

ICEB 2016

2 INTERNATIONAL CONGRESS ON ECONOMICS AND BUSINESS

New Economic Trends and Business Opportunities



MAY 30 - JUNE 3 , 2016

Sarajevo / BOSNIA AND HERZEGOVINA



MANİSA
CELAL BAYAR
UNIVERSITY



SAKARYA
UNIVERSITY



INTERNATIONAL
UNIVERSITY OF
SARAJEVO



INTERNATIONAL
VISION
UNIVERSITY



ULUDAĞ
UNIVERSITY



UNIVERSITY OF
BELGRADE



BALIKESİR
UNIVERSITY



ULUDAĞ
UNIVERSITY



SAKARYA
UNIVERSITY



MANİSA
CELAL BAYAR
UNIVERSITY



INTERNATIONAL
SAREJEVO
UNIVERSITY



INTERNATIONAL
VISION
UNIVERSITY



BALIKESİR
UNIVERSITY

ICEB'16

2nd INTERNATIONAL CONGRESS ON ECONOMICS AND BUSINESS
“New Economic Trends and Business Opportunities”

MAY 30-JUNE 3 2016

Sarajevo/Bosnia and Herzegovina

ICEB 2016 SARAYBOSNA

HONORARY CO-PRESIDENTS OF THE CONGRES / KONGRE ONURSAL EŞ BAŞKANLARI

Prof. Dr. Ahmet Kemal ÇELEBİ (President of Manisa Celal Bayar University)

Prof. Dr. Muzaffer ELMAS (President of Sakarya University)

Prof. Dr. Yücel OĞURLU (President of International University of Sarajevo)

Prof. Dr. Fadıl HOCA (President of International Vision University)

Prof. Dr. Yusuf ULCA Y (President of Uludag University)

Prof. Dr. Kerim ÖZDEMİR (President of Balıkesir University)

COORDINATORS OF THE CONGRES / KONGRE KOORDİNATÖRLERİ

Prof. Dr. Mustafa MIYNAT(Manisa Celal Bayar University)

Prof. Dr. Ahmet Vecdi CAN (Sakarya University)

Prof. Dr. Mehmet YÜCE (Uludağ University)

Prof. Dr. Şakir SAKARYA (Balıkesir University)

Assoc. Dr. Hasan KORKUT (International University of Sarajevo)

Assoc. Dr. Mensur NUREDİN (International Vision University)

ORGANISATION COMMITTEE / ORGANİZASYON KOMİTESİ

Prof. Dr. Hüseyin AKTAŞ (Manisa Celal Bayar University), Doç. Dr. Tuncer ÖZDİL (Manisa Celal Bayar University), Yrd. Doç. Dr. Coşkun ÇILBANT (Manisa Celal Bayar University), Yrd. Doç. Dr. Sühal ŞEMŞİT (Manisa Celal Bayar University), Yrd. Doç. Dr. Serkan CURA (Manisa Celal Bayar University), Yrd. Doç. Dr. Burak ÖZDOĞAN (Manisa Celal Bayar University), Yrd. Doç. Dr. Adem AKBIYIK (Sakarya University), Yrd. Doç. Dr.Kamil TAŞKIN (Sakarya University), Mesut Ramazan EKİCİ (Sakarya University), Arş. Gör. Pelin MASTAR ÖZCAN (Manisa Celal Bayar University), Arş. Gör. Anıl GACAR (Manisa Celal Bayar University), Arş. Gör. Deniz DİRİK (Manisa Celal Bayar University), Arş. Gör. Tuna Can GÜLEÇ (Manisa Celal Bayar University), Arş. Gör. Osman GÜLDEN (Manisa Celal Bayar University), Assist. Prof. Halil İbrahim ÖZMEN (Balıkesir University)

SCIENTIFIC COMITTEE / BİLİM KURULU ÜYELERİ

Prof.Dr. Ahmet Kemal ÇELEBİ (Celal Bayar Universty), Prof.Dr. Ahmet Vecdi CAN (Sakarya University), Prof.Dr. Birol KOVANCILAR (Manisa Celal Bayar University), Prof.Dr. Hüseyin AKTAŞ (Manisa Celal Bayar University), Prof.Dr. Bünyamin DURAN (Manisa Celal Bayar University), Prof.Dr. Canan AY (Manisa Celal Bayar University), Prof.Dr. Cengiz YILMAZ (Manisa Celal Bayar University), Prof.Dr. Cüneyt Yenal KESBİÇ (Manisa Celal Bayar University), Prof. Dr. Doğan UYSAL (Manisa Celal Bayar University), Prof. Dr. Ekrem GÜL (Sakarya University), Prof. Dr. Erman COŞKUN (Sakarya University), Prof. Dr. Fadıl HOCA (International Vision University), Prof. Dr. Florya MİFTARİ (FON University), Prof. Dr. Gültekin YILDIZ (Sakarya University), Prof. Dr. Halil KALABALIK (Sakarya University), Prof. Dr. Hamza AL (Sakarya University), Prof. Dr. Hasan TUTAR (Sakarya University), Prof. Dr. Hilmi KIRLIOĞLU (Sakarya University), Prof. Dr. İbrahim EROL (Manisa Celal Bayar University), Prof. Dr. Kadir ARDIÇ (Sakarya University), Prof. Dr. Mehmet SARIŞIK (Sakarya University), Prof. Dr. Musa EKEN (Sakarya University), Prof. Dr. Mustafa MIYNAT (Manisa Celal Bayar University), Prof.Dr. Muzaffer ELMAS (Sakarya University), Prof.Dr. Orhan BATMAN (Sakarya University), Prof.Dr. Ramazan GÖKBUNAR (Manisa Celal Bayar University), Prof. Dr. Recai COŞKUN (Sakarya University), Prof. Dr. Remzi ALTUNIŞIK (Sakarya University), Prof. Dr. Salih ŞİMŞEK (Sakarya University), Prof.Dr. Selehattin KARABINAR (Sakarya University), Prof. Dr. Serkan BAYRAKTAROĞLU (Sakarya University), Prof.Dr. Semra ÖNCÜ (Manisa Celal Bayar University), Prof.Dr. Sevinç KÖSE (Manisa Celal Bayar University), Prof.Dr. Sibel SELİM (Manisa Celal Bayar University), Prof. Dr. Sasho KOZUHAROV (University of Tourism and Management), Prof. Dr. Asılбек KULMIRZAEV(Kyrgyz Turkish Manas University), Prof. Dr. Mirko TRIFUNOSKI (Fon University), Prof. Dr. Anarkul URDALETOVA (Kyrgyz Turkish Manas University), Prof. Dr. Halit YANIKKAYA(Technical University of Gebze), Prof. Dr. Zoran Filipovski (International Vision University), Prof. Dr. Kerim ÖZDEMİR - Balıkesir University, Prof.Dr.Şakir SAKARYA- Balıkesir University, Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT - Balıkesir University, Assoc. Prof. Ali TAŞ (Sakarya University), Assoc. Prof. Asena ALTIN GÜLOVA (Manisa Celal Bayar University), Assoc. Prof. Aykut Hamit TURAN (Sakarya University), Assoc. Prof. Aylin ÜNAL (Manisa Celal Bayar University), Assoc. Prof. Ayşe YERELİ (Manisa Celal Bayar University), Assoc. Prof. Buğra ÖZER (Manisa Celal Bayar University), Assoc. Prof.

