalan MYO, Finans-Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü Bölümü, Siirt / TÜRKİYE, ORCID: 0000-0001-8999-0995

Öğr. Gör. Soner KÜNÇ

Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Muhasebe ve Vergi Bölümü, Gaziantep / TÜRKİYE, ORCID: 0000-0001-8936-9282



Doi Number: <http://dx.doi.org/10.26450/jshsr.1462>

Reference: Acar, S., Çelik, S. & Künç, S. (2019). Ünigap Üyesi Üniversitelerin Stratejik Yönden İncelenmesi; Misyon İfadelerinin Karşılaştırmalı Analizi. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 6(43): 3069-3077.

ÖZET

Stratejik yönetimin en önemli unsurları arasında yer alan misyon, vizyon, amaç ve değerler; bir işletmenin geçmişi ve geleceği arasındaki temel farkları ortaya koyabilmesi açısından çok önemli ifadelerdir. Özellikle misyon ifadesi bir işletmenin varlık nedenini belirtmesinin yanında toplumun hangi ihtiyaçlarını karşılayacağı yönünde bildirimler içermektedir. Misyon ifadesi işletmenin geleceğe yönelik belirlemiş olduğu amaçların hangi çerçevede ortaya konulması gerektiğine ait bir yol haritası belirlemektedir. Bu amaçla işletmeler kendilerine ait bir misyon ifadesi belirlemeli ve bu ifade çerçevesinde hareketlerini yönlendirmelidir. Bu çalışmanın amacı, misyon ifadesinin stratejik değerinin üniversitelerde hangi düzeylerde etkili olduğunu ölçebilmektir. Bu kapsamda, GAP Bölgesi Üniversiteler Birliği (ÜNİGAP) üyesi olan 11 üniversitenin misyon ifadeleri karşılaştırmalı bir içerik analizine tabi tutulmuştur. Yapılan analiz kapsamında üniversitelerden 9 tanesinin kamu üniversitesi 2 tanesinin de vakıf üniversitesi olması kamu- özel karşılaştırmasına da imkan tanımıştır. Elde edilen veriler ışığında analiz kapsamına alınan üniversitelerin öğrenci, kamu kaygısı ve büyüme değerlerini sıklıkla kullandıkları tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Stratejik Yönetim, Misyon, Üniversite, ÜNİGAP.

ABSTRACT

Mission, vision, goals and values are among the most important elements of strategic management; they are very important expressions in terms of revealing the fundamental differences between the past and the future of an enterprise. In particular, the mission statement includes not only the reason for the existence of an enterprise, but also the declarations of the needs of the society. The mission statement sets out a road map of the framework in which the objectives of the enterprise should be set for the future. For this purpose, enterprises should define their own mission statement and guide their actions within the framework of this statement. The aim of this study is to measure the level of strategic value of mission statement in universities. In this context, mission statements of 11 universities that are members of ÜNİGAP were subjected to a comparative content analysis. In the scope of the analysis, the fact that 9 of the universities were public universities and 2 of them were foundation universities made public-private comparisons possible. In the light of the data obtained, it was determined that the universities included in the analysis frequently used student, public anxiety and growth values.

Key Words: Strategic Management, Mission, University, ÜNİGAP.

¹ Bu çalışma sorumlu yazar tarafından 23-25 Kasım 2018 tarihinde Afyonkarahisar'da düzenlenen Uluslararası Türk Dünyası Araştırmaları Sempozyumu'nda sunulan bildirinin düzenlenmiş ve genişletilmiş halidir.

1. GİRİŞ

Misyon ifadesi stratejik yönetim uygulayan işletmelerin başlangıç noktasını oluşturan bir yapıdır (Ülgen & Mirze, 2013). Bu sebeple işletmeler kuruluş aşamalarında misyon ifadelerine gereken önemi göstermeli ve işletmenin amaç, hedef ve stratejilerine uygun bir misyon ifadesi belirleyip bütün paydaşları ile paylaşmalıdır. Misyon ifadesini tam olarak oluşturan firmalar bu kaynaktan devam ederek vizyon, amaç ve değerlerini de aynı çerçevede oluşturabilirler. Misyon ifadesi işletmenin kuruluş amacını ve varlık nedenini ifade etmekte kullanılırken, vizyon ifadesi gelecekte hangi noktada olunmasının arzu edildiği bilgiyi aktarmak için kullanılır. Misyon ifadesi bir işletmenin neden kurulduğunu ve ekonomik yapı içerisinde hangi boşluğu doldurduğu gibi önemli noktalara değinmektedir. Bir örgütün misyon ifadesi, daha önceden belirlenen ve gelecekte ulaşmak istenen hedeflere yönelik bir yol haritası ortaya koymaktadır. Bu sebeple bir işletmenin misyon ifadesinin değerini bilmesi ve bütün üyelerine benimsetmesi işletmenin yapması gereken en önemli işlerin başında gelmektedir.

