

Aile İşletmelerinde Yöneticilik Algısının Kurumsallaşma Üzerindeki Etkisi¹

The Effect Of Management Perception On Institutionalization In Family Businesses

ÖZET

Kurumsallaşma, işletmelerin kişilerin varlıklarına bağımlı olmadan faaliyetlerini ve varlığını sürdürebilmesi olarak ifade edilmektedir. Ülkemizde aile bireyleri ve KOBİ'lerin büyüme ve devamlılığının sağlanmasında kurumsallaşmaya ve beraberinde etkili bir yöneticiye ihtiyaç duyulmaktadır. Bu tezin amacı aile işletmelerinde yöneticilik algısının kurumsallaşmada ne derecede etkisinin olup olmadığının araştırılmasıdır.

Araştırma kapsamında Kahramanmaraş ilinde imalat sanayinde faaliyet gösteren aile işletmelerine anket uygulanmıştır. Çalışanların yöneticilik algısını ölçmede kuantum liderlik ölçeği, kurumsallaşma algısını ölçmede ise kurumsallaşma ölçekleri kullanılmıştır. Veriler SPSS ve AMOS ile analiz edilmiştir. Yapılan çalışma sonucunda aile işletmelerinin kurumsallaşma düzeyinde etkili bir yönetici ihtiyacının belirleyici olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Aile İşletmesi, Yöneticilik, Kurumsallaşma

ABSTRACT

Institutionalization is defined as the ability of businesses to continue their activities and existence without being dependent on people's assets. In our country, institutionalization and an effective manager are needed to ensure the growth and continuity of family members and SMEs. The aim of this thesis is to investigate whether the perception of management has an impact on institutionalization in family businesses.

Within the scope of the research, a survey was applied to family businesses operating in the manufacturing industry in Kahramanmaraş province. Quantum leadership scale was used to measure employees' perception of management, and institutionalization scales were used to measure their perception of institutionalization. Data were analyzed with SPSS and AMOS. As a result of the study, it was determined that the need for an effective manager is a determining factor in the institutionalization level of family businesses.

Keywords: Family Business, Manager, Institutionalization

GİRİŞ

Aile işletmeleri, faaliyetleri nedeniyle gelişmişlikleri ile ülkemizde önemli bir yere sahiptir. Aileler ulusal ekonominin birimidir ve bir araya gelerek toplumda ekonomik faaliyetlerde bulunabilirler. Bu yüzden ekonomi ile sürekli etkileşim halindedir. Günümüzde aile, yalnızca evin dört duvarı arasında olup bitenler ile değil, aynı zamanda ülke refahı üzerinde etkisi var olan tüm sosyal kurum ve kuruluşlar ile ilgili bir ünite olarak işlenmektedir (Gönen ve Özgen, 2001:1). İşletmeler hem insanların ihtiyaçları olan mal ve hizmet sağlamak için, hem de yaratmış oldukları iş olanakları sayesinde ekonomiye kattığı etkiler önemlidir. 20.yy. ile beraber dünya ekonomisini içine alan bir gelişme ile aile işletmeleri ekonomiye katkı sağlamaktadır (Çatal ve Korkmaz, 2020: 179).

Dünya çapında olduğu gibi Türkiye'de de aile işletmelerinin sayısı gün geçtikçe artmakta ve söz konusu işletmelerin yönetimlerinin ikinci kuşağa aktarılırken bir takım sorunlar ile karşı karşıya kalmaktadır. İşletme biliminin en kapsamlı konularından olan aile işletmeleri, yapısı gereği kurucusunun hem işletme sahibi olup hem de yönetim gücüyle ilgilenmekte, aile bireylerinin çalışarak iç içe olmasından kaynaklı operasyonel ve stratejik sorunları, yönetimde karmaşıklık artırarak aile işletmelerini sıkıntılı hale sokmaktadır. Aile işletmelerinin bu denli sıkıntılarla karşılaşması, uzun soluklu işletme olamamalarının başında kurumsallaşamama sorununu ortaya çıkarmaktadır. Aile bireylerinin yönetime katılması, kuşaklara aktarımda kime aktarılacağı sorunu, aile sorunlarının işletmelere dahil olması gibi birçok nedenler aile işletmelerinin devamlılığını sağlanmasında sorunlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde işletmeler yönetim anlayışı olarak dinamik ve karmaşık yapılardan meydana gelmektedir. En önemli faktörü insan olması ile örgüt içerisindeki katkılarını örgütün devamlılığının sağlanmasında aktif olarak karşımıza çıkmaktadır. Örgütte yönetimin başarısı tüm bireyleri ve birimleri etkilemektedir. Aile işletmelerinde liderlerin yönetimde etkin olmasının kurumsallaşma adımı düzen ve programın olumlu olduğuna işaret etmektedir. Kurumsallaşma işletmeyi düzen çerçevesinde yönetici ile beraber ileriye taşımayı hedeflemektedir. Yöneticinin işletmeyi kurumsallaştırması çalışanlardaki belirsizlik algısının azalmasında etkili olmaktadır.

Nurbanu Gedik² 
Ömer Okan Fettahhoğlu³ 

How to Cite This Article
Gedik, N. & Fettahhoğlu, Ö.O. (2023). "Aile İşletmelerinde Yöneticilik Algısının Kurumsallaşma Üzerindeki Etkisi", International Academic Social Resources Journal, (e-ISSN: 2636-7637), Vol:8, Issue:56; pp:4504-4515. DOI: <http://dx.doi.org/10.29228/ASRJOURNAL.74638>

Arrival: 18 October 2023
Published: 29 December 2023

Academic Social Resources Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

¹ Bu çalışma Doç.Dr. Ömer Okan FETTAHLIOĞLU danışmanlığında yürütülen Nurbanu GEDİK tarafından hazırlanan, KSÜ Bap birimi tarafından desteklenen yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

² Doç.Dr. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, Kahramanmaraş, Türkiye, ORCID No: 0000-0002-0621-1699

³ YL Öğr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme ABD, Kahramanmaraş, Türkiye, ORCID No: 0009-0006-3116-6806

Aile işletmelerinin, yöneticilik algısı ile devam etmeleri misyon ve vizyonuna yönetim stratejilerinin eklenmesi ile çalışanların uyum içerisinde katkı sağlamları amaçlanmaktadır. Yönetici, belirlenen hedefe erişebilmek adına ortamda yaşanan gelişmelerin dikkate alınması emri karşısında beşeri ve maddi üretim faktörlerine yönlendirebilen ve emri altında bulunan kaynakların iyi kullanımından sorumlu olan bireyi ifade etmektedir. Örgüt hedeflerine erişebilmek için üretim organizasyonu oluşturan ve gerekli iş görevleri istihdama katan bireyler yöneticilerdir (Elbeyli Koç, 2023: 31). Kurumsallaşmada ise işletmelerin profesyonel kişiler tarafından hızlı rekabet ortamlarında alınacak kararların daha çabuk alınmasını, değişimlere ayak uydurmaları, çalışanların kafa karışıklığının giderilerek işletmede sürekliliğin sağlanması hedeflenmektedir.

TEORİK ÇERÇEVE

Aile işletmeleri, dünyanın en eski işletmelerinin kuşaklar aracılığı ile günümüzde organizasyon olma şeklidir. Ailenin ön planda olduğu ve aile özelliklerinin kurum kimliğinde yer aldığı özel kuruluşlardır (Yücel ve Özkalan, 2012: 249). Günümüzde geline son noktada aile şirketleri denildiğinde, geçmişi çok olan ve ekonominin temel taşı olarak görülen işletmeler aklı gelmektedir. Tanımlamalarında genelde servet mülkiyetinin korunması, yönetimin tek elde tutulması, kan bağı gibi unsurlardan söz edilmektedir. İş ve ailenin birleştirildiği şirketlerdir. Aile işletmesi kavramını ailenin serveti açısından değerlendiren Karlöf (1993)'e göre aile işletmeleri; "Ailenin servetini dağıtmamak üzere bir arada tutmak için kurulmuş olan özel bir işletme biçimidir" tanımdan da görüleceği üzere aile işletmesi, özellikle mirasın taksim edilmesi sonucu malların parçalanmasını önlemek veya aile başkanının hayatta olduğu dönemdeki iktisadi düzeni devam ettirmek ve böylelikle aile topluluğunu başkanın ölümü sonucu mali sıkıntı ve sarsıntılara uğratmamak amacı ile kurulan ortaklıktır (Köprülü ve Koneti, 1989: 64). Birçok tanımlamalar incelendiğinde; bir veya daha fazla aile bireylerinin sahipliğinin bulunması ve işletmenin faaliyetleri üstündeki etkiye ve kontrole sahip işletmelere aile işletmeleri denilmektedir.

