

Üst Düzey Yönetim Görev Unvanlarına Yönelik Üniversite Öğrencilerinin Algılarının Araştırılması (Investigation of University Students' Perception on Top Management Job Titles)

Ali AKDEMİR ^a Gül YILMAZ ^b Mustafa ASLAN ^c M. Arif BOYRAZ ^d Zeki ÇETİN ^e
Latife N. DEMİRCİ, ^f Ersan DİKİLİ ^g Hatice KOÇAK ^h M. Fatih TABAN ⁱ Dilek İMAMOĞLU ^j
Sibel BİLKAY ^k Nural Agat YEMİŞÇİ ^l

^a İstanbul Arel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İstanbul, Türkiye aliakdemiral@gmail.com

^b İstanbul Arel Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, İstanbul, Türkiye aliakdemiral@gmail.com

^c İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim ve Organizasyon Doktora Programı, Türkiye maslan@hotmail.com

^d İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim ve Organizasyon Doktora Programı, Türkiye arifboyrazz@gmail.com

^e İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim ve Organizasyon Doktora Prog., Türkiye zekicetin_smmm@hotmail.com

^f İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim ve Organizasyon Doktora Programı, Türkiye latifdemirci38@gmail.com

^g İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim ve Organizasyon Doktora Programı, Türkiye ersandikili@gmail.com

^h İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim ve Organizasyon Doktora Programı, Türkiye kocakhatice@gmail.com

ⁱ İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim ve Organizasyon Doktora Programı, Türkiye mftaban@gmail.com

^j İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim ve Organizasyon Doktora Prog., Türkiye dilek_imamoglu@hotmail.com

^k İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim ve Organizasyon Doktora Programı, Türkiye sibelbilkay@arel.edu.tr

^l İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim ve Organizasyon Doktora Programı, Türkiye nuralyemisci@arel.edu.tr

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
Anahtar Kelimeler: Üniversite Öğrencisi Görev Unvanı İş Dünyası Üst Düzey Yönetim	Amaç – İş dünyasındaki Girişimci ve Üst Düzey Yönetici Unvanları sadece toplumun belli bir kesiminde değil, genelinde yeterince anlaşılabilmiş ve tam anlamıyla kavramsallaştırılmış değildir. İş dünyasındaki unvanlar ve mezun olduktan sonra bu çalışmanın konusu olan unvanlarla etkileşimde olacak veya işgal edecek olan üniversite öğrencilerinin, bu unvanları doğru bir şekilde algılamaları, o unvan sahipleri ile etkin etkileşim içerisinde bulunmalarını veya unvanların gereklerini yerine getirmelerini de sağlayacaktır. Bu bağlamda çalışma, bu algıların ortaya konulması amaçlanmaktadır.
Gönderme Tarihi 15 Aralık 2018 Revizyon Tarihi 10 Mart 2019 Kabul Tarihi 15 Mart 2019	Yöntem – Bu araştırma, araştırmacıların birlikte geliştirdikleri 32 soruluk ölçekten oluşan anket formunun, basit iradi örneklem yöntemi ile seçilen 572 üniversite öğrencisinin, sınıflarda doldurulması ile gerçekleştirilmiştir. Elde edilen birincil veriler, frekans tablosu, tek yönlü ANOVA, bağımsız örneklem t testi ve korelasyon tabloları vasıtasıyla yorumlanmıştır.
Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi	Bulgular – Yapılan çalışma sonucunda, Yönetim Kurulu Başkanı hariç, diğer tüm görev unvanlarında öğrencilerin algılarının net olmadığını ortaya koymaktadır. Tartışma – Üniversitelerin, öğrencileri sadece teorik bilgilerle değil, aynı zamanda da mezun olduklarında ilişki içerisinde bulunacakları veya işgal edecekleri pozisyonların gerekleri, yetkileri, neler yaptıkları ile ilgili olarak da donatmaları gerekmektedir.
ARTICLE INFO	ABSTRACT
Keywords: University Student Job Title Business World Top Management	Purpose – Entrepreneur and other Top-Level Management job titles of the business world are not fully understood and conceptualized, not by only a certain part of the society but society in general. The university students who will be interacting or occupying the titles that are the subject of this study, should be able to perceive these titles correctly in order to interact effectively or fulfil the requirements of the position. In this context, the study aims to reveal these perceptions.
Received 15 December 2018 Revised 10 March 2019	Design/methodology/approach – This study was carried out with a form, developed by the researchers which consists of total 32 opinions and filled out in classrooms by randomly selected 572 university students. The primary data obtained were interpreted by frequency table, one-way ANOVA, independent sample t test and correlation tables.

Önerilen Atf/ Suggested Citation:

Akdemir, A. ve Diğ., (2019). Üst Düzey Yönetim Görev Unvanlarına Yönelik Üniversite Öğrencilerinin Algılarının Araştırılması, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11 (1), 447-458.

Accepted 15 March 2019	Findings – The study showed that the perceptions of students in all other titles are not clear except for the Chairman of the Board of Directors.
Article Classification: Research Article	Discussion – Universities should equip students not only with theoretical knowledge, but also with the requirements of the positions that they are going to fill or be in contact with after graduation.

1. Giriş

Özelde işletmelerde, genelde örgütlerde üst yönetim görev unvanlarının neler olduğu ve ne anlama geldiklerine ilişkin yeterli bilgi olmakla birlikte, karıştırılmakta oldukları da bir gerçektir.

Kimi zaman CEO-Stratejik Yetkili Genel Yönetici (SYGY) denilince Genel Müdür anlaşılmakta, işletmelerin en üst düzeyindeki yöneticiler için yanlışlıkla CEO kullanılmaktadır. Çoğu zaman CEO olmak istediklerini beyan edenler aslında Genel Müdür anlamında bu unvanı kullanmaktadırlar. Akademik dünyada da sektörde de tam bir netlik yoktur.

Bu nedenlerden ötürü “**Üst Düzey Yönetim Görev Unvanlarına Yönelik, Üniversite Öğrencilerinin Algılarının Araştırılması**” çalışması gerçekleştirilmiştir.

Çalışma öğrencilerin üst düzey yönetim unvanlarına yönelik algısı, araştırmacıların birlikte geliştirdikleri 32 soruluk ölçekten oluşan anket formunun, tesadüfi seçilen toplam 572 öğrenciyle, birebir görüşülerek doldurulması suretiyle gerçekleştirilmiştir.

