

T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART
ÜNİVERSİTESİ
SİYASAL BİLGİLER FAKÜLTESİ
İŞLETME BÖLÜMÜ

XIV. ÖRGÜT KURAMI SEMPOZYUMU
BİLDİRİLER KİTABI

03-04 Şubat 2023

SEMPOZYUM DANIŞMA KURULU

Abdullah Kıray, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi (Sempozyum Dönem Başkanı)

Ali Danışman, Ankara Sosyal Bilimler niversitesi

etin nder, Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi

Nazlı Wasti, Orta Doğu Teknik Üniversitesi

Nisan Selekler Gökşen, Boğaziçi Üniversitesi

Őukr zen, İzmir Ekonomi Üniversitesi

SEMPOZYUM DÜZENLEME KURULU

Abdullah Kıray, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Pelin Kanten, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Gülten GümüŐtekin, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Yener Pazarcık, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Ali Şahin rnek, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Hüseyin Orak, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Murat zkaya, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Mert İnal, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Melike MuntaŐ, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Yaprak Deniz, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Vesile avuŐoĐlu, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
SİYASAL BİLGİLER FAKÜLTESİ
İŞLETME BÖLÜMÜ
XIV. ÖRGÜT KURAMI SEMPOZYOMU PROGRAMI

(03 – 04 Şubat 2023)

03 Şubat 2023, Cuma	
09:30 – 10:00	Açılış Konuşmaları
10:00 – 10:30	Kahve Arası
I. Oturum 10:30 -12:00	Sunum: Kutay Güneştepe ve Dimo Dimov. Capitalizing the Future: Using Language to Build Opportunity Capital Tartışmacı: Ozan Ağlargöz Sunum: Abdullah Kıray ve Vesile Çavuşoğlu. Kripto Meşruiyet: Kripto Varlık Piyasasında Faaliyet Gösteren Örgütler Üzerine Bir Araştırma Tartışmacı: Salih Arslan
12:00-14:00	Öğle Yemeği
Seminer: 14:00 – 15:30	Meltem Özge Özcanlı – Bir Doktora Tezi Deneyimi
15:30 – 16:00	Kahve Arası
Davetli Konuşmacı 16:00- 17:00	Çağlar Keyder: Sermayenin Örgütlenme Biçimleri

04 Şubat 2023, Cumartesi	
II. Oturum 9:00 – 10:30	Sunum: Oktay Koç. Examining the Structure of Agency in Maintaining Religio-Institutions: Bilayered Agency Tartışmacı: Mehmet Erçek Sunum: Akansel Yalçınkaya. Piyasa ile Akademi Arasında: Türkiye’de Kurum Tarihçiliği Alanının Ortaya Çıkışı, Gelişimi ve Aktörler Arası Dinamikleri Tartışmacı: Serkan Dirlik
10:30 – 11: 00	Kahve Arası
III. Oturum 11:00 – 12:30	Sunum: Yasemin Şükran Uçar ve R. Arzu Kalemci. Liberalizasyon Süreci ile Devlete Bağımlılık Arasındaki İlişki: 1980 Sonrasında Türk Dış Ticaretinin Seyri Tartışmacı: Mustafa Özseven Sunum: Tuba Vural Açıkgöz ve Belkıs Özkara. Oteller Devremülke Karşı: Turizm Sektöründe Topluluk Ekolojisi Bağlamında Bir Araştırma Tartışmacı: Alper Aslan
12:30 – 13:30	Öğle Yemeği
Seminer 13:30 – 14:30	Deniz Öztürk– Bir Makalenin Yayınlanma Süreci
14:30 – 15:00	Kapanış oturumu
15:00	Sosyal Program (Truva Ören Yeri ve Müzesi)

SUNUŞ

Alanında önemli bir yer edinmiş ve yıllardır çok sayıda ilgilinin takip ettiği Örgüt Kuramı Sempozyumu'nun 14'üncüsünü bu yıl Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi'nde düzenlemekten onur ve mutluluk duymaktayız. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi pek çok alanda gelişmiş ve araştırma üniversitesi olma hedefini benimsemiş bir kurum olarak geçmişte pek çok bilimsel etkinliğe ev sahipliği yapmıştır ve bu yıl da bu sempozyumu düzenleyerek hedefine ulaşma yolunda bir adım daha atmaktadır. Bizlere bu sempozyumu düzenleme fırsatını verdikleri için Danışma Kurulu'na teşekkürlerimizi sunarız.

Sempozyum, Covid-19 salgını nedeniyle son iki yılda çevrimiçi olarak düzenlenmişti. İki yıllık bu beklenmedik dönemden sonra tekrar yüz yüze yapılması ve bunun Çanakkale'de gerçekleşmesi bizleri ayrıca sevindirmiştir. Sempozyum bu yıl altı bildirinin sunulup tartışıldığı, bir davetli konuşmacının ve iki seminerin bulunduğu bir programdan oluşmaktadır. Davetli konuşmacı Çağlar Keyder, "Sermayenin Örgütlenme Biçimleri" başlıklı bir konuşma yapacaklardır. Deniz Öztürk "Bir Makalenin Yayınlanma Süreci", Meltem Özge Özcanlı ise "Bir Doktora Tezi Deneyimi" başlıklı seminerlerini sunacaklardır. Bu yılki sempozyuma çalışmalarını gönderen bildiri sahiplerine, vakit ayırıp değerli katkılarını sunan tarışmacılara ve seminerleriyle etkinliği zenginleştiren hocalarımıza ayrı ayrı teşekkür ederiz.

Sempozyumun bu yıl yüz yüze olması bizlere sosyal etkinlik yapma imkânını da vermiştir. Kapanış oturumunun ardından Troya Ören Yeri'ne ve dört yıl önce açılan 2020 Avrupa Yılın Müzesi Özel Takdir Ödülü, 2020/2021 Avrupa Müze Akademisi Özel Ödülü gibi Avrupa'daki en prestijli ödüllere sahip ilk Türk müzesi olan Troya Müzesi'ne ziyaret düzenlenecektir.

Sempozyumun, örgüt kuramı alanına katkı sağlamasını, tüm katılımcılara fayda vermesini ve özellikle genç araştırmacılara esin kaynağı olmasını dileriz.

Saygıyla,

Düzenleme Kurulu Adına
Abdullah Kıray

İÇİNDEKİLER

Capitalizing The Future: Using Language to Build Opportunity Capital	2
Kutay Güneştepe - Dimo Dimov	
Kripto Meşruiyet: Kripto Varlık Piyasasında Faaliyet Gösteren Örgütler Üzerine Bir Araştırma	12
Abdullah Kıray - Vesile Çavuşoğlu	
Examining the Structure of Agency in Maintaining Religio-Institutions: Bilayered Agency	36
Oktay Koç	
Piyasa ile Akademi Arasında: Türkiye’de Kurum Tarihçiliği Alanının Ortaya Çıkışı, Gelişimi ve Aktörler Arası Dinamikleri	42
Akansel Yalçinkaya	
Liberalizasyon Süreci ile Devlete Bağımlılık Arasındaki İlişki: 1980 Sonrasında Türk Dış Ticaretinin Seyri.....	58
Yasemin Şükran Uçar - R. Arzu Kalemci	
Otel Devremülke Karşı: Turizm Sektöründe Topluluk Ekolojisi Bağlamında Bir Araştırma.....	74
Tuba Vural Açıkgöz - Belkıs Özkara	

Capitalizing The Future: Using Language to Build Opportunity Capital

Kutay Güneştepe

Istanbul Technical University

kgunestepe@gmail.com

Dimo Dimov

University of Bath, UK and Reykjavik

University, Iceland

dpd24@bath.ac.uk

Abstract

This study focuses on how entrepreneurs, through their early-stage pitches, instigate commitments by prospective investors to deploy their capital to the venturing efforts. Our approach synthesizes a baseline model of language as technology for the instruction of imagination (Dor, 2015), the illocutionary force of speech acts (Searle, 1979), and the extra-linguistic social context of meaning (Bourdieu & Wacquant, 1992) to provide an account of the symbolic pull of an imaginary future venture. We introduce the construct of “opportunity capital” as the symbolic weight behind an entrepreneur’s pitch to be traded for an investor’s economic capital. It is through opportunity capital that the entrepreneur’s imaginary future can be capitalized. We contribute to existing conversations about resource acquisitions by entrepreneurs by acknowledging the language-dependent nature of early entrepreneurial visions and explaining the power of their verbalization in early-stage exchanges.

Key Words: instructive communication, seed-stage investment, opportunity, resource acquisition, entrepreneur, legitimacy

Capitalizing the Future: Using language to build opportunity capital

Introduction

An economic exchange implies a parity in (perceived) value between what each exchange side gives and receives. In a venture capital funding transaction, the investor's financial capital is exchanged for equity in the entrepreneur's venture, sustained by certain contractual obligations. For seed-stage ventures – when there is not much more than a future vision of the entrepreneur's intentions – the venture is essentially something imaginary, to be surmised from the entrepreneur's verbal description of what they aspire to do and achieve. A naive external observer might describe this as an exchange of pieces of paper (money) for sound waves (spoken words) and illuminated pixels on a screen (a pitch deck). We can explain to the observer that the paper has symbolic value due to its institutionalization as a medium of exchange and storage of value in a particular social context. The observer will then infer that what the entrepreneur brings to the table (their pitch) has commensurate symbolic value if the exchange is to occur. This paper aims to provide an account of how such symbolic value arises.

Unlike the value of money, the value of the pitch is harder to pin down. A pitch delivered by the same entrepreneur to two different investors would vary in its perceived value. Similarly, the same pitch delivered by two different entrepreneurs to the same investor would also generate different perceived values. Different pitches delivered by the same entrepreneur to the same investor would also vary in perceived value. And even the same pitch delivered by the same entrepreneur to the same investor but in a different context might be evaluated differently. Therefore, we can broadly think about the realm of value as implicating the entrepreneur as a speaker, the investor as a listener, and the content of the pitch as what the communication between the two parties is about, all situated in a particular social context.

Traditionally, the interaction between entrepreneur and investor has been examined through the perspectives of two distinct academic communities. Financial economists see the interaction under the broader problem of dealing with asymmetric information. In this regard, the role of venture capitalists is as specialized intermediaries for selecting and monitoring entrepreneurial projects (Amit et al., 1998). Indeed, venture capitalists focus on deal selection and emphasize the management team, business model, product, and market (Gompers et al., 2020). In turn, economic sociologists see the interaction as a problem of gaining legitimacy. Legitimacy pertains to whether something is perceived as desirable, appropriate, and proper in a particular social context (Suchman, 1995). In this regard, legitimacy helps entrepreneurs acquire resources (Lounsbury & Glynn, 2001; De Clercq & Voronov, 2009; Cornelissen & Clarke, 2010; Garud et al., 2014), and entrepreneurs employ various communication strategies to fulfill the expectations of the field members to build legitimacy (Aldrich & Fiol, 1994; Zott & Huy, 2007; Martens et al., 2007; Chen et al., 2009; Parhankangas & Ehrlich, 2014; Clarke et al., 2018).

Neither of these perspectives can account for the symbolic value of what the entrepreneur brings to the table. In its focus on decision calculus, the financial economics perspective takes the project and its payoff parameters for granted, thereby overlooking the fact that the pitch is nothing more than a verbal account of something imaginary. In its focus on legitimacy as inter-subjective perception, the economic sociology perspective fails to close the gap between the general perception of something as desirable in principle and the specific commitment of its being desired in practice by someone. In other words, both perspectives overlook the fact that the investor actually commits to what is effectively an imaginary future, thereby capitalizing that future.

An entrepreneur's projections of the future create a fictional reality in the sense that it inhabits the mind not as foreknowledge of empirical facts but as contingent imaginaries (Beckert, 2016). It epitomizes the idea – gradually taking hold as societies detraditionalize – of the future as a realm that could be shaped through deliberate action; in this regard, both economics and sociology sidestep the imaginary nature of the future (Beckert, 2016). Economic theorizing constrains imagination in that the future is used

as a lever to explain rational decisions in the present. Sociological theorizing constrains imagination in that the future is seen as an extension of the present, shaped through socially-anchored templates. In other words, we need an account that keeps the future open yet communicable to others in order to elicit their commitments.

In this paper, we provide an account of how an entrepreneur's early-stage pitch instigates a commitment by a prospective investor to deploy their capital to the venturing efforts. We anchor our account in Dor's (2015) model of language as a socially constructed communication technology dedicated to the instruction of imagination in others. The premise of this model is that language enables the bridging of the experiential gap between different individuals. Such a gap is most prominent in conditions of epistemic dependency, i.e., when A experiences something for which they need support B, who has not experienced the same thing. We then elaborate on the nature of the speech acts that an entrepreneur uses to explain their "opportunity" to another party (Dimov, 2021). We account for the felicity conditions of these acts by reference to the extra-linguistic social order that underpins the illocutionary force and perlocutionary effects of such acts, using Bourdieu's constructs of field, habitus, and capital (Bourdieu & Wacquant, 1992). The culmination of our model is the notion of opportunity capital as a symbolic attractor for the entrepreneur's efforts and the exchange counterparty to the investor's economic capital.

Our work makes several contributions. First, our introduction of the construct of opportunity capital and a detailed framework for its emergence helps explain the relationship between an entrepreneur's verbalization of their venture aspirations and an investor's commitment of resources to the depicted imaginary future entity. Our account takes us beyond the mere presumption of legitimacy that is characteristic of current work (e.g., Lounsbury & Glynn, 2001; Zott & Huy, 2007; De Clercq & Voronov, 2009; Becker-Blease & Sohl, 2015) in that we explain the leap from the premise of something being generally perceived as desirable (Suchman, 1995) to its actually being desired, as expressed by an investor's resource commitment. In other words, by drawing the distinction between the general perception of desirability and the behavioral expression of desire as committed action, we open the black box of the connection between legitimacy and resource acquisition. In this sense, legitimacy is a necessary but not sufficient condition for resource acquisition. Opportunity capital helps distinguish legitimate actors that do and do not succeed in resource acquisition.

Second, our work highlights the latent dynamics of instructive communication that rests on the use of language. The use of language in resource acquisition by early-stage entrepreneurs is a very prominent symbolic action (Martens et al., 2007; Chen et al., 2009; Cornelissen & Clarke, 2010; Liuberte & Dimov, 2021), reflecting the primary role of communication in managing legitimacy (Suchman, 1995). Following the calls for explaining the relationship between verbalization of opportunity and its exchange with tangible resources (Dimo, 2020), the framework developed in this study extends our knowledge about impression management (Lounsbury & Glynn, 2001) and symbolic management (Zott & Huy, 2007) by accounting for the workings of language in giving words illocutionary force to achieve the perlocutionary effect of resource commitment.

Third, our work offers practical pointers for improving the experience of the investment process for entrepreneurs and investors. Our framework elaborates on the use of language in constructing an image of a future state, enabling and constraining roles of existing knowledge and experiences constituting communication, and the rise of the symbolic value of a party in the eye of others. Grasping the latent dynamics of communication and reflecting on practical engagements with a new lens could enhance the quality of interaction, leading to more satisfactory results in the process.

Language and Epistemic Dependency

We use an account of language provided by Daniel Dor (2015). He argues that language is essentially a socially constructed communication technology dedicated to the instruction of imagination in others. Our

linguistic communication provides our interlocutors with materials from which they can construct in their imagination the experience we intend to share with them. As such, language enables the bridging of the experiential gap between speakers.

Before we present Dor's formal model of how language operates, it is useful to reflect on why language may have emerged as such in the first place. Dor suggests that this has happened slowly in increasing situations of epistemic dependency. These are situations in which (1) an individual A experiences something that calls for action but A cannot act alone; (2) another individual B can act but has not experienced the call for action; and (3) the survival of both A and B depends on A's capacity to get B to do what is needed. In this situation, the communicative act of A is not intended for B to experience something but to imagine something.

We see a direct analogy between this archetypal situation of epistemic dependency and the situation that involves an entrepreneur (E) and investor (I). E experience something - a vision of future success - that compels them to act, but they need help and resources of I. I has the resources but do not experience E's compelling vision. While it is not survival that is at stake here, we could argue that the world might be better off in some way if E and I act together. Therefore, the communication between E and I has to aim to bridge their experiential gap. E's verbal account - their pitch - aims to instruct I to imagine something.

We can now summarise Dor's model of linguistic communication between sender and receiver. It starts with a basic insight that two speakers with different experiential worlds need to create a commonly agreed model of the world (symbolic landscape) that they can use as a channel for their instructive communication. The symbolic landscape consists of all the signifieds of the signs of a language (i.e. what words refer to), which point to some clusters of experience, are connected semantically to other signifieds, and a marked by signifiers. For example, the linguistic sign "chair" implies an association between a signifier (the linguistic sound or something written), the signified chair (concept), which is semantically connected to other signifieds such as a table, comfortable furniture, etc., and a cluster of private experiences related to chairs (i.e. chair one has seen, sat on, read about, etc.). In this sense, at the core of each linguistic sign lies the signified - the particular point on the mutually identified symbolic landscape - and its marking by a signifier as the mutually agreed form of the sign.

In communicating through language, we aim to map our private experience to the shared symbolic landscape. This is not a straightforward task, as evidenced by our common experience of trying to find the right words. This suggests that, as speakers of a language, we operate with two (mismatched) worldviews, namely the private-experiential and the social-linguistic. The private-experiential world is analog, made of personal categorical distinctions that are continuous, variable, and context-dependent. This world is to be mapped onto a social-linguistic symbolic landscape that is much simpler and provides discrete points of reference that others can use as instructions for their imaginations.

Communication thus consists of three conversion stages to turn private meaning into collective meaning. It begins with an experiential intent - something the speaker intends to communicate. In the first step, this intent is converted into a message - a set of instructions for imagination - based on the normative rules for the communication protocol. In the second step, the message is converted into an utterance by choice of appropriate signifiers. In the third stage, the utterance is converted into actual speech as perceptible behavior, i.e. the sound waves that the listener can pick up. The process then proceeds in the reverse order on the listener side. The listener first perceives the sound waves to detect the utterance. The signifiers of the utterance are then decoded into a message. Finally, the message is translated into an interpretation by invoking appropriate elements from the listener's own experience to construct an imaginary experience for the listener. The communication succeeds when the listener constructs an imaginary experience that is similar to what the speaker had intended.

For our purposes, we will omit the third stage for the speaker and the first stage for the listener - namely the conversion of utterance into actual speech (sound waves) and the detection of that speech on the part of the listener and its conversion into utterance. Thus we abstract from situations where the speaker may mispronounce words or the listener may hear words wrongly. Our focus is therefore on (1) the conversion of experiential intent into a message and (2) the use of signifiers to convert the message into an utterance. Both of these stages take place in a social-linguistic context that defines certain features of the symbolic landscape and particular communication norms.

“Opportunity” as Experiential Intent and Speech Act

Entrepreneurship entails a commitment to bringing about a desired future state of affairs. The mental states that define an entrepreneurial stance have the property of intentionality, i.e. they are about or directed at states of affairs in the world (Searle, 1983). Intentional states include beliefs, desires, intentions, hopes, etc, all characterized as being about something. In this regard, Searle (1983) distinguishes between psychological mode (i.e. the mental state itself) and propositional content (i.e. what the state is about or directed at). In the case of an entrepreneur, the propositional content is some envisioned, imaginary future - an imagined opportunity in which the entrepreneur creates values for someone in a profitable way (Dimov, 2020). While anyone can idly imagine such futures, the defining mark of an entrepreneur is that such propositional content is combined with a certain psychological mode - intention - as a sign of the entrepreneur’s commitment to making the imagined future real. The entrepreneur envisions something that does not currently exist and, in seeking the support of a prospective investor, they need to communicate what they envision by creating a set of instructions for the investor’s imagination so that the investor can “see” what the entrepreneur “sees”.

In line with Dor’s model outlined in the previous section, entrepreneurs first convert their private imaginary experience of a vision for the future to a message they would aim to convey to the investor or other external stakeholders. The expression of that vision is entirely dependent on language (Dimov, 2020). The broad structure of the message - the “opportunity” as what the entrepreneur seeks to make happen - includes a venture concept, expressing what the effort is ultimately about, and a theory of change, expressing the milestones or chains of actions that mark the path to envisioned future. The venture concept enables us to infer the conditions of satisfaction for the entrepreneur’s effort, i.e. what the future will need to be like for the intention to be deemed fulfilled or successful (Searle, 1983). The theory of change becomes a signal that the entrepreneur has more than just desire - they are able to translate it into some concrete action and more proximate milestones. The articulation of the venture concept and theory of change rests on a wider network of intentional states (e.g. beliefs, expectations, hopes) and on a background of social practices and preintentional assumptions (Searle, 1983). In other words, there is much that the entrepreneur takes for granted or uses as implicit premises in conveying what they aim to do. These include developing a product, finding people and customers, building an organization, operating in a favorable economic and political environment, etc.

We can think of venture concept and theory of change as signifieds, i.e. part of a symbolic landscape onto which the entrepreneur maps their experience with the purpose of communicating it to others. As such, venture concepts and theory of change would deploy a range of signifieds - reflecting the socio-linguistic practices of the entrepreneurial community - such as value proposition, target customers, business model, product development, customer acquisition, team formation, etc. This is indeed the conceptual language through which we describe new ventures.

In the next step of the communication process, the entrepreneur chooses the signifiers for those signifieds, i.e. the words and expressions that would convert the message into utterances and facilitate its transference to others. These utterances constitute speech acts by the entrepreneurs, constituting performances characterized by locution, illocutionary force, and perlocutionary effects (Searle, 1969). The locution or meaning reflects the propositional content, i.e. what the entrepreneurial effort is about and how

it envisions the future. This meaning is given an illocutionary force that specifies how the speaker aims to deploy their words and thus how they are to be related to the propositional content. In this sense, every speech act is an illocutionary act. Searle (1979) distinguishes five main categories of the illocutionary act: assertives (e.g. believe, predict), directives (e.g. ask, command), commissives (e.g. promise, intend), expressives (e.g. congratulate, regret), and declarations (e.g. pronounce, declare). The utterances of the entrepreneur contain a mix of assertives, expressives, declarative, and commissives, through which they convey a variety of illocutionary points (Liuberte and Dimov, 2021).

The perlocutionary force of the speech acts pertains to the effects they aim to produce in the listener such as generating certain thoughts or images and invoke certain feelings. In the current case, the perlocutionary force captures the aim of the message for the investor's imagination. The entrepreneur wants the investor not only to imagine what the future might look like but also to find such future compelling, lucrative, achievable.

A Bourdieuen Lens: From Use to Users of Language and the Context

The use of language as a technology for communication (Dor, 2015) in a social context necessarily be considered more than the utilization of a mere tool to convey a message comprised of symbols and rules. Linguistic communication is a social practice with "practical and political" (Bourdieu & Wacquant, 1992:141) functioning and does not occur in a vacuum. Moreover, the efficacy of an utterance is inseparable from external factors of language, which are enduring social relations bestowing power, status, and different types of resources to actors (Bourdieu, 1991).

Bourdieu contends that illocutionary forces have (perlocutionary) effects only through the social order behind them and enriches the role of language in communication with notions from his framework (Bourdieu, 1991; Bourdieu & Wacquant, 1992). Therefore, in addition to the projects and plans of a speaker, the actor's position in a particular context also shapes the way and consequences of communication.

Extending the Linguistic Framework: Extra-Linguistic Context and Notions from Bourdieu

According to Bourdieu, social practices take place in fields, which refers to the "arenas of production, circulation, and appropriation of goods, services, knowledge, or status, and the competitive positions held by actors" (Swartz, 1997:117). The entrepreneurship ecosystem is an excellent example of the concept of the field. Actors like state, universities, ventures, investors, accelerators, and incubators constitute the field and build enduring relationships to establish, sustain, and strengthen their positions.

Actors occupy different positions in a field structured by power relations depending on the capitals under control (Jenkins, 1992) and struggle to accumulate resources to gain field dependent-capital to have a voice in (re)constructing the field (Bourdieu & Wacquant, 1992). For example, an early-stage venture, in time, collects resources and becomes a more powerful actor in the field.

Economic capital is the most prominent and widely acknowledged type of capital, like financial and material assets (Bourdieu, 1986). In addition to tangible assets, there are also intangible types of resources that are accumulated as social, cultural, and symbolic capital (Bourdieu, 1986). Social capital counts on existing and potential resources gathered through long-lasting networks of relationships (Bourdieu, 1986). Cultural capital, is about reaching and mobilizing cultural products in society and, it differs from human capital with its field-specific nature. A specific subset of embodied cultural capital is linguistic capital which is "the capacity to produce expressions apropos for a particular [field]" (Bourdieu, 1991:18) and acquired in time through social relations in a setting (Everett, 2002). The final form of capital is symbolic capital which is the amalgam of other types of capital (Özbilgin & Tatlı, 2005). In that sense, symbolic capital emerges when economic, social, and cultural capital are deemed legitimate (Everett, 2002). Similar to the conversion in symbolic capital, the first three forms of capital can be

converted to each other. Moreover, capitals have different levels of liquidity and convertibility (Everett, 2002).

One of the fundamental constructs in Bourdieu's framework while theorizing the reproduction and transformation of social relations in the field and distribution of capitals is habitus (Everett, 2002). Habitus is a socially inscribed mental and corporeal scheme produced by the history of social relations and experiences that guides perceptions, appreciations, and actions. So, habitus provides coherence between fields and practices by internalizing the past as an external structure (Bourdieu, 1977; Bourdieu & Wacquant, 1992).

On the one hand, the field structures habitus and reproduces itself through framing strategic actions. On the other hand, it enables actors to follow their plan and alter capital distribution, changing perceptions and transforming the field. This twosome mechanism works as being considered legitimate and establishing legitimacy. The first part relies on cultural capital, an integral part of the actor's habitus (Bourdieu, 1986). The cultural capital of the actor brings the capacity to align with the cultural codes, therefore expectations, of the field and gain legitimacy. This legitimacy allows for accumulating resources and achieving different forms of capital, including symbolic capital. The second part counts on this symbolic capital's magical efficacy (Bourdieu, 1991). Relying on the recognition brought by symbolic capital, the actor has the power to determine "what is normal or legitimate" (Everett, 2002:59) in the field.

Understanding the Investment with a Bourdieuan Linguistic Framework

Epistemic dependency triggers the interaction between entrepreneur and investor, and an investment meeting typically starts with the entrepreneur's pitch of "opportunity". The first stage of this communication is the transition from experiential intention to the construction of the message, which is private to the speaker, entrepreneur in our case, and before language (Dor, 2015). This cognitive action is bounded by the normative rules of communication guided by communication protocol (Dor, 2015) and rules particular to the entrepreneurial field inscribed into the habitus of the speaker, giving the sense of a proper way of thinking (Bourdieu & Wacquant, 1992). Hence, the message is fashioned with the entrepreneurial field's cultural communication codes.

The part regarding language in communication is converting the speaker's message into utterance. With this conversion, the message transformed into perceptible structures of words and constructions as signifiers with phonological, morphological, and syntactic relations (Dor, 2015). As part of the habitus of the speaker, this speech act is governed by linguistic habitus (Bourdieu & Wacquant, 1992). In addition to grammar, accent, and vocabulary, the way of speaking is also shaped by linguistic habitus in parallel to the field's socio-linguistic norms (Bourdieu, 1991). Speaking the socio-historically constructed "official" language of a community provides legitimacy to the speech act and the speaker (Bourdieu, 1991).

The comprehension of instructive communication begins with perceiving the behavior on the listener's side (Dor, 2015). In our case, the investor starts to build a mental representation of the pitch from the perceived material. Similar to the speaker's conversion of the message to utterance, the perception of the utterance is guided by habitus (Bourdieu, 1977) and normative rules of communication (Dor, 2015). The listener picks up the utterance through a filter formed with embodied sedimentation of historical relations in that particular field (Bourdieu & Wacquant, 1992), fundraising and entrepreneurial investment fields in the case of investment, and then analyzes it phonetically, phonologically, morphologically, and syntactically (Dor, 2015).

The message built in the former step activates the imagination process, and the listener retrieves memories from private past experiences to construct her/his own imaginary experience through interpretation (Dor, 2015). Habitus as the driver of appreciation (Bourdieu, 1977), shaped by social relations in entrepreneurial investment and business field, guides the investor's interpretation. Moreover,

the private past experiences count on the cultural capital of the investor as the listener. The content that is not covered by the message explicitly, which we described as a drift from the message on the entrepreneur's side, would bring background assumptions to the meaning-making process of the interpreter (Searle, 1979).

If the investor finds the perceived message plausible and believes (Bourdieu, 1990) in it as the perlocutionary effect (Searle, 1979), s/he ascribes credibility to the entrepreneur deems the entrepreneur's sayings legitimate. Accordingly, the cultural capital of the entrepreneur is converted to symbolic capital in the eye of the investor. The symbolic capital of the entrepreneur does not solely depend on this conversion.

The future state that the entrepreneur claim and is deemed legitimate with the above-described process is a speech act with a world-to-mind direction of fit (Searle, 1979). The investor attributes a symbolic value to this speech act that "designates [it] as desirable" (Bourdieu, 1990:121) as a perlocutionary effect (Searle, 1979) of the communicated future state. We argue that this symbolic value is a kind of symbolic capital, but this needs to be distinguished from the symbolic capital of the entrepreneur as the mechanism generating it is different and label it as opportunity capital.

Conclusion

This study provides a new lens to scholars studying the early-stage resource acquisition of entrepreneurs. So far, scholars have handled this phenomenon with asymmetric information or perceived legitimacy perspectives. However, these approaches have some drawbacks reducing the explanatory power of the focal phenomenon. By synthesizing linguistic communication, meanings of speech act, and extra-linguistic social constructs, the developed framework in this paper provides a better understanding of the complex relationships in entrepreneurial resource acquisition in the early stages. Moreover, it opens new avenues for future research by eliciting taken-for-granted latent dynamics.