Burhanettin ZENGİN (Sakarya University), Assoc. Prof. Cevdet KAYALI (Manisa Celal Bayar University), Assoc. Prof. Çetin YAMAN (Sakarya University), Assoc. Prof. Çiğdem SOFYALIOĞLU (Manisa Celal Bayar University), Assoc. Prof. Erdem HEPAKTAN (Manisa Celal Bayar University), Assoc. Prof. Fatih DEMİR (Manisa Celal Bayar University), Assoc. Prof. Ferruh TUZCUOĞLU (Sakarya University), Assoc. Prof. Garip KARTAL (International Vision University), Assoc. Prof. Hakan TUNAHAN (Sakarya University), Assoc. Prof. Hayrettin ZENGİN (Sakarya University), Assoc. Prof. Kadir KARAGÖZ (Manisa Celal Bayar University), Assoc. Prof. Koray KAYALIDERE (Manisa Celal Bayar University), Assoc. Prof. Mahmut AKBOLAT (Sakarya University), Assoc. Prof. Mahmut KARĞIN (Manisa Celal Bayar University), Assoc. Prof. Mustafa Cahit ÜNGAN (Sakarya University), Assoc. Prof. Necdet BİLGİN (Manisa Celal Bayar University), Assoc. Prof. Oğuz TÜRKAY (Sakarya University), Assoc. Prof. Osman EMİN (International Vision University), Assoc. Prof. Rabia AKTAŞ (Manisa Celal Bayar University), Assoc. Prof. Sashko GRAMATNIKOVSKI (University of Tourism and Management), Assoc. Prof. Selim İNANÇLI (Sakarya University), Assoc. Prof. Serhat BAŞTAN (Manisa Celal Bayar University), Assoc. Prof. Sibel KARĞIN (Manisa Celal Bayar University), Assoc. Prof. Taki DEMİR (Sakarya University), Assoc. Prof. Tuncer ÖZDİL (Manisa Celal Bayar University), Assoc. Prof. Tülin CANBAY (Manisa Celal Bayar University), Assoc. Prof. Yasemin ÖZDEMİR (Sakarya University), Assoc. Prof. Elias BOUKRAMI (London Regent's University), Assoc. Prof. İlkey DİLBER (Manisa Celal Bayar University), Assoc. Prof. Burak KARTAL (Manisa Celal Bayar University), Assoc. Prof. Abdülmecid NUREDİN (International Vision University), Assoc. Prof. Dr. Fariz Ahmadov, (Azerbaijan State Economic University), Assoc. Prof. Dr. Elena Mihajloska, (St. Kiril and Metody University), Assoc. Prof. Dr. Kalina Sotiroska İvanoska, (International Vision University), Assoc. Prof. Dr. Alpay Recep, (International Vision University), Assoc. Prof. Dr. Ebrar İbraimi, (International Vision University), Assoc. Prof. M.Cem KIRANKABEŞ (Balıkesir University), Assoc. Prof. Yusuf AYMANKUY (Balıkesir University), Assoc. Prof. Murat DOĞDUBAY (Balıkesir University), Assoc. Prof. Oğuzhan İLBAN (Balıkesir University), Assoc. Prof. Mehmet Emin AKKILIÇ (Balıkesir University)

CONGRESS SECRETARY / KONGRE SEKRETERYASI

Yrd. Doç. Dr. Burak ÖZDOĞAN
Araş. Gör. Dr. Pelin MASTAR ÖZCAN
Araş. Gör. Dr. Anıl GACAR
Araş. Gör. Deniz DİRİK
Araş. Gör. Tuna Can GÜLEÇ
Araş. Gör. Osman GÜLDEN

KAPAK

Sefa ARSLAN

E – ISBN: 978-975-8628-47-6

Üniversite-Sanayi İşbirliği ve Paydaşlar İlişkisinin Kurulmasında Örgütsel İletişimin Etkisi

Dorian ALİU* Ömer ÖZKAN** Armando ALİU***

Özet

Üniversiteler, genellikle içinde buldukları toplumun gelişmesine sosyal ve kültürel alanlarda katkı sağlarken; son yıllarda paydaşları ile kurdukları işbirlikleri dolayısıyla ekonomik anlamda önemli roller üstlenmeye başlamışlardır. Özellikle üniversite-sanayi işbirliği kapsamında paydaş yaklaşımını benimseyen üniversiteler bu doğrultuda iç yapısını koordine etmektedirler. Bu bağlamda, örgüt içerisindeki birimlerin ortak amaçları gerçekleştirilmede doğru iletişimi sağlaması gerekmektedir. Örgütleri amaçlarına ulaştıran insanların kendi aralarında kurdukları iletişimin kalitesi, bir ölçüde içinde buldukları örgütün başarısı ile doğru orantılıdır. Özellikle kalabalık örgütlerde kaliteli bir iletişim sağlamayı görev üstlenen yöneticilerin bu konuda hassas davranmaları beklenmektedir. Örgütsel iletişim, 'yapı'dan 'bağlam'a ve 'bağlam'dan 'süreç'e doğru bir yol izlemektedir. Örgütler yapıları itibarıyla belirli bir iletişimsel bağlam ortaya koymaktadırlar. Zaman içerisinde yapıları değişime uğrayan örgütlerin bağlamda da bir yenilenmeye gittikleri söylenebilir. Ancak her durumda gerçekleşebilecek iletişimsel bir dönüşümün süreç olarak doğru yönetilmesi son derece önemlidir. Bu çerçevede, çalışmada Üniversite-Sanayi İşbirliği ölçüsünde örgütsel iletişimi güçlendiren faktörler ve belirleyicilerin tespit edilmesine yönelik teorik araştırmalar incelenmiştir. Ayrıca, uygulama boyutunda Türkiye'de Marmara Bölgesi'nde bir vakıf üniversitesi ile bir devlet üniversitesine bağlı olarak faaliyet gösteren Üniversite-Sanayi İşbirliği Araştırma ve Uygulama Merkezleri örnek olay araştırma yöntemi ve belge inceleme tekniği kullanılarak kıyaslanmıştır. Kıyaslama yapılırken Üniversite-Sanayi İşbirliği Araştırma ve Uygulama Merkezi yöneticileri ile mülakat gerçekleştirilmiştir. Araştırma çıktıları bakımından ideal bir Üniversite-Sanayi İşbirliği Araştırma ve Uygulama Merkezi içerisinde etkin bir örgütsel iletişim mekanizması ve efektif bir paydaşlar-arası işbirliğinin nasıl olabileceği üzerine öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Örgütsel İletişim, Paydaş Yaklaşımı, Üniversite-Sanayi İşbirliği*

JEL Kodu: *I23, M00, M1, L2*

Abstract

Universities generally contribute to the development of societies in terms of social and cultural fields; and in recent years, they have established partnerships with stakeholders. Thus, universities have started to play an important role in economic aspects. In particular, the universities that adopt the stakeholder approach in frame of university-industry collaboration are coordinating their internal structure in this direction. In this context, the units within an organization must provide proper communication for attaining common purposes. The communication quality that people create among each other for

* Doktora Öğrencisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, dorianaliu@gmail.com

** Prof. Dr., İstanbul Ticaret Üniversitesi, Hukuk Fakültesi, oozkan@ticaret.edu.tr

***Doktora Öğrencisi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Dış Ticaret Enstitüsü, armando.aliu@alumni.uni-heidelberg.de

Teşekkür: *Bu çalışma, İstanbul Ticaret Üniversitesi'nde yürütülen 'ICU-DUPA/2015-EUP-01' kodlu büyük ölçekli uygulamalı araştırma projesi kapsamında hazırlanmıştır. Bu kapsamda, İstanbul Ticaret Üniversitesi Düşünce ve Proje Üretim Akademisi'ne (DÜPA) ve proje ortağı olan Sakarya Üniversitesi Rektörlüğü'ne kurumsal desteklerinden dolayı teşekkür ederiz.*

achieving organization's aims is to some extent directly proportional to the organization's success. Especially, the managers who undertake the task of ensuring better communication quality in crowded organizations are expected to be sensitive to this issue. Organizational communication is following a way from 'structure' to 'context' and from 'context' to 'process.' Organizations put forward a specific communicative context within their structures. It can be claimed that the changed structures of organizations may create a renewal process in the 'context' of organizations. However, it is extremely crucial to manage a communicative transformation as a process, properly. In this framework, in this study the theoretical investigations that are related to the determinants and factors which strengthen organizational communication were examined within the scope of university-industry collaboration. Furthermore, University-Industry Cooperative Research Application Centers that are actively operating under a state and a private non-profit universities located in Marmara region in Turkey were compared by means of using case study research method and document examination technique. Interviews with managers of University-Industry Cooperative Research Application Centers were conducted while doing comparisons. In terms of research outcomes, some suggestions were presented to better conceive an effective organizational communication mechanism and efficient inter-stakeholders collaboration in an ideal University-Industry Cooperative Research Application Center.

Keywords: *Organizational Communication, Stakeholder Approach, University-Industry Collaboration*

JEL Code: *I23, M00, M1, L2*

I. GİRİŞ

Bilim ile teknoloji daha önce hiç olmadığı kadar güntümüzde iç içe geçmiş durumdadır ve işbirliği içinde düşünülmektedir. Bilgisayarlar, geliştirilmiş teknolojik aletler, deney cihazları olmaksızın, yalnız kağıt ve kalem kullanılmak veya düşünmelerimiz doğrultusunda bilimsel araştırmalar yapmak, neredeyse imkansızduruma gelmiş bulunmaktadır (İnam, 2004: 17). Son yıllarda ülkelerin birbiriyle olan rekabetinde bireysel başarıların toplamının özellikle etkili olacağı ifade edilmektedir. Ayrıca, başarıların sağlanmasında farklı kesimlerin birlikte çalışma arzu ve olgunluğuna sıkı sıkıya bağlı olduğu vurgulanmaktadır. Bu ortama bakıldığında; *bilim insanların tutumu, eğitimde sağlanacak gelişmeler, üniversitelerin bilgi paylaşım yetenekleri, kamunun stratejileri planlama kapasitesi ile birlikte mevcut değerlerin rasyonel kullanımı, kaynak dağılımında akılcılık, sivil toplumda sorumluluk ve çevre bilinci* 'mozaik'in önemli kısımları olarak yer almaktadır. Bu ortamın özenle beslemeye çalıştığı iki önemli kesimden biri üniversiteler, diğeri ise sanayi ve iş dünyasıdır (Kiper, 2010: 5).