İki bölümden oluşan ölçeğin ilk bölümünü, öğrencinin demografik özellikleri oluştururken, ikinci bölümde, üst düzey yönetici unvanlarına yönelik yargılara yer verilmiştir.

Analiz kısmında, birincil veriler, frekans tablosu, tek yönlü ANOVA, bağımsız örneklem t testi ve korelasyon tabloları vasıtasıyla yorumlanmıştır.

2. Kavramsal ve Kuramsal Çerçeve

2.1. Yönetim ve Üst Düzey Yönetici Kavramları

İnsanlık tarihi kadar eski olan yönetim kavramı bazen bir süreç olarak, bazen örgütün bir organı olarak, bazen de bilgi ve beceri olarak ele alınmaktadır. Bir örgütün, hedeflerini gerçekleştirmek için sahip olduğu kaynakları etkili ve verimli kullanması olarak ele alındığında süreç (Daft, 2000), örgütü yöneten kişi veya insanlardan oluşan bir ekip olarak ele alındığında ise örgütün bir organını ifade etmektedir. Başkaları eliyle ve başkalarıyla birlikte iş yapma olarak ele alındığında ise bir bilgi ve beceriyi tanımlamaktadır (Koçel, 1998).

Yönetim bir süreç olarak ele alınıp, buna süreçte kullanılan yönetim fonksiyonları da katılarak elde edilen daha geniş tanıma göre ise “*yönetim; işletmenin veya örgütün elindeki kaynakları planlayarak, organize ederek, yürüterek ve kontrol ederek, etkili ve verimli bir şekilde kullanması ve amaçlarını gerçekleştirmesi sürecidir*” (Daft, 2000). Bilgi ve beceri eklenerek elde edilen tanım ise günümüzde en çok kabul gören ve daha geliştirilmiş bir tanımdır. Bu tanıma göre ise yönetim “*işletmenin, elindeki kaynakları planlayarak, organize ederek, yürüterek ve kontrol ederek, diğer insanlar aracılığı ile etkili ve verimli bir şekilde kullanması ve amaçlarını gerçekleştirmesi sürecidir*” (Ülgen ve Mirze, 2010).

Sonuç olarak yönetim, ister aileden veya arkadaş grubu gibi informal, isterse de işletmeler, devletler veya uluslararası örgütler gibi çeşitli büyüklüklerde formal örgütler olsun, tüm örgütlerde geçerli ve gerekli bir işlevdir. Dolayısıyla da bu işlev, tüm örgütler için vazgeçilmez ve varlığını etkileyen en önemli yapıdır (Güçlü, 2003). Öyle ki, örgütler, yönetimin yaptığı seçimler neticesinde arzu edilen hedeflere ulaşabilirler ya da yıkılabilirler. Bu nedenle, örgütsel başarının bağımsız değişkeni ve baskın bir faktörü olan yönetim, alternatifler arasından en iyisini seçme becerisi olarak tanımlanmaktadır (Akdemir, 2018).

Örgütlerde, alternatifler arasında en iyisini seçen ekibi de Üst Düzey Yönetim olarak tanımlamak mümkündür. Çünkü örgütlere hedef koyan, bu hedef doğrultusunda örgütün elindeki kaynakları planlayan, bu plan doğrultusunda organize eden, oluşturduğu bu organizasyonu yürüten, koordine eden ve sonrasında da faaliyetlerini kontrol eden kademe bu Üst Düzey Yönetim kademeleridir. Dolayısıyla Üst Düzey Yönetim kademeleri, yaptıkları seçimler ve aldıkları stratejik kararlarla, örgütlerin yaşamlarını uzun vadede

sürdürebilmelerini, pazar paylarını arttırabilmelerini, ortalamanın üzerinde bir getiri elde ederek rakiplerine üstünlük sağlamaya çalışırlar.

2.2. Yönetim Kademeleri ve Üst Yönetim Görev Unvanları

Bu stratejik kararların alındığı ve nasıl uygulanacağını belirlediği üst düzey yönetim kademelerini, alınan kararların kapsamına ve etki alanına bakarak 3 grupta toplayabiliriz (Akdemir, 2018b):

- i- Tüm kurumu etkileyen, büyüme, küçülme, pazardan çıkma veya yeni bir pazara girme gibi kurumsal kararlarla ve uluslararası stratejik kararların alındığı ve genellikle CEO yani Stratejik Yetkili genel Yöneticinin (SYGY) liderlik ettiği takım. Bu takımda genellikle C-seviyesi (CFO, COO gibi) yöneticiler ile Genel Müdürler, Koordinatörler yer almaktadır.
- ii- Genel müdürün liderlik ettiği ve kurumsal stratejilerle uyumlu iş stratejilerini belirleyen takım. Bu takıma Genel Müdür Yardımcıları, Departman Müdürleri ve Müdür Yardımcıları bulunmaktadır.
- iii- Departman müdürlerinin liderlik ettiği, her bir departmanın ayrı ayrı oluşturduğu ve iş stratejileri ile uyumlu işlevsel stratejilerin belirlendiği takım. Bu takımda ise departman müdür yardımcıları, şefler bulunmaktadır.

Dolayısıyla Yönetim kademeleri söz konusu olduğunda kurumsal stratejileri belirleyen yönetim kademeleri:

Girişimci, YKB, CEO (SYGY): Şirket, Holding ya da Şirketler Grubunun kurumsal düzeydeki büyüme, küçülme, çekilme, durağan, çeşitlendirme, uluslararası yatırım gibi tüm stratejilerine karar veren kişilerdir.

CFO: Holding ya da Şirketler Grubuna bağlı firmaların finans, muhasebe gibi departmanlarının bağlı olduğu, grup ya da holding düzeyinde tüm finansal hareketlerin kontrol edilip raporlandığı makamdır.

CMO: Holding ya da Şirketler Grubuna bağlı firmaların satış, pazarlama gibi departmanlarının bağlı olduğu, grup ya da holding düzeyinde tüm satış ve pazarlama faaliyetlerinin planlandığı, kontrol edilip raporlandığı makamdır.

COO: Holding ya da Şirketler Grubuna bağlı firmaların operasyon, üretim, sevkiyat, dağıtım gibi departmanlarının bağlı olduğu, grup ya da holding düzeyinde tüm operasyonel faaliyetlerin kontrol edilip raporlandığı makamdır.

CITO: Holding ya da Şirketler Grubuna bağlı firmaların tüm teknoloji ve teknolojik altyapı, enformasyon, bilgi işlem gibi departmanlarının bağlı olduğu, grup ya da holding düzeyinde tüm altyapının planlanıp tasarlandığı, uygulanıp birbiriyle uyumlu halde çalışmasının sağlandığı makamdır.