Aile işletmeleri ticari hayatın bel kemiği olduğundan hayata olan sosyoekonomik katkısı önem arz etmektedir. 1950'lilere dayanan aile işletmesi geçmişi 90'lı yıllardan sonra akademik olarak işletme literatüründe yer aldığı görülmektedir (Çalışkanel, 2018: 9). Aile işletmelerinde genel amaç, çoğunlukla aileye daha iyi bir gelecek sağlama arzusudur. Bu arzu ise aile işletmelerinin vizyonunu belirlemektedir (Akça, 2010: 4).

Aile işletmelerinin yapılanmasının temelinde, ailenin iş yapması ve bir işletme kurması hedeflenmektedir. Temelinde aile birliğinin yer aldığı bu yapıda, girişimcinin belirli bir mülkiyet oranıyla kurduğu işletmenin yönetilmesinin sağlanması yer almaktadır (Yolaç ve Doğan, 2011: 86). Dünyanın değişik yerlerinde etkinlik gösteren aile işletmelerini kültürel ve yapısal olarak birbirinden ayırmak muhtemel olmakla birlikte, bazı noktalarda ortak yönlerinin de bulunduğu söylenebilir (Baykal, 2004: 86).

Aile işletmelerinde kurumsallaşma denildiğinde; vizyon, misyon ve değerler manevi yönünü oluştururken, sistem ve prosedürler maddi yönünü oluşturmaktadır. Aile işletmesinde kurumsallaşmaların olumlu ve olumsuz yönde ifade edileceği kavramlar vardır. Kavramların uygun ifade edilerek belirlenmesi, firmanın sistemleri ve çalışanların ortama katacağı aktiflik işletmenin belli bir sistem içerisinde yönetilmesine imkân verecektir (Türk, 2007: 38). Devamlı başarı için kurumsal bir yapı gerekmektedir.

Aile işletmelerinin kuşaktan kuşağa aktarılmasını ve uluslararası düzeye gelebilmesi için aile işletmesinin kurumsallaştırılması gerekmektedir. Tüm aile şirketlerinde işlerin nasıl yürütüleceğini belirleyen yazılı ve yazılı olmayan kurallar vardır. Aile anayasası oluşturmak için öncelikle işletmenin bir kimliğe kavuşturulması gerekmektedir. Aile işletmelerinde aile anayasası, ailenin misyonu ve stratejik hedeflerine ulaşmasında ailenin kendi arasındaki ve kuruluş ait sorunların tespit edilmesi ve çözüm önerileri üretmesini sağlayan, aile şirketlerinin sürekliliğini etkileyecek yazılı metinlerdir (Özuysal, 2006: 21). Aile işletmelerinde ki aile anayasaları işletmelerin devamlılığını ve kurumsallaşmasını sağlayan araçlardır.

Gerek toplumsal değişiklikler, gerekse de pazar çevrelerinin gelişmesi işletmeleri kurumsallaşmaya yöneltmektedir (Demir, 2022: 24). İşletmelerin giderek artan rekabet ve küreselleşme ortamında ayakta kalabilmeleri, gelişebilmeleri, varlıklarını sürdürebilmeleri ve gelecek nesillere aktarabilmeleri, hızlanan iletişim ağına, kurumsallaşmış bir işletme düzeyine ulaşabilmeleri bir zorunluluktur. Kurumsallaşma, bireylerden bağımsız şekilde kurallar ve standartlar belirleyerek değişen koşullara uygun yapılar kurma sürecidir (Güler, 2022: 42). Diğer bir ifade ile, bir işletmenin, kurumun ya da kuruluşun bireylere bağlı olmaksızın faaliyetlerini sürdürebilmesi ve geliştirebilmesini sağlayan yapıya kavuşturulması işlemdir. Çevrenin değişimlerinin sonucunda artmış rekabetle başa çıkabilmek ve iletişim hızından olumsuz etkilenmemek için kurumsallaşılmalı, sürdürülebilirliğini sağlayabilmek için doğru adımlar ve zamanlarda gerekli hazırlıkları yaparak işletmeyi korumak gerekmektedir. Kurumsallaşma tam da burada tüm değişimlere yanıt vererek çevreye uyum sağlamaya yardımcı olur (Çalışkanel, 2018: 25).

İleriye dönük plan yapmak, geleceğe yönelik stratejiler belirleme kurumsallaşma için önemlidir. Bugünden konum alan işletmeler istikballeri düşünmektedirler. Böylelikle kurumsallaşmamış işletmeler sadece günlük işletmeler olup, ileriye gidemeyen, yeniliğe ve gelişmelere katılmayan, faaliyetlerini bugün odaklı yaşayan işletmeler olmaktadır (Belikli, 2022: 13).

Kurumsallaşma işletme açısından, belli kurallar çerçevesinde ölçümlenebilen, prosedürlere bağlı yönetim ilkeleriyle yönetilen, bireylerden çok bağımsız yürütülen ve değişen çevreyi gözlemleyerek kendisine işlerlik kazandıran, işletmenin kendine has kültürü ile iş yapışına hakim olunan yapıyı ifade eder (Cevher, 2014: 25). Kurumsallaşmanın asıl sebebi belirli bir sistem ve tüm bireylerin anlayabileceği dil yaratmaktır. İşletmenin ayakta kalabilmesi için yenilikleri açık olması kurumsallaşma için en gerekli kavramlardandır (Kobal ve Yıldırım, 2016: 100).

Manisalı Darman (2012)'a göre, aile işletmelerinin kurumsallaşmada karşılaştığı sorunlar olarak, çocukların yönetimde çalışması için gerekli kariyer planı yapmama, aile sorunlarını işe karıştırma, aile anayasasının ilk girişimci anında hazırlanmaması, yazılı olarak alınan kararlara uyulmaması, hızlı karar alıp çabuk vazgeçme, kayıt dışı çalışmalar yapması, detaylara takıp önemli konuların üzerinde durulmaması, uzun vadeli stratejik planların yapılmaması, muhasebe kayıtlarını sadece vergi amaçlı tutulması, yeterli ve dengeli iç denetim ve kontrolün yapılmaması gibi nedenlerdir.

Araştırma Yöntemi, Amacı ve Önemi

Bu araştırma, kuantum liderlik modeli kullanılarak yöneticilik algısının kurumsallaşma üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik olduğundan Kahramanmaraş ilinde imalat sanayi sektöründe faaliyet gösteren ve aile işletmesi olan firma çalışanları üzerinde anket uygulaması yapılmış ve elde edilen bulgular analize tabi tutulmuştur. Çalışmanın ana konusu yöneticilik algısının kurumsallaşma üzerinde bir etkisinin olup olmayacağını belirlemeye yöneliktir. Kuantum liderlik işletmelerde yöneticilik üzerinde liderlik kavramlarından daha farklı sonuçlar ortaya çıkardığından, araştırma soruları için kuantum liderlik yaklaşımında yöneticilik özellikleri ve aile işletmelerinin gerekli yeteneklerinin belirlenmesi için çalışma yapılmıştır. Aile işletmelerinin kurumsallaşmadan beklentilerini ortaya koyması, hangi kavramlarla anlatılsa bile orta ölçekli aile işletmelerinin yönetsel sorunlarının anlaşılacak, önceliklerin belirlenmesine ve çözüm yollarını üretmesine katkıda bulunacağı düşünülerek araştırılmıştır. Belirlenen değişkenlerin incelenerek farklı açılarla sınıflandırılması, hangi alanlarda eksiklerin belirlenerek geliştirilmesi açısından da eksiklerin ortaya çıkmasına olanak sağlayacaktır.

Aile işletmeleri sosyal ve ekonomik gelişmelere önderlik eden, işletmelerin çoğunluğunu oluşturan yapılardır. Bu yapılar işletmenin nasıl süreklilik sağladığı, nasıl gelişerek kurumsallaştığı, kurumsallaşırken hangi sorunlar ile karşı karşıya kalıp bunları tespit ettiği ve devamlılığını sağlamak için önemlidir.

Aile işletmelerinin kurumsallaşması ile beraberinde gelen değişim, çalışanların motivasyonunu arttırmakla beraber örgütün canlılığı açısından oldukça önemlidir. İşletmelerde çalışanların aktif olması motivasyonlarını belirler. Aile işletmeleri de yaşayan canlı gibi ifade edilerek onların değişime ihtiyacı olduğunu ortaya koymaktadır.