Misyon ifadesi gibi stratejik yönetimin en önemli unsurları arasında yer alan bir ifadesinin oluşturulması sadece özel sektörde yer alan firmaların bir zorunluluğu değildir. Aynı zamanda kamu sektörü kapsamında yer alan devlet kuruluşlarının da uygulanan stratejik yönetim uygulamaları çerçevesinde misyon, vizyon, amaç ve değerlerini tam olarak belirlemeleri büyük önem arz etmektedir. Bu kapsamda misyon ifadelerinin özel önemine binaen kamu kuruluşlarının ilk kuruldukları andan itibaren varlık nedenlerini belirlemeleri ve bu çerçevede bir misyon ifadesi oluşturmaları elzemdir. Tıpkı özel sektör firmaları gibi kamu sektöründe yer alan firmalar da misyon ifadelerine önem vermeli ve bütün üyelerine varlık nedenlerinin ne olduğu konusunda hemfikir olunması için çabalamaları gerekmektedir. Bu kapsamda, çoğu kamu kurumu statüsünde olan ancak aynı zamanda özel sektör formu da olan yüksek öğretim kurumları için de misyon ifadesinin çok büyük bir önemi bulunmaktadır. Özellikle etkili ve değerli bir ifade oluşturmak için belirlenmiş olan misyon bildirimini toplumsal ihtiyaçlara odaklanmış bir şekilde hazırlanmalı ve işletmenin bütün üyeleri tarafından benimsenmelidir.

Bu çalışma, diğer firmalardan çok farklı bir statüye sahip olan yükseköğretim kurumlarının stratejik yönden bir incelemesi niteliğindedir. Bu çerçevede, çalışmanın amacı; üniversitelerin misyon ifadelerinin karşılaştırmalı bir analize tabi tutularak stratejik yönetim düzeylerinin hangi düzeyde olduğunun tespit edilmesidir. Bu kapsamda ÜNİGAP üyesi 11 üniversitenin halka açık olarak yayınladıkları misyon ifadeleri Pearce ve David (1987)'in belirlediği 9 temel değer yönüyle incelenmiş misyon ifadelerinin genel durumları ortaya konulmuştur.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Yoğun rekabet ortamında çalışmak zorunda kalan işletmeler, bazı stratejik yönetim unsurlarını kullanarak yoğun rekabetin kırıcı etkilerini azaltabilmek için çaba sarf etmektedirler. En önemli adımlardan birisi ise stratejik yönetim uygulamalarının işletmeye kazandırılmasıdır. Bilgiç (2013:69) stratejik yönetim kavramını, “etkili stratejiler geliştirmeye, uygulamaya ve sonuçlarını değerlendirerek kontrol etmeye yönelik kararlar ve faaliyetler bütünüdür” şeklinde tanımlamıştır. Bu çerçevede stratejik yönetim kavramı, işletmenin hayatının başladığı andan itibaren işletmeye etki etmekte ve stratejik yönetimin unsurlarından olan misyon ifadesi, amaçlar, değerler ve bunların etkisiyle oluşturdukları vizyon bildirimini sayesinde uzun ömürlü olabilme, rekabetçi olabilme ve sürdürülebilir kaynak yönetimi sağlama gibi kazanımlar elde etmeye yardımcı olabilmektedir.

Bütün işletmeler için hayati bir değere ve öneme sahip olan misyon ifadesi stratejik yönetim unsurlarının en önemlilerinden biri olarak kabul edilebilir. Misyon ifadeleri genellikle büyük stratejik girişimlerin kritik bir başlangıç noktası olarak kabul edilmektedir (Lopez & Martin, 2018:342). İşletme stratejilerinin oluşum sürecinde misyon ifadeleri çok önemli roller üstlenmektedir (Berbegal-Mirabent, Mas-Machuca, & Guix, 2019). Misyon ifadesinin tanımı farklı kaynaklarda farklı şekillerde yer almaktadır. Özellikle son dönemlerde artan yoğun rekabet ortamının etkisiyle misyon ifadeleri büyük önem kazanmış ve firmalar misyon ifadelerini kuruluş aşamasında belirledikleri gibi çevresel değişikliklerin etkisiyle revize ederek çevreye uyumlu hale getirmeye başlamıştır. Bu sebeple öncelikle misyon ifadesinin tanımı yapılarak ortak bir tanım oluşturulmaya çalışılmıştır.

Türk Dil Kurumu'na göre misyon ifadesi “görev, amaç ve dinsel, bilimsel veya diplomatik bir görev yüklenmiş kimselerden oluşan kurul” olarak tanımlanmış ve ağırlık olarak görev noktasına odaklanılmıştır (Türk Dil Kurumu, 2018). Ülgen ve Mirze'ye (2013:173) göre ise “bir işletmeye yön

