

**T.C  
BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER FAKÜLTESİ  
İŞLETME ANABİLİM DALI  
YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**ÖRGÜT ADLARININ EŞBİÇİMLİLİĞİ:  
ANKARA'DA Kİ ECZANE ADLARI ÜZERİNE KURUMSAL BİR  
İNCELEME**

**HAZIRLAYAN  
RABİA ARZU KALEMCİ**

**DANIŞMAN  
DOÇ. DR. ŞÜKRÜ ÖZEN**

**ANKARA-2004**

**Ağabeyim Abbas Cemil Kalemci'ye**  
**Sevgilerimle...**

## TEŐEKKÜR

Araştırmanın konusu ve içeriği dâhil olmak üzere, başından sonuna kadar bana destek veren tez danışmanım Sayın Doç. Dr. Şükrü Özen'e sonsuz teőekkürlerimi sunarım.

Ayrıca araştırma sürecinde bana gösterdikleri anlayış ve manevi desteklerinden dolayı, aileme, sevgili ablam İpek Kalemci'ye, arkadaşlarım Elif Ülgen ve Beyza Kaymakoğlu'na teőekkür ederim.

## ÖZET

Değişimlerin sürekli olduğu ve giderek hız kazandığı günümüzde, örgütlerin varlıklarını devam ettirebilmeleri için değişen koşullara uyum sağlamaları kaçınılmaz olmuştur. Kurumsallaşma yaklaşımı, örgütlerin varlıklarını devam ettirmeleri ve başarılı olabilmeleri için çevre faktörünün önemini belirtmiştir. Kurumsal çevre toplum tarafından kabul görmüş, benimsenmiş normlar, kurallar, yapılar ve uygulamalardan oluşur.

Örgütler varlıklarını sürdürmek için meşru görünmek isterler. Bu nedenle, örgüt yapılarını, sosyal sistemlerle yapılandırılan normlar, değerler, inançlar ve açıklamalar doğrultusunda, arzu edilen, uygun, kabul edilir duruma getirmeye çalışırlar. Örgütler, sadece verimli olmakla kalmayıp, kurumsal çevrenin dayattığı kurallara ve normlara uyum sağlarlar. Sosyal çevre beklentilerine uyum gösteren örgütler, meşruiyetlerini ve varlıklarını sürdürme şanslarını artırırılar.

Aynı örgütsel alanda bulunan örgütler aynı ortak değerlere sahip olan çevre beklentilerine göre yapı oluşturduğundan, yapı ve işleyişleri açısından birbirlerine benzerler. Bu benzeşme kavramı kurumsal eşbiçimlilik olarak adlandırılır. Kurumsal eşbiçimlilik örgütler arası yükselen benzerliğin meydana geliş biçimini ve benzerliği etkileyen güçleri açıklar.

Dışsal faktörlere uyum gösteren örgütler, meşruiyet kazanırlar ve çevre desteğiyle birlikte varlıklarını sürdürürler. Meşruiyet kazanan örgütler ise, sosyal çevrenin beklentilerine uyumlu bir kimlik kazanmaya çalışırlar.

Örgütlerin kendilerine bir kimlik edinmelerindeki amaç, bir yandan bulunduğu çevre tarafından kabul görme, diğer yandan, diğer örgütlerden kendisini farklılaştırma, tanınırlığını ve bütünlüğünü sağlamaktır. Belli logolar, renkler, örgüt adı, davranış tarzları ve iletişim yöntemleri ile kendilerine has, kendilerini diğerlerinden ayırt eden bir takım farklılıklar ortaya koyarak, hem kendi içlerinde bir

bütünleşme duygusu oluştururlar hem de çevre tarafından benimsenen bir imaja sahip olurlar.

Bu araştırmada, örgütsel kimliğin simgesel bir unsuru olan örgüt adları ele alınmıştır. Örgüt adları, örgütlere kurumsal alanda yer edinmesi ve anlam kazandırmasının yanında, kalite, fiyat ve hizmet gibi unsurları içine alarak rekabet ortamında ayırt edici özellikler elde etmelerini sağlar. Böylece örgütler isimleri ile, kendileri için kültürel açıdan çok önemli olan imajlarını simgeselleştirir ve anlam kazandırır.

Kurumsal kuram meşruiyet tanımı yaparken, bireylerin örgütü kavrayışının önemini belirtmiştir. Diğer taraftan, eşbiçimlilik gösterme ve devamında meşruiyet kazanmanın detayında, örgütsel kimliğin bir unsuru olan örgüt adları da kendi içerisinde meşruiyet kazanma adına eşbiçimlilik gösterirler. Burada bahsedilen olgu simgesel eşbiçimliliktir. Simgesel eşbiçimlilik, aynı kurumsal alanda, örgütlerin benzer simgesel niteliğe sahip olmaları ve sonrasında homojenlik göstermeleridir.

Bu çalışma, örgüt kimliğinin simgesel bir unsuru olan örgüt adlarının, kurumsallaşma ve meşru olma adına eşbiçimlilik gösterdiği tezini savunmaktadır. Bu temel tez sınanmak üzere, niceliksel araştırma yapılmıştır. Bunun için Ankara'da bulunan 1342 eczane adları kullanılmış ve eczane adlarının tür (kaynak) olarak bazı kalıplar içerdiği (yerleşim yeri, ad-soyadı, sağlık ve soy gibi) gözlenmiştir.

Kurumsal teorinin temel tezlerinden biri örgütlerin kurumsal çevreye uyum göstermeleri ve paydaşların gözünde kendilerini meşrulaştırma, onlar tarafından kabul görme güdüsünün olduğudur. Belirtilen sosyal çevre beklentileri ile örgütler meşru olmak adına eşbiçimlilik gösterirler. Çalışmanın sonucunda ortaya çıkan bulgular bu görüşü desteklemiştir. Yapılan çalışmanın sonucunda elde edilen sonuçlar, kurumsal teorinin temel tezini destekler niteliktedir. Buna göre, Ankara'da belli yerleşim yerlerinde, eczane adlarına ilişkin simgesel eşbiçimlilik gözlenmiştir.

## SUMMARY

Within the continuously changing environment, organizations are adopting various environmental changes in order to survive their existence. By the way, institutional perspective describes how organizations survive and succeed through congruence between organizations and the expectations from its environment. According to institutional theory, organizations have to adopt structures and processes to please outsiders. Followingly, institutional environment is composed of norms and values from stakeholders and reflects what the greater society views as correct ways of organizing and behaving.

Organizations have a strong need to appear legitimate. In doing so, organizations behave toward environment acceptance rather than toward internal technical efficiency. An organization that conforms to societal rules obtains legitimacy and increases its chance for survival. Thus, being efficient is not the only way that organizations can survive.

Organizations which appear in similar environments are said to experience comparable demand over what is generally regarded as being acceptable behaviour and consequently, will have similar structures and processes. With interorganizational relationships, organizations become more similar to each other. In institutional approach, this similarity is called 'institutional isomorphism'. Institutional isomorphism is the emergence of a common structure and approach among organizations in the same field.

The need for legitimacy means that the organizations will adopt structures and activities that are perceived as valid, proper by external stakeholders. Legitimate organizations increase their chance for survival. Organizations which target to achieve legitimacy, try to get identity that is supported by the environment.

The reason behind getting organizational identity is environmental acceptance and getting distinguished place within the whole organizations. For getting identity,

they use some symbolic elements such as specific logos, color, organizational names, communication types and behaviour styles.

In this research, we focus on organizational name, which is one of the element of organizational identity. Organizational names locate an organization in institutional space, as a member of an organizational field and cue its distinctiveness for quality, service or products. Names identify organizations and voicing their claim on specific region of institutional space.

Isomorphism with symbols authorized by the institutional environment secures legitimacy and comprehensibility for the organization. By choosing names that are symbolically isomorphic, organizations locate themselves within institutional context which lend them comprehensibility and legitimacy. The term 'symbolic isomorphism' is used for this process.

Following institutional approach, we developed an argument. Our argument says that organizations choose symbolically isomorphic names to become legitimate. To justify our argument, we made a quantitative research, We took 1342 pharmacy names that are located in centre of Ankara. We saw that pharmacy names in Ankara shows some categoric features. The owner of pharmacies use some sources for naming. We allocate these sources as, location, owners name, health and ancestor.

Our findings from the research show that, in some districts of Ankara, pharmacy names are symbolically isomorphic. For being legitimate, pharmacy owners choose names that are symbolically isomorphic.

To conclude, we found that institutional factors affect pharmacy owners in choosing names. We can say that, organizations's name functioned as a legitimating artifact and followingly, symbolic isomorphism appears in the field. By the way, findings are consistent with the basic argument of institutional theory that we mentioned before.

## İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	III
SUMMARY.....	IV
TABLolar LİSTESİ.....	IX
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	X
GİRİŞ.....	1
1. ÇALIŞMANIN AMACI.....	2
2. ÇALIŞMANIN KAPSAMI.....	2
3. ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ.....	2

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### KURUMSAL KURAM, KURUM VE KURUMSALLAŞMA

1. Kurumsal Kuramın Gelişimi: Eski ve Yeni Kurumsal Kuramlar.....	3
2. Kurumsal Kuramın Temel Kavramları: Kurum, Meşruiyet, Kurumsallaşma, Kurumsal Çevre, Eşbiçimlilik.....	7
2.1 Kurum.....	9
2.2 Meşruiyet.....	14
2.3 Kurumsallaşma.....	19
2.4 Kurumsal Çevre.....	22
2.5 Örgütlerin Kurumsal Çevreye Tepkileri.....	27
2.6 Eşbiçimlilik.....	33



## İÇİNDEKİLER

### İKİNCİ BÖLÜM

#### ÖRGÜTSEL KİMLİK-ÖRGÜT ADI VE EŞBİÇİMLİLİK İLİŞKİSİ

##### ANKARA MERKEZ ECZANELERİ NİCELİKSEL ANALİZ

1.	Örgüt Kimliği.....	43
2.	Örgüt Adları.....	47
3.	Kurumsal Kuram İçerisinde Örgüt Adları ve Meşruiyet.....	49
4.	Simgesel Eşbiçimlilik ve Örgüt Adları.....	51
5.	Ankara Merkez Eczaneleri Eczane Adları Çalışması.....	52
5.1	Veri Tabanının Genel Tanıtımı.....	52
5.2	Metodoloji.....	59
5.3	Hipotez ve Testleri.....	59
5.3.1	Semt Grupları ve Ad Kaynağı Testi.....	60
5.3.2	Gelişmişlik Sıralaması ve Adın Kaynağı İlişkisi.....	65
5.3.3	Eczane Sahiplerinin Cinsiyeti ve Ad Kaynakları Testleri.....	67
5.3.3.1	Eczane Sahibinin Cinsiyeti ve Yerleşime Göre Adlandırma İlişkisi.....	69
5.3.3.2	Eczane Sahibinin Cinsiyeti ve Ad-Soyada Göre Adlandırma İlişkisi.....	70
5.3.3.3	Eczane Sahibinin Cinsiyeti ve Sağlık Terimlerini Kullanarak Adlandırma İlişkisi.....	72
5.3.3.4	Eczane Sahibinin Cinsiyeti ve Soya Göre Adlandırma İlişkisi.....	73
	SONUÇ.....	75
	KAYNAKLAR.....	78

## TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Kurumların Üç Unsuru.....	12
Tablo 3: Kurumsallaşma Süreci.....	21
Tablo 4: Kurumsal Baskılara Karşı Yönetmel Tepkiler.....	29
Tablo 5: Eşbiçimlilik Türleri.....	36
Tablo 6: Ankara Eczanelerinin Semt Grubu Dağılımı.....	54
Tablo 7: Eczane Sahiplerinin Cinsiyet Dağılımı.....	55
Tablo 8: Semt Gruplarına Göre Eczane Adlarının Kaynak Grupları Dağılımı.....	56
Tablo 9: Eczane Adlarının Kaynak Grupları Dağılımı.....	57
Tablo 10: Semt Gruplarının Gelişmişlik Düzeyi Sıralaması.....	58
Tablo 11: Semt Grubu 1 ve Yerleşime Göre Adlandırma.....	61
Tablo 12: Semt Grubu 4 ve Ad-Soyada Göre Adlandırma.....	63
Tablo 13: Semt Grubu 10 ve Soyada Göre Adlandırma.....	64
Tablo 14: Gelişmişlik Sıralaması ve Adın Kaynağı.....	66
Tablo 15: Eczane Sahibinin Cinsiyeti ve Ad Kaynakları.....	68
Tablo 16: Eczane Sahibinin Cinsiyeti ve Yerleşime Göre Adlandırma.....	70
Tablo 17: Eczane Sahibinin Cinsiyeti ve Ad-Soyada Göre Adlandırma.....	71
Tablo 18: Eczane Sahibinin Cinsiyeti ve Sağlık Terimleri Kullanarak Adlandırma.....	72
Tablo 19: Eczane Sahibinin Cinsiyeti ve Soyada Göre Adlandırma İlişkisi.....	74

## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Örgütlerin Meşruiyet Kazanma Stratejileri.....	17
Şekil 2: Eşbiçimliliğin Toplumsal ve Örgütsel Alandaki İşleyiş Mekanizması.....	39

## GİRİŞ

Değişen çevre faktörleri ile beraber, örgütler yapı ve işleyişlerini çevresel koşullara göre uyarlama yoluna giderler. Örgütlerin çevre faktörlerini yapılarına yansıtılmalarının gerisinde, varlıklarını sürdürme amacı vardır. Burada söz konusu olan çevre örgütlerin dahil oldukları kurumsal çevredir.

Kurumsallaşma yaklaşımı, kurumsal çevre kavramını, toplum tarafından kabul görmüş ve benimsenmiş normlar, kurallar, yapı ve uygulamalar olarak açıklamıştır. Örgütlerin kurumsal çevreye uyum göstermelerinin gerisinde, paydaşları gözünde kendilerini meşrulaştırma, onlar tarafından kabul görme güdüsü vardır.

Aynı örgütsel alanda bulunan örgütler ise, aynı ortak değerlere sahip olan çevre beklentilerine göre yapı oluşturduğundan, yapı ve işleyişleri açısından eşbiçimlilik gösterirler. Burada bahsedilen eşbiçimlilik türü kurumsal eşbiçimlilik türüdür.

Dışsal faktörlere uyum gösteren örgütler, meşruiyet kazanırlar ve çevre desteğiyle birlikte varlıklarını sürdürürler. Meşruiyet kazanan örgütler ise, sosyal çevrenin beklentilerine uyumlu bir kimlik kazanmaya çalışırlar. Buradaki amaç, bir yandan bulunduğu çevre tarafından kabul görme, öte yandan da diğer örgütlerden kendisini farklılaştırma, tanınırlığını ve bütünlüğünü sağlamaktır. Örgüt kimliğinin ise belirli unsurları vardır. Bunlardan biri örgüt adlarıdır.

Bu çalışma, kurumsal kuramın temel tezlerinden biri olan eşbiçimlilik ve meşruiyet olgularını temel alarak, örgüt adlarını kurumsal bir yaklaşımla değerlendirecektir.

## **1.ÇALIŞMANIN AMACI**

Örgütler, adları ile içinde buldukları kurumsal çevrede, kendilerini meşrulaştırırlar. Örgütler, kurumsal çevre beklentilerini göz önüne alarak ad seçimlerinde bulunurlar. Bununla beraber, meşruiyet kazanmak adına kurumsal kuramın temel tezlerinden biri olan ‘eşbiçimlilik’ gösterirler. Bu çalışmada, kurumsal yaklaşım temel alınmak üzere, örgütsel kimliğin simgesel bir unsuru olan, örgüt adlarının eşbiçimlilik göstereceği görüşünün sınanması amaçlanmıştır.

## **2. ÇALIŞMANIN KAPSAMI**

Kurumsal kuram yaklaşımının desteklediği görüşlerden biri örgütlerin, meşruiyetlerini sağlamak amacıyla, ad seçimlerinde simgesel eşbiçimlilik gösterdikleridir. Bu temel tez sınanmak üzere, örgütler arası simgesel eşbiçimliliği üzerine niceliksel bir araştırma yapılmıştır. Bunun için Ankara’da bulunan 1342 eczane adları kullanılmıştır. Bu çalışmada, kurumsal eşbiçimlilik olgusu Ankara’daki merkez eczanelerinin adları temel alınarak incelenmiştir.

## **3. ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ**

Bu çalışmada, Ankara’da bulunan 1342 eczane adları, buldukları yerleşim yerleri ve eczane sahiplerinin cinsiyeti veri olarak kullanılmıştır. Çalışmanın amacına yönelik hipotezler geliştirilmiştir. Hipotezlerin sınanması için parametrik olmayan ki-kare testi uygulanmıştır.

Bunun yanında, verilerin frekansları ve dağılımları, çapraz cetvel tabloları ile belirtilmiştir.

## **BİRİNCİ BÖLÜM**

### **KURUMSAL KURAM, KURUM VE KURUMSALLAŞMA**

#### **1. Kurumsal Kuramın Gelişimi: Eski ve Yeni Kurumsal Kuramlar**

Örgütlerin sosyolojik analizleri, 1940'larda başlamış, kurumsal kurama kaynak teşkil etmiş ve davranışçılık akımına paralel olarak gelişmiştir. Kurumsal kuramın temellerini oluşturan bu dönemdeki anlayışta örgütler birer toplumsal varlık olarak ele alınmış ve incelenmiştir. Yine bu anlayışa göre, örgütler bağımsız ve çevreleri ile yoğun ilişkide bulunan varlıklar olarak tanımlanmıştır. 1960-1970 yılları arasında, örgüt, temel olarak rasyonel bir açık sistem olarak görülmüştür.

Örgütün açık bir sistem olarak görülmesi anlayışının temelinde, örgütün çevre ile teknik ilişki kurması, etkin iş düzenlemeleri yapması ve denetim yer alır. 1970'lerin ortasından itibaren ise, çevre ve örgütün toplumsal ve kültürel olarak birbirine bağımlılığı vurgulanmış ve değerlendirilmiştir (Scott, 1983b).

Kurumsal Kuram 1970'lerin sonunda rasyonel-aktör yaklaşımlarının örgütlerde karşılaşılan durumlarla olan tutarsızlıklarına karşı bir çaba olarak ortaya çıkmıştır.

Kuramsal Kuram'ın başlıca cevap aradığı sorular şunlardır;

- Örgütler, neden aynı yapı özelliklerine sahipler? Neden ayrı mekanlarda oldukları halde birbirlerine benzerler?
- Örgütsel düzenlemede davranışa nasıl bakıyoruz? Davranışlar rasyonel mi yoksa alışkanlıkları ve kabul edilmiş değerleri mi yansıtıyor?
- Neden örgüte dahil olanların davranışları resmi kurallarla sınırlanmıştır?
- Neden ve nasıl kanunlar, kurallar, zorlayıcı ve örnek oluşturan sistemler ortaya çıkmıştır? Bireyler bu sisteme kendi davranışlarına engel olarak mı yoksa isteyerek mi dahil oluyorlar?

- İlgiler ve çıkarlar nereden gelmektedir? İnsan doğasından mı yoksa kültür yapısından mı?
- Neden belirli yapılar ve uygulamalar örgüt alanlarına yayılmaktadır?
- Örgüt yapısını ve operasyonlarını kültürel inanışlardaki farklılıklar nasıl etkiler?
- Neden örgütler ve bireyler kurumlara uyarlar? Başka seçenekleri olmadığından mı yoksa ödüllendirileceklerini ya da etik yönden uymak zorunda olduklarını hissettiklerinden mi (Scott, 1995: 13)?

Ancak, Kurumsal Kuram ile ilgili yazılanlarda, kurumsallaşma ile ilgili tanımlar, vurgulanan hususlar ve amaçlar arasında, farklılaşmalar bulunmaktadır. Bu kuramcıların, konu ile ilgili en çok birleştikleri nokta, kurumsallaşmanın ne olduğundan çok ne olmadığıdır (DiMaggio ve Powell, 1983; Meyer ve Rowan, 1977). Buna bağlı olarak değişik yaklaşımlar ortaya koyulmuştur. Bu yaklaşımlar, çeşitli kuramcılar tarafından eski kurumsallaşma yaklaşımları ile karşılaştırılmıştır.

Örgütsel çalışmalar içerisinde yeni kurumsal kuramın ortaya çıkışı, Meyer'in 1977'de yayınladığı iki makale ile olmuştur. Bunlar 'The Effects of Education as an Institution' ve 'Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony'dir. Bu iki makalede Meyer çeşitli araştırmalarla kurumsallaşmaya ait yeni düşüncelerini ortaya koymuştur (Meyer ve Rowan, 1977).

Eski kurumsal kuram yaklaşımı ise, 1949 ve 1964 yılları arasında Philip Selznick ve arkadaşları tarafından yapılan çalışmalarla yeni kurumsal kuram kuramcılarına kaynak oluşturmuştur.

1970'lerden bugüne yeni kurumsal kuramın geldiği noktada, eski ve yeni kurumsal kuramda benzer ve farklı bir çok düşünce olup, yeni kurumsal kuramın bunlardan farklı olarak öne sürdüğü birçok yeni görüş yer almıştır.

Öncelikle, her iki yaklaşımda rasyonel-aktör modelini reddetmişler, bunun yerine örgüt-çevre ilişkileri ve kültürün örgüt üzerindeki etkilerine dikkat çekmişlerdir (DiMaggio ve Powell, 1991). Her iki yaklaşım da örgütlerdeki rasyonel bakış açısından, diğer bir deyişle sadece kuralları ve prosedürleri dikkate alarak örgüt yapılarını oluşturan anlayıştan kuşku duymuştur. Aynı zamanda her iki yaklaşım da örgüt çevre ilişkisi ve çevre kültürünün örgüt üzerindeki kaçınılmaz etkisini ısrarla vurgulamışlardır.

Yeni kurumsal kuram, davranışçılık yaklaşımının ele almadığı konular üzerine odaklanarak, kurumsal kurama farklı bir açıdan bakmaya çalışmıştır. Bu yaklaşımda, içsel faktörler kadar, dışsal faktörler de ele alınmıştır. Aynı zamanda, bu yaklaşımla birlikte, örgütlerin bir sosyal varlık oldukları vurgulanmış, bireysel ve örgütsel amaçlar dikkate alınmış ve resmi olmayan örgüt yapısının varlığı kabul edilmiştir.

Yeni kurumsal kuram ile birlikte, davranışçıların daha önce üzerinde durmadıkları, makro sosyoloji, sosyal tarih, ve kültürel çalışmalar sahalarından değişik fikirler ve düşünceler ortaya koyulmuştur. Bu sahalarda, kurumsallaşma her zaman politik ve sosyal yaşamın temel yapı taşı olarak ele alınmıştır (DiMaggio ve Powell, 1983; Meyer ve Rowan, 1977).

Örgütsel analiz içerisinde, yeni kurumsal kuram, açık olarak sosyolojik özelliklere sahiptir. Bu perspektife göre, sosyolojik anlamda bir sistem içerisinde çevre tarafından paylaşılan değerler vardır ve bu değerler ödül ve yaptırımlara sahiptir (DiMaggio ve Powell, 1983; Meyer ve Rowan, 1977).

Eski ve yeni kurumsal kuramların birleştikleri görüşler olsa da bir çok noktada görüşleri farklılık göstermiştir.

