

Kobi'lerde Kurumsallaşmanın Firma Performansı Üzerindeki Etkisi*

Adem ÖĞÜT¹  Sedat TARHAN² 

¹Prof. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme Bölümü, Konya, Türkiye, ademogut@erbakan.edu.tr (Sorumlu Yazar/Corresponding Author)

²Yüksek Lisans, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Konya, Türkiye, sedattarhan@outlook.com.tr

Makale Bilgileri

ÖZ

Makale Geçmişi

Geliş: 03/11/2022

Kabul: 29/12/2022

Yayın: 31/12/2022

Anahtar Kelimeler:

Kurumsallaşma, Firma Performansı, Un Sanayi Sektörü

JEL Kodları: D22, H32, L25, P42

Bu araştırmanın amacı, kurumsallaşmanın firma performansı üzerindeki etkisini analiz etmektir. Araştırmanın örneklemini, Konya ilinde un sanayi sektöründe faaliyet gösteren işletmelerdeki 404 çalışan oluşturmaktadır. Regresyon analizi sonuçlarına göre; kurumsallaşmanın firma performansı üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı etkiye sahip olduğu ortaya konulmuştur. Benzer şekilde kurumsallaşmanın finansal ve finansal olmayan performans üzerinde de pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Kurumsallaşmanın alt boyutlarından; tutarlılık ve profesyonelliğin finansal performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu, ancak kurumsallaşmanın alt boyutlarından şeffaflığın finansal performans üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı ortaya konulmuştur. Diğer yandan, kurumsallaşmanın alt boyutlarından; tutarlılık, şeffaflık ve profesyonelliğin finansal olmayan performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu da regresyon analizi sonuçlarından anlaşılmaktadır.

The Effect of Institutionalization on Firm Performance in SME's

Article Info

ABSTRACT

Article History

Received: 03/11/2022

Accepted: 29/12/2022

Published: 31/12/2022

Keywords:

Institutionalization, Firm Performance, Flour Industry Sector.

Jel Codes: D22, H32, L25, P42

The purpose of this research is to analyze the effect of institutionalization on firm performance. The sample of the research consists of 404 employees operating in the flour industry sector in Konya. According to the results of the regression analysis; It has been revealed that institutionalization has a positive and significant effect on firm performance. Similarly, it has been determined that institutionalization has a positive and significant effect on financial and nonfinancial performance. From the sub-dimensions of institutionalization; It has been revealed that consistency and professionalism have a positive and significant effect on financial performance, but transparency, one of the sub-dimensions of institutionalization, does not have a significant effect on financial performance. On the other hand, from the sub-dimensions of institutionalization; It is understood from the results of the regression analysis that consistency, transparency and professionalism have a positive and significant effect on non-financial performance.

Atıf/Citation: Öğüt, A. ve Tarhan, S. (2022). Kobi'lerde Kurumsallaşmanın Firma Performansı Üzerindeki Etkisi, *Necmettin Erbakan Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 4(2): 157-172



"This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) (CC BY-NC 4.0)"

* Bu çalışma, "Kobi'lerde Kurumsallaşmanın Firma Performansı Üzerindeki Etkisi" isimli yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

GİRİŞ

Dijital çağda teknolojinin yaygın bir şekilde kullanımı ve devingen çevresel ortam nedeniyle işletmeler yeni koşullara adapte olmaya çalışmaktadır. Bu noktadan hareketle işletmelerin, kar ederek büyümeleri ve varlıklarını devam ettirebilmeleri amacıyla, dış çevre koşulları desteklenerek performansın artırılması bir gereklilik olmuştur. Nitekim sadece işletmenin gereksinimleri ile performansı arttırmaya yönelik yapılan çalışmalar işletmelerin ömrünü uzatmaya yetecek düzeyde değildir. Bu noktada işletmeler, yetkinliklerini dikkate alarak sürekli gelişmekte olan piyasaya hızlı ve yerinde yanıt vermeleri gerektiği konusunda değişimler yaşamışlardır. Bu değişimler sonucu işletmeler, rekabet avantajı kazanmak ve kar paylarını arttırabilmek amacıyla, performansa önem vermeye başlamışlardır. Performans, işletme tarafından belirlenen hedeflere ne düzeyde yaklaşıldığını ifade eden bir kavramdır. Buna ek olarak belirlenen hedefleri üstlenen çalışanların, bu hedeflerin ne kadarını gerçekleştirdiği, bu hedefleri gerçekleştirirken sergilemiş olduğu tüm eylemlerin performans davranışını oluşturduğu görülmektedir. Performans kavramına firma tarafından bakıldığında ise, işin yapılış şekli ya da kalitesi anlamına gelmektedir (Amaratunga vd., 2000). Firma performansı arttırıldığı takdirde, işletme çevre koşullarında yaşanan gelişmelere daha hızlı adapte olmuş bir şekilde ve uygun cevapları kolaylıkla verebilecek durumda olacaktır. Bu da firmanın kar oranlarının artması ve varlığını idame ettirebileceği anlamını taşımaktadır. Firmaların performanslarını arttırmada birçok faktör etkili olmaktadır. Çalışmamızda performansı arttırmaya yönelik faktörlerden kurumsallaşma değişkeni üzerine odaklanılmıştır. Kurumsallaşma süreci, toplumsal olarak öngörülen farklılaştırılmış davranış sisteminin örgütlenmesi ile belirli sorunların çözümüne yönelik eylemleri içermektedir. İçinde bulunulan koşullar gereği işletmeler bir takım değişimler yaşamaktadırlar. Bu değişimlerin firmaları olumsuz şekilde etkilemesinin önüne geçmek, kurumsallaşma olgusuyla mümkün olabilmektedir. Değişimlerin doğru yönetilmesi ile firmalar avantajlı duruma gelerek rekabet üstünlüğü sağlamaktadırlar. Bu noktada kurumsallaşma süreci dikkat çekmektedir. Kurumsallaşan firmalar, kaynakları daha verimli kullanarak performans göstergelerinde artış sağlanabilmektedir. Bu bağlamda kurumsallaşma günümüzde firmaların rekabet stratejilerinde önemi yadsınamaz bir rol oynamaktadır. Kurumsallaşma ile firmalar kişilere bağlı olmadan firmanın hedefleri doğrultusunda kurulmuş bir sistem ile faaliyetlerini sürdürebilmektedir. Doğru bir şekilde tasarlanmış ve uygulanmış bir kurumsallaşma süreci, firmanın mevcut kaynaklarını daha etkin kullanmasını sağlayarak işletmenin hedeflerini gerçekleştirmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Kurumsallaşmayı optimal biçimde benimseyip uygulayan firmalar, çevrede yaşanacak durumlara karşı esneklik kazanarak değişimlere karşı zamanında tepki verebilir duruma gelebileceklerdir. Buna ek olarak kurumsallaşmanın optimal düzeyde uygulanması ile rekabet koşullarında firma mevcut konumunu stabil tutabilir ve sonraki dönemlerde daha iyi bir konuma gelmesinin alt yapısını hazırlamış olacaktır. Kurumsallaşma ile birlikte işletmeler yeniliğe açık hale gelmektedir. Kurumsallaşma, çalışanların gelişmesine destek sağlayarak firmaya yeni fikirler sunmasını ve mevcut iş yöntemlerinin gelişmesine yardımcı olmaktadır. Firma performansını yakından ilgilendiren kurumsallaşma günümüzde hala isteğe bağlı olarak uygulanan bir sistem olarak görülmektedir. Birçok ülkede şirketlerin büyük çoğunluğunu oluşturan KOBİ'ler kurumsallaşmayı günümüzde hala yeterince benimseyememiş ve gerekliliği konusunda kesin bir karara varamamıştır. Bu çerçevede araştırma sorusu “kurumsallaşma firma performansı üzerinde etkili midir?” şeklinde belirlenmiştir. Araştırmanın amacı, fabrikalar örneğinde, Konya ilinde faaliyet gösteren işletmelerde kurumsallaşma ile firma performansı arasındaki ilişkinin analiz edilmesidir. Çalışmada ilk bölümde KOBİ'ler hakkında bilgiler verilerek kurumsallaşma ile ilgili yazın taraması yapılmış ve birlikte incelenmiştir. İkinci bölümde ise firma performansı ile ilgili literatür incelemesi yapıлып kurumsallaşma ve firma performansı arasındaki ilişkiye değinilmiştir. Çalışmanın son bölümü olan üçüncü bölümde ise çalışmanın metodolojisi ve uygulaması yer almaktadır. Veri toplama yöntemi, kullanılan ölçekler, güvenilirlik analizleri, tanımlayıcı istatistikler, korelasyon ve regresyon analizleri yapılmış ve araştırma bulguları yorumlanmıştır.