vermek ve anlam kazandırmak amacıyla belirlenmiş ve o işletmeyi benzerlerinden ayıran görev ve ortak değerler” olarak tanımlanmıştır. Bir misyon ifadesi işletmenin hazırladığı stratejik planın en görünür kısımlarından birini oluşturmaktadır. Misyon ifadesi, işletmelerin kendilerini nasıl gördüklerini ve başkalarının onları nasıl görmek istediklerini düşündüklerini gösteren bir ifade bütünü olarak kabul edilebilir. Bu sebeple stratejik planda bu çerçevede hazırlanmaktadır (Seeber, Barberio, Huisman, & Mampaey, 2019:231). Özel sektör, kamu sektörü, kar amacı gütmeyen veya KOBİ olması fark etmeksizin bir işletmenin stratejik yönetim konusunda en önemli odak noktalarından birini misyon ifadesi oluşturmaktadır (Najimudinova, 2018:134). Etkili bir misyon ifadesi, bir işletmeyi kendine rakip olan diğer işletmelerden ayıran özellikleri barındırır ve işletmenin yürüttüğü faaliyetleri ürün ve piyasa koşulları içerisinde net bir şekilde tanımlar. Bir misyon ifadesi işletmeye biçilen rollerden daha fazla bir organizasyon kimliği oluşturmalıdır (Pearce & David, 1987:109). Misyon bildirimleri stratejik planlamanın önemli başlangıç kaynağı olarak kabul edilebilir. İşletmeler stratejilerini mevcut olan misyonların çerçevesinde hazırlar ve sadece var olma sebebi değil iş felsefesinin de misyon tarafından etkilendiği kabul edilebilir. Bu yönleriyle misyon bir işletmenin kimliğinin ne olduğunu belirleyen bir değer olarak kabul edilebilmektedir (Arabacı & Şener, 2014:702).

Drucker’a göre (1978) misyon ifadesi; genel olarak iki amaca hizmet etmek için hazırlanmaktadır. Bu amaçlardan birincisi, basit bir amacın beyanını sağlamak ve ikincisi ise işletmenin tasvir edilmesi olarak hizmet veren daha kapsamlı bir açıklama sağlama olarak belirtilebilir (Aktaran: Lopez & Martin, 2018:342). Basit ya da geniş anlamda olsa da misyon ifadesi ile işletme ve paydaşlar arasında bir iletişim oluşur. Aynı zamanda, misyon ifadesi örgütün geliştirdiği stratejileri ile örgüt faaliyetlerinin uyumlu hale getirilmesi işlemidir. Bu sebeple misyon ifadeleri oluşturulurken öncelikle işletmenin hedefleri ile uyumlu hale getirilmesi gerekmektedir. Bu noktada işletmenin varlık nedeninin sorgulanması ve ortaya çıkan sonuç çerçevesinde misyon bildirimini oluşturulmalıdır. Firmalar misyon ifadelerini belirlerken sadece amaçları ile odaklandırmaktan ziyade aynı zamanda içerisinde buldukları rekabet ortamını da dikkate alarak bir misyon ifadesi oluşturmalarıdır. Bu sebeple misyon ifadesinin bir başka tanımında misyon ifadesi, firmanın paydaşları, çalışanları, müşteri ve hissedarları gibi iş çevreleri ile ilişkilerini belirleyen ve işletmenin değerlerini inançlarını ve ilkelerini ortaya çıkartan bir ifade olarak düşünülmesi gerekmektedir (Yüzbaşıoğlu, Topsakal & Doğan, 2016:31,32).

Örgütler misyon ifadelerini açık bir şekilde ifade ederek rekabet içerisinde oldukları rakipleri ile aralarında olan farkları ortaya koymalıdır. Bu sayede çalışanlar örgütün hedeflerine odaklanabilir. Çalışanlarla ortak ve paylaşılan bir kültür oluşturmanın yolu da yine misyon ifadesinden geçmektedir. Misyon ifadesi müşteriler ile iletişimde, çalışanların hedefleri net biçimde anlamasında ve rakiplerden sıyrılmak için kullanılan stratejilerde büyük öneme sahip bir yerdedir (Ocak, Güler & Basım, 2016:505,506).

Misyon aynı zamanda örgütün içerisinde bulunduğu çevre içerisinde kendisine atfettiği görevin bir ifadesidir. Örgütün yaptığı görevin amacı ve nasıl yapacağı bu ifade de gizlidir (Aytar & Soylu, 2017:121). Örgütlerin işe yönelik yaklaşımları, iş felsefeleri, işyeri konumlandırmaları, müşteriye yönelik oluşan yaklaşımları, kalite yaklaşımları, işlerinde uyguladıkları uygulamalar ve işe yönelik umursamazlıkları birbirlerinden farklılıklar göstermektedir. Bu farklılıkların temelinde işletmenin varlık nedeni, kuruluş nedeni, hangi hedefleri gerçekleştirmek için kurulduğu ve diğer işletmelerden hangi yönleriyle farklılaştığı gibi değerler yatmaktadır. Bu farklar ve değerler misyon ifadesi ile ifade edilmektedir (Ülgen & Mirze, 2013:173).

Misyon ifadesi çalışanlar arasında uyumu sağlayan bir takım çalışması kılavuzu, paylaşılan değerler hakkında bir merkez, çalışanların alması gereken sorumluluklar konusunda bir yol gösterici ve ortak bir değer sistemi olarak kabul edilmektedir. Aynı zamanda misyon ifadesi kurum imajını kamuoyuna ve kurumun paydaşlarına ulaştıracağı en önemli aktarım ifadesidir. İyi oluşturulmuş bir misyon ifadesi bir amaç, değer duygusu ve ortak beklentiler inşa etmede büyük katkı sağlayacaktır (Najimudinova, 2018:135,136).