References

- Aldrich, H., & M. Fiol (1994). Fools Rush In? The Institutional Context of Industry Creation. *Academy of Management Review*, 19, 645–670.
- Amit, R., Brander, J., & Zott, C. (1998). Why do venture capital firms exist? theory and canadian evidence. *Journal of Business Venturing*, 13(6), 441-466.
- Beckert, J. (2016). *Imagined futures: Fictional expectations and capitalist dynamics*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (1977). *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Bourdieu, P. (1991). *Language and symbolic power* (G. Raymond & M. Adamson, Trans.) Cambridge, MA: Polity.
- Bourdieu, P., & Wacquant, L.J.D. (1992). *An invitation to reflexive sociology*. Chicago: University of Chicago Press.
- Chen, X. P., Yao, X., & Kotha, S. (2009). Entrepreneur passion and preparedness in business plan presentations: A persuasion analysis of venture capitalists' funding decisions. *Academy of Management Journal*, 52, 199-214.
- Clarke, J.S., Cornelissen, J.P., & Healey, M.P. (2018). Actions Speak Louder than Words: How Figurative Language and Gesturing in Entrepreneurial Pitches Influences Investment Judgments. *Academy of Management Journal*, 62 (2), 335–360.
- Cornelissen, J.P., & Clarke, J.S. (2010). Imagining and Rationalizing Opportunities: Inductive Reasoning and the Creation and Justification of New Ventures. *Academy of Management Review*, 35(4), 539–557.
- De Clercq, D., & Voronov, M. (2009). Role of cultural and symbolic capital in entrepreneurs' ability to meet expectations about conformity and innovation. *Journal of Small Business Management*, 47(3), 398–420.
- Dimov, D. (2020). Opportunities, language, and time. *Academy of Management Perspectives*, 34 (3), 333–351
- Dimov, D. (2021). From “opportunity” to opportunity: The design space for entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing Design*, Forthcoming.
- Dor, D. (2015). *The Instruction of Imagination: Language as a Social Communication Technology*. New York: Oxford University Press.
- Garud, R., Schildt, H.A., & Lant, T.K. (2014) Entrepreneurial storytelling, future expectations, and the paradox of legitimacy. *Organization Science*, 25(5), 1479–1492.
- Gompers, P.A., Gornall, W., Kaplan, S.N., & Strebulaev, I.A. (2020). How do venture capitalists make decisions? *Journal of Financial Economics*, 135, 169–190.
- Liuberte, I., & Dimov, D. (2021). “One tiny drop changes everything”: Constructing opportunity with words. *Journal of Business Venturing Insights*, 15, e00242.

- Lounsbury, M., & Glynn, M.A. (2001). Cultural entrepreneurship: Stories, legitimacy and the acquisition of resources. *Strategic Management Journal*, 22(6–7), 545–564.
- Martens, M.L., Jennings J.E., & Jennings, P.D. (2007). Do the stories they tell get them the money they need? The role of entrepreneurial narratives in resource acquisition. *Academy of Management Journal* 50(5), 1107–1132.
- Parhankangas, A., & Ehrlich, M. (2014). How entrepreneurs seduce business angels: An impression management approach. *Journal of Business Venturing*, 29(4), 543–564.
- Searle, J.R. (1969). *Speech Acts: an Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge university press, Cambridge.
- Searle, J.R. (1979). *Expression and Meaning: Studies in the Theory of Speech Acts*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Searle, J.R. (1983). *Intentionality: An Essay in the Philosophy of Mind*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Suchman, M.C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *Academy of Management Review*, 20, 571:610.
- Zott, C., & Huy, N. (2007). How Entrepreneurs Use Symbolic Management to Acquire Resources. *Administrative Science Quarterly*, 52(70), 70–105.

Kripto Meşruiyet: Kripto Varlık Piyasasında Faaliyet Gösteren Örgütler Üzerine Bir Araştırma

Abdullah Kıray
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

abdullahkiray@gmail.com

Vesile Çavuşoğlu
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

vesile.1996@hotmail.com

Özet

Bireylerin örgüt hakkındaki algı ve varsayımlarını ifade eden meşruiyet, örgütlerin devamlılıkları sağlayabilmesi açısından oldukça önemlidir. Bu çalışmanın amacı kripto varlık piyasasında var olan meşruiyet türlerini ve ne tür meşruiyet stratejilerinin ve uygulamalarının kullanıldığını tespit etmektir. Çalışma nitel araştırma yöntemi kullanılarak yürütülmüştür. Araştırma kapsamında yarı yapılandırılmış soru formu kullanılarak beş derinlemesine mülakat ve iki odak grup görüşmesi ile birincil veriler toplanmıştır. Ayrıca medyada yer alan haberler ve yayınlar, sosyal medya paylaşımları ve reklamları içeren görseller ve metinlerden oluşan açık kaynaklardan arşiv taraması yapılarak ikincil veriler toplanmıştır. Araştırma sonucunda kripto varlık piyasasında pragmatik, ahlaki, bilişsel, düzenleyici, teknik, yönetsel, duygusal ve endüstri meşruiyeti türlerinin mevcut olduğu belirlenmiştir. Aynı zamanda, kripto varlık piyasasında alım-satım hizmeti veren işletmelerin meşruiyeti kazanmak, sürdürmek ve onarmak için stratejiler kullandığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Meşruiyet, Meşruiyet Türleri, Meşruiyet Stratejileri, Kripto Varlık Piyasası

Giriş

Meşruiyet, örgütlerin devamlılıklarını açısından oldukça önemlidir. Nakamoto (2008)'nin önerdiği kriptografiye dayalı ödeme sisteminin ardından ortaya çıkan kripto varlıklara dayalı piyasa, görece yeni bir alandır ve bu piyasadaki ürünler de oldukça yenidir. Bu alanda Türkiye'de henüz herhangi bir düzenleme olmamasına, çoğu bireyin arkadaki işleyiş konusunda tam olarak bilgi ve fikir sahibi olmamasına ve adı kötüye çıkmış, onbinlerce insanı mağdur etmiş birçok alım-satım işletmesi olmasına rağmen kripto para piyasasının hacmi 2022 yılında 3 trilyon dolara yaklaşmıştır (<https://coinmarketcap.com>). Morning Consult (2022) tarafından yayınlanan rapora göre ise Türkiye'de çok sayıda insan kripto varlık alım-satımı yapmaktadır. Bahsedilen çalışmada Türkiye, araştırmaya dahil edilen 42 ülke arasında, kripto para alım-satımı bakımından ikinci sırada yer almaktadır. Bununla birlikte, Dünya Ekonomik Forumu'nun dünyada en çok kripto para kullanan ülkelere yönelik gerçekleştirdiği araştırmanın sonuçları Türkiye'nin kripto para kullanımında dünyada dördüncü sırada, Avrupa'da ise birinci sırada yer aldığını göstermektedir (<https://www.ntv.com.tr/>) dolayısıyla kısa süre önce ortaya çıkan ve bu kadar büyük etkiye sahip olan kripto varlıkları, bireylerin ne şekilde meşru gördüğü ve kripto varlık piyasasında alım-satım hizmeti veren işletmelerin meşruiyeti nasıl sağladığı araştırmaya değer görülmüştür. Kripto varlıklara dair meşruiyetin nasıl sağlandığına yönelik bazı çalışmalar bulunsa da (örn: Ingram ve Morisse, 2016; Chanson vd., 2018; Rosati vd., 2021) bu çalışmalar, kripto varlık piyasasında alım-satım hizmeti veren işletmelerin hangi uygulama ve stratejileri uygulayarak meşruiyeti sağladığı konusuna açıklık getirmemiştir. Bu çalışma ile kripto varlık piyasasında alım-satım hizmeti veren işletmelerin meşruiyeti sağlamak için neler yaptıklarını ortaya çıkarmak amaçlanmıştır.

1.Kuramsal Çerçeve

1.1.Meşruiyet Kavramı

Meşruiyet, modern örgüt çalışmalarında sıkça bahsi geçen önemli bir kavramdır ve birçok araştırmacı tarafından ele alınmıştır. Meşruiyet, sosyal teori ve örgüt çalışmaları alanında ilk kez Weber (1918) tarafından kullanılmıştır. Weber (1918)'e göre meşruiyet, uyulan kurallar dizisidir ve meşruluk sosyal norm ve resmi yasalara uygunluktan kaynaklanmaktadır. Ardından Parsons (1960), Weber'in düşüncelerini benimsemiş ve meşruiyeti eylemlerin paylaşılan veya ortak değerlerle uyumu olarak değerlendirmiştir. Maurer (1971), meşruiyetin, örgütün paydaşlarına ve üst sistemlerine güç veren bir süreç olduğunu ifade etmiştir. Downling ve Pfeffer (1975), meşruiyeti, iki değer sistemine uyumlu olmak ile ilişkilendirmişlerdir. Bu değer sistemlerinden ilki örgütün faaliyetleri ile ilişkili sosyal değerlerdir, ikincisi de parçası oldukları daha geniş bir sosyal sistemdeki kabul edilebilir sosyal davranış normlarıdır. Suchman (1995), bireylerin örgüte dair algı ve varsayımlarının meşruiyet olduğunu ifade etmiştir dolayısıyla meşruiyetin öznel olarak yaratılan fakat nesnel olarak sahip olunan bir şey olduğunu ileri sürmüştür. Bu yüzden bir örgüt toplumsal normlardan önemli ölçüde uzaklaşsa bile bu diğerleri tarafından fark edilmediği sürece örgüt meşruiyetini koruyabilir (Suchman, 1995: 574). Bunlara benzer olarak Mazza (1999) da meşruiyeti hem kurallara uygunluk hem de sosyal norm ve değerlere sembolik uygunluk olarak ifade etmiştir.

1.1.1.Farklı Kuramsal Yaklaşımlar Açısından Meşruiyet

Meşruiyet, kaynak bağımlılığı kuramı, örgütsel ekoloji kuramı ve kurumsal kuramda araştırmacılar tarafından oldukça önemli ve ilgi çeken bir konu olmuştur (Bitektine, 2011: 152).

Kaynak bağımlılığı kuramı, bir organizasyonun istikrarını ve meşruiyetini sağlamak için gerekli kaynakları elde etme ve sürdürme yeteneğine odaklanmaktadır (O'Brien, 2010: 343). Aldrich ve Pfeffer (1976)'in ifade ettikleri gibi bu yaklaşıma göre örgütlerin gerekli tüm kaynakları kendileri üretmedikleri ve ihtiyaç duydukları kaynakları elde edebilmeleri için çevreleri ile ilişki ve iletişim içinde olmaları

gerekmektedir. Bununla birlikte Hybels (1995), meşruiyetin kaynak akışındaki artışlardan kaynaklandığını, gayrimeşrulaşmanın ise kaynak akışı azaldığında ortaya çıktığını ifade etmiştir.

Ekoloji kuramı temel olarak “neden bu kadar farklı örgüt türü var” sorusuna cevap aramaktadır (Hannan ve Freeman, 1977: 936). Bu kuramı benimseyen araştırmaların gözlemlediği üç şey vardır: birincisi örgütler çeşitlilik gösterir, ikincisi örgütler değişen çevreye uymakta güçlük çeker, üçüncüsü örgütler sürekli olarak ortaya çıkar ve yok olur (Baum ve Amburgey, 2002: 304). Bu kuram, örgütlerin hayatta kalma durumlarını meşruiyet ve rekabet olarak iki temel unsura dayandırmaktadır (Nickel ve Fuentes, 2004: 45). Bir popülasyonda az sayıda örgüt olduğunda örgütlerin meşruiyeti azdır, popülasyona eklenen her yeni örgüt, örgütlerin meşruiyetini arttırmaktadır. Popülasyon belli bir kapasiteye ulaştıktan sonra rekabet artmaktadır. Rekabetin artışı ile hayatta kalmak zorlaştığı için örgütlerin ölüm oranları artmaya başlamaktadır (Petersen ve Koput, 1991: 399).

Kurumsal teorinin temelleri Meyer ve Rowan (1977)’in ve Zucker (1977)’in makaleleri ile atılmıştır (Deephouse ve Suchman, 2008: 50). Kurumsal kuram bakış açısıyla meşruiyet, bir dizi temel inanç olarak tasvir edilmektedir. Bu yaklaşıma göre örgütler buldukları çevreden soyutlanarak kolayca meşruiyet elde edemezler, dış kurumlar örgütü inşa etmektedir. Bu bakış açısına göre kurumsallaşma ve meşruiyet neredeyse aynı kavram olarak değerlendirilmektedir (Suchman: 1995: 576). Kurumsal kuramda meşruiyet bir örgütün devamlılığı için olmazsa olmaz bir kaynak olarak ele alınmaktadır (Meyer ve Rowan, 1977), dolayısıyla meşruiyet ya vardır ya da yoktur. Meşruiyetin olmaması durumunda örgütler devamlılıklarını sağlayamaz (Deephouse vd., 2017: 34).

1.1.2.Meşruiyetin Boyutları

Meşruiyetin boyutları, farklı araştırmacılar tarafından farklı şekillerde ele alınmıştır. Styker (1994), meşruiyeti, kurallara davranışsal, tutumsal ve bilişsel uyum olarak ele almıştır, Aldrich ve Fiol (1994) ise, bilişsel ve sosyopolitik olarak iki boyutta incelemiştir. Bu araştırmacıların yanı sıra, Scott (1995) ise meşruiyetin düzenleyici, normatif ve bilişsel boyutlarının olduğunu öne sürmüştür. Beaulieu vd. (2002), meşruiyetin yasal, ahlaki, kimlik, teknik, kurumsal ve algısal olmak üzere altı boyuttan oluştuğunu ve bu altı boyutun birleşerek örgütün genel meşruiyetini oluşturduğunu ifade etmişlerdir. Bitektine (2011), literatürdeki meşruiyet tipolojilerinin şu ifadelerle dayalı olarak sınıflandırıldığını belirtmiştir:

- Değerlendiren aktör kimdir,
- Örgütün hangi özellikleri değerlendiriliyor,
- Örgütün algılanan özellikleri değerlendiriciler tarafından bilişsel olarak nasıl işlenir,
- Aktörlerin söz konusu örgüt ile ilişkilendirdiği faydanın yoğunluğu nedir,
- Örgütün uyumluluğu hangi mekanizma ile sağlanır.

Bahsettiği bu sınıflandırmaya göre örgüt literatüründeki meşruiyet türleri Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Örgüt Çalışmalarında Spesifik Meşruiyet Türleri

Meşruiyet Tipi	Tipoloji Temelleri	Referanslar
Medya meşruiyeti	İzleyici değerlendirmesi	Bansal & Clelland (2004), Deephouse (1996), Hybels (1994), Lamertz & Baum (1998), Pollock & Rindova (2003)
Düzenleyicilere göre meşruiyet	İzleyici değerlendirmesi Uyum mekanizması (zorlama)	Baum & Oliver (1991), Deephouse (1996), Pfeffer & Salancik (1978), Rao (2004), Singh, Tucker, & House (1986)
Yatırımcılara göre meşruiyet	İzleyici değerlendirmesi	Certo (2003), Rao, Greve, & Davis (2001)
Savunucu gruplara göre meşruiyet	İzleyici değerlendirmesi	Rao (1998), Rao, Morrill, & Zald (2000)
İşsel meşruiyet	İzleyici değerlendirmesi	Kostova & Roth (2002), Kostova & Zaheer (1999)
Prosedürel meşruiyet	Örgütün özellikleri/boyutları	Suchman (1995)
Sonuçsal meşruiyet	Örgütün özellikleri/boyutları	Suchman (1995)
Yapısal meşruiyet	Örgütün özellikleri/boyutları	Suchman (1995)
Kişisel meşruiyet	Örgütün özellikleri/boyutları	Suchman (1995)
Bağlantı meşruiyeti	Örgütün özellikleri/boyutları	Baum & Oliver'da (1991) açıklanan örgütsel bağlantıların meşrulaştırıcı etkisine dayanarak burada ayırt edilmiştir.
Teknik meşruiyet	Örgütün özellikleri/boyutları	Ruef & Scott (1998)
Yönetmel meşruiyet	Örgütün özellikleri/boyutları	Ruef & Scott (1998)
Bilişsel meşruiyet	Analitik süreç	Aldrich & Fiol (1994), Hannan, Carroll, Dundon, & Torres (1995), Hannan & Freeman (1987)
Sosyopolitik meşruiyet	Analitik süreç	Aldrich & Fiol (1994)
Pragmatik meşruiyet	Faydanın ne kadar yaygın/yoğun olduğu (yoğun)	Ashforth & Gibbs (1990), Barron (1998), Foreman & Whetten (2002), Suchman (1995)
Ahlaki meşruiyet	Faydanın ne kadar yaygın/yoğun olduğu (yoğun)	Barron (1998), Greenwood, Suddaby, & Hinings (2002), Rindova, Pollock, & Hayward (2006), Suchman (1995), Tolbert & Zucker (1996)
Normatif meşruiyet	Uyum mekanizması	Kostova & Zaheer (1999), Scott (1995)
Düzenleyici meşruiyet	Uyum mekanizması	Baum & Oliver (1991), Deephouse (1996), Kostova & Zaheer (1999), Scott (1995)

Kaynak: Bitektine, 2011: 155

De-Castro vd. (2018), bu 18 meşruiyet tipinin genişlediğini ve 37 meşruiyet tipi olduğunu ifade etmişlerdir. Bunların çoğu birbirinin yerine geçtiği için bir anlam karmaşasına yol açtığını düşünen yazarlar işletme yönetimi odaklı 8 meşruiyet tipolojisi önermişlerdir. Bunlar Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. İşletme Yönetimi Odaklı Meşruiyet Türleri

Tipoloji	Anlamı	Tanımlayıcı
Bilişsel Meşruiyet (Kültürel)	Meşruiyet izleyiciler tarafından bahşedilir, çünkü izleyiciler, örgüt hakkında sahip oldukları imaj neyse örgütün de o olduğunu kabul ederler.	Örgütün kimliği
Düzenleyici Meşruiyet	Örgütler, hükümetler ve diğer otoriteler tarafından belirli bir şekilde hareket etmeye ve davranmaya zorlayan kurallar, normlar, yasalar ve yaptırımlar yoluyla düzenlendikleri için kurumsallaşmıştır.	Normlar, uyumluluk ve yaptırımlar
Ahlaki Meşruiyet (Etik)	İzleyiciler, bir örgütün, sosyal açıdan olumlu olarak kabul edilen ve değer verilen, özel çıkarların üzerinde olan ilkeleri savunduğunu ve takip ettiğini algıladıklarında o örgüte meşruiyet bahşederler.	Değerlere dayalı girişimler
Pragmatik Meşruiyet(enstrümantal veya kaynaklar)	Paydaşların, değer katkısı elde ederek örgüt aracılığıyla hedeflerine ulaşmaları durumunda ortaya çıkar.	İç ve dış güçlerin çıkarlarının dengelenmesi
Yönetmelik Meşruiyet(Çıktı)	Örgütler, misyonlarını yerine getirdiklerini ve vizyonlarına ulaşmak için kararlı adımlar attıklarını tüm hedef kitlelerine göstermeli ve orta veya uzun vadede stratejik hedeflerine ulaşma yolunda net bir şekilde ilerlemelidir.	Misyon, vizyon ve genel amaçların gerçekleştirilmesi
Teknik Meşruiyet	Meşruiyet, örgütün eylemlerinin mümkün olan en iyi şekilde yürütülmesinden, inovasyonun uygulanmasından, en iyi yönetici ve personelin bulunmasından, yeni yönetim tekniklerinin geliştirilmesinden, mevcutların güncellenmesinden ve akıllı stratejilerin benimsenmesinden gelir.	Yönetim yetkinlikleri
Duygusal Meşruiyet	Aktörlerin geliştirdiği belirli faaliyetler, onu yöneten insanlar veya yönetilme şekli ne olursa olsun, örgütün tamamen özdeşleştiği, duygusal olarak onunla bağlantılı olduğu bir ideali temsil ettiğini varsayar.	Örgütle duygusal bağ
Endüstri veya Sektörün Meşruiyeti	Meşru gruplara ve sektörlerle dahil olan veya üye olarak kabul edilen örgütler de meşru kabul edilir.	Meşruiyeti olan sektör veya grupla entegrasyon

Kaynak: De-Castro vd., 2018

1.2.Meşruiyet Stratejileri

Suchman (1995), örgütlerin meşruiyeti kazanmak, meşruiyeti sürdürmek ve meşruiyeti onarmak için stratejiler uyguladığından bahsetmiştir.

1.2.1.Meşruiyeti Kazanma

Meşruiyeti kazanma, örgütler kurulurken, yeni bir faaliyet alanına girdikleri sırada ya da yeni yapı ve süreçleri kullanmaları durumunda ortaya çıkmaktadır. Örgütler güven ve destek kazanmaya çalıştıkça meşrulaşma faaliyetleri yoğunlaşmaktadır (Ashfort ve Gibbs, 1990: 182). Yeni girişimlerin, mevcut girişimlere göre belli dezavantajları bulunmaktadır. Bunlardan ilki, yeni girişimlerin meşruiyetten yoksun olmalarıdır. Dolayısıyla yeni girişimler, yerleşik olanlar kadar güvenilir görünmezler bunun için yeni örgütlerin hayatta kalabilmek adına meşru olduklarına dair dış algıyı yaratmaları gerekir. Yeni örgütler için ikinci bir dezavantaj, yerleşik firmaların sahip olduğu müşteri ve tedarikçi ilişkilerinin yeni girişimlerde olmamasıdır. Üçüncü bir dezavantaj olarak ise yeni girişimlerin yeni olmaları sebebiyle kaynakları ürün ve hizmete dönüştürecek üretkenliklerinin olmaması gösterilmektedir (Delmar ve Shane, 2004: 387). Bunlarla birlikte örgütler meşruiyet kazanma aşamasında sadık müşteriler yaratmak ve var olan daha eski meşru örgütleri ikna etmek gibi bir takım zorluklarla da karşı karşıya kalmaktadır (Suchman, 1995: 586). Bu gibi durumlar ve örgütlerin bir geçmişinin olmaması, ihtiyaç duydukları kaynaklara ulaşımını zorlaştırmakta ve fırsatları değerlendirememelerine neden olmaktadır (Fisher, 2020: 1). Bütün bunların üstesinden gelmek için örgütler, çevreye uyma, çevreyi seçme ve çevreyi manipüle etme stratejileri uygulayarak meşruiyet kazanmaktadır (Suchman, 1995: 587).

Yeni girişimlere, yeniliğin getirdiği yükümlülüklerin üstesinden gelebilmeleri için genellikle uyum stratejilerini kullanmaları tavsiye edilmektedir ancak uyum stratejileri çok maliyetli olabilir. Uyum stratejilerinin maliyeti nedeniyle, yeni girişimler piyasada kendilerini sürdürmek için genellikle diğer meşruiyet stratejilerini kullanma ihtiyacı duyabilir dolayısıyla örgütler başka bir endüstriye girmeyi düşünebilir veya yalnızca sembolik olarak uymayı seçebilir öte yandan manipülasyon stratejilerinin de yüksek maliyetli olduğu düşünülmektedir ve manipülatif stratejiler, zaman ve önemli kaynakların kullanılmasını gerektirir. Yeni girişimler genellikle kaynak kısıtlılığında muzdarip olduğu için manipülasyon stratejileri yeni girişimler arasında çok yaygın değildir ancak mikro düzeyde, manipülasyon stratejileri, kurulu normlar çerçevesindeki düşünce şekillerini etkileme şeklinde anlaşılabilir ve dolayısıyla bu seviyede, makro seviyede olduğundan daha sık gerçekleşebilir (Karlsson ve Middleton, 2015: 473).

1.2.2.Meşruiyeti Sürdürme

Meşruiyeti koruma girişimleri, örgütlerin devam eden faaliyetlerinin yeterli bir onay eşiğine ulaşması durumunda meydana gelmektedir. Devam eden rol performansı ve her şeyin yolunda olduğuna dair sembolik güvenceler ile meşruiyete yönelik olası zorlukları öngörme ve önleme girişimleri meşruiyeti sürdürme faaliyetlerinin örnekleri içinde yer alır. Hissedarlara verilen olumlu mesajlar, kurumsal reklamlar, konuşmalar, ticari fuarlar, hayırseverlik bağışları, uzun vadeli sözleşmeler, personel hareketleri, fabrika açılışları ve üç aylık karlar gibi güvenceler ile meşruiyet korunmaya çalışılır (Ashfort ve Gibbs, 1990: 183). Genel olarak literatürde, meşruiyeti koruma stratejisinin, meşruiyet kazanmak ve meşruiyeti onarmaktan çok daha kolay olduğu vurgulanmaktadır. Bununla birlikte meşruiyetin sürdürülmesinde örgütler, paydaşlarının genellikle heterojen dağılım göstermesi, istikrarın çoğu zaman katılığı gerektirmesi ve kurumsallaşmanın çoğu zaman zıtlıkları içermesi olmak üzere birtakım zorluklarla karşı karşıya kalmaktadır. Meşruiyeti sürdürme stratejileri ise genel anlamda iki grupta incelenmektedir. Bunlar; gelecekteki değişiklikleri algılamak ve geçmişteki başarıları korumaktır (Suchman, 1995: 593-594).

1.2.3.Meşruiyeti Onarma

Meşruiyeti onarma girişimleri, örgütün mevcut meşruiyeti tehdit altında olduğunda veya sorgulandığında meydana gelmektedir. Yönetim tehdide karşı koymaya çalıştıkça, meşrulaştırma faaliyetleri de yoğunlaşır. Meşruiyetin onarılması aşamasında örgütler daha sembolik faaliyetler gerçekleştirmektedir (Ashfort ve Gibbs, 1990: 183). Gelişen bir meşruiyet krizi, yönetimin önlem almasını engelleyebilir ve yöneticileri daha önce güvenilir olan dış müttefiklerden koparabilir. Meşruiyet krizleri örgütlerin kaynak akışlarının kesintiye uğramasına, dolayısıyla başarısızlıklarına neden olmaktadır. Meşruiyetini kaybetme tehdidi ile karşı karşıya olan bir örgüt, kapsamlı bir meşrulaştırma faaliyetlerine başlamadan önce ani bozulmayı ele almalıdır. Aynı zamanda örgütler, geçmiş eylemlerinin izleyici değerlendirmeleri ile mevcut niteliklerinin izleyici değerlendirmeleri arasında bir tür güvenlik duvarı inşa etmelidir. Bu noktada örgütler meşruiyetlerini onarmak için normalleştirme, yeniden yapılandırma ve panik yapmama olmak üzere üç strateji uygular (Suchman, 1995: 597).

Bu üç meşruiyet stratejisinin genel, pragmatik, ahlaki ve bilişsel meşruiyet bağlamında incelenmesi Tablo 3'de gösterilmiştir.

Tablo 3. Meşruiyet Stratejileri

	Meşruiyeti Kazanma	Meşruiyeti Sürdürme	Meşruiyeti Onarma
Genel	<p>Çevreye uyma</p> <p>Çevre seçme</p> <p>Çevreyi manipüle etme</p>	<p>Değişimi algılama</p> <p>Geçmişteki başarıları koruma</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kontrol etme • Ustaca iletişim • Meşruiyeti artırma 	<p>Normalleştirme</p> <p>Yeniden yapılandırma</p> <p>Panik yapmama</p>
Pragmatik	<p>Taleplere uyma</p> <ul style="list-style-type: none"> • İhtiyaçlara karşılık verme • Kurucu unsuru üye atama • İtibar oluşturma <p>Pazar seçme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dostça izleyicileri konumlandırma • Dostça üyeleri işe alma <p>Reklam</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ürün reklamı • İmaj reklamı 	<p>Gözlemleme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kanaat önderlerine danışma <p>Mübadeleyi koruma</p> <ul style="list-style-type: none"> • Güvenilirliği kontrol etme • Dürüstçe iletişim kurma • Güveni artırma 	<p>İnkâr etme</p> <p>Gözlemci yaratma</p>
Ahlaki	<p>İdeallere uyma</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uygun çıktı üretme • Kurumlara yerleşme • Sembolik gösterimler sunma <p>Alan seçimi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amaçları tanımlama <p>İkna etme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Başarıları gösterme • Propaganda yapma 	<p>Etik değerleri gözlemleme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uzmanlara danışma <p>Doğruluğu koruma</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sorumlulukları kontrol etme • Saygın bir iletişim kurma • İtibarı artırma 	<p>Özür dileme/Savunma</p> <p>İlişkiyi kesme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personellerin yerini değiştirme • Uygulamaları gözden geçirme • Yeniden şekillendirme
Bilişsel	<p>Modellere uyum</p> <ul style="list-style-type: none"> • Standartları taklit etme • Operasyonları biçimlendirme • Operasyonları uzmanlaştırma <p>Etiket seçme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sertifikasyon arama <p>Kurumsallaşma</p> <ul style="list-style-type: none"> • Israr etme • Yeni modelleri yaygınlaştırma • Yeni modelleri standartlaştırma 	<p>Bakış açılarını gözlemleme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Şüphecilere danışma <p>Varsayımları koruma</p> <ul style="list-style-type: none"> • Basitliği kontrol etme • Gerçekçi konuşma • Bağlantıları artırma 	<p>Açıklama yapma</p>

Kaynak: Suchman, 1995: 600

1.3.Kripto Varlık Piyasası

Para geçmişten günümüze kadar birden fazla formda kullanılmıştır. Kullanılan tüm formların, arzının kontrol edilme ve sahte olmasının engellenme ihtiyacı bulunmaktadır. İtibari paraların arz kontrolü ve sahteciliğinin engellenmesi merkez bankası gibi kurumlar tarafından sağlanmaktadır ancak yine de itibari paranın sahtesinin yapılmasının önüne geçilememektedir (Narayanan vd., 2016: 1). Bunula birlikte internet üzerinden ödemeleri gerçekleştirirken güvenilir üçüncü taraf olarak hizmet veren finansal kurumlar rol almaktadır. Sistem çoğu işlem için yeterince iyi çalışmaktadır ancak güvene dayalı modelin zayıflıklarından mustarıptir ve arabuluculuk maliyeti oldukça fazladır. Bu gibi durumlardan sakınmak için blokzincir teknolojisi önerilmiştir. Blokzincir teknolojisi, güven yerine kriptografik kanıtı dayalı bir elektronik ödeme sistemi sağlamak ve herhangi iki tarafın güvenilir bir üçüncü tarafa ihtiyaç duymadan birbirleriyle doğrudan işlem yapmasına izin vermektedir (Nakamoto, 2008).