Eski kurumsal kuram yaklaşımı grup çatışması ve örgüt strateji analizlerini politik açıdan değerlendirmiştir. Yeni kurumsal kuram ise, genelde, örgütler arası ve içi çıkar çatışmalarını analiz etmiş ya da örgütlerin gelişen yönetim yapılarında, bu



tip çatışmalara nasıl tepki verdiklerini değerlendirmeye çalışmıştır. Her iki yaklaşım da, kurumsallaşmanın örgütsel rasyonelliği kısıtladığı görüşünde birleşeler de, kısıtlayan kaynakları farklı belirtmişlerdir. Eski kurumsal kuram bu kaynakları politik olaylara ve anlaşmalara dayandırırken, yeni kurumsal kuram, meşruluk ve istikrar arasındaki ilişkiye ve ‘açıkça ve net olarak telaffuz edilmiş ortak anlayışların’ gücüne dayandırmıştır. Bu farklılıklarla birlikte, örgüt yapısı iki açıdan yansıtılmıştır. Eski kurumsal kuram, resmi olmayan etkileşime dikkat çekerken (Selznick, 1953), yeni kurumsal kuram, resmi yapının kendisinin rasyonelliğe aykırı olduğunu savunmuştur.

İki görüş arasındaki bir diğer farklılık ise, çevrenin kavramsallaştırılmasıdır. Eski kurumsal kuramın ortaya koyucusu Selznick örgütlerin yerel topluluklardan oluştuklarını ve bu topluluk içindeki personelin birbirlerine sadakat ile bağlandığını ve örgüt içi anlaşmaların yüz yüze etkileşimle ortaya çıktığını savunmuştur. Diğer taraftan, yeni kurumsal kuram yaklaşımçıları, yerel olmayan çevreye odaklanmış, örgütsel sektör ya da sahanın, endüstriler, profesyoneller ya da ulusal çevre tarafından sınırlandırıldığını belirtmişlerdir.

Farklılıklarının altının çizilmesi, her iki yaklaşımın kurumsallaşmış davranış üzerindeki kültürel veya kabul görmüş yapının ortaya çıkması açısından önemlidir. Eski kurumsal kuramcılara göre, kabul edilmiş yapı belirgin olarak değerler, normlar ve tutumlar tarafından oluşmuştur. ‘Örgütler, değerlerle aşılandığı’ zaman kurumsallaşmış olurlar (Selznick, 1957). İştirakçilerin tercihleri normlarla şekil alır ve bunu kararlarına yansıtırlar (DiMaggio ve Powell, 1983; Meyer ve Rowan, 1977) .

Eski kurumsal kurama göre, örgütler kendine has özelliklere sahiptir ve örgüt yapıları kendilerine has olan bu özellikleri yansıtır. Diğer taraftan yeni kurumsal kurama göre, örgütler arasında benzeşme (eşbiçimlilik) vardır (DiMaggio ve Powell, 1991).

Eski ve yeni kurumsal kuram yaklaşımlarının birleşmesi ve de yeni kurumsal kuramın getirdiği yeni görüşlerle örgütlerin çözümlenmesinde, kurumsal bir anlayış ele alınmış ve birçok noktada katkılar sağlamıştır. Kurumsal kurama göre, örgütlerin içinde buldukları teknik ve toplumsal çevre birbirlerini tamamlarlar. Kurumsal çevreye uyum, örgütlerin rekabetçi bir güce sahip olmalarını, kalıcılığı ve varlıklarını sürdürmeleri adına önem taşımaktadır. Bu uyumun düzeyi, örgütlerin kurumsallaşma düzeyleri ile doğru orantılı olarak artar ya da azalır.

## **2. Kurumsal Kuramın Temel Kavramları: Kurum, Meşruiyet, Kurumsallaşma, Kurumsal Çevre, Eşbiçimlilik**

Önceleri kurum ve kurumsallaşma kavramları, sosyolojinin temel konusu olarak ele alınmıştır. Daha sonraları ise, bu kavramların, iktisadi ve politik olayların açıklanmasında ve örgütsel ve yönetsel analizlere ilişkin çalışmalarda ele alındığı görülmüştür (DiMaggio ve Powell, 1983).

Her iki kavram da insan ve insanın sosyal hayatına dair anlamlar içerdiğinden birçok bilim dalı ile iç içe olmasını gerektirmiş ve sıkça kullanılmıştır. Türk Dil Kurumu'nun Sözlüğü'nde kurumun anlamı, 'kuruluş', 'müessese' olarak verilmektedir. Kurumsallaşma ise, 'kurum niteliği kazandırma ve herhangi bir davranış, düşünüş, inanış biçiminin tarihi olarak durağan ve toplumca değer verilen kalıplara dönüşmesi süreci' olarak tanımlanmıştır (TDK, 1997: 487). Bu açıdan bakıldığında, verilen tanım, sosyolojik bir değer taşımaktadır.

Kurumlar, örgütün içerdiği örgütsel alanda, 'toplumsal olarak kurulmuş, sürekli yeniden üretilen programlar veya kural sistemleridir' (Özen, 2002; Jepperson, 1991).

Durkheim, kurum kavramını vurgulayan ilk sosyologlardan biridir. Durkheim'e göre, kurumlar ortak eylemlerin sonucu olarak ortaya çıkmışlardır. Yine Durkheim'e göre, toplum tarafından oluşturulan bütün inançlar ve davranış tarzları

kurum tanımının içinde yer almıştır (Scott, 1995). Aynı zamanda Durkheim sosyolojiyi ‘Kurumlar Birliği’ olarak ifade etmiştir.

Kurumsal kuramın temellerini atan Selznick’e (1957) göre kurum; dış çevre tarafından zorlanan, iştirakçilerin kararları tarafından etkilenen ve tepkilerini yansıtan bir uyum sağlayıcı, kurumsallaşma ise belirtilen etki ve tepkileri uyumlaştırma süreci olarak belirtmiştir. Örgütler doğal bir yapıya sahip olup, etkileşim ve uyumun ürünüdürler ve kolaylıkla yok olmazlar. Selznick kurumsallaşmayı örgütte zamanla oluşan bir ‘ilerleme’ olarak ifade etmiştir.

Selznick’ e (1957) göre, örgütler bilinçli olarak koordine edilen eylemlerin toplamı ve iş yapmak üzere oluşturulan araçlardır. Kurum ise, toplumsal ihtiyaç ve gereklere, baskılara, zorlayıcı unsurlara cevap veren, uzlaşmacı bir organizmadır.

Toplumda sosyal bir düzen vardır ve bu sosyal düzen insan ürünü olan bazı toplumsal gerçeklere dayanır. Berger ve Luckmann (1987: 1967) bunu ‘sosyal düzen kendi varlığını, insan davranışlarına ve eylemlerinin bir ürünü olmasına dayandırır’ biçiminde ifade etmişlerdir (Scott, 1987: 495; Berger ve Luckman, 1967: 52).

Bahsedilen eylemlerle başlayan sosyal düzende, bu eylemler yorumlanır ve sosyal düzen içinde bir anlam taşımaya başlar. Toplumda yetkilendirilmiş aktörler tarafından, ortaya çıkan benzer davranışlar sınıflandırılır, tekrarlanan davranışlar toplumun diğer fertleri tarafından yorumlanır kabul görür ve yinelenir. Bu sürecin sonunda kurumsallaşma başlar. Tekrar eden eylemler alışkanlığa dönüşür ve zamanla gelenek halini alır. Geleneklerin kurallaştırılmasıyla birlikte normlar ortaya çıkar ve bu normlar kurumlaşır.

Kurum tanımının yapılabilmesi için bazı temel unsurlar vardır(Aydın, 1997:14):

- bir amacı gerçekleştirmeye yönelik olması,
- gerçekleştiriliş biçiminin süreklilik kazanmış olması,
- kurumların alt ve üst kurumlarla yapılanmış, örgütlenmiş ve eşbiçimleşmiş olması,
- kurumlar arası ilişkinin olmasının yanı sıra, kurumun kendi alanında özerk olması başka bir deyişle 'görelî bağımsızlığa' sahip olması,
- kurumların değerlerle yüklü olması, benliklerinde kültürün normatif unsurlarını bulundurmalarıdır.

Bu nitelikler göz önüne alındığında, kurum 'sosyal bireylerin temel ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla ortaya çıkmış, süreklilik kazanmış, eşgüdümleşmiş yaygın bir sosyal örüntü, rol ve ilişki yapısıdır' (Aydın, 1997: 14) şeklinde tanımlanmıştır.

Yukarıdaki tanımlamalarla birlikte, kurum ve kurumsallaşma konusunda net bir tanım ve anlam birliği sağlanmasının zor olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Kurum ve kurumsallaşma çok sayıda olguyu içeren kavramlardır. Bu nedenle tanım ve anlam birliği sağlamak güç olacaktır. Burada amaçlanan, bilimsel yaklaşımları, yaklaşımlara ait ilkeleri ortaya koymaktır. Bununla birlikte, örgütsel ve yönetsel açıdan kurum ve kurumsallaşmanın yerini belirlemek ve kurumsal kuramın kurum ve kurumsallaşma yaklaşımlarını izlemektir.

## **2.1 Kurum**

Kuramsal kuramda, kurumlar, toplumsal ve ekonomik yaşam içerisinde temel yapı taşlarıdır. Bireylerin tercihleri, toplumsal davranışlar ve eylemler kurumsal güçler tarafından yönlendirilir. Kurumsal kuram rasyonel-aktör modelini kabul etmemiş ve örgüt yapılarının insan ürünü olduğunu savunmuş bunu bilişsel ve kültürel olarak açıklamaya çalışmıştır. Bu anlamda kurumlar, eylemlerin yönünü

belirleyen ve ortak bilişsel süreçleri tanımlayan organizmalardır (DiMaggio ve Powell, 1991).

Kurumsal kuram, ekonomik ve toplumsal amaçlara ulaşma araçlarının kurumsal olduğunu vurgulamıştır. Örgütsel kararlar ve yapılar, birey tercihlerine göre yön bulmazlar, kurumlar ise birey çıkarlarını sağlamak üzere bir araç değildir. Bireyler, kurumları ve yöntemleri seçerken özgür değildirler. İçinde buldukları durumla beraber davranış biçimlerine uygunluk kazandırılır ya da deneyimlerden yararlanırlar. Bireysel tercihler, zaman, mekan, tarih ve kültür ortamından etkilenirler (DiMaggio ve Powell,1991).

Kurum ve eylem arasındaki karşıtlık ilişkisi kurum niteliğini anlamakta yardımcı olabilir. Eylem, toplumda kalıplaşmış yapıların yeniden üretilmesi açısından kuruma göre daha zayıftır. Kurumlar, toplum tarafından tekrar tekrar harekete geçirilen bir sürecin sonucunda meydana gelirler ve kendilerini devam ettirirler. Burada, kurumun kendini devam ettirebilmesi için dışarıdan bir aktörün müdahalesine gerek duyulmaz. Nedeni ise, kurumsal kalıpların belli rutin süreçlerle yeniden üretilip kendini devam ettirmesidir. Diğer bir deyişle, kurumsallaşma da eylem yoktur, problem ve çözüm bellidir ve müdahale gereksizdir (Jepperson, 1991).

Scott (1995) ‘kurum ya da kurumlar, normatif ve kural koyucu yapı ve eylemlerden oluşur. Bu yapı ve eylemler toplumsal davranışa anlam kazandırır ve istikrar sağlar; kültür ve rutinlerle taşınır ve faaliyetlerde bulunur’ şeklinde kurum kavramına yaklaşmıştır (Scott, 1995: 33).

Kurumcu ekol, insan davranışlarında, kurumları ortaya çıkaran kültürün baskın etkisi olduğunu ve kurumların davranışları yönettiğini ve biçimlendirdiğini kabul etmiştir. Bu biçimlendirme ve yönetme içgüdüsel değildir. Kurumlar, bireylere bir çerçeve içerisinde, belli kurallar sunarlar. Bu kurallar zamanla, ortak yaşamın gereği olarak, uygun davranışın geliştirilmesi ile ortak bir hareket alanı oluşturur (Demir, 1996: 176). Başka bir deyişle, örgüt içerisinde bireylerin birlikte yaşaması, ortak kuralların geliştirilmesi demektir.

Diğer taraftan, kuralların ve kültürün bireylerin davranışlarını sınırlandırması, bunun toplu bir eylem haline gelmesi, bireyin özgürlük sorunu yaşamaması demek değildir. Kurumlar, bir yandan insan davranışlarına sınırlamalar getirirken, diğer yandan, bireylerin amaçlarına ulaşabilmeleri için yol ve yordam belirlerler.

Örgüt ile kurum farkı, yönetimlerin kurumsallaşma farkı ile ortaya çıkar. Kurumsallaşmanın değer yüklü, tepkisel ve aynı zamanda uyum sağlayan niteliklere sahip olması, yönetimin ise rasyonel ve amaçlara yönelik nitelik sunması bu farkı ortaya koymuştur. Kurumsallaşmanın değer yüklü olması, kültürel anlamlar içermesi, bir takım sonuçlar doğurmuştur. Bu sonuçların en başında temelde neyin ne olduğu ya da olmadığı ve neyin olanaksız olduğunu belirtmeleridir (Meyer ve Boli ve d., 1994). Kurumlar örgütsel yaşamı ve toplumsal kanıyı bazı seçenekleri engelleyerek bazılarını ise kolaylaştırarak şekillendirirler (Powell, 1991).

Kurumlar üç unsura sahiptir. Scott bu üç unsura ait açıklamalar getirmiştir. Bu unsurlar, toplumsal davranışa istikrar ve anlam kazandıran, bilişsel, normatif ve düzenleyici yapılarıdır (Tablo 1). Kurumsal dinamiklerin içinde kuramcıların en çok belirttikleri unsur, düzenleyici kurumsal yapıdır.

Scott (1995), kurumların, davranışları kısıtlayıcı ve düzenleyici unsurlardan oluştuğunu belirtmiştir. Bunu yaparken bir takım süreçler belirlerler. Bu süreçler, kural koyma, düzeni koruma ve yaptırım aktivitelerinden oluşmaktadır. Bu süreç davranışın geleceğini etkileme kapasitesine sahiptir. Bu sürecin yayılması, gelenek, resmi olan ya da olmayan mekanizmalar ile öne çıkar. Düzenleyici unsurlara uyum sağlamanın temelinde çıkarlar ve menfaatler vardır. Korku ve zorlama bu uyumun başlıca içeriğini oluşturur ve devamında kurallara uyum saplama kendini gösterir. Weber'in (1968) belirttiği gibi, kanunlar ya da rejimler baskı ve zorlama ile koyulduğu sürece, inanç sistemi buna göre belirlenecek ve kuralların doğruluğu sorgulanmadan bireyler bu sistemi kabul edeceklerdir.

**Tablo 1: Kurumların Üç Unsuru**

	<b>Düzenleyici</b>	<b>Normatif</b>	<b>Bilişsel</b>
Uyumun temeli	Çıkarlar	Toplumsal mecburiyet	Onaylanana kabul etmek
Mekanizma	Zorlayıcı	Normatif	Taklitçi (Öykünmeci)
Mantık	Araçsal	Uygunluk	Çoğunluk tarafından kabul edilmişlik
Görünüş biçimi	Kurallar, kanunlar ve yaptırımlar	Sertifika alma, akreditasyon	Yaygınlık, eşbiçimlilik
Meşruiyet temeli	Yasal yaptırım	Ahlaki yönelim	Kültürel

*Kaynak : (Scott, 1995)*

Düzenleyici kurumsal yapı sosyal gerçekçilik perspektifi ile paraleldir. Toplumdaki aktör 'doğal' ilgilere sahiptir ve rasyoneldir. Rasyonellik görüşünde bireyler seçimlerini yaparken faydacılık ve maliyet-kar mantığında hareket ederler. Bu perspektifle bakıldığında, normlar ve kurumlar, bireylerin kar/maliyet hesaplarını değiştirmek suretiyle davranışlarına etki eder.

Normatif sistemlerden oluşan kurum yapısında, değerler ve normlar vardır (Tablo 1). Kolektif yapı içerisinde bazı değerler ve normlar toplumun tüm bireyleri için kabul edilebilir iken bazı normlar ve değerler seçilmiş aktör ve pozisyonlar tarafından kabul görür. Bu belirli sosyal pozisyonlara sahip norm ve değerler rollerle ön plana çıkar. Berger ve Luckman (Scott, 1995: 1967) rollerin kurumlar açısından öneminin altını çizmiş ve tüm kurumsal davranışların rolleri içerdiğini belirtmişlerdir.

Normatif kurallar çoğunlukla sosyal davranışa baskı oluşturan engeller olarak görülmüştür. Diğer taraftan, sorumluluklar, görevler ve yetkiler açısından sosyal hareket sağlayan bir güçtür.

Normatif kurumsal yapılarda, rasyonel davranışın tanımı daha farklı bir boyutta kendini göstermiştir. Burada, değerlerin ve normların tercihleri nasıl etkilediği vurgulanmıştır. Rasyonel davranışta, kişilerin tercihlerinde sebebi ne olursa olsun sorgulanmadan sosyal kurallara bağlı bir seçim söz konusu iken, normatif kurumsal yapılarda, sosyal değerler ve normlar tarafından yapılandırılmış tercihler söz konusudur. Diğer bir deyişle kişiler tercihlerini yaparken, kendilerinden ne beklediğini göz önüne alır ve beklenene uyarlar.

Kurumsal yapıların sonuncusu olan bilişsel kurumsal yapı, sosyologların ve antropologların üzerinde durdukları olgulardan biridir. Yeni kurumsal kuramcılar bu yapıyı sosyoloji bilimi ile bağdaştırarak eski kurumsal kuramdan ayırtan bir yapı olarak göstermişlerdir.

DiMaggio ve Powell bu görüşün en belirgin savunucularındandır. Bu kuramcılar, bilişsel boyutu insan varlığına dayandırmış ve dış dünya hareketlerine karşı tepki veren insan organizmasının, dünyanın simgesel sunumlarının bir toplamı olduğu görüşünü belirtmişlerdir. ‘Bilişsel paradigmada, varlıkların yaptıkları, varlıkların içsel çevrelerini temsilinden ibarettir’ (Scott 1995; D’Andre 1984: 88).

Simgeler -kelimeler, semboller, işaretler- bireylerin aktivitelere verdiği anlamlara şekil vererek etki eder. Bu simgeler, kurumların önemli bir parçası olmakla beraber, bireyler tarafından nesnel olarak görülürler. Bunun yanında, bireyler açısından hem dışsal, hem zorlayıcı, diğer bir deyişle yaptırımlara bağlanmış nitelikleri ön plandadır. Diğer taraftan, sadece simgeler değil, inanç sistemi de bireyin aktivitelerinin yönü için önem teşkil eder. Ritüeller, seremoniler inançların ve simgeler sisteminin temelidir (Scott, 1995).

Kurumsal perspektiften bakıldığında meşruluk, kültürel uyumu yansıtan, normatif destek sağlayan ve kural ve kanunlarla uyuşan bir olgudur. Yukarıda geçen üç yapının meşruluk tanımlarına bakıldığında, hepsinin ‘meşruluk’ kavramının temeline değişik yaklaştığı görülüyor (Tablo 1). Düzenleyici kurum yapısı, kurallara



uyumu vurgulamış ve meşru örgütleri yasal gereksinimleri karşılayan ve yasalarla işlev gören organizmalar olarak tanımlanmıştır.

Normatif kurum yapısı ise, daha derinlemesine bir anlam yüklemiş ve ahlaki temelin meşruluk kazanmadaki yerini vurgulamıştır. Diğer taraftan bilişsel kurum yapısı meşruluğu bir duruma ortak anlam vermenin ve adapte olmanın sonucu olarak ortaya çıktığı görüşündedir. Burada ortodoks bir yapının ya da kimliğin, bir duruma adapte olurken meşrulukla olan bağlantısından bahsedilmiş ve meşruluğun bilişsel tutarlılıkla ortaya çıktığını vurgulanmıştır..

## **2.2 Meşruiyet**

Sosyal Bilimciler, zaman içerisinde meşruluk kavramına değişik anlamlarda açıklamaya çalışmışlardır. Maurer meşruluğu, (Suchman, 1995: 1971: 361) ‘örgütlerin kendi yaşam haklarını savunduğu ve yürüttüğü bir süreç’ olarak belirtmiştir. Meyer ve Scott (1983a; Scott, 1991) ise, meşruluğu, örgütün kültürel çevre ile uyumunu sağlayan bir olgu olarak tanımlamışlardır. ‘Örgütsel meşruluk, örgütlerin varlığını, yerleşmiş kültürel özellikler ile açıklama getirir’ (Meyer ve Scott, 1983: 201).

Örgütsel meşruiyet, sosyal aktörlerin sunduğu bir sosyal durumdur (Deephouse, 1996; Ashforth ve Gibbs, 1990; Preffer ve Salancik, 1978). Belli bir sosyal aktör perspektifinden bakıldığında, meşru örgüt, sosyal aktörlerin değerleri ve beklentileri ile paralellik gösteren değer ve eylemlere sahiptir. Sosyal aktörler, örgütlerin eylemlerini onaylar, akılcı ve rasyonel bulur (Deephouse, 1996).

Meşruluktan bahsetmek için ilk önce kurumsal perspektif ve kurumsal çevre kavramlarının anlaşılması gerekir. Yukarıda kurumsal perspektifin bakış açısına yer vermiştik. Özetle, kurumsal perspektif, örgütlerin varlıklarını sürdürmek adına kurumsal çevrenin (sosyolojik anlamda) kendinden beklentileri ve örgütün kendisi arasındaki uyumu sağlamasıdır.

Kurumsal çevre ise, paydaşların normları ve değerlerinden oluşur. Paydaşlar ise: müşteriler, yatırımcılar, ticari birlikler, kurullar, hükümet ve işbirlikçilerdir (Daft, 1998). Çalışmamızda ilerleyen bölümlerde kurumsal çevrenin ayrıntısı tartışılacaktır.

Bu iki kavramla beraber meşruluk olgusu öne çıkar. Sosyal çevre, normları, değerleri ve inançları ile örgüt eylemlerini değerlendirir, bu anlamda bir perspektif belirler. Dolayısıyla örgütler, kendilerini bu bakış açısıyla meşrulaştırır ve sosyal çevrenin beklentilerine göre bir kimlik oluşturmaya çalışır. Bu açıdan bakıldığında, meşrulaştırma önemli bir soruya cevap vermektedir. ‘Neden örgütler, birbirine bu kadar benzerler?’ Çevremize bakacak olursak, aynı endüstride olan, ve ülkenin değişik bölgelerinde bulunan, birçok banka, okul, hastane, firma yapılarının birbirine çok benzediğini görebiliriz. Çünkü, sosyal çevre gözle görülmeyen sadece değer yargıları ile bir ‘itici güç’ ortaya çıkarmıştır (Daft 1998). Eşbiçimlilik benzeme adına yapılan bu hareketi anlatan bir terimdir. Eşbiçimlilik çalışmanın ilerleyen bölümlerinde ayrıntılı olarak ele alınacaktır.

Diğer taraftan genel bir kanı olarak, meşruluk, varolan hareketlerin, sosyal sistemlerle yapılandırılan normlar, değerler, inançlar ve açıklamalar doğrultusunda, arzu edilen, uygun, kabul edilir hareketlerdir (Suchman, 1995).