CHO: Holding ya da Şirketler Grubuna bağlı firmaların insan kaynakları departmanlarının bağlı olduğu, grup ya da holding düzeyinde tüm insan kaynağı ihtiyacının belirlendiği, planlandığı, eğitim, performans, terfi, promosyon ve ücret gibi çalışanları ilgilendiren konularda kararlar alındığı makamdır.

Genel Müdür: Holding ya da Şirketler Grubuna bağlı her bir firmanın, kurumsal stratejiler doğrultusunda gerekli iş stratejilerinin belirlendiği, firmanın sevk ve idaresinden sorumlu makamdır.

Genel Müdür Yardımcısı ve Departman Müdürleri: Genel Müdür ile birlikte belirledikleri iş stratejileri doğrultusunda firmanın departmanlarını ilgilendiren işlevsel stratejilerin belirlendiği makamlardır.

2.3. Üniversiteler ve Üniversite Öğrencileri

Üniversite öğrencileri, mezun olduklarında, almış oldukları eğitim nedeniyle bir ülkenin ihtiyaç duyduğu hem ara kademe hem de üst kademe eğitilmiş insan gücünü karşılamaktadırlar. Bu bağlamda eğitilmiş insan kaynağının yetiştirildiği en önemli kurumlar hiç şüphesiz üniversitelerdir (Akdemir v.d., 2018) ve bu vasıflarını hiçbir zaman kaybetmemişlerdir (Erdem, 2006).

Fakülte, Yüksekokul, Meslek Yüksek Okulu, Enstitü olarak faaliyette bulunan ve Ön Lisans, Lisans Yüksek Lisans, Doktora ve Sanatta Yeterlilik seviyelerinde insan yetiştiren üniversitelerin, küresel rekabetin yaşanmaya başlandığı XIX. yüzyıldan itibaren ekonomik kalkınma ve rekabetçiliğe katkı sağlayan rolü de gitgide daha önem kazanmıştır (Etzkowitz ve Leydesdorff, 2000; McKelvey ve Holmén 2009; Perkmann vd.,

2011) ama XX. yüzyılın ortalarına kadar, sadece eğitim öğretim alanlarında aktif olan ve mevcut bilginin pratiğe döküldüğü kurumlar olarak görülmüştür (Lopez v.d., 2009).

1980'lerden sonra ise sanayi ile işbirliği yaparak ülkenin kalkınmasında yer alan üniversiteler, Milenyum ile birlikte girişimleri destekleyen, kuluçka vazifesi gören, girişimciliği sadece teşvik etmeyen aynı zamanda ona öncülük eden kurumlar olarak görev üstlenmişlerdir (Odabaşı, 2006).

Bu bağlamda üniversitelerin misyonu, yani onu diğer eğitim öğretim kurumlarından ayıran, varlık nedenlerini (Akdemir, 2016) şu şekilde sıralayabiliriz:

- Gerçekleştirilen *eğitim-öğretim faaliyeti* sonucu ülkenin ihtiyaç duyduğu nitelikli eleman ihtiyacını karşılayarak ülkenin kalkınmasına katkıda bulunmak (Akdemir v.d., 2018; Erdem, 2005; Erdem 2006).
- Kendisini oluşturan bilim adamları sayesinde bilgiyi ortaya çıkartmak, işlemek, geliştirmek ve sonraki kuşaklara intikal ettirmek (Dever, 2012).
- *Bilimsel araştırma faaliyetleri* ile toplumun ve insanoğlunun sorunlarına çözümler aramak.
- Yapılan bilimsel araştırmaları ve sonuçlarını *yayımlayarak* hem ülkenin hem de insanoğlunun bilimsel birikimine ve faaliyetlerine katkıda bulunmak.
- Tüm bunları ticari kaygı ile değil, topluma ve insanoğluna hizmet amacıyla yaparak *kamu hizmetinde* bulunmaktadır.
- Sosyal ve sanatsal faaliyetlerle (Erdem, 2005) toplumun hem kültürel gelişmesine katkıda bulunarak hem de farklılıklara hoşgörü geliştirilmesini sağlayarak gerçekleştirilmektedir.

Türkiye'deki üniversitelere kayıtlı öğrenci sayısı, 2017-2018 eğitim öğretim toplam 7.560.371 olup (<https://istatistik.yok.gov.tr>), Türkiye nüfusunun, 2017 yılında 80.810.525 kişi olduğu (TÜİK) göz önüne alındığında, nüfusun yaklaşık %9,4'nün bir üniversitede öğrenci olduğu sonucuna varılmaktadır.

3. Yöntem

Bu araştırmada basit iradi örneklem yöntemi kullanılmıştır. Seçilen katılımcılara, araştırmacıların birlikte hazırladıkları toplam 32 yargıyı içeren anket formlar dağıtılmış ve sonrasında da geri toplanmıştır. Saha çalışmasından elde edilen birincil veriler SPSS 21.0 paket programında incelenmiştir. Korelasyon tablosunda elde edilen p değeri ile ilişkilerin varlığı ya da yokluğu, ilişki var ise yönü de yine aynı tablodan Pearson korelasyon katsayısı ile tespit edilmiştir. Tek yönlü ANOVA ile bağımsız değişkenleri oluşturan grup bileşenlerinin aralarında istatistiki düzeyde anlamlı farklılıklar olup olmadığı incelenmiştir.