Üniversiteler, temel gayeleri olan eğitim ve öğretim faaliyetleri yanısıra bilimsel bilginin üretiminde de katkıda bulunarak, bir yandan sanayinin ihtiyaç duyduğu kalifiye personeli yetiştirmekte, diğeri yandan ise yapılan çalışmalarla sanayi için gerekli bilginin veya teknolojinin üretimine katkı sağlamaktadır (Bozkurt ve Aytaç, 1996: 5). Bu çerçevede, bilimsel gelişmenin esas üreticisinin üniversiteler, yeni teknolojiler ile ekonomik gelişmenin temel aktörlerinin ise sanayi olduğu düşünüldüğünde, bu iki kültürün işbirliğinin önemi daha açık ortaya çıkmaktadır (Etzkowitz, 2003; Kiper, 2004). Özellikle yapısı ve işlevi bakımından birbirinden tamamen farklı olan bu iki tarafın birbiriyle olan ilişkisinde iletişimin önemi yadsınmaz. Bu durumda, üniversite tarafını temsil eden yöneticilerin sanayi ile ilişkilerinde iletişimsel yetenekleri ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda, iletişim olgusunun dönüşümüne ve örgütsel çerçevede sahip olduğu önemine odaklanmak gerekmektedir.

Güntümüzde insan iletişiminin aldığı boyut yazılı, sözlü, görsel-işitsel şekillerini aynı sistem içinde bütünleştiren bir hiper-metin (hypertext) ya da meta-dil (metalinguage) şeklini aldığı görülmektedir (Castells, 2013: 440). Yeni iletişim teknolojileri (örneğin, Web

2.0 gibi) ve sosyal medya bu meta-dilin yansımalarıdır (Kanışlı, 2013; Avcı, 2014). Kavram olarak iletişim, en geniş anlamda 'iki birim arasında birbirleriyle ilişkili mesaj alışverişi' dir (Cüceloğlu, 2004: 68). Özellikle yönetim alanında önemi tartışılmaz olan iletişim sürecinin unsurları: kaynak, algı (filtre), mesaj (ileti, haber), iletişim kanalı, çevre koşulları, alıcı ve geriye bilgi akışı (geri besleme – feedback) üzerinde çokça durulmaktadır (Koçel, 2014: 613-621).

Literatürde iletişimi dört boyutuyla gruplandırılan ve 'kanal/yol metaforu (conduit metaphor)' olarak niteleyen Reddy'nin öncülük ettiği anlayışa göre: i) dilin, duygu ve düşünceleri insandan insana transfer ettiği, ii) konuşmacı ve yazarların kelimelere duygu ve düşüncelerini yükledikleri, iii) kelimelerin duygu ve düşünceleri içerdiği ve iv) dinleyiciler ile okuyucuların kelimelerden duygu ve düşünce çıkarımında buldukları varsayımları içermektedir (Axley, 1984: 429; Lammers, 2011).

Bu çerçevede düşünüldüğünde örgütler, kendi hikayeleri, türünleri, teknolojileri, örgütsel yapıları, yönetim kademeleri, işgücü, toplum ve iklim gibi bileşikleri ile birer özgün varlıktır (Brenner ve Sigband, 1973: 323; Yazıcı, 2002). Örgütlerin daha rasyonel şekilde çalışabilir hale getirilmesi ve işletmelerde etkinliğin ve verimliliğin artırılması birçok unsur ile ilişkilidir. Bu unsurlardan birisinin de iletişim olduğu ifade edilmektedir. Etkin bir iletişim sisteminin işletme faaliyetlerini olumlu yönde etkileyeceği hususunda fikir birliğine varılmıştır (Babaoğlu, 1992: 27). İşletmede amaçlanan kişilerarası ilişkilerin olumlu yönde gelişmesi ise, dar boyutlar içinde sıkışan iletişim ağlarının genişletilmesi ve tek yönlü iletişim yerine imkanlar dahilinde iki yönlü yansımali iletişime geçilmesi ile mümkün olduğu bir gerçektir (Sabuncuoğlu ve Tüz, 2005: 126).

Sonuç olarak örgütler de bireyler gibi, çevresi ile ilişki, iletişim ve etkileşimde bulunan organizmalara benzemektedirler. Karşılaştıkları durumlara uyum sağlar ve sürekli değişmektedirler. İlişkiyi yönetmek, iletişimi ve etkileşimi yönetmenin ilk safhasını oluşturmaktadır. Bunlar birbirlerini tamamlayan süreçlerdir. Örgütle çevresi arasındaki bağlantı, ilişkiyle başlamakta, iletişimle gelişmekte ve etkileşimle (interaktif süreçlerin yaşanmasıyla) sonuçlanmaktadır (Tutar, 2009: 43). Örgüt ile dış çevresi arasındaki bağlantı, çok yönlü ve açık iletişim kanalları aracılığıyla toplumun çeşitli kesimleri ile bilgi alış-verişi yapılarak ve çeşitli düzeylerde ilişki kurularak işletme-toplum bütünleşmesinin sağlanmasına olanak sunmaktadır (Eskiyörük, 2015: 96).

II. METODOLOJİ VE SINIRLILIKLARI

Araştırma kapsamında, Üniversite-Sanayi İşbirliği (ÜSİ) ölçütünde örgütsel iletişimi güçlendiren faktörler ve belirleyicilerin tespit edilmesine yönelik teorik çalışmalar incelenmiştir. Uygulama boyutunayönelik, Türkiye'de Marmara Bölgesi içerisinde yer alan devlet ve vakıf üniversitelerinin toplamı (N= 67) araştırmanın evreni olarak seçilmiştir. Üniversitelerin büyük bir çoğunluğu (% 82.1) İstanbul ve Bursa illerinde yer almaktadır. Tablo 1'de Marmara Bölgesi'ndeki üniversitelerde yer alan araştırma ve teknolojik geliştirme merkezlerine yönelik daha ayrıntılı bilgiler yer almaktadır. Bu bağlamda hem üniversite yoğunluğu hem de çeşitli merkezleri birarada barındırmaları bakımından bir vakıf üniversitesi ve bir devlet üniversitesine bağlı olarak faaliyet gösteren ÜSİ Merkezleri bu iki ilden örnek olay yöntemi kapsamında incelenmiştir.

Örnek olay yöntemi genelde sayısal veriler içererek bir modern olgunun kendi gerçek dünyasında araştırılmasına yardımcı olmaktadır. Araştırılan içerik ile olgular arasındaki sınırlar açık ve görünür olmadığında ve çok sayıda kaynaktan gösterenin araştırmaya eklenmek istendiğinde örnek olay araştırması uygun bir yöntem olarak düşünülmektedir (Eisenhardt, 1989; Yin, 2003).

Tablo 1: Marmara Bölgesi'ndeki Üniversitelerin Araştırma ve Teknoloji Geliştirme Merkezleri

MARMARABÖLGESİ	ÜNİVERSİTE İSTATİSTİKLERİ			
	devlet	vakıf	ÜSİ Merkezi	Teknokent / Teknopark
				Teknoloji Transfer Ofisi

İL)	TOPLAM (12)	5	2	14	9	11
İstanbul		1	1	8	5	9
Bursa				2	1	1
Balıkesir				1	-	-
Kocaeli				1	1	1
Sakarya				-	1	-
Çanakkale				-	1	-
Tekirdağ				1	-	-
Düzce				1	-	-

Kaynak: <<http://www.yok.gov.tr/web/guest/universitelerimiz>> internet adresi ve üniversitelerin

kendi internet sayfalarından yararlanılmıştır.

Araştırmada incelenen vakıf ve devlet üniversitelerinin seçiminde; ÜSİ Merkezi, Teknokent/Teknopark ve Teknoloji Transfer Ofisi (TTO) gibi birimleri birarada bulundurmalarına dikkat edilmiştir. Bu bağlamda, Kaymaz ve Yiğit (2011: 198) bu gibi yapıların üniversite-sanayi arasında köprü görevi gördüklerini ifade etmişlerdir.

Üniversite bünyesinde yer almayan teknoloji geliştirme merkezi ve Ar-Ge merkezi göz önünde bulundurulduğunda ise; Marmara bölgesinde, toplam 18 Teknoloji Geliştirme Bölgesi ile 113 Ar-Ge Merkezi'nin faaliyet gösterdiği belirtilmektedir (T. C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2014).