Etkili bir misyon ifadesinde olması gereken özellikleri Ülgen ve Mirze (2013) şu şekilde sıralamıştır (Aktaran: Acar, 2017:219):

- ✓ Misyon ifadesi işletme tarafından paylaşılan ortak değer ve inançlardan oluşturulmalıdır,
- ✓ Misyon ifadesi işletme için uzun dönemli bir amaç olmalıdır,

- ✓ Misyon her zaman işletmeyi daha iyiye ve daha üstün başarılarla yönetmek üzere hazırlanmalıdır,
- ✓ Misyon işletmede çalışanların hepsini kapsamalıdır,
- ✓ Misyon sadece belli bir işletmeye özel ve sadece o işletmeye özgü olmalıdır,
- ✓ Misyon niceliklerle ilgili bir değer değil, niteliklerle ilgili bir değer olmalıdır,
- ✓ Misyon işletmenin içine yönelik değil, dışına yönelik bir kavram,
- ✓ Misyon mamul ve ürünlere yönelik değil pazara yönelik bir biçimde hazırlanmalıdır.

David (2002)'e göre bir misyonda olması gerekenler ise şu şekilde sıralanmaktadır (Aktaran: Muslu, 2014:155):

- ✓ Bir misyon ifadesi en fazla 200 kelime olmalı ve çok uzun kelimeler yerine kısa kelimeler tercih edilmelidir.
- ✓ Misyon ifadesi örgüt hakkında olumlu duygu ve düşünceleri barındırmalıdır.
- ✓ Misyon ifadesine bakan bir kişi şirketin başarılı olacağı izlenimine sahip olmalıdır.

Pearce ve David (1987), işletmelerin misyon ifadelerini belirleme süreçlerinde işletmenin stratejisinin ve daha önceden yapılmış olan araştırmaların dikkate alınmasının önemli olduğunu ifade etmişlerdir. Bu kapsamda bir misyon ifadesinin içeriğinde barındırması gereken değerleri şu şekilde sıralamışlardır (Acar, 2018:1008):

- ✓ Müşteriler: Örgütün hedeflediği müşteri ve pazar özelliği hangi bileşenlerden oluşur?
- ✓ Ürünler/Hizmetler: İşletmenin hedef olarak kabul ettiği ürünler ve hizmetler
- ✓ Rekabet alanı/Pazarlar: İşletmenin coğrafik alanının seçimi
- ✓ Teknoloji: Örgütün temel teknolojisinin belirlenmesi
- ✓ Büyüme, Karlılık Hedefleri: Örgütün hayatta kalabilmesi için büyüme ve karlılık hedefleri
- ✓ Felsefe: Örgüt felsefesinin anahtar elementlerinin belirlenmesi
- ✓ Benlik Kavramı: Örgütün temel yetkinliğinin ne olduğunu belirlemesi
- ✓ Topluma Karşı Sorumluluk: Örgütün toplumsal imajının belirlenmesi
- ✓ Çalışanlar: İşletmenin çalışanlarına karşı sorumluluğu

3. ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Yükseköğretim kurumları gerek örgüt yapıları gerek ise ilgilendikleri çevresel değerler itibarıyla normal işletmelerden ayrı bir konumda yer almaktadır. Bu sebeple stratejik yönetim ve uygulamalarda da farklılıklar olması beklenmektedir. Bu kapsamda çalışmanın amacı yüksek öğretim kurumlarının misyon ifadelerinin literatürde belirlenmiş ve bir misyonda olması gereken değerler olarak kabul gören değerlerin kaçını içerdiğini incelemektir. Yapılan analizlerden sonra; “Yüksek öğretim kurumlarının misyon ifadelerinde literatürde belirtilen değerlerin hangileri yer almaktadır?” sorusunun cevabına ulaşılmak istenilmektedir.

Araştırmanın kapsamına bakıldığında araştırmanın evrenini Yüksek Öğretim Kurumu (YÖK) 2018 verilerine göre Türkiye Cumhuriyeti sınırları içerisinde yer alan 206 üniversite oluşturmaktadır. Bu sayının 129 tanesi devlet üniversitesi, 72 adedi vakıf üniversitesi ve 5 tanesi de vakıf meslek yüksekokulu statüsündedir. Araştırmanın örneklemini 206 üniversite içerisinde ÜNİGAP programına üye olan 11 üniversite oluşturmaktadır.