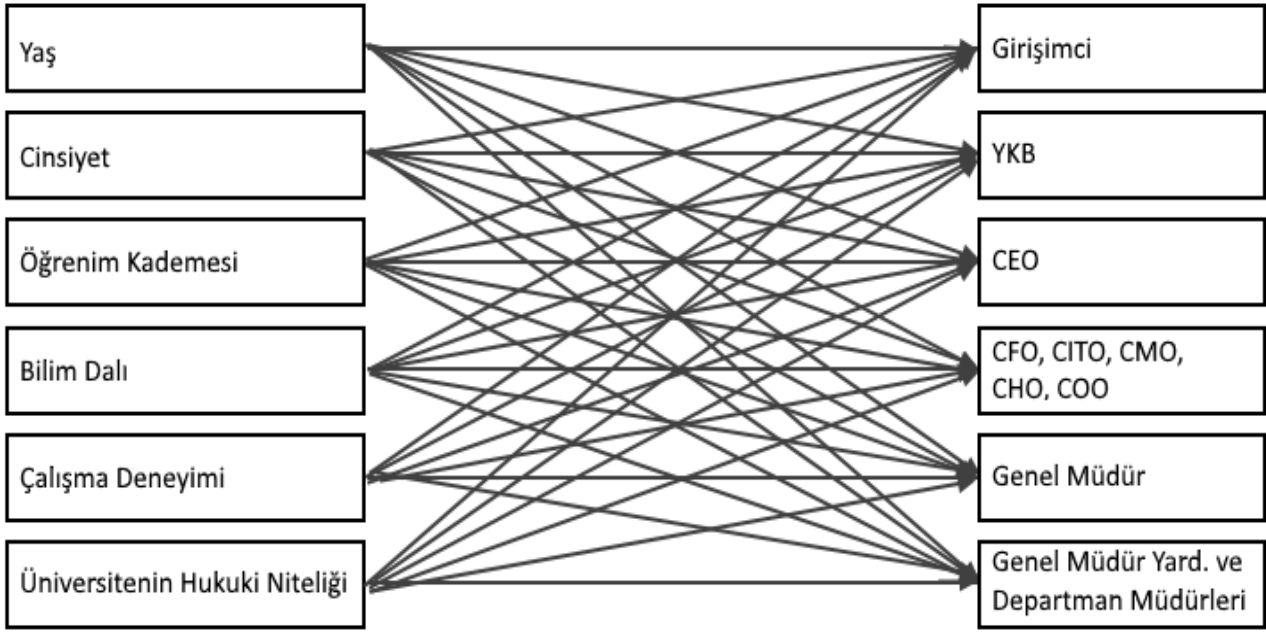
3.1. Amacı ve Kısıtlamalar

Araştırmanın amacı, ülkenin ihtiyaç duyduğu nitelikli iş gücü yetiştiren kurum olan üniversitelerde okuyan öğrencilerin, okullarını bitirdikten sonra katılacakları iş dünyasına yön veren bu kademeler hakkında ne derece bilgi sahibi olduklarının, bu kademeleri nasıl algıladıklarının tespit edilmesidir.

Soru sayısı arttıkça katılımcılarda sıkılma ve baştan savma doldurma eğilimi arttığından mümkün olduğunca az soru sorularak demografik özellikler ile bu algılar arasındaki ilişki test edilmeye çalışılmıştır. Çalışma, İstanbul ili sınırları içerisinde eğitim ve öğretim faaliyetlerine devam etmekte olan vakıf ve devlet üniversitelerinde gerçekleştirilebilmiştir.

3.2. Araştırma Modeli ve Hipotezler

Araştırma modelimizde, her bir demografik özelliğin, bağımlı değişkenle arasındaki ilişkinin irdelenmesi yapılmıştır.



Şekil 1. Araştırma Modeli: Demografik Özellikler İle Öğrencinin Üst Düzey Yönetim Görev Unvanı Algısı Arasındaki İlişki

H₁: Öğrencinin Yaşı ile (a) Girişimci Unvanı Algısı, (b) YKB Unvanı Algısı, (c) CEO Unvanı Algısı, (d) CFO, CITO, CMO, CHO, COO gibi Unvanları Algılaması, (e) Genel Müdür Unvanı Algısı, (f) Öğrencinin Genel Müdür Yardımcısı Unvanı ve Departman Müdürü Unvanı Algısı arasında bir ilişki ve yaş grupları arasında da farklılaşma vardır.

H₂: Öğrencinin Cinsiyeti ile (a) Girişimci Unvanı Algısı, (b) YKB Unvanı Algısı, (c) CEO Unvanı Algısı, (d) CFO, CITO, CMO, CHO, COO gibi Unvanları Algılaması, (e) Genel Müdür Unvanı Algısı, (f) Öğrencinin Genel Müdür Yardımcısı Unvanı ve Departman Müdürü Unvanı Algısı arasında bir ilişki ve Cinsiyetler arasında da farklılaşma vardır.

H₃: Öğrencinin üniversitedeki Öğrenim Kademesi ile (a) Girişimci Unvanı Algısı, (b) YKB Unvanı Algısı, (c) CEO Unvanı Algısı, (d) CFO, CITO, CMO, CHO, COO gibi Unvanları Algılaması, (e) Genel Müdür Unvanı Algısı, (f) Öğrencinin Genel Müdür Yardımcısı Unvanı ve Departman Müdürü Unvanı Algısı arasında bir ilişki ve öğrenim kademesi grupları arasında da farklılaşma vardır.

H₄: Öğrencinin öğrenim gördüğü Bilim Dalı ile (a) Girişimci Unvanı Algısı, (b) YKB Unvanı Algısı, (c) CEO Unvanı Algısı, (d) CFO, CITO, CMO, CHO, COO gibi Unvanları Algılaması, (e) Genel Müdür Unvanı Algısı, (f) Öğrencinin Genel Müdür Yardımcısı Unvanı ve Departman Müdürü Unvanı Algısı arasında bir ilişki ve bilim dalı grupları arasında da farklılaşma vardır.

H₅: Öğrencinin Çalışma Deneyimi ile (a) Girişimci Unvanı Algısı, (b) YKB Unvanı Algısı, (c) CEO Unvanı Algısı, (d) CFO, CITO, CMO, CHO, COO gibi Unvanları Algılaması, (e) Genel Müdür Unvanı Algısı, (f) Öğrencinin Genel Müdür Yardımcısı Unvanı ve Departman Müdürü Unvanı Algısı arasında bir ilişki ve çalışma deneyimi grupları arasında da farklılaşma vardır.

H₆: Öğrencinin okuduğu Üniversitenin Hukuki Niteliği ile (a) Girişimci Unvanı Algısı, (b) YKB Unvanı Algısı, (c) CEO Unvanı Algısı, (d) CFO, CITO, CMO, CHO, COO gibi Unvanları Algılaması, (e) Genel Müdür Unvanı Algısı, (f) Öğrencinin Genel Müdür Yardımcısı Unvanı ve Departman Müdürü Unvanı Algısı arasında bir ilişki ve üniversitenin hukuki niteliğine göre farklılaşma vardır.

3.3. Araştırma Evreni ve Örneklem

Tablo 2’de detayı verilen 7.560.371 kişilik çalışma evreni içerisinde %95’lik bir güven aralığına tekabül eden örneklem büyüklüğü Krejcie ve Morgan (1970) tarafından verilen $s = X2.N.P.(1-P) / [d2.(N-1) + X2.P.(1-P)]$ formül ile hesaplandığında 384’ür. Bu formülde s olması gereken örneklem büyüklüğünü, X2, df (degree of

freedom–serbestlik derecesi) 1'e karşılık gelen chi-kare tablo değerini (3,841), N çalışma evrenini, P popülasyon yüzdesini (en yüksek örneklem büyüklüğü için 0,5 alınmıştır), d ise hassaslık derecesidir (burada 0,05 alınmıştır).