Meşruluk, etkinlik kavramını içine alan bir olgudur. Etkinliğin tanımı, gerek ekonomik gerekse teknik olarak zaman içerisinde değişiklikler gösterebilir. Bahsedilen tanım değişiklikleri, hem ekonomik hem de kültürel olarak ve aynı zamanda kurumsal etkilerle gerçekleşmektedir. Günümüzde, genel olarak, örgütlerdeki yapısal değişikliklerin daha az oranda, rekabet ve etkinlik derecesine göre etkilendiğini, bunun yerine kurumsal süreçlerin etkilerinin daha fazla örgüt yapılarına yansıdığı kanısı hakimdir (DiMaggio ve Powell, 1983).

Biçimsel yapıyı etkileyen, meslekler, uygulamalar ve teknolojiler gibi faktörler, yüksek oranda kurumsallaşır ve mit işlevi görmeye başlarlar. Bu anlamda

rasyonel mitlerin tanımladığı etkinliğin sınırı da farklılık gösterir. Bu mitler, etkinliğe ve etkililiğe olan katkısı sorgulanmadan yapılara yansıtılır. Örgütler sadece, karlılık ve etkinlik hesapları yapmazlar, bunun yanında kurumsal analiz açısından çok önem taşıyan, meşruiyeti kazanmaya çalışırlar. (Meyer ve Rowan, 1977; Scott, 1991). Scott (1991), örgütsel meşruiyeti örgüte verilen değerin derecesi olarak ifade etmiştir.

Yeni kurumsal kuramın, temel savlarından biri, örgütlerin sadece teknik çevre koşullarına verimliliği artırmak amacıyla uyum sağlamak değil, içinde buldukları kurumsal çevrede meşruiyet sağlamak amacıyla, bu çevrenin empoze ettiği 'kurumları' (verimliliği düşürse bile) benimseyerek yaşamlarını sürdürdükleri tezidir (Özen, 2002; Meyer ve Rowan, 1977; DiMaggio ve Powell, 1983).

Kurumsal kuram içerisinde, örgütlerin çevre ile olan uyumu sağlamaları ile, meşru olacağı ve statü kazanacağını ve bu anlamda kaynaklara ulaşmalarının kolaylaşacağı görüşü vardır. Örgütleri başarısızlık olasılığını azaltmak, çevresel belirsizlikleri ve rekabet unsuruna karşı önlem almak amacıyla kurumsal bağlarını kurmaya çalışırlar.

Meşruluk kazanma ve statü sahibi olmanın örgütlere etkisi konusunda, bazı kuramcılar tarafından çeşitli çalışmalar yapıp, bulgular elde edilmiştir. Ruef ve Scott, (1998), meşruiyetin örgüt çevrelerinin özelliklerine bağlı olduğu görüşünden yola çıkarak, bir çalışma yapmış, ABD'de San Francisco bölgesinde 143 hastane üzerinde, 46 yıllık bir zaman dilimi içerisinde yönetsel meşruiyetin örgüt üzerindeki etkilerini incelemiştir. Bu araştırma sonucunda, meşruiyetin, örgütlerin varlıklarını sürdürme şansını arttırdığını göstermiştir (Ruef ve Scott, 1998).

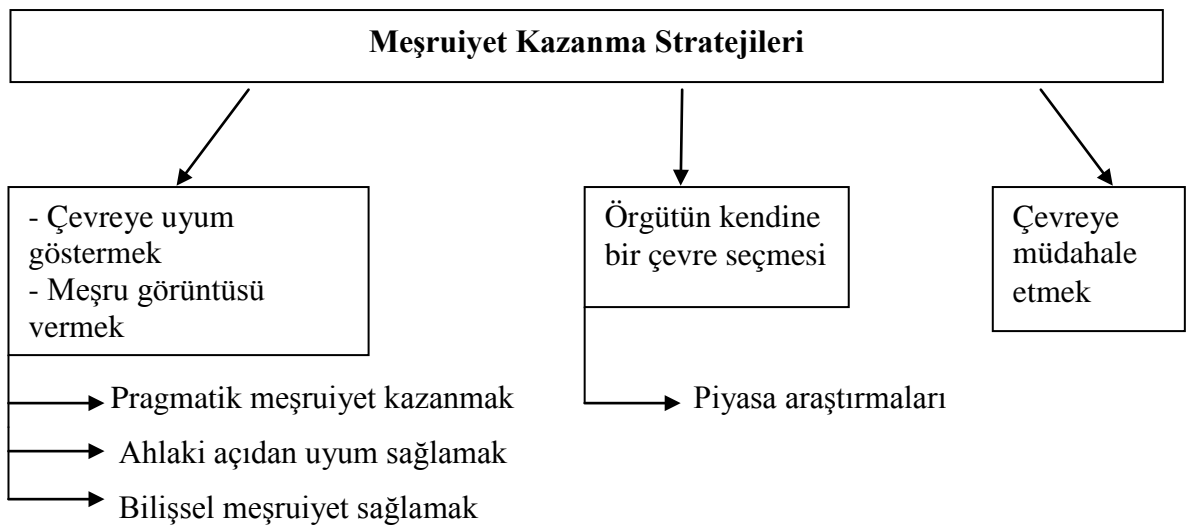
Kurumsal çevre yönetimiyle birlikte gelen meşru olma anlayışı ile birlikte, örgütler bu amaca ilişkin bir çok strateji belirlerler. Örgüt içinde örgütsel meşruiyeti sağlama sadece üst yönetimin görevi değil, örgüt işleyişi ile ilgili olan tüm bireylerin görevidir. Örgütler bu anlamda, strateji belirlerken, stratejilerin meşruluğa etkisi için,

stratejinin yapısı, dili ve ikisinin ilişkisine önem verirler. Buna meşruiyet yönetimi de denir (Nielsen ve Rao, 1987).

Yeni müteşebbisler açısından, meşruiyet kazanma sorun oluşturabilir. Bu sorun yeni girişimciler için kaynak ve sermaye bulmadan bile daha zor olabilir. Bunun nedeni, yeni girişimcilerin, güven oluşturma zorluğudur. İşlevlerini ve faaliyetlerini kanıtlamaları ve bilgi vermeleri ilk aşamada zor görünür. Meşruiyetin başlama noktası güven oluşturma ve çevre tarafından onaylanan bir kimlik kazanma aşamalarıdır. Bu aşamaları geçen örgütler yaşama şanslarını yükseltirler (Aldrich ve St Fiol, 1994).

Bu açıdan bakıldığında, yeni girişimciler ya da sektöre yeni dahil olanlar, kendi iş yapılarını kabul ettirmede sorun yaşayabilir ve kurumsallaşma ile ilgili problemler ile karşı karşıya gelebilir. Bu bahsedilen zorlukları aşmak zaman gerektirebilir. Bundan dolayı, örgütler kendilerine meşruiyet kazandırma yoluna giderler. Bunun için çeşitli stratejiler ortaya koyabilirler (Suchman, 1995).

Suchman (1995), meşruiyet kazanma ile ilgili örgütlerin değişik stratejiler ortaya koyduklarını belirtmişlerdir. Suchman'ın belirttiği bu stratejiler Şekil 1'de özetlenmiştir.



**Şekil 1: Örgütlerin Meşruiyet Kazanma Stratejileri**

Uygulanmaya çalışılan stratejilerden biri, yapı ile uyumu sorgulanmadan çevreye uyum gösterme ve meşru görüntüsü yansıtmaktır. Bu da üç türde olabilir. Bunlardan ilki pragmatik meşruiyet kazanma olup, örgütün çevrenin bir takım somut beklentilerine uyma şeklinde kendini gösterir. Diğeri ise, çevre standartlarına ahlaki açıdan uyum sağlama zorunluluğudur. Sonuncusu ise, bilişsel bir meşruiyet sağlama yoluyla, yerleşmiş standartlara ve modellere uyum sağlamasıdır.

Diğeri bir strateji, örgüt alanında bulunan çevreleri seçme yoluyla strateji belirlemektir. Burada örgütü tamamıyla kabul edebilecek bir çevre seçilmeye çalışılır. Piyasa araştırması bu uygulama için bir yöntem olup, örgütün faaliyetlerini tamamen benimseyecek çevre tarafından kabul görmek suretiyle, meşruiyet kazanılmaya çalışılır.

Son olarak, çevreye müdahale etme yoluyla olabilir. Örgüt, çevre ihtiyaçlarına uygun durumlar oluşturmak suretiyle, meşruiyet kazanacağı, bir çevre meydana getirmeye çalışır. Burada örgüt çıkarları söz konudur. Örgüt çıkarları doğrultusunda, meşruiyet kazanmayı kolaylaştırır.

Örgütlerin, meşruiyet kazanma çabalarının en önemli nedenlerinden birinin varlıklarını sürdürmek olduğunu belirtmiştik. Fakat bu örgütler için çok kolay değildir. Bu konuda örgütler güçlüklerle karşı karşıya kalabilirler. Bu durumun nedenlerinden biri, çevre unsurlarının heterojen bir nitelikte olmasıdır. Çevre beklentileri birbirinden farklılıklar gösterebilir. Çeşitli beklentilerin sağlanması örgüt açısından güç olabilir. Diğeri bir neden, heterojen unsurlardan oluşan çevre ile birlikte örgütlerin homojen bir yapıya kavuşması uyumsuzluklara yol açabilir ve bu anlamda istikrar bozukluğuna yol açabilir (Suchman, 1995).

Meşruiyeti sürdürmek adına ise, örgütler değişik strateji arayışına ve uygulama yoluna giderler. Bunlardan biri, çevredeki değişimleri izleme ve algılamadır. Bu meşruiyeti sürdürme açısından yapılması gereken en önemli yollardan biridir. Örgüt başarısını muhafaza ve koruma bir diğeri stratejidir. Sahip

oldukları meşruiyeti koruyarak, gelecekte meşruiyete ilişkin tehditlere karşı savunma oluşturmuş olurlar (Suchman, 1995).

Örgütlerin meşruiyetle ilgili karşılaştıkları bir diğer sorun ise, meşruluğun kaybedilmesidir. Örgütler, geçmişte meydana gelen bazı durumlardan dolayı meşruiyetlerini kaybedebilirler. Meşruiyeti kazanmak adına ise belli stratejiler ortaya koyarlar. Örgütler, karşılıklarına çıkan bu sorunu göz ardı ya da yadsıma yoluyla, meşruiyet kaybedilmemiş gibi davranabilirler.

Bunun yanında, bir diğer strateji ise, yeniden yapılandırma. Burada örgütler, sorunu kendi yapı ve işlevlerin de arar ve yeniden yapılandırmaya yönelir. Meşruiyeti olumsuz etkileyen yapı ve süreçler tekrar ele alınır ve düzeltilir (Suchman, 1995).

### **2.3 Kurumsallaşma**

‘Kurumsallaşma, bir yapı veya yöntemin değerlerle yüklenmesidir’ (Selznick, 1957: 17). Kurumsallaşmanın en önemli göstergesi, değer kazanmasıdır. Güç, istikrar ve belirsizliği yok etme arayışı, kurumsallaşmayı harekete geçirir. Bu hareketin içerisinde rasyonellik ve etkinlik anlayışı vardır. Kurumsallaşma kapsadığı alanla ilgili olarak bir araç, amaç , aktör veya eylem niteliğinde olabilir.

Değerlerle yüklenen bu araç, yöntem veya teknik, örgütün ve bireylerin tutum, davranış ve kararlarını etkileme gücüne sahiptir. Bu açıdan bakıldığında kurumsallaşma, bir düşünce kalıbı olarak, toplumsal ilişkilerin sorgulanmadan alındığı bir süreç, aynı zamanda neyin anlamlı olduğu ve hangi eylemlerin olanaklı olduğunu tanımlayan bir olgudur (Zucker, 1987).

Kurumsallaşma bir anda gerçekleşen ve mutlak var olan ya da olmayan bir özellik değildir. Kurumsallaşma bir süreç gerektirir (Jepperson, 1991: 145).

Eylemler bu süreç içerisinde kural ve toplumsal olay niteliği alır ve bireylere ve olaylara bağlı olmaksızın biçimsel yapılar içine girer (Zucker, 1987).

Kurumsallaşma sürecinde, çevreden kuruma doğru yönelme ve kurum çevre uyumu ön plana çıkar. Kuruma değer ve denge kazandıran kurumsallaşma süreci sonunda, kurumlar hayatta kalma ve süreklilik kazanma amacına ulaşırlar. Buna göre, bir kurumun kurumsallaşmış olması, çevre tarafından kabul edilmiş ve süreklilik kazanmış olması anlamına gelir (Jepperson, 1991). Dolayısıyla kurumsallaşma sürecinin nasıl gerçekleştiği ve bu sürecin hangi etkileşimleri içerdiği bir tartışma konusudur.

Diğer taraftan, örgüt yazınının içerisinde kurumsallaşma süreci üzerinde fazla durulmamış, kurumsal kuramın temellerini atan Selznick kurumsallaşmaya kavram olarak açıklık getirmiş, kurumsallaşmayı gerçekleştiren değer kavramının ortaya çıkışı üzerinde görüş belirtmemiştir. Sadece bu sürecin kendiliğinden, istem dışı ve planlamadan gerçekleştiğini ifade etmiştir.

Bunun yanında, Tolbert ve Zucker, (1996) kurumsallaşma sürecini birbirini izleyen üç aşamalı bir süreç olarak ele almıştır. Burada bahsedilen aşamalar hem örgüt içi, hem de örgüt arası kurumsallaşma süreçleri için geçerlidir. İlk olarak, teknolojik gelişmeler ve değişimler, yasal yapı ve piyasa dinamikleri belli bir yapısal düzenlemeyi gerekli kılacak koşulları sağlar ve kurumsallaşma için bir alt yapı oluşturur. Bununla beraber kurumsallaşma sürecinin öncesi başlar.

Tolbert ve Zucker, (1996), kurumsallaşma sürecini üç aşamalı olarak açıklamıştır. Tablo 2’de süreçler belirtilmiştir.

**Tablo 2: Kurumsallaşma Süreci**

	<b>Birinci Aşama</b> <i>Alıştırma</i>	<b>İkinci Aşama</b> <i>Nesnelleştirme</i>	<b>Üçüncü Aşama</b> <i>Tortulaşma</i>
Aktivite	Yeni yapısal düzenlemeler	Yapının yayılması	Yapının yerleştirilmesi
Uygulama farklılığı	Yüksek	Düşük	Düşük
Başarı Oranı	Düşük	Yüksek	Yüksek

Kurumsallaşma sürecinin ilk aşaması *alıştırma* sürecidir. Bu aşamada bazı örgütsel sorunlara çözüm oluşturacak yeni yapısal düzenlemelere gidilir. Sonrasında, bu düzenlemeler, bazı örgütlerin örgüt politikalarına yansyarak biçim alır. Alışma aşaması kurumsallaşma öncesi bir süreçtir. Bu aşamada uygulama farklılıkları söz konusu olup, alan sayısının sınırlı olması ve homojen olması nedeniyle başarısızlık olasılığı yüksektir

Kurumsallaşma sürecinin ikinci aşaması *nesnelleştirme*dir. Burada, uygulamanın kalıcı ve yaygın bir nitelik kazanması amaçlanır. Örgüt yapısı değerlendirilir, ve örgütteki karar yetkisi olanlar bir uzlaşmaya vararak, bu uzlaşma çerçevesinde değerlendirilen yapının yayılmasına hız kazandırır. Örgütler, diğer örgütlerin uygulamalarını göz önüne alarak, kendi uygulamalarının sonuçlarını değerlendirmek suretiyle, yeni uygulamayı hayata geçirmeyi ve yaygınlaştırmayı sağlamaya çalışırlar. Bu aşamada, normatif süreçler etkili olup, başarısızlık oranı ve uygulama farklılıkları düşük orandadır.

Kurumsallaşma sürecinin son aşaması *tortulaşma*dır. Bu aşamada, belirlenmiş örgütsel yapının kalıcılık ve süreklilik sağlama amacıyla, yerleştirilmesi sağlanır. Uygulayanlar heterojen bir kitle oluştururlar. Bunun yanında yayılmada normatif etkiler hakimdir. Uygulamada farklılık ve başarısızlık oranı düşüktür.



Kurumsallaşma süreçleri kadar kurumsallaşmanın ölçülmesi de önemli bir tartışma konusudur. Kurumsal kuramın temelini belirleyen Selznick, kurumsallaşma sürecini tanımlarken, onu ölçmeye yönelmemiştir.

Kurumsallaşmayı anlayabilmek için kurum ve kurumsallaşma kavramları kadar, örgütleri kuşatan teknik çevre, kurumsal çevre ve örgüt üzerindeki etkisinin de tartışılması gerekir.

## **2.4 Kurumsal Çevre**

Çevrenin örgüt üzerindeki etkilerinin varlığı ve önemi bir çok örgüt kuramcı tarafından kabul edilen bir olgudur. Örgüt kuramcılar, çevrenin değişik nitelikte hangi bölümlere sahip olduğu ve bu bölümlerin örgütler üzerindeki etki dereceleri üzerinde çalışmışlardır. Diğer bir deyişle, örgütler için hangi çevresel özelliklerin önemli olduğunu tartışmışlardır (Scott, 1983a; Scott, 1991 ).

Kurumsal kuram, örgütlerin iki boyuta sahip olduklarını belirtmişlerdir. Bunlar teknik ve kurumsal boyutlardır. Teknik boyut verimlilik adı altında örgüt kaynakları ile sağladığı işlevsel çalışmayı kapsar. Kurumsal boyut ise örgütün toplum bireylerine ya da sosyal çevreye kurumsal çevre beklentisi doğrultusunda yansıttığı kısmıdır. Örgütler için çevre beklentisi, yani kurumsal boyut verimlilikten önce gelir (Daft, 1998).

Örgütler, evrelerinin ilk aşamasında belirsizliği ortadan kaldırmak için tanınmış bir çevre oluşturmaktadır. Bu çevre benzer hizmet ve ürün üretenler, tedarikçiler, tüketiciler ve düzenleyici örgütlerden oluşurlar (DiMaggio ve Powell, 1991).

Örgütler, faaliyet gösterdikleri çevrenin desteğini alabilmek için çevrelerinden gelen baskılara uyum sağlama zorunluluğu hissederler. Çevre ile uyumu sağlayamayan örgütler, çevre tarafından kabul edilmez ve devamında varlığını sürdüremezler yani sürekliliklerini kaybederler.

1960'larda teknik çevre görüşlerinin temsilcileri Lawrence ve Lorsch, analizlerinde teknik çevrenin belirleyici etkilerinin baskın olduğunu vurgulamışlardır. Bu görüşün takipçileri olan Woodward, Burns, örgüt yapısını belirleyen, örgüt içinde buldukları sektörün dinamizmi ve o sektöre hakim teknoloji olduğunun altını çizmişlerdir.

Katz ve Kahn (1978) çevre analizlerine ilişkin önemli katkılarda bulunmuşlardır. Çevreyi, toplumsal, kültürel, siyasal, hukuksal ve ekonomik alanların bir bütünü olarak açıklamışlardır. Bununla beraber, bahsedilen bu çevre bölümleri teknoloji, coğrafya, doğal kaynaklar ve iklim ile bağlantılıdır.

Daha önce de belirtildiği gibi, örgütler, içinde buldukları ortamın toplumsal ve kültürel değerlerinden, politik yapısından ve hukuksal normlarından etkilenirler. Bunun yanında, piyasalar ve rekabet ortamı, işgücü ve kaynak akışı, örgütü kendi içindeki özelliklere bağlı olarak etki eder. Öte yandan, örgütler, çevredeki bilgi akışından, teknolojik gelişmelerden ve fiziksel çevreden de etkilenirler (Katz ve Kahn, 1978).

Kurumsal kuram içerisinde, çevre analizine ilişkin ekonomist görüşler yer almıştır. Buna göre, örgütlerin piyasa için mal ve hizmet üreten, denetim ve eşgüdüm yapan ve teknik çevrenin gereklerine uydukları sürece, yaşama becerilerinin olacak ve varlıklarını devam ettireceklerdir. Bu yazınlarda, temel sorun olarak, çevrenin ekonomik ve teknolojik yanlarına odaklanıp, diğer çevresel koşulların göz ardı edilmesidir (Scott, 1983b). Halbuki, örgütler faaliyetlerini devam ettirirken, sadece ekonomik koşulları değil, içinde buldukları toplumsal ortamı, kurumsal koşulları ve meşruluk gereklerini de göz önüne almaları gerekir (DiMaggio ve Powell, 1983).

Kurumsal analiz içerisinde, çevredeki teknik ve ekonomik özelliklerin belirlenmesi ve etki derecelerinin saptanması açısından, teknik ve kurumsal çevre ayırımı yapılmıştır. Çevrenin teknik yönleri, üretim sürecini ve rekabet ortamını kapsar (Scott, 1998). Kurumsal analizde teknik çevre ile ilgili ayrıntılı bir çalışmaya

gidilmemiş, bunun yanında teknik çevrenin önemi, kurumsal çevre ilişkilerine değinilmiştir.

Kurumsal kuramın temel katkılarından biri, daha önceki araştırmacıların fazla önemsemediği ya da ayrıntıya girmediği, çevrenin önemine ilişkin vurgularıdır.

Selznick (1953) örgütlerin yerel unsur olarak çevre olgusuna değinmiş ve örgütün çevresel etkilere açık bir ortamda varlıklarını devam ettirdiğini, bunun yanında, çevre tarafından biçimlendirildiklerini belirtmiştir. Bu görüşe ilişkin örgütleri incelemiş ve bulgular elde etmiştir. Buna göre, yerel unsurlar, örgüt içindeki personelin düşünce yapısına ve örgütsel amaç ve politikalarına biçimlendirme yoluyla etki eder. Diğer taraftan Selznick, kurumsal çevre kavramını kullanmamıştır. Bunun nedeni, çevrenin etkisiyle beraber örgütün zaman içerisinde kurumsallaşacağını düşünmesidir.

Daha sonralarında, kurumsal kuram, kurum olarak çevre görüşüne dayanmıştır. Buna göre, kurum sadece örgüt yapısının aldığı bir biçim değil, örgütün çevresi de kurumsal bir nitelik arz eder. Örgütü kurumsallaşmaya iten ise, çevrenin kendisidir. Örgütlerin dikkate alması gereken, kurumsallaşma unsurları içerisinde, mesleki kurallar, örgüt ve devletin oluşturduğu, uyguladığı politikalar, programlar vardır (Meyer ve Rowan, 1977).

Örgüt dışındaki var olan her şeye çevre demek doğru olmaz. Örgüt açısından bunu tanımlamak ve açıklamak gerekir (Scott, 1998). Kurumsal boyut ile beraber çevre olgusu yeniden ele alınmış ve tanımlanmıştır. Buna göre, çevre, teknoloji, üretim sistemleri gibi teknik unsurlara sahip olup, bunlardan bağımsız olarak, örgütsel yapıları etkileyen kurumsallaşmış inanç ve kuralları, simgesel unsurları, rolleri ve bilgi sistemlerini içerir. Daft'ın (1998) da belirttiği gibi çoğu zaman kurumsal çevre dediğimiz olgu, teknik çevreden daha etkili ve belirleyici olabilir. Bunun nedeni olarak, örgütlerin çıktılarının nicelik ve niteliğine bağlı olarak değil, doğru yapı ve süreç kullanmalarına göre ödüllendirilmeleridir (Perrow, 1986; Scott 1991; Scott 1994; Meyer ve Rowan,1977; Scott, 1998).