3.2. Araştırmanın Önemi, Varsayımları ve Kısıtları

Araştırma yükseköğretim kurumları gibi özel bir yapıda olan kurumların stratejik yönetim ve uygulamaları noktasında gelişim ve değişimlerini incelemek yönüyle önemlidir. Misyon ifadesi sayesinde paydaşlara aktarılan stratejik yönetim ve uygulamaları daha kolay bir şekilde tespit edilebilecektir. Bu kapsamda yapılan analizler sonucunda yükseköğretim kurumlarının stratejik

yönetime olan yönelimleri de değerlendirilebilecektir. Araştırmanın kapsamına giren bütün üniversitelerin yayınlamış oldukları misyon ifadelerinin bütün paydaşları tarafından bilindiği varsayılmaktadır. Araştırmanın sadece belli bir bölgenin içinde bulunan üniversitelere yapılması diğer bölgelerdeki üniversitelere uygulanmaması büyük bir kısıt olarak kabul edilebilir.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada ikincil veriler kullanılmıştır. Analiz yöntemi olarak nitel analiz yöntemlerinden içerik analizi tekniği uygulanmıştır. Nitel analiz yöntemi “anamlı bir şekilde sayılarla ifade edilemeyen verilerin toplanması, analiz edilmesi ve yorumlanmasını içeren analiz türü” olarak kabul edilir. Nitel araştırmanın temel amacı sonuçlar sayesinde konu hakkında derinlemesine bilgilere ulaşmaktır (Kurtuluş, 2010:35). İçerik analizi ise “var olan kayıt ve belgelerden veri toplama tekniği” olarak tanımlanabilir (Karasar, 2016:229). Araştırmada kullanılan veriler kapsamında ÜNİGAP üyesi üniversitelerin internet sitelerinde halka açık olarak yayınladıkları misyon ifadeleri kullanılmıştır. Araştırmaya ÜNİGAP üyesi 11 üniversitenin misyon ifadeleri dahil edilmiştir.

Araştırmanın temelinde misyon ifadesinin literatürde belirlenmiş olan 9 değer içerme durumları analiz edilmektedir. Bu sebeple Pearce ve David tarafından 1987 yılında belirlenen müşteriler (öğrenciler), ürün ve hizmetler, rekabet alanı, teknoloji, büyüme, felsefe, benlik kavramı, topluma karşı sorumluluk ve çalışanlar noktalarında bir inceleme yapılmıştır.

Yapılmış olan analiz çerçevesinde konu ile ilgili iki araştırmacı tarafından birbirlerinden farklı zamanlarda ikişer defa misyon ifadeleri okunarak yukarıda belirlenmiş olan 9 değerden hangilerini kapsadığı değerlendirilmiş ve elde edilen sonuçlar temel alınarak bazı sonuçlara ulaşılmıştır. Bu sonuçlar bulgular kısmında yer almaktadır.

4. BULGULAR

Araştırmaya dahil edilen 11 üyesinin bulunduğu ÜNİGAP projesi üniversitelere yönelik olarak hazırlanan bu analiz çalışmasında toplamda 11 üniversitenin misyon ifadesi veri olarak kabul edilmiş ve elde edilen misyon ifadeleri üzerinde incelemelerde bulunulmuştur. Analizlerden önce üniversiteler ve buldukları iller hakkında kısa bilgiler verilecektir.

YÖK ana sayfası üniversiteler alt sekmesinden alınan 2018 yılına ait bilgilere göre ÜNİGAP üniversitelerin bulunduğu illerdeki öğrenci ve öğretim elemanı sayıları Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1: Üniversitelerdeki Öğrenci ve Öğretim Elemanı Sayısı Tablosu

Üniversitenin Adı	Bulunduğu İl	Öğrenci Sayısı	Öğretim Elemanı Sayısı
Adıyaman Üniversitesi	Adıyaman	19.467	871
Batman Üniversitesi	Batman	10.607	396
Dicle Üniversitesi	Diyarbakır	32.266	1.724
Gaziantep Üniversitesi	Gaziantep	50.003	1.585
Hasan Kalyoncu Üniversitesi	Gaziantep	9.041	279
Sanko Üniversitesi	Gaziantep	1.141	92
Harran Üniversitesi	Şanlıurfa	24.403	1.125
Kilis 7 Aralık Üniversitesi	Kilis	8.548	350
Mardin Artuklu Üniversitesi	Mardin	7.714	489
Siirt Üniversitesi	Siirt	9.217	534
Şırnak Üniversitesi	Şırnak	3.347	259
Toplam		175.754	6.704

Tablo 1 incelendiğinde ÜNİGAP bölgesinde toplamda 175.754 öğrencinin bulunduğu ve 6.704 öğretim elemanı ile faaliyetlerin yürütüldüğü görülmektedir. En yüksek öğrenci **Gaziantep Üniversitesi’nde** (50.003), en düşük öğrenci sayısı ise İl olarak **Şırnak** (3.347), Üniversite olarak ise **Sanko Üniversitesi’nde** (1.141) olarak görülmektedir. İl bazında bakıldığında yine **Gaziantep** şehri 60.185 öğrenci ile birinci sırada yer almaktadır. **Diyarbakır** 32.366 öğrenci barındırmakta iken **Şanlıurfa** ili 24.403 öğrenci barındırmaktadır. Öğretim elemanı dağılımına bakıldığında Tablo 2’deki veriler karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 2: Üniversitelerin Öğretim Elemanı Dağılım Yüzdeleri