Araştırmada seçilen örneklem ile ilgili olarak üniversiteler baz alınarak belge inceleme tekniği kullanılmıştır. Farklı iki örnek arasında kıyaslama yapılırken ÜSİ Merkezi yöneticileri ile yarı yapılandırılmış mülakat yöntemi gerçekleştirilmiştir.

Yarı yapılandırılmış mülakatların yapılması sırasında kullanılan sorular açık uçlu olmakla birlikte, bir sistematik ve yapı kapsamında sorulmaktadır. Mülakatta kullanılacak soruların daha önceden bir literatür taraması yapıldıktan sonra belirlenmesi gerekmektedir. Soruların yöneltildiği kişiden daha detaylı bilgi vermesi beklenmektedir. Alınan cevapların ise yine belirli bir sistematik çerçevesinde araştırmada sunulması uygun olmaktadır (Demir, 2011: 279-280). Bu araştırma kapsamında kullanılan sorular, Demir'in (2011) de vurguladığı üzere mülakat öncesi literatür taraması sırasında çalışmanın içeriğine uygun bilimsel araştırmalardan (Siegel, Waldman, Atwater ve Link, 2003; 2004) yararlanılarak hazırlanmıştır.

İncelemeye dahil edilen üniversitelerde faaliyet gösteren araştırma ve teknolojik geliştirme birimlerine yönelik belge incelenmesi, bu birimlerin yönetiminde yetkili olan kişilerle gerçekleştirilen mülakatlar sonucu elde edilen bilgiler, üniversite ile paydaşları arasında kurulan iletişim ile ilişkilendirilmiştir.

III. PAYDAŞ YAKLAŞIMI VE ÜNİVERSİTE-SANAYİ İŞBİRLİĞİ İLİŞKİSİ

Paydaş kavramı Freeman tarafından; 'bir organizasyonun hedeflerine ulaşmasında etkileyen ya da etkilenen kişi veya gruplar' olarak tanımlanmıştır (Freeman, 1984: 53; Frooman, 1999: 192; Welch ve Jackson, 2007: 183). Paydaş yaklaşımı, temel değerler veya prensipler içeren ilişkilere yatırım yapılması gerektiğinin önemine vurgu yapmaktadır. Dolayısıyla, paydaş yaklaşımı stratejik planlamaların uygulanması ve formüle edilmesinde yöneticilerin kişisel değerlerini paylaşmasına izin verebilmektedir. Bunun tipik bir örneği de işletme stratejisi konseptidir (Freeman, 2004: 234). Söz konusu paydaşların oluşturdukları bu ağ, hükümetlerden firmalara, demokratik kitle örgütlerinden üniversite ve araştırma kurumlarına kadar oldukça kalabalık, inovasyon sistemi içinde etkileşimde bulunan aktörler kümesi olarak görülmelidir (Kiper, 2004: 73). Siegel vd., (2003: 113) üniversite-sanayi işbirliği bağlamında; üniversite ile ilişkili bilim adamları ve yöneticileri, sanayi ile ilişkili bilim adamları, büyük firmalara mensup Ar-Ge yöneticileri ve girişimcileri bir arada düşünmek gerektiğini belirtmişlerdir. Adıgüzel (2011a: 166) Ar-Ge ve teknoloji transferinin yenilikçilikteki başarıya etkisini, yalnızca üniversitelerin,

araştırma enstitülerinin, girişimlerin ve diğer ilgili kurumların birbirinden bağımsız olarak yeteneklerine ve kapasitelerine bağlı olmayıp, birlikte hareket etmeleri sonucu daha etkin olabileceklerini belirtmiştir. Bu birlikteliğin sağlanmasında devlete önemli stratejik görevler düştüğünü de ayrıca vurgulamıştır.

Devlet üniversitelerdeki Ar-Ge çalışmalarını desteklemek amacıyla Ar-Ge fonu oluşturarak stratejik sektörleri geliştirebilir ve bu şekilde ülke çapında sürdürülebilir kalkınma sağlanabilir. Yenilik, Ar-Ge ve teknoloji temelli bir küresel rekabet ortamı; teknoloji, altyapı, sermaye ve insan kaynağına sahip olan ülkelere belirli avantajlar getirebilmektedir (Adıgüzel, 2011b: 140).

Üniversite-sanayi işbirliğinin kurulmasında paydaşlarla etkileşim önemli yer tutmaktadır. Üniversiteler, yapıları ölçüsünde iç ve dış çevrelerini oluşturan birçok paydaşı misyon ve vizyonlarına uygun şekilde stratejik ortak olarak belirlemektedir. Bu tür ilişkileri özellikle üniversitelerin stratejik raporlarında görmek mümkündür.

Açık bir sistem olmanın gereği olarak örgütler mütemadiyen[paydaşlarla] iletişim ve etkileşim kurmak durumundadırlar. Örgütün [paydaşlarla] olan etkileşimini yönetebilmesi için çevresini bilgilendirmesi, örgütsel gayeleri doğrultusunda yönlendirmesi ve kontrol etmesi gerekmektedir. Örgüt yönetiminin söz konusu fonksiyonları yerine getirebilmesi için, örgüt-paydaş ilişkisinde açık ve anlaşılır iletişim kurularak, çevresinde örgüt lehine algılamamanın oluşmasına destek olacak bilgi sağlama fonksiyonu görmesi gerekmektedir (Tutar, 2009: 309-310).

Diğer yandan Walsh ve Maloney (2007) çalışmalarında, belirli bir proje için bir araya gelen kişilerin oluşturdukları grup yapısı, çeşitlilik, grup bağı, görev dayanışması, rekabet, ticarileşme ve iletişim ortamı (medyası) üzerindeki işbirliği sorunlarını tartışmışlardır (s. 713). Bu bağlamda, paydaş ağı içerisindeki uygulayıcıların kurumsal değişimin yönetimi ve gelişimi ile bağlantılı stratejilerin seçiminde; değişim hususu ile ilgili şahsi algıları, değişimde gösterdikleri inisiyatif ve hedefler ile uyumu ve değişimin kurulmasındaki çabaları ile bağlantılı olarak algıladıkları engeller ve potansiyel güçlükler paydaş yaklaşımı ile örgütsel iletişim arasındaki bağın irdelenmesinde anlamlı faktörler olarak görülebilmektedir (Lewis, 2007: 182; Christensen ve Cornelissen, 2011).

IV.ÖRGÜTSEL İLETİŞİM OLGUSU

Örgütsel iletişim kavramı, 'iki veya daha fazla insanın genel olarak motivasyon bağlamında davranışı etkileyen bilgi alış-verişinin gerçekleştiği süreç' şeklinde tanımlanmıştır (Günbayı, 2007: 788). Bir başka deyişle, örgütsel iletişim; bir örgütün amaçlarını gerçekleştirmek ve işleyişini sağlamak için gerek örgüt içi gerek çevresi arasında girilen sürekli bilgi ve düşünce alış-verişi ya da bölümler arasında gerekli ilişkilerin kurulmasına olanak sağlayan toplumsal bir süreç şeklinde tanımlanabilmektedir. Burada, 'örgüt' kavramı ile, belirli ortak amaçları gerçekleştirmek üzere, iş bölümü ve statü farklılığına dayanan bir yapı içinde birlikte çalışan insanlardan oluşan oldukça istikrarlı bir açık sistem kastedilmektedir. İletişim ise, esas olarak bireyler arasında duygu, düşünce ve bilginin yani 'anlam'ın çeşitli simgeler (dil, işaret, vücut pozisyonu ve hareketleri) aracılığıyla iletilmesini ifade etmektedir (Daft, 1997).

Etkili örgütsel iletişime ne şekilde ulaşılacağına ve geliştirileceğine dair bilim adamları birbiriyle ilişkilendirilen farklı teorileri ileri sürmüşlerdir. Bu teorilerin başlıcaları; '*medya zenginliği*' (Daft ve Lengel, 1983, 1986; Daft, Lengel ve Trevino, 1987; Dennis, Fuller ve Valacich, 2008; Garner, vd., 2016) '*sosyal etki*' (Schmitz ve Fulk, 1991; Fulk, 1993) '*medya sembolizmi*' (Trevino, Lengel ve Daft 1987; Trevino, Daft ve Lengel, 1990) '*durumsal faktörler*' (Trevino vd., 1987; Rice, 1992) '*sosyal varoluş*' (Rice, 1993) '*eleştirci kitle*' (Markus, 1987, 1994) ve '*iletişim türleri*' dir (Yates ve Orlikowski, 1997). Bu teoriler kapsadıkları alanları ile üç kategoride toplanabilmektedir. İlki; belirli bir kanalın seçimini ve kullanımını güdüleyen ve etkinleştiren faktörler (örneğin; eleştirci kitle teorisi), ikincisi; kendi kullanımının doğal şekli (örneğin; iletişim türleri) ve üçüncüsü;

kullanımdan türetilen algılamalar (örneğin; algılanan medya zenginliği) şeklindedir (Carlson ve Zmud, 1999: 153-154).