Örgütler, doğru yapı ve süreçleri belirlerken, kendi ihtiyaçlarından daha çok, kurumsal çevredeki mitleri dikkate alırlar. Rasyonel biçimsel yapı, toplumsal gerçeklikle iç içe olup, onu yansıtır. Toplumsal düşüncenin zorlayıcı unsurları arasında pozisyonlar, politikalar, prosedürler ve programlar vardır. Bunun yanında toplumda etkili olan aktörler, hukuk ve bunu gibi unsurlar toplumsal kuralları oluşturur ve sürdürürler. Bu toplumsal kurallar, örgüt üzerinde güçlü bir etkiye sahip olurlar ve rasyonel mit olarak işlev görürler. Bahsedilen mitlerin, temel özellikleri arasında, rasyonelleştirilmiş olmaları, amaçlara sahip olmaları ve bu amaçlara yönelik yöntem belirlemeleri ve kurumsallaşmış olmalarıdır (Meyer ve Rowan,1977).

Kurumsal çevre, denetim açısından beklentilere sahiptir. Teknik çevrenin ve kurumsal çevrenin uyguladıkları denetim açısından farklı uygulama biçimleri vardır. Teknik çevre, maliyet, kar üzerinde bir denetime sahipken, kurumsal çevre, örgütlerin uygun süreç ve yapılarına ilişkin denetimlerini sağlar. Bununla beraber, denetim dereceleri sektör farklılıkları ile birlikte değişkenlik gösterir. Hem teknik hem de kurumsal baskıların yoğun olduğu örgüt örnekleri içinde, hastaneler ve bankalar gösterilebilir. Bunun yanında teknik baskıların düşük olduğu fakat kurumsal baskının yüksek olduğu örgütler arasında, hukuk büroları, okul ve kiliseler vardır. Üretim sanayisinde ise bunun aksine teknik baskı yüksek, kurumsal baskı derecesi düşüktür (Scott, 1998).

Sektörlerin kendi içlerindeki teknik ve kurumsal denetimleri de aktörlere göre farklı boyutlara sahiptir. Yapısal denetim boyutu, tesisleri, araç-gereçleri, yönetimi ve personel niteliği denetimini kapsar. Süreç denetim boyutu, eylemleri, performans dereceleri üzerinde bir denetime sahiptir. Son boyut ise, örgütün çıktılarının niteliğine ilişkin denetimi kapsar (Scott ve Meyer, 1983).

Kurumsal çevrenin oluşturduğu bir alt yapı vardır. Teknik çevre unsurları ise, bu alt yapı üzerinde faaliyette bulunur. Muhasebe kuralları, mülkiyet hukuku, resmi standartlar gibi kurumsal olgular, teknik çevrenin üzerinde çalışacağı araçlara ve

amaçlara zemin oluşturur. Dolayısıyla beraber bakıldığında, bir uyum oluştururlar. Teknik çevre ve kurumsal çevre birbirini dışlayıcı değil, birbirlerini tamamlayıcı niteliktedirler. Herhangi bir boyutun çevre üzerindeki derecesinin yüksek olması diğerinin düşük olacağı anlamına gelmez (Scott, 1991). Diğer bir deyişle, teknik çevre kurumsal çevreyi, kurumsal çevre de teknik çevreyi biçimlendirir.

Aynı zamanda, kurumsal ve teknik çevre, birbirlerini rasyonellik açısından da tamamlarlar. Kurumsal çevrenin teknik çevreye göre rasyonel olmadığını söylemek yanlış olur. Her ikisi de rasyonellik kavramını içerir fakat alanlara göre farklılık gösterir. Teknik çevre rasyonelliği etkin olmaya bağlarken, kurumsal çevre, kurumsallaşma içerisinde yapı, eylem ve süreçleri açıklayan, savunan ve diğerlerine kabul ettirme işlevi üstlenen bir rasyonellik içerir (Scott ve Meyer, 1983).

Dacin, (1997), örgütleri etkileyen kurumsal normların, bir güç oluşturduğunu ve zaman içerisinde, analizlerin ekolojik ve ekonomik ve diğer fonksiyonlarla birlikte kurumsal varsayımlara dayandırabileceğinin altını çizmiştir.

Scott, (Dacin, 1997; 1987) kurumsal tartışmaların yalnız başına, örgüt davranışını açıklamada yetersiz olduğunu ve bunun yerini daha verimli araştırmaların alması ve bu anlamda tamamlayıcı olması gerektiğini belirtmiştir. Bununla birlikte Dacin (1997) yaptığı bir çalışmada, kurumsal çevreyi, kurumsal güçlerin tanımladığı, ve ekolojik dinamikleri içeren bir alan olarak tanımlamıştır.

Kurumsal alan, örgüt davranışlarını ve yapılarını etkiler ve bir takım dışsal baskılardan oluşur. Bu baskıların temeli, sosyokültürel normlar ve örgütlerin bağlantı kurduğu politik zorlamalardır. Bunun yanında, ekolojik dinamikleri etkilemek adına, kurumsal baskılar, rekabet ve piyasa baskıları ile birlikte hareket eder ve işlev görür (Dacin, 1997).

Dacin, (1997) yaptığı çalışmada, hangi kurumsal yönergelerin örgüt karakterlerini biçimlendirdiğini ve belli durumları tanımlayarak hangi kurumsal güçlerin, örgüt karakterini yapılandırmada piyasa güçlerinden daha önemli olduğu

sorularına yanıt aramıştır. Aynı çalışmada, kurumsal normların örgütler arasında yapı benzerliği ya da eşbiçimliliği oluşturduğunu belirtmiş ve sorularına bu görüşe bağlı cevaplar bulmuştur.

## 2.5 Örgütlerin Kurumsal Çevreye Tepkileri

Kurumlar, çevrelerinden etkilendikleri gibi çevrelerini etkilerler (DiMaggio ve Powell, 1991). Diğer bir deyişle, örgütler çevre ile karşılıklı bir etkileşim içerisinde olup, birbirlerini inşa ederler. Örgütler, örgütsel çıkarlarını ve dış etkileri göz önüne alıp buna bağlı olarak strateji ve etkileme mekanizmaları kullanırlar. Burada ki amaç, sürekliliğin sağlanması ve risklerin azaltılmaya çalışılmasıdır (Selznick, 1957).

Örgütler, hem bilinçli hem de bilinçsiz olarak çevreye etki edebilirler. Örgütler güçlü bir yapıya sahipse, çevreyi etkileme derecesi de o oranda artar. Bunlara örnek olarak, sözleşmelerle belirsizliği önleme, birleşme, satın almalar ve lobicilik faaliyetleri verilebilir (Scott, 1998).

Selznick (1957), örgütlerin, gelecekte kendi rollerini oluşturan aktif varlık olduğu görüşünü belirtmiştir. Aynı zamanda örgütler çevre ile olan ilişkilerinde de aktif eylemlerde bulunurlar. Fakat bu eylemin derecesi farklı çevrelerdeki farklı özellikleri olan örgütlerin, kurumsal çevre-örgüt ilişkisi konusunda farklı davranış sergilerler. Bir tarafta, çevresel etkilere anında tepki veren, öykünmecî yapıya sahip örgütler olabilirken, diğer taraftan, kendi çıkarları çerçevesinde, belli bir güce sahip, kendi kurumsal çevrelerinde bulunan düzenleyicilere müdahale eden militan örgütler vardır.

Örgütler, çevrelerinin kendi yapılarına yansımaları karşısında, sistemlerinden bazı fedakarlıklar yapma durumuyla karşı karşıya kalabilirler. Çoğu zaman etkinlik ve meşruiyet arasında tercih söz konusu olabilir. Burada örgütler, kurumsallaşmış çevresel etkilere uyum sağlama ve etkinlik arasında kalabilirler. Çevreden

kaynaklanan törensel eylemler, her ne kadar etkinliğin mantığı ile çelişkili olsa da, örgüte değer kazandırması nedeniyle örgüt tarafından tercih edilen bir yol olabilir. Bu tutarsızlıklara karşı ise, örgütler belli stratejileri uygulama yoluna giderler (Meyer ve Rowan, 1997; Scott, 1998).

Bu stratejiler :

- *Direnme*: Törensel ve simgesel unsurlara direnmedir. Sonuçta, kaynak ve istikrar kaybına yol açabilir.
- *Soyutlama*: Örgütün kendisini soyutlaması, dış ilişkilerini kesmesi ve bu yolla örgüt yapısını ve politikalarını sürdürür.
- *Uyumsuzluğu Tanıma*: Örgüt gerekleri ile, örgüt yapısının birbiri ile uyumsuz olduğunu kabul etme ve tanımadır. Örgüt meşruiyeti açısından olumsuz sonuçlarla karşı karşıya kalınabilir.
- *Reform Vaadi*: Örgütün çevre ile olan ilişkilerini, örgüt yapısı ile işlemez olarak gösterip, yenilik vaadinde bulunmaktır. Devamında, meşruiyet açısından olumsuz sonuçlar doğurabilir.
- *Ayrı tutma*: Örgütler, kurumsal çevre beklentileri ile işlevsel yapılarını birbirinden ayrı tutma suretiyle hem kurumsal çevrenin beklentilerine uyarlar hem de eylemlerini gerçekleştirmiş olurlar (Meyer ve Rowan, 1977).

Kurumsal alanda yapılan çalışmalar, örgütlerin yapılarını etkileyen kurumsal baskılar olduğunu belirtmiştir. Diğer taraftan, bazı örgütlerin bu baskıları göz ardı ettiği ve yapılarını değiştirmeye gerek duymadıkları görülmüştür. Oliver (1991), örgütlerin kurumsal baskılara karşı olan tepkilerine yönelik model geliştirmiştir. Modelinde, kurumsal baskılara karşı olası tepkiler belirlemiştir (Tablo 3).

Bu tepkileri örgütlerin kurumsal baskılara karşı oluşan direnç düzeylerini bir süreç içerisinde ele almıştır. Bu süreç içerisinde, direnç düzeylerine göre belirli stratejiler ortaya koymuş ve bu stratejileri uygulayabilmek için gerekli olan taktikleri örneklerle açıklamıştır.

Direnç düzeyinin en düşük olduğu seviyede, örgütler, uyum stratejisini tercih eder ve toplumdaki normları alma, diğer örgüt modellerini öykünme ya da kurallara uyma ve normları kabul etme taktiklerini uygulurlar. Direnç düzeyinin en yüksek olduğu seviyede ise, örgütler, yönlendirme yoluyla uygulatma stratejisini benimser ve etkili aktörlerle oybirliği sağlama, etkileme ve kontrol etme gibi taktikleri uygulurlar (Tablo 3).

**Tablo 3: Kurumsal Baskılara Karşı Yönetmel Tepkiler**

**Düşük Direnç**

Stratejiler	Taktikler	Örnekler
Kabul etmek	Alışkanlık Öykünmek Uymak	Norm ve kuralları izlemek Kurumsal modelleri taklit etmek Kurallara uymak ve normları kabul etmek
Uzlaşmak	Denge Uzlaşmak Anlaşmak	Yetkilendirilmiş aktörlerin beklentilerini dengelemek Kurumsal unsurları birbirine uyumlu hale getirmek Kurumsal paydaşlarla anlaşmak
Göz ardı etmek	Bırakmak Kaynaştırmak Kaçmak	Uyumsuzluğu gizlemek Kurumsal mecburiyetleri gevşetmek Hedefleri, aktiviteleri değiştirmek
Karşı koymak	Dışlamak Meydan okumak İnkâr etmek	Normları ve değerleri göz ardı etmek Kurallara karşı çıkmak Kurumsal baskı kaynaklarına saldırmak
Yöneltmek	Oybirliği sağlamak Etkilemek Kontrol etmek	Yetkili aktörlerle etkileşim sağlamak Değerleri şekillendirmek Kurumsal süreçlere baskı uygulamak

**Yüksek Direnç**

*Kaynak: Oliver, 1991, uyarlanmıştır.*



Kurumsal çevrenin örgüt üzerindeki etkisinin anlaşılabilmesi için bazı belirlemeler yapmak gerekir. Çevrenin hangi unsurlarının örgüt açısından önem taşıdığı, hangi neden sonuç ilişkilerinin ve etkilerinin tanımlandığı, örgüt yapısının hangi unsurlarının etkilendiğinin ve etkilenme biçiminin ne doğrultuda olduğu, bu belirlemelerden birkaçıdır. Devlet ve diğer kuruluşların etkisi, mesleki etki, yerleşmiş inanç ve davranış kalıplarıyla rasyonel mitler, çevrede kurumsal analiz yapma açısından önem taşıyan unsurlardır. Bu çevresel unsurlar, örgüt yapı ve politikalarını çeşitli biçim ve derecelerde etkilerler (Scott, 1991).

Toplumda var olan inançlar, sadece soyut bağlamda örgüt faaliyetlerine etki eden değerler değildir. Mesleki uzmanlık, süreçlere ilişkin kurallar, yasal gereklilikler gibi somut bir biçimde de yansiyabilirler (Scott, 1998). Örnek vermek gerekirse, ABD’de süreçler konusunda bir çalışma yapılmış ve 123 rehabilitasyon örgütü bu amaçla incelenmiştir. Burada, çevresel bir etki olarak kurumsal ortama hakim değerlerin rehabilitasyon örgütlerinin yapı ve politikalarına nasıl yansıdığı araştırılmıştır. ABD de uygulanan bir politika ile maddi durumu kötü olan bireylere parasız sağlık hizmeti vermesi ve bunu kanunlarla yasalaştırması, örgütlerin bakış açısını etkilemiş, değiştirmiş ve yapılarını bu doğrultuda biçimlendirmelerine sebep olmuştur. Bu anlamda rehabilitasyon örgütleri, bu politika ile değişen ve kurumsallaşan değerlerin gereklerini yerine getirmeyi ve örgüt politikalarına yansıtmayı uygun görmüşlerdir. Belirtilen yansıma, kurumsal çevrenin, örgüt yapılarına etki etmesine bir örnek teşkil eder (Scott, 1995; Kimberly, 1975). Sonuçta, toplumdaki bazı değerler, devlet politikası ile somutlaştırılmış, yasalaştırılmış ve sağlık örgütleri tarafından, belli prosedürlerle standart oluşturmalarına sebep olup, diğer örgütler arasında yayılması sonucunu doğurmuştur.

Örgütsel yapılar, ekonomik süreçlere etki etmek üzere kurumsal çevre tarafından dolaylı yoldan etkilenir ve biçimlendirilir. Dobbin (1995) ve Dobbin ve Dowd, (1997) bu konu ile ilgili birbirine bağımlı iki çalışma yapmıştır. Bu çalışmada, kurumsal çevre unsurlarından, devlet politikalarının piyasaya ve rekabet ortamına nasıl etki ettiğini incelenmiştir. Çalışmada ABD’nin Massachusetts Eyaleti’ndeki demiryolu sektörünün ilk dönemleri (1825 ve devamı) ele alınmış ve

incelenmiştir. Burada, kurumsal boyutlardan biri olan kamu politikalarının ekonomik çevreyle olan ilişkisi araştırmanın temel noktası olarak alınmıştır. Kamu politikalarının, işletme politikaları ile birleşerek ekonomik etkinliği üzerindeki tanımı belirtilmiştir. Bu dönemde devlet gerek sermaye katkısı gerek kartel yanlısı politikalarla rekabet ortamına ve piyasalara etkilemiştir. Devletin sermaye katkısı politikası ile birlikte, firmalar ihtiyaçları olan kaynaklara ulaşmış ve devamında, kuruluşlarını arttırmışlardır. Bu dönemin devamında (1872-1896) uygulanan kartel yanlısı rekabet ortamına kısıtlar getiren politikalar yeni firma kuruluşlarını destekleyici etki yapmıştır. Diğer taraftan 1896'dan sonra uygulanan politikalarla rekabet canlanmış, bir önceki dönemin aksine firma kuruluşları azalmıştır (Dobbin ve Dowd, 1997). Böylece, kurumsal çevrenin bir boyutu olan devlet politikaları, ekonomik anlamda çevreye etki etmiş ve devamında, örgütlerin yapı ve politikalarını biçimlendirmiştir.

Kurumsal çevre, örgüt sorunları için tutarlı amaç-araç bileşimleri sunan ve rasyonellik oluşturan bir yapıdır. Bunun yanında çevrede var olan rasyonelliğin kökeni, boyutları ve mekanizmaları karmaşık bir yapıya sahiptir. Çevre bir aktör olarak rasyonelleştirici bir özelliğe sahip olup, örgütler ise bu aktörün alt birimlerini oluştururlar (Meyer, 1994).

Çevresel rasyonelleşmenin kökeni ve boyutları temelde, devletle, meslekle ve bilimle ilgilidir. Bu rasyonel kavramlar, örgütlere, örgütsel kurallar, ritüeller, simgeler, retorikler yoluyla etki eder (Meyer, 1994). Bunun sonucunda ise, örgüt yapıları kurumsallaşır.

Kurumsal çevrede var olan bazı önemli ve belli mitler, bazı yapısal unsurları ve biçimleri gerektirir. Örgütler, bu belli mitler- yasalar, zorlayıcı unsurlar, toplum düşüncesi- tarafından önerilen yapıları almayı gerekli ve faydalı görürler (Meyer ve Rowan, 1977). Dolayısıyla, kurumsal çevre örgütü sadece etkileme ile kalmayıp aynı zamanda, örgüt eylemlerine yön verir ve oluşturur.

Çevre özellikleri, örgüt stratejileri ve örgüt türleri ile bağlantılı olarak, kurumsal çevrenin örgüt yapı ve politikalarına etkisi ve derecesi farklılık gösterir. Kurumsal çevrenin, örgütsel yapıya etkisi çeşitli biçimlerde kendisini gösterebilir (Scott, 1991; DiMaggio ve Powell,1983):

- *Doğrudan örgütsel yapıyı belirleme* : Baskın örgütlerin ya da devletin, diğer örgütleri yapısal biçimlendirme ve politika uygulama yoluyla etki etmeleridir. Bu etkileme ile birlikte, örgütlerin bazı birimleri oluşturması zorunlu kılınır.
- *Onaylama*: Bazı örgüt yapılarının oluşması için onaylama yoluyla, bir üst birimin müdahalesidir. Örgütün, belli bir yapısal biçimi uygulamak üzere, bir birimden izin almasıdır.
- *İkna* : Piyasa koşullarını ve ortamını, belli bir yapısal değişiklik oluşturmak amacıyla ikna etmek ya da özendirmek yoluyla örgütsel yapılara müdahale edilmesidir.
- *Seçme*: Örgüt içi aktörler tarafından uygun bir biçim alması ile birlikte örgütlerin bir yapısal model seçmeleridir.
- *Yapılandırma zamanındaki durumun örgüt yaşamına etkisi*: Yapının kuruluş zamanı ve zamana ilişkin özellikler, örgütün daha sonraki işlevlerini etkileyebilir. Örgütün kuruluş anında hakim olan anlayış, örgütün sorgulamadan belli bir yapıyı kabul etmesiyle zaman içinde yapıya karşı direnci meydana getirebilir.
- *Dahil etme*: Belli bir örgütsel yapının onaylanması ve değişmesi, zaman içerisinde ortama uyum sağlama yoluyla, planlamadan da kurumsallaşma sürecine dahil olabilir. Fakat, bunun sonucunda değişik ve beklenmeyen sonuçlar ortaya çıkabilir. Dolayısıyla, bu süreç içerisinde, örgüt çevrede gelişen karmaşık ve örgüt yapısı ile çakışan özellikleri kendi içine dahil eder.
- *Örgütsel yapının aşılması*: Örgüt içi ilişkilerin, kurumsal olarak ortak paylaşılan inanç ve görüşlerle oluştuğunu ifade eder. Burada örgüt yapısının etkisinin, inanç ve görüşlere göre daha zayıf olduğu ve örgüt içi ilişkilerde değerlerin daha baskın olduğu vurgulanır. Aksine, değerlerin dikkate alınmadığı bir yapı da örgüt meşruiyetini kaybetme ile karşı karşıya gelebilir.

Yukarıdaki açıklamalarla birlikte, kurumsallaşmış anlayışların, çeşitli mekanizmalar ile birlikte örgüt çevrelerine ve yapılarına etki ettiği anlaşılmaktadır. Çevresel koşulların örgüt yapı ve politikalarına olan etkisi üzerine açıklık getirdikten sonra, çevrenin örgütler üzerindeki etkisinin gerçekleştirme biçimini açıklayan eşbiçimlilik kavramının ve mekanizmalarının ele alınması gerekir. Daha önce de belirttiğimiz gibi, sosyal çevre gözle görülmeyen, kural ya da yasa gibi zorlayıcı olmayan sadece değer yargıların ile bir 'itici güç' ortaya koymuştur. Eşbiçimlilik ise bu hareketi açıklayan bir kavramdır (Daft, 1998).

## 2.6 Eşbiçimlilik

Terim olarak, eşbiçimlilik tam olarak eşitliği ya da aynı olma durumunu ifade etmektedir. İngilizce'de 'isomorphism' kelimesi olarak geçer. Burada 'iso' eşitlik, 'morphism' ise biçimi ifade eder (Abraham ve Luchins, 1999). Bu çalışmada eşbiçimlilik kavramı örgütsel saha içerisinde kullanılacaktır.

1970'lerden bu yana, örgütlerin kendilerine özerklik kazandırma ve diğer örgütlerden ayrılma adına, işlevlerini ve yapılarını farklılaştırmaya yönelmiş, bu anlamda, ritüellere ve simgelere değer vermeye başlamışlardır (Meyer, 1994).

Örgütler yapılarını sadece pazara yönelik değil, devletin, hukuksal çevrenin baskısı dahilinde biçimlendirmeye başlamışlardır. Daha önce yukarıda da değinildiği gibi, 'neden örgütler birbirine bu kadar benziyor' sorusunun, cevabı, eşbiçimlilik kavramında yatmaktadır (Daft, 1998).

Örgütler, kurumsallaşma sürecinde gittikçe daha fazla birbirine benzemekte ve homojenleşmektedir. Bu tip bir homojenliği açıklayan en iyi kavram eşbiçimliliktir. Eşbiçimlilik, aynı çevresel koşullarda var olan ve yaşamaya çalışan birimlerin, birbirlerine benzemeye zorlayan bir süreçtir (DiMaggio ve Powell, 1983). Günümüzde, örgütlerin sadece yerel değil, uluslararası anlamda bir ilişki içinde

olduğu düşünülürse, eşbiçimlilik sadece yerel değil, dünya çerçevesinde de oluşmaktadır.

Örgütler, kendilerini meşru gösterme ihtiyacı duyarlar. Bunu yaparken, teknik etkinlikten daha çok çevresel beklentilere yönelik yapı ve davranışı hedeflerler. Kurumsal eşbiçimlilik, ortak yapılarla meydana çıkar. Eşbiçimlilik, aynı çevresel durumlarla karşı karşıya gelen birimlerin birbirlerini yansıttıkları bir süreçtir.

Örgütlerin çevresel değişimlere uyum sağlamaları ve yapısal olarak toplum gereklerini yansıtmaları yanında, kendi faaliyet alanlarına ilişkin rasyonelleştirici mitler oluştururken, mevcut yapılarını bu yeni mitlerle eşbiçimli olarak geliştirme yoluna giderler (Meyer ve Rowan, 1977).

