

KLASİKİTEN MODERNE DOĞRU: ADANA MOBİLYACILIK SEKTÖRÜNDE ÖRGÜTSEL FORM DEĞİŞİMİ, 1950-2018

Mustafa ÖZSEVEN¹

ÖZ

Bu çalışmada, 1950-2018 yılları arasında Adana mobilyacılık sektöründe yaşanan örgütsel form değişimi kurumsal mantık ve komünite ekolojisi perspektifinden araştırılmaktadır. Çalışmada, özellikle komüniteye özgü unsurların kurumsal mantıklar ile örgütsel formlar arasındaki ilişkide nasıl bir rol oynadığı merak edilmektedir. Bu amaç doğrultusunda Adana mobilyacılık sektöründe nitel araştırma yöntemi kullanılarak görgül bir araştırma yapılmıştır. Yüz yüze yapılan 14 farklı görüşmeyle toplanan veriler eksensel kodlamadan yararlanılarak analiz edilmiştir. Analizler Adana mobilyacılık sektörünün klasik mobilya örgütsel formundan modern avangard örgütsel formuna doğru dönüşüm yaşadığına işaret etmektedir. Bulgular hem komünite özelinde yaşanan değişimlerin hem de kurumsal meşruiyet kaygılarının Adana mobilyacılık sektöründeki örgütsel form dönüşümünde etkili olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Komünite Ekolojisi, Kurumsal Mantık Değişimi, Örgütsel Form, Adana Mobilyacılık Sektörü

FROM CLASSIC TOWARDS THE MODERN: THE ORGANIZATIONAL FORM CHANGE IN THE ADANA FURNITURE SECTOR, 1950-2018

ABSTRACT

In this study, the organizational form change in Adana furniture sector between 1950-2018 is investigated from the perspective of institutional logic and community ecology. In the study, especially, it is wondered what role the elements specific to the community play in the relationship between institutional logic and organizational forms. For this aim, an empirical research has been conducted in Adana furniture sector using qualitative research method. The data collected through 14 different face-to-face interviews were analyzed using axial coding. Analyses point out that Adana furniture sector has experienced a transformation from classic furniture organizational form to modern avant-garde organizational form. The findings show that both the changes in the community and institutional legitimacy concerns are effective in the organizational form transformation in Adana furniture sector.

Keywords: Community Ecology, Institutional Logic Change, Organizational Form, Adana Furniture Industry

Giriş

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Finans Bölümü, mozseven@atu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3720-646X
Received/Geliş: 01/06/2020 Accepted/Kabul: 24/11/2020, Research Article/Araştırma Makalesi
Cite as/Alıntı: Özseven, M. (2020), "Klasikten Moderne Doğru: Adana Mobilyacılık Sektöründe Örgütsel Form Değişimi, 1950-2018", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 4, s.277-300.

Belirli bir örgütsel alandaki örgütsel form ve kimliklerin nasıl geliştiğini açıklamaya yönelik kurumsal kuram perspektifinden yapılan çalışmalarda (Glynn, 2000; Lok, 2010; Oliver ve Bürge, 2005; Özseven ve Danışman, 2017; Ruef, 2000, 2004), örgütsel formların ve kimliklerin belirli bir kurumsal yapı temelinde geliştiğine değinilmektedir (Durand ve Thornton, 2018). Yeni kurumsal kuramda örgütsel alanların hâkim norm, değer ve kurallara göre şekillendiğini savunan kurumsal mantık perspektifinde (Thornton vd., 2012), belirli bir alanda benzer ürünleri üreten ve aynı kurumsal baskılara maruz kalan yapılar örgütsel form olarak nitelendirilmektedir (Navis ve Glynn, 2010; Glynn, 2000; Ruef, 2000, 2004; Whetten, 2006). Kurumsal mantık perspektifinde bu örgütsel özellikler ve kategoriler özelinde gelişen formların ortaya çıkışında kurumsal mantıkların işaret ettiği kural, norm, değer ve sembollerin etkili olduğuna vurgu yapılmaktadır (Glynn, 2000; Greenwood vd., 2011). Belirli bir örgütsel alandaki örgütsel form değişimini komünite ekolojisi perspektifinden araştıran çalışmaların da yazındaki varlığı dikkat çekmektedir (Audia vd., 2006, s. 406; Baum ve Mezias, 1992; Freeman ve Audia, 2006; Hedström, 1994; Olzak ve West, 1991; Ruef, 2004). Bu perspektife göre örgütsel formlar yerleşik olunulan komüniteye paralel şekillenmektedir (Audia vd., 2006; Baum ve Mezias, 1992). Örgütsel formların gelişimini açıklayan bu iki perspektifin varlığı, kurumsal mantıklar ve örgütsel formlar arasındaki ilişkiyi belirli bir komünite özelinde araştıran görgül bir çalışmanın gerekliliğine işaret etmektedir. Buradan hareketle, bu çalışmada, Adana mobilyacılık sektöründe 1950-2018 arasında yaşanan değişimin dinamiklerinin anlaşılmasına çalışılarak sektörde görülen örgütsel form değişimi üzerinden bir model önerilmesi amaçlanmaktadır. Araştırmada Adana Mobilyacılık sektörünün seçilmesinin altında yatan temel dinamik bir komünite olarak Adana ilinin son yıllarda yaşadığı değişimin araştırma sorusunun aydınlatılmasına yardımcı olabileceği düşüncesidir. Burada özellikle şehirde ve köyde yaşayan nüfusun oranlarındaki değişim göze çarpmaktadır. Örneğin 1965'te Adana'daki nüfusun yüzde 54'ü köyde; yüzde 46'sı şehirde ikamet ederken, 2000'de köyde ikamet edenlerin oranı yüzde 25'e gerilemiş, şehirde yaşayanların oranı ise yüzde 75'e yükselmiştir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2020a; 2020b). Burada not etmek gerekir ki; Adana komünitesinde gözlemlenen bir diğer değişim hane halkının yaşadığı konutların oda sayılarındaki dönüşüm olmuştur. Buna göre 2000'de Adana'daki hane halkının yüzde 12'sinin 2 odalı, yüzde 42'sinin 3 odalı, yüzde 37'sinin ise 4 odalı konutlarda oturduğu görülmektedir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2020c). Ne var ki son yıllarda mobilya talebini etkileyecek şekilde 2 ve 3 odalı konutların oranlarında belirgin bir artış yaşandığı görüşmecî ifadelerine yansımıştır.

Çalışma yazındaki bilgilerin yer aldığı kuramsal çerçeve ile devam ederken, bunu Adana Mobilyacılık sektörüyle ilgili bilgiler takip etmektedir. Araştırma verilerinin

toplanmasına ve analizine yönelik bilgilerin yer aldığı yöntem bölümünün ardından, araştırma bulguları raporlanmaktadır. Son olarak araştırmanın bulgularının özetlendiği sonuç bölümüyle çalışma sonlandırılmaktadır.

Kuramsal Çerçeve

Belirli bir örgütsel alanda benzer girdileri kullanarak aynı müşteri tipine ürün ve hizmet sunan örgütlerin sayısındaki azalış ve artışın altında yatan dinamiklerin ilk başlarda daha çok popülasyon ekoloji kuramı çerçevesinde izah edilmeye çalışıldığı görülmektedir (Hannan ve Freeman, 1977, 1987). Popülasyon ekolojisine göre belirli bir nişte faaliyet gösteren örgütler başarılı oldukça o pazardaki örgüt sayısında artış yaşanacak ancak bu artış bir yerden sonra aynı kaynağı kullanan örgütlerin rekabeti sonucunda elenmeyi de beraberinde getirecek ve örgütsel alandan elenmeler başlayacaktır (Hannan ve Freeman, 1977, 1987; Hannan vd., 2003). Carroll ve Hannan (1989a), bu argümanı benzer nişteki örgütlerin faaliyetleri sonucunda kazandıkları meşruiyetin alandaki örgüt sayısını arttıracak ancak rekabet neticesinde bu durumun yine tersine dönerek nonmonotonik şekilde değişeceğine değinmişlerdir. Zucker'ın (1989) örgütsel alandaki nonmonotonik değişimlerin meşruiyet kavramıyla açıklanamayacağına yönelik eleştirilerine karşın, Carroll ve Hannan (1989b), geliştirdikleri model üzerinde ısrar etmişler ve örgütsel alandaki nonmonotonik değişimlerin kurumsal meşruiyet ve örgütsel alanın kendine özgü tarihiyle açıklanabileceğini savunmuşlardır. Buradan hareketle, belirli bir örgütsel alanda hâkim işleyişlerin, örgütsel formların, kimliklerin, değerlerin, sembollerin ve kuralların nasıl olması gerektiğini savunan kurumsal mantık perspektifiyle, örgütsel alandaki formların değişimi arasında bağlantı kurulabileceği fikri önem kazanmıştır (Ruef, 2000; Thornton vd., 2012). Özellikle belirli bir coğrafya dâhilindeki meşruiyet kazanmış ortak değerleri, sembolleri, eylemleri ve normları savunan komünitelerde (O'Mahony ve Bechky, 2008; O'Mahony ve Ferraro, 2007; O'Mahony ve Lakhani, 2011), komünite mantığının geliştiği iddia edilmektedir (Thornton vd., 2012, s. 68-72). Görünen o ki, bu komünite özelinde gelişen değerler, kurallar, normlar ve semboller o komünitedeki örgütlere yansır ve bu örgütlerin kimliklerinde, formlarında ve eylemlerinde zuhur eder (Thornton vd., 2012, s. 68-72). Örgütsel kuralların, normların, işleyişlerin, kimliklerin ve formların mesleki etik kodlara göre şekillenmesini savunan meslek kurumsal mantığı (Scott vd., 2000); ile rekabetçi ortamda bireysel kazançların çoğaltılmasının amaçlandığı, kârlı ve verimli uygulamaların ön planda tutulduğu ve piyasa mekanizması unsurlarının hâkim olduğu piyasa kurumsal mantıkları da Thornton vd. (2012), tarafından işaret edilen diğer kurumsal düzenlerdendir.

