

Türkiye Mobilya İşletmelerinin Kurumsallaşma Algılarının Analizi***Analysis of Institutionalization Perception of Turkey Furniture Businesses****Ahmet Bora KIRKLIKÇI¹, Tarık GEDİK²****Öz**

Türkiye mobilya sektöründe faaliyette bulunan, 10 ve daha fazla çalışanı olan işletmelerin kurumsallaşma algılarının araştırıldığı bu çalışma 7 farklı coğrafi bölgede toplam 462 farklı mobilya işletmesinde gerçekleştirilmiştir. Çalışmada veri elde etme aracı olarak 10 soru ve 37 yargıdan oluşan bir anket kullanılmıştır. Yapılan istatistiksel değerlendirmeler sonucunda, mobilya işletmelerinde kurumsallaşma üzerine etkili olduğu düşünülen ana faktörler “tutarlılık”, “formalleşme”, “şeffaflık” ve “profesyonelleşme” olarak belirlenmiştir. Çalışmada işletmelerin kurumsallaşma düzeylerinde en önemli uygulamalar olarak tutarlılık için personel değerlendirmenin açık ve adil yapılması çok önemlidir. Formalleşme açısından işletmelerin organizasyon şemalarının olması çok önemliyken, şeffaflık açısından da işletmelerle ilgili finansal bilgi kullanıcılarının işletmenin finansal tablolarına kolayca erişebilmeleri çok önemlidir. Profesyonelleşme açısından ise işletmelerde MRP, ERP, CRM gibi yazılımların ve bilgi teknolojisinin etkin kullanılması çok önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Kurumsallaşma algısı, Mobilya sanayi, Türkiye

Abstract

This study is to investigate the perception of institutionalization the businesses Turkey operating in the furniture industry, with 10 and more employees was performed on a total of 462 different furniture business in 7 different geographic regions. In the study, a questionnaire consisting of 10 questions and 37 judgments was used as data collection tool. As a result of statistical evaluations, the main factors that are thought to be effective on institutionalization in furniture businesses were determined as “consistency”, “formalization”, “transparency” and “professionalization”. In this study, it is very important to make the personnel evaluation clear and fair for consistency as the most important applications in the institutionalization level of the businesses. While it is very important for businesses to have organizational charts in terms of formalization, it is very important that users of financial information can easily access the financial statements about businesses in terms of transparency. In terms of professionalization, effective use of software and information technology such as MRP, ERP, CRM was very important in businesses.

Keywords: Institutionalization perception, Furniture industry, Turkey

Received: 30.12.2019, Revised: 03.01.2020, Accepted: 06.01.2020

Address: ¹Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu

¹Düzce Üniversitesi, Orman Fakültesi, Orman Endüstri Mühendisliği Bölümü

E-mail: borakirklikci@gmail.com

*Bu çalışma, Düzce Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Orman Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı’nda “Kurumsallaşmanın İşletme Performansı ve Verimliliği Üzerine Etkileri (Türkiye Levha ve Mobilya İşletmeleri Örneği)” isimli doktora tezinden üretilmiştir.

1. Giriş

Küreselleşen dünya düzeni ile işletmeler arası rekabet artmış ve işletmelerin büyümesi ve sürdürülebilirlikleri için kurumsallaşmaları zorunlu hale gelmiştir (Çakıcı ve Özer, 2008). Kurumsallaşma, işletmelerin sosyal gereksinimler ve dış kaynaklı (girişimciler) baskılardan dolayı duyarlı, esnek bir yapıya dönüşmesi ve kimlik kazanması süreci olarak tanımlanmıştır. Kurumsallaşma süreçleri, resmi bir yapı oluşturulması, gayri resmi normların oluşturulması, kişisel olmayan/nesnel prosedürlerin geliştirilmesi, idari ritüeller, ideolojiler, yasallaştırma ve meşrulaştırmaya odaklanmayı içerir (Selznick, 1996). Kurumsallaşma kurumların var olabilmeleri, üyelerini ve çevrelerini etkileyebilmeleri için gereken dönüşüm sürecinde bir yol haritasıdır (Peters, 2000). Kurumsallaşma, bir faaliyetin genel olarak kabul edildiği veya rutinleştirildiği ve daha sonra düzenli, yapılandırılmış ve sistematik bir şekilde ele alındığı süreci belirler (Fuchs ve Anderson, 1987). Büte'ye (2008) göre yönetimde lidere dayalı yönetim anlayışından sisteme dayalı anlayışına geçme süreci olarak tanımlanmıştır. Kurumsallaşma ile işletmeler iş çevreleriyle daha uyumlu hale gelir ve bu uyum performansı artırır. İşletmeler girişimcilerden gelen dış kaynaklı beklentilere cevap verebilmek için daha fazla çaba harcama konusunda baskı altında hissederler (Zhu ve Sarkis, 2007; Han ve Yang, 2016). Bir kurumun kurumsallaşmasının değerlendirilmesi için bazı kriterler geliştirmesi gereklidir. Bu doğrultuda işletmelerde kurumsallaşmanın temel göstergeleri olan formalleşme, profesyonelleşme, sosyal sorumluluk, tutarlılık, özerklik ve şeffaflık kriterleri dikkate alınmalıdır (Şanal, 2011).

Formalleşme: Bir işletmede yapıların, işlerin, kuralların ve ilişkilerin tanımlanması, çalışanların görev, rol, yetki ve sorumluluklarının belirlenmesi ve aynı zamanda yönetsel işlevlerin kimlerce ve nasıl yürütüleceğinin açıklanarak yazılı dokümanlar haline getirilmesidir (Hartline ve ark., 2000; Apaydın, 2008; Ağdelen ve Erkut, 2008).