Aile işletmelerinde duygusallığın öne çıkması ile kurumsallaşma sorununu beraberinde getirmektedir. Bu sorun ile beraber tutarlı, kararlı ve bilinçli bir şekilde hareket ederek sistemli bir kurumsallaşma yapısı kurulması gerekir. Kurumsallaşan aile işletmeleri diğer işletmelere göre farklılık yaratarak diğer işletmelere de yol gösterici konuma gelmektedir. Ülkemizde aile işletmeleri işletmelerin çoğunluğunu oluşturmaktadır. Bu nedenle kurumsallaşma süreci yaşayıp başarılı bir şekilde idame ettirilen aile işletmeleri diğer aile işletmelerine yol gösterici konumuna gelmektedir.

Araştırma Kapsamı, Evreni ve Örneklemi

Bir araştırma sürecinde, araştırma problemine uygun araştırma yönteminin belirlenmesinden sonra, araştırma evreninin belirlenmesi ve bu evrenden örneklemi seçilmesi aşaması gelir (Özen ve Gül, 2007: 394). Araştırmada zaman, ulaşım ve maliyet güçlüklerinden dolayı örneklem seçimi yoluna gidilmiştir. Bu araştırma Kahramanmaraş ilinde yer alan, araştırmaya katılmayı kabul eden 1.278 imalat sanayisi sektöründe görev yapan 59.639 kişiden %95 güven aralığına göre en 382 çalışan üzerinde uygulanan 400 anket formu tekniği ile elde edilen verilerin analiz edilmesiyle gerçekleştirilmiştir.

Bu araştırma, araştırmanın yapıldığı dönem (Mayıs 2023-Haziran 2023) ile sınırlıdır. Katılımcıların kendi görev yaptıkları kurum hakkında subjektif yargılar taşımalarının söz konusu olmasından dolayı objektif olmaları beklenilmemektedir. Dolayısıyla insan unsuru araştırmanın sınırlılıklarından birini oluşturmaktadır. Araştırmada yer alan değişkenlerle ilgili bulgular verilerin toplanmasında kullanılan örnekleme göre değişiklik gösterebilir. Dolayısıyla araştırmanın bulguları verilerin toplandığı örneklem ile sınırlıdır. Araştırma farklı sektörlerde uygulandığında farklı sonuçların elde edilmesi olasılığı mevcuttur. Araştırmaya katılanların iş yoğunlukları nedeniyle sorulara gerekli önemi verememiş olma olasılığı anket sonuçlarına yansımış olabileceği unutulmamalıdır. Araştırma sonuçları, araştırma kapsamında yararlanılan ölçeklerden elde edilen veriler ile sınırlıdır.

Tablo 1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

<i>Demografik Özellikler</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>Demografik Özellikler</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
Cinsiyet			Medeni Durum		
Erkek	259	62,3	Evli	237	57,0
Kadın	157	37,7	Bekâr	179	43,0
Toplam	416	100	Toplam	416	100
Yaş			Eğitim Durumu		
25 yaş altı	39	9,4	Orta Öğretim	42	10,1
26-30	96	23,1	Lise	151	36,3
31-35	123	29,6	Ön Lisans	97	23,3
36-40	105	25,2	Lisans	116	27,9
41-45	36	8,7	Yüksek Lisans	8	1,9
66 yaş ve üstü	17	4,1	Doktora	2	0,5
Toplam	416	100	Toplam	416	100
Çalışma Süresi					
1 yıldan az	35	8,4			
1-5 yıl	128	30,8			
6-10 yıl	137	32,9			
11-15 yıl	89	21,4			
16 yıl ve üzeri	27	6,5			
Toplam	416	100			

Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri incelendiğinde; çalışmamıza dahil edilen katılımcıların %62,3 erkek (n=259), %37,7'si kadın (n=157), %57 evli, %43'ünün bekar olduğu saptandığı ortaya çıkmış, çalışanların çoğunu erkek katılımcıların oluşturduğu ortaya çıkmaktadır. Çalışmaya katılan kişilerin yaşları incelendiğinde yaş aralığının en yüksek oranda 31-35 yaş arasında olduğu saptandı. 66 ve üzeri yaş aralığında ise %45 oran ile en düşük oran saptandı. Eğitim durumu incelendiğinde, çalışanların %36,3'ü lise mezunu, %27,9 lisans mezunu, %23,3 önlisans mezunu, %10,1 ilköğretim mezunu, %1,9 yüksek lisans mezunu, %0,5 doktora sahibi mezunu olduğu ortaya çıkmış, çalışan katılımcıların çoğunu lise mezunlarının meydana getirdiği çıkmaktadır. Çalışmaya katılan kişilerin işletmelerdeki çalışma süreleri incelendiğinde %8,4'ünün 0-1 yıl arasında çalıştığı, %63,7'sinin 1-10 yıl arasında çalıştığı, %27,9'unun 10 yıl ve üzeri süre çalıştığı saptanarak imalat işletmelerinde akış süreci devamlı değiştiği için çalışan sürelerin 1-10 yıl arasında çoğunluk oluşturduğu karşımıza çıkmaktadır.

Veri Toplama Araçları ve Yöntemleri

Bu araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden faydalanılmıştır. Öncelikle anket uygulaması adına anket hizmeti sağlayıcısı profesyonel bir firmadan hizmet satın alımı yapılmış ve anket formlarının doldurulması sağlanmıştır. Bu aşamada imalat işletmelerinin insan kaynakları birimi ile de iletişime geçilmiş ve anket formu onlara gönderilerek incelemeleri ve anket formlarını çalışanlar ile birlikte anketör personeli ile doldurmaları talep edilmiştir.

Araştırmada uygulanan anketler üç bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde; katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin açık uçlu soru önermeleri yer almaktadır. İkinci bölümünde; yöneticilik algısını ölçen 48 ifadeli, 9 alt boyutlu ölçek, üçüncü bölümde ise kurumsallaşmayı ölçen 24 ifadeli tek boyutlu ölçek kullanılmıştır. Araştırma kapsamında yöneticilik algısını literatürde geniş bir açıdan ölçmesi bakımından kuantum liderlik ölçeği kullanılmıştır. Söz konusu ölçek, Konan ve Mermer (2021) tarafından geliştirilmiş bir ölçek olup 24 maddeden oluşmaktadır. Tek faktörlü bir yapıdadır. Araştırmacı tarafından ölçeğin orijinal iç tutarlılık katsayısı .965 olarak hesaplandığı ifade edilmiştir. Araştırmada kullanılan ikinci ölçek ise, kurumsallaşma ölçeğidir. Kurumsallaşma ölçeği, Aylan ve Koç (2017) tarafından geliştirilmiştir. Söz konusu ölçek 48 soru önermesinden oluşmaktadır. Ölçekte yer alan 1-3 arası soru önermesi "işletme anayasası", 4-10 arası soru önermesi "profesyonelleşme", 11-17 arası soru önermesi "formel örgüt yapısı", 18-22 arası soru önermesi "yetki devri ve yetkilendirme", 23-29 arası soru önermesi "Stratejik Planlama Süreci", 30-33 arası soru önermesi "Yönetim Anlayışı ve Yönetime Katılma", 34-36 arası soru önermesi "Karar Alma Şekli", 37-43 arası soru önermesi "Etkin Bir İletişim" ve son olarak 44-48 arası soru önermesi "İç Denetim Faaliyetleri (Hesap Verebilirlik)" olarak isimlendirilmiş 9 alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçek orijinali, Uyum İyiliği İndeksi (GFI) :0,903 < 0,90 olduğu için kabul edilebilir seviyede bir uyumu, Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (CFI): 0,906 < 0,90 olduğu için kabul edilebilir düzeyde bir uyumu ve Kök Ortalama Kare Yaklaşım Hatası (RMSEA): 0,044 < 0,10'dur.