Eşbiçimlilik analizleri yapılırken, sektörel, ulusal ve uluslar arası düzeyde var olan örgütlerin, uygulamalarının homojen tarafları esas olarak alınır. Bu anlamda, eşbiçimliliği belirten, söz konusu olan etkileşimi açıklamak üzere Hung ve Whittington, (1997) Tayvan'da ki bilgisayar sektörünü incelemiştir. Araştırmada çeşitli düzeylerde- küresel, ulusal, sektörel- meydana gelen benzeme sonucunda oluşan, teknolojik sistem, bilgisayar üretimi, yaygın tasarım, kaynak dağılımı gibi konularda eşbiçimlilik etkileri bulguları bulunmuştur. Küresel düzeyde, dünyada hakim sistem olan işbölümü ve örgütlenme etkileşimi varken, ulusal düzeyde, devlet politikaları ve yaptırımları etkileşimi söz konusudur. Sektörel düzeyde ise, müteşebbislerin, normlar ve kültürel özellikler çerçevesinde işlevleri ve toplumların içinde buldukları farklı ekonomik eşgüdüm biçimleri söz konusudur. Araştırma da dokuz büyük bilgisayar firması incelenmiş ve bu sistemsel düzeylerin, etkisi ile birlikte, örgüt yapıları ve politikaları konusunda göreceli bir eşbiçimlilik saptanmıştır (Hung ve Whittington, 1997).

Örgütler, yapılarında değişiklik ve farklılık getirmeye çalışırlar. Eşbiçimlilik bu farklılaşmayı ve değişmeyi yadsımaz. Diğer taraftan bir alana ilişkin yapısallaşma ve kurumsallaşma derecesi belli bir noktaya ulaştıktan sonra, tek tek değişen örgütlerin toplam etkisi o alandaki farklılaşmayı azaltır. Bunun sebebi,

örgütlerin tepki verdikleri çevrenin, aslında yine, çevreye tepki gösteren örgüt tepkilerinden oluşmasıdır. Örgütler, kendi sahalarında yer buldukları anda, homojenleşme yönünde bir baskıya maruz kalırlar ve dolayısıyla, örgütleri birbirine benzemeye iten güçler örgüt üzerinde etkili olur (DiMaggio ve Powell, 1983).

Eşbiçimlilik zaman içerisinde oluşan bir süreçten geçer ve bu örgütsel benzeşim bazı önkoşul ve altyapıları gerektirir. Toplumda, varlıkların ilişki ağı arttıkça, rasyonel mitlerin arttığı görülür. Evrensel olma veya uzmanlaşma gibi kavramlar, bir çok meslek alanına, örgütlere, programlara ve dolayısıyla da örgütsel yapılara etki eder (Meyer ve Rowan, 1977).

Bahsedilen sürecin oluşmasında, çevresel koşulların örgüt yapılarına yansıma nedenleri vardır. Bunlar üç başlık altında toplanabilir. İlk neden, örgütlerin biçimsel yapılarını, çevre beklentilerine uyarlayarak, sorgulamayı önlemek adına, amaçlarının ve meşruiyetlerinin sağlanması ile ilgilidir. Burada, katılımcıların direncinin önlenmesi için, belli etiketler ve dil unsurları kullanılarak, faaliyetler oluşturulur.

İkinci neden, örgütlere ilgili çıkar gruplarına, örgütün rasyonel bir şekilde işlev gördüğü mesajını vermek adına, bazı dışsal ölçütleri kullanarak imaj oluşturma ve meşruiyet yaratma çabası içerisinde olmasıdır.

Son neden ise, toplumda yer alan derneklerin, sendikaların ya da profesyonel örgütlerin, örgütler arasındaki işbirliğini belli standartlara bağlayıp, istikrar kazandırma görevi sergilemeleridir. Böylece örgütler, sistemin bir parçası haline gelmiş olurlar. Bu üç nedenle birlikte, yaşamlarını sürdüren örgütler, içerisinde buldukları kurumsallaşmış ortama uyum sağlar ve bu ortamla birlikte eşbiçimlilik gösterir ve bu sürecin sonunda kendilerine meşruiyet kazandırır (Meyer ve Rowan, 1977).

Eşbiçimlilik, rekabetçi ve kurumsal olmak üzere iki şekilde ortaya çıkabilir. Rekabetçi eşbiçimlilik, piyasa koşulları tarafından yönlendirilen, çevresel ekonomik koşullara uyumu içerir. Pazarın rekabet ve ekonomik özelliklerini yansıtır. Kurumsal eşbiçimlilik ise, örgütlerin faaliyette buldukları toplumsal özellikleri yansıtır. Kurumsal eşbiçimlilik, örgütün meşruiyet kazanma ve toplum tarafından kabul görme adına hareketini sağlar (DiMaggio ve Powell, 1983).

Kurumsal eşbiçimliliğin belli türleri vardır. Kurumsal eşbiçimlilik ‘yükselen benzerlik nasıl meydana gelir?’, ‘hangi güçler bu benzerliğe iter?’ gibi soruları yanıtlar. Bu kurumsal adaptasyon aşağıdaki tabloda özetle gösterilmiştir (Tablo 4) (Daft, 1998). Burada üç temel tür ele alınmıştır. Bunlar belirsizliğin sonucu tepki olarak çıkan öykünmecî eşbiçimlilik, ortak eğitimlerin ve profesyonelliğin getirdiği normatif eşbiçimlilik ve politik etkilerle ortaya çıkan, zorlayıcı eşbiçimliliktir. Bu kurumsal eşbiçimlilik türleri daha önce kurumsal yapı olarak üzerinde durulan, belli mekanizmalarla örgüt üzerinde etkili olurlar. Öykünmecî eşbiçimlilik, bilişsel, zorlayıcı eşbiçimlilik düzenleyici, normatif eşbiçimlilik ise normatif mekanizmalar aracılığı ile örgüt üzerinde etkilidir (Scott, 1995).

**Tablo 4: Eşbiçimlilik Türleri**

	<b>Öykünmecî</b>	<b>Zorlayıcı</b>	<b>Normatif</b>
Uyum sebebi	Belirsizlik	Bağımlılık	Yükümlülük, mecburiyet
Taşıyıcı	Yeniliklere uyum	Politik, yaptırımlar	Profesyonellik, sertifika alma, akreditasyon
Sosyal Temeli	Kültürel destek	Yasal	Ahlaki
Örnek	Yeniden yapılandırma, ölçüm	Hava kirliliği kontrolleri, okul mevzuatları	Muhasebe standartları, eğitimler

*Kaynak: (Daft 1998; Scott, 1995)*

*Öykünmeci Eşbiçimlilik* : Çoğu örgüt, belirsizlikle karşı karşıyadır. Özellikle, teknolojidaki belirsizlik, amaçların açık olmayışı bu belirsiz ortama zemin hazırlar. Çoğu zaman örgütler hedeflerine ulaşmak için, hangi ürünü üretmeleri ya da teknoloji kullanımına ilişkin karmaşıklıklar yaşar. Bu karmaşıklar belirsizliği meydana getirir. Öykünmeci eşbiçimlilik bu belirsizliklerle beraber ortaya çıkar ve diğer örgüt modellerini kopyalama olarak kendini gösterir. Öykünmeci süreç, iş hayatında modanın ortaya çıkış sebebini anlatır. Etrafımızda bir çok endüstride ortaya çıkan yeniden yapılandırma ve şirket birleşmeleri gibi eylemler bu eşbiçimlilik mekanizması için örnek teşkil eder.

Örgütlerin çoğunun bu eşbiçimlilik mekanizması ile başarı gösterdiği görülmüş olmakla beraber, çok sayıda başarısızlık da vardır. Bunun nedeni öykünmeci bir davranışla yola çıkıp, etkinlik ve yeterlilik analizlerinin yapılmadan modellerin alınması ve yapılara uygulanmaya çalışılmasıdır. Toplam kalite yönetimi bu modeller arasındadır. Öykünmeci eşbiçimlilikte yönetimin belirsizlik kaygısı hafifleyecek ve örgüt imajı en son teknolojileri kullanan ve yeniliklere uyum sağlayan bir yapı görünümünde olacak, inancı vardır. Örgütlerin sürekli belirsiz bir ortamda olması ve çevrede kültürle desteklenen yeniliklerin ortaya çıkması, öykünmeci eşbiçimlilik sürecinin çalışmasına sebep olmaktadır. Bu mekanizma daha çok, bankaların, okulların ya da üretici firmaların maruz kaldıkları bir süreçtir (Tablo 4).

*Zorlayıcı Eşbiçimlilik*: Zorlayıcı eşbiçimlilik, örgütler üzerindeki biçimsel ve biçimsel olmayan baskıları içerir. Bunun en önemli parçası yasal sistemdir. Bütün örgütlerin, özellikle bağımlı örgütlerin üzerinde gerek resmi gerek resmi olmayan baskılar mevcuttur. Burada ortak yasal çevre temel belirleyicidir. Bu baskılar, devlet ya da çevrede önemli sayılan örgütlerden gelebilir. Diğer taraftan, devletin düzenleme alanı dışındaki bazı yöntemler ya da genel olarak kabul görmüş uygulamalar da bu baskıya dahil olabilir (DiMaggio ve Powell, 1983).



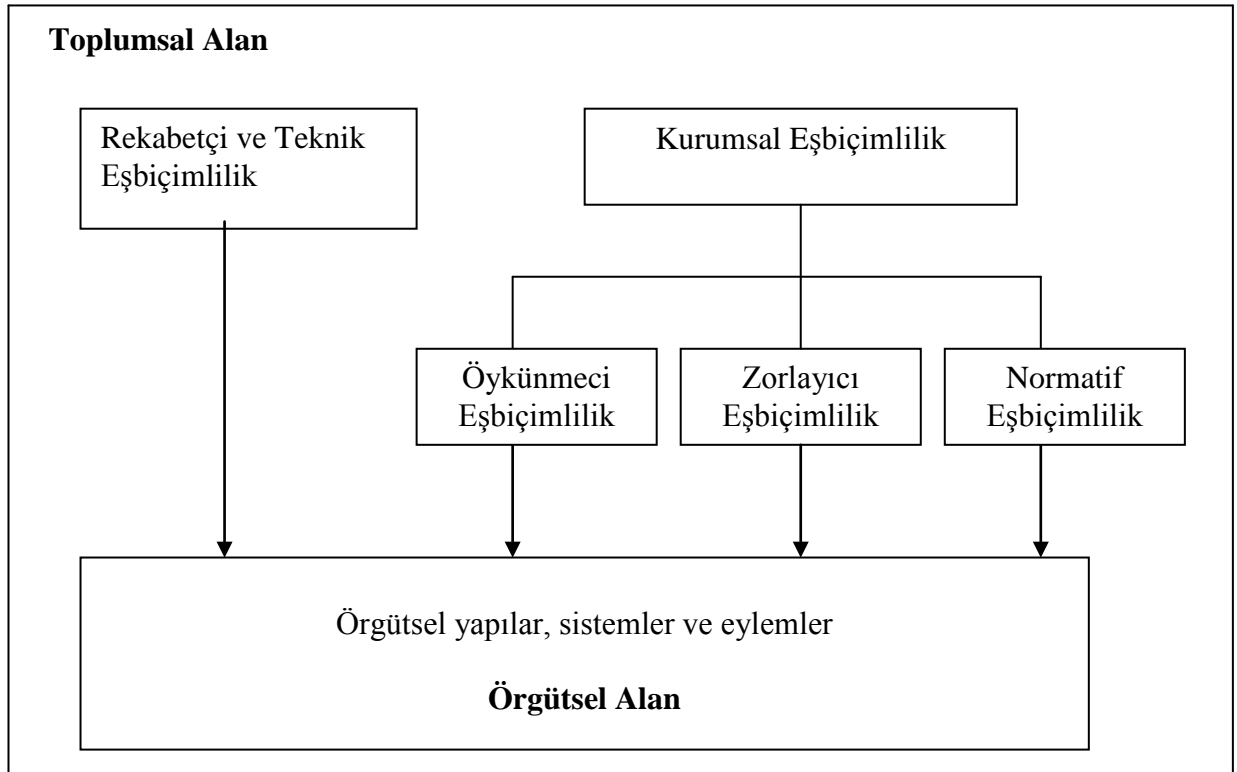
Zorlayıcı eşbiçimlilik, örgütlerin diğer örgütlerle benzer bir biçimde dışsal baskılarla birlikte, yapıları, tekniklere ve davranışlara uyum göstermesidir. Zorlayıcı eşbiçimlilikle örgütlerin erkinlikleri artmaz ama, çevre tarafından daha yeterli ve resmi olarak kabul gören bir yapısal kimliği sergilemiş olurlar. Zorlayıcı eşbiçimlilik, politik faktörlerle- kurallar, kanunlar, yaptırımlar- ya da yasal ilişkilerle örgütleri bağımlı hale getirir. Bu kısıtlayıcı faktörler içerisinde işlevlerini sürdüren örgütler, homojenliği artırma yönünde eğilim göstereceklerdir (Daft, 1998).

*Normatif Eşbiçimlilik:* Normatif eşbiçimlilik, örgütlerin profesyonelliğin getirdiği standartlara uyması ve yapılarını bu standartlara göre uyarlamalarıdır. Profesyonelleşme, eğitim ve ticari dernek gibi örgütler aracılığı ile sağlanır ve üç yolla eşbiçimliliğe neden olur. Birincisi eğitim-öğretim ile katılımcıların görüşlerine ortaklık kazandırmadır. Burada bir eğitim-öğretim birliği sağlanır. İkincisi, profesyonel ağlardan oluşur. Profesyonel ağlar, analizleri etkilemek yoluyla, yönetici pozisyonlarına sahip olacak bireyleri birbirine yakınlaştırmak üzere etki eder. Üçüncüsü, süzgeç eylemidir. Örgütler, personel seçiminde, kendilerine has mekanizmalar oluşturur ve böylece normatif etkisini güçlendirir. Bütün bunlarla, profesyonelleşme yoluyla tüm örgütler, normatif eşbiçimliliği doğurur ve birbirlerine benzerler (DiMaggio ve Powell, 1983). Normatif eşbiçimliliğin uyma sebebi ise daha çok profesyonel olma adına yöneticilerin paylaştıkları normlardır (Daft, 1998).

Normatif eşbiçimlilik, normatif mekanizmalar aracılığı ile, örgütlere etki eder. Bunlar değerler ve normlarıdır. Bu değerler neyin yapılması gerektiği ve neyin öncelikli olduğunu normlar aracılığı ile belirler (Scott, 1995).

Örgütler, değişmek ve çevre tarafından meşru görünmek adına, bu üç mekanizmadan herhangi birini ya da hepsini kullanabilir. Bu üç mekanizmanın sonucunda ortaya çıkan, örgütlerin git gide daha çok homojen olmalarıdır.

Diğer taraftan, aşağıdaki şekil (Şekil 2), örgütsel yapılarda ortaya çıkan eşbiçimliliğin toplum ile örgüt arasındaki bağlantısını ve işleyişini özetlemiştir.



**Şekil 2: Eşbiçimliliğin Toplumsal ve Örgütsel Alandaki İşleyiş Mekanizması**

*Kaynak: Oliver, 1991 uyarlanarak alınmıştır.*

Yukarıda da değinildiği üzere, örgütler çevresel beklentiler doğrultusunda kendilerine meşruiyet kazandırmaya çalışırlar. Eşbiçimliliğin meşruiyet kazandırmadaki yeri nedir? Bu soruya ilişkin Deephouse (1996) bir hipotez geliştirmiş ve bu hipotez doğrultusunda sonuçlar elde etmişlerdir. Bu çalışma temel olarak kurumsal kuramın, 'örgütsel eşbiçimlilik örgütsel meşruiyeti yükseltir' görüşünü test etmektir. Kurumsal kuram eşbiçimliliğin nedenleri üzerinde araştırma yapmış ve örgütlerin, benzer stratejilere, yapılara ve süreçlere iten bir faktör olarak değerlendirmiştir (Deephouse, 1996).

Kurumsal analizlerde meşruiyeti tanımlama ve ölçme zorluğu nedeniyle, eşbiçimlilik- meşruiyet ile ilgili çok az test yapılmıştır. Deephouse (1996) ise yaptığı çalışma ile, kurumsal araştırmalardaki bu açığı kapatmaya çalışmış ve örgütlerin eşbiçimliliğe ilişkin stratejilerini meşruiyetle bağlamıştır.

Deephouse çalışmasında, Meyer ve Scott (1983), Galaskiewicz, Baum ve Oliver'in izinden gitmiş ve meşruiyet kavramında etkili olan bazı sosyal aktörleri analizine dahil etmiştir. Birinci kümede, örgüt üzerinde otoriteye sahip olan devlet düzenlemelerine ilişkin aktörleri almış, diğer anahtar aktör olarak ise, standartları ortaya koymada ve onaylanmasında önemli bir role sahip olan toplum görüşünü analizine katmıştır.

Bu çalışma, sosyal aktörlerin değerlendirmelerine ilişkin iki meşruiyet türünü ele almıştır. Bunlar devlet düzenlemeleri ve toplumdur. Örgütler tarafından kabul edilen ya da tasdik gören iki kavram alınmıştır. Bunlar, düzenleyici onay ve toplumsal onay olarak çalışmada belirtilmiştir. Düzenleyici onay, örgütlerin yasal olarak uyması gerekliliği anlamına gelirken, toplumsal onay ise, toplum doğrultusunda uyması gerekenleri açıklar (Deephouse, 1996 ).

Deephouse çalışmasında, Minneapolis-Saint Paul metropolit alanında bulunan ticari bankaları almış ve 1985 ile 1992 yılları arasında gözlemlemiştir. Burada, ticari bankaların seçilme sebebi, güçlü kurumsal yaptırımlara maruz kalmalarıdır. Düzenleyici kurumlar, gerekli gördükleri durumlarda, bankalardan belli sektörlere kredi vermemelerini veya yönetim değişikliği yapmalarını isteyerek, yönetsel yönlendirmelerde bulunup, kendi meşruiyet anlayışlarını dayatabilmektedirler. Bunun yanında toplum tarafından bankalara olan güven derecesi yüksektir. Bu çalışmanın sonucunda, bankaları düzenleyen ve denetleyen kurumların, toplum görüşü ve medya beklentileri ticari bankaların stratejileri üzerinde bir benzerlik etkisi oluşturduğunu ortaya koymuştur.

Deephouse (1996), eşbiçimliliğin yanı sıra, örgütün yaşam süresi, büyüklüğü ve performansının da meşruiyetin belirleyicileri arasında potansiyel bir önem taşıdığını vurgulamış ve analizine dahil etmiştir. Yaşam süreleri fazla olan örgütler, güç hiyerarşisinin bir parçası olmaya başlar ve dışarı ile güçlü ilişkilere girerler. Büyük örgütlerin, dışsal çevrede bulunan aktörlerle daha fazla sosyal bağı bulunur. Meşruiyet aynı zamanda performans tarafından da etkilenir. Performansı yüksek olan örgütler kaynaklarını etkin kullanarak mal ve hizmete dönüştürür ve bu sosyal çevre tarafından yeterlilik değeri alır.

Çalışmanın sonucunda, stratejik eşbiçimlilik ile, meşruiyet ölçenleri – örgüt yaşı, büyüklüğü, performans - arasında pozitif bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bulgular, Meyer ve Rowan (1977) ve DiMaggio ve Powell (1983)'in örgütsel eşbiçimliliğin örgüt meşruiyetini artıracığı yönündeki görüşlerini destekler niteliktedir. Örgütler normal davranışlarla değil, düzenleyiciler ve toplum yönlendirmesiyle stratejiler belirler ve uyarlar ve böylece kendilerine meşruiyet kazandırır.

Örgütlerin eşbiçimlilik gösterme sebeplerinden en belirgin olanı, yukarıda da değinildiği gibi, örgütlerin kendilerine meşruiyet kazandırmalarıdır. Dışsal faktörlere uyum gösteren örgütler meşruiyet kazanırlar ve böylece çevre desteğiyle birlikte, varlıklarını sürdürme şanslarını artırır. Bunun aksini yapan örgütler, sadece kendilerine has yapı ve uygulamalar içinde olan örgütler, meşruiyet dışı özellikler kazanmaya başlarlar. Bunun yanında örgütler, dış çevre tarafından meşru sayılan unsurları etkililik testi yapmadan örgütlerin içine dahil ederler.

Örgüt içi iniş çıkışları önlemek adına, dış kurumlara bağlılık, örgütlere istikrar sağlar. Böylece örgütler başarısızlık olasılığına karşı savunma mekanizmaları oluştururlar. Örgütler kurumsal olarak yazılı veya yazılı olmayan bir mekanizma ile denetlenir ve belirsizlikten korunmuş olurlar. Bununla beraber teknik performansa dayanan dalgalanmalar da önenebilir (Meyer ve Rowan, 1977).

Örgütler yapısal unsurlarının değerini dışsal faktörlere bağlı olarak belirler. Diğer bir deyişle, yapılarını ve uygulamalarını değerlendirirken, dışsal ölçütleri kullanırlar. Özellikle, törensel ölçütler bu belirleyiciler arasındadır. Bu ölçütler örgüt uyumunun rasyonel belirleyicisidirler (Meyer ve Rowan, 1977).

Yukarıda örgütlerin eşbiçimlilik sebeplerini belirtmiştik. Bunlardan biri örgütlerin belirsizlikle karşı karşıya kalmalarıdır. Kurumsallaşmış mitler örgütlerin yaşam sürelerini uzatır. Fakat, sadece kurumsal standartlara uymak, belirsizliğin tamamen yok olacağı, sıfırlanacağı anlamına gelmez. Belirsizlik örgütler için azalacak fakat yok olmayacaktır (Meyer ve Rowan, 1977).

Örgütler, eşbiçimlilik ile örgütsel başarıya ulaşmayı hedeflerler. Bunun yanında bazı işlevsel olarak bazı sorunlarla karşılaşabilirler. Örgütlerin, simgesel ve törensel unsurları yoğun olarak sistemlerine yansıtmaları, etkililik ve etkinlikle ilgili çelişkili durumlarla karşı karşıya gelmelerine sebep olabilir. Diğer bir sorun ise, kurumsal kuralların, toplumun birbiri ile çelişen değişik bölümlerinden gelmesidir. (Meyer ve Rowan, 1977).

Örgütler bazen kuramsal söylemin aksine, örgütler arası bir homojenleşme yaşamayabilirler. Bunun yerine yapı çeşitliliğine gidebilirler. Yapı değişikliğine etki eden unsurlar arasında, kurumsal kuralları örgütlerin kendi güçleri doğrultusunda ve çıkarlarına yönelik kullanmaları ya da kurumsal baskılara direnmeleridir (Powell, 1991).

Yapı çeşitliliği kendini belli alanlarda uzmanlaşma ile gösterebilir. Örgütler belli olanlarda uzmanlaşmaya giderek yapılarını değiştirip, çeşitlendirebilirler. Örgütlerin büyüklüğü, sermayeleri, işgücü ve kaynak kullandıkları çevre birbirinden farklılıklar gösterebilir, heterojen bir hal alabilir ve bu anlamda diğer örgütleri özendirir. Devlet düzenlemeleri sadece zoraki bir yapıyı kabul ettirme değil, bunun yanında, bazı durumlarda özendirmeyi ve pazarlığı da getirebilir (Scott, 1991).