Aynı komünitede faaliyet gösteren örgütlerin bu komünite ile aralarında gelişen simbiyotik bağımlılığın komünite ve örgüt arasındaki kaynak alışverişiyle açıklandığı da görülmektedir (Audia vd., 2006, s. 406; Baum ve Mezas, 1992; Freeman ve Audia, 2006; Hedström, 1994; Olzak ve West, 1991; Ruef, 2004). Ruef (2004), Amerikan sivil savaşında geleneksel tarım uygulamalarındaki insan kaynağındaki azalmaların çiftçilik uygulamalarında yarattığı değişimi göstermiştir. Baum ve Mezas (1992), Manhattan Hotel sektöründe hayatta kalan ile elenen işletmelerin belirlenmesinde Manhattan komünitesindeki farklı gelir düzeyindeki insan topluluğuna dikkat çekmişlerdir.

Kurumsal mantıklara göre biçimlenen örgütlerin diğer örgütsel biçimlerden ayrışmalarını sağlayan örgütsel form ile kurumsal mantıklar arasındaki bağlantı da yazında dikkat çekmektedir (Pache ve Santos, 2013). Örgütlerin ne ürettiklerini, üretileni nasıl ürettiklerini, üründe aranan özellikleri ve bu ürünün hedef kitlesinin ne olduğuna işaret eden örgütsel formların (Astley, 1985; Baron, 2004; Pache ve Santos, 2013; Romanelli, 1991) hem içinde bulunulan komüniteden (Carroll ve Hannan, 1989a; Carroll ve Swaminathan, 2000; Freeman ve Audia, 2006) hem de örgütsel alanda hâkim kurumsal mantıklara göre şekillendiğini iddia eden (Pache ve Santos, 2013) iki ayrı görüşün varlığı göze çarpmaktadır. Peki, belirli bir örgütsel alandaki örgütsel form dönüşümü hem komünite özelinde gelişen kurumsal faktörler hem de örgütsel alanda gelişen kurumsal mantıklarla birlikte açıklanabilir mi? Barley ve Tolbert tarafından (1997) geliştirilen ve kurumsal düzenin eylemlere yansıdığı, bu yansımaya cevaben geliştirilen tepkiyle, kurum ve eylem dinamiğinin sürdürüle geldiği tipolojiden hareket edilirse, bir kurumsal düzen olarak komünite ile kurumsal mantıkların önce örgütsel alana sorgulanmadan kabul edilen eylemler örüntüsüyle alana yansıdıkları, örgütsel seviyede de örgütsel form ile bu yansımalara cevap verildiği düşünülebilir (Wright ve Zammuto, 2013). Kurumsal düzenler ve eylemler arasındaki dinamiklik, kurumsal düzende etkili yeni kurumların belirginleşmesiyle örgütsel form dönüşümüyle farklı bir şekil alabilir (Goffman, 1983; Hughes, 1936; Wright ve Zammuto, 2013). Buradaki vurucu nokta, kurumsal düzenin alandan yansıyan eylemlerle sürdürülmesi veya değişmesinin yanında, bu etkileşim sürecinde kurumsal düzenden gelecek farklı taleplere paralel olarak örgütsel alandaki hâkim formların değiştiği ve bu formlara özgü eylemlerle kurumsal alanda da değişimin yaşandığıdır (Goffman, 1983; Hughes, 1936; Wright ve Zammuto, 2013). Kurumsal etkiler ile örgütsel form arasındaki ilişkiyi belirli bir komünite düzeyinde araştırmak bu kavramlar arasındaki bağlantının daha net görülmesini sağlayabilir. Bu doğrultuda hem mobilya üretiminde önemli bir yer tutan il olması hem de son yıllarda komünite düzeyinde yaşadığı değişimleri içinde barındırması sebebiyle Adana ilinde bir araştırma yapılmıştır.

Adana İli Mobilyacılık Sektöründe Değişim, 1950-2018

Türkiye'nin güneyinde yer alan Adana ilinin ekonomisinin 1950'li yıllardan 1980'li yıllara kadar daha çok tarım ve tarıma dayalı sanayileşmeyle geliştiği görülürken, Adana komünitesinde kentleşmenin 1950'li yıllarda henüz yeni yeni başladığı söylenebilir (Ener vd., 1968). Bu dönemde çiftçilikle geçinen insanlar ile sanayiyle iştiğal eden kesimin komünite özelinde diğer kesimlere göre nispeten daha üst gelire sahip olduğu görülmektedir (Görüşme Notları). Bu yıllarda inşa edilen evlerin daha geniş olması hem üst gelir ile hem de orta sınıfta mobilya talep eden bireylerde geniş eve uygun; ama daha çok saray tipini yansıtan ürünlerin tercih edilmesine yol açtığı iddia edilmektedir (Görüşme notları). Bu tercih kendisini mobilya iskelet yapımında 'oymacılık' mesleğinin sektörde geniş bir yer bulmasıyla göstermiştir. Oymacılık mesleğiyle yapılan bu ürünlere yansıtılan ana vurgu genellikle 'yaprak' motifleriyle mobilya iskelet yapımında Otantinenin (Authenticity) ortaya konulmak istenmesidir. Peterson'a göre (2005), sosyal bir olgu olan otantite, el emeğine dayanan, üretim sürecinde teknolojinin kullanılmadığı, malzemelerin doğadan alındığı sanatsal ürün üretilmesidir (Beverland, 2005, s. 1006, 1008; Fine, 2003, s. 155; Peterson ve Anand, 2004). Bu şekilde Adana komünitesinde 1950 ve 1983 arasında gerçekleşen mobilya talebinin butik üretim ve oymacılık mesleğine dayalı sanatsallık taşıyan ürünler etrafında şekillendiği görülmektedir (Görüşmecii ifadeleri bu yorumun çıkartılmasında etkili olmuştur). Bu şekilde otantiye dayalı üretim tekniğinin yer edindiği klasik mobilya mantığının taşıyıcılarının mobilya 'ustası' ile ona yardım ederken mesleği öğrenen 'çırak' olduğu (Cattani vd., 2013, s. 824) görülmektedir. Klasik mobilya mantığında, mobilya üretiminde sanatsal unsurlara yer verildiği, mobilyacının sanatçı olarak görüldüğü, oymacılık mesleğine dayalı kişisel kapitalizmin maksimize edilmeye çalışıldığı ve üretilen ürünlerin otantik olduğu görülmektedir (bk. Tablo 1).

1980 sonrası Adana ilinde değişimler göze çarpmıştır (Görüşme notları). Bu değişimler kentleşmenin hızlanması, tarıma dayalı ekonomiden sanayiye geçişin yaşanması, nüfusun artması ve ticaretin öne çıkmasıdır (Görüşme notları). Bir diğer ifadeyle 1980 sonrası Adana ilinde artan nüfus ile birlikte komünitenin yerini metropolleşmenin aldığı iddia edilebilir. Bu durumun mobilya talebinin 'saray tipinden' 'işlevsele' doğru dönüşümüne yol açtığı anlaşılmaktadır. Bir başka ifadeyle alanda klasik mobilya mantığı haricinde modern mobilya mantığının geliştiği görülmektedir. Modern mobilya mantığının temsilcisinin modern mobilyacı olduğu, mobilya üretiminde verimliliğin ön plana çıktığı, işlevsel mobilya üretiminin yapıldığı ve sanatsal zevkten öte kâr etmenin daha çok gözetildiği görülmektedir (bk. Tablo 1). İşlevsel mobilya üretiminin dayandığı modern mobilya mantığında, el emeğinin yerini teknolojiye bıraktığı, mobilya tasarımlarının tasarımcılara bırakıldığı, butik üretimden öte kitlesel üretime yer verildiği, insani beceriden

ziyade teknik bilginin önem kazandığı görülmektedir. Bu şekilde piyasa mantığının etkili olduğu modern mobilya mantığının, meslek ve komünite mantıklarının etkili olduğu klasik mobilya mantığının önüne geçtiği düşünülebilir. Öyle ki modern mobilya mantığının kökeninde yer alan ‘modernite’ ile üretilen ürünlerde Suddaby, Ganzin ve Minkus’un da ifade ettiği gibi, (2017, s. 286) ‘anlamın kaybolmasıyla’ işlevselliğin gözetildiği iddia edilmektedir (Takuya ve Takayama, 2010, s. 21).