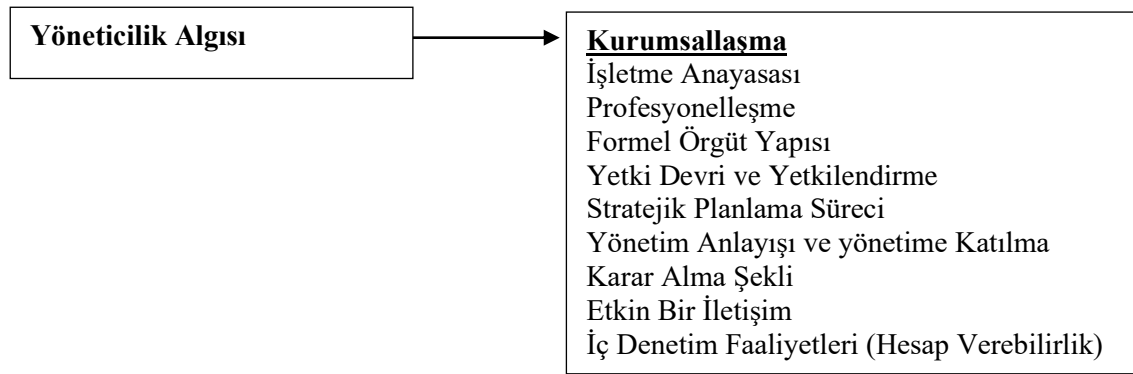
Verilerin Analizi ve Bulgular

Bu araştırmanın ana amacı; aile işletmelerinde yöneticilik algısının kurumsallaşma üzerinde etkisinin olup olmayacağını olmadığını ortaya çıkarmaktır. Bu araştırmanın ana amacı doğrultusunda oluşturulan araştırmanın temel hipotezleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır.

H1: Yöneticilik algısı ve alt boyutları ile kurumsallaşma arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Yöneticilik algısı ve alt boyutları kurumsallaşma üzerinde pozitif yönlü bir etkisi vardır.

Araştırma kapsamında ele alınan değişkenlerin yer aldığı modeli aşağıdaki gibi şekil yardımıyla gösterebiliriz.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Faktör Analizi ve Güvenirlilik Bulguları

Faktör analizi öncesinde verilerin uygunluğunun değerlendirilmesi adına Kaiser Meyer Olkin katsayısı ve Bartlett Sphericity testi sonuçları incelenmiştir. Soru önermelerin iç güvenirliliği için de Cronbach's Alpha değerlerine bakılmıştır. Kurumsallaşma Ölçeği KMO ve Bartlett sonuçları incelendiğinde KMO: ,981, Ki-Kare: 12210,485, Sd: 1128 ve p:.,000 olarak tespit edilmiştir.

Kurumsallaşma Ölçeği ve soru önermelerine yönelik faktör analizine bakıldığında, kurumsallaşmanın 9 alt boyutu olduğu, bu boyutlardan İşletme Anayasası alt boyutunun (1-3 arası soru önermesi) sırası ile ,681; ,680 ve ,677 değerlerinde faktör yükü aldığı ve varyansın 47,678'sini açıklayabildiği, Profesyonelleşme alt boyutunun (4-10 arası soru önermesi) sırası ile ,790; ,747; ,796; ,727; ,796; ,718 ve ,783 değerlerinde faktör yükü aldığı ve varyansın 2,216'ini açıklayabildiği, Formel Örgüt Yapısı alt boyutunun (11-17 arası soru önermesi) sırası ile ,716; ,780; ,787; ,711; ,702; ,783 ve ,756 değerlerinde faktör yükü aldığı ve varyansın 2,154'ini açıklayabildiği, Yetki Devri ve Yetkilendirme alt boyutunun (18-22 arası soru önermesi) sırası ile ,706; ,710; ,790; ,792 ve ,781 değerlerinde faktör yükü aldığı ve varyansın 1,956'ini açıklayabildiği, Stratejik Planlama Süreci alt boyutunun (23-29 arası soru önermesi) sırası ile ,727; ,715; ,776; ,705; ,741; ,735 ve ,710 değerlerinde faktör yükü aldığı ve varyansın 1,921'sini açıklayabildiği, Yönetim Anlayışı ve yönetime Katılma alt boyutunun (30-33 arası soru önermesi) sırası ile ,725; ,787; ,703 ve ,792 değerlerinde faktör yükü aldığı ve varyansın 1,886'ini açıklayabildiği, Karar Alma Şekli alt boyutunun (34-36 arası soru önermesi) sırası ile ,732; ,779 ve ,791 değerlerinde faktör yükü aldığı ve varyansın 1,801'ini açıklayabildiği, Etkin Bir İletişim alt boyutunun (37-43 arası soru önermesi) sırası ile ,781; ,799; ,715; ,799; ,784; ,765 ve ,767 değerlerinde faktör yükü aldığı ve varyansın 1,732'ünü açıklayabildiği, ve son olarak İç Denetim Faaliyetleri (Hesap Verebilirlik) alt boyutunun (44-48 arası soru önermesi) sırası ile ,798; ,723; ,708; ,772 ve ,718 değerlerinde faktör yükü aldığı ve varyansın 1,658'ini açıklayabildiği tespit edilmiştir. Bu nedenle de her bir faktör grubunun yeterli düzeyde faktör yükleri aldıkları düşünülerek, hiçbir soru önermesi analiz dışında bırakılmamıştır.

Yöneticilik algısı ölçeği KMO ve Bartlett Sonuçlarına göre, KMO: 976; Ki-Kare: 5515,977, Sd: 276 ve p:.,000 olarak tespit edilmiştir. Yöneticilik algısı soru önermeleri incelendiğinde, 24 maddenin tek bir faktör grubu içinde yer aldığı görülmektedir. Soru önermelerinin almış olduğu faktör yükleri sırası ile ,630; ,699; ,679; ,691; ,667; ,710; ,671; ,767; ,718; ,737; ,721; ,701; ,725; ,714; ,716; ,699; ,692; ,670; ,683; ,670; ,777; ,702; ,764 ve son olarak ,748 değerlerinde faktör yükü aldıkları tespit edilmiştir. Yine yöneticilik algısı soru önermelerinin de yeterli düzeyde faktör yükleri aldıkları düşünülerek, hiçbir soru önermesi analiz dışında bırakılmamıştır.

Analize dahil edilen yönetici; kişiyi dikkate alarak performans ve zaman değerlendirmesi yapar, değişen ve gelişen koşullarda belirsizlikle ortaya çıkacak karışıklıkları yönetebilecek düzeydedir, çevredeki değişikliklere açık olunmasını gerektiğini vurgular ve değişimlere ve değişikliklere uyulması gerektiği kanaatindedir. Çalışanlara bir bütünün parçası olduklarını hissettirir. İşletmenin ilerlemesini bir faktör olarak risk almayı görür. Her çalışanı lider olarak görür ve gerektiği zaman liderliği devreder. Çalışanların yeteneklerinin öne çıkmasına olanak sağlayarak her çalışanı ayrı değerlendirmeyi sağlar.

Tablo 2. Araştırmanın Değişkenlerine İlişkin Güvenirlilik Analizi Sonuçları

Kullanılan Ölçekler	Önerme Sayısı	Cronbach's Alpha Katsayıları (α)
Yöneticilik Algısı	24	,956
Kurumsallaşma Algısı Genel	48	,977
Kurumsallaşma Algısı Alt Boyutları		
İşletme Anayasası	3	,609
Profesyonelleşme	7	,852
Formel Örgüt Yapısı	7	,854
Yetki Devri ve Yetkilendirme	5	,796

Stratejik Planlama Süreci	7	,860
Yönetim Anlayışı ve Yönetime Katılma	4	,734
Karar Alma Şekli	3	,696
Etkin Bir İletişim	7	,845
İç Denetim Faaliyetleri (Hesap Verebilirlik)	5	,812

Güvenilirlik katsayısını hesaplamak için kullanılan yöntemlerden birisi Cronbach's Alfa katsayısıdır. Test maddeleri arasındaki ikili korelasyondan hesaplanan iç tutarlılık katsayısına da denilmektedir. Cronbach's alfa katsayısı 0 ile 1 arasında değer almaktadır. Nunally (1978)'e göre alfa değeri 0,70 veya üzerinde bir değere sahip ise, ölçek güvenilir olarak kabul edilmektedir. Testin iç tutarlılığı hakkında kullanıcıya bilgi verir.

Bu araştırmada ölçeklerin güvenilirliğinin hesaplanmasında Cronbach's Alfa katsayısı kullanılmıştır. Yöneticilik algısı genel güvenilirlik yani Cronbach's Alfa değeri ,956'dır. Kurumsallaşma algısının genel güvenilirlik yani Cronbach's Alfa değeri ise ,977'dir. Kurumsallaşma algısının alt boyutlarının güvenilirlik değerleri ise; İşletme Anayasası alt boyutunun, 609; Profesyoneleşme alt boyutunun, 852; Formel Örgüt Yapısı alt boyutunun, 854; Yetki Devri ve Yetkilendirme alt boyutunun, 796; Stratejik Planlama Süreci alt boyutunun, 860; Yönetim Anlayışı ve yönetime Katılma alt boyutunun, 734; Karar Alma Şekli alt boyutunun, 696; Etkin Bir İletişim alt boyutunun, 845 ve son olarak İç Denetim Faaliyetleri (Hesap Verebilirlik) alt boyutunun, 812 güvenilirlik derecesine sahip olduğu tespit edilmiştir.