1. KURUMSALLAŞMA KAVRAMI

Dünya ekonomik ve sosyal olarak 1990'lı yıllardan bu yana hızla bir değişim yaşamaktadır. Dünyada yaşanan bu gelişmeler işletmelerin aralarındaki rekabeti de değiştirmiş ve farklı bir boyuta taşımıştır. İşletmelerin günümüzde yaşanan bu hızlı değişimlere ayak uydurabilmesi ve zorlu rekabet

ortamında rakiplerine karşı avantajlı konuma gelip faaliyetlerine devam edebilmesi için kurumsallaşmış bir yapıya ve kurumsal bir kimliğe sahip olmaları gerekmektedir. Kurumsallaşmış işletmeler kendilerine fayda sağlayan değerleri bünyesinde barındırırken değişime ve gelişime açık olmayan değerleri bünyesinde barındırmaz. Bu nedenle, kurumsallaşma işletmelerin hızla değişen bu koşullara ayak uydurabilmeleri için stratejik bir öneme sahiptir (Büte, 2010: 6).

Kurumsallaşma kavramını ve sürecini, literatüre sokan ilk insan, çevreyle olan münasebeti ön plana çıkararak 1949 yılında “Doğal Sistem Modeli”ni geliştiren Philip Selznick’tir. Selznick’in modeli; “organizasyonlar adına en mühimi araçlar değil, yaşamlarını sürdürmeleri” olduğunu belirtmiştir (Scott, 1996: 64). Selznick kurumsallaşma kavramını, “Örgütün farklı bir kimlik edinmesi ve sosyal gereksinim ve baskıların sonucu olarak hassas ve esnek bir organizmaya dönüşmesi sürecidir” şeklinde tanımlamıştır (Selznick, 1996: 271). March kurumsallaşma kavramını, çevresel uyum çerçevesinde değerlendirmiştir. Kurumsallaşmayı; “Çevresel farklılıklarla beraber organizasyonel değişimin ve bu değişim neticesinde standardizasyonun elde edilmesidir” olarak tanımlayan March’a göre kurumsal organizasyon yapıları, çevresel değişim ile gelişen, bu değişimi öğrenen ve yeni vaziyete göre standartlar geliştiren yapılardır (March, 1996: 278- 279). Yerli yazında kavramı tanımlayan yazarlardan biri olan Ozankaya’ya göre kurumsallaşma, “Bir şirketin işlevlerini yapabilme durumunu izah eden, beraberce örgütlenen ve ahenkli bir bütünlük sağlayan fikirler, tutumlar ve normlar ile bunları somut bir biçim haline getiren vasıtalar, bayraklar, rozetler ve renkler gibi simgelerden meydana gelen bir bütündür” (Ertaş, 1996: 4).

Kurumsallaşma, en basit ifade ile tüm iletişim stratejilerinde belirlenmiş kuralların varlığıdır (Fındıkcı, 2014: 102). Şirketin prosedürlere ve normlara bağlı kalarak, kendine has özellikler ile fark yaratarak özel bir kimliğe bürünmesi kurumsallaşma olarak tanımlanmaktadır (Karpuzoğlu, 2001: 72). Kurumsallaşma, şirketin oluşturulan sisteme bağlı olarak yönetilmesidir (Büte, 2010:7). Aile şirketlerinde kişiye bağlılık diğer şirketlere oranla daha yüksektir. Bağlılığı en aza indirgeyerek, oluşturulmuş sistemlere göre yönetim anlayışı benimsenmektedir. Kurumsallaşma şeklinde anılan bu süreç, şirketler adına yok sayılamayacak bir yönelim olmaktadır (Özcan, 2015: 23). Şirketlerde kurumsallaşma ile devamlılığın sağlanması amaçlanır. Kurumsallaşmanın gerçekleşebilmesi için yeniliklere açık olunmalı, buna bağlantılı olarak değişime ayak uydurulmalıdır. Şirketlerin kurumsallaşması için; yönetim şekilleri, işin yapılma yöntemleri, organizasyon yapıları, üretim sistemleri, insan ilişkileri ve düşünce tarzları gibi konularda değişime uyum sağlamaları şarttır (Eriş, 2019: 57).

Literatürde kurumsallaşmanın boyutları ile ilgili farklı sınıflandırmalara rastlamak mümkündür. Bu çalışmada Alpay vd., (2008) tarafından geliştirilen ölçekte belirtilen boyutlar dikkate alınmıştır. Bu boyutlar; tutarlılık, şeffaflık ve profesyonellik olup aşağıda kısaca açıklanmıştır.

Tutarlılık; Kurumsallaşmanın bir diğer önemli boyutu ise tutarlılıktır. Stratejide tutarlı olunması, maliyetleri düşürerek firma performansını yükseltmektedir. Bu sebeple kurumsallaşma stratejisinin uygulanmasını mümkün kılarak performansı artırmaktadır (Pelham ve Wilson, 1996, 29). Tutarlılık, kuruluşlara güvenilirlik sağladığı için kurumsallaşmanın kritik bir bileşeni olarak tartışılmaktadır. Verilen sözleri tutmak, misyon, strateji, taktik ve faaliyetleri uyumlu hale getirmek ve aynı sektördeki kuruluşlarla benzer olmak olarak tanımlanmaktadır (Apaydın ve Coşkun, 2008: 164).

Şeffaflık; Şeffaflık, kurumsal açıdan önemli bir diğer boyuttur ve firma performansı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Şeffaf firmalar, bilgileri kaydetme ve yayma konusunda daha verimli oldukları için daha iyi performansa sahip olmaktadır. Ayrıca firmalar, sosyal sorumluluk geliştirmekte ve müşteri değerine göre hareket etmektedirler. Bu ise, müşterilerin firmaya sempati duymasını sağlamakta ve firmayla daha fazla iş yapmasına sebep olmaktadır. Sosyal sorumluluk bağlamında yapılan eylemler, kısa vadede maliyetler üzerinde olumsuz etki yaparken orta ve uzun vadede olumlu sonuçlar doğurmaktadır. Sosyal sorumluluk sahibi girişimciler, ürünlerine yüksek bir fiyattan değer verebilme olanağına sahiptirler (McWilliams ve Siegel, 2001: 119).

Profesyonellik; Profesyonellik, yönetimde daha fazla profesyonelin istihdam edilmesi, profesyonellerin desteklediği örgütsel bir iklimin geliştirilmesi ve meslek organına üye olunması olarak tanımlanmaktadır. Profesyonellik sayesinde, kuruluşlar kapasitelerini geliştirmektedirler. Buna

ek olarak kuruluşlar daha güvenilir hale gelmekte ve çevreye daha uyumlu olmaktadır. Ayrıca kuruluşlar, yüksek profesyonellik düzeyi sayesinde diğer kuruluşların uygulamalarını da kolaylıkla takip edebilmektedirler (Apaydın ve Coşkun, 2008: 163).

2. FİRMA PERFORMANSI KAVRAMI

Firma performansı, belirli bir zaman içinde işletmenin gerçekleştirmek istediği hedeflere ulaşmak için sahip olduğu çevresel koşulları göz önünde tutarak, kaynaklarını etkin olarak kullanıp rakiplerine üstünlük sağlamak için oluşturduğu stratejilerin uygulanması sonucunda ortaya çıkan başarımlar ya da uygulama süreci esnasında işletmenin kendine kazandırmış olduğu kazanımlardır (Çalık vd. 2013: 143). İşletme performansı başka bir deyişle işletmenin başarı düzeyi olarak da ifade edilebilmektedir. İşletmenin performans ölçümü sonunda ortaya konulan veriler, işletmenin hedeflerine ulaşmak için kullanmış olduğu stratejilerin doğruluğunu ve bu stratejilerin işletmeyi hedeflerine ne ölçüde taşıdığını göstermesi nedeniyle, stratejik karar alma süreçlerinde de faydalanılan önemli verilerdir.