Üniversite Adı	Öğretim Elemanı Sayısı	Yüzde
Adıyaman Üniversitesi	871	12,99
Batman Üniversitesi	396	5,91
Dicle Üniversitesi	1.724	25,72
Gaziantep Üniversitesi	1.585	23,64
Hasan Kalyoncu Üniversitesi	279	4,16
Sanko Üniversitesi	92	1,37
Harran Üniversitesi	1.125	16,78
Kilis 7 Aralık Üniversitesi	350	5,22
Mardin Artuklu Üniversitesi	489	7,29
Siirt Üniversitesi	534	7,97
Şırnak Üniversitesi	259	3,86
Toplam	6.704	100

Tablo 2 verilerine baktığımızda bölgedeki öğretim elemanlarının üniversitelere göre dağılım yüzdeleri görülmektedir. Bu değerlere göre öğretim elemanlarının % 25,72'si Diyarbakır Dicle Üniversitesi'nde yer almaktadır. Öğretim elemanlarının % 23,64'ü ise Gaziantep Üniversitesi'nde yer almaktadır. Şanlıurfa Harran Üniversitesi'nde toplam öğretim elemanlarının %16,78'si bulunurken Adıyaman Üniversitesi'nde %12,99 oranında öğretim elemanı bulunmaktadır. En az öğretim elemanı oranına sahip il ise %3,86 oranı ile Şırnak ve %5,22 oranı ile Kilis 7 Aralık Üniversiteleri oluşturmaktadır.

Misyon ifadelerine yönelik olarak yapılan analiz sonucunda Tablo 3'e ulaşılmıştır.

Tablo 3: Misyon İfadelerinde Yer Alan Değerlerin Analizi Tablosu

	Öğrenciler	Hizmetler	Yer/Piyasa	Teknoloji	Süreklilik	Büyüme	Karlılık	Felsefe	Yetkinlik	Kamu Kaygısı	Çalışanlar
Adıyaman Üniversitesi	+		+		+	+				+	
Batman Üniversitesi	+	+		+	+	+			+		
Dicle Üniversitesi	+					+			+	+	
Gaziantep Üniversitesi	+	+						+		+	
Harran Üniversitesi	+			+	+	+				+	
Hasan Kalyoncu Üniversitesi	+		+		+	+				+	
Sanko Üniversitesi	+		+	+	+	+			+	+	
Kilis 7 Aralık Üniversitesi	+		+			+				+	
Mardin Artuklu Üniversitesi	+		+								
Siirt Üniversitesi			+						+	+	
Şırnak Üniversitesi			+	+	+	+				+	

Tablo 3'de misyon ifadelerinde yer alan değerlerin olup olmaması durumu gösterilmektedir. Eğer değer var ise (+) işareti ile gösterilmiş yok ise () şeklinde boş bırakılmıştır. Tablo 3 verilerine göre en çok yer alan değerler **öğrenciler**, **kamu kaygısı** ve **büyüme** değerleridir. En az ya da hiç yer almayan değerler ise **çalışanlar** ve **karlılık** değerleridir. Misyon ifadesinde en fazla değeri barındıran misyon bildirimleri ise **Batman Üniversitesi** ve **Sanko Üniversitesi'nin** hazırladıkları misyon bildirimleridir. Bu durumlar Tablo 4 ve Tablo 5'te daha ayrıntılı olarak ifade edilmektedir.

Tablo 4: Misyonlardaki Değerlerin Seçim Sıklığı ve Frekansı

Değerler	Seçim Sıklığı (N)	Frekans %
<u>Öğrenciler</u>	<u>9</u>	<u>18</u>
Hizmetler	2	4
Yer/Piyasa	7	14
Teknoloji	4	8
Süreklilik	6	12
<u>Büyüme</u>	<u>8</u>	<u>16</u>
Karlılık	0	0
Felsefe	1	2
Yetkinlik	4	8
<u>Kamu Kaygısı</u>	<u>9</u>	<u>18</u>
Çalışanlar	0	0
TOPLAM	50	100

Tablo 4 incelendiğinde 9 misyon ifadesinde yer alan **öğrenciler ve kamu kaygısı** değerleridir. Bu değerlerin ardından 8 sıklık sayısı ile **büyüme** değeri bulunmaktadır. **Yer ve piyasa** değeri 7 misyon ifadesi içerisinde yer almaktayken **süreklilik** değeri de 6 misyon ifadesi içerisinde yer almaktadır.

Çalışanlar değeri hiçbir misyonda yer almamaktadır. Aynı şekilde karlılık değeri de hiçbir misyon ifadesi içerisinde yer bulamamıştır. Felsefe değeri sadece bir misyon ifadesinde yer alırken hizmetler ifadesi 2, yetkinlik değeri 4 misyon ifadesi içerisinde ve teknoloji değeri de 4 ifade içerisinde yer almaktadır.

Tablo 5’de ise üniversitelerin misyon ifadelerinde yer alan değerlerin frekanslarını içeren tablo oluşturulmuştur.