Profesyonelleşme: Bir işletmede iş ve işlemlerin uzman kişiler tarafından yapılması, görev, yetki ve sorumlulukların dağıtılmasında kişilerin uzmanlık alanlarının dikkate alınmasıdır (Yazıcıoğlu ve Koç, 2009). Profesyonelleşmek aynı zamanda çalışanların, işletmenin kendisinin ve parçası olduğu kurumların ve eylemlerinin profesyonel olması demektir (Zajac ve Westphal, 2004).

Sosyal Sorumluluk: İşletmelerin eylemlerini gerçekleştirirken toplum yararını gözetmeleri ve yönetimin, kurum ve çalışanların eylemlerinin sonuçlarını üstlenmesi olarak tanımlanabilir. Sosyal sorumluluk faaliyetleri yürütmek, tüketicilerde güvenilir bir imaj ve

ürünlerinin kaliteli olduğu düşüncesini oluşturur (McWilliams ve Siegel, 2001; Apaydın, 2008).

Tutarlılık: Şanal'a (2011) göre tutarlılık, işletmelerin vizyonları, misyonları ve kurum yapısı arasında uyum oluşturması, faaliyetlerine bu yönde devam etmesi, sektördeki olaylara benzer tepkiler vermesidir. Tutarlılık işletmeleri sektörde başarılı olan işletmeleri kurumsal baskılardan dolayı taklit etmeye yönlendirir ve belli süre sonra birbirlerine benzer hale getirir. Bu duruma kurumsallaşma yaklaşımına göre meşruluk kazanma çabası denilir.

Özerklik: İşletmelerin kendilerine özgü ve ayırt edici özelliklere, yeterliliklere veya faaliyetler zincirine sahip olmasıdır. Kurumsallaşma düzeyi yüksek örgütlerde yöneticiler yönetim özgürlüklerini kullanarak yönetsel kararlar alırlar ve örgütün diğer örgütlerden ayrı bir kimlik kazanmasına çalışırlar (Selznick, 1996; Karpuzoğlu, 2002; Özdevecioğlu, 2004).

Şeffaflık: Küreselleşen dünya işletmelerin ayakta kalabilmek ve büyüebilmek için kurumsal güvenilirliklerini arttırma çalışmalarına önem vermeleri gerekmektedir. İşletmenin paydaşlarına ticari sırlar dışındaki tüm finansal ve finansal olmayan bilgileri eksiksiz, doğru ve şeffaf bir şekilde, kolay anlaşılabilir ve herkes tarafından erişilebilir bir biçimde sunulmasıdır (Kuzey, 2003; Apaydın, 2008; Arsoy, 2008; Pamukçu, 2011).

Bu çalışmada kurumsallaşma bağlamında incelenecek olan Türkiye'deki orman ürünleri sektörü yaklaşık 200 ülkeyle kurulmuş olan ihracat ve ithalat bağlantısı ile yeni pazarlara açılma eğilimi gösteren bir sektördür. Türkiye'nin dünya mobilya üretimindeki payı %1 civarında olup hızla artmaktadır. Mobilya sektöründe 2015 yılında yaklaşık 16 milyar liralık üretim gerçekleştirilmiş, bunun 2018 yılı için 22 milyar liralık olacağı öngörülmüştür (TOBB, 2017). Mobilya sektörünün toplam ihracatı 2017 yılında 2,4 milyar dolara ulaşmış ve ihracat içindeki payı %1,5 oranında gerçekleşmiştir (TCTB, 2018). Mobilya sanayi kapasite kullanım oranı 2016 yılında %72'dir (MUSİAD, 2018). Türkiye Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımı verilerine göre mobilya sektörü 133 bin kişiyi istihdam etmektedir (TCTB, 2018).

Özellikle Türkiye mobilya sektöründe ucuz iş gücü, jeopolitik konumundan dolayı orta doğu pazarına yakınlık uluslararası anlamda güçlü yönlerdir (Gürpınar ve Barca, 2007; İstek ve ark., 2017; Karagöz ve Sevim Korkut, 2017; Serin ve Şahin, 2018). Ancak küçük ve orta büyüklükteki işletmelere (KOBİ) devlet desteğinin az olması (Sarıkahya, 2012), ulusal ve uluslararası finansmanlardan yeterince yararlanamama, hammaddenin dış pazardan kaynaklı olması ve kalifiye eleman yetersizliği sektörün zayıf yönleridir (Karagöz ve Sevim Korkut, 2017). Türkiye'nin içinde bulunduğu bölgedeki politik istikrarsızlık, mobilya ürünlerindeki

tasarımlarda dünyadaki trendlerden geri kalınması ve Çin mobilya sektörünün olumsuz etkisinin ise sektör için tehditlerdir (Gürpınar ve Barca, 2007; Karagöz ve Sevim Korkut, 2017; Serin ve Şahin, 2018).

Günümüzde orman endüstrisi gerçekleşen dönüşümlerin sık sık spontan ve tutarsız olması, ulusal, bölgesel ekonomik ve sosyal politika reformlarından önemli ölçüde etkilenmesi sebebiyle kurumsallaşması adına yeterince yol alamamıştır (Dayneko ve Gustafson, 2014; Wanat ve ark., 2018). Özellikle bunun sebebi orman endüstrisindeki araştırma ve geliştirme (Ar-Ge) faaliyetlerinin eksikliğine bağlanmıştır (Åkerman ve ark., 2010). Türkiye’de ise orman endüstrisinde, kalite güvence sistemlerinin etkinliğinin, Avrupa Birliği (AB) mevzuatının uygulanabilirliğinin ve Ar-Ge harcamalarının yetersizliği nedeniyle kurumsallaşma istenilen düzeye erişememiştir (Koç ve ark., 2017). Özellikle mobilya endüstrisinde son yıllarda meydana gelen hızlı büyüme, işletmelerin yönetsel faaliyetlerinde değişime ve dönüşüme gitmesini ve kalite sistemlerini kurmasını zorunlu hale getirmiştir (Altınok ve Saçlı, 2009). Genel olarak çalışanların kurumsallaşmayı algılamaları bir tepki/ön eğilim oluşmasına ve kurumlarını bu yönde değiştirmeye yönelik harekete geçmelerine sebep olacaktır. Bu noktadan hareketle bu çalışma ile Türkiye’de mobilya işletmelerin kurumsallaşma algıları belirlenmeye çalışılmıştır. Türkiye mobilya sektöründeki işletmelerin kurumsallaşma algısının belirlenmesi gelecekteki kurumsallaşma çalışmaları için üzerinde durulması gereken kritik noktalar için veri sağlayacaktır.