Anket çalışması toplam 572 öğrencinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların demografik özelliklerine ait frekans tablosu Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 1. Frekans Tablosu

Demografik Özellik		Frekans	Yüzde
Yaş	17-20	294	51,40%
	21-24	221	38,64%
	25-28	33	5,77%
	29 ve yukarısı	24	4,20%
	TOPLAM	572	100,00%
Cinsiyet	Erkek	302	52,80%
	Kadın	270	47,20%
	TOPLAM	572	100,00%
Öğrenim Kademesi	Ön Lisans	255	44,58%
	Lisans	298	52,10%
	Yüksek Lisans	10	1,75%
	Doktora	9	1,57%
	TOPLAM	572	100,00%
Bilim Dalı	Sosyal Bilimler	437	76,40%
	Fen Bilimleri	83	14,51%
	Sağlık Bilimleri	35	6,12%
	Sanat	17	2,97%
	TOPLAM	572	100,00%
Üniversitelerin Hukuki Niteliği	Devlet Üniversitesi	41	7,17%
	Vakıf Üniversitesi	531	92,83%
	TOPLAM	572	100,00%
Çalışma Deneyimi	Staj yaptım/yapıyorum.	154	26,92%
	Part time çalıştım/çalışıyorum.	148	25,87%
	Full time çalıştım/çalışıyorum.	120	20,98%
	Aile işletmemizde sınırlı görevler üstlendim.	52	9,09%
	İş tecrübem yok.	98	17,13%
	TOPLAM	572	100,00%

3.4. Ölçek ve Ölçek Geçerliliği

Ölçek olarak 32 yargılı bir form hazırlanmıştır. Elde edilen Cronbach Alfa değeri 0,93'tür. Bu değer sosyal bilimler için güvenilir kabul edilen 0,70 değerinden yüksek olduğu için, elde edilen sonuç istatistiksel olarak güvenilirdir.

Verilen anket formlarındaki yargılara katılımcıların ne ölçüde katıldıkları, Likert tipli cevap anahtarı ile toplanmıştır. Likert tipi cevap anahtarında yargılar: "1-Kesinlikle Katılmıyorum" ile "5-Tamamen Katılıyorum" arasında 5 aralıklı olarak derecelendirilmiştir. Katılımcılara yöneltilen yargılar tümüyle bu makalenin yazarları tarafından hazırlanmış olup aşağıda sıralanmıştır.

Tablo 2. Katılımcıların değerlendirdiği yargılar

No	Yargı
1	Şirketleriyle ilgili girişimcilik felsefesini belirlerler.
2	Şirketlerin hukuki yapısını belirlerler.
3	Şirket ve aile anayasasını belirlenmesine katkı verirler.
4	Üst yönetimi belirlerler.
5	Özsermaye bileşenleri ve kar dağıtım politikalarının şekillenmesinde belirleyici olurlar.
6	Periyodik olarak şirketlerle ilgili kararlar almak üzere toplanırlar.
7	Genel kurul gündemini belirlerler.
8	CEO ve GM belirlerler.
9	Şirket ve şirketlerin stratejik gidişatını değerlendirir ve düzeltici tedbirlerin alınmasını sağlarlar.
10	CEO ve GM nin sunmuş olduğu önerileri karara bağlarlar.
11	YK üyelerinin görev dağılımı, yetki ve sorumluluklarını belirlerler.
12	Holding ya da grup (birden fazla faaliyet alanında çalışan) şeklinde örgütlenen şirketlerin en üst düzeydeki yöneticisidir.
13	Yeni yatırım alanlarına ve hangi alanlardan çekileceğine karar verir.
14	Kurumsal ve uluslararası stratejileri belirler.
15	Genel Müdürleri belirler ve değiştirir.
16	Tüm grupta ya da holdingte geçerli olacak genel yönetim ilkelerini belirler.
17	Kendi alanları ile ilgili (finans, operasyon, insan kaynakları, pazarlama, vb.) iş stratejilerini belirlenmesine katkı verirler.
18	Uzun vadeli planlama süreçlerinde söz sahibi olurlar.
19	Bağlı işletmelerin faaliyetleri ile ilgili kendi alanlarında raporlar düzenler ve üst yönetime sunarlar (CEO 'nun karar almasına yardımcı olur).
20	Kurumsal ve iş stratejilerinin belirlenmesinde CEO ya katkı verirler.
21	Bağlı işletmelerin, alınan stratejik kararların uygulamaları ile ilgili değerlendirmelerde bulunurlar.
22	Alanıyla ilgili olarak paydaşlarla (müşteriler, tedarikçiler, finansal kurumlar, teknik alanlar gibi) etkileşimde bulunurlar.
23	İşletmesinin stratejik niyet hiyerarşisinin ne olacağına karar verir. (Stratejik planı hazırlar)
24	İşletme düzeyindeki stratejiye karar verir.
25	Yardımcı yöneticilerini ve bölüm yöneticilerini belirler.
26	Faaliyet alanı ile ilgili genişleme ve modernizasyon yatırım kararları için üst yönetime sunar.
27	Tüm bölümler düzeyinde etkin yönetim ilkelerini belirler ve uygular.
28	Genel Müdürlü görev paylaşımı çerçevesinde kararlaştırılan işlerin yürütülmesinden sorumludurlar.
29	Üstlendikleri görev alanlarıyla ilgili çalışanların ve yöneticilerin görevlerini denetlerler ve düzenleyici tedbirler alırlar.
30	Genel Müdüre kendi alanlarıyla ilgili olmak üzere işletmenin gidişatı hakkında rapor sunarlar.
31	Fonksiyonel stratejilerin belirlenmesine ve uygulanmasına katkı verirler.
32	Genel Müdürlü birlikte işletmenin bütününe yönelik yönetim kurulu kararlarının alınmasına katkı verip uygularlar.

Elde edilen saha verilerinin Kaiser-Meyer-Olkin örneklem yeterliliği 0,922 ve Bartlett Testi de $p=0.000<0,05$ olduğundan dolayı, verilerin Faktör analizi için uygun olduğu sonucuna varılmıştır.