Literatürde firma performansı boyutları ile ilgili farklı sınıflandırmalara rastlamak mümkündür. Bu çalışmada Avcı, Madanoğlu ve Okumuş (2011) tarafından geliştirilen ölçekte belirtilen boyutlar dikkate alınmıştır. Bu boyutlar; finansal performans ve finansal olmayan performans olup aşağıda kısaca açıklanmıştır.

Finansal Performans; Firmalar, ekonomik hedeflerine finansal performans yoluyla ulaşımaya çalışırken, finansal performans ölçmek için kullanılan göstergeler, büyüme ve kârlılık olarak tanımlanmaktadır. Bir firmanın performansını belirlemek için öncelikle yatırım getirisi, karlılık, net gelir ve öz sermaye getirisi gibi finansal performans göstergelerine bakılmaktadır. Firmalar, finansal performans bilgilerinden yola çıkarak hedeflerine ulaşma düzeyini belirlemekte ve bu alanda stratejiler geliştirmektedir (Lee, 1988).

Finansal Olmayan Performans; Firma performansının değerlendirilmesinde finansal olmayan performansta önemli bir rol oynamaktadır. Finansal olmayan performans örgütün üyelerini ve paydaşlarını kapsayarak onların performanslarının hangi seviyede olduğu ile ilgilenebilir. Finansal performans genellikle gelir, aktif karlılık ve öz kaynak karlılığı gibi değişkenleri kapsarken, finansal olmayan performans müşteri memnuniyeti, müşterinin firmaya olan sadakati, markanın sahip olduğu değer, mevcut yetenekli çalışanların istihdamını devam ettirmek, süreç yenilikleri, bilgiyi edinme ve kullanma ile pazar payı gibi değişkenleri kapsamaktadır. Yapılan araştırmalarda finansal ve finansal olmayan performans birlikte kullanılıp bu iki ölçüm sistemi de kullanan işletmelerin performans değerlerinin daha yüksek olduğu ortaya konulmuştur (Altuntaş ve Dönmez, 2010: 56-57).

3. KURUMSALLAŞMA VE FİRMA PERFORMANSI İLİŞKİSİ

Firma yapılarının biçimlendirilmesinde kurumsallaşma, önemli bir role sahip olmakta ve bu yapılar performansın farklı boyutlarını değişik açılardan etkilemektedir. Kurumsallaşma ile biçimlenen firmaların özellikleri ise doğrudan doğruya performansını etkilemektedir (Çavuşgil ve Zou, 1994: 2). Araştırmacılar, işletme performansının işletmenin yapısı tarafından belirlendiğini vurgulamaktadır. Kurumsallaşma stratejileri, firmaların uyum sağlama yeteneklerini ve pazarlama eylemlerini etkilemek suretiyle doğrudan doğruya performans üzerinde etkili olmaktadır.

Kurumsallaşmayla beraber çevresel kaynaklar, firmalar için daha erişilebilir hale gelmektedir. Firmaları kurumsallaştırmaya zorlayan kurumsal baskıların kullanmış oldukları mekanizmalar, firma performansı üzerinde uzun vadeli ve kapsamlı bir şekilde etkili olmaktadır. Kurumsal firmalar, küçük ve orta ölçekli kurumsallaşma yönünde hareket halinde olan firmaların gereksinim duyduğu fonlara sahiptirler. KOBİ'lerde kurumsallaşma arzusunun başında bu fonlara ulaşabilmek gelmektedir. Kurumsallaşmayla firmalar çevreye daha uyumlu hale gelmekte ve bu ise onların performansını arttırmaktadır (Scott, 1987: 493).

Meyer ve Rowan (1977) tarafından ayrımı yapılan firmaların teknik ve kurumsal çevreleri firmaların işleyişi açısından farklı etkilere sahip olmaktadır. Ürün, hizmet ve karlılık teknik çevreye ilişkin fiziksel çıktılardır. Kurumsal çevre ise işletmeyi meşru yapan ideolojiler ve süreçlerden oluşmaktadır. Firmanın teknik ve kurumsal çevreye ilişkin olarak giriştiği bütün eylemler, firma için bir

değer sağlayıcıdır. Başka bir ifadeyle, firmaların yapmış olduğu tüm eylemler, onun işlevselliğini arttırmaktadır. Özellikle kurumsal çevre tarafından oluşturulan kurallar, makro açıdan tüm toplum düşünülerek geliştirildiği için firmalardaki teknik çevrenin işlevselliğini azaltabilmektedir. Fabrikalarda kurulması gereken atık arıtma sistemleri, buna örnek olarak verilebilir. Bu sebeple kurumsallaşma, işlevselliği önemli ölçüde azaltabilmektedir. Fakat uzun vadede özellikle pazarda ayakta kalabilmek açısından kurumsallaşma kaçınılmaz bir olgudur (Walker ve Ruekert, 1987: 19).

Kurumsallaşma sürecinde firmaya dâhil olan profesyonellere karar ve hareket serbestisinin sağlanması, onların belirsizliklerle ve daha önceden görülmemiş problemlerle baş etmede eğitilmiş olmalarından ötürü önemlidir. Çünkü firmaya dâhil olan profesyonellere otonomi verilmesi performansı arttıracaktır (Wallace, 1995: 235). Profesyoneller, belli konularda uzman kişilerden oluşmaktadır ve bu kişiler, firmaya yenilik katacakları gibi kurumsallaşma sürecine uyum sağlamalarını da kolaylaştıracaktır (Ruekert vd., 1985: 16).

Kurumsallaşmayla beraber, firmaların faaliyetleri ve neticesinde performansları doğrudan etkilenmektedir. Firmaların kurumsallaşmasıyla birlikte çevreye olan uyumları artmakta ve bu da firma performansını arttırmaktadır (Yıldız, 2010).

Boselie vd. (2003) tarafından yapılan bir çalışmada Holland ölçeğinde kurumsallaşma, firma performansı ve insan kaynakları etkileşimleri incelenmiştir. Araştırma neticesinde kurumsallaşma derecesi yüksek olan hastaneler ve yerel otoriteler gibi organizasyonların insan kaynakları sistemlerinin çalışanın devamsızlık süresindeki etkisinin kurumsallaşma derecesi az olan örgütlere nazaran daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan bu araştırmaya göre, kurumsallaşma derecesi düşük olan organizasyonların, yüksek olanlara göre insan kaynakları yönetimi hususunda isteklerinin daha fazla olduğu saptanmıştır.

Alpay vd. (2008) tarafından kurumsallaşmanın performansla ilişkisi bağlamında ülkemizde faaliyet gösteren bazı aile işletmeleri ele alınarak bir araştırma yapılmıştır. Araştırma neticesinde, kurumsallaşmanın boyutlarından olan tarafsızlık, şeffaflık ve doğruluk boyutlarının niteliksel firma performansı üzerinde pozitif etkisinin mevcut olduğu; ancak formalleşmeyle beraber profesyonellik boyutlarının niteliksel firma performansı ile bir ilişkisinin söz konusu olmadığı görülmüştür. Diğer taraftan, tarafsızlık, doğruluk, formalleşme ve profesyonellik boyutlarının niceliksel performans üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür; buna karşın şeffaflık boyutunun ise firma performansı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Yıldız (2010) tarafından Konya ilinde perakendecilik sektöründe yapılan araştırma sonucunda, kurumsallaşmanın alt boyutu olan nesnellik ve firma performansının alt boyutu olan işlevsellik arasında olumlu yönde ve anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bunun yanında çıktı performansı ile yenilik ve uyum sağlama performansı arasında yine pozitif ve anlamlı bir ilişkinin söz konusu olduğu görülmüştür. Şeffaflık ve işlevsellik, kurumsallaşmanın bir başka alt boyutunu oluşturmaktadır. Yapılan bu çalışma neticesinde bu iki alt boyut ile çıktı performansı ve yenilik-uyum sağlama performansı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Son olarak yenilik-uyum sağlama performansı ve çıktı performansı ile profesyonelleşme arasında aynı ilişkinin söz konusu olduğu gözler önüne serilmiştir.