2. Materyal ve Yöntem

Araştırma Evreni ve Örneklem Büyüklüğü

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Haziran-2016 tarihi itibarıyla odaya kayıtlı bulunan ve çalışan sayısı 10 ve daha fazla olan 2585 işletme çalışmanın evrenini oluşturmaktadır (TOBB, 2016). Sınırlı toplumlarda uygulanan örneklem belirleme formülü yardımıyla örneklem büyüklüğü, %5 hata payı ve %95 güven düzeyi için 346 olarak hesaplanmıştır (Lemeshow ve ark., 1990) Çalışma kapsamında Mart-Temmuz 2017 aylarında anket uygulaması yapılmış ve 35 farklı ilde toplam 462 işletmeden veri elde edilmiştir.

Anket Formunun Hazırlanması

Mobilya işletmelerinin kurumsallaşma algılarının analiz edilmesi amacı ile literatürde yer alan çalışmalardan yararlanılarak iki kısımdan oluşan bir anket formu geliştirilmiştir. Geliştirilen bu anket formunun birinci kısmında katılımcıların ve işletmelerin temel bazı

özellikleri 10 soru ile ele alınmıştır. Anketin ikinci kısmı 6 alt boyutta 37 yargıdan oluşan ve işletmelerin kurumsallaşma algısını ölçmeye yarayan kurumsallaşma algısı ölçeğidir (Karpuzoğlu, 2000; Yaşa, 2006; Özuysal, 2006; Atila, 2007; Apaydın, 2007; Minareci, 2007; Yıldırım, 2007; Karaer, 2007; Aslanbay, 2008; Yarar, 2008; Ak, 2010; Akyol, 2010; Yıldız, 2010; Kaptanoğlu, 2011; Mesci, 2011; Çakır, 2011; Özdemir, 2012; Gül, 2012; Sundu, 2013; Diren, 2014; Doğan, 2014; Acar, 2014). Kurumsallaşma algısı ölçeğinde yer alan yargılara ilişkin katılma düzeyini ifade etmek için 5’li Likert (Kesinlikle Katılmıyorum “1”, Katılmıyorum “2”, Karasızım “3”, Katılıyorum “4” ve Tamamen Katılıyorum “5”) tipi dereceleme kullanılmıştır. Elde edilen verilerden yararlanılarak gerekli istatistiksel değerlendirmeler yapılmıştır.

Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi

Yapılan çalışmada kurumsallaşma algısı ölçeği güvenilirlik analizi için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Barlett testi sonuçları irdelenmiş ve güvenilirliği Cronbach Alpha katsayısı hesaplanarak yorumlanmıştır. Sonuçlar veri grubunun faktör analizine uygun olduğunu ve geçerlilik ve güvenilirlik açısından (Çizelge 1) bir sorun teşkil etmediğini göstermiştir (Kalaycı, 2009).

Çizelge 1. Kurumsallaşma algısı ölçeği güvenilirlik ve geçerlilik sonuçları

Kurumsallaşma algısı ölçeği alt boyutları	Cronbach Alpha Katsayısı	Güvenilirlik Analizi Sonuçları	
		KMO Değeri	Barlett Değeri
Formalleşme (6 yargı)	0,815	0,849	819,039
Profesyonelleşme (10 yargı)	0,811	0,869	1273,883
Özerklik (4 yargı)	0,743	0,758	422,785
Şeffaflık (8 yargı)	0,824	0,864	1074,785
Sosyal sorumluluk (4 yargı)	0,633	0,651	318,637
Tutarlılık (5 yargı)	0,780	0,785	674,872
Toplam	0,944	0,950	7915,428

3. Bulgular ve Tartışma

3.1. Katılımcı İşletmeler Hakkında Genel Bilgiler

Çalışmaya katılan işletmelerin %41,3’i Marmara Bölgesinde, %21,4’i İç Anadolu Bölgesinde, %14,5’ü Akdeniz Bölgesinde, %9,5’ü Karadeniz Bölgesinde, %10,4’ü Ege Bölgesinde, %2,8’i de Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesinde faaliyette bulunmaktadır.

Katılımcı işletmelerin %63,2'si limited şirket, %18,8'i anonim şirket ve %18'i şahıs veya adi ortaklık statüsündedir. Katılımcı işletmelerin sahiplik yapıları irdelendiğinde işletmelerin %78,5'inin aile/shahıs işletmesi, %20'sinin yerli sermaye ortaklığı, %1,3'ünün yabancı sermaye ortaklığı ve %0,2'inin de yabancı sermaye ile kurulduğu belirlenmiştir.

Katılımcı işletmelerin faaliyet süreleri irdelendiğinde 10 yıl ve daha fazla süredir faaliyete olan işletme oranı %73,5'dir. 6-10 yıldır faaliyette olan işletme oranı %15 iken, 5 yıl ve daha az süredir faaliyette olan işletme oranı da %11,5'dir.

İşletmelerin %74,2'sinin kurulduktan sonra yenileme ya da yeni yatırım faaliyeti yaptığı belirlenmiştir. İşletmelerin yenileme ya da yeni tesis kurma zamanları irdelendiğinde %73,7'sinin son 5 yıl içinde, %21,1'inin 6-10 yıl önce ve %5,3'ünün de 11 yıl ve daha önce bu yatırımı yaptıkları belirlenmiştir.