Kripto varlık piyasasında, kripto paralar, NFT ve Metaverse yer almaktadır. Kripto paralar, kriptografi ile şifrelenen dijital paralardır. Kripto paralar kendi içerisinde coin ve token olarak ayrılmaktadır. Kendisine ait blokzinciri olanlar coin, başka bir blokzincir içerisinde işlem görenlere ise token adı verilmektedir (Güven ve Şahinöz, 2021: 85). Kripto varlıklar arasında yer alan NFT (Non-Fungible Token), taklidi mümkün olmayan bir varlığı ifade etmektedir. NFT ürünleri, koleksiyon ve sanat eserleri, sanal dünyadaki nesnelere, spor ve diğer oyunlardan dijitalleştirilmiş karakterler olabilir (Dowling, 2022). Metaverse aracılığıyla ise fiziksel evren taklit edilerek bir sanal evren yaratılır ve bu sanal evrende, kişiler bir araya gelerek kendi sanal dünyalarını geliştirir, arsa ve işletme alım satımı yapar ve oyunlar geliştirir (Babur, 2022: 92).

Kripto para, asıl amacı takas aracı olan bir dijital varlığı temsil etmektedir ve bunu yaparken de tüm işlemlerin güvence altına alınması için kriptografiden yararlanır. Yapılmış ilk kripto para, 2009 yılındaki Bitcoin'dir ve sonrasında piyasaya birçok kripto para birimi girmiştir. Kripto paraların çoğunda merkezi bir sistem yoktur. Kripto paralarda bilgileri ve verileri toplamak için kullanılan kriptografiler, dağıtık kayıt defterleri olan blokzincirlerden geçmektedir (Milutinovic, 2018: 106-107). Blokzincirin ise beş temel prensibi bulunmaktadır. Bunlar: dağıtık veri tabanı, eşten eşe aktarım, şeffaflık, kayıtların geri döndürülemezliği ve hesaplamalı mantıktır. Dağıtık veri tabanı, verilerin merkezi bir sistem tarafından kontrol edilmediğini ifade etmektedir. Eşten eşe aktarım, transferlerin üçüncü bir tarafa ihtiyaç olmadan kişiler arası gerçekleştirilebileceğini göstermektedir. Şeffaflık sayesinde işlemler sistem erişimi olan herkes tarafından görülebilmektedir. Veri tabanına girilen işlemler kendilerinden öncekilere bağlıdır böylece kayıtların geri döndürülemezliği sağlanmaktadır. Öte yandan blokzincirdeki işlemler mantıksal hesaplamalarla programlanabilir böylece belli algoritmalar sayesinde işlemler otomatikleştirilebilir (Tapscott ve Tapscott, 2017: 3) dolayısıyla blokzincirin dağıtık yapısı ve eşten eşe aktarımı sağlayabilen teknolojisi sayesinde kripto varlık piyasasında güven unsurunun sağlanabileceği ve transferlerin daha az maliyetli olacağı söylenebilir.

Kripto paraların para birimi olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceği noktasında belli soru işaretleri bulunmaktadır. Bunu çözümlenmek, paranın fonksiyonlarını dikkate alarak mümkün olmaktadır (Lo ve Wang, 2014: 3). Ekonomistler, paranın değişim aracı olma, değer birimi olma ve değer biriktirme olarak üç özelliğe sahip olduğunu vurgulamaktadır. Bitcoin, bu özelliklerden değişim aracı olma özelliğine sahiptir çünkü özellikle çevrimiçi pazarlarda değişim aracı olarak kabul görmeye başlamıştır (Yermack, 2013: 2-3). Öte yandan Bitcoin yatırımcılar tarafından ilgi odağı olmuştur ve buna neden olarak fiyat dalgalanmaları sayesinde kar elde etme isteği gösterilmektedir. Bu yönüyle Bitcoin, paranın değer biriktirme özelliğine de sahiptir (Plassaras, 2013: 389). Bu iki fonksiyonun tersine Bitcoin, paranın değer birimi olma özelliğine değerindeki aşırı dalgalanmalar nedeniyle daha az sahiptir (Lo ve Wang, 2014: 10). Bu bakımdan kripto paraların, paranın değişim aracı olma ve değer biriktirme fonksiyonlarına sahip olduğunu ileri sürebiliriz ancak değer birimi olma fonksiyonunu ne derece yerine getirdiği tartışmalıdır.

Kripto paraların kullanımına ilişkin iki karşıt görüş mevcuttur. İyimser görüş, bir işlemde iki taraf arasında para transferini kolaylaştırması, bu işlemlerde de özel ve açık anahtarların kullanılması ve bu işlemlerin minimum maliyetle gerçekleşmesi gerekçesiyle kripto paraları desteklemektedir. Karşıt görüşte olanlar ise kripto paraların kara para aklama ve yasa dışı faaliyetlerde kullanılabilmesi düşüncesindedirler (Bunjaku vd., 2017: 36) ancak kripto paralarda sistem tam anlamıyla oturduğunda kripto para ile kara para aklama, gerçek paraya kıyasla daha kolay takip edilecek bununla birlikte kayıt dışı ekonominin takibi de daha kolay gerçekleşecektir (Güven ve Şahinöz, 2021: 278). Bu durum blokzincir teknolojisinin açıklık ve geri döndürülemezlik ilkeleri ile sağlanmaktadır. Bu özellikleri sayesinde blokzincir yasa dışı faaliyetleri tespit etmek için etkili bir yol olarak görülmektedir (Wu vd., 2021: 14). Öte yandan kripto varlık piyasasında alım-satım hizmeti veren Thodex, Vebitcoin, Bitxnova, FTX gibi işletmelerin faaliyetlerini durdurması gibi olaylar söz konusudur (<https://www.cnnturk.com/>, <https://www.cumhuriyet.com.tr/>). Bu gibi durumlar karşısında kripto varlık piyasasında işlem yapan bireylerin güven ve meşruiyet algılarının zedelenmesi ve işlem yapan bireylerin sayısının azalması beklenebilir ancak Kripto Para Bilinirlik ve Algı Araştırması'nın sonuçları, 2022 yılında 2021 yılına göre kripto paralarla işlem yapan kişilerin sayısının ve kripto para piyasasına olan güvenin arttığını göstermektedir. Yine bu araştırmadan elde edilen bir diğer sonuç ise bireylerin çoğunluğunun blokzincir teknolojisinden haberdar olmadığı yönündedir (Paribu ve Akademetre, 2022). Bu noktada “Bireyler kripto varlık piyasasında alım-satım hizmeti veren işletmeleri ne şekilde meşru görmektedirler ve bu işletmeler meşruiyeti nasıl sağlamaktadır?” sorusu anlamlı bir araştırma konusu olarak ortaya çıkmaktadır.

Ingram ve Morisse (2016), Bitcoin girişimcilerinin meşru görülme için neler yaptığını firmaların kurucu üyeleri ile mülakat yaparak incelemişlerdir. Yaptıkları araştırmada meşruiyeti, uyma meşruiyeti ve stratejik meşruiyet olarak sınıflandırmışlardır. Bu araştırma sonucunda uyma meşruiyetini sağlamak için insan sermayesi ve takım sermayesi üzerinde durulurken, stratejik meşruiyeti sağlamak için “-mı” gibi davranmak, pazar koşulları, davranışları meşrulaştırma, doğaçlama, ağ oluşturma ve sembol kullanımı üzerinde durulmuştur. Öte yandan Chanson vd. (2018), (ICOs) kripto para arzının meşruiyeti üzerinde sosyal medyanın, mikroblogların ve tartışma forumlarının etkisini incelemişlerdir. Araştırmada şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- Tartışma forumu etkinliği bir firmanın meşruiyetini arttırmaktadır ve bunun sonucunda da kripto para arzı performansı artmaktadır.
- Takipçi sayısının çok olması, blokzincir topluluğuna meşruiyet kazandıran çevrimiçi dikkat ve etkinliğini etkilemektedir, nihayetinde kripto para arzı düşük fiyatlandırılmaktadır.
- Kripto haberleri meşruiyet üzerinde etkili olmamaktadır.

Bunlarla birlikte Rosati vd. (2021), Twitter'da blokzincir ve Bitcoin etrafında medya, IT, finansal hizmetler ve danışmanlık firmalarının nasıl meşruiyet oluşturmaya çalıştığını araştırmışlardır. Bu araştırmaya göre atılan tweetlerde blokzincir açısından en yaygın olarak benimsenen meşruiyet stratejileri alan düzeyinde aktörlerle işbirliği, yayılma, sistem özellikleri ve normatif-dönüşümsel iken Bitcoin açısından ise atılan tweetlerin büyük çoğunluğun herhangi bir meşrulaştırma stratejisi ile ilişkili olmadığı görülmüştür ancak en yaygın olarak benimsenen meşrulaştırma stratejileri yayılma, alan düzeyinde aktörlerle işbirliği, normatif-dönüşümseldir.

2.Araştırmanın Tasarımı ve Yöntemi

Kripto varlıklara dair meşruiyetin nasıl sağlandığına yönelik bazı çalışmalar bulunmaktadır (örn: Ingram ve Morisse, 2016; Chanson vd., 2018; Rosati vd., 2021) ancak bu çalışmalar, kripto varlık piyasasında alım-satım hizmeti veren işletmelerin hangi uygulama ve stratejileri uygulayarak meşruiyeti sağladığı konusuna açıklık getirmemektedir. Kripto varlık piyasasında meşruiyetin nasıl sağlandığı şimdiye kadar derinlemesine araştırılmış ve geniş çapta anlaşılmış bir konu değildir. Bu çalışma ile kripto varlık piyasasında alım-satım hizmeti veren işletmelerin meşruiyeti sağlamak için neler yaptıklarını ortaya

çıkarmak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda bu araştırmanın temel sorusu “Kripto varlık piyasasında alım-satım hizmeti veren işletmeler meşruiyet için hangi uygulama ve stratejileri kullanmaktadır?” şeklinde oluşturulmuştur.

Çalışma, nitel araştırma teknikleri kullanılarak yapılmıştır ve örgütlerin, meşruiyet uygulama ve stratejilerinin bütüncül bir şekilde anlaşılabilmesi için örnek olay yöntemi ile yürütülmüştür. Örnek olay yönteminin tercih edilmesinin sebebi, fazla anlaşılmamış fenomenlerin anlaşılmasına elverişli olmasıdır (Yin, 2003). Bununla birlikte çalışmada yorumlayıcı yaklaşım benimsenmiştir. Bunun sebebi de bu araştırma ile teoriyi test etmek değil konuya özgü ve benzer durumlara uygulanabilecek faktör ve meselelerin bulunmasının amaçlanmasıdır (Myers, 2019).

Araştırılan konunun daha iyi anlaşılmasını sağlayacak potansiyeli taşıyan nesnelerin, özellikle seçilmesine olanak sağlamasından dolayı ve örnek olay çalışmalarında kullanılan strateji olması sebebiyle araştırmada kasıtlı örnekleme yöntemi benimsenmiştir (Locke ve Golden-Biddle 2002: 111). Görüşme yapılacak örgütler seçilirken, vakayı çok yönlü inceleyebilmek için kuruluş açısından hem eski hem de yeni örgütlere yer verilmesine özen gösterilmiştir.

Araştırmada birincil ve ikincil veri kaynaklarından veri toplanmıştır. Birincil veriler, kripto varlık piyasasında alım-satım hizmeti veren işletmelerin yöneticileri ile yapılan derinlemesine mülakatlardan ve odak grup görüşmelerinden elde edilmiştir. Odak grup görüşmesi yapılarak kripto varlık piyasasında alım-satım hizmeti veren işletmelerde farklı alanlarda uzman olan yöneticilerin kendi düşüncelerini aynı anda paylaşmalarını sağlayarak konuya dair daha derinlikli bilgi edinilmesi amaçlanmıştır. Bu veriler, literatür incelemesine dayalı olarak belirlenen “kripto varlık piyasasında alım-satım hizmeti veren işletmelerde meşruiyet nasıl sağlanmaktadır”, “kripto varlık piyasasında alım-satım hizmetleri veren işletmelerde meşruiyet nasıl sürdürülmektedir” ve “kripto varlık piyasasında alım-satım hizmeti veren işletmelerde zedelenen meşruiyet nasıl onarılmaktadır” olmak üzere üç ana sorudan oluşan yarı yapılandırılmış soru formu aracılığıyla toplanmıştır. İkincil veriler ise medyada yer alan haberler ve yayınlar, sosyal medya paylaşımları ve reklamları içeren görseller ve metinlerden oluşmaktadır. Derinlemesine mülakatlar ve odak grup görüşmelerinde görüşülen yöneticilerin görevi ve görüşülen sürelerle ilişkin bilgiler Tablo 4’te gösterilmiştir.

Tablo 4. Görüşme Yapılan Yöneticiler

Görüşmeci Kodu	Görevi	Veri Toplama Yöntemi	Süre
G1	Operasyon Takım Lideri	Odak Grup Görüşmesi	48 dakika
G2	İş Geliştirme Uzmanı		
G3	İş Geliştirme Uzmanı	Derinlemesine Mülakat	47 dakika
G4	Pazarlama Uzmanı	Derinlemesine Mülakat	38 dakika
G5	İş Geliştirme Uzmanı	Derinlemesine Mülakat	1 saat 27 dakika
G6	Genel Müdür	Derinlemesine Mülakat	53 dakika
G7	İş Geliştirme Uzmanı	Derinlemesine Mülakat	48 dakika

Yapılan görüşmelerin tamamının kaydı alınmış ve daha sonra çözümlenmesi yapılmıştır. Görüşmeler, 2022 yılının Ağustos ayı ve Ekim ayı arasında gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerden bir tanesi yüz yüze, geriye kalan beş tanesi ise çevrimiçi platformlar üzerinden görüntülü görüşme ile gerçekleştirilmiştir.

Görüşmelerden elde edilen veriler analiz edilirken Strauss ve Corbin (1990) tarafından benimsenen prosedürler uygulanmış ve kodlama üç aşamada gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada ön kodlama, ikinci aşamada aksiyal kodlama ve son aşamada seçici kodlama yapılmıştır.

Araştırmada verilerin geçerliliğini sağlamak için mülakat ve odak grup görüşmelerinin yanı sıra medyada yer alan haberler ve yayınlar, sosyal medya paylaşımları ve reklamları içeren görseller ve metinlerden oluşan açık kaynak verilerinden arşiv taraması yapılarak üçgenleme yöntemi kullanılmıştır. Aynı zamanda elde edilen verilerin iki araştırmacı tarafından da gözden geçirilmesi ve araştırma bulgularının karşılaştırılması ile araştırmanın güvenilirliği sağlanmıştır.

3.Araştırma Bulguları

Araştırma sonucunda elde edilen verilerden kripto varlık piyasasında mevcut olan meşruiyet türlerine ve alım-satım hizmeti veren işletmelerin meşruiyet uygulama ve stratejilerine yer verilmiştir.

3.1.Meşruiyet Türleri

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre kripto varlık piyasasında pragmatik, ahlaki, bilişsel, düzenleyici, teknik, yönetsel, duygusal ve endüstri meşruiyeti olmak üzere 8 farklı meşruiyet türü mevcuttur. Bu sonuçtan De-Castro vd. (2018)'nin işletme yönetimi odaklı önerdiği meşruiyet türlerinin kripto varlık piyasasında mevcut olduğu anlaşılmaktadır. Bunlara ilişkin oluşturulan kodlama süreci Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5. Kripto Varlık Piyasasında Mevcut Olan Meşruiyet Türleri

Ön Kodlama	Aksiyal Kodlama	Seçici Kodlama
Kolay kullanım Basit arayüz Sorunları hızlı çözme	Kullanım faydası	Pragmatik Meşruiyet
Ödül/Airdrop Komisyon indirimi/Düşük komisyon Kampanyalar Koruma fonu Yatırımcıları mağdur etmeyecek projeler	Finansal fayda	
Güvenlik konusunda işbirlikleri Gelişmiş güvenlik yazılımları kullanma Kayıpları müşteriye yansıtma	Güvenlik	Ahlaki Meşruiyet
Banka anlaşmaları Şirket dair kurumsal bilgiler Vergi numarası CEO ve yöneticilerin özgeçmişi Ödenmiş sermaye Fatura düzenleme ve paylaşma	Şeffaflık	
CEO'ların ve yöneticilerin medyada bilgi paylaşması, açıklamalar yapması Röportaj verme TV reklamları Sponsorluk anlaşmaları	Görünür olma	Bilişsel Meşruiyet
Websitesinde yer alan eğitimler Youtubeda yer alan eğitimler Kripto varlıkları kamuya tanıtma	Eğitimler	
SPK ile görüşme Merkez Bankası başkanı ile toplantılar	Görüşmeler	Düzenleyici Meşruiyet
BDDK açıklaması Vergi ödemesi MB düzenlemesi MASAK'ın yayınladığı tebliğ Denetlemeye tabii olma	Düzenleme çalışmaları	
Güvenilir Influencerlar ile çalışma Personel alımında seçicilik Uzman bir ekip	Uzmanlık	Teknik Meşruiyet
Sağlam adımlarla ilerleme En iyi noktaya gelme çabası	Misyon ve Vizyona Uygun Hareket Etme	Yönetmelik Meşruiyet
Güven duygusu yaratma Müşteri ile birebir canlı iletişim kurma	Güven Duygusu	Duygusal Meşruiyet
KYC-Müşteri tanıma Yasal çerçeveye uyma vurgusu	Ortak normlara oluşturma ve kullanma	Endüstri Meşruiyeti

Yapılan kodlamalar doğrultusunda ilgili meşruiyet türüne ilişkin görüşmecilerin ifadelerinden bazıları Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6. Meşruiyet Türlerine İlişkin Görüşmeci İfadeleri

Pragmatik Meşruiyet	<i>Kişi ne kadar borsayı kolay kullanabilirse o kadar güvenir. Ne kadar çok kullanırsa, güveni artar(G3) Koruma fonumuz var. Olur da bir dolandırıcılık vs. bir şey başınıza gelirse 200 milyon dolarlık bir fon. Bu fon gittikçe büyüyor. Sizin zararlarınızı karşılamaya yönelik bir fonumuz var. (G4)</i>
Ahlaki Meşruiyet	<i>... güvenlik açısından kullandığımız yazılımlar, anlaştığımız firmalar var. Her bir bulutun güvenliğini bunlar sağlıyor. (G3) Yakın zamanda birkaç tane saldırı yedik ama etkili olmadı bile... bununla ilgili olarak yatırımcularımıza herhangi bir şey yansıtmadık, yansıtılmak için de çok ciddi para harcıyoruz. Bu işler çok maliyetli işler. (G6)</i>
Bilişsel Meşruiyet	<i>Kullanıcı kripto para borsalarını araştırduğunda orada Türkiye merkezli bankalarla anlaşmalı olduğu bilgisini görüyor. Örneğin bizim web sitemizde altı bankayla anlaşmalı olduğumuzu görüyor. Şirkete dair bilgileri görüyor. Vergi numarasını görüyor. İstanbul Ticaret Odası'ndan mali durumu araştırıyor. CEO'muzun özgeçmişine kadar her şeyi görebiliyor. (G1) Eğitim tarafı bizde kapsamlı bir şekilde mevcut akademik düzeyde dahi. Websitemizde ... akademi kısmı yer alıyor. Hem blokzincire hem de kripto paralara dair çok kapsamlı temel, orta ve ileri seviye makalelerimiz var. (G2) Ne kadar görünür olursanız o kadar akılda kalıcı oluyor ya evet böyle de bir şey var diyorsunuz. Niye GS ile sponsorluk anlaşması yapılıyor çünkü firmamızın adı yazsın gol olunca, adam orada bilinç altına kaydedecek evet ben bu logoyu bir yerden hatırlıyorum diyecek. (G5)</i>
Düzenleyici Meşruiyet	<i>SPK ile 2018'den beri hep görüşülüyor zaten....hatta MASAK en son bir tebliğ yayımladı. Borsalar bunu şöyle yapacaklar şeklinde. Türkiye'de işlem yapan tüm kripto para borsaları hepsi MASAK yükümlüsü haline geldiler. (G5) BDDK gibi tabi olduğumuz bir kuruluş yok tabi ki. Ya da SPK gibi. Ama denetimeler yapıyorlar bu kurumlar üzerinde. (G7)</i>
Teknik Meşruiyet	<i>Çalışan arkadaşlarımızı seçmenizde burada çok önemli, seçim kriterlerimiz çok yüksek, kolay kolay üniversite mezunu arkadaşları da tercih etmiyoruz daha ileri eğitim seviyesi olan kişileri tercih ediyoruz. İçlerinde arayıp buluyoruz. Ekibimizde birçok mühendis vardır. O arkadaşları içeride de değerlendiriyoruz (G7).</i>
Yönetmelik Meşruiyet	<i>Bizim istediğimiz aslında Pro dünyanın en güvenilir borsalarından biri zaten, dünyanın en büyük beş borsasından biri, ...biz güvenilirlik açısından globalde yarattığımız etkiyi Türkiye'de de yaratmak istiyoruz bunu da sağlam adımlarla yapmak istiyoruz. (G4) Bizim şirketimizin misyonu kripto paraya inanmış yöneticilerle çalışmak. Katıldıkları seminerlerde de bunun mümkün olduğunca göstermeye çalışıyorlar. (G7)</i>
Duygusal Meşruiyet	<i>...günün sonunda döndükleri yer yine güvendikleri yer oluyor, güvendikleri sektörler, güvendikleri kurumlar oluyor. (G7) Müşteri hizmetleri açısından tercih etmiyoruz politik olarak bir robot koymayı. Direk insan temas etsin istiyoruz...Karşınızda insan görmek istiyorsunuz. O bizim önceliğimiz...Mühim olan kullanıcıyla iletişimi yönetmek. Kullanıcı bu sayede tekrar sorun yaşasa bile çözüleceğini düşünüyor. (G7)</i>
Endüstri Meşruiyeti	<i>KYC dediğimiz şey isminizden başlayarak belge göndermenize kadar süren bir süreç Türkiye'de MASAK belirliyor. Nasıl yapılması gerektiği şu anda yönetmeliğe bağlı şekilde yürütülüyor, arada kullandığımız herhangi bir dış hizmet yok. (G2) Farklı bir ürün ile gelmek gibi bir düşüncemiz yakın zamanda var ama burada tabii ki biz Türkiye'deki tüm yasal çerçeveye uyarak ilerlemek istiyoruz. (G6)</i>

3.2.Meşruiyet Stratejileri

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre kripto varlık piyasasında alım-satım hizmeti veren işletmeler, Suchman (1995)'in ifade ettiği gibi meşruiyeti kazanmak, meşruiyeti sürdürmek ve meşruiyeti onarmak için stratejiler uygulamaktadır. Bunlara ilişkin oluşturulan kodlama süreci Tablo 7'de sunulmuştur.

Tablo 7. Kripto Varlık Piyasasında Meşruiyet Stratejileri

Açık Kodlama	Aksiyal Kodlama	Seçici Kodlama
Futbol F1 E-spor Ralli	Sponsorluk	Meşruiyeti Kazanma
TV reklamları Billboard reklamları TV programlarının bir bölümünde uzun tanıtım videosu	Reklam	
Rakiplerden daha iyi teklifler sunma Influencer takipçilerine özel kampanyalar Hediye coin	Yeni müşteri çekme kampanyası	
TV programları Seminer, söyleşiler Youtube programları Konferanslar Röportaj	Etkinlik düzenleme ve katılma	
Bankla anlaşmaları Şirket bilgileri Vergi CEO ve yönetici özgeçmişi	Şeffaflık	
Güvenilir/amaca hizmet eden kripto varlıkları listeleme Güvenilir kişilerle/influencer işbirlikleri	Seçici davranma	
Hoş geldin aramaları ile platformu öğretme Platformu öğretme eğitimleri Sosyal medya üzerinden analiz ve teknik bilgi paylaşımı	Eğitim faaliyetleri	
Referans kampanyası Mevcut müşteri kampanyası Komisyon indirimi Pazara göre kampanya	Elde tutmak için ayrıcalıklandırma	Meşruiyeti Sürdürme
Ürün çeşitliliği (NFT, Metaverse, Fantoken, Sepet) Alım-satım çeşitliliği	Çeşitlilik	
Sorunları hızlı çözüme Şeffaf bilgilendirme Gerçek kişi ile iletişim 7/24 ulaşılabilirlik	Müşteri ilişkilerini iyi yönetme	
Teknik problemleri çözüme Altyapı çeşitliliği Kaybı tanzim etme	Yeniden yapılandırma	Meşruiyeti Onarma
Görünür olma Müşterilere söyleneceklerin planlı olması	Açıklama yapma	
Belgelerle ispat	Savunma	

3.2.1.Meşruiyeti Kazanma

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre kripto varlık piyasasında alım-satım hizmeti veren işletmeler meşruiyet kazanma noktasında bazı sıkıntılar yaşamaktadır. Bu duruma dair görüşmecilerin ifadeleri aşağıda sunulmuştur:

Kullanıcı ben niye ... 'i bırakıp başka borsaya geçeyim ki diye düşünüyor. (G3)

Rakipler çok güçlü ve rakiplerden müşteri koparmak çok zor. (G4)

Buradaki en büyük sorun bunların arkasında bir kurumsal şeyin olmaması mesela Garanti Bankası ya da Akbank gibi herhangi bir banka yada herhangi bir finansal kuruluşun olmaması çünkü kendilerinin bağlı olduğu regülasyonlar var ve o regülasyonlarla da iş alanları çok net çizgilerle çizilmiş durumda.. (G5)

Görüldüğü üzere kripto varlık piyasasında meşruiyetin kazanılması noktasında alım-satım hizmeti veren işletmeler, Delmar ve Shane (2004)'in ifade ettiklerine benzer olarak sektörde önceden meşruiyetini elde etmiş işletmelerin olmasından dolayı sıkıntılar yaşamaktadır. Bu yazarların ifadelerinden farklı olarak bu çalışmada aynı zamanda regülasyon olmamasından kaynaklı da işletmelerin bazı sıkıntılar yaşadığı anlaşılmaktadır. Bunun üstesinden gelebilmek için işletmeler, sponsorluk, reklam, yeni müşteri çekme kampanyası, etkinlik düzenleme ve katılma, şeffaflık, seçici davranma ve eğitim faaliyetleri stratejileri uygulamaktadır. Bunlara dair görüşmecilerin ifadeleri aşağıda sunulmuştur:

Çok kolay para kazandırmaya yönelik bol sıfırlı kripto paraları listelememeye bütün kripto paraları listelememeye, bütün kripto paraların güvenilir güçlü olmasına, geleceği olan projeler olmasına dikkat ediyoruz. (G1)

Hoş geldin aramalarımız var. Hoş geldin aramaları ile kullanıcıya platformu öğretiyoruz. (G1)

Sonrasından her yere reklam verdi TV'den bütün billboardlara. Ben İstanbul'da yaşıyorum sürekli billboardlarda ... görüyorum. Marketingin şekli değişiyor. Dijital marketing ve normal gelenekselleşmiş marketing olarak ayrılıyor. Gelenekselleşmiş marketing zaten siz de biliyorsunuz TV'ler, billboardlar, farklı konferanslarda sponsor olmalar, partiler düzenlemeler. Mesela Dubai'de sürekli kripto konferansı düzenleniyor. Bu mesela yeni açılan borsalar yapınca kendi isimlerini duyuruyorlar. (G3)

Bazı spor kuruluşlarına sponsor olunuyor. Futbol takımı olur, F1 olur. F1'in sponsorlarından biri Bu güven veren bir şey. (G3)

Bizim açımızdan bakarsak biz çok fazla sponsorluk yapıyoruz. ... Galatasaray'ın forma sponsoru, Juventus'un forma sponsoru. Sonrasında e-spor alanında PJR Mayor'un, Team Spirit'in sponsorları. (G4)

Rakiplerimizden daha iyi teklifler sunmaya çalışıyoruz...eğer bize gelerseniz biz size ekstra bir para ödeyeceğiz, ekstra bir bonus vereceğiz, daha düşük komisyon alacağız vs. gibi.. İkinci aşamamız influencerları çok fazla kullanıyoruz, onları öncelikle bünyemize alıp onların takipçilerini bünyemize almak için onlara özel kampanyalar yapıyoruz. (G4)

..... iki sene önce Survivor'un ilk bölümüne 20 dk.falan reklam verdi (G5)

Türkiye'nin en büyük basketbol takımlarından bir tanesi ve asla kripto para borsaları ile çalışmayan bir basketbol takımı ile anlaştık. Oradan da son pürüzleri giderdiğimizde orayla anlaşmış olacağız. Şu anda hali hazırda devam eden bir sponsorumuz bir ralli takımımız var. (G6)

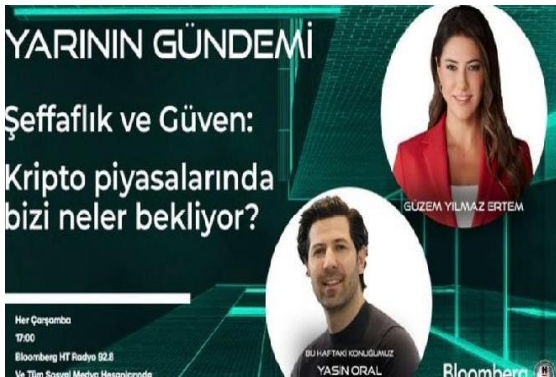
Görüşmecilerin ifadeleri dışında ikincil kaynaklardan elde edilen bazı veriler aşağıdaki görsellerde sunulmuştur:

Şekil 1. Sponsorluk



Kaynak:<https://www.coinkolik.com/>, <https://kenttv.net>

Şekil 2.Etkinlik Düzenleme



Kaynak:



<https://twitter.com/>, <https://www.instagram.com/>

Şekil 3.Yeni Müşteri Çekme Kampanyası



Kaynak: <https://www.instagram.com/>

3.2.2.Meşruiyeti Sürdürme

Verilerin analizinden elde edilen bulgulara göre kripto varlık piyasasında alım-satım hizmeti veren işletmeler, meşruiyeti, elde tutmak için ayrıcalıklandırma, çeşitlilik ve müşteri ilişkilerini iyi yönetme stratejileri ile sürdürmektedir. Bu duruma dair görüşmecilerin ifadeleri aşağıda sunulmuştur:

Dönem dönem yürütülen kampanyalar var. İki yıllık, üç yıllık müşterimizsiniz gibi. (G2)

Yakın zamanda bi waves kampanyası yürüttük. Yaklaşık 3+2 milyon liraya yakın tutar dağıtmıştık o zaman. Yeni bir müşteri getirin getirdiğiniz kişi başına şunu kazanın. Referans önemli oluyor bizim için %50 referansla oluyor. Burada referans önemli getirin siz de para kazanından ziyade ben kullandım memnunum sen de gel kullan algısının oluşması noktasına gelmek istiyoruz. (G2)

Airdrop oluyor sonrasında, kendi borsamızın coinini kullananlara komisyon indirimleri yapıyoruz. Yeni çıkan birçok coin borsamıza eklemeye çalışıyoruz. Bunlar müşteriyi diri ve canlı tutan şeyler. (G3)

Çeşitlilik yani genel olarak çeşitlilik. Trade çeşitliliği denilen bir şey var mesela. Opsiyon trade etmek denilen bir şey var. Bunu her borsada bulamıyoruz. Kaç farklı trade seçeneği sunduğu önemli. (G3)

Referans kampanyası yanında bir de sürekli olarak komisyon verdiğimiz ömür boyu geçerli olan bir kampanyamız da var. Siz geldiniz yanınızda bir arkadaşınızı getirdiniz siz hiç işlem yapmadınız ama arkadaşınız düzenli olarak işlem yapıyor o işlemde %30 oranında size komisyon ödemesi yapıyoruz. O yüzden bizim için referans sistemi önemli. Tabii ki en kritik noktalardan birisi Word of Mouth yani ağızdan ağıza pazarlama. Biz kullanıcılarımızı ne kadar memnun edersek kullanıcılarımız bundan o kadar bahsediyor, o kadar fazla kullanıcı getiriyor. (G4)

İkincil kaynaklardan toplanan veriler de kripto varlık piyasasında alım-satım hizmeti veren işletmelerin meşruiyeti sürdürmek için dönem dönem kampanyalar yaptığını desteklemektedir. Bazı işletmelerin sosyal medya hesaplarından elde edilen ikincil veriler aşağıda sunulmuştur:



Şekil 4. Kampanya Kaynak: <https://www.instagram.com/>

3.3.3. Meşruiyeti Onarma

Verilerin analizinden elde edilen bulgulara göre kripto varlık piyasasında meşruiyeti zedeleyen bazı unsurlar bulunmaktadır. Bunlar; batan iflas eden platformlar, güvenilir olmayan coinleri listeleme, vurgun amaçlı çıkarılan projeler, aşırı volatilité, influencerlar ve teknik problemler olarak sıralanmaktadır. Bunlara ilişkin görüşmecilerin ifadeleri aşağıda sunulmuştur:

Ben X'de çalışırken Y hacklenmişti bir hafta içinde yüzlerce benim param kayboldu şikayeti gelmişti neden çünkü Y'ye üye olduğu kullanıcı adı ve şifresiyle X'e üye olunmuş. (G5)

Mesela Ripple diye bir coin var XRP bunun arzı sınırsız istedikleri kadar basabilirler ben 5 yıldır bu sektörün içindeyim bu coine para yatırmak saçmalık ya da Dogecoin adamlar dalga geçtiler arkalarında hiçbir şey yok bir anda Elon Musk yüzünden fazla mağduriyet yaşandı. (G5)

Başlı başına etkileyen negatif süreçler influencerlar, yanlış projeler, vurgun amaçlı çıkartılan token projeleri insanları çok mağdur ediyor ve artı olarak ansızın kapatıp giden borsalar bize çok ciddi zarar veriyor. (G6)

Teknolojik problem kısa süreli her platformda oluyor zaman zaman birkaç dakikada geçiyor çoğunlukla da problemler. Bizim esas problemimiz 24 Ocakta yaşandı bu sene Azure çöktü Microsoft Azure çöktü biz Microsoft servislerini kullandığımız için hizmet veremedik. Yaklaşık bir gün boyunca hizmet veremedik, bütün servis çöktü. (G7)

Görüşmecilerin ifadelerine ek olarak medyada, kripto varlık piyasasında vurgunların arttığını ve yeni bir vurgunla karşı karşıya kaldığımı gösteren haberler bulunmaktadır (<https://www.haberturk.com/>, <https://www.hurriyet.com.tr/>, <https://ekonomi.haber7.com/>, <https://www.cnnturk.com/>, <https://www.cumhuriyet.com.tr/>). Bu gibi durumlar piyasasının meşruiyetini zedelemektedir.

Meşruiyetin zedelenmesi karşısında kripto varlık piyasasında alım-satım hizmeti veren işletmeler, Suchman (1995)'in ifade ettiği yeniden yapılandırma, açıklama yapma ve savunma stratejileri ile zedelenen meşruiyeti onarmaktadır. Bunlara ilişkin görüşmecilerin ifadeleri aşağıda sunulmuştur:

Ripple bir dönem böyle bir şey yaşamıştı böyle bir soruşturma geçirmişti..... Ripple savaşı aslında. Bu soruşturmaya katıldı belgelerini ortaya koydu. Henüz tamamlanmadı ama soruşturmanın son aşamasına gelindi ama Ripple o soruşturmadan pozitif çıkacak gibi görünüyor. Yaptıkları bu soruşturmanın ana kaynağının gerçek olmadığını ispatlamak üzerine çalışmalar yaptılar. Bunu hem kamuoyu tarafında hem mahkemede sundular yaptıkları şeyleri. (G4)

Kullanıcının kendi hatasından kaynaklanan bir şeyse ve bunu %100 olarak tespit edebiliyorsak bu temin edilmiyor çünkü bunun sonu yok.....sitenin kendisinden kaynaklı bir hata olması durumunda çok sayıda kişinin parasını ... kendi cebinden karşılamıştı ben orada çalışırken. (G5)

Yani bizim yaptığımız en önemli şey müşteri iletişimi. Bu olay yaşandığı anda bizim kullanıcılarımıza ne söyleyeceğimiz bellidir. Kullanıcılarımıza yapacağımız açıklama bellidir. Yöneticimiz bir açıklama yapacaksa o açıklama gelene kadar bizim kullanıcılarımıza söyleyeceklerimiz bellidir. (G7)

Sonuç

Kripto varlık piyasasında var olan meşruiyet türlerini ve ne tür meşruiyet stratejileri ve uygulamalarının kullanıldığı tespit etmek amacıyla yapılan bu çalışma sonucunda, De-Castro vd. (2017)'nin önerdiği pragmatik, ahlaki, bilişsel, düzenleyici, teknik, yönetsel, duygusal ve endüstri meşruiyetinin kripto varlık piyasasında mevcut olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte kripto varlık piyasasında alım-satım hizmeti veren işletmelerin Suchman (1995)'in ifade ettiği meşruiyeti kazanmak, sürdürmek ve onarmak için stratejiler uyguladığı tespit edilmiştir. Meşruiyeti kazanma noktasında kripto varlık piyasasında alım-satım hizmeti veren işletmeler, Delmar ve Shane (2004)'in öne sürdüğüne benzer olarak önceden meşruiyetini kazanmış işletmelerden kaynaklı yaşadıkları sıkıntıların olduğu anlaşılmıştır. Bunun yanı sıra bu çalışma sonucunda kripto varlık piyasasında alım-satım hizmeti veren işletmelerin regülasyon olmasından dolayı da sıkıntılarla karşı karşıya kaldıkları kanısına varılmıştır. Kripto varlık piyasasında alım-satım hizmeti veren işletmeler, bu sıkıntıların üstesinden gelebilmek için sponsorluk, reklam, yeni müşteri çekme kampanyası, etkinlik düzenleme ve katılma, şeffaflık, seçici davranma ve eğitim faaliyetleri stratejileri uygulayarak meşruiyeti kazanmaktadır. Kripto varlık piyasasında alım-satım hizmeti veren işletmelerin, elde tutmak için ayrıcalıklandırma, çeşitlilik ve müşteri ilişkilerini iyi yönetme stratejileri ile meşruiyeti sürdürdükleri görülmektedir. Son olarak batan iflas eden platformlar, güvenilir olmayan coinleri listeleme, vurgun amaçlı çıkarılan projeler, aşırı volatilité, influencerlar ve teknik problemlerin kripto varlık piyasasındaki meşruiyeti zedelediği ve kripto varlık piyasasında alım-satım hizmeti veren işletmelerin Suchman (1995)'in çalışmasında bahsettiği yeniden yapılandırma, açıklama yapma ve savunma stratejileri ile meşruiyeti onardıkları sonucuna ulaşılmıştır.

KAYNAKÇA

- Aldrich, H. E., ve Pfeffer, J. (1976). Environments of organizations. *Annual review of sociology*, 79-105.
- Aldrich, H. E., ve Fiol, C. M. (1994). Fools rush in? The institutional context of industry creation. *Academy of management review*, 19(4), 645-670.
- Ashforth, B. E., ve Gibbs, B. W. (1990). The double-edge of organizational legitimation. *Organization science*, 1(2), 177-194.
- Babur, Y. (2022). Metaverse ağında turizm endüstrisinin rolü. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 91-101.
- Baum, J. A., ve Amburgey, T. L. (2017). Organizational ecology. *The Blackwell companion to organizations*, 304-326.
- Beaulieu, S., Roy, M., ve Pasquero, J. (2002). Linking the management of legitimacy and the learning process: Evidence from a case study. *Unpublished manuscript, University of Sherbrooke, Quebec, Canada*.
- Bitektine, A. (2011). Toward a theory of social judgments of organizations: The case of legitimacy, reputation, and status. *The Academy of Management Review*, 36(1), 151–179.
- Bunjaku, F., Gjorgieva-Trajkovska, O., ve Miteva-Kacarski, E. (2017). Cryptocurrencies–advantages and disadvantages. *Journal of Economics*, 2(1), 31-39.
- Chanson, M., Gjoen, J., Risius, M., ve Wortmann, F. (2018). Initial Coin Offerings (ICOs): The role of Social Media for Organizational Legitimacy and Underpricing. In Proceedings of the 39th International Conference on Information Systems (ICIS). San Francisco, CA.
- Deephouse, D. L., ve Suchman, M. (2008). Legitimacy in organizational institutionalism. R. Greenwood, C. Oliver, R. Suddaby ve K. Sahlin-Andersson (der.), *The SAGE handbook of organizational institutionalism* içinde (s.49-77). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Deephouse, D. L., Bundy, J., Tost, L. P., ve Suchman, M. C. (2017). Organizational legitimacy: Six key questions. *The SAGE Handbook Of Organizational Institutionalism*, 4(2), 27-54.
- Delmar, F., ve Shane, S. (2004). Legitimizing first: Organizing activities and the survival of new ventures. *Journal of business venturing*, 19(3), 385-410.
- Díez-de-Castro, E., Peris-Ortiz, M., ve Díez-Martín, F. (2018). Criteria for evaluating the organizational legitimacy: A typology for legitimacy jungle. E. Díez-de-Castro ve M. Peris-Ortiz (der.), *Organizational legitimacy* içinde (s. 1-21). Germany: Springer.
- Dowling, J., ve Pfeffer, J. (1975) Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior. *Pacific Sociological Review*, 18(1), 122-136.
- Dowling, M. (2022). Is non-fungible token pricing driven by cryptocurrencies?. *Finance Research Letters*, 44.
- Fisher, G. (2020). The complexities of new venture legitimacy. *Organization Theory*, 1(2).
- Güven, V., ve Şahinöz, E. (2021). *Blokzincir, Kripto Paralar, Bitcoin*. İstanbul: Kronik Kitap.

- Hannan, M. T., ve Freeman, J. (1977). The population ecology of organizations. *American Journal of Sociology*, 82(5), 929-964.
- Hybels, R. C. (1995). On legitimacy, legitimation, and organizations: A critical review and integrative theoretical model. *Academy of Management Proceedings*, 241-245.
- Ingram, C., ve Morisse, M. (2016, January). Almost an MNC: Bitcoin Entrepreneurs' Use of Collective Resources and Decoupling to Build Legitimacy. In *2016 49th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS)* (pp. 4083-4092). IEEE.
- Karlsson, T., ve Williams-Middleton, K. (2015). Strategies for creating new venture legitimacy. *Industry and Higher Education*, 29(6), 469-479.
- Lo, S., ve Wang, J. C. (2014). Bitcoin as money?. *Current Policy Perspectives*, 14(4).
- Locke, K., ve Golden-Biddle, K. (2002). An introduction to qualitative research: Its potential for industrial and organizational psychology. S. G. Rogelberg (der.), *Handbook of Research Methods in Industrial and Organizational Psychology* içinde (s. 99-118). Oxford: Blakcwell.
- Maurer, J. G. (1971). *Reading in organizational theory: Open system approaches*. Newyork: London House.
- Mazza, C. (1999). *Claim, intent, and persuasion: Organizational legitimacy and the rhetoric of corporate mission statements*. Boston: Kluwer.
- Meyer, J. W., ve Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *American journal of sociology*, 83(2), 340-363.
- Milutinović, M. (2018). Cryptocurrency. *Ekonomika*, 64(1), 105-122.
- Morning Consult (2022). The Crypto Report: Our Analysts on the State of Cryptocurrency.
- Myers, M. D. (2019). *Qualitative research in business and management*. London: Sage.
- Nakamoto, S. (2008). Bitcoin: A peer-to-peer electronic cash system. *Decentralized Business Review*.
- Narayanan, A., Bonneau, J., Felten, E., Miller, A., ve Goldfeder, S. (2016). *Bitcoin and cryptocurrency technologies: a comprehensive introduction*. New Jersey: Princeton University Press.
- Nickel, M. N., ve Fuentes, J. M. (2004). Relationship between legitimation, competition and organizational death: Current state of the art. *International Journal of Management Reviews*, 5(1), 43-62.
- O'Brien, T. (2010). Stuck in the middle: Maintaining the organizational legitimacy of the regional environmental center. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 21(3), 339-357.
- Paribu ve Akadametre (2022). Kripto Para Bilinirlik ve Algı Araştırması.
- Parsons, T. (1960). *Structure and Process in Modern Societies*. New York: Free Press.
- Petersen, T., ve Koput, K. W. (1991). Density dependence in organizational mortality: Legitimacy or unobserved heterogeneity?. *American sociological review*, 399-409.

- Plassaras, N. A. (2013) Regulating digital currencies: Bringing Bitcoin within the reach of the IMF. *Chicago Journal of International*, 14(1), 377-407.
- Rosati, P., Lynn, T., ve Fox, G. (2021). Blockchain: A technology in search of legitimacy. S. Patnaik, T. Wang ve T. Shen (der.), *Blockchain technology and innovations in business processes* içinde (s. 17-32). Singapore: Springer.
- Scott, W. R. (1995). *Institutions and Organizations*. Thousands Oaks, CA: Sage.
- Strauss, A. L., ve Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- Stryker, R. (1994). Rules, resources, and legitimacy processes: Some implications for social conflict, order, and change. *American Journal of Sociology*, 99(4), 847-910.
- Suchman, M. C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *The Academy of Management Review*, 20(3), 571-610.
- Tang, Y. (2017). A Summary of Studies on Organizational Legitimacy. *Open Journal of Business and Management*, 5, 487-500.
- Tapscott, A., ve Tapscott, D. (2017). How blockchain is changing finance. *Harvard Business Review*, 1(9), 2-5.
- Weber, M. (1918). *Economy and society*. G. Roth ve C. Wittich (der.). Berkeley, CA: California University Press.
- Wu, J., Liu, J., Zhao, Y., ve Zheng, Z. (2021). Analysis of cryptocurrency transactions from a network perspective: An overview. *Journal of Network and Computer Applications*.
- Yermack, D. (2013). Is Bitcoin a real currency? An economic appraisal. *National Bureau Of Economic Research*, 1-22.
- Yin, R. K. (2003). *Case study research*. California: Sage Publications.
- Zucker, L. G. (1977). The role of institutionalization in cultural persistence. *American sociological review*, 42(5), 726-743.

İnternet Kaynakları

- <https://coinmarketcap.com/tr/charts/>, (Erişim Tarihi: 22.12.2022).
- <https://ekonomi.haber7.com/foto-galeri/74244-kripto-parada-yeni-vurgun-20-milyon-dolar-buhar-oldu/p12>, (Erişim Tarihi: 08.08.2022).
- <https://kenttv.net/ralli-pilotlugunu-simulasyonla-ogrendi>, (Erişim Tarihi: 20.11.2022).
- <https://twitter.com/BHT radyo/status/1602941190520901632?s=20&t=H6LsUZ7hv8jdZ8CI7IafHw>, (Erişim Tarihi: 20.11.2022).
- <https://www.cnnturk.com/ekonomi/kripto-para-borsasinda-yeni-vurgun?page=1>, (Erişim Tarihi: 08.08.2022).
- <https://www.coinkolik.com/kripto-para-borsasi-bitget-galatasaray-sk-ile-sponsorluk-anlasmasi-imzaladi/>, (Erişim Tarihi: 10.11.2022).

<https://www.cumhuriyet.com.tr/ekonomi/kripto-para-borsasi-ftx-batti-turk-kullanici-2004748>, (Erişim Tarihi: 18.12.2022).

<https://www.ntv.com.tr/ekonomi/en-cok-kripto-para-kullanilan-ulkeler-belli-oldu-turkiye-avrupada-birinci-dunyadadorduncu,2yYbosOdhE2LAGwgck5CA>, (Erişim Tarihi: 22.12.2022).

<https://www.haberturk.com/kripto-para-dolandiriciligi-yuzde-81-artti-3304848-teknoloji>, (Erişim Tarihi: 08.08.2022).

<https://www.hurriyet.com.tr/gundem/simdi-de-smart-trade-coin-dolandiriciligi-milyonluk-vurgunda-sasirtan-detaylar-41974632>, (Erişim Tarihi: 08.08.2022).

<https://www.instagram.com/p/Ce1AfTQq1br/?igshid=MDJmNzVkMjY=> (Erişim Tarihi: 03.11.2022).

<https://www.instagram.com/p/CiK2aIKts70/?igshid=MDJmNzVkMjY=>, (Erişim Tarihi: 03.11.2022).

<https://www.instagram.com/p/CkbGsp1qcVA/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>, (Erişim Tarihi: 03.11.2022).

Examining the Structure of Agency in Maintaining Religio-Institutions: Bilayered Agency

Oktay Koç

Sinop University

Faculty of Economics and Administrative Sciences

Sinop/Turkey

ORCID: 0000-0002-0612-6929

oktaykoc@sinop.edu.tr

Abstract:

It has been argued repeatedly that there is a need for a better understanding of agency and actors within institutional theory. In the institutional theory tenet, different types of agencies, ranging from iterative agency to practical-evaluative agency and projective agency, have been defined to date. Although there are redundant studies, which examined agency from different perspectives, on agency in institutional theory, most of them have addressed agency as if it was in a monolithic structure. However, my field research has revealed that there should be structurally different types of agencies, especially when considering (Islamic) religio-institutions' maintenance. This type of agency is not monolithic in structure, yet has two different layers as bureaucratic and normative. While the latter is continuously occupied with shaping religious infrastructure of the institution in the background, the former is devoted to undertaking and carrying out bureaucratic procedures in the frontline. Hence, the former is visible to the public and the latter is not (more clearly it works behind the scene). In this framework, I formulated my research question as follows: "What should be the structure of an agency in maintaining religio-institutions in the example of Islamic halal?". Thus, the main aim of this study is to explore the structure of an agency in maintaining religio-institutions. To this end, I carried out a field research with NGOs, which are authorized and privileged expert actors in approving foods' halal being so that maintaining "halal" as an Islamic institution. I collected data through interviews with the managers of, and in some cases, observations on various NGOs and from available official documents of these organizations for understanding and illuminating the structure of their agency model. I then processed the collected data by using qualitative techniques.

Keywords: agency, religio-institutions, institutional maintenance, halal

Introduction

The modern actor is a mobilized agent for its self (or for other “principals”). Modern culture creates an agentic individual managing goals thought to reside in a personality or life course; a sovereign state managing goals of a national society; and an organizational structure managing its legitimated interests (Meyer&Jepperson, 2021). For institutional theory, new developments worked to create a space for analysts to recognize the possibility of opportunities for choice and use of agency among actors, both individuals and organizations (Scott, 2008). In fact, modern system also has an extreme readiness with which its actor participants can act as agents for other actors (Meyer&Jepperson). In the end, the developing ‘expanded new institutionalism’ tries to bring agency back into the institutional framework without denying the crucial importance of institutional embeddedness (Leca&Naccache, 2006; Suddaby, 2010). Notwithstanding these developments, it is surprised that there is little effort to understand how institutions operate through the influence and agency of individuals. This seems an area of high opportunity for further inquiries (Suddaby, 2010).

Although there have been abundant studies on action theory and more or less conscious actors (Lawrence & Suddaby, 2006) to some extent in institutional theory tenet, agency as a causal force was not adequately conceptualized, and the detailed actions of individual and collective actors were not analyzed in empirical studies of institutionalization (Abdelnour et al., 2017). Moreover, it has been argued repeatedly that there is a need for a better understanding of agency and actors within institutional theory (Hwang, et al., 2019). From this point of view, agency as an ‘elusive, albeit resonant, vague’ (Emirbayer & Mische, 1998) concept is needed more practical elaboration rather than a theoretical framework (Weik, 2011). According to DeJordy (2010), the use of agency to promote the persistence of an institution is not rare and is present across a breadth of settings from social institutions, to organizational fields, to very specific and localized embodiments of an institution Battilana and D’Aunno (2009), in this sense, define three different types of agencies such as iterative agency, practical-evaluative agency and projective agency in performing institutional works. In doing so, they also define some roles and duties (under the roof of creating, maintaining, and disrupting institutions) for those agencies. But they didn’t focus on the structure of agencies in their work. When considering the structure of any agency, particularly in maintaining religio-institutions those agency categories may literally not be explanatory, nor are they sufficient in understanding institutional works. Because maintaining any institution in religious sense seems to require having different kinds of agency structures, which must be experts in religious law and other related issues, working together for this purpose.

Depending on this, I aim to unpack and then show the practical reflection(s) of agency of authorized and privileged actors in the example of institutional maintenance (e.g., maintaining religio-institutions) with this study. Religio-institutions depict religious norms, beliefs, values, and other institutionalized codes, which affect, energize and control actors under certain conditions (Maier & Simsa, 2021). Since institutions are comprised of regulative, normative, and cultural-cognitive elements (Scott, 2008) different types of agencies for each element are needed to regulate, repair, and dissolve those elements in practice. Although different types of agencies have been defined in institutional theory tenet (e.g., Battilana & D’Aunno, 2009), those types cannot be competent or at least don’t provide strong frameworks in explicating the relationship between agency and (religio) institutions. More interestingly, the structure of any agency has not received enough attention, and researcher has not focused seriously on it. In fact, maintaining religious-institutions, in the case of Islamic for example, should be more difficult than mundane institutions, as their source of legitimacy is based on the importance of faith and sacredness in society (Gumusay, 2020). Religion is a significant social force on organizational practices, yet especially non-Western religions have been relatively underexamined (Gumusay, 2020) and neglected in organization theory (Tracey, 2012). Hence, I attempt to fill this gap in the relevant literature and understand and illuminate the structure of an agency in maintaining religio-institutions by conducting a qualitative research.

In the scope of this research, I interviewed four managers of NGOs, which was established by the Muslim community to regulate halal-food provision legally in both Turkey and abroad (e.g., Germany, Austria,

and Hungary). In the end, by using qualitative methodological tools, I defined two different and new types of agencies: Bureaucratic and normative.

Theoretical Overview

Agency theory in institutional tradition provides a structured field to actors in acting relatively more purposefully, consciously, and freely than the ordinary. In this tradition, the main roles of ordinary actors are to carry, enact, and transmit existing institutions with which they must comply. When considering relatively conscious and intended actions and activities, relevant actors must be privileged and authorized - in advance- by any of the existing institutions, which should be, at the same time, compatible with the institutional order in which given actors are embedded. Hence, “agents act, and agency can be seen as the capability, the power to be the source and originator of acts; agents are the subjects of action” (Raport&Overing, 2000: xiii). Yet those privileged and authorized actors as agencies should not try to reach a situation of institutional disembeddedness that is impossible, but rather to gain knowledge of the different institutional logics that can be mobilized and their causal powers in the specific context in which they are operating (Leca&Naccache, 2006). For this aim, existing institutions provide not all but to some actors a relatively restricted field within which they are allowed to think and act without the strict control of institutions (Beckert, 1999; Dorado, 2005; Lawrence&Suddaby, 2006; Maier & Simsa, 2021). Thus, institutional agencies as interested, more or less conscious actors work to influence their institutional contexts through such strategies as technical and market leadership or lobbying for regulatory change (e.g., Fligstein, 1997; Hoffman, 1999; Rao et al., 2000; Maguire et al., 2004; Lawrence& Suddaby, 2006). Modern agentic actors involve efforts themselves in all sorts of efforts elaborating their agentic capabilities, efforts that often have only the most distant relation to their raw interests (Meyer&Jepperson, 2021). Institutional work, in this sense, would highlight the awareness, skill, and reflexivity of individual and collective actors (Lawrenc&Suddaby, 2006). Hence institutional agency as skillful, aware and reflexive actors are required for institutional works to be done. Naturally, institutional maintenance one of the main institutional work categories needs also institutional agency. Lawrence and Suddaby (2006) defined five different sub-work categories under institutional maintenance, which should also be undertaken by agencies. Those works aim at maintaining the taken-for-grantedness of existing institutions. Institutional maintenance involves agencies’ purposeful and interest-laden efforts and endeavors to guarantee the taken-for-grantedness structure of the institutions. For this aim, agencies attempt to repair and/or patch the structure, if necessary, by conducting institutional works towards their interest they value highly (DiMaggio, 1988). In religious meaning, agencies act in the direction of God’s rules. To do that, they must possess comprehensive religious knowledge, or in some cases, they may benefit from other skillful and knowledgeable actors’ competencies as advisors (Meyer&Jepperson, 2021).

Methodology

Since I aimed to illuminate the structure of an agency in the example of halal as a religio-institution and case studies are appropriate tools for explorative research, I attempted to conduct a qualitative study (Yin, 2009) depending on multiple cases. Depending on this, I preferred to work with NGOs, which are the only organizations working on legitimizing halal-food provision by providing halal certificates as agencies. In case selection, I opted for using easy access technique. In the scope of my cases, I interviewed four senior managers (3 founders and CEOs, one senior manager) of these NGOs. Most of the interviews have been conducted face-to-face. In one case (Hungary), I had to resort to using electronic systems for the interview. Additionally, I also collected data from accessible official documents and by direct observations in some cases. After collecting data, I intentionally analyzed data by using a quasi-grounded theory approach since there are no such studies in the field (Suddaby, 2010).

Interviewee	Country	Year of the establishment of the NGO	Position of the interviewee	Duration of interview (sec.)
I1	Turkey	2005	Founder&CEO	150
I2	Austria	2014	Founder&CEO	45
I3	Germany	2002	Senior manager	60
I4	Hungary	2012	Founder&CEO	n/a (via e-mail)

Findings

In the context of this study, I illuminate and define two different layers of an agency in the example of halal as a religio-institution especially in a role that is devoted to maintaining these types of institutions: Bureaucratic and normative. Below given figure depicts those layers:

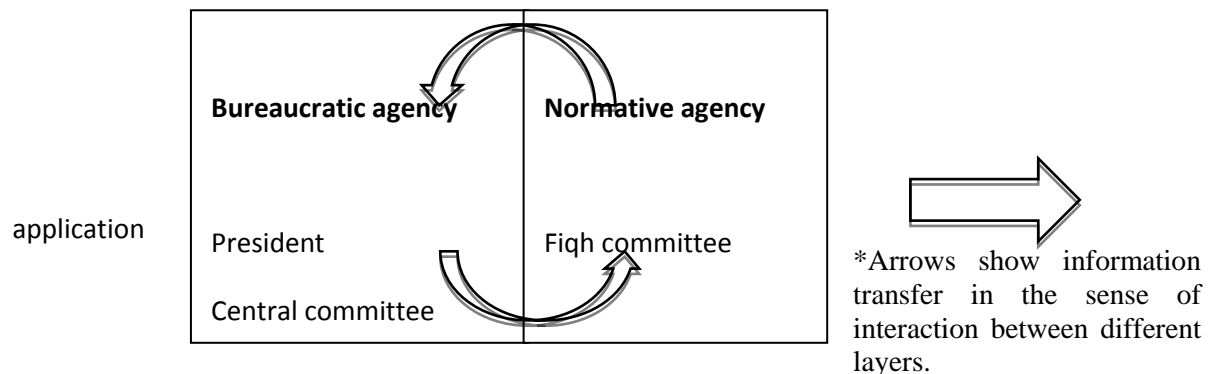


Figure 1.: The structure of an agency in maintaining (Islamic) religio-institutions

As it is seen in the Figure 1, there is an agentic structure that consists of two different layers, both of which undertake different roles and responsibilities.

Bureaucratic agency:

The main role of this type of agency is to fulfill relevant procedures during the process of actors' application for gaining legitimacy in the direction of religio-institutions. This type of agency should also be privileged by religious or mundane rules in thinking and behaving consciously or relatively out of full control of institutions. Their critical duty is to get applications, control the process, communicate with members of normative agency and share relevant information with applicants. In fact, the main responsibility of this type of agency is closely related to mundane procedures. Because their privileged position is restricted by existing institutions. Due to that reason, they only fulfill bureaucratic duties.

This agentic structure is closely related to, and devoted its efforts to working on the regulative (or compulsory procedural) part of the institution from the beginning to the end of the processes. For example, any customer which wants to receive halal appropriateness for its products or processes (etc.) must apply to this structure as frontline office. After application, frontline workers begin to perform rigorous control of the demand and submitted documents. If documents are submitted as requested, then these documents should be sent to the inspection unit for on-site inspections. After that, inspectors working under the control and in accordance with the directives of the president and central committee attempt to strictly inspect the products, services, processes and other related issues on site. If they decide that the applicant's implementations, products, services, and other related matters are appropriate for halal, then they convey the result they produced to the central committee through frontline workers. Central committee, under the rule of the president, makes a decision in this direction and provide halal certificate to the applicant. In the end, they believe and declare that they, in this way, protect the taken-for-grantedness of halal as a religio-institution.