Güvenilirlik düzeyi katsayısının kurumsallaşma algısı alt boyutlarından en yüksek 0,860 katsayısı ile stratejik planlama sürecinde olduğu, en düşük güvenilirlik değerine ise ,609 ile işletme anayasası alt boyutunun olduğu saptanmıştır.

Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

Korelasyon analizi bir değişkenin iki ya da daha fazla değişkenle olan ilişkisinin belirlemede kullanılan yöntemdir. Fakat ilişkinin belirlenebilmesi için katsayısının hesaplanması gerekmektedir (Gençyürek, 2018, 23). Bu araştırmada yöneticilik ve kurumsallaşma arasındaki ilişki korelasyon analizi yardımıyla ortaya konulmuş ve değişkenlerin her biri normal dağılım gösterdiği için "Pearson Korelasyon Katsayısı" kullanılmıştır.

Tablo 3'te kurumsallaşma algısının boyutları ile yöneticilik algısı arasındaki ilişkinin yönünü ve gücünü tespit etmek için yapılan korelasyon analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 3. Değişkenler Arası Korelasyon Analizine Ait Sonuçlar

Değişken/Alt boyut	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
İşletme Anayasası (1)	1									
Profesyoneleşme (2)	,793**	1								
Formel Örgüt Yapısı (3)	,797**	,877**	1							
Yetki Devri ve Yetkilendirme (4)	,789**	,872**	860**	1						
Stratejik Planlama Süreci (5)	,811**	,899**	876**		1					
Yönetim Anlayışı ve Yönetime Katılma (6)	,764**	,842**	852**	822**	852**	1				
Karar Alma Şekli (7)	,746**	,839**	836**	816**	810**	797**	1			
Etkin Bir İletişim (8)	,795**	,898**	891**	869**	894**	836**	825**	1		
İç Denetim Faaliyetleri (Hesap Verebilirlik) (9)	,774**	,869**	862**	849**	863**	836**	816**	886**	1	
Yöneticilik Algısı (10)	,825**	,938**	920**	910**	930**	877**	867**	934**	902**	1

Korelasyon 0,01 düzeyde anlamlıdır (p < 0,01, * p < 0,05)

Yöneticilik algısının kurumsallaşma algısı üzerindeki etkisini belirlemeden önce değişkenler arasında korelasyon ilişkisinin olup olmadığı tespit edilmelidir. Yapılan analiz sonucunda elde edilen verilere göre yöneticilik algısı ile kurumsallaşma algısı arasında korelasyon ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre; Yöneticilik Algısı ile kurumsallaşmanın İşletme Anayasası alt boyutu arasında $r=,825$; $p<0,00$ yüksek düzeylerde pozitif yönlü ve anlamlı bir korelasyonun var olabileceği, Yöneticilik Algısı ile kurumsallaşmanın Profesyoneleşme alt boyutu arasında $r=,938$; $p<0,00$ yüksek düzeylerde pozitif yönlü ve anlamlı bir korelasyonun var olabileceği, Yöneticilik Algısı ile kurumsallaşmanın Formel Örgüt Yapısı alt boyutu arasında $r=,920$; $p<0,00$ yüksek düzeylerde pozitif yönlü ve anlamlı bir korelasyonun var olabileceği, Yöneticilik Algısı ile kurumsallaşmanın Yetki Devri ve Yetkilendirme alt boyutu arasında $r=,910$; $p<0,00$ yüksek düzeylerde pozitif yönlü ve anlamlı bir korelasyonun var olabileceği, Yöneticilik Algısı ile kurumsallaşmanın Stratejik Planlama Süreci alt boyutu arasında $r=,930$; $p<0,00$

yüksek düzeylerde pozitif yönlü ve anlamlı bir korelasyonun var olabileceği, Yöneticilik Algısı ile kurumsallaşmanın Yönetim Anlayışı ve Yönetime Katılma alt boyutu arasında $r=,877$; $p<0,00$ yüksek düzeylerde pozitif yönlü ve anlamlı bir korelasyonun var olabileceği, Yöneticilik Algısı ile kurumsallaşmanın Karar Alma Şekli alt boyutu arasında $r=,867$; $p<0,00$ yüksek düzeylerde pozitif yönlü ve anlamlı bir korelasyonun var olabileceği, Yöneticilik Algısı ile kurumsallaşmanın Etkin Bir İletişim alt boyutu arasında $r=,934$; $p<0,00$ yüksek düzeylerde pozitif yönlü ve anlamlı bir korelasyonun var olabileceği, Yöneticilik Algısı ile kurumsallaşmanın İç Denetim Faaliyetleri (Hesap Verebilirlik) alt boyutu arasında $r=,902$; $p<0,00$ yüksek düzeylerde pozitif yönlü ve anlamlı bir korelasyonun var olabileceği, sonuçlarına ulaşılmıştır.

Bu sonuçlar doğrultusunda hareket edildiği zaman, “yöneticilik algısı ile kurumsallaşma algısı arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır” ifadesi ile test edilmeye çalışılan Hipotez1 kabul edilmiştir. Kurumsallaşma algısının alt boyutlarından en yüksek elde edilen korelasyon sonucuna göre profesyonelleşme boyutunun ,938 ile maksimum seviyede olduğu görülmektedir. İşletmelerde iş ve işlem alanında uzman kişiler tarafından yapıldığını, görev, yetki ve sorumluluk dengesinin uzman kişilerde yerine getirildiğini, personel alımında uzmanlığa dayalı sistem ile yerleştirmeye dikkat edildiği, performans ölçümü ile değerlendirmelerin yapıldığı işletmede profesyonelleşme alt boyutunu kabul ettirmede en yüksek alt boyut olmuştur. Diğer alt boyutlar ile işletmede yöneticilik algısının işletmeye pozitif yönde katkıları sağladığı görülmektedir.

Regresyon Analizine İlişkin Bulgular

Regresyon analizi; herhangi bir değişkenin (bağımlı değişken) bir veya birden fazla değişken ile (bağımsız – açıklayıcı değişken) arasındaki ilişkinin matematik bir fonksiyon şeklinde yazılmasına denir. Elde edilen bu fonksiyona ise regresyon denklemi adı verilmektedir (Orhunbilge, 2000, 12). İki ya da daha çok nicel değişken arasındaki ilişkiyi ölçmek için kullanılan analiz yöntemine regresyon analizi denir. Bir değişkenin başka bir veya daha fazla değişkene olan bağımlılığını inceler. Bu nedenle araştırmalarda bağımlı değişken üzerinde bağımsız değişkenin (basit regresyon) etkisi olup olmadığının tespiti için regresyon analizinden yararlanılmıştır. Analiz sonucunda değişkenler arasındaki sebep sonuç ilişkisi tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu sayede araştırma modelinde yer alan bağımlı değişkendeki değişimin, ne ölçüde bağımsız değişken tarafından açıklanabileceği belirlenmeye çalışılmıştır. Bunu anlayabilmek için (R^2) değerine bakılmıştır. Bu kapsamda bu araştırmada literatürden yola çıkılarak yöneticilik algısının kurumsallaşma algıları üzerinde olumlu yönde etkisinin olup olmadığını tespit etmek amacıyla regresyon analizinden faydalanılmıştır.

Elde edilen bulgular tablolar halinde aşağıda sunulmuş ve yorumlanmıştır.

Tablo 4 Yöneticilik algısının kurumsallaşmanın aile anayasası alt boyutuna etkisine yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

Model	Katsayı				
	Beta (β)	T	Sig.	Mean	St.Dev.
Aile Anayasası R= ,825 ^a R ² = ,680 F= 881,286, p= ,000	,825	29,686	,000	4,0793	,68047
a.Predictors (Contant), Yöneticilik Anova ^a :Sig.,,000 ^b	Coefficient ^a : Sig.,,000 ^b				

Elde edilen bulgulara göre kurumsallaşmanın alt boyutu olan aile anayasasına yönelik algıların %68’inin bağımsız değişken yönetici tarafından açıklanabildiği görülmektedir. Ayrıca kurumsallaşma alt boyutu olan aile anayasası algısı istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yönetici davranışlarına yönelik algılamalardan etkilenmektedir (F=881,286). Beta (β) değeri incelendiğinde [$(\beta=,825)$, ($p<0.05$)] ise yönetici davranışlarına yönelik algılardaki bir birimlik artışın, kurumsallaşmanın aile anayasası alt boyutuna yönelik algısı üzerinde 0,825 birimlik artış sağladığı ifade edilebilir.