## İKİNCİ BÖLÜM

### ÖRGÜTSEL KİMLİK- ÖRGÜT ADI VE EŞBİÇİMLİLİK İLİŞKİSİ

#### ANKARA MERKEZ ECZANELERİ ADLARI NİCELİKSEL ANALİZİ

Çalışmamızın ilk bölümünde kurumsal kuramdan ve buna bağlı çevresel etkilerin sonucunda ortaya çıkan eşbiçimlilikten bahsetmiştik. Örgütler çevresel koşullara uyum sürecinde eşbiçimlilik gösterirler. Bunun yanında, örgütler, kendilerini kimlikleri doğrultusunda tanıtır, bu özellikleri ile hareket eder ve dış dünya ile iletişimlerini sağlarlar. Örgütsel kimlik öğelerinin içerisinde ise örgüt adları yer alır. Örgütlerin kendilerine bir ad seçmeleri, kimliklerinin içinde yer alan değerler, aktörler ya da semboller gibi örgüt meşruiyetine etki eder.

Çalışmamız, örgüt kimliğinin simgesel bir unsuru olan örgüt adlarının, kurumsallaşma ve meşru olma adına eşbiçimlilik gösterdiği tezini savunmaktadır. Bu nedenle, ilk öncelikle örgütsel kimlik ve örgüt adları kavramlarının tartışılması gerekir.

#### 1. Örgüt Kimliği

Örgüt kimliği, bir örgütün kimliğini ifade eder. Burada örgüt kimliğinden bahsederken, bir bütün olarak, örgüt çalışanlarının davranışları, örgütün iletişim biçimleri ve felsefesi gibi unsurlar yer alır (Okay, 1999).

Örgüt bir topluluk ve birlik olma anlamını taşıırken, kimlik ise, biz sorusuna cevap veren bir kavramdır. Bir örgütün bir kimliğe ihtiyaç duymasının başlıca nedeni, örgüt içerisinde çalışanların kuruluş ile bütünlük içerisinde olmaları, örgüt dışında ise diğer örgütlerden kendilerini farklılaştırması ve bu anlamda ayırt edici bir özellik kazanmasıdır.

Selznick her örgütün, kendine özgü karakterinin olduğunu ve bunun incelenmesinin örgütlerin kuruma dönüş şeklini anlamada yardımcı olacağını belirtmiştir. Bireylerin ve grupların etkileşimi örgütlerin biçimlenmesinde rol alır. Bu etkileşim işlevsel bir etki yaparak, örgütün iç ve dış toplumsal çevreye uyum sağlamasını sağlar. Bu etkileşim sürecinin sonunda, örgütler değerlerle birleşerek kurum olmaya başlarlar ve bununla birlikte kendilerini diğer örgütlerden ayırt eden kimlikler edinirler (Selznick, 1957).

Birçok bilim adamı ve akademisyenler tarafından ‘Uluslar arası Örgüt Kimliği Grubu’ kurulmuştur. Bu grupta, Harvard, Strathclyde ve Rotterdam gibi işletme okullarından akademisyenler örgüt kimliği, örgüt iletişimi ve imaj danışmanlıkları çalışmalarına birlikte katkıda bulunmuşlardır.

Uluslar arası Örgüt Kimliği Grubu ‘Strathclyde Açıklaması’ adını verdikleri bir beyanda bulunmuş ve örgüt kimliği ile ilgili ortak bir tanımlama yapmışlardır. Buna göre; bütün örgütler, bir kimliğe sahiptir. Örgüt kimliği kültürel yapıyı, amaçları ve değerleri açıkça belirtir ve rekabetçi ortamdan kendine özellik katmak adına bireyselleştirir. İyi işletilen bir örgüt kimliği, örgüt eylemlerinin ve aktivitelerinin başarısını yansıtmak açısından güçlü bir gösterge niteliğinde olabilir. Aynı zamanda, örgüt iletişimlerinin örgüt değerleri ve karakteri ile uyumlu olduğunu vurgulayan bir görsel unsur niteliği de taşıyabilir (Balmer, 1997).

Örgütsel kimlik kuramcılarının çoğu, Albert ve Whetten ‘ın (Gioia ve Schultz, 2000; 1985), örgütsel kimlik ile ilgili açıklamalarını kaynak olarak kullanmışlardır. Bu kuramcılar, örgütsel kimliğin ‘özlük kazandıran’, ‘ayırt eden’ ve ‘süregelen’ gibi unsurlardan meydana geldiğini belirtmişlerdir.

Diğer taraftan, Gioia, Schultz ve Corley (Scott ve Lane, 2000) örgüt kimliğinin, Albert ve Whetten’in aksine süregelen bir olgu olmadığı kanısındadırlar. Bu kurmacılar, örgütsel kimliğin dinamik olduğunu ve çevresel faktörlerle değişebileceğini belirtmişlerdir. Her örgütün kendine has değerleri ve inanışları vardır ve örgüt kimliği, örgütün kendisi ve çevresi tarafından paylaşılan tüm bu değer

ve inançların bir ifadesidir. Örgüt misyonu ve merkez kabul edilen değerleri aynı kalabilir, fakat örgütsel kimlik, değişen çevre faktörleri ile beraber sabit kalmayabilir (Gioia ve Schultz, 2000).

İster bilinçli, ister bilinç dışı, tüm örgütlerin birer kimliği vardır. Örgüt kimliği genel olarak, örgütün yapmış olduğu tüm faaliyetlerin işlevsel olarak yönetiminden meydana gelir. Wally Olins (1990) örgüt kimliğine ilişkin çalışmalar yapmış ve örgüt kimliğinin bir örgüte ait üç noktayı yansıttığını vurgulamıştır. Bunlar:

- kim olduğu
- ne yaptığı
- nasıl yaptığıdır.

Çoğu araştırmacılar, bireylerin örgütlerle ilgili bilgi edinme ve öğrenme süreci yaşadığını ve örgütsel kimliğin bu süreç içerisinde çok önemli bir paya sahip olduğunu kanımsadılar (Brown ve Starley, 2000).

Örgüt üyeleri için, kurum kimliği, onların bir bilişsel şeması ya da örgütün merkezi ve ayırt edici özelliklerini içeren görüşleridir. Bunun yanında, dışsal olaylar, üyelerin örgüt kimliğinin karakteristik özelliklerine ilişkin bir takım soruları akıllara getirebilir ve üyelerin görüşlerini etkileyebilirler. Buna örnek olarak, bazı gazete yazarlarının bazı örgütleri, sosyal görevlerini kritik ederek, örgüt üyelerinin örgüte karşı görüşlerini etkimeleri verilebilir. Örgütler ise, içsel ve dışsal bakış açısına olan bu etkiye karşı bilişsel taktikler geliştirmeye yönelirler (Elsbach ve Kramer, 1996).

Örgüt üyelerinin aynı zamanda bir de sosyal kimlikleri vardır. Bilişsel düzeyde, bu sosyal kimlikler, hiyerarşik olarak, yaş, cinsiyet ve uyruk gibi bazı gruplara dahildirler. Örgüt üyelerinin örgüt kimliğine bakış açılarının, kendi sosyal kimliklerine olan bakış açlarına direk bir etkisi vardır. Bunun sonucunda, bazı kuramcılar, örgüt üyelerinin, kendi sosyal kimliklerini korumak adına, örgüt kimliklerine olan yaklaşımlarının daha çok pozitif yönde olduğunu belirtmişlerdir (Elsbach ve Kramer, 1996). Bazı sosyal kimlik teoristleri, bireylerin sosyal



kimliklerinin pozitif algılanması için, bilişsel taktik geliştirdiklerini öne sürmüşlerdir. Turner'ın (1996; 1987), yaptığı bir araştırmada, bireylerin sosyal kimliklerine pozitif etki edecek bazı sosyal kategorilere (örn: profesör) dahil oldukları bulgularını saptamıştır.

Örgüt kimliğinin oluşumuna ve etkileyen unsurlarına ilişkin belirli bir literatür, örgüt kimliğinin yöneticiler tarafından nasıl kurulduğuna bakarken, belirli bir literatür ise, çevrenin örgüt kimliğinin oluşmasındaki etkileri üzerinde durmuştur. Diğer taraftan bu çalışma, kurumsal teoriye dayalı bir çalışma olup, örgüt kimliğini etkileyen faktörleri çevre ve paydaşlar çerçevesinde tartışmıştır.

*Çevre* : Politik, ekonomik, sosyal ve teknolojik çevre örgütlerin etkilendiği ve bu anlamda dikkate aldığı unsurlardan biridir. Örgütlerin kimliklerinin belirgin olması açısından, belirtilen tüm çevrelerin örgütler tarafından izlenmesi ve kimlik yönetiminin bu doğrultuda yön alması gerekir.

*Paydaşlar*: Örgüt topluluğu, dış toplum, çalışanlar, yönetim, paydaşlar, yerel topluluk, müşteriler, potansiyel müşteriler, ticaret, kamu kuruluşları, baskı grupları, medya, finansal topluluklar, rekabetçiler, bayiler, tedarikçiler ve diğer ortaklardan meydana gelir. Etkili bir kimlik yönetimi için belirtilen toplulukların beklentilerine göre, toplulukların her biri için belirli iletişim stratejilerinin ortaya koyulması gerekir. Belirlenen iletişim stratejisi ise, örgütün kimliğine dayanmalıdır (Balmer, 1997).

Örgüt kimliği kavramı, örgütsel başarı için çok önemli bir araç niteliğindedir. Diğer bir deyişle örgütün kalbi niteliğindedir. Bu anlamda, kimliklerini iyi ifade eden örgütler, başarı anlamında diğer örgütlere göre avantajlı durumdadır. İyi ifade edilmiş bir kimlik, örgütün başarı derecesine doğrudan etki edecektir.

Örgüt kimliği bazı görsel unsurları içerir. Bir örgütün kimliğinde kendini ifade etmesi açısından, kullandığı ad, logo, şekiller, renkler ve dizaynlar görsel bir unsur teşkil ederek, aitlik hissi uyandırmaya çalışır. Görsel kimlik, bir anlamda, örgüt kimliğinin aynası olup, örgütün kendisini görsel olarak ifade etmesidir.

Diğer taraftan, ‘örgüt kimliği’ kavramı için sadece örgütlerin kullandığı renkler, örgütün logosu ya da amblemi gibi görsel unsurlardan bahsetmek, kavramı anlamak açısından yeterli değildir. Örgüt kimliği belirtilen unsurların yanı sıra, örgütsel iletişim, örgütsel davranış ve örgüt felsefesi gibi unsurları da kapsayan bir olgudur. Bu unsurlar birbirleri ile etkileşim içerisinde olup, bir bütün oluşturarak, o örgütün ‘örgüt kimliğini’ oluşturur (Olins, 1990).

Bahsedilen görsel kimlik unsurlarından biri örgüt adlarıdır. Örgütler ürün ve hizmetlerini tanımlarken, kendilerine seçtikleri ad ile, örgütün karakterini ve kültürünü etkin olarak yansıtır.

## **2. Örgüt Adları**

Örgütler sosyal bir yapıya sahiptirler. Bu sosyal yapı içerisinde bireylerin beklentileri, davranışları ya da tutumları örgüt açısından önem taşır. Bireyler örgütleri tanıırken öğrenme ve devamında kabul etme sürecini yaşarlar. Simgeler, bireylerin örgütleri öğrenme, tanıma ve kavrama sürecinde önemli bir role sahiptir. Örgütlerin kendilerine bazı simgesel öğeler oluşturması bireylerin, örgüte ait kuşku ve yaklaşımını ve yaklaşımını değiştirir. Diğer bir deyişle, örgütler simgesel öğeler kullanarak bireylerin örgütü öğrenme eyleminde kolaylık sağlarlar (Brown ve Starley, 2000). Örgütlerin kullandıkları simgesel öğelerden biri ise, örgüt adlarıdır..

Örgüt adları, örgüt simgeleri içinde ‘konuşan simge’ niteliğindedir. Rafaeli ve Worline (Glynn ve Marquis, 2003; Rafaeli, 2000), bireylerin simgeleri değişik yorumladığını açıklamıştır. Kurumsal çevre içinde, bireylerin, örgütün konuşan simgelerini algılaması, tepkisi ve yaklaşımı örgüt açısından önem teşkil eder.

Örgüt adları, kurumsal alanda örgütün yerini belirler ve alana aitlik kazandırır (örnek: banka). Aynı zamanda, örgütü, kalite, hizmet ve ürün açısından ayırt eder ve yansıtır (Glynn ve Abzug, 2002). Bu açıdan bakıldığında, örgüt adları yapılandırmasının iki özelliği olduğu söylenebilir. İlki, kurumsal kökenliliği, ikincisi ise örgütsel kalitenin işaretleyicisi olmasıdır.

Örgüt adları, kurumsal çevrelere bağlı olarak kişisel anlamlar taşıyarak yankı yaparlar (Ingram, 1996). Kurumsallaşma eğilimleri, moda akımına göre etkilenir ve buna bağlı olarak gelenekler dahilinde değişimler gösterebilir. Örgüt adları yapıları ve içerikleri de tarihsel ve kültürel olaylarla beraber gelişir ve değişim gösterir (Glynn ve Marquis, 2003).

Örgüt adları, her ne kadar bütünüyle olmasa da, kimlik özelliklerinin anlamlarını şifreleyen niteliğe sahiptir. ‘Bir çok kişi için örgütler ‘isimler’ den ibarettir’ (Glynn ve Abzug, 2002; Boddewyn, 1967).

Örgüt adları, örgütleri denk ve denk olmayan kümelere bölmeye ve sıralaması ve örgütsel yapıya anlam yüklemeleri açısından önemlidirler. Burada bahsedilen yapı, örgütün simgesel yapı boyutudur. Örgüt ile ilk yüz yüze gelişte, ‘ne çeşit bir örgüt?’ sorusunun cevabı, ilk olarak, örgüt adının kültürel yapısını yorumlamadan geçer (Glynn ve Marquis, 2003).

Örgütsel simgeler ve yapılar, ‘işaret’ anlamlar taşırlar ve örgütü izleyenler ile sosyal ilişkileri kurmakta yardımcı olur. Bu ilişkinin, dilbilimsel yolu ilk olarak, markalama ve adlandırmadır.

### 3. Kurumsal Kuram İçerisinde Örgüt Adları ve Meşruiyet

Suchman (1995), kurumsal kuram içerisinde, meşruiyeti, bireylerin örgütü nasıl gördükleri ve reaksiyon verdikleri bir ‘kavrayış’ olduğunu belirtmiş ve böylece meşruiyetin, objektif olarak algılandığını fakat, sübjektif olarak yapılandırıldığı görüşünü savunmuştur. Kurumsal kuram, bireylerin örgüt meşruiyetini kavrayışına sübjektif olarak yaklaşmıştır.

Kurumsal kuramcılar, örgütsel sembollerin şekillenmesinde, dilin çok önemli bir rolünün olduğunu vurgulamışlardır (Meyer ve Rowan, 1977; Hirsch, 1986). Meyer ve Rowan (1977), örgütsel dilin, anlamları kategorize etmesi açısından, önemini açıkça belirtmişlerdir.

Sosyal, politik, resmi kurumlar, rekabet ortamı, pazar ve diğer güçlerden meydana gelen kurumsal çevre, örgüt davranışına yön vermenin yanı sıra bazı aktörler tarafından ‘teorileşmiş’ dilbilimi çalışmalarına da zemin hazırlamıştır. Teorileşme süreci, rutinler, simgeler gibi meşrulaşmış, kurumsallaşmış davranışları desteklemeyi ve açıklama getirmeyi sağlamıştır. Kurumsal çevrenin yönettiği eşbiçimlilik, meşruiyeti koruma ve örgütü anlaşılır kılma açısından önem teşkil eder (Glynn ve Abzug, 2002).

Suchman (1995), meşruiyeti tanımlarken, ‘sosyal yapı içerisinde olan normlar, değerler, inançlar ve açıklamalarla oluşmuş, genel kanı ya da varsayımlar’ olarak ifade etmiştir. Meşruiyet, kurumları ‘daha anlamlı ve daha güvenilir’ kılar, tıpkı, bireylerin paralarını güvenilir hissettikleri yere yatırdıkları gibi (Suchman, 1995).

Kurumsal geçerliliği sağlamak için, kurumsal meşruiyeti kazanmaya çalışan örgütler daha çok, toplumsal kabule uygun ad ararlar. Bunun yanında, kendini kolay ifade etme, anlaşılır kılma ve kabul görme açısından, örgütler, sektöre uyum sağlayan ad arayışlarına girerler. Suchman (1995), meşruiyeti sağlamak için,

çevrenin geniş inanç sistemini ve bireylerin yaşadıkları günlük gerçek hayatın göz önüne alınması gereğini vurgulamıştır.

Yukarıda ki açıklamalar ışığında, Glynn ve Marquis (2003), örgüt adlarına ilişkin bir çalışma yapmışlar ve kurumsal teoriye dayanarak, örgüt adları ile ilgili hipotezler geliştirmişlerdir. Çalışmalarında, ad inançları ve seçimlerinde, makro kurumsal çevreyi ve mikro düzeyde bireysel değişiklikleri değerlendirmiş ve örgütlerin simgesel çalışmalarını ele almışlardır. Hipotezlerinden biri, örgüt adlarının fonksiyonelliğine ilişkin bireysel inançların, bireylerin adlara bakış açısını ve örgüt kimliğine yaklaşımını etkileyeceği yönündedir. Bunun sonucunda, örgüt adlarının meşruiyet fonksiyonunu sağladığına inanan bireylerin, örgüt kimliğini daha doğru tayin ettiklerini saptamışlardır. Bunun aksine, örgüt isminin kalite belirleyicisi fonksiyonu sağladığına inanan bireylerin, örgüt kimliği tayinini doğru saptamadıklarını belirtmişlerdir.

Çalışmalarının sonucunda, kurumsal ve bireysel faktörlerin ad yapılandırmasını ve örgüt için taşıdığı anlamı etkileyeceği sonucuna ulaşmışlardır.

Örgüt adları, örgütlere kurumsal alanda yer edinmesi ve anlam kazandırma dışında, kalite, fiyat ve hizmet gibi unsurları içine alarak rekabet ortamında ayırt edici özellikler elde etmelerini de sağlarlar (Glynn ve Abzug, 2002). Böylece, örgütler adları ile kendileri için kültürel açıdan çok önemli olan imajlarını simgeselleştirir ve anlam kazandırır.

#### 4.Simgesel Eşbiçimlilik ve Örgüt Adları

Simgesel eşbiçimlilik örgütlerin, kendi kurumsal alanlarında, diğer örgütlere karşı simgesel ifadesi olup, örgütlerin benzer simgesel niteliğe sahip olmaları ve sonrasında homojenlik göstermeleridir (Glynn ve Abzug, 2002).

İsimler, örgütlere teşhis koyma niteliğinde olup, örgütlerin kendilerini sesli olarak ifade etmelerini sağlar. Diğer taraftan, örgütler kendilerini anlaşılır kılmak ve meşruiyetlerini göstermek amacıyla ad seçmede simgesel eşbiçimlilik gösterirler ve böylece kurumsal çevrede kendilerine yer edinirler (Glynn ve Marquis, 2003).

Çalışmamızın ilk bölümlerinde de bahsettiğimiz gibi, eşbiçimliliğin en belirgin nedenlerinden biri, örgütlerin kendilerine meşruiyet kazandırma çabalarıdır. Bu görüşün devamı olarak, simgesel eşbiçimlilik de örgüt meşruiyetini artırır. ‘Değerler ve simgeler, diğer aktörlerle tanımlandığı zaman, başlı başına meşruiyet gösterirler’ (Glynn ve Abzug, 2002).

Örgütler ad seçimleri yaparken, meşruiyetlerini korumaya çalışırlar. Bunu yaparken de bazı bağlayıcı kuralları göz önüne alırlar ve eşbiçimlilik yolunu izlerler. Burada ki amaç örgütlerin kendi merkezi durumlarını dış güçlere karşı savunmaktır. Diğer taraftan, ad belirleme yaklaşımları genelde, paylaşılan kültürel kurallar ışığında, örgütü ve sahasını açıklayan ve anlam veren niteliktedir. Burada Glynn ve Abzug (2002)‘in yaptığı çalışmada da belirttiği gibi, kurumsal alanda, örgütlerin ad belirlemede kültürel kuralların yanı sıra, eşbiçimlilik gösterdikleridir.

Glynn ve Abzug, (2002), örgüt adları değişikliği ve eşbiçimlilik üzerinde bir çalışma yapmışlardır. Bin beş yüz seksen yedi firmayı 1982-87 dönemleri içerisinde incelemişler ve ad değişikliklerine ait bulgular elde etmişlerdir. Yapılan çalışmanın sonucunda, örgütlerin ad belirlerken, kendi sektörlerindeki diğer örgütlerle eşbiçimlilik gösterdikleri sonucuna ulaşmışlardır. Bu duruma ‘örgütlerin simgesel eşbiçimliliği ‘ şeklinde yaklaşmışlardır. Bu çalışma ile aynı zamanda, eşbiçimliliğin

meşruiyetle olan ilişkisi irdelenmiştir. Buna göre, örgütler meşruiyetlerini korumak adına, simgesel eşbiçimlilik gösterirler.

## **5. Ankara Merkez Eczaneleri Eczane Adları Çalışması**

Örgüt adı, kurumsallaşma, kurumsal kimlik ve imajın önemli bir unsuru olarak değerlendirilmektedir. Örgütler adlarını, içinde buldukları kurumsal çevrede kendilerini meşrulaştırma aracı olarak kullanırlar. Meşruiyetlerini artırmak içinde eşbiçimlilik gösterirler.

Çalışmada, bu temel tez sınanmak üzere, Ankara’da faaliyet gösteren 1342 eczane üzerinde çalışma yapılmıştır. Örgüt popülasyonunun (örneğin, eczacılık sektörünün genel kabul görmüş adları) ve bireysel (örn, örgüt sahibinin cinsiyeti) etmenlerin örgüt adları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu anlamda çalışmada, kurumsallaşma kuramının temel tezinin (eşbiçimlilik tezi) sınanması hedeflenmiştir.

### **5.1 Veri Tabanının Genel Tanıtımı**

Bu bölümde, araştırmanın temelini oluşturan, veri tabanının genel bilgileri verilmiştir.

Araştırmada, Türk Eczacılar Birliğine üye olan Ankara eczanelerinin adları veri olarak kullanılmıştır. Ankara’nın merkezinde 1342 eczane vardır. Türk Eczacılar Birliği aracılığı ile, Ankara merkezde bulunan tüm eczanelerin adları, yerleşim yerleri, eczane sahiplerinin adları soyadları ve cinsiyetleri çalışmada kullanılmıştır.

Ankara Bölgesi merkez olmak üzere, semtlerden oluşan belirli gruplara ayrılmıştır. Bunlar yerleşim yeri olarak birbirine yakın semtlerin oluşturduğu gruplardır

Semt grupları Őu Şekilde oluşturulmuştur:

Grup 1: Bahçelievler, Beşevler, Balgat

Grup 2: Yenimahalle, Demetevler, Şentepe

Grup 3: Cebeci, Akdere, Abidinpaşa

Grup 4: Esat, Gaziosmanpaşa, Kavaklıdere

Grup 5: Kızılay, Antittepe, İncesu

Grup 6: Ulus, Anafartalar, İskitler

Grup 7: Etlik, A.Eğlence, İncirli

Grup 8: Aydınlıkevler, Dışkapı, Siteler

Grup 9: Keçiören, Ufuktepe, Bademlik

Grup 10: Ayrancı, Yıldız, Dikmen

Grup 11: Bilkent, Çayyolu, Beytepe

Belirtilen semt gruplarında toplam 1342 eczane vardır. Bu eczaneler, Türk Eczacılar Birliği'ne üye eczanelerdir. Tablo 5'de semtlerden oluşan gruplarla eczane sayıları belirtilmiştir. Buna göre, eczanelerin en yoğun olduğu bölge, grup 10'dur. Burada tüm Ankara eczanelerinin yüzde on ikisi bulunmaktadır. Fakat yüzdelere baktığımızda, Ankara'da eczane dağılımının yaklaŐık olarak aynı oranda yayıldığını görmekteyiz.