Çalışmaya katılan işletmelerin çalışan sayıları irdelendiğinde, %63,9'unun 10-49 arasında çalışanı olan, %24,9'unun 50-149 arası çalışanı olan, %5,6'sının 150-249 çalışanı olan ve %5,6'sının da 250 ve daha fazla çalışanı olan işletmelerden oluştuğu belirlenmiştir.

Çalışmaya katılan katılımcıların şirketteki pozisyonları irdelendiğinde %60,4'ü işletmelerinde yönetici pozisyonunda, %8,4'ü işletmelerinde mühendis ya da vardiya amiri pozisyonunda ve %31,2'si de işletmelerinde diğer pozisyonlarda çalışmaktadırlar. Katılımcıların eğitim seviyeleri irdelendiğinde %32,3'ünün lisans mezunu, %6,5'inin lisansüstü derecesine sahip olduğunun, %17,4'ünün ön lisans mezunu olduğu, %27,3'ünün lise mezunu olduğu ve %16,5'inin de ilkokul/ortaokul mezunu olduğu belirlenmiştir.

Katılımcı İşletmelerin Kurumsallaşma Algılarının Analizi

Çalışmada işletmelerin kurumsallaşma algısının belirlenmesi için açıklayıcı faktör analizi uygulanmış ve 37 yargıdan 10 tanesi herhangi bir sanal faktör altında anlamlı sonuç vermemiştir. Bir yargı da tek başına bir sanal faktörde yer almış ve analizden çıkarılmıştır (Çizelge 2).

Çizelge 2. Açıklayıcı faktör analizden çıkarılan yargılar

İşletmeyi temsil eden, ulusal ve uluslararası düzeyde tanımlayan isim/simge/logo/işaret bulunmaktadır.
İşletme içerisinde "ben değil" "biz" duygusu hâkimdir.
Birimler arasında iyi bir işbirliği ve etkin bir iletişim vardır.
İşletmede etkin bir raporlama sistemi mevcuttur.
Çalışanlara düzenli olarak işleriyle ilgili geliştirici ve hatırlatıcı eğitimler verilmektedir.
İşletmede işe alma, işten çıkarma ve görevde yükselme açıkça belirlenmiş bir prosedüre göre yapılmaktadır.
İşletme, sosyal sorumluluk projelerinde yer almaktadır.
İşletmede çalışanların motivasyonunu arttıracak sosyal faaliyetler düzenlenmektedir.
İşletmede karar almada çalışanların katılımı esastır.
İşletmede ödül ve cezalandırma objektif ve sistematik ölçütlere göre verilmektedir.
Kararlarda ve uygulamalarda duygusallık ön plandadır.

Çizelge 2’de gösterilen faktör analizinden çıkarılan yargıların dışındaki 26 yargı ile açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizinde faktör sayısına karar verilirken Kaisers' ölçütüne göre özdeğeri (eigenvalue) 1,00'a eşit veya daha büyük olan faktörler analizde bırakılmıştır. Faktör yükleri hesaplanırken de 0,50 ve daha yüksek faktör yüküne sahip olan yargılar analizde tutulmuştur. Temel bileşenler (principal components) analizi ve varimax döndürme yöntemi ile elde edilen faktör yapısı Çizelge 3’te gösterilmiştir.

Çizelge 3. Kurumsallaşma ile ilgili faktör analizi sonuçları

Faktörün Adı	Yargılar	Faktör Ağırlıkları	Faktörün Açıklayıcılığı (%)	Güvenilirlik
Tutarlılık	Personel değerlendirme açık ve adil bir şekilde yapılmaktadır.	0,711	24,501	0,919
	İşletme diğer kurumlara, müşterilere ve çalışanlara verdiği sözleri tutmaktadır.	0,697		
	İşletme, bütün çalışanlarından toplumsal kabul görmüş etik kurallara uymalarını beklemektedir.	0,694		
	İşletme, topluma karşı sorumluluklarının bilincindedir.	0,686		
	Personel alımında objektif kriterler kullanılmaktadır.	0,662		
	İşletme, eylemlerinden doğan sonuçların sorumluluğunu üstlenmektedir.	0,660		
	İşletme; çalışanlar, kamuoyu, iş yapılan kişi ve kuruluşlar başta olmak üzere, diğer kişi ve kuruluşlarca beğenilen ve güvenilen bir kurumdur.	0,654		
	İşletmenin misyon, strateji ve eylemleri birbiriyle uyumludur.	0,627		
	İşletmede şeffaf bir yönetim anlayışı mevcuttur.	0,597		
	Yönetim kadrosu, konusunda uzman kişilerden oluşmaktadır.	0,590		
	İşletmenin eylemleri devlet, mesleki ve sektörel kurumlarca belirlenen normlara uygundur.	0,579		
	İşletmenin kendine özgü bir örgüt kültürü ve kimliği bulunmaktadır.	0,573		
	Kuruma katma değer sağlayan öneriler/düşünceler çalışanların önerileri de dikkate alınarak değerlendirilmektedir.	0,547		
	Yönetim, kurumda müşteri odaklı bir kültür yaratır ve tüm uygulamalar müşteri memnuniyetine odaklanır.	0,509		
Formalleşme	İşletmenin bir organizasyon şeması vardır.	0,740	10,708	0,760
	İşletmenin misyonu ve vizyonu vardır.	0,704		
	İşletmemizde tüm görev, yetki ve sorumluluklar belirlenmiş ve çalışanlarca bilinmektedir.	0,668		
	İşletmede, her bir iş ve işlem için standartlar bellidir ve dökümanite edilmiştir.	0,577		
Şeffaflık	Finansal bilgi kullanıcıları işletmenin finansal tablolarına kolayca erişebilmektedir.	0,755	9,575	0,727
	İşletmenin orta ve uzun vadeli planları paydaşlarla paylaşılır.	0,697		
	Toplumu ya da şirketin geleceğini ilgilendiren kararlar çalışanlarla paylaşılmaktadır.	0,584		
	Müşteri şikayetleri, müşteriler tarafından şeffaf biçimde izlenebilmektedir.	0,574		