Tablo 5. Yöneticilik algısının kurumsallaşmanın Profesyonelleşme alt boyutuna etkisine yönelik regresyon analizi sonuçları

Model	Katsayı				
	Beta (β)	T	Sig.	Mean	St.Dev.
Profesyonelleşme R= ,938 ^a R ² = ,880 F= 3022,204, p= ,000	,938	54,975	,000	4,1494	,64417
a.Predictors (Contant), Yöneticilik Anova ^a :Sig.,,000 ^b	Coefficient ^a : Sig.,,000 ^b				

Elde edilen bulgulara göre kurumsallaşmanın alt boyutu olan profesyonelleşme yönelik algıların %88’inin bağımsız değişken yönetici tarafından açıklanabildiği görülmektedir. Ayrıca kurumsallaşma alt boyutu olan Profesyonelleşme algısı istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yönetici davranışlarına yönelik algılamalardan etkilenmektedir (F=3022,204). Beta (β) değeri incelendiğinde [$(\beta=,938)$, ($p<0.05$)] ise yönetici davranışlarına yönelik algılardaki bir birimlik artışın, kurumsallaşmanın Profesyonelleşme alt boyutuna yönelik algısı üzerinde 0,938 birimlik artış sağladığı ifade edilebilir.

Tablo 6. Yöneticilik algısının kurumsallaşmanın Formel Örgüt Yapısı alt boyutuna etkisine yönelik regresyon analizi sonuçları

Model	Katsayı				
	Beta (β)	T	Sig.	Mean	St.Dev.
Formel Örgüt Yapısı R= ,920 ^a R ² = ,847 F= 2287,244, p= ,000 a.Predictors (Contant), Yöneticilik Anova ^a :Sig.:,000 ^b	,920	47,825	,000	4,1247	,64501
	Coefficient ^a : Sig.:,000 ^b				

Elde edilen bulgulara göre kurumsallaşmanın alt boyutu olan Formel Örgüt Yapısına yönelik algıların %85'inin bağımsız değişken yönetici tarafından açıklanabildiği görülmektedir. Ayrıca kurumsallaşma alt boyutu olan Formel Örgüt Yapısı algısı istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yönetici davranışlarına yönelik algılardan etkilenmektedir (F=2287,244). Beta (β) değeri incelendiğinde $[(\beta=,920), (p<0.05)]$ ise yönetici davranışlarına yönelik algılardaki bir birimlik artışın, kurumsallaşmanın Formel Örgüt Yapısı alt boyutuna yönelik algısı üzerinde 0,920 birimlik artış sağladığı ifade edilebilir.

Tablo 7. Yöneticilik algısının kurumsallaşmanın Yetki Devri ve Yetkilendirme alt boyutuna etkisine yönelik regresyon analizi sonuçları

Model	Katsayı				
	Beta (β)	T	Sig.	Mean	St.Dev.
Yetki Devri ve Yetkilendirme R= ,910 ^a R ² = ,829 F= 2001,551, p= ,000 a.Predictors (Contant), Yöneticilik Anova ^a :Sig.:,000 ^b	,910	44,739	,000	4,1284	,66714
	Coefficient ^a : Sig.:,000 ^b				

Elde edilen bulgulara göre kurumsallaşmanın alt boyutu olan Yetki Devri ve Yetkilendirmeye yönelik algıların %83'ünün bağımsız değişken yönetici tarafından açıklanabildiği görülmektedir. Ayrıca kurumsallaşma alt boyutu olan Yetki Devri ve Yetkilendirme algısı istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yönetici davranışlarına yönelik algılardan etkilenmektedir (F=2001,551). Beta (β) değeri incelendiğinde $[(\beta=,910), (p<0.05)]$ ise yönetici davranışlarına yönelik algılardaki bir birimlik artışın, kurumsallaşmanın Yetki Devri ve Yetkilendirme alt boyutuna yönelik algısı üzerinde 0,910 birimlik artış sağladığı ifade edilebilir.

Tablo 8. Yöneticilik algısının kurumsallaşmanın Stratejik Planlama Süreci alt boyutuna etkisine yönelik regresyon analizi sonuçları

Model	Katsayı				
	Beta (β)	T	Sig.	Mean	St.Dev.
Stratejik Planlama Süreci R= ,930 ^a R ² = ,865 F= 2647,338, p= ,000 a.Predictors (Contant), Yöneticilik Anova ^a :Sig.:,000 ^b	,930	51,452	,000	4,1391	,65389
	Coefficient ^a : Sig.:,000 ^b				

Elde edilen bulgulara göre kurumsallaşmanın alt boyutu olan Stratejik Planlama Sürecine yönelik algıların %96'sının bağımsız değişken yönetici tarafından açıklanabildiği görülmektedir. Ayrıca kurumsallaşma alt boyutu olan Stratejik Planlama Süreci algısı istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yönetici davranışlarına yönelik algılardan etkilenmektedir (F=2647,338). Beta (β) değeri incelendiğinde $[(\beta=,930), (p<0.05)]$ ise yönetici davranışlarına yönelik algılardaki bir birimlik artışın, kurumsallaşmanın Stratejik Planlama Süreci alt boyutuna yönelik algısı üzerinde 0,930 birimlik artış sağladığı ifade edilebilir.

Tablo 9. Yöneticilik algısının kurumsallaşmanın Yönetim Anlayışı ve Yönetime Katılma alt boyutuna etkisine yönelik regresyon analizi sonuçları

Model	Katsayı				
	Beta (β)	T	Sig.	Mean	St.Dev.
Yönetim Anlayışı ve Yönetime Katılma R= ,877 ^a R ² = ,769 F= 1378,173, p= ,000 a.Predictors (Contant), Yöneticilik Anova ^a :Sig.:,000 ^b	,877	37,124	,000	4,1478	,65681
	Coefficient ^a : Sig.:,000 ^b				

Elde edilen bulgulara göre kurumsallaşmanın alt boyutu olan Yönetim Anlayışı ve Yönetime Katılmaya yönelik algıların %77'sinin bağımsız değişken yöneticilik tarafından açıklanabildiği görülmektedir. Ayrıca kurumsallaşma alt boyutu olan Yönetim Anlayışı ve Yönetime Katılma algısı istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yöneticilik davranışlarına yönelik algılardan etkilenmektedir (F=1378,173). Beta (β) değeri incelendiğinde $[(\beta=,877), (p<0.05)]$ ise yöneticilik davranışlarına yönelik algılardaki bir birimlik artışın, kurumsallaşmanın Yönetim Anlayışı ve Yönetime Katılma alt boyutuna yönelik algısı üzerinde 0,877 birimlik artış sağladığı ifade edilebilir.

Tablo 10. Yöneticilik algısının kurumsallaşmanın Karar Alma Şekli alt boyutuna etkisine yönelik regresyon analizi sonuçları

Model	Katsayı				
	Beta (β)	T	Sig.	Mean	St.Dev.
Karar Alma Şekli R= ,867 ^a R ² = ,751 F= 1247,653, p= ,000 a.Predictors (Contant), Yöneticilik Anova ^a :Sig.:,000 ^b	,867	35,322	,000	4,1346	,71514
	Coefficient ^a : Sig.:,000 ^b				

Elde edilen bulgulara göre kurumsallaşmanın alt boyutu olan Karar Alma Şekline yönelik algıların %75'inin bağımsız değişken yöneticilik tarafından açıklanabildiği görülmektedir. Ayrıca kurumsallaşma alt boyutu olan Karar Alma Şekli algısı istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yönetici davranışlarına yönelik algılamalardan etkilenmektedir ($F=1247,653$). Beta (β) değeri incelendiğinde [$(\beta=,867)$, ($p<0.05$)] ise yönetici davranışlarına yönelik algılardaki bir birimlik artışın, kurumsallaşmanın Karar Alma Şekli alt boyutuna yönelik algısı üzerinde 0,867 birimlik artış sağladığı ifade edilebilir.

Tablo 11. Yöneticilik algısının kurumsallaşmanın Etkin Bir İletişim alt boyutuna etkisine yönelik regresyon analizi sonuçları

Model	Katsayı				
	Beta (β)	T	Sig.	Mean	St.Dev.
Etkin Bir İletişim $R=,934^a$ $R^2=,872$ $F= 2810,050$, $p=,000$,934	53,010	,000	4,1319	,64170
a.Predictors (Contant), Yöneticilik Anova ^a :Sig.:,000 ^b	Coefficient ^a : Sig.:,000 ^b				

Elde edilen bulgulara göre kurumsallaşmanın alt boyutu olan Etkin Bir İletişim yönelik algıların %87'inin bağımsız değişken yönetici tarafından açıklanabildiği görülmektedir. Ayrıca kurumsallaşma alt boyutu olan Etkin Bir İletişim algısı istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yönetici davranışlarına yönelik algılamalardan etkilenmektedir ($F=2810,050$). Beta (β) değeri incelendiğinde [$(\beta=,934)$, ($p<0.05$)] ise yönetici davranışlarına yönelik algılardaki bir birimlik artışın, kurumsallaşmanın Etkin Bir İletişim alt boyutuna yönelik algısı üzerinde 0,934 birimlik artış sağladığı ifade edilebilir.