Zelka (2014)'nın firmaların kurumsal yönetim anlayışını uygulama seviyeleri ile performansları arasındaki etkiyi belirlemek amacıyla Borsa İstanbul İmalat Sanayi Sektörü'nde faaliyet gösteren firmaların 7 yıllık verileri incelenerek yapılan çalışmanın sonucuna göre, en büyük hissedarın pay oranının firmalarının performansları üzerinde etkili olmadığı görülmüştür. Bunun yanı sıra en büyük 3 hissedarın pay oranının firma performansı üzerinde anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu görülmüştür. Buna karşın yönetim kurulu büyüklüğü daha fazla olan firmaların, aktif kârlılığında artış olduğu saptanmıştır. Özetle firmaların performansları ile kurumsal yönetim yapıları arasında ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.

Çoşkun (2016)'un gıda sektöründe faaliyet gösteren Türk aile şirketlerinde kurumsallaşma unsurları ve kıyaslama tekniklerinin firma performansı üzerinde ne tür bir etkiye sahip olduğunu belirlemek amacıyla un sanayi sektöründe faaliyet gösteren aile şirketleri çalışanları üzerinde gerçekleştirdiği çalışmanın sonuçlarına göre, aile şirketlerindeki kurumsallaşma ilkelerinin ve yeni nesil

kıyaslama tekniklerinin firma performansı üzerinde doğrudan ve pozitif yönde etkisi bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca kıyaslama tekniklerine son derece önem verildiği ve üst yönetim tarafından benimsenip uygulandığı görülmüştür.

Başkurt (2016)'un aile şirketlerinin kurumsallaşmasında insan kaynakları yönetimi ve firma performansına etkisinin ortaya konulması amacıyla Türkiye'nin çeşitli illerinde faaliyet gösteren aile şirketleri çalışanları üzerinde gerçekleştirdiği çalışmanın sonucuna göre, aile şirketlerinin kurumsallaşması ve insan kaynakları uygulamaları firma performansını pozitif yönde etkilemektedir.

Öğüt (2019)'ün kurumsallaşmanın firma performansı üzerindeki etkisini incelemek amacıyla Konya ilinde 4 ve 5 yıldızlı otellerin orta ve üst kademe yöneticileri üzerinde gerçekleştirdiği araştırma sonuçlarına göre, kurumsallaşmanın firma performansını pozitif ve anlamlı etkilediği, ayrıca kurumsallaşmanın alt boyutu olan profesyonelliğin firma performansını pozitif ve anlamlı etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Buna karşın kurumsallaşmanın alt boyutlarından tutarlılık ve şeffaflığın finansal performans üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Benzer şekilde tutarlılık boyutunun finansal olmayan performans üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı ve kurumsallaşma boyutlarından profesyonellik ve şeffaflığın finansal olmayan performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

4. ARAŞTIRMANIN METODU

Örneklem

Araştırmanın evrenini, Konya ilinde un sanayi sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde çalışan personel oluşturmaktadır. Örneklem seçiminde kolayda örnekleme yöntemi uygulanmıştır. Söz konusu işletmelerde çalışan toplam personel sayısı tespit edilememiştir. (Chi ve Qu, 2008: 627) geliştirdikleri formülde, evrendeki birim sayısının tespit edilememesi durumunda ulaşılması gereken örneklem hacminin en az 385 olduğunu ifade etmektedirler. Bu çalışmada, kullanılabilir 404 ankete ulaşılmıştır. Dolayısıyla örneklem hacminin yeterli olduğu ifade edilebilir.

Veri Toplama ve Analiz Teknikleri

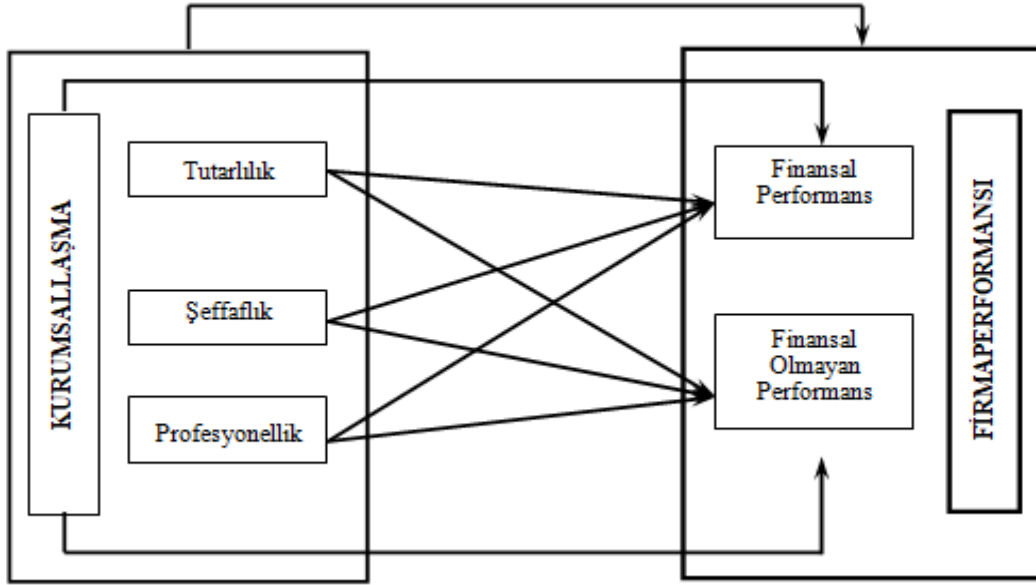
Verilerin analizinde SPSS 21.0 programı kullanılmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda tanımlayıcı istatistikler, korelasyon, basit ve çoklu regresyon analizlerinden yararlanılmıştır.

Araştırmada veri toplama tekniği olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket üç bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde, kurumsallaşma düzeyi Alpay vd., (2008) tarafından geliştirilen ölçek kullanılarak ölçülmüştür. Bu ölçek; tutarlılık (6 madde), şeffaflık (5 madde) ve profesyonellik (7 madde) olmak üzere 3 boyut, toplam 18 maddeden oluşmaktadır. 5'li Likert tipi (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum) ölçek kullanılmıştır. İkinci bölümde ise firma performansını ölçmek için Avcı, Madanoğlu ve Okumuş (2011) tarafından geliştirilen ölçek yer almaktadır. Bu ölçek; finansal performans (4 madde) ve finansal olmayan performans (5 madde) olmak üzere 2 boyut ve toplam 9 maddeden oluşmaktadır. 5'li Likert tipi ölçek kullanılmıştır (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum). Üçüncü bölümünde ise; çalışanların cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim düzeyi ve iş deneyimi gibi demografik sorulara yer verilmiştir.

Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın amacı doğrultusunda ve literatürdeki araştırma sonuçlarından hareketle aşağıdaki model ve hipotezler geliştirilmiştir.

1.2. Araştırma modeli



Hipotez 1: Kurumsallaşma, finansal performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahiptir.

Hipotez 1a: Kurumsallaşmanın tutarlılık boyutu finansal performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahiptir.

Hipotez 1b: Kurumsallaşmanın şeffaflık boyutu finansal performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahiptir.

Hipotez 1c: Kurumsallaşmanın profesyonellik boyutu finansal performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahiptir.

Hipotez 2: Kurumsallaşma finansal olmayan performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahiptir.

Hipotez 2a: Kurumsallaşmanın tutarlılık boyutu finansal olmayan performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahiptir.

Hipotez 2b: Kurumsallaşmanın şeffaflık boyutu finansal olmayan performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahiptir.

Hipotez 2c: Kurumsallaşmanın profesyonellik boyutu finansal olmayan performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahiptir.

Hipotez 3: Kurumsallaşma firma performansı üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı etkiye sahiptir.