Profesyonelleşme	İşletmede bilgisayar ve bilgisayara yazılımları etkin şekilde kullanılmakta ve analizler yapılmaktadır.	0,716	9,175	0,670
	İşletme stratejisi belirlenirken rakip firmaların faaliyetleri incelenmektedir.	0,624		
	Pazar ve dış çevre analizleri ile işletmenin karşı karşıya olduğu fırsat ve tehditler düzenli olarak takip edilmektedir.	0,611		
	İşletmede düzenli toplantılar yapılmakta, firma ile ilgili kararlar çoğunlukla bu toplantılarda alınmaktadır.	0,553		

Çizelge 3'e göre açıklayıcı faktör analizi sonucunda 26 yargıyla açıklanmaya çalışılan yapının güvenilirlik analizi sonucu 0,928; KMO 0,947; Barlett's küresellik testi sonucu 5208,274 ve önem düzeyi 0,000 olarak hesaplanmış ve dört faktörlü yapının uygun olduğu belirlenmiştir. Bu dört faktörlü yapı, toplam varyansın %53,96'sını açıklayabilmektedir. Faktör analizi sonuçlarına göre yargıların faktör yüklerinin 0,509 ile 0,755 arasında değiştiği görülmektedir. Çalışmada dört sanal faktöre ayrılan yapının güvenilirlik analizi sonuçları 0,670, 0,727, 0,760 ve 0,919 olarak hesaplanmıştır. Elde edilen sanal faktörlere bakıldığında 14 yargıya sahip ilk sanal faktör tüm varyansın %24,50'sini, 4 yargıya sahip ikinci sanal faktör %10,71'ini, 4 yargıya sahip üçüncü sanal faktör %9,58'ini, 4 yargıya sahip dördüncü sanal faktör de tüm varyansın %9,18'ini açıklayabilmektedir.

Ölçekteki Tutarlılık 1, Tutarlılık 2, Tutarlılık 4, Tutarlılık 5, Sosyal sorumluluk 2, Sosyal sorumluluk 3, Şeffaflık 1, Şeffaflık 3, Şeffaflık 4, Özerklik 1, Özerklik 2, Profesyonelleşme 1, Profesyonelleşme 5 ve Profesyonelleşme 7 kodlu yargılar birinci faktör içerisinde yer almıştır. Buna göre bu faktör "Tutarlılık boyutu" olarak adlandırılmıştır. Faktörün güvenilirlik analizi sonucu 0,919 olarak hesaplanmıştır. Faktör açıklanan varyansın %24,50'sini tek başına açıklayabilmektedir. En yüksek ortalaması olan ilk iki yargı; "İşletmemiz; çalışanlar, kamuoyu, iş yapılan kişi ve kuruluşlar başta olmak üzere, diğer kişi ve kuruluşlarca beğenilen ve güvenilen bir kurumdur" ($4,51 \pm 0,72$) ve "İşletmemiz diğer kurumlara, müşterilere ve çalışanlara verdiği sözleri tutmaktadır" ($4,50 \pm 0,75$) olmuştur. Orman ürünleri sanayisinde faaliyette bulunan mobilya işletmelerinin kurumsallaşması için işletmelerde öncelikle tutarlılık boyutuna önem verilmesi gerektiği belirlenmiştir. Şanal (2011) tutarlılığın kurumsallaşmayı ve bu yolla işletme performansını artırdığını ifade etmiştir. Diğer taraftan özellikle tutarlılık boyutunda çalışanlar işletmenin iç ve dış paydaşlarca güvenilen bir kurum olmasına dikkat çekmiştir. Bu doğrultuda kurumsallaşmak isteyen mobilya işletmelerinin öncelikle hem çalışanlarının hem de kamuoyu, iş yapılan kişi ve kuruluşların gözündeki imajını artırıcı çalışmalar yapması gereklidir (Bayer, 2003; Gedik ve ark., 2015).

Ölçekteki Formalleşme 1, Formalleşme 2, Formalleşme 3 ve Formalleşme 4 kodlu yargılar ikinci faktör içerisinde yer almaktadır. Buna göre bu faktör “Formalleşme boyutu” olarak adlandırılmıştır. Faktörün güvenilirlik analizi sonucu 0,760 olarak hesaplanmış ve faktör açıklanan varyansın %10,71’ini açıklamıştır. En yüksek ortalaması olan ilk iki yargı; “İşletmemizin misyonu ve vizyonu vardır” ($4,38\pm 0,87$) ve “İşletmemizde tüm görev, yetki ve sorumluluklar belirlenmiş ve çalışanlarca bilinmektedir” ($4,33\pm 0,91$) olmuştur. İşletmenin misyonu ve vizyonu çalışanları kurumsallaşma için motive eden en önemli faktördür. Tüm çalışanlarca bilinmeli ve içselleştirilmelidir. Ayrıca görevlerin tanımlanmış olması görev karışıklıkları, yetki çatışmaları, işlerin aksaması durumlarını önleyecektir (Meşe, 2005; Tengilimoğlu ve ark., 2012). Bu iki temel unsur kalite çalışmalarının en önemli yönleridir. Nitekim mobilya işletmelerinde kalite kontrol yöntemlerinin geçmişte çok basit düzeyde ele alındığı (Cındık ve ark., 1999) bildirilmektedir. Orman ürünleri sektöründe yapılan bir çalışmada işletmelerin %48,3’ünün kalite yönetim sistemi/kalite güvence sistemi belgesi bulundurduğu ancak uygulama konusunda eksik ve yetersiz kaldıkları ve bu durumun sebebinin kalifiye personel eksikliği olduğu bildirilmiştir (Karapınar ve ark., 2017).