It is clear that this structure's role is fulfilling bureaucratic duties, especially in determining whether any product, implementation, and/or element is appropriate in accordance with Islamic Shariah. After determining the appropriateness, the role of providing halal certificate signed by president and a technical functionary should also be undertaken by this agency. It can be concluded here that the procedural appropriateness is determined by bureaucratic agency in maintaining religio-institution.

Normative agency:

The normative agency undertakes a more critical role compared to bureaucratic since this type of agency is allowed to intervene religio-institutions without touching their core (or believed to be God-given) idea. This agency's main task is devoted to deciding whether the application complies with basic Islamic law. In doing so, they seek to explain and facilitate the implementation of religio-institutions as well as strengthen their legitimacy. Their main aim in doing religio-institutional work is to interpret and explicate religious rules and norms in accordance with the strict rules of the Shariah. In addition, they also take other religious decision(s), which have not been taken before, related to the relevant application, if needed. While making decisions, they refer to the Quran, tafsir, the practices of the prophet, similar events in the past, and the decisions of other Faqihs. With this status, they seem to be the most important element of the processes in maintaining religio-institutions. Thus, the role of this committee is to ensure the products, services, processes, and other relevant matters of applicants are in compliance with the Sharia. In fact, Fiqh as a profession gives them a different room for maneuver in determining the normative conformity of customers' products and services and in introducing new interpretations of religious rules in this direction. Since they must be experts in Fiqh as Islamic law their decisions are not subject to any discussion or any objection.

There is a critical point in the working system of this type of agency: If there is a clear rule or norm and there is no confusion in terms of application in terms of Shariah, then there is no need to invite this committee to examine the application. If not, the central committee has the authority to decide to invite the Fiqh committee to examination on this issue.

According to Emirbayer and Mische's (1998) agency can yield reproduction, and only reproduction, which is engaged intentionally and consciously, constitutes agency. In my cases, both of the agentic structures aim to maintain (reproduce) halal as a religio-institution. But the latter is similar, although not the same, to the projective one described by the Battilana and D'Aunno (2009). It also fulfills some institutional works (such as enabling work or embedding and routinizing) defined by Lawrence and Suddaby (2006). For the former it can be said that it undertakes some institutional works (such as policing) defined by Lawrence and Suddaby (2006). However, the current study differs from all these in that it explores and reveals an agency structure in maintaining religio-institutions.

Conclusion

Although scholars have defined different types of agencies in the institutional tenet, there is no clue about the structure of agencies especially related to religio-institutions. After conducting qualitative research, I explored two different types of agency structures in the example of religio-institutions: Bureaucratic and normative. While the bureaucratic agency is authorized to administer and fulfill bureaucratic procedures and other relevant deeds in the example of maintaining halal-food provision (halal certificate) on the one hand, the normative agency is devoted to regulating halal in the direction of religious norms and rules (Shariah) on the other. Hence, it is not possible to maintain (Islami) religio-institutions without either of these two layers. To put it, in maintaining (Islamic) religio-institutions a bilayered agency is required.

References

Abdelnour, S., Hasselbladh, H., & Kallinikos, J. (2017). "Agency and Institutions in Organization Studies". *Organization Studies*. 36(12), pp. 1-18

Battilana J., & D' Aunno T. (2009). "Institutional work and the paradox of embedded agency". In *Institutional Work*. Lawrence, B.T. Suddaby, R., & Leca, B. Cambridge: Cambridge University Press

- Beckert, J. (1999). "Agency, entrepreneurs, and institutional change. The role of strategic choice and institutionalized practices." *Organization Studies*. 20. pp. 777–799.
- DiMaggio J. P. (1988), "Institutional patterns and organizations". In: *Institutional Patterns and Organizations: Culture and Environment*. Lynne Z.G. Ballinger Publishing: Cambridge
- DeJordy R. (2010). *Institutional Guardianship: the Role of Agency in Preserving Threatened Institutional Arrangements*. PhD Thesis. Boston College. USA
- Dorado, S. (2005). "Institutional entrepreneurship, partaking and convening." *Organization Studies*. 26, pp. 385–414.
- Emirbayer, M., & Mische, A. (1998). "What Is Agency?" *American Journal of Sociology*. 103(4). pp. 962-1023
- Gumusay A.A. (2020). "The Potential for Plurality and Prevalence of the Religious Institutional Logic". *Business&Society*. 59(5). pp. 855-880
- Hwang, H., Colyvas, J., & Drori, G. S. (2019). *Agents, Actors, Actorhood: Institutional Perspectives on the Nature of Agency, Action, and Authority (Research in the Sociology of Organizations. Vol. 58)*. Bingley: Emerald Group Publishing.
- Jepperson R.L. & Meyer J.W. (2021). *Institutional Theory*. Cambridge: Cambridge University Press
- Lawrence B. T & Suddaby R. (2006). "Institutions and institutional work", In *Handbook of Organization Studies*. Clegg S.R., Hardy C., Lawrence T.B. & Nord W.R. (Eds.). Sage: London
- Leca B. & Naccache P. (2006). "A Critical Realist Approach To Institutional Entrepreneurship". *Organization*. 13(9). pp. 627-651
- Maier, F., & Simsa, R. (2021). "How actors move from primary agency to institutional agency: A conceptual framework and empirical application". *Organization*. 28(4). pp. 555-576
- Rapport N. & Overing J., (2000). *Social and Cultural Anthropology*. London: Routledge
- Suddaby R. (2010). "Challenges for Institutional Theory". *Journal of Management Inquiry*. 19(1). pp. 14-20
- Scott, R. (2008). "Lords of the dance: Professionals as institutional agents." *Organization Studies*. 29. pp. 219-238.
- Weik, E. (2011). "Institutional Entrepreneurship and Agency". *Journal of the Theory of Social Behavior*. 41(4). pp. 466-481
- Yin, K. R. (2009). *Case study research: Design and methods*. Thousand Oaks: Sage

Piyasa ile Akademi Arasında: Türkiye’de Kurum Tarihciliği Alanının Ortaya Çıkışı, Gelişimi ve Aktörler Arası Dinamikleri*

Akansel YALÇINKAYA

İstanbul Medeniyet Üniversitesi

Turizm Fakültesi

Turizm İşletmeciliği Bölümü

akansel.yalcinkaya@medeniyet.edu.tr

Özet

Bu çalışmada, Türkiye’de halihazırda piyasa ile akademi arasında sıkışıp kalan ve her iki taraftan da katkı yapılan bir alan olarak kurum tarihciliği alanının bir kurumsal alan olarak ortaya çıkışı, gelişimi, bu gelişimde etkili olan aktörler ile söz konusu bu aktörler arasındaki ilişkilerin dinamiklerinin keşfedilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaca ulaşabilmek için örgütsel sosyolojide önemli bir açıklayıcılık sunan kurumsal alan kavramından hareketle kurum tarihciliği alanının nasıl yapılandığı analiz edilmiştir. Bu kapsamda, ilkin bu alandaki birikimi geniş kapsamlı olarak derleyen bir bibliyografya ile bu bibliyografyada yer verilen eserler üzerinden yapılacak keşfedici içerik analiziyle desteklenen bir tarihsel anlatı analizi yaklaşımı benimsenmiştir. Tarihsel anlatı kurgulanırken üretilmiş olan eserler yanında kurum tarihciliği alanındaki aktörlerin üretim pratiklerini ve aralarındaki ilişkileri anlamaya imkân verecek yarı-yapılandırılmış mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın öncül sonuçları, alanın doğuşunun piyasanın beklentileri sonucu gerçekleşmişken, gelişiminin ise 12 Eylül 1980 darbesi sonrası akademiden uzaklaştırılan sol aydınların etkisiyle şekillendiğini ve alanın kurumsallaşmasında piyasa beklentileri ile akademik nitelikli kaygıların karşılıklı çatışmasının ve etkileşiminin önemli bir rol oynayarak melez bir işbirliği pratiğini ortaya çıkardığını ve bunun da alanın öncül (proto) kurumsallaşmasına neden olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Kurum/sektör tarihciliği, kurumsal alan, piyasa, akademi.

* Bu çalışma 11-13 Mayıs 2022 tarihleri arasında düzenlenen VI. İlişkisel Sosyal Bilimler Kongresi’ndeki aynı adlı bildirinin genişletilmiş halidir.

Giriş

Türkiye’de kurum/sektör[†] tarihçiliğinin tarihini, bu alanın ilk örnekleri olarak kabul edilebilecek olan ve daha çok kamu kuruluşlarının Cumhuriyet’in 10. 50. ve 75. yıldönümleri için yayınladıkları kitaplar sebebiyle bir hayli geriye götürmek mümkün ise de (Koraltürk, 2005), kurum tarihi kavramının bugünkü çağrışımı ve kelimenin bir ekleme ve hayli uzun bir dönemde gerçekleştirilen ayrıntılı bir çalışma olması anlamında kurum tarihi yazımını, özellikle 1992 yılında Tarih Vakfı’nın kuruluşu ve daha bilimsel ve profesyonel yaklaşımı benimsemesi sebebiyle, kavramın 90’lı yıllarla birlikte gündeme geldiği söylenebilir. Kurum tarihçiliği alanında, Tarih Vakfı’nın işin içine girmesi ve getirdiği bilimsel yaklaşım, daha önceleri büyük ölçüde ajansların ve kurumsal iletişim şirketlerinin ürettikleri ve ele aldığı kurumu tanıtmaktan öteye gidemeyen, birer kurumsal imaj ürünü olan ve okunmaktan çok etkili sanılan çevrelere hediye edilen birer “kahve masası” kitabı (Tekeli, 2008) veya “prestij” kitapların (Bali, 2003); akademisyenlerin elinden çıkmış, akademik ve ilgili alanda tarihsel bir değer taşıyan daha tarih odaklı bir yaklaşıma evrilmesine yol açmakla birlikte, alandaki aktörler arasında kurum tarihçiliğinin yol ve yöntemleri konusunda da bir çeşitlilik yanında ikiliğe de yol açmıştır. İşte bu çalışmada, görgül ilgi görmemiş olan ve uzun süredir bir hayli birikime sahip kurum tarihçiliğinin bir kurumsal alan olarak ortaya çıkışı, gelişimi, bu gelişimde etkili olan aktörler ile söz konusu bu aktörler arasındaki ilişkilerin dinamiklerinin keşfedilmesi amaçlanmaktadır.

Kuramsal Çerçeve: Yeni Kurumsal Gelenek ve Kavramları

Çalışmanın amacına ulaşabilmek ve yazına katkı sunabilmek için örgütsel sosyolojide önemli bir açıklayıcılık sunan alan (Dimaggio ve Powell, 1983) kavramından hareketle kurum tarihçiliği alanının nasıl yapılandığı analiz edilmiştir. Bourdieu’ya göre bir alanın yapılanması, verili bir şekilde ele alınmayıp; ancak görgül sınamalara dayalı olarak ortaya çıkabilmektedir (Kaya, 2007). Bu bağlamda, kurum tarihçiliğini de bir alan olarak analiz etmek onun yapılanmasını ortaya koymada önem arz etmektedir. Bourdieu (1990; 1993)’nün alan kavramındaki aktörün siyasi, ekonomik ve kültürel arenadaki eylemlerinin sosyal ilişkiler ağı tarafından yapılandırılması gibi, kurumsal örgütsel analizde de örgütsel alanlar örgütlerin eylemlerinin onların gömülü olduğu ilişkiler ağı tarafından yapılandırıldığını ifade etmektedirler (Wooten ve Hoffman, 2008).

Örgütsel alan kavramı, ana tedarikçiler, müşteriler, düzenleyici kuruluşlar ile benzer ürün ve hizmetleri üreten kuruluşların bir arada olacak şekilde ve fark edilecek bir kurumsal yaşamı oluşturması sonucu (Dimaggio ve Powell, 1983) ortaya çıkan yapıdır. Meyer ve Scott’ın toplumsal sektör kavramına (Meyer ve Scott, 1983) paralel şekilde, örgütsel alan kavramı da hem rekabet hem de işbirliği içinde olan bütün aktörleri kapsamına almaktadır (Özen, 2010).

Bu bağlamda, bu çalışmanın konusunu bir kurumsal alan olarak kurum/sektör tarihçiliği alanının ortaya çıkışı ve gelişiminde akademik kaygılar ile piyasa beklentilerinin çatışmasının alanın evrimi üzerindeki etkileri oluşturmaktadır. Kısaca çalışma kuramsal olarak örgüt yazınındaki kurumsal olarak anılan geleneğe yaslanmakta olup; bu geleneğin kurucu temalarından biri olan alan kavramını odağına almaktadır. Bu gelenek bağlamında görgül olarak incelenen alan da, Türkiye’deki kurum tarihçiliği alanıdır. Araştırmada incelenmeye niyet edilen görgül olgunun kurumsal geleneğin ana kavramlarından kurumsal alan bağlamında incelenmesi oldukça önemlidir. Zira, Fligstein ve McAdam (2012), alan kavramına ilişkin bütünleştirici girişim denemelerinde, örgütsel alanların bu incelemedeki görgül olguya benzer biçimde benzer faaliyetler sürdüren örgütlerin aralarındaki ilişkilerin artışıyla da ortaya çıkabileceğini ve evrilebileceğini belirtmektedir.

Çalışma kuramsal olarak kurumsal örgüt kavramının alan kavramına yaslanırken görgül olguya ilişkin meseleleri anlama ve açıklamada kurumsal geleneğin öncül (*proto*) kurumlar (Lawrence, Hardy ve Phillips, 2002), kurumsal girişimcilik (DiMaggio, 1988), kurumsal iş (Lawrence ve Suddaby, 2006) ile çeviri ve brikolaj (Campbell, 2004) gibi kurumsal açıklama yordamlarından da yararlanılmıştır. Öncül (*proto*) kurumsallaşma, bir kurumsal alanda tam olarak pekiştirilip, içselleştirilmemiş, yeterince

[†] Bu noktadan itibaren her iki kavramı da kapsadığı düşünüldüğünden kurum tarihçiliği şeklinde verilecektir.

yaygınlaşmamış, aktörler tarafından kısmi olarak paylaşılan bilgi ve/ya uygulamaların varlığı durumuna işaret etmektedir (Lawrence, Hardy ve Phillips, 2002). Bunlar henüz tam manasıyla kurumsallaşmamış ancak kurumsallaşma potansiyeli olan söylem ve/veya eylem kalıplarıdır (Erçek, 2004). Çeviri kavramı başka bir bağlamdan transfer edilen bir model veya uygulamanın içeriğine yerel bağlamdan anlamlar eklemek üzere bir kombinasyon oluşturulmasını ifade ederken; brikolaj ise, yerel aktörlerin amaçlı olarak kurumsal alanda halihazırda var olan daha eski unsurların tekrar bir araya getirilerek sunulmasını ifade etmektedir (Campbell, 2004).

Amaç ve Yöntem

Araştırmanın amacı, yerel bağlamdan özgün bir alanın ortaya çıkış dinamiklerinin tarihsel olarak keşfedilmesi şeklinde ifade edilebilir. Bu bağlamda, bu amaca ulaşmak için *Türkiye’de kurum tarihçiliği alanı nasıl ortaya çıkmış ve evrilmiştir?* sorusu cevaplanmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın yöntemsel detaylarına geçmeden önce araştırmacının araştırılan olguya ilişkin konumuna değinmek gerekmektedir. Kurum tarihi türü ile bu türün bir toplayıcısı olarak yaklaşık on yıl önce tanışan araştırmacı bu biriktirme sürecinin sonucunda bu konularla ilgilenen ve ondan fazla kurum tarihi projesinde yer almış olan bir araştırmacı ve kurum tarihi çalışmalarını araştırmalarında sıklıkla kullanan ve bu çalışmaları yayınlayan bir yayıncı ile birlikte 2018 yılında bir bibliyografya çalışmasına başlayarak alanı ve alandaki aktörleri daha yakından tanıma ve gözlemlene fırsatı elde etmiştir. 2019 yılında yayınlanan bibliyografya çalışması sürecindeki yayın derleme çalışmaları sırasında gözlemlendiği örüntüleri derinlemesine inceleme ve alanın tarihsel geçmişine eğilme arzusu kendisini bir yandan bu tür eserleri biriktirmeye devam etmesine diğer yandan da bunlar üzerine devamlı olarak düşünmeye sevk etmiş ve sonuç olarak böylesi bir araştırma tasarımı gerçekleştirmiştir.

Çalışmada yöntemsel olarak, ilkin bu alandaki birikimi geniş kapsamlı olarak derleyen bir bibliyografya (Bali, Koraltürk ve Yalçınkaya, 2019) ile bu bibliyografyada yer verilen eserler üzerinden yapılacak keşfedici içerik analiziyle desteklenen ve kurum tarihçiliği alanındaki aktörlerin bakış açılarını yansıtan mülakatlarla zenginleştirilmiş ve son olarak basın, kurum ve kişisel başta olmak üzere arşiv verisine dayalı bir tarihsel anlatı analizi yaklaşımı benimsenmiştir. Tarihsel anlatı kurgulanırken üretilmiş olan eserler yanında kurum tarihçiliği alanındaki aktörlerin üretim pratiklerini ve aralarındaki ilişkileri anlamaya imkân verecek yarı-yapılandırılmış mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Mülakatlar gerçekleştirilmeden önce bibliyografya verilerinden derlenen bir isim listesi hazırlanmış; ayrıca her mülakatta da bu konuda başka kiminle görüşülebileceği sorusundan hareketle kartopu örnekleme yapılmaya çalışılmıştır. Mülakat yapılan görüşmecilerin listesi ile ilgili bilgiler Tablo 1.’de verilmiştir. Mülakatlar yanında, başta alanda etkin aktörlerin kurumsal arşiv ve belgeleri olmak üzere basın kurumlarının bilgi ve belgeleri ile görüşülen kişilerin şahsi arşivleri de derlenmiştir. Ayrıca, anlatıyı desteklemeye yardımcı olacak nitelikte ve genel olarak kurumsal yayıncılık özelde ise kurum tarihçiliği alanındaki aktörlerin tarihsel nitelikteki anı/hatırat ve/ya (oto)biyografi gibi eserleri de analize dahil edilerek çok çeşitli bir ikincil veri seti de derlenmiştir.

Tablo 1. Görüşmeci Listesi

Sıra	Görüşülen Kişi(ler)	Tarih	Görüşme Türü	Görüşme Süresi	Kayıt Durumu
1	A. Nedim Atilla	17.11.2022	Telefon Görüşmesi	18 dk.	Yazılı Notlar
2	İlhan Tekeli	30.11.2022	Online Görüşme	54 dk.	Sesli ve Görüntülü Kayıt
3	Mehmet Ö. Alkan	28.11.2022	Yüz Yüze Görüşme	30 dk.	Yazılı Notlar
4	Murat Kuter	16.11.2022	Online Görüşme	60 dk.	Sesli ve Görüntülü Kayıt
5	Nihal Boztekin	9.12.2022	Yüz Yüze Görüşme	1 s. 11 dk.	Sesli Kayıt
6	Nuri M. Çolakoğlu	9.11.2022	Yüz Yüze Görüşme	60 dk.	Yazılı Notlar
7	Orhan Silier	9.12.2022	Yüz Yüze Görüşme	1 s. 24 dk.	Sesli Kayıt
8	Osman S. Arolat	7.11.2022	Yüz Yüze Görüşme	45 dk.	Yazılı Notlar
9	Zülfü Dicleli	14.11.2022	Yüz Yüze Görüşme	1 s. 10 dk.	Yazılı Notlar
10	Metin Under	14.11.2022	Yüz Yüze Görüşme	1 s. 10 dk.	Yazılı Notlar
11	İlhami Mısırlıoğlu	14.12.2022	Yüz Yüze Görüşme	3 s. 35 dk.	Sesli Kayıt
12	Zafer Toprak	21.12.2022	Yüz Yüze Görüşme	1 s. 40 dk.	Yazılı Notlar

Bir Örgütsel Alan Olarak Kurum Tarihciliğinin Ortaya Çıkışı, Gelişimi ve Öncül (Proto) Kurumsallaşması

Türkiye’de kurum tarihciliği alanının ortaya çıkışına ilişkin bulgular, alanın 1980’li yıllarla birlikte yeni kurumsalcı geleneğin varsayımlarına koşut olarak bir alan olarak ortaya çıkıp gelişmeye başladığını göstermektedir. Bu bölümde, derlenen geniş kapsamlı verilerden hareketle *Türkiye’de kurum tarihciliği alanı nasıl ortaya çıkmış ve evrilmiştir?* sorusunu cevaplamaya cevaz veren tarihsel dönemlere ayrılmış bir anlatı inşa edilmeye çalışılmıştır.

Bir Kurumsal Alanın Doğuşu: Kurum Tarihciliği (1980-1992)

1980’lerden bugüne uzanan süreçte Türkiye’de tarih yazımı alanında yeni bir türün gelişme gösterdiğine tanık olunmuştur. Kısaca ‘kurum tarihi’ denilen bu tür kapsamında ağırlıklı bir bankanın, şirketin,

holdingin, okulun, hastanenin veya belli bir sektörün tarihi ele alınmaktadır. Tarihleri yazılan bu kurumların arasında kamuya ait olanlar olmakla birlikte bu kurumların çoğu özel sektöre aittir (Koraltürk ve Yalçınkaya, 2019, s.11). Her ne kadar bu türün ortaya çıkışını 1980’de tarihlendirmek mümkün olsa da bu tarihten önce örneğin 1913’de Süleyman Nutki’nin yayına hazırladığı *Bahriye-i Ticariye Salnâmesi* gibi sektör tarihi ile 1926 tarihli Abdülhad Nuri’nin *Türkiye Cumhuriyeti Seyr-i Sefain İdaresi Tarihçesi* gibi bir kuruma dair erken dönem örnekleri bulunmaktadır. Ve fakat bunlar tekil örnekler olduğundan, bir alan olarak kurum tarihçiliğinin kökenlendirilmesinde pek bir önem teşkil etmemektedir.

Türkiye’de kurum tarihçiliği pratiğinin bir kurumsal alan olarak ortaya çıkışında 24 Ocak Kararları ile neoliberal politikaların ekonomide hâkim olmasının (Koraltürk ve Yalçınkaya, 2019) ve bununla birlikte sosyolojik olarak Türkiye’de başta büyük burjuva olmak üzere iş insanlarının ve işletme gruplarının kamunun önüne çıkmaktan çekinme davranışını (Buğra, 2016; Bali, 2018) terk etmesinin önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Buna göre, 24 Ocak 1980 tarihinde açıklanan ekonomik istikrar tedbirlerine ilişkin kararlarla, Türkiye ekonomisi daha önce benimsediği planlı kalkınmaya dayalı karma ekonomi modelinden radikal bir kopuşla özel sektörü önceleyen liberal bir iktisadi yapıyı benimsediğinden, söz konusu bu yapıda ekonominin başat aktörlerinin özel sektörün temsilcilerinin olmasının beklendiği söylenebilir. Böylelikle, kurumsal yayıncılık sektörünün ekonominin başat aktörlerinin daha iyi ‘tanıtılması’ görevini kendine iş edindiği görülmekte ve bu tarihten sonra her ne kadar adına henüz o dönem ‘kurum tarihi(çiliği)’ denmese de bu minval üzere eserlerin üretilmeye başlandığı gözlemlenmektedir. Bununla birlikte, 24 Ocak Kararları ile birlikte girilen neoliberal düzlemde, Türk(ıye) burjuvazisinin de önemli bir zihniyet değişimine uğramaya başladığı ve bunun bir tür ile bu türü üreten bir alan olarak kurum tarihçiliğinin neşet etmesinde oldukça önemli bir rol oynadığı düşünülmektedir. Bu bağlamda, Ayşe Buğra Türk iş insanlarının otobiyografilerinde başarıları için neredeyse özür dileyerek kendi başarılarının toplumsal sonuçlarını ortaya çıkaracak bir mahcubiyetten söz ettiğini belirterek (Buğra, 2016) değişen zihniyeti resmetmektedir. Rıfat Bali (2018, s.18-19) ise, 80’lerden sonra Özal ile birlikte değişen resmi vurgulamakta ve 1980 öncesinde iş insanları ve sanayicilerin birincil kaygılarının kamuoyunda fazla görünür olmamak, özel yaşamlarını basının gözünden uzak tutmak ve dikkatleri üzerlerine çekmemek olduğunu belirtmektedir. Buraya değin anlatılanlardan, 24 Ocak ile birlikte değişen ekonomik bağlamın burjuvazide yarattığı zihniyet değişiminin bu yönde bir talebe dönüşmesine yönelik tüm şartların olgunlaştığı ve bu talebi karşılayacak aktörlerin de yakın zamanda zuhur edecekleri bir resim göze çarpmaktadır. Bu hususta, görüşmecilerimizden tecrübeli bir ekonomi yazarı da olan *Osman S. Arolat*; özellikle 1980’li yıllardan sonra bu işlere daha ciddi bir biçimde bakılmaya başlandığını ve kurumların kendi tarihlerine önem vererek kaleme ve kayıt altına almaya başladıklarının altını çizmekte; 80’li yıllarla birlikte yaşanan bu değişimde, ekonomideki köklü değişikliklerin etkili olduğunu ve özellikle 24 Ocak Kararlarının çok ciddi bir değişim yarattığını belirtmektedir. Kendisi bu değişim sonucu kurumların kendilerini gerçekten birer ‘kurum’ olarak hissettiklerini ve bunu yansıtmaya çalıştıklarını, kendi kurumları ile ilgili kitaplar yazdırmaya başladıklarını belirtmektedir (Osman S. Arolat, 7 Aralık 2022).

Örneğin, Türk iş dünyasının önemli bir figürü olan Sakıp Sabancı’nın hayat hikayesi başta olmak üzere izlenimlerine ve anılarına yer verdiği eserler tam da bu dönemde yayınlanmıştır. *İşte Hayatım* başlıklı otobiyografisi 1985 yılında yayınlanan Sabancı’nın bir yıl sonra biyografik öğelerden kişisel gelişim türüne doğru bir kayma sonucu *Para Başarının Mükafatıdır* adlı bir öğütler manzumesi kaleme aldığı görülmektedir. Özellikle *Para Başarının Mükafatıdır* kitabının yayın hikayesi Buğra (2016) ve Bali (2018)’nin belirttiği çekingenliğin yerini burjuvazinin kendine duyduğu bir özgüvene bıraktığını göstermesi açısından ilginçtir. *Yeni Asır Gazetesi* 23 Kasım 1985 tarihinde okuyucularına Sakıp Sabancı tarafından yazılmış olan *Para Kazanmanın 16 Altın Yolu* isimli, Sabancı’nın görüşlerini özetleyen bir kitapçık dağıtmıştır. Kitapçığa gösterilen büyük ilgi üzerine, Sabancı yazılanları yeniden gözden geçirerek bu kez kendi yayını olarak *Para Başarının Mükafatıdır* isimli yeni bir kitap yayınlamıştır. Başlı başına sadece bu örnek bile 1980 öncesi dönemde hem toplumsal normlar gereği zenginliklerini ve başarılarını pek görünür kılmaya yanaşmayan hem de yükselişteki sol hareketler sebebiyle can ve mal güvenlikleri

nedeniyle maddi servet ve başarıları ile dikkat çekmemeye özen gösteren büyük burjuvazinin davranışının ve zihniyetinin nasıl değiştiğini göstermektedir.

Bu değişimin sonucu olarak, *Kurum ve Sektör Tarihi, İş İnsanı ve Yönetici Hatırat, Biyografi ve Otobiyografi Kitapları Bibliyografyası (1932-2018)* adlı bibliyografyaya temel teşkil eden bu dönemdeki eserler bize hem kamu hem de özel kesimde kurum ve birey düzeyinde tarihe ve geçmişe ilişkin bir farkındalığın oluştuğunu ve bu minval üzere eserlerin yayınlandığını göstermektedir. Kamu bağlamında başta kamu bankaları olmak üzere birçok iktisadi kamu örgütünün tarihinin yazıldığı ve yayınlandığı görülmektedir. Örneğin, İlhan Tekeli ve Selim İlkin tarafından kaleme alınan 1981 tarihli *Para ve Kredi Sisteminin Oluşumunda Bir Aşama: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası* adlı kitap yanında, Zafer Toprak tarafından kaleme alınan 1988 tarihli *Sümerbank* kitabı ile birlikte, 1986 tarihli *T.C. Ziraat Bankası 1863-1983*, 1987 tarihli *Etibank 50. Yıl 1935-1985* ile 1990 tarihli *Halkbank'ın Tarihi Gelişimi: 1938-1962 Dönemi* adlı kitaplar bulunmaktadır. Sadece kamu kesiminde böylesi bir ilginin varlığından söz edilememekle birlikte, özel kesimde-başta holding düzeyinde büyük iş grupları olmak üzere-de böylesi bir ilginin söz konusu olduğu görülmektedir. Örneğin halen faaliyetlerine devam eden ENKA grubu 1982 ve 1987 yıllarında *ENKA 25. Yıl (1957-1982)* ile *Dünya'da ve Türkiye'de 30. Yılında ENKA* adlı kitapları yayınlarken; Eczacıbaşı *Eczacıbaşı 40. Yıl (1982)* ile STFA kurucularından Feyzi Akkaya'nın yazdığı *Ömrümüzün Kilometre Taşları: STFA'nın Hikâyesi* (1989) adlı kitapları ile kendi kurum tarihlerini yayınlamışlardır. Dahası büyük işletme gruplarının ilgisi sadece kurumsal tarih bağlamında olmamış, kurucuların hayat hikayelerine de yer verilmiştir. Bu kapsamda örneğin 1986 yılında Dr. Nejat F. Eczacıbaşı Vakfı tarafından *Bir Kent Bir İnsan: İzmir'in Son Yüzyılı S. Ferit Eczacıbaşı'nın Yaşamı ve Anıları* adlı kitap yayınlanırken; İstanbul Sanayi Odası başkanı Ertuğrul Soysal *İğneler* kitabını 1989 yılında, Alarko Grubu'nun kurucularından Üzeyir Garip ise altı ciltlik otobiyografik öğelerle bezeli tecrübelerini içeren *Deneyimlerim* serisinin ilkini 1990 yılında yayınlamıştır.