Medya zenginliği teorisi, örgüt içerisinde kullanılan farklı iletişim medyasını (örneğin; telefon, e-posta, not tutma) farklı bilgi zenginliği düzeylerini (örneğin; paylaşılan veri miktarı) ve iletişimin ne şekilde algılandığını etkileyen zenginlik düzeyini ortaya koymaktadır (Daft ve Lengel, 1983; Lengel ve Daft, 1989; Saunders ve Jones, 1990; Dennis ve Kinney, 1998; Byrne ve LeMay, 2006). Yağmurlu (2004: 32) bu açıklamalar ışığında iki bakış açısının varlığına dikkat çekmektedir. Birinci yaklaşımda, iletişim sürecinin iletim boyutuna vurgu yapılarak; doğrusal iletişim modeliyle simgeleşen bir model olarak bir fikrin, düşünce ve duygunun nasıl iletildiği üzerine odaklanmaktadır. İkinci yaklaşımda ise iletişim, anlamların üretimi ve değişimi şeklinde tanımlanarak; karşılıklılık, ortak algılama ve paylaşım gibi duyguların altı çizilmektedir.

A. Örgütsel İletişim Perspektifleri

Krone, Jablin ve Putnam çeşitli perspektifleri *mekanistik, psikolojik, yorumlayıcı-sembolik*, ve *sistem-etkileşim* perspektifleri olarak dört grupta toplamıştır. Bu dört perspektif farklı düşünceler ileri sürmesine, iletişim süreci için kritik olan kavram ve ilişkilendirmeleri vurgulamasına ve potansiyel olarak örgütsel iletişimin genel anlayışına özgün katkılarda bulunmasına rağmen birbirlerinden tamamıyla ayırt edilemezler. Örgütsel iletişim konusundaki kuramsal ve kavramsal bilimsel bilgi bu perspektiflerin iyi bir bileşkesini yansıtmaktadır (Fulk ve Boyd, 1991; Gizir, 2002; Jensen, 2003).

Bu perspektifler kısaca şu şekilde açıklanmıştır: Mekanistik perspektif, iletişimde bulunanları birbirine bağlayan kanallara önem verirken, psikolojik perspektif kişilerin karakter, tutum ve davranışlarının iletişimlerini nasıl etkilediği üzerinde durur. Yorumlayıcı-sembolik perspektif ise örgüt-içi iletişimin, örgütlerin oluşturulması ve sürdürülmesi konusunda belirli bir kapasiteye sahip olan eşgüdümlemiş davranış örüntülerinden oluştuğunu ileri sürer. Bu perspektif, çeşitli sembollerin genel ortamdan etkilendiği düşüncesiyle kültürel faktörlerin yorumlama sürecini nasıl etkilediği üzerinde durur. Son perspektif olan sistem-etkileşim perspektifi ise yorumlayıcı-sembolik perspektifin aksine temel araştırma alanı olarak dıştan gelen davranışlara odaklanır. Ayrıca, iletişim süreci bütünlük sistem içerisinde tek tek parçalardan daha büyük ve davranışlardaki değişiklik sistemi etkileyerek bütünlük değişmesine yol açmaktadır (Gizir, 2002; Jensen, 2003).

B. Üniversite-Sanayi İşbirliğinde Örgütsel İletişimin Etkisi

Endüstride yaygın bir gözleme göre en iyi akademisyenler en iyi yöneticiler olamamakta, çünkü iş dünyasında aranan beceriler bilim dünyasına nazaran oldukça farklı bir yapıya sahip olmaktadır (Perrow, 1995: 47).

Üniversite-sanayi işbirliğinde akademik açıdan tespit edilen engellerin kaynağı sekiz kriter olarak özetlenmiştir. Bunlar; sanayicilerin ve akademisyenlerin ilgi yoksunluğu, bürokrasi, alan araştırmalarından uzak durulması, tanıtım yetersizliği, iletişim eksikliği, hukuki düzenlemelerin eksikliği, ÜSİ merkezlerinin efektif olmaması ve daha önce yaşanmış kötü tecrübelerdir (Kaymaz ve Eryiğit, 2011: 188).

Üniversite-sanayi işbirliği arayış ve uygulamalarında başarılı olabilmek için ana stratejilerden biri işbirliği yapan tarafların/paydaşların üst yöneticileri arasında sürekli iletişim kurulması olarak belirtilmiştir (Kiper, 2010: 40). Üniversite-sanayi işbirliği kapsamında örgütsel iletişimin kalitesi, ortak amaçlar ve hedefler etrafında toplanan paydaşların uygun iletişim kanalının ve iletişim ortamının sağlanması ile mesaj alış-verişinin etkin bir şekilde gerçekleşmesi durumunda sağlanabileceği söylenebilir.

V. TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Son yıllarda üniversitelerde oluşturulan bilginin ticarileşmesi, kamoyunu meşgul eden bir konu olmuştur. Bilimsel sonuçların bu ortamlarda gerçekleşmesi nedeniyle, üniversiteler ile sanayi arasındaki işbirliği/ilişki/arayüz dikkatleri çekmektedir. Pekçok gelişmiş ülkelerdeki liderler, bilimsel araştırma çıktısının ticarileşmesini hızlandırmaya yönelik yüksek maliyetlerde alt yapı yatırımları oluşturmuşlardır (Bülbül ve Özbay, 2011: 54).

Üniversite-Sanayi işbirliği sözkonusu olduğunda, Ar-Ge alanında konulan hedeflere ulaşmak bir ülke için rekabet avantajı da sağlayabilmektedir. Özellikle hukuki açıdan bu konunun desteklenmesi daha hızlı netice almaya olanak tanımaktadır.

Türkiye'nin Ar-Ge alanındaki hedeflerine ulaşması amacıyla, Ar-Ge Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun 2008 yılında, Teknogirişim Sermayesi Desteği uygulaması 2009 yılında ve 'Bilim ve Teknoloji İnsan Kaynağı Stratejisi ve Eylem Planı' 2010 yılında oluşturulmuştur. Özellikle Ar-Ge ve yenilikçilik altyapısını güçlendirmeye yönelik önemli bir girişim olan Teknoloji Geliştirme Bölgelerinin kurulmasıyla ilgili olan 4691 Sayılı Kanun 2010 yılında başta Ankara, İstanbul ve Kocaeli olmak üzere 38 Teknoloji Geliştirme Bölgesi oluşturulmuştur (Adıgüzel, 2011a: 44). Ar-Ge faaliyetlerinde yeni dönem 1 Mart 2016 tarihinden itibaren başlamıştır. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nca hazırlanan 6676 Sayılı 'Araştırma ve Geliştirme Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnemelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun' 26 Şubat 2016 tarihli ve 29636 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır (TBMM, 2016).

Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu'nun 27 Aralık 2011 tarihinde gerçekleştirdiği toplantıda alınan kararlar doğrultusunda 'Üniversite sanayi işbirliğinin gelişimine katkı sağlayacak, teknolojinin ticarileşmesi sürecini destekleyecek, akademik araştırmalara lojistik destek sağlayacak' çalışmalar TÜBİTAK ve YÖK'tün eş başkanlığında yapılmaktadır. Söz konusu çalışmaların Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Maliye Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı ve Türk Patent Enstitüsü'nün katılımlarıyla planlanıyor olması konuyla ilgili kesimlerde önemli beklentiler yaratmıştır (Üniversite-Sanayi İşbirliği Merkezleri Platformu, 2012).

Türkiye'de 2010-2015 yılları arasında toplamda 26781 patent başvurusu yapılmıştır. Aynı şekilde, 2010-2015 yılları arasında Marmara Bölgesi'nde İstanbul'da 11229 ve Bursa'da 2134 patent başvurusu yapılmıştır. Bu iki ilde yapılan patent başvurusu Türkiye'de yapılan toplam başvuruların yarısını oluşturmaktadır. Aynı yıllar aralığında, Türkiye'de tescil edilen toplam patent sayısı 6739 iken, bunların 3242'si İstanbul ve 664'i ise Bursa illerinde tescil edilmiştir. Bu iki ilde tescil edilen toplam patent sayısının Türkiye geneline oranı %58'dir (Türk Patent Enstitüsü, 2016a, 2016b).