**Tablo 5: Ankara Eczanelerinin Semt Grubu Dağılımı**

		Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Semt Grupları	Grup 1: Bahçelievler, Beşevler, Balgat	149	11,1	11,1
	Grup 2: Yenimahalle, Demetevler, Şentepe	154	11,5	22,6
	Grup 3: Cebeci, Akdere, Abidinpaşa	160	11,9	34,5
	Grup 4: Esat, Gaziosmanpaşa, Kavaklıdere	111	8,3	42,8
	Grup 5: Kızılay, Antitipe, İncesu	158	11,8	54,5
	Grup 6: Ulus, Anafartalar, İskitler	85	6,3	60,9
	Grup 7: Etilik, A.Eğlence, İncirli	136	10,1	71,0
	Grup 8: Aydınlıkevler, Dışkapı, Siteler	99	7,4	78,4
	Grup 9: Keçiören, Ufuktepe, Bademlik	99	7,4	85,8
	Grup 10: Ayrancı, Yıldız, Dikmen	164	12,2	98,0
	Grup 11: Bilkent, Çayyolu, Beytepe	27	2,0	100,0
Toplam	1342	100,0		

Çalışmamızda eczane sahiplerinin cinsiyet araştırması yapılmıştır (Tablo 6). Tablodan da görüleceği gibi eczane sahiplerinin cinsiyet belirlemeleri yapılmış ve buna göre oranlar ve frekanslar belirtilmiştir. Buna göre, Ankara merkezinde bulunan 1342 eczanenin % 62.1'nin sahibi kadındır.

**Tablo 6: Eczane Sahiplerinin Cinsiyet Dağılımı**

	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
kadın	834	62,1	62,1
erkek	508	37,9	100,0
Toplam	1342	100,0	

Çalışmamızın kurumsallaşma ve eşbiçimlilik analizini yapmak üzere, Ankara merkez eczaneler adlarının tür olarak belirli kalıplar içerdiği gözlemlenmiştir. Bu nedenle eczane adlarına yönelik kaynak grupları oluşturulmuştur. Diğer bir deyişle ad kaynakları kategorikleştirilmiştir. Bunlar;

- 1- eczanenin bulunduğu yerleşim yeri, (il, mahalle, sokak, cadde, vb) kaynak alınması üzere adlandırılması ; ‘yerleşim’
- 2- eczane sahibinin ismine göre adlandırma (eczane sahibinin adı ya da soyadı); ‘ad-soyad’
- 3- sağlık terimlerini kullanmak üzere adlandırma (örn: şifa, derman vb); ‘sağlık’
- 4- eczane sahibinin birincil olan ya da olmayan yakınlarının adlarını kullanmak üzere adlandırma (eczane sahibinin çocuğu, annesi vb); ‘soy’ dur.

Bunun yanında, belirtilen gruplara dahil olmayan eczane adları da ‘hiçbiri’ grubu altında toplanmıştır.

Eczane adları araştırılırken, toplumda genel kanı olarak yaygın olan ‘sağlık’ ve ‘tedavi’-şifa, derman- gibi kavramları çağrıştıran adların çoğunlukta olacağı önyargısı ile çalışmaya başlanmıştır. Araştırmanın sonucunda, bu genel kanının aksine, bu tip adların sadece % 1.5’i kapsadığı görülmüştür (Tablo 8 ).

**Tablo 7: Semt Gruplarına Göre Eczane Adlarının Kaynak Grupları Dağılımı**

Count		Ad Kaynakları					Toplam
		yerleşim	ad-soyad	sağlık	soy	hiçbiri	
Semt Grupları	Grup 1: Bahçelievler, Beşevler, Balgat	25	48	2	48	26	149
	Grup 2: Yenimahalle, Demetevler, Pentepe	17	55	3	43	36	154
	Grup 3: Cebeci, Akdere, Abidinpaşa	21	62	3	40	34	160
	Grup 4: Esat, Gaziosmanpaşa, Kavaklıdere	14	38		29	30	111
	Grup 5: Kızılay, Antıttepe, Yıncesu	29	61	2	35	31	158
	Grup 6: Ulus, Anafartalar, Yıskitler	18	30	5	18	14	85
	Grup 7: Etlik, A.Öğlence, Yıncırlı	13	60	2	36	25	136
	Grup 8: Aydınlıkkevler, Dýpkapý, Síteler	11	31	2	28	27	99
	Grup 9: Keçiören, Ufuktepe, Bademlik	15	38	1	28	17	99
	Grup 10: Ayrancı, Yıldız, Dikmen	23	69		47	25	164
	Grup 11: Bilkent, Çayyolu, Beytepe	8	8		9	2	27
Toplam		194	500	20	361	267	1342

Bunun yanında, %37.3 gibi yüksek bir oranda Ankara'da ki eczane sahiplerinin kendi adlarını kaynak olarak aldığı görülmektedir (Tablo 8).

**Tablo 8: Eczane Adlarının Kaynak Grupları Dağılımı**

	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
yerlesim	194	14,5	14,5
ad-soyad	500	37,3	51,7
saglık	20	1,5	53,2
soy	361	26,9	80,1
hiçbiri	267	19,9	100,0
Toplam	1342	100,0	

Son olarak çalışmamıza semt gruplarının gelişmişlik düzeyi de dahil edilmiştir. Semt grupları, Devlet Planlama Teşkilatı'ndan alınan 2003 bilgileri dahilinde gelişmişlik düzeyine bağlı olarak beş grupta incelenmiştir. Gelişmişlik düzeyi fazla olan bölgeler 'birinci' olarak belirtilmiş ve beş grupta toplanmıştır. Aynı zamanda tabloda (Tablo 9) bu semtlerde bulunan eczane sayıları verilmiştir. Eczanelerin 'birinci' olarak belirtilen, gelişmişlik düzeyi en fazla olan bölgelerde yoğunlaştığı söylenebilir.

**Tablo 9: Semt Gruplarının Gelişmişlik Düzeyi Sıralaması**

Count		Semtlerin Gelişmişlik Düzeyi Sıralaması ve Eczane Dağılımı					Toplam
		birinci	ikinci	üçüncü	dördüncü	beşinci	
Semt Grupları	Grup 1: Bahçelievler, Beşevler, Balgat	149					149
	Grup 2: Yenimahalle, Demetevler, Beştepe			154			154
	Grup 3: Cebeçi, Akdere, Abidinpaşa				160		160
	Grup 4: Esat, Gaziosmanpaşa, Kavaklıdere	111					111
	Grup 5: Kızılay, Antepçe, İncesu	158					158
	Grup 6: Ulus, Anafartalar, İskitler					85	85
	Grup 7: Etiler, A.Etiler, İncirli		136				136
	Grup 8: Aydınlıkevler, Döğüş, Sıteler					99	99
	Grup 9: Keçiören, Ufuktepe, Bademlik		99				99
	Grup 10: Ayrancı, Yıldız, Dikmen	164					164
	Grup 11: Bilkent, Çayyolu, Beştepe	27					27
Toplam		609	235	154	160	184	1342

## 5.2 Metodoloji

Çalışmamızda hipotezlerin testi için k-kare testi uygulanmıştır. Ki-kare testi parametrik olmayan bir testtir. Ki-kare testinde, teste girecek olan değerler sayarak elde edilmiş olgu sayısı gruplarıdır. Test gruplarındaki gözlenen değerler ile beklenen değerleri karşılaştırır.

Ki-kare, tablo değeri ( $P= 0.05$  ya da  $0.05 < P < 0.10$ ) ile karşılaştırılmakta ve test istatistiğinin tablo değerinden büyük olması durumunda dağılıma normal olasılık fonksiyonunun uygun olmadığı kararına varılmaktadır. Test istatistiğinin tablo değerine eşit ya da küçük olması durumunda ise dağılıma normal olasılık fonksiyonunun uygun olduğu sonucuna ulaşılmaktadır

Bunun yanında, verilerin frekansları ve dağılımları, çapraz cetvel tabloları ile belirtilmiştir.

## 5.3 Hipotezler ve Testleri

Burada yapılan testlerin amacı, sentler içerisinde yer alan eczane adlarının kurumsal kuramın temel tezlerinden biri olan eşbiçimlilik örneklerini göstermektir. Çalışmamızın birinci bölümünde de değinildiği üzere, kurumsal kuramın cevap aradığı bazı sorular vardır. Bunlardan biri; neden örgütlerin aynı yapı özelliklerine sahip oldukları ve neden homojenlik gösterdikleridir. Bu homojenlik, çalışmanın birinci bölümünde 'eşbiçimlilik' kavramı ile açıklanmıştır.

Örgütlerin eşbiçimlilik gösterme nedenlerinin en başında, örgüt meşruiyetini artırmak gelir. Örgütler kendilerini tanıtmak ve meşruiyet oluşturmak üzere ad seçme de simgesel eşbiçimlilik gösterirler. Burada araştırma konumuzu oluşturan simgesel öge, 'örgüt adlarıdır'.

Diğer taraftan çalışmamızın ikinci bölümünde, kurumsal kimlik ve kurumsal kimliğin öğelerinden söz edilmiştir. Kurumsal kimliğin öğelerinden biri yine örgüt adlarıdır. Örgütlerin kendilerine bir ad belirlemeleri, kimliklerinin içinde yer alan değerler, aktörler ya da simgeler gibi örgüt meşruiyetine etki eder.

### 5.3.1 Semt Grupları ve Ad Kaynağı Testi

Yukarıda belirtilenlerin ışığında tezimiz sınanmak üzere, ilk test semt gruplarından rasgele seçilen ilk gruba; ‘Bahçelievler, Beşevler, Balgat ‘ semtleri ve yerleşime göre adlandırma arasında yapılmıştır.

Çalışmanın ilk bölümlerinde, bireysel tercihlerin zaman, mekan, tarih ve kültür ortamından etkilendiğini (DiMaggio ve Powell, 1991) belirtmiştik. Araştırmada Ankara merkezde bulunan eczanelerin, 194’nün yerleşim yerini kaynak almak üzere adlandırıldığı gözlemlenmiştir. İlk olarak, ‘yerleşim’e göre adlandırmanın eşbiçimlilik testi yapılmıştır.

Testi uyguladığımız semtler birbirlerine yakın yerleşim yerlerindedirler. Çalışmamızın ilk bölümünde belirttiğimiz üzere ‘eşbiçimlilik, aynı çevresel koşullarda var olan ve yaşamaya çalışan örgütlerin, birbirlerini benzemeye zorlayan bir süreçtir’ söylemini, kaynak alarak, aynı çevresel koşulları paylaştığını düşündüğümüz 149 eczane alınmıştır.

İlk olarak, ‘yerleşim’e göre adlandırmanın eşbiçimlilik testi yapılmıştır.

$H_0$  : Semt grubu 1 ve yerleşime göre adlandırma ile bir ilişki yoktur.

$H_1$  : Semt grubu 1 ve yerleşime göre adlandırma ile bir ilişki vardır.

Aşağıdaki çapraz cetvel tabloda (Tablo 10), ‘yerleşim’e göre adlandırma frekansları verilmiştir. Burada ‘0’ değeri, yerleşime göre adlandırmanın olmadığı belirtirken, ‘1’ değeri yerleşime göre adlandırmanın olduğunu göstermektedir.

Test sonucuna baktığımızda (Tablo 10), ki-kare değerinin,  $P=0.020$  yani beklenen,  $P=0.05$  değerinden küçük olduğunu ve birinci grupta yer alan semtlerde, eczane sahiplerinin yerleşim yerini kaynak almak üzere, eczane adı olarak kullanma eğiliminde olduğu sonucuna varılmıştır. Diğer bir deyişle, semt grubu içerisinde ‘yerleşime’ göre adlandırma ile bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 10’daki oranlara bakıldığında, birinci grup içinde, yer alan semtler arasında bazı semtlerin diğerlerine göre yerleşim yerini temel alan örgüt adlarını kullandıklarını ve eşbiçimlilik gösterdikleri görülmektedir. Bunun en belirgin örneği Beşevler semtidir.

**Tablo 10: Semt Grubu 1 ve Yerleşime Göre Adlandırma**

	'yerleşime' göre adlandırma		Toplam
	0	1	
Semtler Bahçelievler	72	7	79
%	91,1%	8,9%	100,0%
Beşevler	17	7	24
%	70,8%	29,2%	100,0%
Balgat	35	11	46
%	76,1%	23,9%	100,0%
Toplam	124	25	149
%	83,2%	16,8%	100,0%

#### Ki-kare Testi

	değer	df	test değeri
Ki-kare	7,861	2	,020
Olabilirlik Oranı	7,931	2	,019
Doğrusal ya da yarı doğrusal ilişki	5,497	1	,019
N sayısı	149		



Önceki bölümde, Ankara merkezde, eczane sahiplerinin ad ve soyadlarının ad kaynakları içerisinde en fazla yoğunluğa sahip olduğunu görmüştük. Burada birey, kendi kişisel kimliğini, örgüt ismini kendi adını ya da soyadını vermek üzere yansıtmaya çalışmıştır.

Diğer taraftan, Suchman (1995), meşruiyeti tanımlarken, ‘sosyal yapı içerisinde olan normlar, değerler, inançlar ve açıklamalarla oluşmuş, genel kanı ya da varsayımlar’ olarak ifade etmiştir. Burada bireyler, kendi ad ve soyadlarını kullanarak, toplumda var olan en önemli değerlerden ‘güven’ olgusunu oluşturmaya çalışmıştır.

Meşruiyet, örgütleri ‘daha anlamlı ve daha güvenilir kılar’ (Suchman, 1995). Örgütler meşruiyetlerini artırmak üzere eşbiçimlilik gösterirler. Yine bir diğer simgesel eşbiçimlilik bulguları saptamak üzere, ikinci test, semt gruplarından dördüncüsüne uygulanmıştır.

Burada toplam 111 eczane vardır. Bu test ‘ad-soyada göre adlandırmayı ölçmek üzere yapılmıştır. Bunu ölçmek üzere yine, aynı kurumsal çevreye sahip bir semt grubu rastgele seçilmiştir.

$H_0$  : Semt grubu 4 ve ad-soyada göre adlandırma ile bir ilişki yoktur.

$H_1$  : Semt grubu 4 ve ad-soyada göre adlandırma ile bir ilişki vardır.

Aşağıdaki çapraz cetvel ve ki-kare değerinden de görüleceği gibi, bu semt grubu içerisinde yer alan semtler arasında ad-soyada göre adlandırmak üzere bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Ki-kare değeri beklenen değerden küçük olduğundan, (P= 0.024) yukarıda ki hipotezlerden ikincisi kabul edilmiştir.

Tablo 11’deki oranlara baktığımızda Gaziosmanpaşa semtindeki eczane adlarının yarıya yakın oranda, eczane sahiplerinin adı ya da soyadına göre

adlandırıldığı görülmektedir. Bu da bu semt içerisinde ad-soyada göre adlandırmak üzere simgesel bir eşbeçimlilik olduğunu göstermiştir.

**Tablo 11: Semt Grubu 4 ve Ad-Soyada Göre Adlandırma**

	'ad-soyad' a göre adlandırma		Toplam
	0	1	
Semtlar Esat	32	15	47
%	68,1%	31,9%	100,0%
Gazi Osmanpaşa	20	19	39
%	51,3%	48,7%	100,0%
Kavaklıdere	21	4	25
%	84,0%	16,0%	100,0%
Toplam	73	38	111
%	65,8%	34,2%	100,0%

#### Ki-kare Testi

	değer	df	test değeri
Ki-kare	7,438	2	,024
Olabilirlik Oranı	7,763	2	,021
Doğrusal ya da yarı doğrusal ilişki	,146	1	,702
N sayısı	111		

Araştırmada gruplandırılan eczane ad kaynaklarından biri de 'soy' a göre adlandırmadır. Burada, eczane sahiplerinin yakınlarının adları kaynak olarak kullanılmıştır.

Örgüt analizi içerisinde, kuramsal kuramın sosyolojik özelliklere sahip olduğu daha önceki bölümde belirtilmiştir. Bu bakış açısına göre, sosyolojik anlamda bir sistem içerisinde çevre tarafından paylaşılan değerler vardır (DiMaggio ve Powell, 1983; Meyer ve Rowan, 1977). Diğer taraftan Durkeim'e göre, toplum tarafından oluşturulan bütün inançlar ve davranış tarzları kurum tanımının içinde yer almıştır (Scott, 1995). Genel olarak bireylerin yakınları, özellikle çocukları, toplumdaki değerler içerisinde önemli bir paya sahiptir. Diğer taraftan Türk aile yapısında 'aile' kavramı saygın ve önemli görülen bir değerdir. Bireylerin inanç

sistemi bireylerin aktiviteleri ve davranışlarına yön verir (Scott, 1995). Simgeler sisteminin temelini, inançlar ve ritüeller oluşturur (Scott, 1995). Kurumsal kuram perspektifinden bakıldığında, neden Ankara merkez eczanelerinin %26.9'nun ad kaynaklarından 'soy' a göre adlandırıldığı sorusunun yanıtı verilebilir.

Kuramsal kuramın savunduğu, eşbiçimlilik kavramını ölçmek üzere son olarak, semt gruplarından onuncusu rasgele seçilmiştir. Bu semt grubu; Ayrancı, Yıldız ve Dikmen'den oluşup, burada toplam 164 eczane vardır.

$H_0$  : Semt grubu 10 ve soya göre adlandırma ile bir ilişki yoktur.

$H_1$  : Semt grubu 10 ve soya göre adlandırma ile bir ilişki vardır.

Burada  $P= 0.60$  değerinde çıkmıştır. Beklenen  $P$  aralığını  $0.05 < P < 0.10$  aldığımızda, bir ilişki olduğu söylenebilir.

Bu değerlerle birlikte, belirtilen semtlerde, eczane adlarının yakınlarının adlarını kaynak olarak kullanma eğilimi vardır sonucuna varılmıştır. Yıldız semtine bakıldığında yarıya yakın bir oranda eczane sahiplerinin eczane adlandırmada yakınlarının adlarını kaynak olarak kullandığı ve bu semt içerisinde belirgin bir eşbiçimlilik gösterdikleri görülmektedir.

**Tablo 12: Semt Grubu 10 ve Soya Göre Adlandırma**

	'soy'a göre adlandırma		Toplam
	0	1	
Semtler Ayrancı	46	19	65
%	70,8%	29,2%	100,0%
Yıldız	12	11	23
%	52,2%	47,8%	100,0%
Dikmen	59	17	76
%	77,6%	22,4%	100,0%
Toplam	117	47	164
%	71,3%	28,7%	100,0%

### Ki-kare Testi

	değer	df	test değeri
Ki-kare	5,614	2	,060
Olabilirlik Oranı	5,313	2	,070
Doğrusal ya da yarı doğrusal ilişki	,920	1	,337
N sayısı	164		

#### 5.3.2 Gelişmişlik Sıralaması ve Ad Kaynağı İlişkisi

Devlet planlama teşkilatından alınan 2003 yılı bilgilerine göre, belirtilen semt grupları beş grup içerisinde değerlendirilmiştir. Yapılan testin amacı, gelişmişlik düzeyinin, ad kaynakları ile bir ilişkisi olup olmadığını ölçmektir. Test ilk öncelikle, tüm ad kaynakları için yapılmıştır. Fakat sadece ‘sağlık’ kaynağı ile ilişki olduğu görülmüştür.

Bununla birlikte ‘sağlık’ kaynağı ile hipotezler geliştirilmiştir.

$H_0$  : Semtlerin gelişmişlik düzeyi ile ad kaynaklarından ‘sağlık’ ile bir ilişki yoktur.

$H_1$  : Semtlerin gelişmişlik düzeyi ile ad kaynaklarından ‘sağlık’ ile bir ilişki vardır.

Burada ki-kare değeri istenen değerden küçük olduğundan;  $H_1$  : Semtlerin gelişmişlik düzeyi ile ad kaynaklarından ‘sağlık’ ile bir ilişki vardır, hipotezi kabul edilmiştir. Tablo 13’deki oranlara göre, sağlık terimleri daha çok gelişmişlik düzeyi düşük yerlerde kaynak olarak kullanılmıştır. Bunlardan bazıları şunlardır; Deva, Çare, Sağlık, Lokman Hekim, Şifa. Bu örnekler tedaviyi ve umudu çağrıştıran adlardır. Kurumsal çevre kavramı, gelişmişlik düzeyi düşük yerlerde neden daha çok bu tip örneklerin yoğunlaştığı sorusuna cevap niteliğindedir.

**Tablo 13: Gelişmişlik Sıralaması ve Adın Kaynağı**

			sağlık terimlerini kullanmak üzere adlandırma		Toplam
			0	1	
Semtlerin gelişmişlik düzeyi sıralaması	birinci	% semt sıralaması	99,3% 605	,7% 4	100,0% 609
	ikinci	% semt sıralaması	98,7% 232	1,3% 3	100,0% 235
	üçüncü	% semt sıralaması	98,1% 151	1,9% 3	100,0% 154
	dördüncü	% semt sıralaması	98,1% 157	1,9% 3	100,0% 160
	beşinci	% semt sıralaması	96,2% 177	3,8% 7	100,0% 184
Toplam		% semt sıralaması	98,5% 1322	1,5% 20	100,0% 1342

**Ki-kare Testi**

	değer	df	test değeri
Ki-kare	10,047	4	,040
Olabilirlik Oranı	8,772	4	,067
Doğrusal ya da yarı doğrusal ilişki	9,096	1	,003
N sayısı	1342		

### 5.3.3 Eczane Sahiplerinin Cinsiyeti ve Ad Kaynakları Testleri

Son olarak araştırmada, eczane sahiplerinin, cinsiyetleri ve ad kaynakları arasında testler yapılmıştır. Burada amaç, cinsiyetin ad kaynakları ile bir ilişkisi olup olmadığını saptamaktır. Bunun nedeni, eşbiçimlilik kavramı içerisinde, kurumsal etmenlerin yanı sıra, bireysel etmenlerin de, bir eşbiçimlilik ortaya koyabileceği görüşüdür.

İlk olarak, genel anlamda, ad kaynakları ile cinsiyet testi yapılmıştır. Bu testte ad kaynakları ile cinsiyet arasındaki ilişki test edilmiştir..

$H_0$  : Eczane sahiplerinin cinsiyeti ve ad kaynakları arasında bir ilişki yoktur.

$H_1$  : Eczane sahiplerinin cinsiyeti ve ad kaynakları arasında bir ilişki vardır.

Toplam 1342 Ankara merkez eczane sahiplerinden 834' kadın, 508'i ise erkektir. Tablo 14'deki oranlara bakıldığında, Ankara merkezde kadın eczane sahiplerinin erkeklere göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Testin sonucunda, ki-kare değeri,  $P= 0.000$  ıkmıştır. Bu da, beklenen değerden yani  $P= 0.05$ 'den kk bir değerdir. Dolayısıyla eczane sahibinin cinsiyeti ve ad kaynakları arasında belirgin bir ilişki vardır.