Tablo 1. Klasik Mobilya Mantığı ile Modern Mobilya Mantığı

Kurumsal Mantık Ölçütü*	Klasik Mobilya Mantığı (1950-2018)	Modern Mobilya Mantığı (1983-2018)
Ekonomik sistem	Kişisel kapitalizm	İşletme kapitalizmi
Kimlik kökeni	Bir sanatkâr olarak mobilyacı	Bir işletmeci olarak mobilyacı
Meşruiyet kaynağı	Oymacılık mesleği	Verimlilik
Yetki kaynağı	Adana komünitesi ve oymacılık mesleği	Patron, Girişimci
Misyon kökeni	Sanatsal mobilya üretimi	İşlevsel mobilya üretimi
Odak kökeni	Mobilya üretiminde sanata yer vermek	Kâr etmek
Strateji kökeni	Oymacılık mesleğini icra ederek kişisel kapitalizmi ençoklamak	Girişim kârını ençoklamak
Kurumsal düzenler	Meslek, komünite ve piyasa	Piyasa

*: Bu ölçütler Thornton ve Ocasio’nun (2008, s. 128-129) çalışmasından uyarlanmıştır.

1980 öncesi Adana mobilyacılık sektöründe hâkim mantık olan klasik mobilya mantığının 1980 sonrası zayıflaması ve modern mobilya mantığının güçlenmesiyle modern mobilya örgütsel formuna ait unsurların geliştiği göze çarpmaktadır. Tablo 2’de de görüldüğü gibi klasik mobilya örgütsel formunda oyma ustalarınca sanatsal mobilya üretimi yapılmakta, ham maddesi ağaç olan, müşterisinin işlevsellikten öte gösterişe önem verdiği ve el emeğine dayalı ürünler üretilmektedir. Modern mobilya örgütsel formunda ise, sunta ve MDF teknolojiyle şekillendirilir, işlevsel mobilyalar üretilir ve her ekonomik sınıftan müşteriye ürün sunulur.

Tablo 2. Klasik Mobilya ve Modern Mobilya Örgütsel Formları

Örgütsel Form Ölçütü*	Klasik mobilya örgütsel formu	Modern mobilya örgütsel formu
Ürün	Klasik mobilya	Modern mobilya
Kullanılan hammadde	Ağaç	Sunta, MDF
Üretim süreci	Üretim çoğunlukla el emeğiyle yapılırken, az da olsa makine kullanılır.	Üretim çoğunlukla makineyle yapılırken, az da olsa el emeği kullanılır.
Üründe aranan özellik	Sanatsallık	İşlevsellik
Hedef kitle	Elit kesim	Her ekonomik sınıftan mobilya talep eden herkes

*Kaynak: Astley (1985), Baron (2004), Pache ve Santos (2013), Romanelli (1991)

Peki, Adana komünitesindeki ve örgütsel alandaki kurumsal mantıklardaki değişim örgütsel formlarda ne tür geçişin yaşanmasına yol açmıştır? Bu soruya yanıt verebilmek için Adana Mobilya sektöründe bir saha çalışması yapılmıştır.

Yöntem

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Araştırma verileri Adana mobilyacılar sitesindeki ve Adana Hacı Sabancı Organize Sanayi Bölgesindeki üreticilerle yüz yüze yapılan görüşmelerle toplanmıştır. Adana mobilya sektöründeki değişimi daha net görebilmek için hem klasik mobilya üretimi yapan (4 görüşme) hem klasik mobilya üretiminden modern mobilya üretimine geçen (7 görüşme) hem de endüstriyel mobilya üretimi yapan üreticiler (1) ve Adana Marangoz ve Mobilyacılar Odası Başkanıyla görüşülmüştür². Bu şekilde toplamda 300 dakika süren 14 farklı yüz yüze görüşme yapılmıştır. Görüşmelerde yarı yapılandırılmış görüşme formu takip edilmiş ve bu çerçevede görüşmelerin akışına göre görüşmecilere kısmen farklı sorular yöneltilmiştir. Görüşmecilere klasik mobilya üretimi ile modern mobilya üretimi arasındaki farkları, Adana mobilyacılık sektörünün gelişimini, klasik mobilya üretiminden modern mobilya üretimine geçişin altında yatan dinamikleri anlayabilmeye yönelik sorular yöneltilmiştir. Daha sonra verilerin analizine geçilmiştir. Araştırmada Adana mobilyacılık sektöründeki değişimin

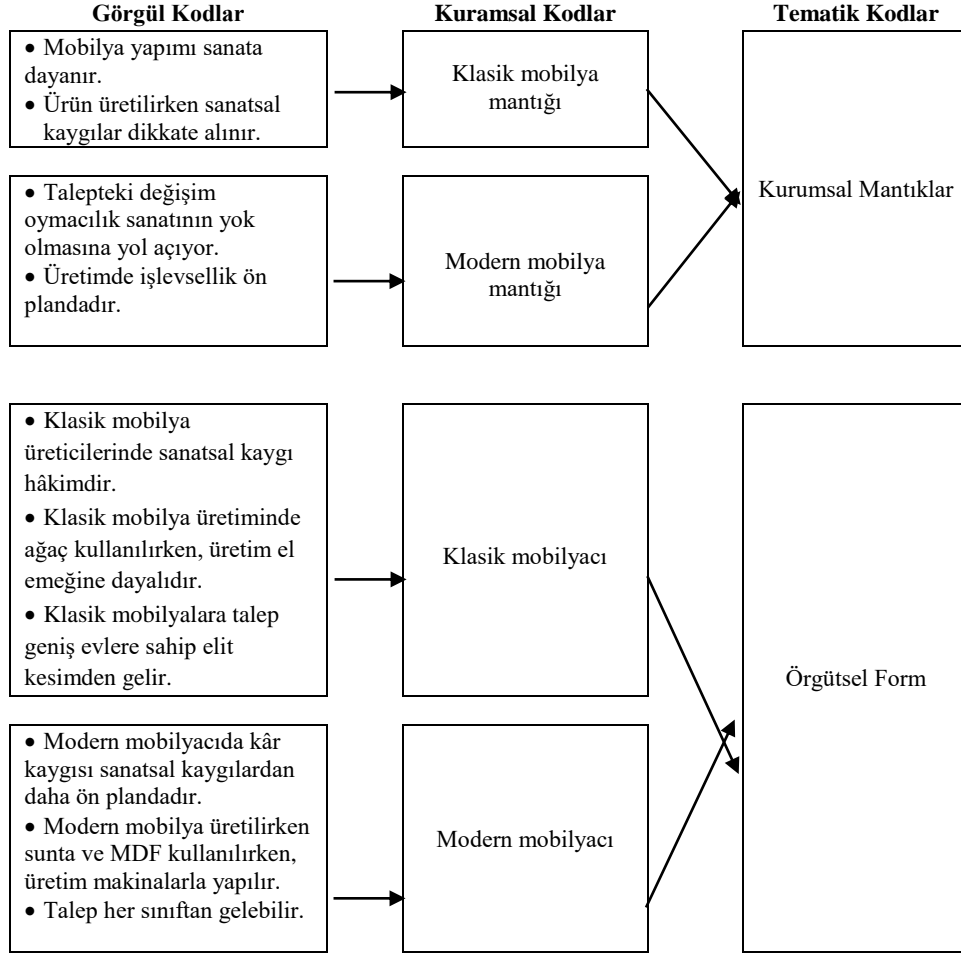
² Adana Marangoz ve Mobilyacılar Odası Başkanı aynı zamanda klasik mobilya üretiminden modern mobilya üretimine geçiş yapan üretici olduğundan kendisiyle farklı zamanlarda 3 görüşme yapılmıştır.

dinamiklerine odaklanıldığından, araştırılan konuda etkili kavramların keşfedilmesine ve kavramların işaret ettiği ana kategorilerin ortaya konulmasını sağlayan analiz yöntemi (Charmaz, 2006, s. 61; Gioia vd., 2013, s. 21; Goulding, 2002; Strauss ve Corbin, 1990) eksensel kodlamadan (axial coding) yararlanılmıştır. Eksensel kodlama yöntemine başvurulduğunda bir yandan ana kuramsal kavramların gelişimine yol açan koşullar ve süreçler aydınlatılırken öte yandan da bu koşullar ve süreçler arasındaki ilişki daha net ortaya konulabilir (Charmaz, 2006, s. 61; Goulding, 2002, s. 61). Bu doğrultuda görüşmeciler notları satır satır incelenmiş ve eksensel kodlamadan önce 1950-2018 yılları arasında Adana mobilyacılık sektöründeki dinamikleri yansıtan ve bu şekilde mantıklara işaret eden kelimeler tespit edilmiştir (Charmaz, 2006, s. 50-51). Buna göre alanda klasik mobilya mantığına ve modern mobilya mantığına işaret eden kelimeler Tablo 3'te görülebilir.