Tablo 12. Yöneticilik algısının kurumsallaşmanın İç Denetim Faaliyetleri (Hesap Verebilirlik) alt boyutuna etkisine yönelik regresyon analizi sonuçları

Model	Katsayı				
	Beta (β)	T	Sig.	Mean	St.Dev.
İç Denetim Faaliyetleri (Hesap Verebilirlik) $R=,902^a$ $R^2=,814$ $F= 1815,642$, $p=,000$,902	42,610	,000	4,1279	,67234
a.Predictors (Contant), Yöneticilik Anova ^a :Sig.:,000 ^b	Coefficient ^a : Sig.:,000 ^b				

Elde edilen bulgulara göre kurumsallaşmanın alt boyutu olan İç Denetim Faaliyetlerine (Hesap Verebilirlik) yönelik algıların %81'inin bağımsız değişken yönetici tarafından açıklanabildiği görülmektedir. Ayrıca kurumsallaşma alt boyutu olan İç Denetim Faaliyetleri (Hesap Verebilirlik) algısı istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yönetici davranışlarına yönelik algılamalardan etkilenmektedir ($F=3022,204$). Beta (β) değeri incelendiğinde [$(\beta=,902)$, ($p<0.05$)] ise yönetici davranışlarına yönelik algılardaki bir birimlik artışın, kurumsallaşmanın İç Denetim Faaliyetleri (Hesap Verebilirlik) alt boyutuna yönelik algısı üzerinde 0,902 birimlik artış sağladığı ifade edilebilir.

Genel olarak yöneticilik algısının kurumsallaşma üzerindeki etkisine yönelik regresyon analizi sonuçları ise aşağıdaki gibidir.

Tablo 13. Yöneticilik algısının kurumsallaşma üzerine etkisine yönelik regresyon analizi sonuçları

Model	Katsayı				
	Beta (β)	T	Sig.	Mean	St.Dev.
Kurumsallaşma $R=,975^a$ $R^2=,951$ $F= 7991,075$, $p=,000$,975	89,393	,000	1,1319	,61429
a.Predictors (Contant), Yöneticilik Anova ^a :Sig.:,000 ^b	Coefficient ^a : Sig.:,000 ^b				

Elde edilen bulgulara göre kurumsallaşmaya yönelik algıların %95'inin bağımsız değişken yönetici tarafından açıklanabildiği görülmektedir. Ayrıca kurumsallaşma algısı istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yönetici davranışlarına yönelik algılamalardan etkilenmektedir ($F=7991,075$). Beta (β) değeri incelendiğinde [$(\beta=,975)$, ($p<0.05$)] ise yönetici davranışlarına yönelik algılardaki bir birimlik artışın, kurumsallaşmaya yönelik algı üzerinde 0,975 birimlik artış sağladığı ifade edilebilir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Kurumsallaşma, günümüz koşullarında rekabet edebilme ve hayatta kalabilmek için işletmelerin başvurduğu önemli bir gelişim şekli olarak karşımıza çıkmaktadır. Yöneticilik ise, modern işletmelerin başarılı bir şekilde yönetilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Aile işletmelerinin ve KOBİ'lerin yaşamları için; işletmelerini büyütme en gerekli faktörlerdendir. İşletmenin ilk kuruluşunda bulunan kurucu veya girişimcinin enerjisi ne kadar yüksek olursa yönetilen işletmedeki işler hem aile üyelerince hemde kendilerini daha iyi şekilde yönetilmesine olanak sağlamaktadır. Çalışma kapsamında aile işletmelerinde yöneticilik algısının kurumsallaşma üzerindeki etkisi imalat işletmelerini önemsedikleri ortaya çıkmıştır. Aile işletmeleri yöneticilik yaklaşımının kurumsallaşma sürecine etkilerini değerlendirmek açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Bu çalışmada, aile işletmelerinin yöneticilik algısındaki rolünün kurumsallaşma üzerindeki etkileri incelenmiştir.

Yapılan çalışma, aile işletmelerinin yöneticilik yaklaşımını benimsemelerinin, kurumsallaşma sürecini olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Yöneticilik, geleneksel liderlik anlayışından farklı olarak esneklik, yaratıcılık, işbirliği ve yenilikçilik gibi değerleri vurgulamaktadır. Aile işletmeleri, bu değerleri benimseyerek kurumsal yapılarını daha esnek hale getirebilmekte ve değişen iş ortamına daha hızlı adapte olabilmektedir.

Ayrıca, aile işletmelerinin yöneticilik anlayışını benimsemeleri, çalışanların motivasyonunu artırabilir ve ekip ruhunu güçlendirebilir. Yöneticilik, liderlerin ve çalışanların birlikte düşünme yeteneklerini teşvik ederek, işletmelerin içinde bulunduğu karmaşık sorunlara daha etkili çözümler üretmelerine yardımcı olabilir. Bu da aile işletmelerinin sürdürülebilir büyüme ve başarı elde etmelerine katkı sağlayabilir. Aile işletmelerinin yöneticilik algısını benimsemeleri, kurumsallaşma sürecini olumlu şekilde etkilemektedir. Ancak, bu dönüşümün başarılı bir şekilde gerçekleşebilmesi için liderlerin ve çalışanların eğitime ve gelişimine önem verilmesi gerekmektedir. Kurumsallaşma bir işletmenin daha düzenli bir şekilde bireylerin bağımsız olarak kurumsal işleyişi geliştirmesidir. Daha önceki araştırmalar, eğitim sektöründebireylerin yöneticilik anlayışını nasıl benimsediğini ve bu benimsemenin uzun vadeli kurumsallaşma başarısına olumlu katkı sağladığını ortaya koymaktadır. Bu nedenle yapılan çalışmada imalat işletmelerindeki aile işletmeleri dikkate alınarak yöneticilik yaklaşımını benimsemeleri için karşılaşılabilecekleri engelleri ve zorlukları da daha detaylı olarak araştırarak kurumsallaşma üzerinde ne gibi etkilerinin olduğunu ortaya koymaktadır.

Yapılan uygulamada kurumsallaşma ile kullanılan ölçekte 48 maddelik soru önermeleri ve 9 alt boyuttan oluşmakta, yöneticilik algısı ile kullanılan ölçek ise, 24 maddelik soru önermelerinden meydana gelmektedir. Ölçeğin analizleri SPSS 22.0 ve AMOS istatistik programları kullanılarak analiz edilmiştir. Yapılan analizler ve güvenilirlik hesaplamaları sonuçlarında Kurumsallaşma algısında Croanbach'şalpha katsayısının ,981 olarak yüksek olduğunu, Yöneticilik algısında KMO güvenirliğinin ,976 olarak yüksek hesaplandığı sonuçlarına varılmıştır. İmalat işletmelerinde yapılan çalışma sonucunda katılan 416 katılımcının %62,3 ünü erkek çalışan olduğundan dolayı imalat işletmelerinin genelinde erkek çalışanlar bulunduğu ortaya çıkmıştır. Kurumsallaşma algısının aile anayasası boyutu soru önermelerine verdikleri cevaplar doğrultusunda işletmede geçerli olan anayasanın tüm personel için gerekli olduğu, profesyonelleşme boyutu soru önermeleri cevaplarında işletmede tüm personellere adil ücretlendirme yapıldığı, formel örgüt yapısı incelendiğinde işletmeye alınacak ve yerleştirilecek olan personel seçme işleminin açık ve yazılı şekilde politikalara uygun şekilde yapıldığı, yetki devri ve yetkilendirme boyutu incelendiğinde işletmede çalışan personelin görev ve sorumluluklarını yerine getireceği ve gerektiğinde devredebileceği kişileri bilerek hareket etmeleri gerektiğini, stratejik planlama süreci boyutunda soru önermeleri incelendiğinde işletme içindeki alt üst bölümler arasında iyi düzeyde uyumun olduğunu, yönetim boyutunda işletmede çalışanların hedeflerini açıkça bilmekte olduğunu, karar alma boyutunda alınacak kararlarında katılımcılarla ve uzlaşmaya varacak şekilde olduğu, etkin iletişim boyutu incelendiğinde yöneticilerin sürekli çalışanlar ile etkili iletişim içinde olduğu, iç denetim boyutunda ise işletme adına alınan kararların herkesle paylaşıldığı sonuçlarına varılmıştır.