Tablo 2: İki Üniversitenin ÜSİ Merkezleri ve Paydaşlar İlişkisinin Karşılaştırılması

Karşılaştırılan Özellikler	Devlet Üniversitesi	Vakıf Üniversitesi
Konumu	Bursa	İstanbul
ÜSİ Merkezi	Üniversite içerisinde	Üniversite içerisinde
Teknopark/Teknokent	Üniversite içerisinde	Üniversite dışında (ortak)
Teknoloji Transfer Ofisi	Üniversite içerisinde	Üniversite dışında (ortak)
Patentler	65 Başvuru (2012-2014)	3 Başvuru (2012-2014)
Kurumsal İletişim Birimi	TTO kapsamında mevcut	-
Paydaşlar	Kamu Sektörü / Özel Sektör / Sivil Toplum Kuruluşları	Kamu Sektörü / Özel Sektör / Sivil Toplum Kuruluşları

Kaynak: İki üniversitenin yapmış olduğu patent başvuruları <<http://www.patentvadisı.gov.tr/>> internet adresinden ve üniversitelerin kendi internet sayfalarından yararlanılmıştır.

Bu araştırma kapsamında örnek seçilen iki üniversitenin bilim, teknoloji ve yenilikçilik alanındaki faaliyetler ve stratejiler kapsamında ÜSİ merkezleri ile paydaşlar ilişkisinin karşılaştırılmasından elde edilen bilgiler Tablo 2’de özetlenmiştir.

ÜSİ merkezi yöneticilerine yöneltilen, ‘Üniversite-sanayi işbirliği araştırma ve geliştirme merkezini ne şekilde tanımlarsınız? Merkezin çıktıları nelerdir?’ soruları şu şekilde cevaplanmıştır:

Merkezimiz üniversite bünyesinde kurulan ilk arayüz merkezi niteliindedir. Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi (BAP), Sürekli Eğitim Merkezi, Kariyer Merkezi ve Teknoloji Transfer Ofisi (TTO) gibi diğer arayüz merkezlerin altyapısını oluşturmuştur. Merkezin önemli görevlerinden biri de işbirliği protokollerini oluşturmaktır. Üniversite-sanayi işbirliği kapsamında gerçekleştirdiğimiz önemli faaliyetlerden birisinin sanayi kanadında açığa çıkan önyargıları kaldırmak olmuştur.

ÜSİ merkezi yöneticilerine yöneltilen, ‘Üniversite-sanayi işbirliği araştırma ve geliştirme merkezinde iş dünyası ve üniversite içerisindeki akademisyenler ile görüşmelerde ayrılan zaman ne kadardır ve hangi ortamlarda bu görüşmeler gerçekleşmektedir?’ sorusuna cevaplar şu şekildedir:

Üniversite içerisinde diğer akademisyenler ile sürekli bir şekilde yuvarlak masa toplantıları gerçekleştirilmektedir. Ayrıca, çalıştaylar organize edilmektedir. Diğer yandan iş dünyası ile ilgili olarak kendilerinden gelen talepler doğrultusunda (örneğin; kariyer merkezine stajyer talebi gibi) toplantı ve görüşmeler düzenlenmektedir. Ancak, etkin bir üniversite-sanayi işbirliği ortamının sağlanabilmesi için ilişkilerin bireyler üzerinden değil kurumsal düzeyde temellendirilmesi gerekmektedir. Buna ilaveten, diğer arayüzlerin daha aktif bir şekilde çalışmaları gerekmektedir.

ÜSİ merkezi yöneticilerine yöneltilen, ‘Görüşmelerde nasıl bir etkileşimde bulunuyorsunuz? Daha ağırlıklı olarak yüzyüze mi yoksa telefonda mı görüşüyorsunuz?’ sorusuna ise şu sorulara cevaplar verilmiştir:

Yüzyüze görüşmeler şarttır. Çünkü, sanayicilerin sorunları doğrudan alınmalıdır. Onların şikayetlerini haykırmalarına ortam oluşturulmalıdır. Etkileşimde üniversiteye aşırı bir şekilde yüklenilmektedir. Sanayi tarafında her çözümün üniversiteden gelebileceği önyargısı mevcuttur. Oysa ki, iletişim çift yönlü olmalıdır. Ancak bu şekilde taraflar birbirlerini anlayabilmektedirler.

ÜSİ merkezi yöneticilerine yöneltilen, ‘Gerçekleştirdiğiniz faaliyetlerde başarıyı yakalamak için çevrenizde iletişime geçtiğiniz kilit kurumlar hangileridir?’ sorusuna ise şu yorumlar yapılmıştır:

Ticaret ve Sanayi Odası, Sanayici ve İşadamları Derneği, Çeşitli Mesleki Odalar (İnşaat Mühendisleri Odası, Mimarlar Odası vb.) gibi kurumları örnek verebiliriz. Bu gibi kurumlar ile iletişimde ilk olarak üniversitelerin adım atması gerekmektedir. Bu bakımdan üniversitedeki öğretim üyelerinin zamanları daha esnek olduğundan bu tür ilişkilere vakit ayırması yerinde olabilir.

ÜSİ merkezi yöneticilerine yöneltilen, ‘İş dünyasının üniversite ile işbirliği potansiyeli konusunda eğitilmelerinin ne kadar önemli olduğunu düşünüyorsunuz?’ sorusuna şu cevaplar verilmiştir:

Her iki taraf birbirinin potansiyelini bilmemektedir. Örneğin üniversite bünyesinde Ar-Ge laboratuvarı mevcut olmasına rağmen iş dünyasında bu olanak bilinmemektedir. Dolayısıyla, farkındalık meselesi ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, tamim ve bilgilendirme ihtiyacı vardır. Örneğin; bir Sanayi ve İş Adamları Derneği ‘ebeveynler ve çocukları’ toplantısı düzenlemektedir. Buradaki amaç sanayi içerisindeki genç kuşağı birbiri ile kaynaştırmaktır. Bizler de bir proje kapsamında akademisyenleri bu toplantılara dahil etmeyi önerdik. Böylece, yeni nesil sanayiciler ile genç akademisyenler belirli bir ağı oluşturabilecektir.

ÜSİ merkezi yöneticilerine yöneltilen, ‘ÜSİ merkezi ile üniversite paydaşları (firma yöneticisi/girişimci, TTO/Teknokent müdürü, üniversite yönetimi, akademisyenler)

hangi platformlarda ve ne sıklıkta iletişime geçmektedir?’ sorusuna ise şu yorumlar yapılmıştır:

Aktif iletişim için her türlü medya aracı kullanılmaktadır. Sanayi ve İş Adamları Derneklerinin altında sivil toplum hareketlerinin çok önemli role sahip olduğu bir gerçektir. Bu nedenle, üniversite temsilcilerinin bu gibi derneklere üye olması ve gelişmeleri takip etmesi çok önemlidir.

ÜSİ merkezi yöneticilerine yöneltilen, ‘İş dünyası ile gerçekleştirdiğiniz ortak faaliyetler hakkında üniversite yönetimi ne şekilde bilgilendirilmektedir?’ sorusuna şu cevaplar verilmiştir:

Üniversite yönetimi sürekli sürecin içerisinde yer almaktadır. Şöyle ki, arayüz (TTO, ÜSİ merkezi, sürekli eğitim merkezi vb.) yönetim kurulları içerisinde sanayiciler yer almaktadır. Bu bakımdan, üniversite-sanayi işbirliği kapsamında gerçekleştirilen her toplantı tüm tarafların birlikteliği ile gerçekleştirilmektedir. Ayrıca, belirli periyotlarda toplantı ve raporlar bilgilendirme aracı olarak kullanılmaktadır.

ÜSİ merkezi yöneticilerine yöneltilen, ‘Üniversite paydaşlarının ÜSİ merkezinden talepleri hangi konuları içermektedir? Talepler iletilirken çoğunlukla hangi yollar izlenmektedir?’ sorularına şu cevaplar verilmiştir:

Talepler çeşitli ihtiyaçlar (örneğin; stajyer talebi, ortak proje yapma talebi vb.) üzerinden gerçekleştirilmektedir. Sanayiden belirli alanlarda eğitim almış mezunların istihdam edilmesine yönelik talepler çoğunlukla olmaktadır. Kamu kurumlarının üniversiteden talepleri ise arayüzlerin aracılığıyla ve yönlendirmesiyle gerçekleştirilmektedir.

ÜSİ merkezi yöneticilerine yöneltilen, ‘ÜSİ merkezi faaliyetlerini gerçekleştirirken, üniversite içerisindeki diğer birimlerle iletişimde nelere dikkat etmelidir?’ sorusuna ise şu yorumlar yapılmıştır:

Genel gözlem toplantıları yapılmalıdır. Birimlerin proje ve çeşitli işbirliği çalışmaları hakkında birbirinden haberdar olmaları gerekir. Tüm arayüzler birbiriyle kompakt şekilde etkileşim içerisinde bulunmalıdır.