Tablo 3. Kodlamalarda Klasik Mobilya Mantığına ve Modern Mobilya Mantığına İşaret Eden Kelimeler

Boyut	Klasik mobilya mantığı	Modern mobilya mantığı
Üretim	El işçiliği, emek yoğun, bıçkı, doğadan esinlenme, sanatsal figürler, vasıflı işçi, ağaç, yetenek, Allah vergisi, oymacılık, usta, çırak	Endüstriyel üretim, makineleşme, teknoloji, tasarım, sunta, MDF, modüler, tasarımcı
Talep	Gelenekselcilik, gösterişli yaşam tarzı, geniş evler	İşlevsellik, rekabetçilik, daha küçük evler, sade yaşam, pazarın bitmesi, müşteri tipinin değişmesi

Tablo 3'te mantıklara işaret eden 'Üretim' ve 'Talep' boyutlarındaki kelimelerin Adana mobilya sektöründeki mantık ve örgütsel form değişimi arasındaki dinamikliğe işaret ettiği anlaşılmıştır. Bu kelimelerin de işaret ettiği ayrımdan yola çıkarak kurumsal mantık ve örgütsel form değişiminin araştırma sahasındaki görgül kodlara, bu görgül kodların işaret ettiği kuramsal kodlara ve son olarak tematik kodlara ulaşılmıştır (Charmaz, 2006, s. 61; Goulding, 2002, s. 61). Eksensel kodlamanın veri yapısı (Gioia vd., 2013), Şekil 1.'deki gibidir.



Şekil 1. Veri yapısı

Şekil 1’de de görüldüğü gibi, kodlamalarda kurumsal mantık ve örgütsel formlara işaret eden ifadelerle odaklanılmıştır. Buna göre görüşmecilerde mobilya üretiminde sanatsal amaçların ön plana çıktığına dair ifadelerle rastlanılırsa klasik mobilya mantığına,

işlevselliğin ön plana çıktığına dair ifadelerle rastlanırsa modern mobilya mantığının alanda zuhur ettiği sonucuna varılmıştır. Örgütsel form açısından kodlamalar yapılırken, el emeğine dayalı üretimde ağaç kullanıldığına, talebin elit kesimlerden geldiğine ve üreticilerin sanatsal yetkinliklerinin ön plana çıktığına dair ifadelerle rastlanırsa klasik mobilya örgütsel formun geliştiği sonucuna varılmıştır. Son olarak, görüşmeci ifadelerinde sanatsal kaygıdan ziyade kâr kaygısının güdüldüğüne, makinalarla yapılan üretimde MDF ve sunta kullanıldığına ve talebin her sınıftan geldiğine dair ifadelerle rastlanırsa modern mobilya örgütsel formunun alanda geliştiği kanaatine varılmıştır.

Bulgular

Analizler Adana ili mobilyacılık sektöründe 1950-2018 arasında örgütsel form dönüşümünün yaşandığına işaret etmektedir. Bu dönüşümde klasik mobilya mantığından modern mobilya mantığına doğru dönüşümün etkili olduğu anlaşılmıştır. Dönüşüm öncesi klasik mobilya yapımının nasıl gerçekleştiğini bir görüşmeci şu ifadelerle özetlemiştir:

“1950-1983 arası teknoloji yoktu. 1983 sonrası teknoloji geldi. 1970’lerde çırak olduğu için her şey elde yapılıyordu. Şimdi malzemeyi makine kesiyor. Bıçkı ile kesiliyor. Mobilya kıymetliydi değerliydi. Benim ustam ayda 3 takım üretti, iki ortak çok rahat geçinirdik. Şimdi 300 takım üretiliyor geçinemiyoruz. Şimdi 200 takım çıkartılıyor endişeliyiz. O dönem daha kanaatkârlardı insanlar. Ehli kâmillerd. O dönem rekabet yoktu, insanlar sıraya giriyorlardı mobilya almak için. Şimdi adam işçisinin parasını versin diye maliyetin altında vermeye başladı. 1950-1983 arasında ağaçlar üzerine yapılırdı. Üzerine kontraplak konularak yapılırdı. Tabaklar çıkınca iş biraz daha kolaylaştı. O dönemde kaplamayı sıcak tutkallarla elde yapıyorlardı. Artık makinede kaplanmış şekillerle geliyor. Adam o dönem onu yaparken sanatını konuşturuyordu ciddi emek vardı.” (Klasikten modern mobilya üretimine geçen mobilyacı)

Bu mantık değişiminde Adana mobilya üretiminde Adana ilindeki sosyal değişimler ile mobilyacılık mesleği ve piyasa mekanizmasındaki dönüşümlerin etkili olduğu anlaşılmıştır. Klasik mobilya üretiminin hem Adana komünitesinin yaşam tarzına hem de oymacılık mesleğini sürdürecektir insan kaynağına bağımlılığını bir görüşmeci şu sözlerle anlatmaktadır:

“Makine kesmez, oyma çok önemli bizde. CNC makine yüzde 90-95’ini bitirir. El oyması çok maliyetli. El emeği çok fazla. Biz makine istiyoruz ama bakıyoruz maliyetler de çok artıyor. Yetişen de yok. Son 10 yılımızı yaşıyoruz oymacılıkta.

Sistem, yaşam tarzıyla beraber değişiyor. Adana yüzde 90 modern yaşamı var. Batıya geçtikçe klasikler azalıyor...” (Klasik mobilya üreticisi)

Klasik mobilya mantığının oymacılık sanatı ile Adana komünitesindeki talep yapısından desteklendiği anlaşılmaktadır. Görüşmecinin şu ifadeleri bu durumu teyit etmektedir:

“...Sıfırdan yaratmak Allah’a mahsus ama yaratıyoruz. Bu mesleği sevmek lazım, ruh lazım emek lazım. Bütün bunlar bir araya gelince öğrenilir... Ağaçları canlı hâle getirmek için her şeyi yapıyoruz. 1972’den sonra bu mesleğe girdim... Bu meslek başka bir şey. Tasarımı ben yapıyorum... Yontma başka bir... Yeni bir şey neredeyse ağaca can veriyorsun. Bazı aksesuarlar kullanılıyor, ferforje demir, ana ham madde ağaç genelde ahşap kullanılıyor... Evdeki bir sehpa klasik ise bir şeyi anlatır o. Figürleri doğayı anlatır. Tüketicinin de anlaması lazım. O tek bir şey anlatmalı. Bir hikâyesi olmalı.” (Klasik mobilya üreticisi)

“Makineleşmeye gitmedik çünkü gücümüz yok. Bir tek oyma makinası çıktı. Şimdi yüzde 50’sini yapıyor. Eğer klasiğe uygun bir makine olsaydı klasik daha fazla üretilebilirdi. Hareketli, kavisli iskeletleri makineler üretemez, kıvrımlarda el emeği önemli. Adana’da bu sanatkârlık, bu sanatkârların farklı oluşu, Adana’yı klasikte öne çıkartıyor. Adana üzerinde klasik üreten yok. Eskiden Adana ağaları vardı. Pamuk ağaları, bunlar zenginliğe şatafata önem verirdi. Ustalara da bu işleri verince ustaların da gelişmesini sağladılar...” (Klasik mobilya üreticisi)

Klasik mobilya mantığının komünite ve meslek kurumsal mantıklarından desteklendiğine işaret eden bu bulguların yanında klasik mobilya mantığının gelişimine temel olan komünite ve meslek kurumsal mantıklarının etkisinin azalmasında talepteki dönüşümün etkili olduğunu gösteren şu görüşmeci ifadeleri de dikkat çekmektedir:

“Ben genelde klasik başladım. Biz başladığımızda klasik yemek odası filan yapıyorduk. 1985’te dünyada açılmayla beraber dönüşümle beraber yurt dışına gidilmesi klasik mobilya yaptık, talebi yetiştiremezdik bile. İnşaatlar yapıldıkça zaman içerisinde talepler değişmeye başladı. Mağaza sahibi olmak, döşemeyi kendi yaparak 1993’lerde talep değişmeye başladı. Artık ham iş yapan değil mağazaya hizmet eden daha cazip hâle geldi. Aynı zamanda üretici de çoğaldı... Değişim rüzgârı o klasik, iskelet yaptık. İskelet sektörü Türkiye’de 1 numara hâline geldi. İskelet yapılacak iş değil bitmiş iş yapalım dedik... Bu durum 1985’lerde, 1990’larda vardı. Yalnız 1995’ten sonra Adana modernleşmeye başladı. Moderne

talep büyük markaların girmesiyle de hızlandı... İnsanlar daha fonksiyonel takımlar, 3-5 yıl kullanıp atıyor. İnsanlarda tatminsizlik oluştu. İnsanlar eski takımları ömür boyu kullanırdı. Şimdi bunu 3-5 yıl alıp kullanıp atmak istiyor. Ben klasiği 3-5 ayda yapıyorum. Oyması, takım tasarımı uzun sürer, boyada çıkıyor. İnsanlar şimdi 3 ayda yeni bir tasarım istiyor...” (Klasikten modern mobilya üretimine geçen mobilyacı)

Klasik mobilya üretiminin komünite taleplerine göre şekillendiğine işaret eden bu ifadeleri destekler nitelikte yurt dışına klasik mobilya üreten üreticilerin oradaki taleple dönüşüme gitmedikleri, yalnız iç piyasaya dönünce dönüşüme gittiklerini görüşmeci şu şekilde ifade etmiştir:

“Oturma, salon, yemek odası yapalım dedik. Pazar bizi yönlendirdi. İhracat bizi yönlendirdi. Onlar bize ihracatı öğretti. İran’da klasik gidiyordu klasik yaptık. Azerbaycan’a da ürün yetiştiremiyorduk. Azerbaycan’da devalüasyon olunca B planına gittik. İç piyasada klasik gitmiyordu. İç piyasaya bakınca mağazaların %95’i modern satıyor. 2013 yılında. Dış piyasada klasik gidince klasik yapıyorduk. Yurtdışında kriz olunca %85 ihraç ettiğimiz mallar burada kalmaya başladı. İç piyasada modern olunca moderne dönmeye karar verdik.” (Klasikten modern mobilya üretimine geçen mobilyacı)

Klasik mobilya mantığından modern mobilya mantığına doğru dönüşümde talep tarafındaki bu dönüşüm ile üretim sürecinde el emeğinden ziyade makinelere yer verilen, ağaç yerine sunta ve MDF’nin kullanıldığı, tasarımı mobilya üreten ustadan ziyade müşterilerin isteklerini de göz önünde bulunduran tasarımcıların yaptığı modern mobilya formu unsurlarının alanda kendisine daha fazla yer bulduğu görülmüştür. Bu durum görüşmecilerin şu ifadelerinden anlaşılmaktadır:

“Müşteriler yönlendiriyor, katalog yapıyoruz. Klasikçiydik biz mecbur kaldığımız için döndük. O da mecburiyetten. Yatak odası, yemek odası yapan modern yapacak. Şu an 5 mağazadan 4’ü modern. Klasik mobilya model çıkaran tasarımcılarımız var. Onlar model istiyor direkt kendi model çıkartıyor... Tasarımcılar kendi hayal dünyasından yapıyorlardı... Kendi üretim planlarımız seri üretime geçtiğimiz zaman o ancak işletmenin imkânına göre stoka çıkartır. Klasikçi arkadaşlarımız yolun başındayken hâlâ imalatçı mağazacılık sistemine geçiyorlar. Geriden gelenler bizi mağazacılık sistemine ittiler. İmalat arttı. Sistem moderne kayıyor moderne yeni geçtik. Talebin gelmesinden ziyade klasik üretenler moderne

dönmeye başladı... Moderne geçince müşteri yönlendiriyor, talep ediyor, şu modelde çalışıyoruz, mağaza tasarımcıyı imalatçı herkes fikir ortaya atıyor. Adana dönüşümü bizi olumsuz etkiledi. Biz geciktik ihtiyaçtan talepten, talep ister istemez sizi bir yöne yönlendiriyor. Klasığı yapıyoruz müşteri sizden klasik istemiyor...” (Klasikten modern mobilya üretimine geçen mobilyacı)

“Klasikte doğadan ilham alınmıyordu. Müşterinin talebi çok dikkate alınmıyordu, her dediğin olmuyordu, ağır değişiklik yapılmıyor, ağacın gövdesine çiçeğin görünümü veriliyor, ortaya çıkıyordu. Moderne geçince iş değişti. Klasikte el emeği modernde makineler... Makineleşme olduğu için bilgisayar üzerinden CNC işleme kesim olduğundan dolayı oluyor. Klasik oymacılıkta bunun olması zor bir işlem olmuyor. Herkesin belli bir modeli var. Klasikte model var. Onu çiziyor. Nasıl müzisyen söz yazar onu çalar. Klasikte önce kâğıda çizer, kâğıda döker sonra ağaca işler. İşte müşteri talebi burada girince sanati bozar. Modernde değiştirebilirsin klasikte daha zor. Büyük mobilyacılar üretimi talebi şekillendirdi. Onların bu işe girmesi talebi de şekillendirdi ister istemez.” (Klasikten modern mobilya üretimine geçen mobilyacı)

Bu şekilde Adana mobilyacılık sektöründe klasik mobilyacılıktan modern mobilyacılığa doğru dönüşüm yaşanmıştır. Ancak bu form geçişinin bütünüyle modern mobilyacılıktan ziyade üretimde makinelerin daha ağırlıklı bir şekilde kullanıldığı, mobilyanın bazı noktalarında klasik unsurlara yer verildiği, müşteri talebinin üretimin şekillenmesinde etkili olduğu, sunta ve MDF ağırlıklı ham maddelerin kullanıldığı Modern avangard olarak nitelendirilebilecek melez bir forma dönüşerek gerçekleştiği görülmüştür. Bu durumu görüşmecilerin şu ifadelerinden anlayabilmek mümkündür:

“Şimdilerde el işçiliğine, endüstriyel mobilyalara el işçiliği katılarak sentez bir şey ortaya çıkıyor.” (Klasikten modern mobilya üretimine geçen mobilyacı)

“Pazarlama moderne geçince önemli... Şimdi klasığı alıp tüketen modern istiyor. Eskiden 5 evde 4 klasik 1 modern varken, şimdi 4 modern 1 klasik var. Şu anda ülkenin klasiklerini üst kesim tüketiyor, alt kesim modern üretiyorlar. Orta direkt modern kullanıyor. Üst kesim değerli bir şeyler diyor, el emeği göz nuru diyor onu kullanıyor sanat var diyor. Ağır kesimde az yerlerde avangard ama modern içinde klasığın yer aldığı üretim...” (Klasikten modern mobilya üretimine geçen mobilyacı)

“Şimdi katalogdan seçiyor, renkleri talebe göre işliyor artık benim yaptığımı kabul etmiyor... Şimdi müşteri çok şey istiyor. Bazen talebi karşılamakta zorlanıyoruz.

Müşterinin istediği çok şey var ki. Adam koltuğun ayaklarını varak istiyor, üzerinde süsleme istiyor, sim dediğimiz olay var. Kumaşta çok değişik şeyler isteniyor. Eskisi gibi sade tek nazik istemiyor. Bir kumaşın içinde çok renk istiyor. Hem gösteriş hem fonksiyoneli istiyor... Eskiden bunu belli kesim alıyordu ama herkesin tercihi klasikti. Nüfus da arttı. Nüfus arttıkça modernliğe doğru dönüşüm oldu...” (Klasikten modern mobilya üretimine geçen mobilyacı)

Bu form dönüşümüyle birlikte mobilyacılık sektöründe bazı uygulamalar da hayata geçirilmeye başlanmıştır. Bunlar dağıtımda mağazacılığa geçilmesi, katalogların hazırlanması, seri üretim yapılması, yenilik yapılması ve satış sonrası hizmet verilmesi gibi sektördeki piyasa unsurlarının hâkimiyetini arttıran uygulamalardır. Bir görüşmecinin şu ifadeleri bunu destekler niteliktedir:

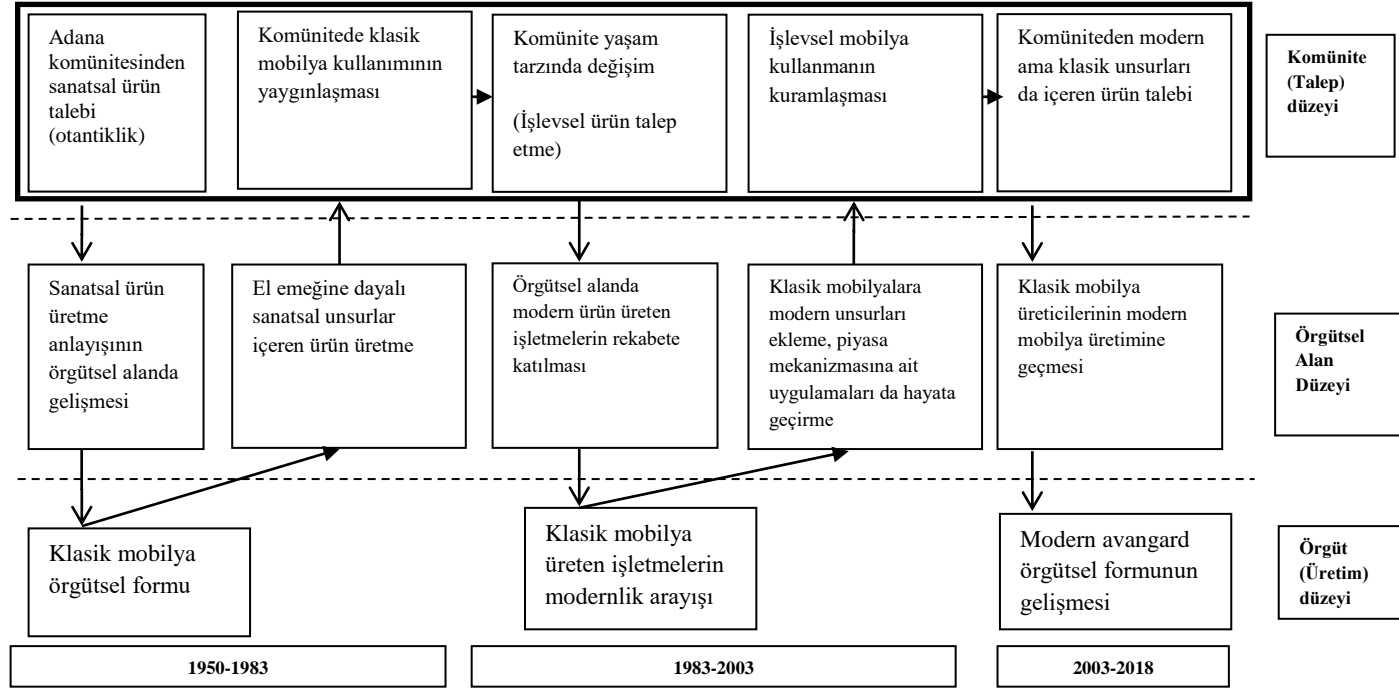
“Pazarlama, inovasyon yeni takımlar, kalite hizmet, mağazacılık öne çıkmaya başladı. Adam 3 ayda veriyorsun 4 ayda veriyor... Hizmet haricinde garantisini de veriyorum. Kalitesini ben kontrol edeceğim, satış sonrası hizmet vermeye başladık. Bunlar eskiden yoktu...” (Klasikten modern mobilya üretimine geçen mobilyacı)

Adana ili mobilya sektöründe hayata geçirilen bu piyasa mantığının unsurlarının kabul görmesindeki etkenlerin Adana komünitesindeki müşterilerin taleplerindeki değişim ve büyük mobilya üreticilerinin pazara giriş yapmasıyla rekabetin artması olduğunu bir görüşmeci şu sözlerle ifade etmektedir:

“Modernde model değiştirilsin istiyor. Sağlamdan ziyade görünüşü yüksek şeyler istiyor. Büyük firmalar sektörü değiştirdi. Maliyetleri düşürdüler bizim küçük firmalar da onu satmaya başladı. Mal verdiğimiz mağazalar onu talep etmeye başladı. Biz de değiştirdik. Katalog geliştiriliyor. Pazarlama önem kazandı. Mağaza gelirdi bana şu takımı ver derdi, şimdi biz onun ayağına gidiyoruz rekabet ortamı arttı.” (Klasikten modern mobilya üretimine geçen mobilyacı)

Adana mobilyacılık sektöründe el emeğine dayanan, oymacılık mesleğinden beslenen, üretimde ağacın ham madde olarak kullanıldığı, tasarımda doğadan ilham alınan, üretilen üründe sanat ve görsellik arayan kişilere yönelik ürünlerin yapıldığı klasikçi formunun, modern avangard örgütsel formuna doğru dönüşüm geçirdiği görülmüştür. Bu form daha çok modern mobilya örgütsel formunun unsurlarının yer aldığı; ama klasik mobilya örgütsel formu unsurlarının da kendisine az da olsa yer bulduğu melez bir örgütsel form olarak gelişmiştir. Öyle ki klasik mobilya örgütsel formunda tasarım sadece usta tarafından yapılıyor ve üründe sanat aranıyor iken, modern avangard mobilya formunda

mobilya tasarımı müşterilerin isteklerini dikkate alan tasarımcılarla birlikte yapılmakta ama ürünün bazı yerlerinde sanatsal işlemlere de yer verilmektedir. Kullanılan ham madde bakımından ise daha çok sunta ve MDF'nin tercih edildiği modern avangard örgütsel formunda üretimde klasik mobilya örgütsel formunda bir hayli etkili el emeğinin kısmen yer bulduğu görülmüştür. Üretilen üründe işlevselliğin ön planda olduğu modern avangard tarzında kısmen göze hoş gelen ürün üretebilme anlayışının da etkili olduğu anlaşılmıştır. Bunda mobilya talebinde bulunan müşteri türlerindeki değişimin ve bu müşterilerin taleplerini şekillendiren faktörlerin etkili olduğu anlaşılmıştır. Bu faktörler, Adana ilinde özellikle 2003 sonrasında nüfusun artması, endüstriyel mobilya üreten büyük ölçekli işletmelerin pazara girişiyle modern mobilya kullanımının fark edilmesi, hane halkı evlerinin küçülmesi, klasik mobilyaların elit kesime hitap etmeye başlaması ve orta gelir düzeyine sahip kişilerin mobilyada işlevselliği ön plana çıkarmasıdır. Bu faktörler aynı zamanda Adana mobilyacılık sektöründe komünite, piyasa ve meslek kurumsal mantıklarının etki alanlarını da şekillendirmişlerdir. Buna göre sektörde piyasa mantığı güçlenmiş, meslek ve komünite kurumsal mantıklarının etkisi azalmıştır. Bu şekilde Adana mobilya sektöründe klasik mobilya mantığından modern mobilya mantığına doğru değişim, örgütsel form olarak daha çok modern mobilya örgütsel formu unsurlarının göze çarptığı ama klasik mobilya örgütsel formu unsurlarının kendisine yer bulduğu modern avangard örgütsel formuna doğru dönüşümle gerçekleşmiştir. Kurumsal mantıklardaki değişim ve örgütsel form dönüşümü hayata geçirilen uygulamalarda da kendisini göstermiştir. Öyle ki klasik mobilya kurumsal mantığında doğadan ilham alınarak sanatsal ürünler kişiye özel şekilde üretilir (butik üretim), üretimde tasarımcıların yerine oymacılık mesleğinde kendisini yetiştirmiş ve ürünlere sanatını yansıtan ustalara yer verilir, dağıtım ve üretim aynı yerde yapılır ve sipariş geldiğinde üretime geçilir. Modern mobilya mantığında ise seri üretim yapılır, üretilen ürünlerin mağazalarda satılır, işlevsel özelliklere sahip ürünlerin yer aldığı kataloglar hazırlanır, müşteriye satış sonrası hizmet sunulur, üretimde teknolojiye, müşteri istek ve ihtiyaçlarını gözeterek ürün geliştiren tasarımcılara yer verilir.



Şekil 2. Adana Mobilyacılık Sektöründe Örgütsel Form Değişimi (1950-2018)

Not: Bu şekil geliştirilirken, Barley ve Tolbert (1997, s. 101) ve Wright ve Zammuto (2013, s. 323) çalışmalarından esinlenilmiştir.