Ölçekteki Şeffaflık 5, Şeffaflık 6, Şeffaflık 7 ve Şeffaflık 8 kodlu yargılar üçüncü faktör içerisinde yer almıştır. Buna göre bu faktör “Şeffaflık boyutu” olarak adlandırılmıştır. Faktörün güvenilirlik analizi sonucu 0,727 olarak hesaplanmış ve bu faktör, açıklanan varyansın %9,58’ini açıklamıştır. En yüksek ortalaması olan ilk iki yargı; “Müşteri şikayetleri, müşteriler tarafından şeffaf biçimde izlenebilmektedir” ($4,18\pm 1,01$) ve “İşletmemizin orta ve uzun vadeli planları paydaşlarla paylaşılır” ($3,96\pm 1,03$) olmuştur. Bu sonuç işletmenin kurumsallaşmasının artırılmasında özellikle dış paydaşların memnuniyeti ve sisteme dahil etmesinin gerektiğini doğrulamıştır (Yılmaz, 2006; Gedik, 2010).

Ölçekteki Profesyonelleşme 2, Profesyonelleşme 8, Profesyonelleşme 9 ve Profesyonelleşme 10 kodlu yargılar dördüncü faktör içerisinde yer almıştır. Buna göre bu faktör “Profesyonelleşme boyutu” olarak adlandırılmıştır. Faktörün güvenilirlik analizi sonucu 0,670 olarak hesaplanmış ve bu faktör, açıklanan varyansın %9,18’ini açıklamıştır. En yüksek ortalaması olan ilk iki yargı; “Pazar ve dış çevre analizleri ile işletmenin karşı karşıya olduğu fırsat ve tehditler düzenli olarak takip edilmektedir” ($4,04\pm 0,97$) ve “İşletme stratejimiz belirlenirken rakip firmaların faaliyetleri incelenir” ($3,80\pm 1,20$) olmuştur. Bu alt boyutta bir işletmenin kurumsallaşmasında pazar ve dış çevre analizlerinin önemine işaret edilmiştir. Mobilya sektörün rekabet gücünü geliştirmek ve kalıcı kılabilmek için Ar-Ge,

tasarım ve pazarlama gibi daha ileri rekabet unsurları üzerine yoğunlaşması gerekmektedir (Gürpınar ve Barca, 2007).

4. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma Türkiye’de mobilya sektöründe çoğunluğu Marmara Bölgesinde, limited şirket olan ve çalışan sayısı 10 ve üzeri toplam 462 işletmenin kurumsallaşma algıları belirlenmiştir. Çalışmada kullanılan kurumsallaşma algısı ölçeği metodolojik olarak uygun sonuçlar vermiş ve kurumsallaşma algısı üzerine etkili olduğu düşünülen ana faktör “tutarlılık” olarak çıkmıştır. Bu faktörü sırasıyla “formalleşme”, “şeffaflık” ve “profesyonelleşme” izlemiştir. Çalışmada mobilya işletmelerinin personel değerlendirmenin açık ve adil yapması, organizasyon şemalarını oluşturması, finansal bilgi kullanıcılarına işletmenin finansal tablolarına kolayca erişim sağlaması, işletmelerde MRP, ERP, CRM gibi yazılımların ve bilgi teknolojisinin etkin kullanılması en yüksek düzeyde algılanan yargılardır. Ancak bu yargılar irdelendiğinde, kurumsallaşma algısının oldukça basit bir düzeyde algılandığı, geniş bir perspektiften uzak olduğu kurumsallaşma çalışmalarını henüz tam anlamı ile içselleştiremedikleri görülmüştür. Çalışmanın sonuçları sektörde kurumsallaşmak isteyen işletmelere kuracakları sisteme ait öncelikli çalışma konularını ve süreci değerlendirmelerine olanak sağlayacak bir ölçüm yöntemi ve yapı sunmuştur.

Kaynaklar

- Acar, S. 2014. Kurumsallaşmada Stratejik Yönetimin Rolü: Burdur İlindeki Aile İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, 154 s. Burdur.
- Ağdelen, Z., Erkut, H. 2008. Firma kurumsal ve yönetsel özelliklerinin insan kaynakları yönetimi üzerindeki etkisinin analizi, GAU J. Soc. & Appl. Sci., 3 (6): 37-55.
- Ak, B.G. 2010. Aile İşletmelerinde Kurumsallaşmanın İşletme Başarısına Olan Etkileri: Aydın İlinde Faaliyet Gösteren Aile İşletmeleri Örneği. Doktora Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, 292 s. Aydın.
- Åkerman, M., Kilpiö, A., Peltola, T. 2010. Institutional change from the margins of natural resource use: the emergence of small-scale bioenergy production within industrial forestry in Finland. *Forest Policy and Economics*, 12 (3): 181-188. <http://doi.org/10.1016/j.forpol.2009.09.018>.
- Akyol, C. 2010. Turizm Sektöründe Faaliyet Gösteren Aile İşletmelerinde Yaşanan Kurumsallaşma Sorunları; İstanbul'da Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, 129 s. Sakarya.
- Altınok, M., Saçlı, C. 2009. Toplam Kalite Yönetiminin verimliliğe etkisi-panel mobilya üreten bir işletmede çerçeve uygulaması. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 9 (18): 63-86.
- Apaydın, F. 2007. Örgütlerde Kurumsallaşma ve Adaptif Yeteneklerin Pazarlama Eylemlerine ve Örgütsel Performansa Etkileri. Doktora Tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, 274 s. Kocaeli.
- Apaydın, F. 2008. Kurumsallaşmanın küçük ve orta ölçekli işletmelerin performansına etkileri. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 4 (7): 121-145.
- Arsoy, A.P. 2008. Kurumsal şeffaflık ve muhasebe standartları. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10 (2): 17-35.
- Aslanbay, T. 2008. Kurumsallaşmanın İşletmenin Sürekliliği Üzerine Etkisi ve Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, 98 s. İstanbul.
- Atıla, E. 2007. Türkiye'deki Aile Şirketlerinde Kurumsallaşma: Görünürde Kurumsallık

- Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İşletme Mühendisliği Anabilim Dalı, 228 s. İstanbul.
- Bayer, E. 2003. Kurumsallaşma Yönelimli Entelektüel Sermayenin Etkinleştirilmesinde Liderin Stratejik Rolü. Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, 264 s. Isparta.
- Büte, M. 2008. Aile İşletmelerinin Kurumsallaşma Sürecinde Yaşadığı Sorunlar. 3. Aile İşletmeleri Kongresi, Kongre Kitabı, İstanbul Kültür Üniversitesi Yayını, İstanbul, 18–19 Nisan 2008, Cilt 1, s.313-332.
- Cındık, H., Top, Y., Karayılmazlar S., Akyüz, K.C. 1999. Orta ve büyük ölçekli orman ürünleri sanayi Toplam Kalite Yönetimi açısından mevcut ve potansiyel durum analizi (Karadeniz bölgesi örneği). *Turkish Journal of Agriculture and Forestry*, 23: 315–322.
- Çakıcı, A., Özer, B.Ş. 2008. Mersin'deki kobi sahip ve yöneticilerinin gözüyle kurumsallaşma tanımı ve kurumsallaşmanın darboğazları. *Celal Bayar Üniversitesi İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 15 (1): 41-57.
- Çakır, A. 2011. Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Kullanımına Sunulan Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme Başkanlığı Destek ve Teşvik Türleri İle Kurumsallaşma Düzeyleri Arasındaki İlişki. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, 233 s. İstanbul.
- Dayneko, D.V., Gustafson, E.J. 2014. Institutional innovations in the forest industry in Russia: a case study of Irkutsk province. *Miscellanea Geographica-Regional Studies on Development*, 18 (4): 17-23. <https://doi.org/10.2478/mgrsd-2014-0027>.
- Diren, H. 2014. Kamu Hastaneleri Birliği ve Hastanelerinde Kurumsallaşmanın İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Okan Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı, 316 s. İstanbul.
- Doğan, R. 2014. Aile Şirketlerinde Kurumsallaşma Sorunları ve Bir Model Önerisi: (Adıyaman İlinde Bir Araştırma). Yüksek Lisans Tezi, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, 115 s. Ankara.
- Fuchs, E.P., Anderson, J.E. 1987. The institutionalization of cost-benefit analysis. *Public Productivity Review*, 10 (4): 25-33. <https://doi.org/10.2307/3380247>.
- Gedik, T. 2010. Orman Ürünleri Sanayi Sektöründe Çalışan Performansının Belirlenmesi ve Arttırılmasına Yönelik Alan Çalışması (Mobilya ve Levha Fabrikaları Örneği). Doktora Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Orman Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı, 351 s. Trabzon.

- Gedik, T., Kurutkan, M.N., Durusoy, İ. 2015. İSO İlk 1000 içinde yer alan orman ürünleri sanayi işletmelerinde kurumsal itibar kavramı üzerine bir araştırma. Düzce Üniversitesi Ormancılık Dergisi, 11 (1): 1-15.
- Gül, H. 2012. İşletmelerdeki Kurumsallaşma Düzeyinin İşletme Performansına Etkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, 170 s. Nevşehir.
- Gürpınar, K., Barca, M. 2007. Türk mobilya sektörünün uluslararası rekabet gücü düzeyi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 2 (2): 41-61.
- Han, B., Tang Y., Yang L. 2016. Public information and uninformed trading: implications for market liquidity and price efficiency. Journal of Economic Theory, 163 (C): 604-643. <https://doi.org/10.1016/j.jet.2016.02.012>.
- Hartline, M.D., Maxham III, J.G., McKEE, D.O. 2000. Corridors of influence in the dissemination of customer-oriented strategy to customer contact service employee, Journal of Marketing, 64 (2): 35-50.
- İstek, A., Özlüsoylu, İ., Kızılkaya, A. 2017. Türkiye ahşap esaslı levha sektör analizi. Bartın Orman Fakültesi Dergisi, 19 (1): 132-138.
- Kalaycı, Ş. 2009. SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Asil Yayın Dağıtım, 430 s. Ankara.
- Kaptanoğlu, N.B. 2011. İşletmelerde Kurumsallaşma Uygulamalarına Yönelik Çalışan Tutumlarının Örgüte Bağlılık ve İş Tatmini İle İlişkisi ve Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, 200 s. İstanbul.
- Karaer, Ö. 2007. Kurumsallaşmanın Personel Seçim Sürecindeki Rolü Üzerine Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, 84 s. İstanbul.
- Karagöz, T., Sevim Korkut, D. 2017. Mobilya sektörünün sorunları ve çözüm önerileri (Kocaeli ili örneği). İleri Teknoloji Bilimleri Dergisi, 6 (3): 85-92.
- Karapınar, A., Sevim Korkut, D., Gedik, T. 2017. Orman ürünleri endüstrisinde kalite yönetiminin incelenmesi (Tekirdağ, Kırklareli, Edirne örneği). Düzce Üniversitesi Bilim ve Teknoloji Dergisi, 5 (2): 382-399.
- Karpuzoğlu, E. 2000. Aile Şirketlerinin Kurumsallaşma Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,