Faktör analizinde (Tablo 6) Varimax rotasyon yönetimi kullanılmış ve faktör yükü 0,45'in altında olanlar baskılanmıştır. Faktör analizinde, 1. Madde, iki boyutta ve birbirlerine yakın değerlerde olduğundan çıkartılmıştır. Yeniden tekrarlanan faktör analizinde, 29. Madde, faktör yükü 0,45'in altında olduğundan çıkartılarak faktör analizi tekrarlanmıştır. Bu tekrarda da, 30. Maddenin faktör yükünün 0,45'in altında olduğu tespit edilerek çıkartılmıştır. Yargılardan 5. Madde, normalde katılımcının Girişimci algısını ölçmesi gerekirken, C sınıfı (CFO, SMO vs.) yönetici boyutu altında çıktığından silinerek analiz tekrar edilmiştir.

Tekrarlanan analizde, 28. Maddenin yükü iki boyutta ve birbirine yakın çıktığı için 28. Madde silinerek analiz tekrarlanmıştır. Sonrasında sırasıyla 13, 22, 14. Maddeler, faktör yüklerinin 0,45'ten daha düşük olması sebebiyle silinerek, her bir seferinde faktör analizi tekrarlanmıştır.

Tablo 3. Faktör Analiz Sonuçları

Yargılar	Bileşen					
	1	2	3	4	5	6
Şirket ve şirketlerin stratejik gidişatını değerlendirir ve düzeltici tedbirlerin alınmasını sağlarlar.	,705					
Genel kurul gündemini belirlerler.	,665					
YK üyelerinin görev dağılımı, yetki ve sorumluluklarını belirlerler.	,664					
Periyodik olarak şirketlerle ilgili kararlar almak üzere toplanırlar.	,663					
CEO ve GM belirlerler.	,648					
CEO ve GM nin sunmuş olduğu önerileri karara bağlarlar.	,648					
Şirketleriyle ilgili girişimcilik felsefesini belirlerler.	,524					
Uzun vadeli planlama süreçlerinde söz sahibi olurlar.		,756				
Kendi alanları ile ilgili (finans, operasyon, insan kaynakları, pazarlama, vb.) iş stratejilerini belirlenmesine katkı verirler.		,688				
Kurumsal ve iş stratejilerinin belirlenmesinde CEO ya katkı verirler.		,683				
Bağlı işletmelerin, alınan stratejik kararların uygulamaları ile ilgili değerlendirmelerde bulunurlar.		,610				
Bağlı işletmelerin faaliyetleri ile ilgili kendi alanlarında raporlar düzenler ve üst yönetime sunarlar (CEO 'nun karar almasına yardımcı olur).		,575				
Alanıyla ilgili olarak paydaşlarla (müşteriler, tedarikçiler, finansal kurumlar, teknik alanlar gibi) etkileşimde bulunurlar.		,456				
Fonksiyonel stratejilerin belirlenmesine ve uygulanmasına katkı verirler.			,691			
Genel Müdürle birlikte işletmenin bütününe yönelik yönetim kurulu kararlarının alınmasına katkı verip uygularlar.			,648			
Tüm bölümler düzeyinde etkin yönetim ilkelerini belirler ve uygular.			,487			
Üstlendikleri görev alanlarıyla ilgili çalışanların ve yöneticilerin görevlerini denetlerler ve düzenleyici tedbirler alırlar.			,478			
Genel Müdüre kendi alanlarıyla ilgili olmak üzere işletmenin gidişatı hakkında rapor sunarlar.			,462			
İşletme düzeyindeki stratejiye karar verir.				,774		
İşletmesinin stratejik niyet hiyerarşisinin ne olacağına karar verir. (Stratejik planı hazırlar)				,653		
Yardımcı yöneticilerini ve bölüm yöneticilerini belirler.				,543		
Faaliyet alanı ile ilgili genişleme ve modernizasyon yatırım kararları için üst yönetime sunar.				,503		
Şirket ve aile anayasasını belirlenmesine katkı verirler.					,797	
Şirketlerin hukuki yapısını belirlerler.					,786	
Üst yönetimi belirlerler.					,741	
Tüm grupta ya da holdingte geçerli olacak genel yönetim ilkelerini belirler.						,771
Genel Müdürleri belirler ve değiştirir.						,766
Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.						
a. Rotation converged in 7 iterations.						

Bu faktör analizi sonucunda elde edilen boyutlar: 1- YKB, 2- C Sınıfı Yönetici, 3- Genel Müdür Yardımcıları ve Departman Müdürleri, 4- Genel Müdür, 5- Girişimci ve 6- CEO'dur. Tespit edilen 6 boyut, toplam değişimin %58,3'ünü açıklamaktadır.

Her bir boyutla ilgili güvenilirlik değerleri Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 4. Faktör Analizinde Elde Edilen Boyutların Güvenirlilik Değerleri

Boyut	Girişimci	YKB	CEO	C-Sınıfı Yön.	Genel Mdr.	Genel Mdr. Yrd.
Cronbach α	0,779	0,830	0,641	0,833	0,741	0,766

4. Bulgular ve Analiz

Korelasyon tablosunun (Tablo 5) incelenmesi sonucunda H_{1d} , H_{2d} , H_{2e} , H_{2f} , H_{3a} , H_{3b} , H_{3d} , H_{3e} , H_{3f} , H_{5a} haricindeki toplam 26 hipotez reddedilmiştir.

Tablo 5. Değişkenlere Ait Korelasyon Tablosu

Korelasyon		Girişimci	YKB	CEO	C-Sınıfı	GM	GM Yrd. Ve Dept. Mdr.
Yaş	r	,001	,074	,007	,113*	,032	,081
	p	,975	,077	,876	,015	,490	,080
	N	565	565	570	467	470	470
Cinsiyet	r	,072	,067	,075	,144**	,149**	,178**
	p	,085	,114	,075	,002	,001	,000
	N	565	565	570	467	470	470
Öğrenim Kademesi	r	-,087*	,129**	,051	,165**	,125**	,094*
	p	,039	,002	,228	,000	,007	,042
	N	565	565	570	467	470	470
Bilim Dalı	r	,037	-,075	-,008	-,001	-,037	-,029
	p	,381	,076	,855	,980	,419	,533
	N	565	565	570	467	470	470
Üniversitenin Hukuki Statüsü	r	,083*	-,016	-,014	,025	-,036	-,016
	p	,049	,697	,743	,591	,438	,724
	N	565	565	570	467	470	470
Çalışma Deneyimi	r	-,042	-,052	-,047	-,040	-,020	-,083
	p	,314	,213	,260	,387	,667	,073
	N	565	565	570	467	470	470

r: Pearson korelasyon katsayısı, p: İlişkinin düzeyi, N: Gözlem sayısı
 *. Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlı ** .Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlı

Elde edilen alguların tasviri istatistiğini tablo halinde göstermek gerekirse (Tablo 6):

Tablo 6. Algılara Ait Tasviri İstatistik

	N	En Düşük	En Yüksek	μ	σ
YKB	565	1,86	5,00	4,1247	0,60737
C_Sınıfı	467	1,00	5,00	3,9982	0,63549
GM Yrd. Ve Dept. Mdr.	470	1,60	5,00	3,9668	0,62982
GM	470	1,75	5,00	3,9979	0,64934
Girişimci	565	1,00	5,00	3,2354	0,97033
CEO	570	1,00	5,00	3,7754	0,84341

Değişkenleri arasında ilişki olduğu gösterilmiş olan 10 hipoteze ait farklılaşma testleri incelenmesi aşağıda verilmiştir.