5. ARAŞTIRMA BULGULARI

Örneklemin Özellikleri

Demografik özelliklere ilişkin bulgular incelendiğinde; ankete cevap verenlerin %81,9'unun erkek, %18,1'inin kadın olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların %56,9'u evli, %43,1'i bekârdır. Çalışanların yaş aralığı dağılımı açısından incelendiğinde ise; %4,0'ü 18-22 yaş arası, %17,6'sının 23-27 yaş arası, %22,6'sının 28-32 yaş arası, %33,7'sinin 33-37 yaş arası ve %22,1'inin 38 ve daha fazla yaş aralığında olduğu görülmektedir. Ankete katılanların %35,9'unun lise, %21,7'sinin ön lisans, %36,7'sinin lisans ve %5,7'sinin lisansüstü eğitim düzeyine sahip olduğu tespit edilmiştir. İş deneyimi

açısından bakıldığında ise, %5,7'sinin 1 yıldan az, %35,2'sinin 1-5 yıl arası, %24,8'inin 6-10 yıl arası ve %34,2'sinin ise 11 yıl ve üzeri iş deneyimine sahip olduğu görülmektedir.

Araştırma Sonuçları

Kurumsallaşmanın finansal performans üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik yapılan basit regresyon analizi sonucu aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 1. Kurumsallaşmanın Finansal Performans Üzerindeki Etkisine Yönelik Basit Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken	Stn. Edilmemiş Beta	Stn.Hata	Stn. Edilmiş Beta	Sig.	R ²	Düz. R ²	Durbin-Watson	Tolerans	VIF
F ₍₁₋₄₀₂₎ = 163,467				.000**	,289	,287	1,853		
Sabit	1,605	,152							
Kurumsallaşma	,541	,042	,538	.000**				1	1

** p<0,01

Bağımlı Değişken: Finansal Performans

Kurumsallaşma bağımsız değişken ve finansal performans ise bağımlı değişken olarak modele girildiğinde, modelin bir bütün olarak 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir (F(1-402)= 163,467; Sig.=0.000 < 0.01). Analiz sonuçlarına göre; kurumsallaşma finansal performanstaki değişimin % 28,9'unun (R²= ,289) açıkladığı tespit edilmiştir. Bulgulara göre, kurumsallaşmanın (β = 0,538; Sig.< 0.01) finansal performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu ortaya konulmuştur. Bu sonuca göre Hipotez 1 desteklenmiştir.

Kurumsallaşmanın alt boyutları olan tutarlılık, şeffaflık ve profesyonelliğin finansal performans üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla yapılan çoklu regresyon analizi sonuçları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 2. Kurumsallaşmanın Alt Boyutlarının Finansal Performans Üzerindeki Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Stn. Edilmemiş Beta	Stn.Hata	Stn. Edilmiş Beta	Sig.	R ²	Düz. R ²	Durbin-Watson	Tolerans	VIF
F ₍₃₋₄₀₀₎ = 57,267				.000**	,300	,295	1,870		
Sabit	1,591	,153							
1. Tutarlılık	,257	,067	,288	.000**				,355	2,821
2. Şeffaflık	-,045	,078	-,048	,566				,246	4,068
3. Profesyonellik	,314	,073	,342	.000**				,275	3,630

** p<0,01

Bağımlı Değişken: Finansal Performans

Yukarıdaki tablo incelendiğinde; tolerans değerleri 0.10'dan büyük, VIF (varyans etkileme faktörü) değerleri ise 10'dan küçüktür. Bu sonuçlara göre modelde çoklu bağımlı problemi olmadığı ifade edilebilir.

Kurumsallaşmanın alt boyutları (tutarlılık, şeffaflık ve profesyonellik) bağımsız değişken ve finansal performans ise bağımlı değişken olarak modele girildiğinde; modelin bir bütün olarak 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlı olduğu ifade edilebilir (F(3-400)= 57,267; Sig.=0.000 < 0.01). Analiz

sonuçlarına göre; kurumsallaşmanın alt boyutlarının finansal performanstaki değişimin % 30,0'unun ($R^2 = ,300$) açıkladığı tespit edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, kurumsallaşmanın boyutlarından tutarlılık ($\beta = 0,288$; $\text{Sig.} < 0,01$) ve profesyonellik ($\beta = 0,342$; $\text{Sig.} < 0,01$) finansal performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre H1a ve H1c desteklenmiştir. Ancak, şeffaflık ($\beta = -0,048$; $\text{Sig.} = 0,566 > 0,05$) boyutunun finansal performans üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı ortaya konulmuştur. Bu bulguya göre H1b desteklenmemiştir.

Kurumsallaşmanın finansal olmayan performans üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik yapılan basit regresyon analizi sonucu aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 3. Kurumsallaşmanın Finansal Olmayan Performans Üzerindeki Etkisine Yönelik Basit Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken	Stn. Edilmemiş Beta	Stn.Hata	Stn. Edilmiş Beta	Sig.	R ²	Düz. R ²	Durbin-Watson	Tolerans	VIF
F ₍₁₋₄₀₂₎ = 515,562				.000**	,562	,561	1,966		
Sabit	,683	,134							
Kurumsallaşma	,846	,037	,750	.000**				1	1

** p<0,01

Bağımlı Değişken: **Finansal Olmayan Performans**

Kurumsallaşma bağımsız değişken ve finansal olmayan performans ise bağımlı değişken olarak modele girildiğinde, modelin bir bütün olarak 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir ($F(1-402) = 515,562$; $\text{Sig.} = 0,000 < 0,01$). Analiz sonuçlarına göre; kurumsallaşma finansal olmayan performanstaki değişimin %56,2'sinin ($R^2 = ,562$) açıkladığı tespit edilmiştir. Bulgulara göre, kurumsallaşmanın ($\beta = 0,750$; $\text{Sig.} < 0,01$) finansal olmayan performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca göre Hipotez 2 desteklenmiştir.

Kurumsallaşmanın alt boyutları olan tutarlılık, şeffaflık ve profesyonelliğin finansal olmayan performans üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla yapılan çoklu regresyon analizi sonuçları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 4. Kurumsallaşmanın Alt Boyutlarının Finansal Olmayan Performans Üzerindeki Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Stn. Edilmemiş Beta	Stn.Hata	Stn. Edilmiş Beta	Sig.	R ²	Düz. R ²	Durbin-Watson	Tolerans	VIF
F ₍₃₋₄₀₀₎ = 174,959				.000**	,568	,564	1,938		
Sabit	,730	,135							
1. Tutarlılık	,156	,059	,146	.009**				,355	2,821
2. Şeffaflık	,257	,069	,247	.000**				,246	4,068
3. Profesyonellik	,423	,064	,411	.000**				,275	3,630

** p<0,01

Bağımlı Değişken: **Finansal Olmayan Performans**

Kurumsallaşmanın alt boyutları (tutarlılık, şeffaflık ve profesyonellik) bağımsız değişken ve finansal olmayan performans ise bağımlı değişken olarak modele girildiğinde; modelin bir bütün olarak 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlı olduğu ifade edilebilir ($F(3-400) = 174,959$; $\text{Sig.} = 0,000 < 0,01$).

Analiz sonuçlarına göre; kurumsallaşmanın alt boyutlarının finansal olmayan performanstaki değişimin % 56,8'inin ($R^2 = ,568$) açıkladığı tespit edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, kurumsallaşmanın boyutlarından tutarlılık ($\beta = 0,146$; Sig.< 0.01), şeffaflık ($\beta = 0,247$; Sig.< 0.01) ve profesyonellik ($\beta = 0,411$; Sig.< 0.01) finansal olmayan performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre H2a, H2b ve H1c desteklenmiştir.

Kurumsallaşmanın finansal performans üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik yapılan basit regresyon analizi sonucu aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 5. Kurumsallaşmanın Firma Performansı Üzerindeki Etkisine Yönelik Basit Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken	Stn. Edilmemiş Beta	Stn.Hata	Stn. Edilmiş Beta	Sig.	R ²	Düz. R ²	Durbin-Watson	Tolerans	VIF
F ₍₁₋₄₀₂₎ = 446,231				.000**	,526	,525	1,946		
Sabit	1,095	,121							
Kurumsallaşma	,710	,034	,725	.000**				1	1

** p<0,01

Bağımlı Değişken: **Firma Performans**

Kurumsallaşma bağımsız değişken ve firma performansı ise bağımlı değişken olarak modele girildiğinde, modelin bir bütün olarak 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir ($F(1-402) = 446,231$; Sig.=0.000 < 0.01). Analiz sonuçlarına göre; kurumsallaşma firma performansındaki değişimin % 52,6'sının ($R^2 = ,526$) açıkladığı tespit edilmiştir. Bulgulara göre, kurumsallaşmanın ($\beta = 0,725$; Sig.< 0.01) firma performansı üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu ortaya konulmuştur. Bu sonuca göre Hipotez 3 desteklenmiştir.