Bu ekonomi-politik ortamla birlikte Türkiye'de başta büyük burjuva olmak üzere yaşanan zihniyet değişimi, bu alana yönelik birikimlerin hem bu dönemde hem de izleyen dönemlerde Tekeli (2008:198-199)'nin imaj odaklı kurum tarihi dediği türün Türkiye burjuvazisinin gelenek inşasında kullanıldığını akla getirmektedir. Bu bağlamda, 1990'lı yıllarla birlikte kurum tarihçiliği alanına yönelik kurumsallaşma çabaları ve bu çabalarda adeta bir kurumsal girişimci (DiMaggio, 1988) gibi rol oynayan *Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı*'nin kuruluşu meydana gelmiştir.

Tarih Vakfı ve Kurum Tarihçiliği Alanının Gelişimi (1992-2001)

Kurum tarihçiliği alanının 1980 sonrası süreçteki ortaya çıkışı ve mütevazî gelişimi, özellikle 1990'lı yıllarla birlikte, bir grup sol aydınının girişimiyle kurulan Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı'nın kent tarihi, yerel tarih vb. gibi birçok farklı tarih alanına ilişkin girişimlerini kurum tarihi alanına da daha kuruluşunun ilk döneminde yönlendirmesi, kurum tarihçiliğinin hem nitelik hem de nicelik olarak gelişmesine neden olmuştur. İlhan Tekeli Tarih Vakfı'nda 1992 yılında düzenlenen *Türkiye'de Kurum Tarihçiliği Sempozyumu*'nda yaptığı konuşmada; "*Türkiye'de son yıllarda tarihyazımı alanında kurum tarihlerinin yazılması yeni bir ilgi alanı olarak gelişti. Bu alanın gelişmesi tarihçilerin kendilerinin ilgi duymasıyla değil, daha çok dıştan gelen taleplerle oldu. Bu dıştan gelen taleplere örnek olarak Cumhuriyet'i ellinci, yılında olduğu gibi değişik kurumların onuncu, yirmi beşinci, ellinci yıl kutlamaları için kendi tarihlerini yazdırmak istemeleri, kurumların imaj oluşturmak için tarihlerinden yararlanmaya çalışmaları, özellikle başarılı birinci nesil sanayi girişimcilerinin kendi hatıralarıyla, geliştirdikleri kurumların tarihlerini iç içe yazdırmak istemeleri verilebilir.*" diyerek bu alana katkı yapmak üzere giren vakfın aslında neler yapması ve nasıl bir yol ve yöntem izlemesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bu noktaları açmadan önce cevap verilmesi gereken temel bir soru vardır. Zira bu soru Tarih Vakfı'nın kurum tarihçiliği ilgisinin de kaynağını açık etmektedir. Bu soru neden 1990'lı yılların başlarında bir grup sol kökenli aydınının kurmuş olduğu bir vakfın çoğu ülkenin kapitalist kurumları başta olmak üzere büyük burjuvanın tarihini yazmaya niyetlendiğidir. Gerçekleştirilen mülakatlar ve yazında yer alan hatıratlar bu sorunun temelde ilki ve en önemlisi vakıf için kaynak yaratma ikincisi ise tarihçilerin-özellikle de ekonomik ve sosyal tarihçilerin-böylesi örgütlerin tarihleri üzerinden Türkiye'nin makro iktisat ve/ya sosyal tarihi gibi alanlarına ilişkin bilgi birikimleri zenginleştirme olanağı olduğunu göstermektedir.

Örneğin ikinci hususa ilişkin olarak vakfın kurucular kurulu üyesi İlhan Tekeli 2007 yılında verdiği bir mülakatta (Cengizkan, 2007); “Kurum tarihlerinin sayısı arttığında, birileri hepsini kullanarak, yeniden bir tarih yazacak. Bu başka şekilde ele geçmeyen malzemeler üstüne, birinci el malzemeyle yazılmış tarihlerin sayısı arttığında, onların üstünden yazılan ikinci el malzemeyi kullanarak yazılan tarihler yeni sentezlere ve yeni yorumlara gidebilecek. Belirli bir sponsora da bağlı kalınmadığı için, daha özgür olunacak. Böylece Cumhuriyet’i makro ekonomik değişkenler üstünden değil, mikro iş hayatının üstünden yazmak gibi yeni bir açılım ortaya çıkacaktır. Bence kurum tarihleri, aslında mikro tarih yazımının altyapısını hazırlıyorlar. Böyle bir deneme yapmaya değer.” diyerek aslında kurum tarihlerinin birer mikro tarih olarak makro tarihler için zemin hazırladığının altını çizmektedir. Vakıf için kaynak yaratma bahsinde ise, yine vakfın ilk dönemdeki kurucular kurulunda yer alan görüşmecilerimizden İlhan Tekeli (İlhan Tekeli Görüşmesi, 30 Kasım 2022); “Tarih Vakfının bu konuya girmesi problemi, yalnız firma problemi değil... STK probleminin geldiği özel bir nokta dolayısıyla Tarih Vakfı bu olaya girdi. Şimdi tarih 1990’lı yıllar... Baktığımız zaman, Tarih Vakfı gibi birçok... Doğal Yaşamı Koruma Derneği gibi, TEMA gibi... TEMA’nın arkasında tabii şey var, bir sermaye var. Birçok demokratik nitelikli, arkasında sermaye olmayan STK kuruldu. Bunlardan başlıcalarından biri de Tarih Vakfı idi. Ama Tarih Vakfı kurulduğunda arkasında sermaye yoktu. Ve yaşaması için para kazanması gerekiyordu. Şimdi yaşaması için, para kazanması için tarih araştırması yapın diye o tarihte kimse para da vermiyordu. O zaman bir çeşit inovatif bir yaklaşım olarak hem tarih yazabiliriz hem para nasıl kazanabiliriz sorusuna yanıt arayarak kurum tarihinin verimli olabileceğini düşündük. Şimdi burada bir tarih merakı var ama yeni ortaya çıkan arkasında sermaye olmayan bir sivil toplum kurumunun yaşamasında kendisini nasıl yol bulduğunu ilgili bir çıkış noktası var. Ben bu çıkış noktasının değerli olduğunu düşünüyorum. Bir çeşit hani ihtiyaçlar inovasyonları yaratır diye bir şey var ya, burada da öyle bir hikâye görülebilir.” şeklindeki ifadesi ile vakfın diğer vakıflar gibi bir sermaye birikimi olmadığından kaynak yaratmak bakımından kurum tarihi projelerine ihtiyaç duyduğunu dile getirmektedir. Benzer şekilde vakfın kuruluşunda öncü bir rol oynayan ve vakfın ilk ve en uzun süreli genel sekreterliğini yürüten Orhan Silier de görüşmemizde; İlhan Tekeli’nin belirttiği üzere vakfın klasik bir STK olmadığından herhangi bir akarı bulunmadığını ve buna karşın tek kaynağının alanlarında uzman kurucular ve üyeler olduğunu; bu insan kaynağı ile vakfa nasıl bir kaynak yaratılabileceğini düşünürken kurum tarihi alanının da sponsorlu olarak yürütülen kent tarihi vb. diğer alanlar gibi ortaya çıktığını ifade etmektedir (Orhan Silier Görüşmesi, 9 Aralık 2022). Bu hususta örneğin vakfın projelendirerek yayınladığı ilk kurum tarihi olan *Türkiye’de Piyango Tarihi ve Millî Piyango İdaresi*’nin yazarı Mete Tunçay, sol hareketler üzerine çalışırken bir anda piyango tarihi yazmasının gerekçesini kendisi için basılan armağan kitaptaki nehir söyleşide şöyle belirtmektedir (Alkan, Bora ve Koraltürk, 2007: s.67): “Sivil toplum örgütlerinin genel kaderi, birkaç kişi bir araya geliyorsun belli konularda konuşmak, tartışmak, yayın yapmak için bir yerde toplanmanız lazım. Hadi bir lokal, orada bu toplantıyı örgütleyecek sekreter lazım, telefon lazım, elektrik su faturası derken bir sabit masraf çıktı. Bunu da ilk gelen insanların iyi niyetle verdikleri üçer beşer lirayla karşılamak mümkün değil. O zaman ne oluyor, proje şirketi haline dönüşüyor. Tarih Vakfı da kent tarihi olabilir, kurum tarihi olabilir, birtakım projeler alıp, onun üzerinden kendisine bir gelir yaratma yoluna gitti. Bu yolda ilk yapılan iş beni Milli Piyango’ya satmak oldu! Ben, Piyango Tarihi ve Türkiye’de Millî Piyango üzerine bir çalışma yaptım.”

Vakıf kurum tarihi projeleri ile akademik çevresini ve insan kaynağını kendisi için anlamlı bir katkıya dönüştürürken; belirli bir akademik nitelikten ödün vermeden ve belirli birtakım kaygılarla bu projeleri yürüttüğü söylenmektedir. Hem vakıf bünyesinde hem de daha sonra bu alandaki aktörlerin kurum tarihi projelerinde görev almış olan Murat Koraltürk vakfın kurum tarihi alanına getirdiği yaklaşımı şöyle özetlemektedir (Murat Koraltürk, A Haber, Eski Defterler, 81. Bölüm: Ekonominin Türkleştirilmesi, 15 Aralık 2012): “Tarih Vakfı bu işe bir disiplin getirdi. Akademik disiplin getirdi. Yoksa Tarih Vakfından önce de Tarih Vakfıyla aynı dönemde de bu işi ciddi yapan kurumlar, yayınevleri, ajanslar çıktı. Ama Tarih Vakfı ifade etmeye çalıştığım gibi akademik bir disiplin, bir ciddiyet getirdi. Kurum olarak işte Tarih Vakfı örneğin, kurumla tarihinin yazılmasını isteyen kurumla kontağı kuruyor ve projelendiriyor. Ve tarihi yazılacak kurum veya o kurumun faaliyet gösterdiği sektörde yazan/çizen veya yakın uzmanlık alanı olan kişilerle Tarih Vakfı temas kurup projenin hayata geçmesini sağlıyor.” Gerçekten de vakfın böylesi

bir disiplin sağlamak adına belirli kaygılarla davrandığı ve bazı adımlar attığı görülmektedir. Örneğin, bu hususta öncelikle zikredilmesi gereken vakfın ilk kurum tarihini projelendirmeden 18 Eylül 1992’de *Türkiye’de Kurum Tarihçiliği Sempozyumu* yapılmış; 1998 yılında ise o güne değin projelendirilmiş olan kurum tarihi çalışmalarına ilişkin tecrübenin karşılıklı olarak paylaşılabilmesi için 7 Kasım 1998’de *Kurum Tarihçiliği: Deneyimler ve Perspektifler Atölye Çalışması* gerçekleştirilmiştir (Güldöşüren, 2021:404). Tekeli’nin 1992 yılındaki sempozyumda yaptığı açılış niteliğindeki *Kurum Tarihi Yazmanın Sorunsalları Üzerine* başlıklı konuşması esasında, kurum tarihi kavramının niteliğinin ve içeriğinin sınırlarının çizilmesi bağlamında da oldukça önemlidir. Tekeli kendisi ile yaptığımız e-posta yazışmasında kurum tarihi ifadesinin bir esin kaynağı olmadığını ve Tarih Vakfının yönetim kurulu toplantılarından birinde kendisinin önerdiğini belirtmiştir (İlhan Tekeli E-Posta Yazışması, 10 Aralık 2022). Sempozyum içeriğine geçmeden önce vakfın kurucularının o dönemde böylesi bir isimlendirme ile hayli pragmatist davranarak ‘kurum’ kavramının yerel bağlamda taşıdığı kendinden menkul pozitif anlamı kullanmayı ve kurum kavramının ister kamu ister özel ister sivil toplum olsun her tür örgütü kapsayacak denli kapsamlı olmasını hedefleyerek bir nevi bir çeviri ve brikolaj yaptıkları söylenebilir. Zira otuz yıl sonra bugün bakıldığında kavramın hayli kurumsallaşmış olduğu, bu işi yapan ajansların ürettikleri ürünleri bu şekilde ifade ettiği ve dahası bu kitapların ikinci el değerinden istifade eden sahafların ise bu eserleri *Kurum/Müessese Tarihi* olarak katalogladıkları görülmektedir. Dahası, vakfın kurucu genel sekreteri Orhan Silier, Tarih Vakfı’nın bir nevi iç haberleşme aracı olan Tarih Vakfı’ndan Haberler bülteninin ilk sayısındaki yazısında (Silier, 1991); “...*Vakfımız gibi kuruluşlar kamu kurumlarıyla, özel firmalarla, siyasal partilerle, derneklerle işbirliği içinde birçok ilginç monografinin hazırlanması başarılabilir.*” diyerek, aslında kurum kavramını ne denli geniş manada aldıklarını hissetmektedir.

18 Eylül 1992’de *Türkiye’de Kurum Tarihçiliği Sempozyumu* içeriği bağlamında kurum tarihine ilişkin önemli meselelerin tartışıldığı bir toplantı olmuştur. Vakfın şu anki başkanı Mehmet Ö. Alkan ile yapılan görüşmede vakıf arşivinin kapalı olduğu anlaşıldığından söz konusu sempozyumdaki tebliğlerin tam metinlerine ve/ya ses kayıtlarına erişmek mümkün olmasa da Tarih Vakfı’ndan Haberler bülteninin 1992 yılındaki Ekim sayısında yer alan geniş özetten (*Türkiye’de Kurum Tarihçiliği Sempozyumu Yapıldı*, 1992:4-7) anlaşıldığına göre, İlhan Tekeli’nin *Kurum Tarihi Yazmanın Sorunsalları Üzerine* başlıklı açılış bildirisi yanında Aydın Uğur’un kurum tarihçiliğini işletme tarihi ve işletme sosyolojisi perspektifinden ele aldığı *Kurum Tarihçiliği ve Kurum Sosyolojisi* adlı bildirisi tartışılmış; daha sonra o dönem devam etmekte olan kurum tarihi projelerinin tecrübelerini ele alan *Kurum Tarihçiliği ve Kimlik Sorunu: Milli Piyango İdaresi* (Mete Tunçay), *Karşılaştırmalı Kurum Tarihçiliği: Şişe-Cam ve Sümerbank* (Zafer Toprak), *Kurumsal Arşivlerin Kurum Tarihçiliğindeki Yeri: Osmanlı Bankası Arşivleri* (Edhem Eldem) başlıklı bildiriler sunulmuştur.

Bir yandan kurum tarihi yazımına ilişkin yönetsel ve biçimsel alternatifleri tartışmaya açan vakıf, diğer yandan kurumlarla iletişime geçerek tarihlerinin kayıt altına alınmasını sağlamaktadır. *Milli Piyango, Tarih ve Tarihbank* ile 1993 yılında ilk ürünlerini veren kurum tarihi projeleri, 1996 yılında ikinci dalga olarak sayılabilecek *Darülaceze (1996), SEKA, (1996), SSK (1997), Darüşşafaka (1998), Emlak Bankası (1999), Osmanlı Bankası (1999), Demirbank (1999), Cenajans Grey (1999), İnterbank (2000), Egebank (2000), TEKEL (2000), İş Bankası (2001)* gibi kurumların tarihlerinin yazılmasıyla devam etmiştir (EK Tablo 2.[‡]). Görüldüğü üzere, daha önce de vurgulandığı gibi, tarihi yazılan kurumların çeşitliliği kurum tarihi kavramının kapsamının genişliğini gösterecek niteliktedir. Bu deneyimlerden sonra da, vakıf yöneticileri kurum tarihçiliği deneyimlerinin paylaşımı için 7 Kasım 1998’de *Kurum Tarihçiliği: Deneyimler ve Perspektifler Atölye Çalışması* gerçekleştirmiştir. Araştırmacının şahsi arşivinde yer alan

[‡] Tarih Vakfı tarafından projelendirilen ve fakat nihayete eremediğinden yayınlanmayan kurum tarihi projeleri de bulunmaktadır. Örneğin Esbank, 2001 krizi sırasında bankanın mali yapısının bozulması sebebiyle hiçbir zaman yayınlanamazken (İlhami Mısırlıoğlu Görüşmesi, 14 Aralık 2022; Orhan Silier Görüşmesi, 9 Aralık 2022); İSKİ yönetim değişiklikleri, tartışmalar, yolsuzluk iddiaları ile kurum tarafından yayınlanamamış, yazarı Burhan Oğuz tarafından yayınlanmış (Hürriyet, 1999); EVYAP kurum tarihi projesi ise Tarih Vakfı ile başlamış olup, Kurumsal Yayınlar tarafından devralınmasına karşın sonuçlandırılmamıştır (Nihal Boztekin Görüşmesi, 9 Aralık 2022). Benzer biçimde güncel bir kurum tarihi olan Türkiye Ekonomi Bankası (TEB) tarihi de, bankadaki yönetim değişikliği sebebiyle henüz yayınlanamamıştır (Mehmet Ö. Alkan Görüşmesi, 28 Kasım 2022).

bu atölyenin ses kayıtlarının dökümü, bize atölyede kurum tarihi ile ilgili neredeyse her meselenin çekinmeden tartışıldığını göstermektedir. Özellikle kurum tarihi yazımında kaynak ve yöntem meselelerinin hâkim olduğu tartışmalarda, kurum tarihi kavramının kökenine ilişkin olarak Zafer Toprak'ın değerlendirmeleri ilgi çekicidir. Bu bağlamda, Toprak; “*Kurum tarihi sözcüğünü galiba Tarih Vakfı kullanmaya başladı, daha önce tabii bu tür bir sözcük batı literatüründe özellikle çok eskilere gidiyor, yani özellikle Kıta Avrupa'sında, işte kurumların tarihi (l'histoire de l'institution) gibi bir Fransızca olay var, bu İngilizcede pek yok, yani İngilizcede kurum tarihi şeklinde bir alan yok ama Fransız tarihçiliğinde, özellikle Kıta Avrupası tarihçiliğinde bu tür bir alan var, 19. Yüzyılla birlikte gündeme gelmiş.*” (Toprak, 1998) diyerek, daha önce ifade edilen vakfın kurum tarihi kavramına ilişkin çeviri ve brikolaj girişimi iddiasını desteklemektedir.

Bu dönem bağlamında son olarak değinilmesi gereken bir husus ise, Tarih Vakfı'nın buraya değin özetlenmeye çalışılan arayışları sonucu kurum tarihçiliği alanına getirmiş olduğu farklılıklardır. Bunları akademik disiplin, ekip çalışması, sözlü tarih ve kitap dışı ürünler şeklinde belirtmek mümkündür. Tarih Vakfı'nın kurum tarihi yazımına ilişkin getirdiği önemli bir özellik daha önce de Koraltürk (2012)'ün vurguladığı gibi vakıf hem bu projelerin yönetimini hem de projelendirmesini akademik bir yaklaşımla gerçekleştirmektedir. Dahası vakfın bugüne değin projelendirdiği kurum tarihleri incelendiğinde çoğunlukla başta tarihçiler ve iktisat tarihçileri olmak üzere her projede birden çok sosyal bilimcinin görev aldığı ve çoğunlukla projede ekip lideri olarak yer aldığı görülmektedir. Ayrıca, bu bağlamda, bu tür projeler kapsamında üretilen en önemli çıktı olan kurum tarihi kitapları incelendiğinde de büyük bir çoğunluğunun akademik bir yaklaşımla kaleme alındığı ve hatta bu sebeple tarihi yazılan kurumu memnun etmeyerek proje malzemesinden daha kolay okunur ve genel okuyucuya hitap eden yan ürünlerin (örn. Milli Piyango, İş Bankası, İ.E. Ulagay İlaç Sanayi) de üretildiği örnekler bulunduğu görülmektedir. Vakfın yaklaşımın bir diğer yönü bu projeleri bireysel olarak yürütmeyip projeyi gerçekleştirecek bir ekip kurmasıdır. Vakfın projelendirdiği kurum tarihlerine yönelik içerik analizi kurum tarihi projelerinin üçü dışında (Milli Piyango, Darülaceze ve Osmanlı Dönemi Tahvil ve Hisse Senetleri) hepsinin metin yazımı, arşiv araştırması, sözlü tarih, redaksiyon, görsel tasarım vb. uzmanlıklardan müteşekkil geniş bir ekip tarafından gerçekleştirildiğini göstermektedir. Vakfın kurum tarihi projelerine getirdiği en önemli yaklaşım farklılığı kendisini yönetsel açıdan göstermekte ve sözlü tarih yapılmasını gündeme getirmektedir. Daha önce de belirtildiği üzere vakfın bu konudaki yaklaşımı salt kurum tarihi projeleri ile sınırlı olmayıp, kuruluş misyonu gereği kurum, kent ve sözlü tarih gibi alternatif tarih yaklaşımlarının Türkiye'nin gündemine girmesi için yapılmış amaçlı girişimlerdir (Tunçay, 1993; Çelebi, 2000; İlyasoğlu ve Kayacan, 2006). Son olarak vakfın bu tür projelere çıktı olarak kurumlara yalnızca yazılı ve basılı eserlerin sunulacağı birer proje olarak bakmadığı, dahası kurum tarihi eserinin hazırlanması için derlenen verilerin sergi, belgesel vb. formlarda da sunulduğudur. Vakfın o dönemki genel sekreteri Orhan Silier vermiş olduğu bir mülakatta başlangıçta sadece kitap üretmek başladıklarını, sonra çeşitlenerek sergilere, belgesellere, CD'lere, müzelere dönüştüğünü belirtmektedir (Hürriyet, 1999).

Kurum Tarihçiliğinin Piyasalaşmaya Doğru Öncül (Proto) Kurumsallaşması (2001-2022)

Kurum tarihçiliği alanının 2000'li yıllardan sonraki dinamiklerine etki yapan en önemli gelişme 2001 yılındaki ekonomik krizdir. Zira, bu kriz hem bu alanın kurumsallaşması için bir kurumsal girişimci gibi hareket eden Tarih Vakfı'nın finansal yapısının bozulması ve kurum tarihi yazma teklifi götürebilecek muhatap kurumların bu projelere ayıracak bütçelerinin ortadan kalkması durumunu getirmiştir. Dahası, 2001 krizi ile birlikte, kurum tarihçiliği alanının kurumsallaşmasına ilişkin yaşanan bu kriz ekonomik olmanın ötesinde genel olarak hem vakfın hitap ettiği önemli bir kesim olan finans kurumlarını doğrudan etkilemiş ve başta vakfın o güne değin tarihlerini yazdığı *Esbank*, *İnterbank*, *Egebank*, *Demirbank* gibi birçok banka iflas etmiş ve hem de genel olarak kurumların kültür ve sanata ayırdıkları bütçelerde de önemli kesintilere gidilmesine sebep olan bir kültür-sanat krizine de sebebiyet vermiştir. Bu sarsıcı etki ile birlikte alanın kurumsallaşması sekteye uğradığı ve fakat kurum tarihçiliği alanında hem daha önce vakıfla bir biçimde çalışmış hem de vakıf ile herhangi bir ilişkisi bulunmayan bazı aktörlerin profesyonel olarak bu tür kurum tarihi projelerini bireysel ve/ya bir ajans/yayınevi çatısı altında gerçekleştirdikleri bir eğilimin ortaya çıktığı görülmektedir.

Bu dönemde, Tarih Vakfı'nın kurum tarihi projelerinin hem bütçe hem ekip hem de içerik olarak küçüklüğünü belirtmek de mümkündür. Örneğin bu hususta vakfın o dönemki birçok kurum tarihi projesinde redaktör, proje koordinatörü vb. birçok görevde yer almış olan Nihal Boztekin şunu ifade etmektedir: “*Vakıf bütün bu ekiple gerçekten çok yoğun araştırma yapıyordu. Yani o kadar çok arşive girilip o kadar çok malzeme taranıyordu ki sadece görsel malzeme için ayrı bir ekip kuruluyordu. Herhangi bir kurum araştıracaksınız... Örneğin Selanik Bankası için Selanik'teki arşivler, Türkiye'deki arşivler, kişilerin arşivleri... Vakıf çok daha geniş çaplı, çok daha büyük çaplı, içeriği çok daha zengin işler yapıyordu. Dolayısıyla içerik anlamında da bence farklı... Yani bir ajansın bunu yapması mümkün değil... Öyle bir perspektifinin olması mümkün değil... Çünkü vakıfta ekipler yapıyordu bu işi... Proje ekibi, araştırma ekibi filan olurdu. Orada neredeyse biz ikimiz yaptık. Ben daha çok iş üstlenmiş oldum vakıftakine göre...*” (Nihal Boztekin Görüşmesi, 9 Aralık 2022). Dahası, vakfın 2001 krizi ile birlikte tarihini yazdığı kurumları finans sektörü dışındakileri de kapsayacak şekilde bir hayli genişlettiği ve çeşitlendirdiği de dikkat çekmektedir (bkz. Tablo 2).

Bu dönem için belirtilmesi gereken bir diğer husus, özellikle 2001 krizinin etkisi ile vakfın alanın kurumsallaşması için giriştiği çabaların sektöre uğraması yanında piyasanın taleplerinin vakıftan bağımsız ve/ya bir dönem vakıfla işbirliği yapmış aktörler tarafından karşılanmaya başlanmasıdır. Bu durum da, özellikle daha önce vakıfla kurum tarihi projelerinde yer almış olan Murat Koraltürk, Zafer Toprak gibi akademisyenler ile Mehmet Altun ve Nihal Boztekin gibi yayıncıların belirli ajans veya yayınevleri üzerinden veya bizzat *Kurumsal Yayınlar* şirketi örneğinde gördüğümüz gibi mesaisini bu alana hasretmiş uzman işletmeler yoluyla kurum tarihçiliği alanına katkı vermeleridir. Bu olgu da, söz konusu bu aktörler eliyle girişilen bu eylemlerin bu aktörlerin vakıf tecrübesinden getirdikleri sözlü tarih ve ekip çalışması gibi bazı iş yapma pratiklerini daha mütevazı ve dar bir çerçevede olmakla birlikte yeni bir bağlama taşıdıklarını düşündürmektedir. Bahse konu pratik transferi, 2000'li yıllardan günümüze kurum tarihçiliği alanının hem aktör hem de ortaya çıkan ürün sayısı bakımından boyutları düşünüldüğünde alanda her bir aktör ve/ya paydaş tarafından aynı ölçüde ve aynı biçimde benimsenmemiş uygulamaları barındırdığı söylenebilir. Bu sebeple, bu pratik transferlerinin tam da Lawrence, Hardy ve Phillips (2002)'in iddia ettiği üzere kurum tarihçiliği alanında tam olarak pekiştirilip içselleştirilmemiş ve yeterince yaygınlaşmamış öncül (*proto*) birtakım kurumsal uygulamalar olduğunu düşündürmektedir.

Tartışma ve Sonuç

Bildiriye ilişkin tartışmalar ve bulguların yorumlanması genişletilmiş özet kelime kısıtı sebebiyle sempozyumda gerçekleştirilecektir.

KAYNAKÇA

Bali, R. N. (2003). “Prestij kitapları” neye yarar! *Akşam-lık*, 19 Eylül 2003.

Bali, R. N. (2018). *Tarz-ı Hayat'tan Life Style'a: Yeni Seçkinler, Yeni Mekanlar, Yeni Yaşamlar, İletişim Yayınları*, 2. Baskı, İstanbul.

Bali, R. N., Koraltürk, M. ve Yalçınkaya, A. (2019). *Kurum ve Sektör Tarihi, İş İnsanı ve Yönetici Hatırat, Biyografi ve Otobiyografi Kitapları Bibliyografyası (1932-2018)*. İstanbul: Libra Kitap.

Bourdieu, P. (1990). *The Logic of Practice*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Bourdieu, P. (1993). *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. New York: Columbia University Press

Bourdieu, P. (2010). “Sermaye Biçimleri”, Derleyenler: M. M. Şahin ve A. Z. Ünal, Sosyal Sermaye, Değişim, İstanbul.

- Buğra, A. (2016). *Devlet ve İşadamları*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Campbell, J. L. (2004). *Institutional Change and Globalization*. New Jersey: Princeton.
- Cengizkan, A. (2007). İlhan Tekeli ile “Cumhuriyetin Harcı” Üzerine: Türkiye’de Modernite ve Tarih Yazımı. *Mimarlık Dergisi*, Ocak-Şubat, Sayı:333.
- Çelebi, F. (2000). Tarih Vakfı Kurum Tarihi Projeleri ve Sözlü Tarih. XIth International Oral History Conference, Boğaziçi Üniversitesi Basımevi, İstanbul, s.407-411.
- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American sociological review*, s.147-160.
- DiMaggio, P. (1988). Interest and agency in institutional theory. L.G. Zucker (Eds.), *Institutional patterns and organizations: Culture and environment içinde* (s.3-21). Cambridge: Ballinger.
- Emirbayer, M., & Johnson, V. (2008). Bourdieu and organizational analysis. *Theory and society*, 37(1), s.1-44.
- Erçek, M. (2004). Çeviri, aktör ağları ve eksik/öncül kurumsallaşma: Türkiye’deki mesleki personel/insan kaynakları söyleminin yeniden kurgulanması, 1960- 1999. *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4 (2): 51-128.
- Erdilek Tunçay, N. (1993). *Birinci Sözlü Tarih Atölyesi Kayıtları (6-7 Haziran 1993)*. İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.
- Hürriyet, (1999). *Tarihiniz itinayla yazılır*, Hürriyet, 18 Eylül 1999.
- İlyasoğlu, A. ve Kayacan, G. (2006). Kuşaklar, deneyimler, tanıklıklar: Türkiye’de sözlü tarih çalışmaları konferansı (26-27 Eylül 2003). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Kaya, A. (2007). Pierre Bourdieu’nün Pratik Kuramının Kilidi: Alan Kavramı, Güney Çeğin, Emrah Göker, Alim Arlı ve Ümit Tatlıcan (Ed.), *Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi*. İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Koraltürk, M. (2005). Türkiye’de Kurum Tarihi Yazıcılığı Hakkında Düşünceler. *Müteferrika*, Sayı 28, s.137-141.
- Lawrence, T. B. ve Suddaby, R. (2006). Institutions and institutional work. İçinde S.R. Clegg, C. Hardy, T.B. Lawrence & W.R. Nord (Eds.), *The SAGE handbook of organization studies içinde* (s.215-254). Thousand Oaks: Sage.
- Lawrence, T. B., Hardy, C. ve Phillips, N. (2002). Institutional effects of interorganizational collaboration: the emergence of proto-institutions. *Academy of Management Journal*, 45: 281-290.
- Meyer, J. W. ve Scott, W. R. (1983). *Organizational environments: Rituals and rationality*. Beverly Hills: Sage.
- Özen, Ş. (2010). Yeni kurumsal kuram: Örgütleri çözümlemede yeni ufuklar ve yeni sorunlar. S. Sargut ve Ş. Özen (Eds.), *Örgüt kuramları içinde* (s.237-331). Ankara: İmge.