- İşletme Personel Yönetim ve Organizasyon Bölümü, 339 s. İstanbul.
- Karpuzoğlu, E. 2002. Büyüyen ve Gelişen Aile Şirketlerinde Kurumsallaşma. Hayat Yayın, İstanbul.
- Koç, K.H., Dilik, T., Kurtoğlu, A. 2017. Türkiye Orman Ürünleri Endüstrisine Stratejik Bir Bakış. IV. Ulusal Ormancılık Kongresi, Kongre Kitabı, Antalya, 15-16 Kasım 2017, Cilt 1, s. 483-495.
- Kuzey, P. 2003. Şeffaflık ve İyi Yönetişim: İyi Yönetişimin Temel Unsurları. Maliye Bakanlığı Avrupa Birliği ve Dış İlişkiler Dairesi Başkanlığı Yayını, Ankara.
- Lemeshow, S., Hosmer, Jr.D.W., Janelle, K., Lwanga, S.K. 1990. Adequacy of Sample Size in Health Studies. Published by World Health Organization, ISBN: 0 471 92517 9, Courier International Ltd, Tiptree, Colchester.
- McWilliams, A., Siegel, D. 2001. Corporate social responsibility: a theory of the firm perspective. *The Academy of Management Review*, 26 (1), 117-127.
- Mesci, M. 2011. Bilgi Yönetimi, Yenilik ve İşletme Performansı Arasındaki İlişkide Ara Değişkenlerin Etkisi: Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora tezi, İşletme Anabilim Dalı, 279 s. Sakarya.
- Meşe, B. 2005. Aile Şirketlerinin Kurumsallaşması. Yüksek Lisans Tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, 95 s. Kocaeli.
- Minareci, Y. 2007. Turizm İşletmelerinde Kurumsallaşma ve Sosyal Sorumluluk: Otel İşletmelerinde Bir Uygulama. Tezsiz Yüksek Lisans Projesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, 138 s. İzmir.
- MUSİAD, 2018. DTM Mobilya ve Orman Ürünleri Sektörel Raporu, http://www.musiad.org.tr/F/Root/Pdf/DTM_Mobilya_ve_Orman_urunleri_Sektor_raporu.pdf, Erişim tarihi: 04.08.2019.
- Özdemir, C. 2012. Resmi ve Özel Okulların Kurumsallaşma Düzeyleri. Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, 157 s. İstanbul.
- Özdevecioğlu, M. 2004. Sosyal destek ve yaşam tatmininin mesleki stres üzerindeki etkileri: Kayseri’de faaliyet gösteren işletme sahipleri ile bir araştırma. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22 (1): 209-233.
- Özuyşal, H.D. 2006. Aile Şirketlerinin Kurumsallaşmasında Aile Anayasasının Önemi. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme

- Anabilim Dalı, 206 s. İstanbul.
- Pamukçu, F. 2011. Finansal raporlama ile kamuyu aydınlatma ve şeffaflıkta kurumsal yönetimin önemi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 50: 133-148.
- Peters, B.G. 2000. *Institutional Theory: Problems and Prospects*. Political Science Series, Institute for Advanced Studies, Vienna.
- Sarıkahya, M. 2012. Mobilya Endüstrisinde KOBİ'lere Verilen Devlet Desteklerinin Firmalar Üzerindeki Etkileri (Ankara Örneği), *Politeknik Dergisi*, 15 (4): 177-183.
- Selznick, P., 1996. Institutionalism "old" and "new". *Administrative Science Quarterly*, 40th Anniversary Issue, 41 (2): 270-277. <https://doi.org/10.2307/2393719>.
- Serin, H., Şahin, Y. 2018. Diyarbakır ili mobilya sanayisinin gzfı analizi ile değerlendirilmesi. *Turkish Journal of Forest Science*, 2 (1): 83-90.
- Sundu, M. 2013. Uluslararasılaşma Sürecine Kurumsallaşmanın Etkileri: KOBİ'lerde Bir Araştırma. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, 368 s. İstanbul.
- Şanal, M. 2011. Aile İşletmelerinde Kurumsallaşma Ve Kurumsal Girişimcilik Üzerine Bir Araştırma. Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, 158 s. Adana.
- TCTB, 2018. Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı Mobilya Sektör Raporu.
- Tengilimoğlu, D., Işık, O., Akbolat, M. 2012. Sağlık İşletmeleri Yönetimi. 4. Baskı, Nobel Yayın, Ankara.
- TOBB, 2016. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Üye Kayıtları Listesi, <http://www.sanayi.tobb.org.tr> (25.06.2016).
- TOBB, 2017. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Türkiye Mobilya Ürünleri Meclisi Sektör Raporu, TOBB Yayın No: 2018/304.
- Wanat, L., Potkanski, T., Chudobiecki, J., Mikolajczak, E., Mydlarz, K. 2018. Intersectoral and intermunicipal cooperation as a tool for supporting local economic development: prospects for the forest and wood-based sector in Poland. *Forests*, 9 (9): 1-12. <http://doi.org/10.3390/f9090531>.
- Yarar, O. 2008. Kurumsallaşma ve Markalaşma, İstanbul İlindeki Özel Hastaneler Üzerinde Bir Araştırma. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, 205 s. İstanbul.
- Yaşa, E. 2006. Aile Şirketlerinde Kurumsallaşma: Mersin İli Aile Şirketlerinin Kurumsallaşma Konusundaki Tutumlarını ve Düşüncelerini Belirlemeye Yönelik

- Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Yönetimi Anabilim Dalı, 120 s. Mersin.
- YAZICIÖĞLU, İ., KOÇ, H. 2009. Aile işletmelerinin kurumsallaşma düzeylerinin belirlenmesine yönelik karşılaştırmalı bir araştırma. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 21: 497-507.
- Yıldırım, A.F. 2007. Türk Aile İşletmelerinde Kurumsallaşmayı Engelleyen Aile Değerleri Üzerine Isparta İlinde Bir Çalışma. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, 118 s. Isparta.
- Yıldız, E. 2010. Kurumsallaşma Çabalarının Örgütsel Performansa Etkisi: Perakende Sektöründe Bir Uygulama. Yüksek Lisans tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, 96 s. Konya.
- Yılmaz, E.F. 2006. Performans Değerlendirme Sisteminin İşletme Verimliliği Üzerine Etkisi ve Örnek Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, 219 s. Edirne.
- Zajac, E.J., Westphal, J.D. 2004. The social construction of market value: institutionalization and learning perspectives on stock market reactions. *American Sociological Review*, 69 (3): 433-457.
- Zhu, Q., Sarkis, J. 2007. The moderating effects of institutional pressures on emergent green supply chain practices and performance. *International Journal of Production Research*, 45 (18/19): 4333-4355. <http://doi.org/10.1080/00207540701440345>.