Tablo 5: Misyon İfadelerinde Yer Alan Değerler Frekans Tablosu

Üniversite Adı	Kapsayan Değer Sayısı (N)	Frekans (%)
Adıyaman Üniversitesi	5	10
Batman Üniversitesi	6	12
Dicle Üniversitesi	4	8
Gaziantep Üniversitesi	4	8
Harran Üniversitesi	5	10
Hasan Kalyoncu Üniversitesi	5	10
Sanko Üniversitesi	7	14
Kilis 7 Aralık Üniversitesi	4	8
Mardin Artuklu Üniversitesi	2	4
Siirt Üniversitesi	3	6
Şırnak Üniversitesi	5	10
TOPLAM	50	100

Tablo 5’den elde edilen verilere göre literatürde yer alan 9 değerden en yüksek sayıda içeren misyon ifadesi **Sanko Üniversitesi** misyon ifadesi ve **Batman Üniversitesi** misyon ifadesidir. Toplam 9 değerden 7 tanesini **Sanko Üniversitesi’nin** misyon ifadesi kapsamaktadır. Aynı zamanda **Batman Üniversitesi’nin** misyon ifadesi de 9 değerden 6 tanesini kapsamaktadır. Bu üniversitelerin birinin kamu diğerinin ise vakıf üniversitesi olması kamu-özel ayrımının ortaya çıkmadığını göstermektedir.

Literatürde yer alan 9 değerden en az değere misyon ifadesinde yer veren iki üniversiteden biri **Mardin Üniversitesi’nin** misyon ifadesi (%4) toplamda 2 değer içermekte ve **Siirt Üniversitesi’nin** misyon ifadesi (%6) ise toplamda 3 değer içermektedir. Bu üniversitelerin misyon ifadelerini tekrar gözden geçirip revize etmelerinde büyük fayda bulunmaktadır. Genel olarak bakıldığında ise ortalama 5 değer misyon ifadelerinde yer aldığı görülmektedir. Bu durum umut vadeden bir durum olarak kabul edilebilir.

5. SONUÇ

Yükseköğretim kurumları toplumun gelişiminde büyük öneme sahip ve yetiştirdiği öğrenciler ile daima gelişime bilime katkı sağlarken aynı zamanda üyelerini ve paydaşlarını araştırmaya sevk eden kurumlardır. Bu yapıları yükseköğretim kurumlarını diğer örgütlerden farklı bir konuma koymakta ve bu sayede değerlerini artırmaktadır. Stratejik olarak rekabetin her geçen gün arttığı son dönemde diğer örgütlerin stratejik yönetim uygulamalarına verdiği önem gibi, gelecek açısından büyük öneme sahip olan üniversitelerin yani yükseköğretim kurumlarının da stratejik yönetim uygulamalarına büyük önem vermesi gerekmektedir. Bu noktadan hareketle stratejik hedef ve değerlerin paydaşlara en kolay bir şekilde aktarılabilmesi en önemli araç misyon ifadesinin doğru ve ihtiyaçları kapsayan bir yapıda hazırlanarak sunulması olmalıdır. Yüksek öğretim kurumları hazırladıkları misyon ifadeleri ile hem ilişkide oldukları dış çevre faktörlerine hem de çalışanları ve öğrencileri gibi iç çevre faktörlerine hedeflerini değerlerini ve amaçlarını bildirebileceklerdir. Misyon ifadesi stratejik yönetimin odak noktası ve başlama noktası konumunda olması sebebiyle önem verilmesi gereken bir değerdir.

Bu çalışmanın temel amacı yüksek öğretim kurumlarının misyon ifadelerine gösterdikleri önemi ortaya koymak ve üniversitelerin misyon ifadelerinin genel durumunu gösterebilmektir. Çalışma, yüksek öğretim kurumları gibi ekonomilerin gelecek vizyonlarında stratejik yönden çok önemli bir konuma sahip olan kurumların misyon ifadesine verdikleri önemin daha da artırılması gerektiği düşüncesinden hareketle ortaya çıkmıştır. Yükseköğretim kurumları içinde yer aldıkları ekonominin en önemli üretim faktörü olan insan kaynağını en donanımlı bir şekilde geliştirmekte ve gelecek vizyonuna katkı sağlamaktadır. Bu çerçevede analize tabi tutulan yüksek öğretim kurumlarının misyon ifadelerine genel bir çerçevede bakıldığında yeterli bir yapıda olmasa da ortalama bir seviyede oldukları söylenebilmektedir. Özellikle kurum yapısı gereği beklenen değerleri kapsamaları bakımından yeterli düzeyde bir içerik özelliğine sahip olan misyon ifadeleri geleceğe yönelik yolda üniversitelere katkıda bulunabileceklerdir. Genel olarak bakıldığında yüksek öğretim kurumları misyon ifadelerine değer vermektedir. Belirledikleri hedefler doğrultusunda hazırlanmış olan misyon ifadeleri literatürde kabul görmüş olan misyon ifadesinde yer alması gereken değerlerin yarısına yakınına barındırmaktadır. Ancak bu değer yükseköğretim kurumu gibi geleceğe ışık tutması gereken kurumlar için düşük kabul edilebilir.