Sapiro, G. (2015). Field theory. J. D. Wright (Ed.), *International encyclopedia of the social & behavioral sciences* (Vol. 9, 2nd ed., pp. 140–148). Elsevier.

Tekeli, İ. (2008). Kurum Tarihi Yazımının Sorunsalları Üzerine. (İçinde.) İlhan Tekeli, *Birlikte Yazılan ve Öğrenilen Bir Tarihe Doğru*. Ankara: Dost Kitabevi.

Wooten, M., & Hoffman, A. J. (2008). Organizational fields: Past, present and future. *The Sage handbook of organizational institutionalism*, 1, 55-74.

Tablo 2. Tarih Vakfı Tarafından Hazırlanan Kurum Tarihi Projeleri

Sıra	Eser	Yazar	Proje Ekibi	Yıl	Yayıncı	Baskı Türü
1	Türkiye'de Piyango Tarihi ve Milli Piyango İdaresi	Mete Tunçay	Belirtilmemiştir.	1993	Milli Piyango İdaresi Yayını	Normal Baskı
2	Milli Aydın Bankası T.A.Ş. Tarişbank tarihi	Hüsnü Erken, Sabri Yetkin, Özlem Yıldırım, Oktay Gökdemir, N. Öğuzhan Altay	Teşekkür: Orhan Silier (Genel Sekreter), Fügen Uğur (Proje Sorumlusu)	1993	Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı	Normal Baskı
3	Tariş Tarihi		Zeki Arıkan (Proje Yöneticisi), Sabri Sürgevil (Proje Yöneticisi Yardımcısı), Araştırma Ekibi: Abdullah Martal, Oktay Gökdemir, Sabri Yetkin, Türkan Çetin, Hakkı Uyar, Erdal Aslan, Özlem Yıldırım	1993	Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı	Normal Baskı
4	İstanbul Darülaceze Müessesesi Tarihi	Nuran Yıldırım	Belirtilmemiştir.	1996	Darülaceze Vakfı Yayını	Normal Baskı
5	SEKA Tarihi Türkiye Selüloz ve Kağıt Fabrikalarının Tarihsel Gelişimi	Uygur Kocabaşoğlu (Proje Yöneticisi), Aydan Bulutgil (Araştırmacı), Fahrettin Çiloğlu (Araştırmacı), İlker Evrim Binbaş (Araştırmacı), Nesim Şeker (Araştırmacı)	Yasemin Atalay, Işıl Uyar (SEKA Tarihi Projesi Koordinatörleri)	1996	SEKA	Normal Baskı
6	Sosyal Sigortalar Kurumu Tarihi 1946-1996	Gürhan Fişek, Şerife Türcan Özsuca, Mehmet Ali Şuğle	Teşekkür: Ülkü Özen, İlhan Tekeli	1997	Sosyal Sigortalar Kurumu	Normal Baskı
7	Kıtaların, Denizlerin, Yolların, Tacirlerin Buluştuğu Kent İstanbul	Oya Baydar	Oya Baydar (Yayına Hazırlayan), Zafer Toprak, Edhem Eldem, Oya Baydar, Murat Koraltürk, Murat Güvenç (Editörler)	1997	İstanbul Ticaret Odası	Prestij Baskı
8	Darıüşsafaka Tarihi 1863-1994	Zafer Toprak	Orhan Silier (Proje Yönetimi), Araştırma ve Metin (Zafer Toprak), Alpaslan Onay (Editör)	1998	Darıüşsafaka	Prestij Baskı
9	Bizans'tan Günümüze İstanbul Suları	Burhan Oğuz		1998	Simurg Yayınları	Normal Baskı
10	Osmanlı Bankası Tarihi	Edhem Eldem	Orhan Silier, Çağatay Anadol, Ali Bertkay, Ayşe Bertkay, Münevver Ek, Osman Köker, İlhami Mısırlıoğlu, Bülent Özden, İsaif Yeğün	1999	Osmanlı Bankası Tarihi Araştırma Merkezi	Normal Baskı
11	Emlak Bankası 1926-1998	Murat Güvenç, Oğuz Işık	Murat Güvenç (Proje Yöneticisi), Oğuz Işık (Araştırmacı), Şafak Acar (Arşiv araştırmacı), İlhami Mısırlıoğlu, Aylin Örnek, Leman Yılmaz (Yayına Hazırlayan), Dursun Hatko (Düzeltilme ve Dizin)	1999	Emlak Bankası	Prestij Baskı
12	Geçmişten Geleceğe Demirbank	Nevin Coşar	Nevin Coşar (Proje Yönetimi), Emel Seyhan (Araştırma), Özden Özkan (Arşiv Araştırması), Şevket Pamuk (Danışman), İlhami Mısırlıoğlu, Aylin Örnek (Yayına Hazırlayan), Ali Çakmak, Nihal Boztekin (Düzeltilme ve Dizin)	1999	Demirbank	Prestij Baskı
13	Bir Reklam Ajansının Öyküsü: Cenajans Grey	Ali Atıf Bir, Kerem Ünüvar	Ali Atıf Bir (Proje Yöneticisi), Kerem Ünüvar (Araştırma, metin yazımı ve sözlü tarih), İlhami Mısırlıoğlu (Editör), Nur Ziya Aytekin (Proje Asistanı), Özgür Kıran (Arşiv), Nihal Boztekin (Düzeltilme)	2000	Tarih Vakfı	Prestij Baskı
14	Selanik Bankası'ndan Interbank'a 110 Yıllık Mazi	Metin Berke	Metin Berke (Proje Yöneticisi), İnci Ceyhan, Şule Gönülüz, Müsemma Sabancıoğlu, Emel Seyhan, Kaya Şahin (Araştırmacılar), Esra Üstündağ Selamoğlu (Ön Araştırma Raporu), Halil Bertkay, İcen Börtüçene (Danışman), Funda Çelebi (Sözlü Tarih), İlhami Mısırlıoğlu (Proje Koordinatörü), Müsemma Sabancıoğlu, Nilüfer Yenigün (Proje	2000	InterBank	Prestij Baskı

			Koordinasyon Sorumlusu), Nihal Boztekin, Kaya Şahin (Yayıma Hazırlayan)			
15	İzmir Esnaf Ahali Bankası'ndan Egebank'a (1928-2000)	Sabri Yetkin, Erkan Serçe	Sabri Yetkin (Proje Yöneticisi), Erkan Serçe (Araştırmacı), Neslihan Oytun, Arzu Göl, Eren Akman, Gökşen Bebek (Arşiv Araştırması), Zeki Arıkan (Danışman), Pelin Böke (Sözlü Tarih Sorumlusu), İlhami Mısırlıoğlu, Gülay Yeşilipek, Gökşen Bebek, Bahar Aksel (Proje Koordinasyon), Nihal Boztekin, Ali Çakmak (Yayıma Hazırlayan)	2000	Tarih Vakfı	Prestij Baskı
16	Osmanlı'dan Günümüze TEKEL	Fatma Doğruel, Suut Doğruel	Fatma Doğruel, Suut Doğruel (Proje Yöneticileri), Müsemma Sabancıoğlu, Ebru Sönmez, Tuba Yılmaz (Arşiv Araştırması), Funda Çelebi (Sözlü Tarih Sorumlusu), İlhami Mısırlıoğlu (Tarih Vakfı Projeler Koordinatörü), Müsemma Sabancıoğlu (Proje Koordinasyon Sorumlusu), Nihal Boztekin (Yayıma Hazırlayan)	2000	TEKEL	Prestij Baskı
17	Türkiye İş Bankası Tarihi	Uygur Kocabaşoğlu, Güven Sak, Sinan Sönmez, Funda Erkal, Özgür Gökmen, Nesim Şeker, Murat Uluğtekin	Uygur Kocabaşoğlu (Proje Yöneticisi), Güven Sak, Sinan Sönmez, Funda Erkal, Özgür Gökmen, Nesim Şeker, Murat Uluğtekin (Araştırmacılar), İlhami Mısırlıoğlu, Bergüzar Sancış, Gülay Yeşilipek, Gökşen Bebek, Bahar Aksel (Proje Koordinasyonu), Esra Danacıoğlu, Funda Çelebi, Ülkü Özen (Sözlü Tarih), Nihal Boztekin (Redaksiyon)	2001	Tarih Vakfı	Normal Baskı
18	Atatürk'ün Bankası	Uygur Kocabaşoğlu, Güven Sak, Sinan Sönmez, Funda Erkal, Özgür Gökmen, Nesim Şeker, Murat Uluğtekin	Uygur Kocabaşoğlu (Proje Yöneticisi), Güven Sak, Sinan Sönmez, Funda Erkal, Özgür Gökmen, Nesim Şeker, Murat Uluğtekin (Araştırmacılar), İlhami Mısırlıoğlu, Bergüzar Sancış, Gülay Yeşilipek, Gökşen Bebek, Bahar Aksel (Proje Koordinasyonu), Esra Danacıoğlu, Funda Çelebi, Ülkü Özen (Sözlü Tarih), Nihal Boztekin (Redaksiyon)	2001	İş Bankası Kültür Yayınları	Prestij Baskı
19	Osmanlı Dönemi Tahvil ve Hisse Senetleri	Ali Akyıldız		2001	Türkiye Ekonomi Bankası (TEB)	Prestij Baskı
20	Türkiye Çimento Tarihi	Yıldız Sey	Yıldız Sey (Proje Yöneticisi), Sena Özfiliz (Proje Yöneticisi Yardımcısı), Emel Azizoglu (Arşiv Araştırma), İdil Eser, Ülkü Özen (Proje Koordinasyon), Pelin Böke, Funda Çelebi, Esra Danacıoğlu, Emre Dölen, Aynur İlyasoğlu, Aylın Örnek, Sena Özfiliz, Yıldız Sey (Sözlü Tarih), Bedirhan Toprak (Redaksiyon)	2003	Tarih Vakfı	Prestij Baskı

Tablo 2. Tarih Vakfı Tarafından Hazırlanan Kurum Tarihi Projeleri (devamı)

Sıra	Eser	Yazar	Proje Ekibi	Yıl	Yayıncı	Baskı Türü
21	İE Ulagay İlaç Sanayii Türk AŞ 100 Yaşında: Tahlilhane'den İlaç Sanayii'ne Bir Asırlık Birliktelik	Mehmet Altun	Proje Süpervizörü: Gülşah Hamsici Kuşunoğlu (İ.E.Ulagay), İlhami Mısırlıoğlu, İnci Tepeci (Proje Yönetimi ve Koordinasyon), Mehmet Altun (Araştırma Yönetimi ve Metin Yazımı), Nilüfer Yenigün (Proje Esgüdüm Sorumlusu), Ayla Gürsoy, Nuran Yıldırım (Danışmanlar), Ayşe Hür (Sözlü Tarih), Ayşe Özil, Nihal Boztekin, Nilüfer Yenigün (Araştırma ve Arşiv)	2003	Tarih Vakfı	Prestij Baskı
22	Tahlilhane'den İlaç Sanayii'ne Bir Asırlık Birliktelik: İE Ulagay İlaç Sanayii Türk AŞ 100 Yaşında	Mehmet Altun	İlhami Mısırlıoğlu, İnci Tepeci (Proje Yönetimi ve Koordinasyon), Mehmet Altun (Araştırma Yönetimi ve Metin Yazımı), Nilüfer Yenigün (Proje Esgüdüm Sorumlusu), Ayla Gürsoy, Nuran Yıldırım (Danışmanlar), Ayşe Hür (Sözlü Tarih), Ayşe Özil, Nihal Boztekin, Nilüfer Yenigün (Araştırma ve Arşiv)	2003	Tarih Vakfı	Normal Baskı
23	45 Yıllık Öykü: Çelebi Hava Servisi	Ülkü Özen	Ülkü Özen (Metin), Seçil Akgün Karal (Çelebi Kurum Tarihi Proje Yöneticisi), Nesim Şeker, Murat Uluğtekin, Ülkü Özen (Proje Ekibi), İdil Eser, Duygu Türk (Proje Koordinasyon), Murat Uluğtekin, Kudret Emiroğlu (Transkripsiyon), Nihal Boztekin (Redaksiyon), Ceren Lordoğlu, Ülkü Özen, Murat Uluğtekin (Sözlü Tarih)	2004	Çelebi Hava Servisi	Prestij Baskı
24	Lafarge Aslan Çimento: İlk Çimento Fabrikamızın Öyküsü 1910-2004	Emre Dölen, Murat Koraltürk	Emre Dölen (Proje Yöneticisi), Zafer Toprak (Proje Danışmanı), Emre Dölen, Murat Koraltürk, Murat Öztürk (Araştırma), Esra Üstündağ Selamoğlu (Arşiv Araştırması), Funda Çelebi Çetintaş (Sözlü Tarih), Nihal Boztekin, Filiz Öğretmen (Düzelti), İlhami Mısırlıoğlu, Bergüzar Sancış, Bahar Aksel, İdil Eser (Proje Koordinasyon)	2004	Tarih Vakfı	Prestij Baskı

25	Geçmişten Günüümüze Anadolu'da Bira	Ercan Eren	Ercan Eren (Proje Yöneticisi), Murat Donduran, Melike Bildirici (Araştırmacılar), Ebru Sönmez, Tuba Yılmaz (Arşiv Araştırma), Arzu Demirel, Bergüzar Sancıç, İlhami Mısırlıoğlu, Nihal Boztekin (Proje Koordinasyon), Funda Çelebi (Sözlü Tarih Sorumlusu), Nihal Boztekin (Redaksiyon)	2005	Tarih Vakfı	Prestij Baskı
26	Türkiye'de Enflasyonun Tarihi	Fatma Doğruel, Suut Doğruel	Fatma Doğruel, Suut Doğruel (Proje Yönetimi), Şevket Pamuk (Proje Danışmanı), Ceren Gülsel İlkan, Hülya Meltem Ulu, Yasemin Baştürkcü (Arşiv Araştırma), Gülay Kayacan, Yıldız Bakoğlu (Sözlü Tarih), Nihal Boztekin (Redaksiyon)	2005	Tarih Vakfı	Prestij Baskı
27	Tekfen 50 Yaşında: Yaşlanmadan Büyümek	Mehmet Altun	(Proje yöneticisi ve metin) Mehmet Altun, (Proje danışmanı) Dr. Gürel Tüzün, Koordinatörler Dori Kiss Kalafat (Tekfen) Nihal Boztekin (Kurumsal Yayınlar) Bergüzar Sancıç (Tarih Vakfı), Redaksiyon Nihal Boztekin, Düzeltili Esen Özen, Sözlü tarih görüşmeleri Mehmet Altun, Demo Productions	2006	Kurumsal Yayınlar ve Tarih Araştırmaları	Prestij Baskı
28	İnşaatçıların Tarihi: Türkiye'de Müteahhitlik Hizmetlerinin Gelişimi ve Türkiye Müteahhitler Birliği	Eftal Şükrü Batmaz, Kudret Emiroğlu, Süha Ünsal	(Metin) Süha Ünsal, (Proje Yöneticisi) Eftal Şükrü Batmaz, (Araştırmacılar) Kudret Emiroğlu, Süha Ünsal, (Danışman) İlhan Tekeli, (Proje Koordinasyon) Senem Koparan, (Sözlü Tarih) Senem Koparan, Süha Ünsal, (Görsel Kayıtlar) Ege Berensel, Banu Ornat, Belit Sağ, Ömer Türkoğlu, Tamer Üstel, Mehmet Ali Üzelgün, (Bant Çözümleri) Özge Çelikaslan, Özgün Tural, Sevil Üzrek, Eda Yalçın, (Redaksiyon) Özge Çelikaslan	2006	Türkiye Müteahhitler Birliği	Prestij Baskı
29	Yapının Merkezinde 40 Yıl 1968-2008	Yıldız Sey	Yıldız Sey (Proje Yöneticisi), Editör (Gürel Tüzün), Derya Özkan, Özge Açikkol (Araştırma Koordinasyonu), Banu Binat, Gülçin İpek, Bergüzar Sancıç (Proje Koordinasyonu), Filiz Aslan (Sözlü Tarih)	2008	Yapı Endüstri Merkezi	Prestij Baskı
30	Düşten Gerçeğe Türkiye Sanayisinde Elginkan Topluluğu	Öner Günçavdı	Öner Günçavdı (Proje Yöneticisi), Danışmanlar: Behlül Üsdiken, Öztin Akgüç, Araştırmacılar: Ertuğrul Tokdemir, Suat Küçükçiftçi, Mehmet Erçek, Araştırma Asistanı: Hülya Meltem Ulu, Sözlü Tarih: Filiz Aslan, Tamer Üstel, Proje Koordinasyonu: Jülide Nemlioğlu (Elginkan Holding), Bergüzar Sancıç (Tarih Vakfı)	2009	Elginkan	Prestij Baskı
31	Ulusal'dan Küresel'e Milli Reasürans T. A. Ş. ve Türkiye'de Reasürans Evrimi	Zafer Toprak	Zafer Toprak (Proje Yöneticisi), Proje Koordinasyon: Kemal Kanca (Milli Reasürans), Bergüzar Sancıç (Tarih Vakfı), Ali Çakmak (Düzeltilen)	2009	Tarih Vakfı	Prestij Baskı
32	Türkiye Sergicilik ve Fuarlık Tarihi	Gökhan Akçura	Gökhan Akçura (Proje Yöneticisi ve Yazar), Gürel Tüzün (Editör), Derya Bengi (Yardımcı Editör), Deniz Koç (Araştırma Asistanı), Proje Koordinasyon: Ferda Tuncer (TÜYAO), Bergüzar Sancıç (Tarih Vakfı)	2009	Tarih Vakfı	Prestij Baskı
33	Geçmişten Günüümüze Elginkan Topluluğu	Gürel Tüzün	Gürel Tüzün (Proje Yöneticisi ve Yazar), Araştırma Asistanı: Hülya Meltem Ulu, Sözlü Tarih: Filiz Aslan, Tamer Üstel, Proje Koordinasyonu: Jülide Nemlioğlu (Elginkan Holding), Bergüzar Sancıç (Tarih Vakfı)	2010	Elginkan	Prestij Baskı
34	Galata'dan İstinye'ye İstanbul Menkul Kıymetler Borsası	Çelik Kurdoğlu, Gürel Tüzün, Şahin Aslantaş, Metin Yüksel	Gürel Tüzün (Proje Yönetimi), Gülay Kayacan (Proje Koordinasyonu), Çelik Kurdoğlu, Gürel Tüzün, Şahin Aslantaş, Metin Yüksel (Metin), Emirhan Tonga, Ozan Torun (Araştırma), Gülay Kayacan, Ozan Torun (Sözlü Tarih)	2010	Tarih Vakfı	Prestij Baskı
35	İnşaatçıların Coğrafyası: Türk İnşaat Sektörünün Yurtdışı Müteahhitlik Hizmetleri Serüveni	Tunç Tayanç	Gürel Tüzün (Proje Yöneticisi), Tunç Tayanç (Metin), İlhan Tekeli (Danışman), Ülkü Özen (Proje Koordinasyon), Ozan Torun (Proje Asistanı), Saygı Buluç, Onur Kara, Nevres Figen Tokathoğlu (Araştırmacılar), Ülkü Özen, Gülay Kayacan (Sözlü Tarih), Bergüzar Sancıç (Redaksiyon)	2011	Türkiye Müteahhitler Birliği	Prestij Baskı
36	Cumhuriyet Döneminde Türkiye Matbaacılık Tarihi	Gökhan Akçura	Gürel Tüzün (Yayın Koordinatörü), Derya Bengi (Editör), Gökhan Akçura, Tuba Emiroğlu, Gülay Kayacan (Sözlü Tarih Görüşmeleri)	2012	Yapı Kredi Yayınları	Prestij Baskı
37	İLK: Geçmişten Geleceğe STFA	Tunç Tayanç	Proje Yöneticileri: Oya Fırat (STFA), Gürel Tüzün (Tarih Vakfı), Tunç Tayanç (Araştırma Yöneticisi ve Yazar), Proje Koordinasyonu: Oya Fırat (STFA), Gülay Kayacan (Tarih Vakfı), Tuğba Emiroğlu, Ozan Torun, Gülistan Özdemir (Araştırma), Oya Fırat, Gülay Kayacan, Tuğba Emiroğlu, Müjde Aslan (Sözlü Tarih), Gürel Tüzün (Editör)	2012	STFA	Prestij Baskı
38	Aslan Çimento: İlk Çimento Fabrikamızın Öyküsü 1910-2012	Emre Dölen, Murat Koraltürk	Emre Dölen (Proje Yöneticisi), Zafer Toprak (Proje Danışmanı), Emre Dölen, Murat Koraltürk, Murat Öztürk (Araştırma), Esra Üstündağ Selamoğlu (Arşiv Araştırması), Funda Çelebi Çetintaş (Sözlü Tarih), Nihal Boztekin, Filiz Öğretmen (Düzeltili), İlhami Mısırlıoğlu, Bergüzar Sancıç, Bahar Aksel, İdil Eser (Proje Koordinasyon)	2013	Tarih Vakfı	Prestij Baskı
39	Osmanlı'dan Günüümüze İletişimde Bir Lider: Ericsson Türkiye	Serkan Yazıcı	Serkan Yazıcı (Araştırma Yöneticisi ve Yazar), Gülay Kayacan (Proje Yöneticisi-Tarih Vakfı), Gülten Ramazanoğlu (Proje Koordinasyonu-Ericsson Türkiye), Akın Öge, Ayhan Han, Burak Çıtır, Ozan Torun (Araştırma), Abdürrahim Özer (Araştırma Destek), Ozan Torun (Sözlü Tarih), Gürel Tüzün (Editör)	2014	Ericsson Türkiye	Prestij Baskı
40	Önce Kamil Koç Vardı... Türkiye'nin Şehirlerarası Ulaşımına Damgasını Vurmuş Bir	Metin Şenbil	Metin Şenbil (Araştırma Yöneticisi ve Yazar), Gürel Tüzün, Ozan Torun (Editörler), Proje Koordinasyonu: Gürel Tüzün, Gülay Kayacan, Ozan Torun (Tarih Vakfı), Hakan Al, Burçin Yılmaz (Kamil Koç), Ozan Torun (Araştırma ve Sözlü	2016	Tarih Vakfı	Prestij Baskı

	Şirketin Öyküsü		Tarih), Ozan Torun, Gülay Kayacan, Nihal Boztekin (Yayıma Hazırlık)			
41	Geçmişten Günümüze Türkiye'de Çekin Tarihi	Ömerül Faruk Bölükbaşı	Ömerül Faruk Bölükbaşı (Yazar ve Araştırma Koordinatörü), Ali Akyıldız (Danışman), Proje Koordinatörleri: Handan Erdoğan (Kredi Kayıt Bürosu), Esra Balcı, İsmet Akça (Tarih Vakfı), Proje Ekibi: Aslıhan Öncel, Emre Güngör (Kredi Kayıt Bürosu), Neval Milanlıoğlu, Hüseyin Çağret, Faruk Akyıldız (Tarih Vakfı)	2020	Kredi Kayıt Bürosu	Prestij Baskı
42	Yüzyıllık Hikayeler	Serkan Yazıcı	Serkan Yazıcı (Araştırma Yöneticisi ve Yazar), Yayın Kurulu: Yüzyıllık Markalar Derneği, Tarih Araştırması: Tarih Vakfı	2020	Yüzyıllık Markalar Derneği	Prestij Baskı

Liberalizasyon Süreci ile Devlete Bağımlılık Arasındaki İlişki: 1980 Sonrasında Türk Dış Ticaretinin Seyri

Yasemin Şükran UÇAR

Ticaret Bakanlığı Uluslararası Hizmet

Ticareti Genel Müdürlüğü Ticaret Uzmanı

ucary@ticaret.gov.tr

R. Arzu KALEMCI

Çankaya Üniversitesi İşletme Bölümü Öğretim Üyesi

arzukalemci@cankaya.edu.tr

Özet

1980'li yıllarda başlayan liberalleşme olgusuyla birlikte Türkiye gibi pek çok ulus devlet, uyguladıkları liberal politikalarla dışa açılma sürecine girmiştir. Bu çalışma kurumsal kuramın değişim bakış açısı ile makro kurumsal bakış açısını bütünleştirerek, Türk dış ticaretinin 1980 sonrası seyrini ve dış ticaret içerisinde önemli bir yer tuttuğu düşünülen Türk denizcilik sektörünün tarihsel süreç içerisinde geçirdiği dönüşümü ele almaktadır. Araştırma, Türk dış ticareti ve denizcilik sektörünün seyrine odaklanmak suretiyle, 1980 sonrası liberalleşme olarak adlandırılan sürecin Türkiye'nin devlete bağımlılık derecesini nasıl etkilediğini araştırmayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: kurumsal kuram, makro kurumsal kuram, dış ticaret, deniz ticareti, Türkiye.

1. Giriş

Yeni kurumsal kuramın en önemli dayanaklarından birisi olan örgütsel çevreye uyum kavramı neticesinde ortaya çıkan örgütler arası eşbiçimlilik vurgusu, söz konusu kuramın kurumsal değişim kavramının açıklığa kavuşturulmasında yetersiz kaldığı iddialarını da beraberinde getirmiş olup teorisyenlerin 1990’larda gerçekleştirdiği çalışmalarla söz konusu açık kapatılmaya çalışılmıştır (Özen, 2007). Bu doğrultuda son otuz yılda gerçekleştirilen araştırmaların, örgütsel değişimin kökenleri, süreçleri, sonuçları ve benzeri konuları içeren oldukça kapsamlı modeller önerdiği görülmektedir. Yeni Kurumsal Kuram, bir örgütsel alan içerisinde yer alan eşbiçimlilik mekanizmaları üzerine yoğunlaşmakta ve örgütsel alan kapsamındaki örgütlerin, alandaki hâkim yapılageliş kuralları ve yapılar tarafından şekillendirildiğini savunmaktadır. Yeni kurumsal kuramın en önemli dayanaklarından birisi olan örgütsel çevreye uyum kavramı neticesinde ortaya çıkan örgütler arası eşbiçimlilik vurgusu, söz konusu kuramın kurumsal değişim kavramının açıklığa kavuşturulmasında yetersiz kaldığı iddialarını da beraberinde getirmiş olup teorisyenlerin 1990’larda gerçekleştirdiği çalışmalarla söz konusu açık kapatılmaya çalışılmıştır (Özen, 2007). Bu doğrultuda son otuz yılda gerçekleştirilen araştırmaların, örgütsel değişimin kökenleri, süreçleri, sonuçları ve benzeri konuları içeren oldukça kapsamlı modeller önerdiği görülmektedir. Yeni Kurumsal Kuram, bir örgütsel alan içerisinde yer alan eşbiçimlilik mekanizmaları üzerine yoğunlaşmakta ve örgütsel alan kapsamındaki örgütlerin, alandaki hâkim yapılageliş kuralları ve yapılar tarafından şekillendirildiğini savunmaktadır.

Diğer taraftan, dünyada temel olarak 1980’li yıllarda başlayan liberalleşme olgusuyla birlikte pek çok ulusal devlet, uyguladıkları liberal politikalarla dışı açılma sürecine girmiştir. Bu süreçte, söz konusu serbestleşmenin en fazla hissedildiği alan olan uluslararası ticarete ulusal düzeyde örgütsel değişimler gözlemlenmiştir. Bu çalışma, anılan liberal politikaların uluslararası ticarete ne tür kurumsal mantık değişikliklerini beraberinde getirdiği üzerine odaklanmaktadır. Diğer taraftan, Richard Whitley (1991, 1994, 2000) tarafından Güney Kore ile birlikte “devlete bağımlı” ulusal iş sistemleri arasında sayılan Türkiye’nin ticari denizcilik sektörünün geçirdiği dönüşümde, uluslararası uygulamaların etkisiyle ortaya çıkan kurumsal mantık değişimleri de önem taşımaktadır. Bu kapsamda, ticari denizcilikte gözlemlenen küreselleşme olgusunun yerel düzeyde mevcut uygulamalarla birleşerek çeviri veya brikolaj tarzında yeni formlar yaratıp yaratmadığı da önemli bir husustur. Diğer taraftan, yine küreselleşme çerçevesinde devlete bağımlı yapıların dönüşüm ve değişimi söz konusudur. Ayrıca, uluslararası ticaret ve liberalizasyonun devlete bağımlılığı asgari düzeye indirme özelliğinden dolayı, incelenen örgütsel alanda ortaya çıkan form değişiklikleri dikkati çekmektedir. Bu kapsamda, bu çalışmanın temel amacı “Devlete bağımlı yapılardaki ülkelerde kurumsal mantıklar, uygulanan liberal politikalar sonucunda nasıl ve ne türden değişime uğramaktadır?” sorusuna cevap aramaktır. Bu amaç doğrultusunda araştırmada ikincil veri toplama yöntemi ile niceliksel bir analiz yapılmıştır. Toplanan bu veriler ekonometrik analize tabi tutulacaktır. Buna ek olarak, nitel verilerle de desteklenecektir. Dış ticaret alanında, 1980 sonrası dönemde çalışmış ve alanda söz sahibi kişilerle derinlemesine mülakatlar gerçekleştirilecektir.