SONUÇ

Kurumsallaşma süreci, toplumsal yaşamın önemli bir alanında bulunan belirli sorunların çözümüne yönelik, toplumsal olarak belirlenmiş, farklılaştırılmış davranış dizgesinin örgütlenmesidir. Sosyal davranış ve örgütlenmenin ana birimlerini düzenlemek için normların oluşturulmasını ve tanımlanmasını, bu birimler arasında kaynak akışının düzenlendiği ölçütleri ve bu normların korunmasını sağlamak için yaptırımları ifade eden davranış dizgelerinin örgütlenmesi, onu oluşturan birimlerin, dışsal çevre ile ilişkilerinin ve kendine özgü özelliklerini tanımlayan normların korunmasını içermektedir (Eisenstadt, 1964: 235-236). Bu çerçevede kurumsallaşma, yeni normların, değerlerin ve yapıların var olan norm, değer ve yapı kalıpları çerçevesinde birleştirildiği ve sosyal ilişkilere istikrar ve öngörülebilirlik kazandıran önemi yadsınamaz bir süreç olduğu görülmektedir (Kimberly, 1979: 447).

Kurumsallaşma, sosyal süreçlerin, yükümlülüklerin veya gerçeklerin sosyal düşünce ve eylemde kural benzeri bir statü kazandığı süreci içermektedir (Cooper vd., 2008: 677). Buna ek olarak kurumsal teori, kurumsallaşmaya bir süreçten ziyade bir sonuç olarak odaklanmıştır. Kurumsallaşma, bir sonuç olarak, örgütsel uygulamaları ve özellikleri çıkarların ve politikaların erişiminin ötesinde konumlandırır. Kabul edilebilir uygulamaların beklentileri belirli bir ortamda mevcuttur ve kuruluşlar meşruiyeti korumak ve hayatta kalma umutlarını artırmak için pasif olarak bunlara uymalıdır. Bir kurumsallaşma projesinin başarısı ve ortaya çıkan kurumun aldığı biçim, "onu destekleyen, karşı çıkan veya başka bir şekilde etkilemeye çalışan aktörlerin göreceli gücüne" bağlıdır. Kurumsallaşmanın önemli bir unsuru, aktörlerin amaçlarına ulaşmak için gösterdikleri siyasi çabaların süregelen bir ürünü olmasıdır (Dillard vd., 2004: 510). Kurumsallaşmada en önemli kazanım, her bir işletmenin diğerinin eylemlerini tahmin edebilmesine olanak sağlamasıdır. Böylece kurumsallaşma evrensel ve politik olarak tarafsız olarak temsil edilmektedir (Cooper vd., 2008: 678).

Firmaların başarılı veya başarısız olmasının nedeni merkezi stratejilerdeki soruna işaret etmektedir. Firma başarısının veya başarısızlığının nedenleri, firmaların neden farklılaştığı, nasıl davrandıkları, stratejileri nasıl seçtikleri ve nasıl yönetildikleri gibi sorulara önemli bir şekilde bağlıdır. Başarılı bir firma, rekabetçi konumunun meyvelerinin bir kısmını sosyal hedeflere ulaşmak amacıyla kullanmaktadır. Firma başarısının, üstün ve sürdürülebilir finansal performansa yol açan rekabetçi bir pozisyona veya bir dizi rekabetçi pozisyona ulaşmada kendini gösterdiği kabul edilmiştir (Porter, 1991: 95-96). Bu noktadan hareketle firma stratejisi, firma stratejisi gereği rekabet avantajının elde edilebilmesi amacıyla gerekli olan yolların seçim, uygulama ve değerlendirme aşamalarının tümünü içerirken, firma performansı ise bu aşamalar sonucunda elde edilen verilerle hedefe ne kadar yaklaşıldığının ve başarının ne düzeyde olduğunun ifade edilmesidir (Bulut vd.,2013; 211). İşletme performansları değişen rekabet ortamında detaylı bir şekilde ve farklı yönlerle ele alınmalıdır. Bu noktada işletmelerin performanslarının ölçülmesinde finansal performans ölçümlerinin yanı sıra finansal olmayan performans ölçümlerine de yer verilmelidir. Günümüz işletmeleri performans ölçümlerinde hem finansal performans ölçümlerini hem de finansal olmayan performans ölçütlerini kullanmaktadırlar. Performans ölçümleri işletmenin yapısına uygun ve koşullara göre değişebilir olmalıdır (Akman, Özkan ve Eriş, 2008: 94).

Finansal performans ölçütleri, bir işletmenin belirlediği hedeflerinin uygulanışının işletmenin büyümesine katkısının olup olmadığını göstermektedir. Finansal tablolar (bilanço, gelir tablosu gibi), finansal oranlar (likidite, finansal yapı, faaliyet gibi), finansal analiz teknikleri (karşılaştırmalı, eğilim gibi) ve maliyet tutarları (işçilik, hammadde gibi) finansal performans ölçütlerine örnek olarak gösterilebilir. Finansal performans ölçütleri işletmelerde en yaygın kullanılan performans ölçütleridir. İşletmelerde performansa dair ölçüm sistemlerinin geliştirilmesi ve uygulanması konusunda işletmeye katkı sağlayan ölçütlerdir. Finansal performans ölçütlerinin işletmenin uzun vadeli hedeflerini temsil etmesinden ve bu ölçütlerin işletme performansını bir bütün olarak ele alarak tarafsız bir şekilde değerlendirmesinden dolayı işletmelerde yaygın olarak kullanılmaktadır. Finansal performans ölçütleri değişen koşullar nedeniyle finansal olmayan ölçütler ile birlikte kullanılmaya başlanmıştır (Cavlak, 2021: 43).

Rekabet ortamının değişmesi ve yeni stratejilerin varlığı ile yeni ölçüm sistemi gerekliliği doğmuştur. Yöneticiler, eski ölçüm sistemine müşteri memnuniyetini, kaliteyi, pazar payını ve insan kaynaklarını ekleyerek sorunu gidermeye çalışmışlardır. Finansal olmayan ölçütler ile işletme yönetiminin performansını değerlendirmede daha yararlı ölçümler yapılabilmektedir (Eccles, 1991: 131). Finansal olmayan performans ölçütlerine çalışanlar ile ilgili ölçütler (hiyerarşi, eğitim, verim, döngü gibi), tedarikçiler ile ilgili ölçütler (temin, ödeme süresi, esneklik gibi), müşteriler ile ilgili ölçütler (bağlılık, iade, şikayet sayısı gibi), toplum ile ilgili ölçütler (sosyal, çevresel, hukuksal gibi) ve pazarlama, satış dağıtım ile ilgili ölçüt örnekleri verilebilir. Finansal olmayan ölçütlerin işletmeye, işletmenin kontrol mekanizmasının gelişmesine destek olması, çok uluslu işletmelerin stratejik olarak uyum sağlamasına yardımcı olması, yöneticilerin uzun vadeli hedeflerine yöneliminde yardımcı olması, yönetsel performansı tamamlayıcı, yatırımcıları destekleyici etkide olması ve finansal göstergelere olumlu etkilerinin olması gibi faydaları bulunmaktadır (Cavlak, 2021: 44).

Bu çalışmada, Konya ilinde un sanayi sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde çalışanlar örneğinde, kurumsallaşmanın firma performansı üzerindeki etkisi anket tekniği ile elde edilen verilerden hareketle analiz edilmiştir. Korelasyon analizi bulgularına göre; kurumsallaşma ile firma performansı arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Benzer şekilde yine kurumsallaşma ile finansal performans ve finansal olmayan performans arasında da pozitif yönlü ve anlamlı ilişki olduğu araştırma sonuçları arasında yer almaktadır. Kurumsallaşmanın alt boyutu olan tutarlılık ile finansal performans ve finansal olmayan performans arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu ortaya konulmuştur. Yine şeffaflık ile finansal performans ve finansal olmayan arasında; kurumsallaşmanın diğer bir alt boyutu olan profesyonellik ile finansal performans ve finansal olmayan performans arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki olduğu korelasyon analizi sonuçlarından anlaşılmaktadır. Bu sonuçlardan hareketle kurumsallaşma düzeyi arttıkça firma performansının da artacağı ifade edilebilir.