ÜSİ merkezi yöneticilerine yöneltilen, ‘Üniversite ile iş dünyası arasında gerçekleştirilen ortak projelerde tamamladığınız faaliyetleri duyurmada en çok kullandığınız medya kanalı hangisidir?’ sorularına şu cevaplar verilmiştir:

Yerel televizyonlar, gazeteler ve sosyal medya en çok kullanılanlardır.

VI. SONUÇ

Türkiye son yıllarda, Çin, Hindistan, Brezilya ve Meksika'nın UNESCO tarafından yayınlanan Dünya Bilim Raporu içerisinde ‘Yükselen Bilim Ülkeleri’ arasında gösterilmektedir. Bu gibi göstergeler her ne kadar bilim alanında ilerlemelerin yaşandığını vurgulasa da, mevcut başarının henüz istenen düzeyde olmadığı bir gerçektir. Ar-Ge harcamalarında kullanılan kaynakların yetersiz olması, Sanayi-Üniversite işbirliğinin yetersiz kalması, yönetim kaynaklı sorunlarla karşılaşılması gibi birçok sorunun asıl olan potansiyelin kullanılmasını engellediği belirtilmektedir (Bülbul ve Özbay, 2011: 78).

Üniversite-sanayi işbirliği uygulamalarının başarılı bir şekilde gerçekleşmesi için; akademik alanda tespit edilen sanayi ile işbirliği ilgisizliğini gidermek, bürokrasiyi azaltmak, alan araştırmalarına ağırlık vermek, tanıtımı artırmak, etkin iletişimi sağlamak, hukuki düzenlemeleri adapte etmek ve ÜSİ merkezlerini daha verimli kılmak gibi iyileştirmelerin yapılması gerekmektedir.

Literatür çalışmalarından yansıyan ve yapılan mülakatlar neticesinde ortaya çıkan tabloda, etkin bir üniversite-sanayi işbirliğinin kurulması ve sağlıklı işlemesi için arayüzlerin (TTO, sürekli eğitim merkezi, kariyer merkezi, vd.) önemli bir fonksiyona sahip olduğu görülmektedir. Bu arayüzlerin etkili ve verimli bir şekilde faaliyetlerde bulunabilmesinin ise, hukuki alt yapısının tüm taraflara eşit olarak fayda sunması ile mümkün olabilecektir. Son yıllarda seyreden gelişmeler ışığında farkındalığın

yaygınlaşması söz konusudur. Ayrıca, kamu sektörü üniversite-sanayi işbirliğine üçüncü bir taraf olarak katılmaktadır.

Böylece ağırlıklı olarak ifade edildiği şekilde üniversite-sanayi işbirliği ilişkisinde üçüncü bir taraf olarak kamunun dahil olması ile birlikte daha hızlı ve daha güçlü işbirlikleri meydana gelmektedir. Bu durumda arayüzlerde görevlendirilen yöneticilere büyük görevler düşmektedir. Çünkü, farklı çalışma kültürüne sahip bu taraflarla etkin iletişimin kurulması stratejik bir hal almaktadır.

Çalışmada karşılaştırılan üniversitelerin, işbirliklerini yürüttükleri ortamlar birbirinden farklılık gösterse de; her iki tür üniversitenin kamu sektörü – özelsektör ile sivil toplum kuruluşlarının birlikteliğini benimseyerek ortaklaşa faaliyetlerini gerçekleştirdikleri söylenebilmektedir.

Birçok kurumda örgütsel iletişimin sağlıklı işleyebilmesi için kurumsal iletişim birimlerinin kurulması, bu kurumlarda gerçekleştirilecek projelerin ve kurumlar-arası işbirliklerinin doğru yönetilmesine destek olacaktır. Bu bağlamda, üniversite-sanayi işbirliğinin daha verimli ve faydalı çıktılar üretebilmesinin, arayüzlerin etkinliği ile doğru orantılı olduğu vurgulanmalıdır.

Gelecekte üniversite-sanayi işbirliği ile paydaşlar ilişkisinin kurulmasında örgütsel iletişimin etkisinin araştırılması ile ilgili yapılacak bilimsel çalışmalarda arayüzlerin etkinliğinin tespitinde nicel analizlerin yapılması, akademisyenler ile yöneticiler arasındaki etkileşime ve işbirliği düzeyine etki eden faktörler ve belirleyicilerin test edilmesi, yeni iletişim teknolojilerinin akademisyenler ve yöneticiler tarafından nasıl algılandığının ölçülmesi gibi hususlar dikkate alınarak araştırma argümanlarının geliştirilmesi tavsiye edilebilir.

Kaynakça

- ADIGÜZEL, M. (2011a). *Türkiye Ekonomisi ve Stratejik Dönüşümü*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- ADIGÜZEL, M. (2011b). *Küresel Rekabet Gücü: Türkiye İçin Sistemik ve Eklektik Bir Yaklaşım*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- AXLEY, S. R. (1984). "Managerial and Organizational Communication in Terms of the Conduit Metaphor." *The Academy of Management Review*, 9(3): 428-437.
- AVCI, A. (2014). "Sosyal Medya ve Toplum." [Çevrimiçi] <http://www.gencufuk.com/sosyal-medya-ve-toplum/> [Erişim Tarihi] 29 Eylül 2015.
- BABAOĞLU, Ö. (1992). "Yönetim Sürecinde Örgütsel Haberleşme." *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, 1(2): 27-30.
- BOZKURT, V., AYTAÇ, S. (1996). *2000'li Yıllara Doğru Türkiye'nin Önde Gelen Sorunlarına Yaklaşımlar: Üniversite Sanayi İşbirliği ve Araştırma Geliştirme*. İstanbul: Simge Ofis.
- BRENNER, M. H., SIGBAND, N. B. (1973). "Organizational Communication: An Analysis Based on Empirical Data." *The Academy of Management Journal*, 16(2): 323-325.
- BÜLBÜL, Y., ÖZBAY, R. D. (2011). *Teknoparklar Teknolojik Bilginin Ticarileşmesi*. Yayın No: 2010-111, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası.
- BYRNE, Z. S., LeMAY, E. (2006). "Different Media for Organizational Communication: Perceptions of Quality and Satisfaction." *Journal of Business and Psychology*, 21(2): 149-173.
- CARLSON, J. R., ZMUND, R. W. (1999). "Channel Expansion Theory and the Experiential Nature of Media Richness Perceptions." *Academy of Management Journal*, 42(2): 153-170.
- CASTELLS, M. (2013). *Ağ Toplumunun Yükselişi-Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, Çev.: Ebru Kılıç, 1. Cilt, İstanbul.
- CHRISTENSEN, L. T., CORNELISSEN, J. (2011). "Bridging Corporate and Organizational Communication: Review, Development and a Look to the Future." *Management Communication Quarterly*, 25(3): 383-414.
- CÜCELOĞLU, D. (2004). *Yeniden İnsan İnsana*. (32. Baskı) İstanbul: Remzi Kitabevi AŞ.
- DAFT, R. L., LENGEL, R. H. (1983). "Information Richness: A New Approach to Manager Information Processing and Organization Design." In: Staw, B. & Cummings, L. L. (Eds.) (1984). *Research in Organizational Behavior*. Greenwich: JAI Press.
- DAFT, R. L., LENGEL, R. H. (1986). "Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design." *Management Science*, 32(5): 554-571.
- DAFT, R. L., LENGEL, R. H., TREVINO, L. K. (1987). "Message Equivocality, Media Selection, and Manager Performance: Implications for Information Systems." *MIS Quarterly*, 11(3): 355-366.
- DAFT, R. L. (1997). *Management*. Fort Worth: Dryden Press.