Adana mobilya sektöründe kurumsal mantıklar, örgütsel formlar ve uygulamalar arasındaki bu değişimler, örgütsel formların kurumsal mantık değişiminde, kurumsal mantık değişiminin de örgütsel form değişimindeki etkilerine işaret etmektedir. Şekil 2’de de görüldüğü gibi, Adana mobilyacılık sektöründeki kurumsal mantık değişimiyle ortaya çıkan yeni talepler örgütsel alana yansıdığına, yerleşik örgütler bu talebe karşı kayıtsız kalmamaktadır (Binder, 2007; Fox-Wolfgramm vd., 1998). 1950-1983 arasında Adana komünitesinden gelen klasik mobilya talebi ve örgütsel alanda klasik mobilya üretim anlayışının tek hâkim mantık olması klasik mobilya örgütsel formunun gelişmesiyle desteklenmiştir. Ne var ki 1983 sonrasında komünite yaşam tarzındaki değişim işlevsel mobilya kullanma gereksinimi doğurmuştur. Bu durum büyük ölçekli modern mobilya üreten işletmelerin de pazara girişiyle güçlenmiştir. Buna karşın klasik mobilya üreticileri yavaş yavaş seri üretim yapmaya, tasarımcılarla birlikte çalışmaya, pazarlamaya önem vermeye, üretimde makineleşmeye (teknolojiyi kullanma), mağazacılık uygulamalarını hayata geçirmeye başlamışlardır. Örgütsel alanda adapte edilen bu uygulamalarla modern mobilya kurumsal mantığı güçlenmiştir; ancak klasik mobilya mantığının unsurları bütünüyle kaybolmamıştır. Öyle ki 2003 sonrası komüniteden işlevsel ama içerisinde sanatsal unsurları da barındıran talepler modern avangard ürünlerin üretildiği ‘modern avangard örgütsel formunun’ gelişmesine yol açmıştır.

1950-2018 yılları arasında Adana mobilyacılık sektöründeki bu evrilme, kurumsal mantık, ve örgütsel form arasındaki dinamikliğe işaret etmektedir (Archer, 1982; Goffman, 1983; Hughes, 1936; Wright ve Zammuto, 2013). Bu çalışmadaki bulgular özellikle de örgütsel evrilmenin içinde bulunulan komüniteden bağımsız olamayacağına (Astley, 1985; Carroll ve Swaminathan, 2000; Freeman ve Audia, 2006); ancak bu evrilmenin bütünüyle de komüniteye bağımlı olmadığına işaret etmektedir (Archer, 1982; Thornton vd., 2005; Wright ve Zammuto, 2013). Örgütlerin yerleşik oldukları komüniteden kaynak alışverişi içinde bulunmaları ve Austin, Hjorth ve Hessel’in dikkat çektiği (2018, s. 1502); tasarımlarda müşterilerin istekleriyle birlikte yaşama (To Live With) bu bağımlılığın gelişmesine destek veren önemli bir unsur iken (Astley, 1985; Romanelli, 1991); Thornton vd. (2012) tarafından detaylandırılan Friedland ve Alford’un (1991) ortaya attığı mikro uygulamaların makro yapılarla arasındaki ilişki açıklama amacı güden kurumsal mantık perspektifinin etkisi de örgütsel formların gelişiminde etkili olduğuna işaret etmektedir. Klasik mobilya örgütsel formunun Adana komünitesiyle iç içeliği ve komünite taleplerine paralel klasik mobilya üreticisinin artması ya da azalması bu evrilmede komünite ekolojisinin argümanlarını desteklemektedir (Carroll ve Swaminathan, 2000; Freeman ve Audia, 2006). Ancak, kendisi de kurumsal düzen olarak kabul edilen ‘komünite’ ile örgütsel alana sadece komüniteden öte piyasacı unsurların etkisi (büyük ölçekli işletmelerin modern ürünler sunması, pazarlama ve mağazacılık uygulamalarının önem kazanması gibi) rekabetin şiddetini arttırarak örgütsel dönüşüm ve ölümlere sebebiyet vermiştir (Hannan ve Freeman, 1977;

Thornton ve Ocasio, 2008). Adana mobilyacılık sektöründe klasik mobilya örgütsel formundan modern avangard örgütsel formuna dönüşümde bu iki bakış açısının kısmen etkisi, Zucker (1989) ile Carroll ve Hannan'ın (1989a; 1989b) tartışmaya açtığı örgütsel form dönüşümünde 'kurumsallık (meşruiyet)' etkili midir? sorusuna da bir yönüyle yanıt vermektedir. Görünen o ki, örgütsel alanlarda örgütsel formlar gömülü oldukları komüniteye paralel değişmekte ama bu komünitede etkili olan kurumsal mantıklardaki değişim hem komünite hem de örgütsel alan düzeyinde değişime yol açmaktadır. Bu değişimle eski örgütsel formlar sorgulanır hâle gelmekte ve yeni kurumsal yapılara uygun örgütsel formlar geliştirilmektedir (Glynn, 2000; Greenwood vd., 2011). Meşruiyetini kaybeden örgütsel formlara sahip örgütler alandan elenirken, yeni kurumsal yapılara paralel şekilde dönüşen örgütler ise, örgütsel alandaki yerlerini korumaktadırlar (Carroll ve Hannan, 1989a; 1989b).

Sonuç

Bu çalışmayla örgütsel formların kurumsal mantıklardaki dönüşüm ve içinde bulunulan komünitedeki değişimlerle birlikte gerçekleşeceği gösterilmiştir. Adana komünitesinde son yıllarda yaşanan değişimler ve sektör dinamiklerindeki gelişmeler, klasik mobilyacıların sayısının azalmasına ve modern mobilya unsurlarını barındıran modern avangarda doğru geçişe yol açmıştır. Bu dönüşümde mobilya üreticilerinin komüniteyle karşılıklı bağımlılığı ve sektörde piyasa mekanizmasının gelişmesi etkili olmuştur. Şekil 2'de gösterilen bu etkiler, zaman içerisinde komüniteden gelen taleplerin örgütsel alana yansısıyla örgütsel alandaki klasik mobilya mantığı sarsılmıştır. Bu sarsılmada mobilyacılık sektöründeki piyasalaşma unsurları da etkili olmuştur. Aynı zamanda mobilya üreticilerinin hayata geçirdikleri piyasacı uygulamalar bu değişimi desteklemiştir. Bu değişim, örgüt düzeyinde kendisini örgütsel form değişimi şeklinde göstermiştir.

Bu çalışmanın bulguları örgütsel formların gelişmesinde kurumsal mantık değişiminin ve komünite düzeyindeki gelişmelerin etkili olduğuna işaret etmektedir (Binder, 2007; Wright ve Zammuto, 2013). Araştırma bulgularında öne çıkan nokta belirli bir örgütsel alandaki örgütsel form değişiminin örgütlerin komünite seviyesinde duydukları meşruiyet kaygısından (Carroll ve Hannan, 1989a; 1989b) ve örgütsel alan düzeyindeki kurumsal mantıkların etkisinden bağımsız olmadığıdır. İleriki çalışmalarda bu örgütsel form değişimi örgütsel alan yoğunluğuyla birlikte açıklanabilirse, kurumsal mantık, popülasyon ekolojisi ve komünite ekolojisi argümanlarının örgütsel form değişimindeki geçerliliği daha net test edilebilir. Araştırmanın tek bir sektör ve bağlamda yapılmış olması araştırma sonuçlarının genelleştirilebilmesi açısından kısıtlar sunabilir. Ancak Türkiye bağlamında bir ildeki değişimle örgütsel formların nasıl değiştiğini göstermesi bakımından, çalışma komünite ekolojisi perspektifinden ulusal yazına katkı sağlamaktadır. Yine de, ileride, bu çalışmada tanımlanamayan veya tespit edilemeyen komünite özelliklerini dikkate alan görgül bir çalışmanın yapılması 'komüniteden kaynaklanan baskılar

kurumsal mantıklar ve örgütsel formlar arasındaki ilişkiyi nasıl şekillendirir?’ sorusuna daha net cevaplar bulunmasına yardımcı olabilir.

Kaynaklar

- Archer, M. S. (1982). Morphogenesis versus structuration: on combining structure and action. *The British Journal of Sociology*, 33(4), 455-483.
- Astley, W. G. (1985). The two ecologies: population and community perspectives on organizational evolution. *Administrative Science Quarterly*, 30, 224-241.
- Audia, P. G., Freeman, J. H. and Reynolds, P. D. (2006). Organizational foundings in community context: instruments manufacturers and their interrelationships with other organizations. *Administrative Science Quarterly*, 51, 381-419.
- Austin, R., Hjorth, D. and Hessel, S. (2018). How aesthetics and economy become conversant in creative firms. *Organization Studies*, 39(11), 1501-1519.
- Barley, S. R. And Tolbert, P. S. (1997). Institutionalization and structuration: studying the links between action and institution. *Organization Studies*, 18(1), 93-117.
- Baron, J. N. (2004). Employing identities in organizational ecology. *Industrial and Corporate Change*, 13(1), 3-32.
- Baum, J. A. C. and Mezias, S. J. (1992). Localized competition and organizational failure in the Manhattan Hotel Industry, 1898-1990. *Administrative Science Quarterly*, 37, 580-604.
- Beverland, M. B. (2005). Crafting brand authenticity: the case of luxury wines. *Journal of Management Studies*, 42(5), 1003-1029.
- Binder, A. (2007). For love and money: organizations’ creative responses to multiple environmental logics. *Theory and Society*, 36(6), 547-571.
- Carroll, G. R. and Hannan, M. T. (1989a). Density delay in the evolution of organizational populations: a model and five empirical tests. *Administrative Science Quarterly*, 34, 411-430.
- Carroll, G.R. and Hannan, M.T. (1989b). On using institutional theory in studying organizational populations. *American Sociological Review*, 54(4), 545-548.