Yöneticilik algısında incelenen soru önermeleri sonuçlarında lider ile geleneksel kalıpların dışına çıktığını ve her çalışanın lider olabileceği şekilde rolü devralabileceği sonuçları katılımcıların "Katılıyorum" cevabı verdikleri görülmüş, yöneticilik algısı soru önermeleri de yeterli düzeyde faktör yükleri aldıkları düşünülerek, hiçbir soru önermesi analiz dışında bırakılmamıştır.

Kurumsallaşma algısında incelenen soru önermeleri 9 alt boyutunda katılımcıların çoğunlukla "Katılıyorum" cevabını verdikleri görülmüş, kurumsallaşma algısı soru önermeleri alt boyutlarında yeterli düzeyde faktör yükleri aldıkları gözlemlenerek hiçbir soru önermesi analiz dışında bırakılmamıştır.

Çalışmanın korelasyon analizi sonuçlarına bakıldığında yöneticilik algısının kurumsallaşma üzerinde pozitif yönde anlamlı düzeyde ilişkisi olduğu, tüm boyutların olumlu sonuçlandığı görülmektedir. En yüksek elde edilen profesyonelleşme boyutu işletmede işlemlerin maksimum seviyede gerçekleştiği, uzman kişiler tarafından yönetildiği görülmektedir.

Kurumsallaşma algısının regresyon sonuçlarına bakıldığında aile anayasası, profesyonelleşme, formel örgüt yapısı, yetki devri ve yetkilendirme, stratejik planlama süreci, yönetim anlayışı ve yönetime katılma, karar alma şekli, etkin bir iletişim ve iç denetim boyutlarında yöneticilik algısı davranışlarına yönelik olumlu yöne anlamlı düzeyde etkilendiği görülmektedir.

Sonuç olarak, bu çalışmada aile işletmelerinin yöneticilik algısının kurumsallaşma üzerindeki etkileri incelenmiştir. Yöneticiliğin esneklik, yaratıcılık ve işbirliği gibi değerleri vurgulaması, aile işletmelerinin kurumsal yapılarını dönüştürmelerine ve değişen iş ortamına daha iyi uyum sağlamalarına yardımcı olmaktadır. Ancak, bu dönüşümün başarılı olabilmesi için liderlerin ve çalışanların desteği, eğitimi ve katılımı hayati önem taşımaktadır. Yöneticilerin ve çalışanların alışkanlıklarını değiştirmesi, yeni düşünce tarzlarını benimsemesi ve iletişim şekillerine adapte olunması bazen zor olabilmektedir. Bu noktada, liderlik eğitimleri, danışmanlık hizmetleri ve mentorluk programları gibi destek mekanizmalarının aile işletmelerinin yöneticiliğe geçiş sürecini kolaylaştırmaktadır. Bununla birlikte, yöneticiliğin getirdiği esneklik ve yenilikçilik vurgusu, aile işletmelerinin daha fazla risk almasını ve geleneksel yöntemlerden sapmasını gerektirebilir. Bu noktada, dengeyi sağlamak ve riskleri yönetmek için uygun stratejilerin

geliştirilmesi gerekir. Kurumsallaşma sürecinin yönetimi, aile işletmelerinin tarih, kültür ve değerlerini göz önünde bulundurarak geliştirilmeli, çalışanlar bu kriterleri göz ardı etmeksizin işletmenin geleceğinde üzerine düşen sorumlulukları yerine getirmeli, yöneticilerin iş takibini ön sezileri ile dikkatli şekilde odaklanarak yapmalıdır. Gelecekteki çalışmalar, bu konu sadece Kahramanmaraş'ta bulunan imalat işletmelerinde aile işletmeleri dikkate alınarak yapılmıştır, daha fazla derinlemesine incelenerek, aile işletmelerinin yöneticiliği nasıl benimsediklerini, işletmelerinde kurumsallaşmaya ne derecede önem verdiklerini ve bu benimsemenin uzun vadeli işletme performansına nasıl etki ettiğini araştırılarak işletmelerin gelecekleri için aydınlatılabilir.

KAYNAKÇA

- Akça, N. (2010). "Aile İşletmelerinin Tanımı, Özellikleri ve Aile İşletmelerinde Kurumsallaşma, Denizli İlinde Bir Araştırma. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (YL Tezi).
- Aylan, S. ve Koç, H. (2017). İşletmelerin Kurumsallaşma Kriterlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması. Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 19(2), 564-585.
- Baykal, A.N. (2004). Mektuplarla Aile Şirketlerinde Kurumsallaşma, Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Belikli, D. (2022). Kurumsallaşma Düzeyinin İş görenlerin İş Doyumu ve İş gören Performansı Üzerine Etkileri: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisans Üstü Eğitim Enstitüsü (YL Tezi).
- Cevher, E. (2014). 'Kurumsallaşma Küçük işletmeler için bir çözüm müdür yoksa yok olma nedeni midir?' Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7(32), 583-594.
- Çalışkanel, S.Ş. (2018). Aile İşletmelerinin Kurumsallaşması Ve Kurumsallaşma Sorunları - Türkiye Geneline Üretim Yapan Aile İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (YL Tezi).
- Çalışkanel, S.Ş. (2018). Aile İşletmelerinin Kurumsallaşması Ve Kurumsallaşma Sorunları - Türkiye Geneline Üretim Yapan Aile İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (YL Tezi).
- Çatal, Ö. ve Korkmaz, A. (2020). Aile İşletmelerinin Sürdürülebilirliğini Etkileyen Başarı Ve Başarısız Dinamikleri Üzerine Bir Alan Araştırması: Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Oğuzhan Sosyal Bilimler Dergisi, 2(2), 178-194.
- Demir, B. (2022). Denizcilik Aile İşletmelerinde Kurumsallaşma. İstanbul Teknik Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü (Doktora Tezi).
- Elbeyli Koç, S. (2023). Hizmet Sektöründeki Yönetici Kadınların Liderlik Algısı; Artikel International Journal of Social Sciences -AIJOSS 1, s.1 c. 1 ISSN: 2980-1028.
- Gençyürek, G. (2018). Tig Bağlı Değerlerinin Türk Tabipler Birliği Asgari Ücret Tarifesi Fiyatları İle Korelasyon Analizi. İstanbul Medipol Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü (YL Tezi).
- Gönen, E. ve Özgen, Ö. (2001). Aile Ekonomisi. Basımevi Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Güler, B. (2022). Sosyal Girişimlerde Kurumsallaşma Düzeyi Ve Örgütsel Performans Üzerine Bir Araştırma. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Doktora Tezi).
- Karlöf, B. (1993). Çağdaş Yönetim Kavramları ve Kalkınma Modeller. İnkılâp Kitabevi, İstanbul.
- Kobal, K. S. ve Yıldırım, O. A. (2016). Aile İşletmelerinin Kurumsallaşma Sürecinde İkinci Kuşağın Yaşadığı Sorunlar Üzerine Bir Araştırma. Öneri Dergisi, 12(46), 97-120.
- Konan, N. & Mermer, S. (2021). Quantum Leadership Scale: Validity and Reliability Study. E-International Journal of Pedagogogy, 1(1), 74-86.
- Köprülü, B. ve Koneti, S. (1989). Aile Hukuku. Filiz Kitabevi, İstanbul.
- Manisalı Darman, G. (2012). Kurumsal Yönetimde Şeffaflık ve Hesap Verebilirlik. Türmob Yayınları, Ankara.
- Özen, Y. ve Gül, A. (2007). Sosyal Ve Eğitim Bilimleri Araştırmalarında Evren-Örneklem Sorunu. KKEFD/JOKKEF, 5, 394-422.
- Özuysal, H. D. (2006). Aile Şirketlerinin Kurumsallaşmasında Aile Anayasasının Önemi. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü (Doktora Tezi).
- Türk, U. (2007). Kobi'lerde Kurumsallaşma Ve Kurumsallaşma Düzeyinin Belirlenmesi (Sakarya 1. Ve 2. Osb Uygulaması). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (YL Tezi).

Yolaç, S. ve Doğan, E. (2011). Küreselleşme sürecinde aile işletmelerinde yönetim ve kurumsallaşma. İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası, 61(2), 83-110.

Yücel, İ. ve zkalan, S. (2012). Aile işletmeleri, kurumsallaşma ve nepotizm. Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5(2), 247-276.