**Tablo 14: Eczane Sahibinin Cinsiyeti ve Ad Kaynakları**

	Ad Kaynakları					Toplam	
	yerlesim	ad-soyad	saglık	soy	hiçbiri		
Eczane sahibinin cinsiyeti	kadın % Eczane sahibinin cinsiyeti	11,9%	35,5%	1,0%	29,0%	22,7%	100,0%
		99	296	8	242	189	834
	erkek % Eczane sahibinin cinsiyeti	18,7%	40,2%	2,4%	23,4%	15,4%	100,0%
		95	204	12	119	78	508
Toplam	% Eczane sahibinin cinsiyeti	14,5%	37,3%	1,5%	26,9%	19,9%	100,0%
		194	500	20	361	267	1342

**Ki-kare Testi**

	değer	df	test değeri
Ki-kare	28,346	4	,000
Olabilirlik Oranı	28,259	4	,000
Doğrusal ya da yarı doğrusal ilişki	23,239	1	,000
N sayısı	1342		

Eczane sahiplerinin cinsiyet ve ad kaynakları ile genel testinin ardından her bir ad kaynağının cinsiyet ile olan ilişkisi aşağıda test edilmiştir.

### 5.3.3.1 Eczane Sahibinin Cinsiyeti ve Yerleşime Göre Adlandırma İlişkisi

$H_0$  : Eczane sahiplerinin cinsiyetinin yerleşime göre adlandırma ile arasında bir ilişkisi yoktur.

$H_1$  : Eczane sahiplerinin cinsiyetinin yerleşime göre adlandırma ile arasında bir ilişki vardır.

Tablo 15’de 1342 eczanenin kadın ve erkek frekansları verilmiştir. Burada uygulanan ki-kare testi  $P= 0.05$  düzeyine göre  $P= 0.01$  çıkmıştır. Buna göre  $H_1$  : Eczane sahiplerinin cinsiyetinin yerleşime göre adlandırma ile arasında bir ilişki vardır, hipotezi kabul edilmiştir. Bu sonuçtan yola çıkarak Tablo 15’deki oranlara bakıldığında, erkeklerin yerleşim bölgelerinin adlarını eczane adları olarak alma eğilimli olduğu görülmektedir.

Yukarıda, semtler arasında, ad-soyada göre bir eşbeçimlilik bulgusunun olduğu belirtilmişti. Burada bireysel bir etmenin de bir eşbeçimlilik ortaya koyabileceği sonucuna varılabilir. Erkekler, eczane adlarını yerleşime göre adlandırmada Ankara’nın bazı bölgelerinde bir eşbeçimlilik göstermişlerdir.



**Tablo 15: Eczane Sahibinin Cinsiyeti ve Yerleşime Göre Adlandırma**

	yerleşime göre adlandırma		Toplam
	0	1	
Eczane sahibinin kadın cinsiyeti	88,1% 735	11,9% 99	100,0% 834
	erkek % 413	18,7% 95	100,0% 508
Toplam %	85,5% 1148	14,5% 194	100,0% 1342

#### Ki-kare Testi

	değer	df	test değeri
Ki-kare	11,910	1	,001
Olabilirlik Oranı	11,633	1	,001
Doğrusal ya da yarı doğrusal ilişki	11,901	1	,001
N sayısı	1342		

#### 5.3.3.2 Eczane Sahibinin Cinsiyeti ve Ad-Soyada Göre Adlandırma İlişkisi

$H_0$  : Eczane sahiplerinin cinsiyeti ve ad-soyada göre adlandırma ile arasında bir ilişki yoktur.

$H_1$  : Eczane sahiplerinin cinsiyeti ve ad-soyada göre adlandırma ile arasında bir ilişki vardır.

Burada ki-kare değeri  $P= 0.086$  düzeyinde çıkmıştır. Ki-kare değeri,  $0.10 < P < 0.05$  aralığında alındığında anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir.

Tablo 16'da ki oranlara bakıldığında erkeklerin bayanlara oranla eczane adlarını adlandırırken kendi ad ya da soyadlarını daha fazla kaynak olarak kullandıkları söylenebilir.

Kurumsal çevrenin değerler ve inançlardan oluştuğunu ve kurumsal çevre beklentilerinin bu doğrultuda şekillendiğini daha önce belirtmiştik. Türk toplum yapısında, erkeklerin kendi soyadlarını bir kimlik olarak kullandığı genel bir kanıdır. Buradaki test sonucuna baktığımızda, bu tip bir bireysel etmenin, cinsiyetler arasında, eczane adlarını adlandırırken bir eşbiçimlilik ortaya koyduğu söylenebilir.

**Tablo 16: Eczane Sahibinin Cinsiyeti ve Ad-Soyada Göre Adlandırma**

	ad- soyada göre adlandırma		Toplam
	0	1	
Eczañesahibinin kadın % cinsiyeti	64,5% 538	35,5% 296	100,0% 834
erkek %	59,8% 304	40,2% 204	100,0% 508
Toplam %	62,7% 842	37,3% 500	100,0% 1342

### Ki-kare Testi

	Değer	df	test değerı
Ki-kare	2,940	1	,086
Olabilirlik Oranı	2,930	1	,087
Doğrusal ya da yarı doğrusal ilişki	2,938	1	,087
N sayısý	1342		

### 5.3.3.3 Eczane Sahibinin Cinsiyeti ve Sağlık Terimlerini Kullanarak Adlandırma İlişkisi

$H_0$  : Eczane sahiplerinin cinsiyeti ve sağlık terimi kullanarak adlandırma ile arasında bir ilişki yoktur.

$H_1$  : Eczane sahiplerinin cinsiyeti ve sağlık terimi kullanarak adlandırma ile arasında bir ilişki vardır.

Ankara merkez eczanelerinin 20 tanesi sağlık terimlerini kendilerine kaynak olarak kullanmışlardır. Ki-kare değerine baktığımızda,  $P=0.040$  değeri cinsiyetin sağlık terimlerini adlandırma da kaynak olarak alınması arasında bir ilişki olduğunu görülmektedir. Tablo 17’de ki oranlara bakıldığında ise, erkeklerin daha çok sağlık terimlerini kullandıkları sonucuna varılıyor.

**Tablo 17: Eczane Sahibinin Cinsiyeti ve Sağlık Terimleri Kullanarak Adlandırma**

	sağlık terimlerini kullanma		Toplam
	0	1	
Eczane sahibinin cinsiyeti	kadın %	99,0% 826	1,0% 8 100,0% 834
	erkek %	97,6% 496	2,4% 12 100,0% 508
Toplam	%	98,5% 1322	1,5% 20 100,0% 1342

### Ki-kare Testi

	değer	df	test değeri
KY-kare değeri	4,233	1	,040
Olabilirlik Oranı	4,068	1	,044
Doğrusal ya da yarı doğrusal ilişki	4,230	1	,040
N sayısı	1342		

#### 5.3.3.4 Eczane Sahibinin Cinsiyeti ve Soya Göre Adlandırma İlişkisi

$H_0$  : Eczane sahiplerinin cinsiyeti ve soya göre adlandırma arasında bir ilişki yoktur.

$H_1$  : Eczane sahiplerinin cinsiyeti ve soya göre adlandırma arasında bir ilişki vardır.

Araştırmamızda, eczane sahiplerinin eczaneleri adlandırırken kendi yakınlarının- çocukları, eşleri, akrabaları- adlarını kendilerine kaynak olarak aldığı bulgularına rastlanmıştır. Ki-kare testinin sonucu bu görüşü destekler niteliktedir. Kadınların eczaneleri adlandırırken 'İsim' kullanmak üzere, yakınlarının ya da çocuklarının adlarını kendilerine kaynak olarak kullandıkları görülmektedir. Tablo 18'de bu oran % 29 olarak verilmiştir. Bu sonuç, değerlerin ve inanışların bireysel seçimleri etkilediğinin bir göstergesidir. Türk kültüründe, çocuk kavramı önemli sayılan ve değer verilen bir olgudur. Örgütler, içinde buldukları ortamın toplumsal ve kültürel değerlerin etkilenirler. Kadınların eczane adı olarak kendi çocuklarının isimlerini seçmeleri bunun bir göstergesidir.

**Tablo 18: Eczane Sahibinin Cinsiyeti ve Soya Göre Adlandırma İlişkisi**

	soya göre adlandırma		Toplam	
	0	1		
Eczane sahibinin cinsiyeti	kadın %	71,0% 592	29,0% 242	100,0% 834
	erkek %	76,6% 389	23,4% 119	100,0% 508
Toplam	%	73,1% 981	26,9% 361	100,0% 1342

**Ki-kare Testi**

	değer	df	test değeri
Ki-kare değeri	5,020	1	,025
Olabilirlik Oranı	5,082	1	,024
Doğrusal ya da yarı doğrusal ilişki	5,016	1	,025
N sayısı	1342		

## SONUÇ

Çalışmamızın ilk bölümünde kurumsal kuram, kurum, kurumsallaşma, kurumsal çevre kavramları ortaya koyulmuş ve tartışılmıştır. Bu bölümde kurumların toplumsal olarak kurulan ve sürekli yeniden üretilen bir kurallar sistemi olduğu vurgulanmıştır.

Toplum tarafından oluşan bütün inançlar ve davranış tarzları kurum tanımının içinde yer almıştır. Kurumsallaşma ise, bir yapı veya yöntemin değerlerle yüklenmesidir. Bu değerler, örgütün ve bireylerin tutum, davranışlarını etkileme gücüne sahiptir. Kurumsallaşma süreci ise, toplumsal ilişkilerin sorgulanmadan alındığı süreç niteliğindedir.

Kurumsallaşma sürecinde, çevreden kuruma doğru yönelme ve kurum çevre ilişkisinin ön plana çıktığı belirtilmiştir. Örgütlerin, kurumsallaşmış olmaları, çevre tarafından kabul edilmiş ve süreklilik kazanmış olması anlamına gelir. Kurumsallaşma içerisinde, kurumsal çevre kavramı ön plana çıkar. Örgütler, varlıklarını sürdürmek için, kurumsal çevrenin kendinden beklentilerini, kendini benimsetme açısından değerlendirir ve kendi değerleri ile birleştirip bir bütün oluşturur.

Kurumsallaşma ve kurumsal çevre çözümlerinde, meşruiyet kavramı öne çıkmaktadır. Kurumsal kuram içerisinde, örgütlerin, çevreye uyumu sağlayacağı, meşru olacağı ve statü kazanacağı görüşü hakimdir. Örgütsel meşruiyet, sosyal aktörlerin sunduğu sosyal bir olgudur. Meşru örgüt ise, sosyal aktörlerin değerleri ve beklentileri ile paralellik gösteren değer ve eylemlere sahiptir.

Belirtilen sosyal çevre beklentileri ile örgütlerin meşruiyet kazanırken birbirlerine benzedikleri gözlenmiştir. Eşbiçimlilik benzeme adına yapılan eylemdir.

Bu çalışmada ise, temel olarak kurumsal eşbiçimlilik kavramına değinilmiştir. Dışsal faktörlere uyum ile eşbiçimlilik gösteren örgütler, meşruiyet kazanırlar ve çevre desteğiyle birlikte varlıklarını sürdürme şanlarını artırılar.

Meşruiyet kazanan örgütler, sosyal çevrenin beklentilerine uyumlu bir kimlik kazanmaya çalışırlar. Çalışmanın ikinci bölümünde, kurumsal kimlik kavramı ele alınmıştır. Örgütler, kendilerini kimlikleri doğrultusunda tanıtır ve dış dünya ile iletişimlerini sağlarlar. Örgüt kimliği içerisinde, örgütlerin kendilerini ifade etmelerini sağlayan bazı öğeler vardır. Örgütlerin kullandıkları adlar, bu öğelerden biridir.

Çalışmada, kurumsallaşma ve örgütsel kimliğin bir unsuru olan örgüt adları ve simgesel eşbiçimlilik tartışılmıştır. Örgüt adları, kurumsal alanda örgütün yerini belirler ve örgütün dahil olduğu alana aitlik kazandırır. Kurumsal kuram meşruiyet tanımları yaparken, bireylerin örgütü kavrayışının önemini belirtmiştir. Diğer taraftan, eşbiçimlilik gösterme ve devamında meşruiyet kazanmanın detayında, örgütsel kimliğin bir unsuru olan örgüt adları da kendi içerisinde meşruiyet kazanma adına eşbiçimlilik gösterirler. Burada bahsedilen olgu simgesel eşbiçimliliktir. Simgesel eşbiçimlilik, aynı kurumsal alanda, örgütlerin benzer simgesel niteliğe sahip olmaları ve sonrasında homojenlik göstermeleridir.

Çalışmada, simgesel eşbiçimliliği ölçmek üzere niceliksel bir araştırma yapılmıştır. Bunun için Ankara'da bulunan 1342 eczane adları kullanılmıştır. Bu çalışmada, kurumsal eşbiçimlilik olgusu Ankara'daki merkez eczanelerinin adları temel alınarak incelenmiştir. Bu incelemede eşbiçimliliğin çeşitli türleri- yerleşim yeri, ad-soyadı, sağlık ve soy- saptanmıştır. İncelemeler ve testler sonucunda, Ankara merkezde bulunan bazı semtlerde eczane adlarının simgesel eşbiçimlilik gösterdiği gözlenmiştir.

Eczane ad kaynaklarından yerleşim yeri ve sayısı az da olsa sağlık terimlerinin kaynak olarak kullanılması, eczacıların içinde buldukları mekan ve sektörü (sağlık), kullanarak kendini meşrulaştırdığının bir göstergesidir. Diğer bir

deyişle, yerleşim yeri ve sağlık terimlerinin kullanımı, kurumsal teorinin temel tezini destekler niteliktedir. Eczaneler, kurumsal baskılar veya meşru olma kaygısı ile bu tür adları seçmişlerdir.

Çalışmanın son bölümünde belirtildiği üzere, 'ad-soyad' ve 'soy' türleri en yaygın ad kaynağı olarak kullanılmıştır. Eczacılar eczanelerini adlandırırken kendi ad soyadlarını ya da çocuklarının veya yakınlarının adlarını seçmişlerdir. Bu ise, kurumsal teorinin aksini, kendini farklılaştırma, bireysel tercihlerin ön plana çıkarma eğiliminin bir göstergesidir.

Aynı zamanda cinsiyetin ad belirlemedeki etkileri belirtilmiş ve buna yönelik testler uygulanmıştır. Bu testlerin sonucunda, cinsiyetin ad belirleme ile bir ilişkisi olduğu saptanmıştır. Cinsiyetin ad belirlemedeki etkisi de dikkate alındığında, eczanelerin eşbiçimlilik göstermesinin sadece kurumsal değil, bireysel etmenlerinde rol aldığını söylemek mümkündür.

Yapılan çalışma kurumsal teorinin temel tezini destekler niteliktedir. Çalışmada kurumsal etkilere bağlı bir eşbiçimlilikten bahsedilmiştir. Fakat yapılan bu araştırma ile, kurumsal etkilerin yanı sıra, bireysel etkilerin de olduğu gözlemlenmiştir. Diğer taraftan, bu bireysel etmenler bile bir eşbiçimlilik göstermiştir. Bireysel etmenlerin gerisinde de kültürel kalıpların varlığı söz konusudur. Eczane sahiplerinin kendi adlarını (çoğunlukla erkeklerin) ya da çocuklarının adlarını vermeleri kökeninde daha önce belirtildiği gibi kurumsal (değersel) bir olguya sahiptir.



## **KAYNAKLAR**

Abraham, S. Luchins, E.H. Luchins, 1999, 'Isomorphism in Gestalt Theory: Comparison of Werthemier's and Köhler's Concepts', **International Society for Gestalt Theory and its Applications (GTA)**, 21, s.208-234.

Aldrich, H.E., St Fiol, C.M., 1994, 'Fools Rush in? The Institutional Context of Industry Creation', **Academy of Management Review**, 19, s.645-670.

Aydın, Mustafa, 1997, Kurumlar Sosyolojisi, **Vadi Yayınları**, Ankara.

Balmer, J.M.T, 1997, 'Corporate Identity: Past, Present, and Future', **Department of Marketing Working Paper Series**, 97/4, Strathclyde Üniversitesi, İngiltere.

Berger, Peter L., Luckman T., 1967, The Social Construction of Reality, **Doubleday**, New York.

Brown, A.D., Starley, K., 2000, 'Organizational Identity and Learning: A Psychodynamic Perspective', **Academy of Management Review**, 25, s.102-121.

Dacin, M.T.,1997, 'Isomorphism in context: The power and prescription of institutional norms', **Academy of Management Journal**, 40, s.46-81.

Daft, L., Richard, 1998, Organization Theory and Design, **International Thomson Publishing**.

Deephouse, D.L., 1996, 'Does isomorphism legitimate?', **Academy of Management Journal**, 39, s.1024-1039.

Demir, Ömer, 1996, Kurumcu İktisat, **Vadi Yayınları**, Ankara.

DiMaggio, P.J., Powell, W.W., 1983, 'The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields', **The New Institutionalism in Organizational Analysis**, 1991, University of Chicago Pres, Chicago, s.63-82.

DiMaggio, P. J., Powell, W.W., 1991, 'Introduction', **In W.W.Powell & P.J. DiMaggio (Eds.), The New Institutionalism in Organizational Analysis**, University of Chicago Pres, Chicago, s. 1-40.

Dobbin, F., 1995, 'The Origins of Economic Principles: Railway Entrepreneurs and Public in 19 th Century America', **The Institutional Construction of Organizations: 'International and Longitudinal Studies'**, 1995, Sage, Thousand Oaks-CA, s.277-301.

Dobbin, F., Dowd, T.J., 1997, 'How Policy Shapes Competition: Early Railroad Founding in Massachusetts', **Administrative Science Quarterly**, 42, s.501-529.

Elsbach, K., Kramer, R. M., 1996, 'Members' responses to organizational identity threats: Encountering and countering the Business Week rankings', **Administrative Science Quarterly**, 31, s.442- 476.

Giola, D., Schultz, M., Corley, K.G., 2000, 'Organizational Identity, Image and Adaptive Instability', **Academy of Managemet Review**, 24, s.63-82.

Glynn, M.A., Abzug, R., 2002, 'Institutionalizing identity: Symbolic isomorphism and organizational names', **Academy of Management Journal**, 45, p.267-280.

Glynn, M.A., Marquis C., 2003, 'Fred's Bank: How institutional norms and individual preferences legitimate organizational names', **Draft chapter for Artifacts and Organizations**, 2004, Lawrence Associates Inc.

Hung, S.C., Whittington, R., 1997, 'Strategies and Institutions: A Pluralistic Account of Strategies in the Taiwanese Computer Industry', **Organization Studies**, 18, s.551-575.

Jepperson, R.L., 1991, 'Institutions, Institutional Effects, and Institutionalism', **The New Institutionalism in Organizational Analysis**, University of Chicago Press, Chicago, s.143-163.

Ingram, P., 1996, 'Organizational form as a solution to the problem of credible commitment: The evolution of naming strategies among U.S hotel chains, 1986-1980', **Strategic Management Journal**, 17, s.507-219.

Katz, D., Kahn, R.L, 1978, *The Social Psychology of Organizations*, 2.Baskı, **John Willy & Sons**, New York.

Meyer, J.W., 1994, 'Rationalized Environments', **Institutional Environments and Organizations** , Sage, Thousand Oaks-CA, s.28-54.

Meyer, J.W., Rowan, B., 1977, 'Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony', **American Journal of Sociology**, 83, s.440-463.

Meyer, J.W., Scott, W.R., 1983, **Organizational Environments- Rituals and Rationality**, Sage, Beverly Hills-CA.

Meyer, J.W., Boli, J., Thomas, G.M., 1994, 'Ontology and Rationalization in the Western Cultural Account', **Institutional Environments and Organizations**, Sage, Thousand Oaks-CA, s.9-27.

Nielsen, E., Rao, M., 1987, 'The Strategy-Legitimacy Nexus: A Thick Description', **Academy of Management**, 12, s.523-533.

Okay, A., 1999, 'Kurum Kimliği', **Gazi İletişim Fakóltesi Akademik Dergisi**, 2 , s.167-183, Ankara.

Olins, W., 1990, ' The Wolf Olins Guide to Corporate Identity', Revised Edition, **Black Bear Pres**, Londra.

Oliver, C., 1991, 'Strategic Responses to Institutional Processes', **Academy of Management Review**, 16, s.145-149.

Ozen, Ő., 2002, 'Bağlam, Aktör, Söylem ve Kurumsal Değişim: Türkiye'de Toplam Kalite Yönetiminin Yayılım Süreci', **Yönetim Araştırmaları Dergisi**, 2, s.47-90.

Perrow, C., 1986, Complex Organizations, 3.Baskı, **Random House**, New York,.

Powell, W.W., 1991, 'Expanding the Scope of Institutional Analysis', **The New Institutionalism in Organizational Analysis**, University of Chicago Pres, Chicago, s.183- 203.

Ruef, M., Scott, W.R., 1998, 'A Multidimensional Model of Organizational Legitimacy: Hospital Survival in Changing Institutional Environments', **Administrative Science Quarterly**, 43, s.877-904.

Scott, S. G., Lane, V.R., 2000, 'Fluid, Fractured and Distinctive? In Search of a Definition of Organizational Identity', **Academy of Management Review**, 25, s.141-153.

Scott, W.R., 1983a, 'Introduction: From Technology to Environment', **Organizational Environments- Rituals and Rationality**, Sage, Londra, s.13-17.

Scott, W.R., 1983b, 'The Organization of Environments: Network, Cultural & Historical Elements', **Organizational Environments- Rituals and Rationality**, Sage, Londra, s.155-175.

Scott, W.R., 1987, 'The Adolescence of Institutional Theory', **Administrative Science Quarterly**, 32, s.493- 511.

Scott, W.R., 1991, 'Unpacking Institutional Arguments', **The New Institutionalism in Organizational Analysis**, University of Chicago Pres, Chicago, s.164-182.

Scott, W.R., 1995, **Institutions and Organizations: Attempting a Theoretical Synthesis**, **Thousand Oaks-CA**.

Scott, W.R., 1998, **Organizations: Rational, Natural and Open Systems**, 4. Baskı, **Prentice-Hall**, Engelwood Cliffs-NJ.

Scott, W.R., Meyer, J.W., 1983, 'The Organizations of Societal Sectors: Propositions and Early Evidence', **The New Institutionalism in Organizational Analysis**, University of Chicago Pres, Chicago.

Selznick, P., 1953, **TVA and the Grass Roots**, 2. Basım, **University of California Pres**, Berkeley- Los Angeles.

Selznick, P., 1957/1984, **Leadership in Administration**, **University of California Pres**, Berkeley- Los Angeles.

Selznick, P., 1996, 'Institutionalism 'Old' and 'New'', **Administrative Science Quarterly**, 41, s.270-277.

Suchman, M.C., 1995, 'Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches', **Academy of Management Review**, 20, s.571-610.

Tolbert, P.S., Zucker, L.G., 1983, 'Institutional Sources of Change in the Formal Structure of Organizations: The Diffusion of Civil Service Reform, 1880-1935', **Administrative Science Quarterly**, 28, s.22-39.

Weber, M. (Çev: Ozankaya, Ö), 1922/1995, Toplumsal ve Ekonomik Örgütlenme Kuramı, **İmge Kitapevi Yayınları**, Ankara.

Zucker, Lynee, G., 1987, 'Institutional Theories of Organizations', **Annual Review of Sociology**, 13, s.443-464.