- DEMİR, O. Ö. (2011). "Nitel Araştırma Yöntemleri." *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* içinde, İstanbul: Alfa Yayınları.
- DENNIS, A. R., KINNEY, S. T. (1998). "Testing Media Richness Theory in the New Media: The Effects of Cues, Feedback, and Task Equivocality." *Information Systems Research*, 9(3): 256-274.
- DENNIS, A. R., FULLER, R. M., VALACICH, J. S. (2008). "Media, Tasks, and Communication Processes: A Theory of Media Synchronicity." *MIS Quarterly*, 32(3): 575-600.
- EISENHARDT, K. (1989). "Building Theories from Case Study Research." *The Academy of Management Review*, 14(4), 532-550.
- ESKİYÖRÜK, D. (2015). *Örgütsel İletişim*. İstanbul: Cinius Yayınları.
- ETZKOWITZ, H. (2003). "Innovation in Innovation: the Triple Helix of University-Industry-Government Relations." *Social Science Information*, 42(3): 293-337.
- FREEMAN, R. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman, Boston.
- FREEMAN, R. E. (2004). "The Stakeholder Approach Revisited." *Zeitschrift für Wirtschafts-und Unternehmensethik*, 5(3): 228-241.
- FROOMAN, J. (1999). "Stakeholder Influence Strategies." *The Academy of Management Review*, 24(2): 191-205.
- FULK, J., BOYD, B. (1991). "Emerging Theories of Communication in Organizations." *Journal of Management*, 17(2): 407-446.
- FULK, J. (1993). "Social Construction of Communication Technology." *The Academy of Management Journal*, 36(5): 921-950.
- GARNER, J. T., RAGLAND, J. P., LEITE, M., YOUNG, J., BERGQUIST, G., SUMMERS, S., ... IVY, T. (2016). "A Long Look Back: An Analysis of 50 Years of Organizational Communication Research (1964-2013)". *Review of Communication Research*, 4: 29-64. doi: 10.12840/issn.2255-4165.2016.04.01.009
- GİZİR, S. (2002). "Üniversite ve İletişim: Bir Durum Çalışması." *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 30: 219-224.
- GÜNBAZI, I. (2007). "The Organizational Communication Process In Schools." *Educational Sciences: Theory & Practice*, 7(2): 787-798.
- İNAM, A. (2004). "Teknoloji-Bilim İlişkisinin İnsan Yaşamındaki Yeri", *Teknoloji* içinde, Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği Yayınları, Ankara.
- JENSEN, M. T. (2003). "Organizational communication: A review." R&D Report No.1, Kristiansand: Agderforskning.
- KANIŞLI, E. (2013). "Hedef Kitle ve Paydaşlar ile İletişim Aracı Olarak "Sosyal Medya": Gaziosmanpaşa Üniversitesi (GOÜ) Örneği." *Sosyal Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(2): 69-78.
- KAYMAZ, K., ERYİĞİT, K. Y. (2011). "Determining Factors Hindering University-Industry Collaboration: An Analysis from the Perspective of Academicians in the Context of Entrepreneurial Science Paradigm." *International Journal of Social Inquiry*, 4(1): 185-213.
- KİPER, M. (2004). "Teknoloji Transfer Mekanizmaları ve Bu Kapsamda Üniversite-Sanayi İşbirliği", *Teknoloji* içinde, Ankara: Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği Yayınları.
- KİPER, M. (2010). *Dünyada ve Türkiye'de Üniversite-Sanayi İşbirliği: Üniversite-Sanayi Ortak Araştırma Merkezleri Programı (ÜSAMP)*. (1.Baskı) Ankara: Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı.
- KOÇEL, T. (2014). *İşletme Yöneticiliği*. (15. Baskı) İstanbul: Beta Basım Yayın.
- LAMMERS, J. C. (2011). "How Institutions Communicate: Institutional Messages, Institutional Logics, and Organizational Communication." *Management Communication Quarterly*, 25(1): 154-182.
- LENGEL, R. H., DAFT, R. L. (1989). "The Selection of Communication Media as an Executive Skill." *The Academy of Management Executive*, 2(3): 225-232.
- LEWIS, L. K. (2007). "An Organizational Stakeholder Model of Change Implementation Communication." *Communication Theory*, 17: 176-204.
- MARKUS, M. L. (1987). "Toward a 'Critical Mass' Theory of Interactive Media: Universal Access, Interdependence and Diffusion." *Communication Research*, 14(5): 491-511.
- MARKUS, M. L. (1994). "Electronic Mail As the Medium of Managerial Choice." *Organization Science*, 5(4): 502-527.
- PERROW, C. (1986). "Why Bureaucracy", (pp.28-50). In: CORMAN, S. R., BANKS, S. P., BANTZ, C. R., MAYER, M. E. (Eds.) (1995). *Foundations of Organizational Communication: A Reader* (2nd Ed.) New York: Longman.
- RICE, R. E. (1992). "Task Analyzability, Use of New Media, and Effectiveness: A Multi-Site Exploration of Media Richness." *Organization Science*, 3(4): 475-500.
- RICE, R. E. (1993). "Media Appropriateness Using Social Presence Theory to Compare Traditional and New Organizational Media." *Human Communication Research*, 19(4): 451-484.
- SABUNCUOĞLU, Z., TÜZ, M. (2005). *Örgütsel Psikoloji*. Bursa: Alfa Aktüel Basım Yayın.
- SAUNDERS, C., JONES, J. W. (1990). "Temporal Sequences in Information Acquisition for Decision Making: A Focus on Source and Medium." *The Academy of Management Review*, 15(1): 29-46.
- SCHMITZ, J., FULK, J. (1991). "Organizational Colleagues, Media Richness, and Electronic Mail: A Test of the Social Influence Model of Technology Use", *Communication Research*, 18(4): 487-523.

- SIEGEL, D. S., WALDMAN, D. A., ATWATER, L. E., LINK, A. N. (2003). "Commercial Knowledge Transfers from Universities to Firms: Improving the Effectiveness of University-Industry Collaboration." *The Journal of High Technology Management Research*, 14: 111 – 133.
- SIEGEL, D.S., WALDMAN, D. A., ATWATER, L. E., LINK, A. N. (2004). "Toward a Model of the Effective Transfer of Scientific Knowledge from Academicians to Practitioners: Qualitative Evidence From the Commercialization of University Technologies." *Journal of Engineering and Technology Management*, 21: 115-142.
- TBMM (2016). "Araştırma ve Geliştirme Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnemelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun", [Çevrimiçi] <<https://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k6676.html>> [Erişim Tarihi] 14.04.2016
- T. C. BİLİM SANAYİ VE TEKNOLOJİ BAKANLIĞI. (2014). "Türkiye 81 İl Sanayi Durum Raporu." Sanayi Genel Müdürlüğü, [Çevrimiçi]<http://www.sanayi.gov.tr/Files/Documents/81il-sanayi-durum-raporu3-142016105127.pdf>, [Erişim Tarihi] 14.04.2016
- TREVINO, L. K., LENGEL, R. H., DAFT, R. L. (1987). "Media Symbolism, Media Richness, and Media Choice in Organizations a Symbolic Interactionist Perspective." *Communication Research*, 15(5): 553-574.
- TREVINO, L. K., DAFT, R. L., LENGEL, R. H. (1990). "Understanding Managers' Media Choices: A Symbolic Interactionist Perspective." FULK, J. (Ed); STEINFELD, C. W. (Ed), (1990). *Organizations and communication technology*, (pp. 71-94). Thousand Oaks, CA, US: Sage Publications, Inc, 328 pp.
- TUTAR, H. (2009). *Örgütsel İletişim*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- TÜRK PATENT ENSTİTÜSÜ (2016a). "Patent Başvurularının İllere Göre Dağılımı", [Çevrimiçi] http://www.tpe.gov.tr/TurkPatentEnstitusu/resources/istatistik/patent/Patent_basvuru_illere_gore_dagilim.xls [Erişim Tarihi] 01.04.2016
- TÜRK PATENT ENSTİTÜSÜ (2016b). "Patent Tescillerinin İllere Göre Dağılımı", [Çevrimiçi] http://www.tpe.gov.tr/TurkPatentEnstitusu/resources/istatistik/patent/Patent_tescil_illere_gore_dagilim.xls [Erişim Tarihi] 01.04.2016
- ÜNİVERSİTE-SANAYİ İŞBİRLİĞİ MERKEZLERİ PLATFORMU (2012). "Çalıştay Sonuç Bildirisi: Fikirden Ürtüne Giden Süreçte Üniversitelerin Rolü", [Çevrimiçi]<http://proje.usimp.org.tr/Files/Documents/1-05082015174719.pdf>[Erişim Tarihi] 01.04.2016
- WALSH, J. P., MALONEY, N. G. (2007). "Collaboration Structure, Communication Media, and Problems in Scientific Work Teams." *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(2): 712-732.
- WELCH, M., JACKSON, P. R. (2007). "Rethinking Internal Communication: A Stakeholder Approach." *Corporate Communications: An International Journal*, 12(2): 177-198.
- YAĞMURLU, A. (2004). "Örgüt Kuramları ve İletişim." *Amme İdaresi Dergisi*, 37(4): 31-55.
- YATES, J., ORLIKOWSKI, W. J. (1992). "Genres of Organizational Communication: A Structural Approach to Studying Communication and Media." *The Academy of Management Review*, 17(2): 299-326.
- YAZICI, H. J. (2002). "The Role of Communication In Organizational Change: An Empirical Investigation." *Information & Management*, 39: 539-552.
- YIN, R. K. (2003). *Case Study Research: Design and Methods*. (3rd ed.) Thousand Oaks et al.: Sage.
- YÜKSEKÖĞRETİM KURULU (YÖK). [Çevrimiçi]<http://www.yok.gov.tr/web/guest/universitelerimiz>, [Erişim Tarihi] 10.04.2016

ICEB 2016

2 INTERNATIONAL CONGRESS ON ECONOMICS AND BUSINESS