- Carroll, G. R. and Swaminathan, A. (2000). Why the microbrewery movement? Organizational dynamics of resource partitioning in the U.S. brewing industry. *American Journal of Sociology*, 106(3), 715-762.
- Cattani, G., Dunbar, R. L. M. and Shapira, Z. (2013). Value creation and knowledge loss: the case of cremonese stringed instruments. *Organization Science*, 24(3), 813-830.
- Charmaz, K. (2006). Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis. London: SAGE.
- Durand, R., & Thornton, P. H. (2018). Categorizing institutional logics, institutionalizing categories: a review of two literatures. *Academy of Management Annals*, 12(2), 631-658.
- Ener, K., Tuğberk, A. İ., Öztan, F., Aktar, S., Gül, G., Altay, H. ve Horoz, T. (1968). *Adana il yillığı 1967*. Adana: İpek Matbaası.
- Fine, G. A. (2003). Crafting authenticity: the validation of identity in self-taught art. *Theory and Society*, 32, 153-180.
- Fox-Wolfgramm, S. J., Boal, K. B. and (Jerry) Hunt, J. G. (1998). Organizational adaptation to institutional change: a comparative study of first-order change in prospector and defender banks. *Administrative Science Quarterly*, 43, 87-126.
- Freeman, J. H. and Audia, P. G. (2006). Community ecology and the sociology of organizations. *Annual Review of Sociology*. 32, 145-169.
- Friedland, R. and Alford, R. R. (1991). *Bringing society back in: symbols, practices, and institutional contradictions*. İçinde W. W. Powell – P. J. DiMaggio (Ed.), *The New Institutionalism in Organizational Analysis* (s. 232-263). Chicago: University of Chicago Press.
- Gioia, D. A., Corley, K. G. and Hamilton, A. L. (2013). Seeking qualitative rigor in inductive research: notes on the gioia methodology. *Organizational Research Methods*, 16(1), 15-31.
- Glynn, M. A. (2000). When Cymbals become symbols: conflict over organizational identity within a symphony orchestra. *Organization Science*, 11(3), 585-298.

- Goffman, E. (1983). The interaction order: American sociological association, 1982 presidential address. *American Sociological Review*, 48(1), 1-17.
- Goulding, C. (2002). Grounded theory: a practical guide for management, business and market researchers. London: SAGE Publications. Retrieved from <http://search.ebscohost.com>.
- Greenwood, R., Raynard, M., Kodeih, F., Micelotta, E. R. and Lounsbury, M. (2011). Institutional complexity and organizational responses. *The Academy of Management Annals*, 5(1), 317-371.
- Hannan, M. T. and Freeman, J. (1977). The population ecology of organizations. *American Journal of Sociology*, 82(5), 929-964.
- Hannan, M. T. and Freeman, J. (1987). The ecology of organizational founding: American Labour Unions, 1836-1985. *American Journal of Sociology*, 92(4), 910-943.
- Hannan, M. T., Carroll, G. R. and Pôlos, L. (2003). The organizational Niche. *Sociological Theory*, 21(4), 309-340.
- Hedström, P. (1994). Contagious collectivities: on the spatial diffusion of Swedish Trade Unions, 1890-1940. *American Journal of Sociology*, 99(5), 1157-1179.
- Hughes, E. C. (1936). The ecological aspect of institutions. *American Sociological Review*, 1(2), 180-189.
- Lok, J. (2010). Institutional logics as identity projects. *Academy of Management Journal*, 53(6), 1305-1335.
- Navis, C. and Glynn, M. A. (2010). How new market categories emerge: temporal dynamics of legitimacy, identity, and entrepreneurship in satellite radio, 1990-2005. *Administrative Science Quarterly*, 55, 439-471.
- Oliver, D. and Bürgi, P. (2005). Organizational identity as a strategic practice. *4th International Critical Management Studies Conference*, UK: Cambridge, 4-6 July.
- Olzak, S. and West, E. (1991). Ethnic conflict and the rise and fall of ethnic newspapers. *American Sociological Review*, 56(4), 458-474.

- O'Mahony, S. and Bechky, B. A. (2008). Boundary organizations: enabling collaboration among unexpected allies. *Administrative Science Quarterly*, 53, 422-459.
- O'Mahony, S. and Ferraro, F. (2007). The emergence of governance in an open source community. *Academy of Management Journal*, 50(5), 1079-1106.
- O'Mahony, S. and Lakhani, K. R. (2011). Organizations in the shadow of communities. Working Paper, 11-131, Harvard Business School.
- Özseven, M. and Danişman, A. (2017). Kurumsal değişim, örgütsel kimlikler ve örgütsel uygulamalar: Türk kamu bankalarının 2001 ekonomik krizi sonrası durumu. *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 44(Aralık), 335-374.
- Pache, A-C. and Santos, F. (2013). Inside the hybrid organization: selective coupling as a response to competing institutional logics. *Academy of Management Journal*, 56(4), 972-1001.
- Peterson, R. A. (2005). In search of authenticity. *Journal of Management Studies*, 42(5), 1083-1098.
- Peterson, R. A. and Anand, N., (2004). The production of culture perspective. *Annual Review of Sociology*, 30, 311-334.
- Romanelli, E. (1991). The evolution of new organizational forms. *Annual Review of Sociology*, 17, 79-103.
- Ruef, M. (2000). The emergence of organizational forms: a community ecology approach. *American Journal of Sociology*, 106(3), 658-714.
- Ruef, M. (2004). The demise of an organizational form: emancipation and plantation agriculture in the american south, 1860-1880. *American Journal of Sociology*, 109(6), 1365-1410.
- Scott, W. R., Ruef, M., Mendel, P. J. and Caronna, C. A. (2000). Institutional change and healthcare organizations: from professional dominance to managed care. Chicago: The University of Chicago Press.
- Strauss, A. L. and Corbin, J. M. (1990). Basics of qualitative research: grounded theory procedures and techniques. Newbury Park, CA: Sage Publications.

- Suddaby, R., Ganzin, M. and Minkus, A. (2017). Craft, magic and the re-enchancement of the world. *European Management Journal*, 35, 285-296.
- Takuya, K., and Takayama, C. (2010). “traditional art crafts (dent# k#gei)” in Japan: from reproductions to original works. *The Journal of Modern Craft*, 3(1), 19-36.
- Thornton, P. H., Jones, C. and Kury, K. (2005). Institutional logics and institutional change in organizations: transformation in accounting, architecture, and publishing. İçinde C. Jones and P. H. Thornton (Ed.), *Research in the Sociology of Organizations* Cilt: 23 (s.125-170), Emerald Group Publishing Limited.
- Thornton, P. H. and Ocasio, W. (2008). Institutional Logics. İçinde R. Greenwood, C. Oliver, K. Sahlin and R. Suddaby (Ed.), *the sage handbook of organizational institutionalism* (s.99-129). Los Angeles: SAGE.
- Thornton, P. H., Ocasio, W. and Lounsbury, M. (2012). *The institutional logics perspective: a new approach to culture, structure, and process*. Oxford: Oxford University Press.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2020a). 1965 Genel Nüfus Sayımı İllere Göre Şehir ve Köy Nüfusları. <http://rapory.tuik.gov.tr/18-11-2020-22:31:37-72064014220621959781382711576.html?> (18.11.2020).
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2020b). 2000 Genel Nüfus Sayımı İllere Göre Şehir ve Köy Nüfusları. <http://rapory.tuik.gov.tr/18-11-2020-22:07:58-2769827287735188541765818541.html?> (18.11.2020).
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2020c). 2000 Genel Nüfus Sayımı Konutun Oda Sayısına Göre Hanehalkı Sayısı. <http://rapory.tuik.gov.tr/18-11-2020-22:11:33-17971524458238374731282911116.html?> (18.11.2020).
- Whetten, D. A. (2006). Albert and Whetten revisited: strengthening the concept of organizational identity. *Journal of Management Inquiry*, 15(3), 219-234.

Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 29, Sayı 4, 2020, Sayfa 277-300

Wright, A. L. and Zammuto, R. F. (2013). Wielding the Willow: processes of institutional change in English County Cricket. *Academy of Management Journal*, 56(1), 308-330.

Zucker, L. G. (1989). Combining institutional theory and population ecology: no legitimacy, No History. *American Sociological Review*, 54(4), 542-545.