H_{1d} : Öğrencinin Yaşı ile Öğrencinin CFO, CITO, CMO, CHO, COO gibi Unvanları Algılaması arasında bir ilişki ve yaş grupları arasında da farklılaşma vardır.

Öğrencinin yaşı ile ilgili olan H_{1d} hipotezini incelerken, hangi yaş gruplarında farklılaşma olduğunu belirleyebilmek için uygulanacak ANOVA testi, 3. ve 4. gruptaki katılımcı sayılarının, 1 ve 2. grupta oranla çok az olması sebebiyle sağlıklı sonuç veremeyeceğinden, katılımcı sayısı az olan 3. ve 4. gruplar, 2. grupla birleştirilerek bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda $p=0,087>0,05$ bulunduğundan, tüm yaşlardaki öğrencilerde aynı algının olduğu tespit edilmiştir.

Dolayısıyla H_{1d} hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

H₂: Öğrencinin *Cinsiyeti* ile **(d)** CFO, CITO, CMO, CHO, COO gibi Unvanları Algılaması, **(e)** Genel Müdür Unvanı Algısı, **(f)** Öğrencinin Genel Müdür Yardımcısı Unvanı ve Departman Müdürü Unvanı Algısı arasında bir ilişki ve Cinsiyetler arasında da farklılaşma vardır.

Cinsiyet ile C-Sınıfı Yöneticiler, Genel Müdür Yardımcısı ve Departman Müdürü algıları arasındaki ilişkilerin olduğu H_{2d} , H_{2e} ve H_{2f} hipotezlerinin, hangi cinste farklılık gösterildiğinin tespiti için, bağımsız örneklem t testi uygulanmış ve istatistiki olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmüştür. Test sonucunda (Tablo 7), kadınların bu görev unvanlarına yönelik algılarının erkeklere oranla daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 7. H₂ Grubu Hipotezlere Ait Bağımsız Örneklem t Testi Sonuçları

Hipotez	t / p	Cinsiyet	N	μ	σ	$\epsilon\sigma$
H _{2d}	t: -3,127 p: 0,002	Erkek	250	3,9133	0,67848	0,04291
		Kadın	217	4,0960	0,56803	0,03856
H _{2e}	t: -3,267 p: 0,001	Erkek	250	3,9070	0,65369	0,04134
		Kadın	220	4,1011	0,63006	0,04248
H _{2f}	t: -3,943 p: 0,000	Erkek	250	3,8616	0,64768	0,04096
		Kadın	220	4,0864	0,58785	0,03963

Dolayısıyla H_{2d} , H_{2e} ve H_{2f} hipotezlerimiz kabul edilmiştir.

H₃: Öğrencinin üniversitedeki *Öğrenim Kademesi* ile **(a)** Girişimci Unvanı Algısı, **(b)** YKB Unvanı Algısı, **(d)** CFO, CITO, CMO, CHO, COO gibi Unvanları Algılaması, **(e)** Genel Müdür Unvanı Algısı, **(f)** Öğrencinin Genel Müdür Yardımcısı Unvanı ve Departman Müdürü Unvanı Algısı arasında bir ilişki ve yaş grupları arasında da farklılaşma vardır.

Öğrenim kademesi ile ilgili olan H₃ grubu hipotezlerin, hangi öğrenim kademelerinde farklılaştığını tespit edilebilmesi amacıyla yapılması gereken ANOVA testi, 3. ve 4. kademelerindeki katılımcıların sayısı sırasıyla 10 ve 9 olduğundan (bakınız Tablo 1), bu kademeler 2. kademe ile birleştirilerek, bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır.

Yapılan bağımsız örneklem t testi sonucunda (Tablo 8), gruplar arasında istatistiki anlamda bir farklılık olduğu, 2. kademedeki katılımcıların, 1. kademedekilere göre Genel Müdür Yardımcısı ve Departman Müdürü algısı hariç diğer tüm unvanları algılamalarının daha yüksek olduğu, 1. kademe katılımcıların ise sadece Genel Müdür Yardımcısı ve Departman Müdürü algısında 2. kademedekilere nazaran daha yüksek algıya sahip oldukları tespit edilmiştir.

Tablo 8. H₃ Grubu Hipotezlere Ait Bağımsız Örneklem t Testi Sonuçları

Hipotez	t / p	Öğrenim Kademesi	N	μ	σ	$\epsilon\sigma$
H _{3a}	t: -3,127 p: 0,002	1	254	3,9094	0,6447	0,04045
		2	216	4,0343	0,60642	0,04126
H _{3b}	t: -3,267 p: 0,001	1	253	4,0232	0,63636	0,04001
		2	312	4,2070	0,57069	0,03231
H _{3d}	t: -3,943 p: 0,000	1	254	3,8852	0,62558	0,03925
		2	213	4,1330	0,62217	0,04263
H _{3e}	t: -3,267 p: 0,001	1	254	3,9321	0,65605	0,04116
		2	216	4,0752	0,63416	0,04315
H _{3f}	t: -3,943 p: 0,000	1	254	3,3255	0,83402	0,05233
		2	311	3,1618	1,06453	0,06036

Dolayısıyla H_{3a} , H_{3b} , H_{3d} , H_{3e} ve H_{3f} hipotezlerimiz kabul edilmiştir.

H_{5a}: Öğrencinin *Çalışma Deneyimi* ile *Öğrencinin CFO, CITO, CMO, CHO, COO gibi Unvanları Algılaması* arasında bir ilişki çalışma deneyimi grupları arasında da farklılaşma vardır.

Son hipotezimiz olan **H_{5a}** hipotezinde ise gruplar arasında bir farklılaşma tespit edilememiştir (p=0,538).