Üniversitelere yönelik bazı öneriler şu şekilde sıralanabilir:

- Üniversiteler çağın gereklerine ayak uydurmak adına belirli dönemlerde misyon ifadelerini revize ederek hedeflerine daha uyumlu misyon ifadeleri sahibi olabilirler.
- Üniversitelerin ellerindeki en önemli değer olan çalışanlar hakkında belirlenmiş hedeflerin misyon ifadelerine dahil edilmesi akademik gelişim açısından büyük katkı sağlayacaktır.
- Üniversitelerin misyon ifadelerinde yer almayan değerlerden felsefe değeri de örgütsel bağlamda üniversitelerin ihtiyacı olan bir değerdir. Bu sebeple misyon ifadeleri içerisinde felsefeye yönelik ibarelerin dahil edilmesi önemlidir.
- Gelecekte yapılacak çalışmalarda inceleme konusu olarak, üniversitelerin misyon ifadelerinin yanında değerleri, hedefleri ve vizyon ifadelerinin de bir arada olduğu çalışmalar yapmak daha net bilgi sahibi olmak adına önem taşımaktadır.

Sonuç olarak yapılan çalışma neticesinde üniversitelerin ya da genel adıyla yüksek öğretim kurumlarının misyon ifadeleri gerekli değerleri barındırmakla birlikte daha yüksek düzeyde değeri içermesi yüksek öğretim kurumlarının yenilikçi yapılarının bir gereği olarak görülmektedir. Özellikle rekabet piyasalarında nitelikli insan gücünün bir rekabet avantajı olarak kabul edilmeye başlandığı son yıllara odaklanıldığında üniversitelere daha fazla iş düşmekte ve öğrencilerin daha vasıflı ve daha nitelikli olabilmeleri için büyük çaba sarf etmeleri gerekmektedir. Belirledikleri stratejik yönetim yapısı içerisinde en önemli yeri dolduran misyon ifadesinin nitelikli öğrenci odaklı hazırlanması üniversitelerin bu günün şartlarına uyum sağlayabilmesinde büyük bir değişim noktası olarak kabul edilebilir.

KAYNAKÇA

ACAR, S. (2017). BİST Sürdürülebilirlik Endeksinde Yer Alan Şirketlerin Misyon İfadelerinin Kurumsal Sürdürülebilirlik Açısından Analizi. *International Journal of Academic Value Studies (Javstudies)*, 215-223.

- ACAR, S. (2018). Turizm İşletmelerinin Misyon İfadelerinin İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi: Afyon İli Örneği. *1st International Congress of Political, Economic and Financial Analysis - 2018 (PEFA'18)*, (s. 1005-1013). Aydın: PEFA.
- ARABACI, İ. B. & ŞENER, G. (2014). Üniversitelerin Misyon İfadelerinin Tematik Olarak İncelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*,22(2),701-716.
- AYTAR, O. & SOYLU, Ş. (2017). Türk Bankacılık Sektörünün Misyon ve Vizyon İfadelerine Yönelik Bir İçerik Analizi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*,17(3),117-131.
- BERBEGAL-MIRABENT, J., MAS-MACHUCA, M. & GUÍX, P. (2019). Impact of mission statement components on social enterprises' performance. *Review of Managerial Science*,20(1).
- BİLGİÇ, A. (2013). Stratejik Yönetim Düşüncesinin Evrimi. *Denetim*, 11, 69-75.
- KARASAR, N. (2016). *Bilimsel İrade Algı Çerçevesi İle Bilimsel Araştırma Yöntemi Kavramlar İlkeler Teknikler*. Ankara: Nobel Yayınları.
- KURTULUŞ, K. (2010). *Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Türkmen Kitabevi.
- LOPEZ, Y. P. & MARTIN, W. F. (2018). University Mission Statements and Sustainability Performance. *Business and Society Review*,123(2),341-368.
- MUSLU, Ş. (2014). Örgütlerde Misyon ve Vizyon Kavramlarının Önemi. *HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*,3(5),150-171.
- NAJIMUDINOVA, S. (2018). Content Analyses On Mission StatementsOf The Mobile NetworkOperators In Kyrgyzstan. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*,133-148.
- OCAK, M., GÜLER, M. & BASIM, N. H. (2016). Türk Savunma Sanayi Firmaları Vizyon ve Misyon İfadelerinin İçerik Analizi. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*,23(2),503-518.
- PEARCE, J. A. & DAVID, F. (1987). Corporate Mission Statements: The Bottom Line. *Academy of Management Executive*, 1(2),109-116.
- SEEBER, M., BARBERIO, V., Huisman, J. & Mampaey, J. (2019). Factors affecting the content of universities' mission statements: an analysis of the United Kingdom higher education system. *Studies in Higher Education*,44(2),230-244.
- TÜRK DİL KURUMU. (2018, 12 09). http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c0d3cf0de4030.04879748. 12 09, 2018 tarihinde büyük türk dil sözlüğü: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c0d3cf0de4030.04879748 adresinden alındı
- ÜLGEN, H. & MİRZE, S. K. (2013). *İşletmelerde Stratejik Yönetim*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- YÜZBAŞIOĞLU, N., TOPSAKAL, Y. & DOĞAN, O. (2016). Operasyonel Yaklaşım İle Misyon Analizi: Türkiye'de Faaliyet Gösteren Dört Uluslararası Zincir Otel Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*,7(18),30-45.