Regresyon analizi sonuçlarına göre; kurumsallaşmanın finansal performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu ortaya konulmuştur. Bulgulara göre; kurumsallaşmanın boyutlarından tutarlılık ve profesyonelliğin finansal performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Ancak, şeffaflık boyutunun finansal performans üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı ortaya konulmuştur.

Kurumsallaşmanın finansal olmayan performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu da regresyon analizi sonuçlarından anlaşılmaktadır. Benzer şekilde, kurumsallaşmanın boyutlarından tutarlılık, şeffaflık ve profesyonelliğin finansal olmayan performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Son olarak ise, kurumsallaşmanın firma performansı üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu ortaya konulmuştur. Bu araştırma sonuçları Alpay vd. (2008), Yıldız (2010), Zelka (2014), Coşkun (2016), Başkurt (2016) ve Ögüt (2019) araştırma sonuçları ile kısmen benzerlik göstermektedir.

Araştırma sonuçlarından hareketle, işletmelerin firma performansını artırabilmesi amacıyla;

- İş ve işlemlerin bireylere bağımlı olmadan kesintisiz ve aktif bir şekilde işleyişini sağlayacak kurumsal bir yapı oluşturmaları,
- Şirket anayasası oluşturmaları,
- Katılımcı yönetim anlayışını benimsemeleri,
- Eleştirel anlayışa fırsat tanıyan kurum kültürünün oluşturulması ve geribildirimlerin dikkate alınması,
- Uygulamalarda şeffaf, adil, hesap verilebilir, tutarlı ve profesyonelliğin hâkim olduğu bir anlayışla hareket etmeleri önerilebilir.

Kurumsallaşma ve firma performansı değişkenlerinin anketi cevaplayanların algılamalarına dayalı olarak ölçülmüş olması, ayrıca araştırmanın Konya ilinde un sanayi sektöründe faaliyet gösteren işletmelerdeki çalışanlar üzerinde yapılmış olması, bu araştırmanın temel sınırlılıkları olarak ifade edilebilir. Bu bağlamda, yapılacak değerlendirmelerde bu kısıtların dikkate alınması göz önünde bulundurulmalıdır. Genelleme yapabilmek için benzer araştırmaların farklı sektörlerde, kültürlerde ve ülkelerde yapılmasına gereksinim duyulduğu vurgulanmalıdır. Gelecekteki araştırmalarda, kurumsallaşma ve firma performansı değişkenlerinin farklı değişkenler üzerindeki etkileri ele alınıp irdelenmelidir.

KAYNAKÇA

- Akman, G., Coşkun, Ö. ve Eriş, H., (2008). "Strateji Odaklılık ve Firma Stratejilerinin Firma Performansına Etkisinin Analizi", *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 7(13), 93-116.
- Alpay, G., Bodur, M., Yılmaz, C., Çetinkaya, S. ve Arıkan, L., (2008). Performance Implications of Institution Alization Process In Family-Owned Businesses: Evidence From An Emerging Economy, *Journal of World Business*, 43(4) , 435-448.
- Altuntaş, G. ve Dönmez, D., (2010). Girişimcilik Yönelimi ve Örgütsel Performans İlişkisi: Çanakkale Bölgesinde Faaliyet Gösteren Otel İşletmelerinde Bir Araştırma, *İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi Dergisi*, 39 (1), 50-74.
- Amaratunga, D, Baldry, D. ve Sashar, M., (2000). Assesment of Facilities Management Performance-What Next?, *Facilities*, 18(6), 66-75.
- Apaydın, F., ve Coşkun, A., (2008). Organizational Institutionalization and Corporate Performance Results: a Study on Small and Medium Size Enterprises in Turkey. In First International

- Conference on Management and Economics: Current Issues in Emerging Economies in Global Perspective, Tirana, 160-173.
- Avcı, U., Madanoğlu, M., ve Okumuş, F., (2011). Strategic Orientation and Performance of Tourism Firms: Evidence From a Developing Country, *Tourism Management*, 32, 147-157.
- Başkurt, G., (2016). Aile Şirketlerinin Kurumsallaşmasında Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi ve Firma Performansına Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Boselie, P., Paauwe, J. and Richardson, R., (2003). Human Resource Management, Institutionalization and Organizational Performance: a Comparison of Hospitals, Hotel Sandlocal Government, *International Journal of Human Resource Management*, 8(14): 1407–29.
- Bulut, Ç., Pınar, İ., Halaç, S.D. ve Öztürk, A.D., (2013). Girişimsel Pazarlamanın Firma Performansına Etkisi, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(2), 209-232.
- Büte, M., (2010). İşletmelerin Kurumsallaşma Sürecinde Yaşadığı Sorunlar, *Akademik Bakış Dergisi*, 22, 1-24.
- Cavlak, H., (2021). “İşletmelerde Kurumsal Performans Ölçütlerinin Seçimi, Nitelikleri, Tasarımı: Finansal-Finansal Olmayan ve Tek-Çok Boyutlu Performans Ölçütleri Sınıflandırması”, *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(1), 39-50.
- Chi, C.G-Q. ve Qu, H., (2008). Examining The Structural Relationships of Destination Image, Tourist Satisfaction and Destination Loyalty: an Integrated Approach, *Tourism Management* 29, 624–636.
- Cooper, D.J., Ezzamel, M. ve Willmott, H., (2008). Examining “Institutionalization: A Critical Theoretic Perspective, *The Sage Handbook of Organizational Institutionalism*, 673, 701.
- Çalık, M., Altunışık, R. ve Sütütemiz N., (2013). Bütünleşik Pazarlama İletişimi, Marka Performansı ve Pazar Performansı İlişkisinin İncelenmesi, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9(19), 137-162.
- Çavuşgil, T. Ve Zou, S., (1994). Marketing Strategy-Performance Relationship: an Investigation of the Empirical Link in Export Market Ventures, *Journal of Marketing*, 58(1), 1-21.
- Çoşkun, Z., (2016). Gıda Sektöründe Hizmet Veren Türk Aile Şirketlerinde Kurumsallaşma Unsurlarının ve Kıyaslama Tekniklerinin Firma Performansı Üzerindeki Etkileri, Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Dillard, J.F., Rigsby, J.T. ve Goodman, C., (2004). “The Making And Remaking of Organization Context: Duality and The Institutionalization Process”, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 17(4): 506- 542.
- Eccles, R.G., (1991). The Performance Measurement Manifesto, *Harvard Business Review*, 69(1), 131-137.
- Eisenstadt, S.N., (1964). Institutionalization and Change, *American Sociological Review*, 29(2), 235-247.
- Eriş Sarıca M., (2019) Aile Şirketlerinde Kurumsal Yönetimin Oluşturulmasında Kurumsallaşmanın Önemi ve İç Denetimin Rolü, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Ertaş, A., (1996). Hastanelerin Kurumsallaşma Düzeyine Yönelik Bir Araştırma, Yüksek Lisans tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Fındıkçı, İ., (2014). Aile Şirketlerinde Yönetim ve Kurumsallaşma, 5.Baskı, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Karpuzoğlu, E., (2001). Büyüyen ve Gelişen Aile Şirketlerinde Kurumsallaşma, 1. Baskı, İstanbul: Hayat Yayınları.