Dolayısıyla **H_{5a}** hipotezimiz kısmen kabul edilmiştir.

5. Sonuç ve Tartışma

Üniversiteler yüzyıllardır, ülkelerin ihtiyaç duyduğu nitelikli insan gücünü sağlama hususunda, en önemli görevleri üstlenmektedirler. Bu nitelikli insan gücü, mezuniyetleri sonunda iş dünyasında belli pozisyonları işgal edeceklerdir. Araştırma sorumuz da “acaba gelecekte bu pozisyonları işgal edecek olan kişilerin, teknik bilgi birikimlerinin yanı sıra, işgal edecekleri veya ilişki içerisinde olacakları pozisyonadaki insanların neler yapması gerektiğini biliyorlar mı?” şeklinde belirlenmiştir.

İş dünyasındaki görev unvanları, sadece toplumun belli bir kesiminde değil, genelinde pek anlaşılabilmiş, tam anlamıyla kavranılmış değildir. İş dünyasının ihtiyaç duyduğu ve mezun olduktan kısa bir süre sonra bu çalışmanın konusu olan unvanları işgal edecek olan üniversite öğrencilerinin bu unvanları doğru bir şekilde algılamaları, o unvanların gereklerini yerine getirmelerini de sağlayacaktır. Bu bağlamda çalışma, bu algıların ortaya konulması açısından önemlidir. Nitekim yapılan çalışma sonucunda, Yönetim Kurulu Başkanı ($\mu=4,1247$) hariç, diğer tüm görev unvanlarında öğrencilerin algılarının net olmadığını ortaya koymaktadır. Her ne kadar C-Sınıfı Yönetici, Genel Müdür ve Genel Müdür Yardımcısı görev unvanlarına yönelik algıların ortalaması 3,9’un üzerinde çıksa da, ölçekteki yargıların hepsi pozitif olduğundan, ölçmede 5’li Likert tipi ölçek kullanıldığından, ortalamanın 3 yani “**Kararsızım**”a yakın çıkması düşündürücüdür. Öğrencilerin, mezun olduğunda ilişki içerisinde olacağı veya işgal edeceği pozisyonların neler yaptığını bilmesi, en azında bu görev unvanlarında ortalamanın 4’ün üzerinde olması beklenirdi.

Girişimci unvanının ortalamasının 3,22 seviyelerinde, CEO’nun da 3,77 seviyelerinde çıkması, en çok karmaşanın bu iki unvanında ama en çok da Girişimci unvanında yaşandığını göstermektedir.

Kadınların erkeklere nazaran algılarının istenen seviyeye daha yakın olması da dikkat çekicidir. Ama en dikkat çekici olan, herhangi bir işte çalışmış öğrencilerin görev unvanlarına yönelik algıları ile hiç çalışmamış olanların algıları arasında istatistiki olarak anlamlı herhangi bir fark olmamasıdır.

Bu çalışmanın ortaya koyduğu bir başka belki de en önemli gerçek ise; üniversitelerin, teorik bilgilerin yanı sıra öğrencilerini, ilişki içerisinde bulunacakları veya işgal edecekleri pozisyonların gerekleri, yetkileri, neler yaptıkları ile ilgili olarak da donatmaları, bu konuda da onları geleceğe hazırlamaları gerektiğidir.

KAYNAKÇA

- Akdemir, A. (2016). “Örgütlerde Stratejik Yönetim”, Kitap, Orion Yayınevi, İstanbul.
- Akdemir, A. (Ed.) (2018). “Örgütlerin Yönetimi: Kavramsal-Kuramsal, Tematik ve Kurumsal Açılardan Yönetim”, Kitap, Beta Yayınları, İstanbul
- Akdemir, A. (2018b). Liderlik ve Liderlik Analizleri Ders Notları, Arel üniversitesi, İstanbul
- Akdemir, A., Aslan, M., Bilkay, S., Ari, İ., Düzenli, H., Uçtu, K., Kaynak, S., İmamoğlu, D., Yaman, F., Doğan, H.B., Özyay, Y., Uzun, D. (2018). "Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Mesleki, Sosyal ve Entelektüel Eğilimlerinin Araştırılması", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(1), s. 493-527
- Antalyalı, Ö. L. (2007). “Tarihsel Süreç İçerisinde Üniversite Misyonlarının Oluşumu”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (6), 25-40
- Dever, A. (2012), "Bilginin efendileri: Epistemik Cemaat", *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 13, s. 201-217
- Erçevik, B., Önal, F. (2011). “Üniversite Kampüs Sistemlerinde Sosyal Mekân Kullanımları”, *Megaron*, 2011, 6(3), s. 151-161

- Erdem, A.R. (2006). "Dünyadaki yükseköğretimin değişimi", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 15, s. 299-314
- Erdem, A. R. (2005). "Üniversitenin Varoluş Nedeni (Üniversitenin Misyonu)", Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 17, s. 75-86
- Etzkowitz, H., Leydesdorff, L., (2000), "The Dynamics of Innovation: From National Systems and 'Mode 2' to a Triple Helix of University-Industry-Government Relations", Research Policy, 29(2), 109-123.
- Günay, D. (2004). "Üniversitenin Neliği, Akademik Özgürlük ve Üniversite Özerkliği", International Congress of Higher Education, EDU-2004, 27-29 Mayıs 2004, İstanbul
- Koçel, T. (2011). "İşletme Yöneticiliği", Kitap, 13. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul
- McKelvey, M., Holmén, M. (2009), "Learning to Compete in European Universities: From Social Institutions to Knowledge Business", Cheltenham UK : Edward Elgar Publishers
- Odabaşı, Y. (2006). "Değişimin ve dönüşümün aracı olarak girişimci üniversite", Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 1(1)
- Perkmann M, King Z, Pavelin S, Engaging excellence? Effects of faculty quality on industry engagement across disciplines, Research Policy, 2011, Vol:40, Pages:539 -552
- Rukançı, F., Anameriç, H. (2004). "Ortaçağda ilk üniversiteler: Studium Generale", Felsefe Dünyası, 39, s. 170-186
- TÜİK (2018). "Nüfus Projeksiyonları, 2018-2080", Türkiye İstatistik Kurumu Resmi İnternet Sayfası, <http://www.tuik.gov.tr/HbPrint.do?id=30567>, Erişim tarihi: 08.12.2018
- Ülgen, H., Mirze, S.K. (2010). "İşletmelerde Stratejik Yönetim", 5. Baskı, Kitap, Beta Yayınları, İstanbul