- Kimberly, J.R., (1979). "Issues In The Creation of Organizations: Initiation, Innovation, and Institutionalization", *Academy of Management Journal*, 22(3), 437-457.
- Lee, W., (1988). *The Collected Works of Witness*. New York: Living Stream Ministry.
- March, G. J., (1996). Continuity and Change in Theories of Organizational Action, *Administrative Science Quarterly*, 41 (2), 278-287.
- McWilliams, A. ve Siegel, D., (2001). Corporate Social Responsibility: A Theory of The Firm Perspective, *Academy of Management Review*, 26(1), 117-127.
- Meyer, J. W. ve Rowan, B., (1977). Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony, *American Journal of Sociology*, 83(2), 340-363.
- Öğüt, E., (2019). Yeni Türk Ticaret Kanunu Işığında Kurumsallaşmanın Firma Performansı Üzerindeki Etkisi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(2), 565-578.
- Özcan, E. L., (2015). *Aile Şirketleri ve Kurumsallaşma*. Ankara: Ankara Ofset.
- Pelham, A. ve Wilson, D. (1996), A Longitudinal Study of the Impact of Market Structure, Firm Structure, Strategy, and Market Orientation Culture on Dimensions of Small-Firm Performance, *Journal of Academy of Marketing Science*, 24 (1), 27-43.
- Porter, M.E., (1991). "Towards a Dynamic Theory of Strategy", *Strategic Management Journal*, 12(S2), 95-117.
- Ruekert, R., Walker O. ve Roering, K., (1985), The Organization of Marketing Activities: A Contingency Theory of Structure and Performance, *Journal of Marketing*, 49 (1), 13-25.
- Scott, R., (1987), The Adolescence of Institutional Theory, *Administrative Science Quarterly*, 32 (4), 493-511.
- Scott, W. R., (1996). The Mandate is Still Being Honored: in Defense of Weber's Disciples, *Administrative Science Quarterly*, 41 (1)163-171.
- Selznick, P., (1996). Institutionalism "Old" and "New", *Administrative Science Quarterly*, 41(2),270-277.
- Walker, O. ve Ruekert, R., (1987). Marketing's Role in the Implementation of Business Strategies: A Critical Review and Conceptual Framework, *Journal of Marketing*, 51 (3), 15-33.
- Wallace, J., (1995). Organizational and Professional Commitment in Professional and Nonprofessional Organizations, *Administrative Science Quarterly*, 40(2), 228-255.
- Yıldız, E., (2010). *Kurumsallaşma Çabalarının Örgütsel Performansa Etkisi: Perakende Sektöründe Bir Uygulama*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Zelka, A., (2014). *Kurumsal Yönetimin Firma Performansı Üzerine Etkisi: Türkiye Uygulaması*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.

Extended Abstract

Due to the widespread use of rapidly changing technology and environmental conditions, businesses have tried to adapt to new conditions. From this point of view, it has become a necessity to increase performance by supporting external environmental conditions in order for businesses to grow and maintain their existence by making a profit. The studies carried out only to increase the performance with the requirements of the enterprise are not sufficient to extend the life of the enterprises. For this reason, businesses have experienced changes in the need to respond quickly and appropriately to the constantly developing market, taking into account their competencies. As a result of these changes, businesses have started to give importance to performance to gain a competitive advantage and increase their profit shares. Performance is a concept that expresses the extent to which the targets set by the business are approached. In addition, it is seen that the employees who undertake the determined goals, how much of these goals have been achieved, and all the actions they have taken while achieving these goals constitute performance behavior. When the concept of performance is viewed by the firm, it means the way the work is done or the quality (Amaratunga et al., 2000). If the firm's performance is increased, the enterprise will be able to adapt more quickly to the developments in environmental conditions and to give the appropriate answers easily. This means that the company's profit rates will increase and it will be able to maintain its existence. Many factors are effective in increasing the performance of companies. In our study, we focused on the institutionalization variable, which is one of the factors to increase performance. The institutionalization process includes the organization of a socially prescribed system of differentiated behavior and actions aimed at solving certain problems. Due to the current conditions, businesses experience some changes. It is possible to prevent these changes from affecting companies negatively, with the phenomenon of institutionalization. With the correct management of changes, companies gain a competitive advantage by becoming advantageous. At this point, the process of institutionalization draws attention. Institutionalized companies can increase their performance indicators by using resources more efficiently.

The Concept of Institutionalization

The first person to use the concept and process of institutionalization in the literature is Philip Selznick, who developed the "Natural System Model" in 1949 by emphasizing the relationship with the environment. Selznick's model stated that "it is not the most important means for organizations, but their survival" (Scott, 1996: 64). Selznick defined the concept of institutionalization as "the process of the organization acquiring a different identity and transforming into a sensitive and flexible organism as a result of social needs and pressures" (Selznick, 1996: 271). Institutionalization, in the simplest terms, is the existence of established rules in all communication strategies (Fındıkçı, 2014: 102). Institutionalization is defined as the company's adopting a special identity by adhering to procedures and norms and making a difference with its unique features (Karpuzoğlu, 2001: 72). Institutionalization is the management of the company depending on the system created (Büte, 2010:7). It is possible to come across some different classifications regarding the dimensions of institutionalization in the literature. In this study, the dimensions specified in the scale developed by Alpay et al., (2008) were taken into account. These dimensions are; consistency, transparency, and professionalism, which are briefly described below.

One of the crucial dimensions of institutionalization is consistency. Consistency in strategy increases firm performance by reducing costs. For this reason, it increases performance by enabling the implementation of the institutionalization strategy (Pelham and Wilson, 1996, 29).

Transparency; Transparency is another corporate precautionary dimension and has a significant impact on firm performance. Transparent firms have better performance because they are more efficient at recording and disseminating information (McWilliams and Siegel, 2001: 119). Professionalism; Professionalism is defined as employing more professionals in management, developing an organizational climate in which professionals are supported, and being a member of a professional body (Apaydın and Coşkun, 2008: 163).

The Concept of Firm Performance

Company performance is the achievements that result from the implementation of the strategies it has created to gain an advantage over its competitors by using its resources effectively, taking into account the

environmental conditions that the business has to achieve the goals it wants to achieve in a certain time or the gains that the business has gained during the implementation process (Çalık et al. 2013: 143).

It is possible to come across different classifications regarding the dimensions of firm performance in the literature. In this study, the dimensions specified in the scale developed by Avcı, Madanoğlu, and Okumuş (2011) were taken into consideration. These dimensions are; financial performance and non-financial performance, which are briefly explained below.

Financial Performance; Firms obtain information about whether they can achieve their economic goals through financial performance. While the main purpose of most firms is considered to be profit, the indicators used to measure financial performance are defined as growth and profitability.

Non-Financial Performance; Non-financial performance plays an important role in evaluating firm performance. Financial performance generally includes variables such as income, return on assets and return on equity, while non-financial performance includes variables such as customer satisfaction, customer loyalty to the company, the value of the brand, maintaining the employment of existing talented employees, process innovations, acquiring and using information, and market share. (Altuntaş and Dönmez, 2010: 56-57).

The Relationship between Institutionalization and Firm Performance

Institutionalization has an important role in shaping firm structures and these structures affect different dimensions of performance from different perspectives. The characteristics of companies shaped by institutionalization directly affect performance (Çavuşgil and Zou, 1994: 2). With institutionalization, the activities of the companies and their performance, as a result, are directly affected. With the institutionalization of companies, their adaptation to the environment increases and this increases the performance of the company (Yıldız, 2010).

Conclusion

In this study, the effect of institutionalization on firm performance in the sample of employees operating in the flour industry sector in Konya was analyzed based on the data obtained by the survey technique. According to the correlation analysis findings; it has been determined that there is a positive and significant relationship between institutionalization and firm performance. Similarly, it is among the results of the research that there is a positive and significant relationship between institutionalization and financial performance and non-financial performance. It has been revealed that there is a positive and significant relationship between consistency, a sub-dimension of institutionalization, and financial and non-financial performance. Again, between transparency and financial performance and non-financial; It is understood from the results of the correlation analysis that there is a positive and significant relationship between professionalism, another sub-dimension of institutionalization, and financial performance and non-financial performance. Based on these results, it can be stated that as the level of institutionalization increases, the performance of the firm will also increase.

According to the results of the regression analysis; It has been revealed that institutionalization has a positive and significant effect on financial performance. According to the findings; It has been determined that consistency and professionalism, which are dimensions of institutionalization, have a positive and significant effect on financial performance. However, it has been revealed that the transparency dimension does not have a significant effect on financial performance.

It is understood from the results of the regression analysis that institutionalization has a positive and significant effect on non-financial performance. Similarly, consistency, transparency, and professionalism, which are dimensions of institutionalization, have been found to have a positive and significant effect on non-financial performance. Finally, it has been revealed that institutionalization has a positive and significant effect on firm performance. The findings of this research show some similarities with Alpay et al. (2008), Yıldız (2010), Zelka (2014), Çoşkun (2016), Başkurt (2016), and Öğüt (2019).