2. Kurumsal Değişim

Yeni kurumsal kuramın en önemli dayanaklarından birisi olan örgütsel çevreye uyum neticesinde ortaya çıkan örgütler arası eşbiçimlilik vurgusu, söz konusu kuramın kurumsal değişim kavramının açıklığa kavuşturulmasında yetersiz kaldığı iddialarını da beraberinde getirmiş olup teorisyenlerin 1990’larda gerçekleştirdiği çalışmalarla söz konusu açık kapatılmaya çalışılmıştır (Özen, 2007). Bu doğrultuda son otuz yılda gerçekleştirilen araştırmaların, örgütsel değişimin kökenleri, süreçleri, sonuçları ve benzeri konuları içeren oldukça kapsamlı modeller önerdiği görülmektedir. Kurumsal değişim, genellikle bir “dış etken” (Meyer vd., 1990; Greenwood vd., 2002) sonucu oluşan bir “çözümle (deinstitutionalization)” (Oliver, 1992) ile başlamaktadır. Bu kavram, oturmuş veya kurumsallaşmış bir örgütsel uygulamanın meşruiyetinin aşınması veya kesintiye uğraması şeklinde tanımlanmaktadır (Oliver, 1992). Bu ilk aşamada yerleşik uygulamalar, “olaylar (events)” (Hoffman, 1999) ya da “şoklar (jolts)” (Meyer vd., 1990) tarafından etkide bulunularak çözülmeye tâbi tutulmaktadır. Burada şoklar, toplumsal nitelikli olabileceği gibi teknolojik değişimler,

rekabet kaynaklı süreksizlikler (competitive discontinuities) ya da düzenleyici alandaki değişiklikler (regulatory change) şeklinde de olabilmektedir (Greenwood vd., 2002). Bir sonraki aşamada, örgütsel alana yeni “oyuncular”ın girmesi üzerine yerleşik uygulamaların çözülmesi süreci başlamaktadır. Daha sonrasında, “kurumsallaşma öncesi (pre-institutionalization)” ve yeniliğin rasyonalize edildiği “kuramlaştırma (theorization)” aşamaları yaşanmaktadır. Son olarak ise, yeni uygulamaların geniş bir kullanım alanı bulduğu “yayılm (difüzyon)” ve “kurumsallaşma (institutionalization)” süreçleri yer almaktadır. Böylelikle, dışsal şoklar esnasında ve sonrasında oluşan yeniliğin (innovation) örgütsel alanlarda, eski kurumsal uygulamaların terk edilmesi suretiyle yeni bir kurumsallaşma olgusunu beraberinde getirdiği görülmektedir.

Kurumsal değişim her ne kadar dışsal bir etkenle başlıyor (Meyer ve Rowan, 1977; Scott, 1987) olsa da örgütsel alan içerisinde bir “sosyal inşa (social construction)” sürecini de beraberinde getirmektedir (Berger ve Luckmann, 1967; Giddens, 1979, 1984). Bu doğrultuda, söz konusu süreçte yeni uygulamaların meşrulaştırıldığı aşama olan kuramlaştırmanın sürekli olarak devam ettiği tespit edilmektedir. Bu süreçte ayrıca, ajanların (agents) ve kurumsal girişimcilerin (institutional entrepreneurs), gelişmelerin kamuoyunun dikkatine sunulması ve kuramlaştırma faaliyetleri hususlarında büyük rolleri bulunmaktadır (Greenwood vd., 2002). Sözgelimi, 1981 yılında tanıtılan dijital fotoğrafçılığın alandaki yayılımında aktörlerin büyük bir etkisinin bulunduğu ve sürecin sürekli olarak devam eden bir görünüm arz ettiği belirtilmektedir (Munir, 2005). Benzer şekilde, Norveç balıkçılık endüstrisinin örgütsel biçim değişikliğini inceleyen bir çalışma uyarınca kurumsal değişimin, makro ile mikro düzeylerdeki değişimlerin karşılıklı olarak etkileşim içerisinde bulunduğu dinamik bir süreçte meydana geldiği tespit edilmektedir (Holm, 1995). Literatürde kurumsal değişimin içsel kaynaklı olabileceğini savunan çalışmalar da bulunmaktadır. Bu kapsamda, Leblebici vd.’nin (1991) ABD’deki radyo yayıncılığı üzerine gerçekleştirdikleri bir araştırma uyarınca, anılan sektördeki değişimin, çevrede yer alan örgütlerin kaynak bağımlılığını bertaraf edebilmek için gerçekleştirdikleri yeniliklerin zaman içerisinde merkezde bulunan örgütler tarafından da uygulanması sonucunda ortaya çıktığı bulgulanmaktadır. Benzer şekilde, Clemens ve Cook (1999) bir örgütsel alandaki heterojenite ve içsel çelişkilerin (“incompatibility”) aynı alanın içerisinde de gelebileceğini iddia etmekte ve kurumsal değişimin süreklilik arz eden öğrenme ve yenilik faaliyetlerinden kaynaklanabileceğini belirtmektedir.

Kurumsal değişim konusunda gerçekleştirilen diğer bir kavramsal araştırma uyarınca, “çözülme” (Oliver, 1992) sürecinde geçici (temporal) değişim mekanizmaları ve kalıpları incelenmekte ve geçici çözülme olgusunun ilerleyen safhalarda tekrarlanmaması halinde kurumsal değişimin gerçekleşmeyeceği savunulmaktadır (Lawrence, Winn ve Jennings, 2001). Çalışma ayrıca, kurumsallaştırma süreçlerinde ajanların rolü üzerine eğilmekte ve “etkileme, zorlama, disipline etme ve tahakküm” şeklindeki mekanizmalara ait örgütsel kaynakların çeşitli kombinasyonlar üzerinden kullanımının kurumsal değişime olan etkisini incelemektedir. Son olarak ise, kurumsallaşma mekanizmaları ile toplumsal düzeydeki rasyonalizasyon olgusu arasındaki ilişkiye odaklanmakta, rasyonalizasyon süreçlerinde etkileme ve zorlama mekanizmalarından uzaklaşarak, disipline etme ve tahakküm mekanizmalarına doğru bir kurumsallaşmanın gözlemlendiğinden bahsetmektedir. Bununla birlikte, disiplin mekanizmasından tahakküm mekanizmasına geçişin, rasyonalizasyon sürecini hızlandırdığı savında bulunmaktadır.

Kurumsal değişimi, radikal değişim ekseninde eski ve yeni kurumsal kuramı karşılaştırarak inceleyen bir çalışma (Greenwood ve Hinings, 1996) uyarınca dışsal etkenlerin örgütün iç dinamikleri ile etkileşime geçmesi sonucunda örgütsel çözülmenin ortaya çıktığı savunulmaktadır. Aynı çalışmada ayrıca, radikal değişimin anlaşılabilmesi için örgütsel alan analizinin yanı sıra “değerlere bağlılık, güç bağımlılıkları, çıkarlar ve hareket kapasitesi” gibi unsurların da incelenmesi gerektiği belirtilmektedir. Zirâ örgütlerin, çevresel baskılar karşısında “değişime direnç gösterme ve atalet düşme” yerine kendilerine özgü tepkiler vermelerinde yukarıda belirtilen etkenlerin rol oynadığı belirtilmektedir. Benzer şekilde Clemens ve Cook (1999), “kurumsal yeniden üretim, çözülme ve çözülmeye karşı tepkiler” şeklinde çoklu süreçlerin incelemeye alınmasının değişimin analizinde gerekli olduğu savına varmaktadır. Bu kapsamda, örgütsel alanda meydana gelen bir değişimde “değişkenlik, içsel çelişkiler,

öğrenme, yayılım” gibi kavramların etkili olduğu belirtilerek, kurumsal değişimin çeşitlilik içeren ve heterojen bir görünüm sergilediği tespit edilmektedir.

Kurumsal değişimi dinamik bir modelle ele alan bir diğer çalışma (Beckert, 1999) ise, stratejik aktörlerle kurumsallaşmış uygulamalar üzerine eğilmekte ve kurumsal girişimcilerin süreçteki rollerini incelemektedir. Çalışma, kurumsal değişimi Giddens’in (1984) Yapılaşma Kuramı uyarınca ele almakta ve stratejik aktörleri, sosyal yaşantının yerleşik uygulamalarının değişiminde “kısmen” başarılı olarak tanımlamaktadır. Beckert (1999) ayrıca, meşruiyet ve güç kavramlarını örgütlerin istikrarında merkezi önemde görmekte ve stratejik aktörlerin değişimi tetikleyici özelliklerinden dolayı, statükocu olarak nitelendirilebilecek kurumlarla olan “çelişkili bağımlılık” ilişkisi içerisinde olduklarını belirtmektedir.

Sektörler bazında gerçekleştirilen kavramsal araştırmalardan birisini Greenwood, Suddaby ve Hinings’in (2002) Kanada’da muhasebecilik örgütsel alanında gözlemlenen kurumsal değişimi inceledikleri çalışmaları oluşturmaktadır. Çalışmaya göre, anılan sektörde faaliyet gösteren merkez kuruluşlarının etkisiyle şekillenen kurumsal mantıkların, örgütsel alanın organize edilmesinde çok büyük rol oynadığı bulgulanmaktadır. Seo ve Creed’in (2002) diyalektik modeli baz alarak oluşturdukları kurumsal değişim yaklaşımında ise, içsel ve dışsal güçlerin bir sonucu olarak tanımladıkları örgütsel yapının, içsel çelişkilerden kaynaklanan çatışmalar sonucunda değişime uğraması detaylandırılmaktadır. Çalışmada ayrıca, kurumsallaşmış normlar ve uygulamaların günlük verimlilik gereksinimleriyle çatışmaları, değişen ekonomik ve kurumsal çevrelere uyum sağlayamamaları ve/veya aktörlerin çıkarlarına hizmet etmemeleri durumunda kurumsal değişim olasılığının arttığı bulgulanmaktadır. Seo ve Creed’in öngördüğü diyalektik kurumsal değişim sürecinde, aktörlerin de önemli bir rolü ve etkisi bulunmaktadır.

3. Küreselleşmenin Örgütsel Alanlara Etkisi

Örgütsel alanlar kapsamındaki küreselleşmede en önemli unsur yayılım (difüzyon) olgusudur. Zirâ, örgütsel uygulamaların ülkeler arasındaki transferi, uluslararası prensip ve uygulamaların yayılımı yoluyla gerçekleştirilmektedir. Yayılım, ithal edilen ilke ve pratiklerin yerel düzeylerde uygulanmasını içermektedir (Campbell, 2004). Bu itibarla, yol bağımlılığı (path dependence) adı verilen bir süreci de beraberinde getirmektedir. Yol bağımlılığı, yerel düzeyde tarihsel unsurların etkisinde gelişen örgütsel formlara işaret etmekte olup uluslararası düzeyde transfer edilen pratiklerin ülke içerisinde uğradığı biçimsel yapı değişikliklerini ifade etmektedir. Söz konusu süreç, uluslararası uygulamaların örgütsel alanların yerel düzeydeki tarihsel özelliklerinin dikkate alınarak incelenmesini gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda, gelecekteki eylemlerin geçmişten bağımsız olamayacağını öngörmektedir. Dolayısıyla, anılan süreçte tarihsel anlamda bir bağımlılıktan (lock-in) söz etmek mümkün bulunmaktadır. Bu durum, yine yerel düzeyde tarihsel bağımlılıktan dolayı oluşan bir direnç olgusunu da beraberinde getirmektedir. Diğer bir deyişle, uluslararası uygulamalarla karşılaşan yerel unsurlar, tarihsel yol bağımlılığı nedeniyle ilk etapta bir direnç sergilemekte, akabinde aşağıda detayları sağlanan mekanizmalar ile bahse konu ilkesel pratikleri tarihsel bağlamda içselleştirmektedir.

Yayılım, temel olarak brikolaj (bricolage) ve çeviri (translation) mekanizmaları aracılığıyla oluşmaktadır. Bu kapsamda brikolaj, kurumsal değişimin yerel unsurların yeniden kombinasyonu sonucunda ortaya çıkması üzerine kurulu bulunmaktadır (Campbell, 2004). Söz konusu oluşum ise sorunla karşılaşan örgütlerin değişime uğramalarını içeren tözsel (substantive) brikolaj ile destek ve meşruiyet kaygılarıyla yüzeysel bir biçimde sembolik brikolaj şeklinde meydana gelebilmektedir. Diğer mekanizma olan çeviri, dışsal unsurların yerel düzeyde var olan içsel unsurlarla birleşmesi suretiyle yeni bir örgütsel formun oluşumunu ifade etmektedir.

Kurumsal mantıkları yerel düzeyde bir kurumsal değişime uğratan ve onları dönüştüren etmenlerden birisini de küreselleşme olgusu oluşturmaktadır. Bu kapsamda, küreselleşme sonucunda yerel kurumsal mantıklarla “dışsal” kurumsal mantıklar arasında bir uyum söz konusu olabileceği gibi mantıklar arasında çatışma yaşanması olasılığı da bulunmaktadır. Sözgelimi, Marquis ve

Lounsbury'ye (2007) göre birbiriyle çelişen kurumsal mantıklar, küreselleşme karşısında ulusal düzeyde direnç göstermekte ve çatışmaktadır. Bununla birlikte, birbiriyle uyumlu mantıkların örgütsel alanları dönüştürme yeteneği de bulunmaktadır. Bir başka deyişle, kopyalama, brikolaj ve çeviri mekanizmaları aracılığıyla yerel özellikleri dikkate alan bir yaklaşım kapsamında uluslararası pratiklerle uyumlu melez formların ortaya çıkması da mümkündür. Bu itibarla, küreselleşme karşısında yerel uygulamalar yakınsama (convergence) veya iraksama (divergence) olguları dâhilinde kurumsal mantıklar bazında değişim ve dönüşüme uğramaktadır.

Örgütsel alanların, kurumsal ortamları içerisindeki yapılanması üzerine odaklanan yeni kurumsal kuram, örgütlerin devletle olan ilişkilerine özel bir önem atfetmektedir. Yeni kurumsal kuram bağlamında devlet, siyasi ve ekonomik alanların ayrıştırılması suretiyle liberal, rasyonel, tarafsız ve düzenleyici bir aktör olarak yer almaktadır (Bulut ve Sayılar, 2021). Devletin anılan kuram kapsamındaki rolleri, onu örgütlerin oluşumu ve kurumsallaşmasında başat etkenlerden birisi haline getirmektedir. “Kurumsal girişimcilik” olarak tanımlanan bu süreç, devletin örgütsel hayattaki etkinliğini artırıcı etkilerde bulunarak makro kurumsal kuram uyarınca örgütler, ekonomik çevrelerinden etkilenmemektedir. Dolayısıyla, bahse konu kuram, ekonomik determinizmi reddetmektedir. Aynı zamanda, kültürel determinizme de karşı çıkmaktadır (Maurice, 1979; Hamilton ve Biggart, 1988; Sorge, 1996). Teori için önemli olan unsur, örgütlerin kurumsal çevreleri olup kuram, örgütsel eylemlerin sadece kurumsal çevrelerden etkilendiklerini kabul etmektedir. Kurama atfedilen bir diğer önemli özellik de, yapı yerine örgütsel formları ön plana çıkarması olmaktadır (Gökşen, 2007). Söz konusu formlar, örgütlerin kültürlerini, amaçlarını ve stratejilerini de kapsayacak şekilde geniş bir tanımlamaya sahip bulunmaktadır. Makrokurumsal bakış açısı kapsamında örgütler, sosyal etki, otorite ve iş sistemleri yaklaşımları bazında incelenmektedir. Sosyal etki yaklaşımı, ülkelerin ve örgütlerin tarihi, kültürel ve kurumsal etmenlerinin incelenmesinin, kuram kapsamında genel geçer yargılara ulaşabilmek için elzem olduğuna inanılmaktadır. Buna göre örgütler, sosyal çevre temelli olan kurumlar şeklinde tanımlanmaktadır. Kuram uyarınca ayrıca, eyleyenlerle sosyal çevre arasında karşılıklı bir etkileşim de bulunmaktadır. İkinci yaklaşım olan otorite yaklaşımı, örgütleri birer otorite yapısı olarak tanımlamaktadır (Hamilton ve Biggart, 1988). Daha açık bir ifadeyle, örgütsel formların ülkelerin ekonomik, politik ve toplumsal kurumları tarafından belirlendiğini kabul etmektedir. Yaklaşım ayrıca, örgütsel formların tarihsel gelişimlerinin de incelemeye katılmasının gerekli olduğuna inanılmaktadır. Ülkeler içerisinde izomorfik eğilimlerin varlığına dikkat çeken otorite yaklaşımı, eşbiçimliliğin ayrıca rekabet gücünü artırdığını da belirtmektedir (Oru vd., 1991). Sosyal etki yaklaşımında ağırlık mesleki eğitim ve öğretim sistemindeyken, otorite yaklaşımı kapsamında en önemli unsurun sosyal, ekonomik ve politik kurumları etkileyen devletler olduğu dile getirilmektedir.

Kuram kapsamındaki üçüncü ve son yaklaşım ise ülke kurumlarının yarattığı kendilerine özgü ekonomik örgütlenme tarzlarını temel alan ulusal iş sistemleri yaklaşımıdır. Adı geçen yaklaşım uyarınca, örgütler üzerinde etkisi bulunan ana kurumlar olarak devlet, finansal sistem, eğitim ve öğretim sistemi ile işçi ve işveren örgütleri, dünyanın çeşitli ülkelerinde bulunan ulusal iş sistemleri bakımından sınıflandırılmaktadır. Makrokurumsalcı kuramlara yönelik eleştiriler ise eyleyenlerin (aktör) stratejik tercihlerine yer verilmemesi, örgütlerarası benzeşmenin varlığına yönelik savları, ülkelerarası örgütsel form farklılıklarının keskin ayrımlar göstermesi, değişim ve çıkar grupları kavramlarına değinilmemesi olarak gösterilmektedir (Gökşen, 2007). Eleştiriler çerçevesinde Mueller (1994), küreselleşme sürecinde örgütlerin makrokurumsal teoride öngörüldüğünün aksine stratejik tercihlerde bulduklarını savunmaktadır. Aynı doğrultuda Gökşen (2007) ise özellikle uluslararası şirketlerin içinde buldukları ülkelerin dışından da kaynak edinme imkânlarının bulunduğunu, dolayısıyla faaliyette buldukları ülke kurumlarına daha az bağımlılık gösterdiklerini iddia etmektedir. “Küresel etki” olarak tanımlanan söz konusu kavramın şirketlerin stratejileri ve örgütsel hayatta büyük bir etkisi ve önemi bulunmaktadır. Sözgelimi ülkemizin 2001 yılında yaşadığı bankacılık krizini müteakip sektörde gözlemlenen uluslararası nitelikteki sermaye girişlerinin, banka sahibi holdinglerin devlete olan bağımlılıklarını azalttığını söylemek mümkün bulunmaktadır.

Makrokurumsal teoriye diğer bir eleştiri ise Mueller'in (1994) küreselleşme faaliyetleri sonucunda örgütlerin birbirlerine benzeşmelerini artırıcı faktörleri içeren “örgütsel etki” kavramı kapsamındaki savlar doğrultusunda gerçekleştirilmektedir. Türkiye’de özellikle 1980 yılındaki 24

Ocak Kararlarının ertesindeki “ithal ikâmecî” politikaların terk edilerek “dışa açılma” politikalarının benimsenmesi neticesinde uluslararası doğrudan yatırımlar (UDY) artmış ve Türk örgütlerin “uluslararasılaşma” süreci başlamıştır. Bu gelişmeler, dış ticaret rakamlarına olumlu etkilerde bulunmuş ve yerli firmaların yurt dışındaki örgütlerle benzeşerek hem daha kaliteli hem de yüksek katma değerli mamüller üretmelerine zemin hazırlamıştır. Bu sayede, 1980’li yıllarda ihracat rakamlarında önemli iyileşmeler sağlanmıştır. Sözelimi, 1980-1990 yılları arasında ülkemizde ihracat (3 milyar ABD Dolarından 12 milyar ABD Dolarına olmak üzere) 4 kat artmıştır (Kaynak: Dünya Bankası). Bununla birlikte, uluslararası doğrudan yatırımların Türkiye’nin de içinde yer aldığı gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyümelerine de etkisi bulunmaktadır. Öyle ki, Türkiye’de gerçekleştirilen ampirik bir çalışma sonuçlarına göre uluslararası doğrudan yatırımlarda meydana gelebilecek % 1’lik bir artışın ekonomik büyümeyi % 0,43 düzeyinde artırdığı bulgulanmaktadır (Öztürk vd., 2012). Ayrıca, Türkiye’nin doğrudan yatırım aldığı dönemlerde hızlı ekonomik büyümeler gerçekleştirdiği de bilinmektedir. Dolayısıyla, Wilkinson’ın (1996) ifade ettiği gibi makrokurumsal teorinin yalnızca ülke içindeki kurumsal yapıyı inceleyip ülkelere önemli düzeyde maddi getirileri olan küreselleşme boyutunu ihmal etmesi söz konusu kuramın etki alanını daraltmaktadır.

Wilkinson’ın (1996) kurama yönelik diğer bir eleştirisi de örgütsel formlarda çıkar ve güç ilişkilerinin dikkate alınmayışına ilişkin iddiaları olmaktadır. Buna göre, kuramda öngörülen kurumsal çevreye uyum ve devletin örgütsel formlardaki etkinliği kavramlarına yapılan vurgular o denli fazladır ki, çıkar-güç ilişkilerinin örgütsel hayata olan etkileri analizlere dâhil dahi edilmemektedir. Oysa ki, güç ve çıkar gruplarının ülkelere siyasi ve ekonomik anlamdaki etkileri çok yüksek düzeylerde seyretmekte ve söz konusu gruplar örgütlerin içerisinde buldukları kurumsal çevrelerin şekillenmesine büyük etkilerde bulunmaktadır. Ülkemiz özelinde 2000’li yıllarda gözlemlenen MÜSİAD ve benzeri ideolojik nitelikteki yeni çıkar gruplarının ortaya çıkışı örneklerinde de görüleceği üzere bu türdeki gelişmelerin örgütsel hayatın koşullarını belirleyici sonuçları olmaktadır.

Sonuç itibarıyla, sosyopolitik ve sosyoekonomik düzeydeki kurumsallaşmayı ve devlet kurumlarının etkisiyle oluşan kurumsal çevreyi analiz birimleri olarak seçen makrokurumsalcı kuramlar, küreselleşme ve eşbiçimlilik merkezli küresel ve örgütsel etkileri önemsememeleri nedeniyle teorisyenler tarafından haklı olarak eleştirilmektedir. Zirâ, dünyada artan küreselleşme olgusu örgütlerin gittikçe daha fazla oranda benzeşmelerine yol açmaktadır. Bununla birlikte, örgütsel hayatta çok önemli olan eyleyen, çıkar ve güç odakları ile ideolojik etkilerin çözümlemeye dâhil edilmemeleri de söz konusu kuramın yetersiz bulunmasına yol açmaktadır.

4. Ulusal İş Sistemleri Yaklaşımı

İngiliz akademisyen Richard Whitley tarafından ortaya konulan ulusal iş sistemleri yaklaşımı, bir ülkenin kurumlarının yarattığı kendine özgü ekonomik örgütlenme tarzını ifade etmektedir (1991). Yaklaşımına göre her ulusal iş sistemi, içerisinden çıktığı ülkeye özgü bir ekonomik aktör yaratmaktadır. Whitley’in ulusal iş sistemleri yaklaşımı, ekonomik aktivitenin eşgüdümü kapsamında örgütlerin birbirlerinden farklı derecelerde şekillenen sermaye kullanıcıları, müşteriler ve tedarikçiler, rakipler, farklı sektörlerde faaliyet gösteren firmalar ile işveren ve işgörenlerden oluşan yapılanmalar şeklinde ortaya çıkmaktadır. Ulusal iş sistemleri yaklaşımı, bir ülkenin endüstriyelleşme sürecinin erken dönemlerinde şekillenmektedir (Gökşen, 2007). Bununla birlikte, zaman içerisinde sosyal, politik, ekonomik ve teknolojik gelişmelere uyum sağlayarak kısmi bir değişim göstermektedir (Lane, 1992). Zirâ, bir ülkenin ulusal iş sisteminin tamamen değişerek farklı bir türe evrilmesi mümkün bulunmamaktadır (Whitley, 1994). Diğer taraftan Whitley, ulusal iş sistemlerinin, bir ülkede ekonomik ilişkileri şekillendiren anahtar nitelikteki kuruluşların ulus devletler arasında önemli farklılıklar göstererek birbirinden ayrı karakteristikler geliştirdiğini ve her sistemde farklılaşmış ekonomik örgütler meydana getirdiğini belirtmektedir (1994). Bu kapsamda, ulusal iş sistemlerinde, hukuki ve finansal sistemler ile eğitim sistemi ve işgücü piyasalarının konsantrasyonunun ve konfigürasyonunun farklı görünümde ortaya çıktığı görülmektedir. Whitley (1994), ulusal iş sistemlerini, her biri sistemin farklı bir bileşeni temsil etmek üzere, hangi türde ekonomik faaliyetlerin ve kaynakların ekonomik aktör olarak özel sahipli otorite yapıları tarafından koordine ve kontrol edildiği; ekonomik aktörler arasındaki piyasa ilişkilerinin nasıl organize ve koordine edildiği, otorite

yapıları içerisindeki düzenleme ve kontrol faaliyetleri ile kaynaklar açısından baskın yöntemlerin neler olduğu bakımından değerlendirerek sınıflandırmaktadır.

Whitley'in yaklaşımında iş sistemleri bileşenlerine ilişkin karakteristikler, ekosistem içerisindeki firmaların doğası, piyasa ilişkileri, otorite eşgüdümü ve kontrol sistemleri uyarınca incelenmektedir (Whitley, 1994).

Ekonomik Aktörler Olarak Firmaların Doğası

1. Ekonomik gücün özel sektör arasında dağıtılma derecesi
2. Mülkiyet ve hak sahiplerinin ekonomik aktivite yönetiminden uzaklığı
3. Ekonomik aktörlerin öz yeterlilikleri
4. Lider firmalar tarafından kontrol edilen faaliyet ve kaynakların çeşitliliği

Piyasa İlişkileri

1. Firmalar arasında uzun dönemli ve karşılıklı yükümlülük dereceleri
2. Akış ve stratejilerin eşgüdümlenmesinde aracılık yapan örgütlerin önemi
3. Piyasa ilişkilerinin kişisel ilişkilere olan bağımlılığı

Otoriter Eşgüdümleme ve Kontrol Sistemleri

1. Otorite ilişkilerinin kişiler üstülüğü
2. Üstlerin astlardan ve görevlerden uzaklığı
3. Eşgüdüm ve kontrolün merkezileşmesi
4. Aktivite ve kaynakların bütünleştirilmesi ve karşılıklı bağımlılığı
5. Görev, rol, yeteneklerin ve otoritenin uzmanlaşması
6. İşveren-işgören bağıllığı ve istihdam sisteminin doğası

Kaynak: Whitley, 1994

İlk ayırım kapsamında, piyasa ekonomisinin temel özelliklerinden birisi olan ekonomik gücün özel kesime dağıtılması hususu diğer kategorik ayırmalarda olduğu gibi ülkeden ülkeye değişiklik göstermektedir. Benzer şekilde, büyük firmaların baskınlık derecesi de bir ekonominin belirleyici özellikleri arasında yer almaktadır. Diğer taraftan, sahiplik ve yöneticilik vasfı taşıyan şahısların karar verici birimler olmaları bakımından ayırma gidilerek bu bakımdan da ülkeler arasında farklılık göstermeleri beklenmektedir. Bu doğrultuda, sermaye piyasası finansal sistem içerisinde yer alan firmalarda sahiplikle yönetim kademesi arasında bir "uzaklık" durumundan söz etmek mümkün bulunmaktadır. Üçüncü kıstas olan öz yeterlilik konusu ise firmaların faaliyetlerini kendilerinin düzenlemeleri üzerine kurulu bulunmaktadır. Buna göre, risklerin müşteriler, tedarikçiler, bankalar ve devletle paylaşımına ilişkin ülkeler arasında farklı dereceler bulunmaktadır. Bu gruptaki son karakteristik olan otorite hiyerarşileri vasıtasıyla eşgüdümlenen ekonomik aktivite ve kaynakların çeşitliliğini ifade etmektedir.

Piyasa ilişkilerine odaklanan ikinci ayırım, piyasa düzenlemesi kapsamındaki ortaklarla iş birliğine yönelik ağ yapılanmaları üzerine kurulu bulunmaktadır. Ekonomik aktörler arasında geniş yükümlülük ağının bulunması durumunda büyük gruplar oluşmakta ve bu gruplar bazen ekonomilere

bütünüyle hâkim olmaktadır (Hamilton vd., 1990'dan aktaran Whitley, 1994). Bu ekonomilerde firmaların iş partnerlerine bağımlılık yapıları geliştirdikleri görülmektedir. İkinci olarak, firmalar arasında uzun vadeli bağlantılar olması durumunda firmalar arası ürün ve hizmetlerde aracılık yaparak riski dağıtma işlevi üstlenen uzun vadeli örgütler ortaya çıkmaktadır. Piyasa ilişkilerinin üçüncü karakteristiği, bireyler arasında kişisel bağlantılara odaklanmak suretiyle ülkelerde farklı biçimlerde ortaya çıkmaktadır.

Otoriter eşgüdümleme ve kontrol sistemleri başlığını taşıyan üçüncü ayırım kapsamında ilk etapta ekonomik kaynak ve faaliyetlere ilişkin kişisel olmayan ast-üst ilişkileri ön plana çıkmaktadır. Bu doğrultuda, Çin'deki ailelere dayanan örgütsel yapıda ve Kore'deki "şabol" adı verilen holding yapısında otorite kişisel ve yakın ilişkiler üzerine bulunmaktayken, Avrupa ve Kuzey Amerika'daki ast-üst ilişkilerinin sözleşmeye dayalı olarak ve resmi düzeyde oluştuğu görülmektedir (Granick, 1972 ve d'Iribarne, 1989'dan aktaran Whitley, 1994). İkinci karakteristik, yönetsel karar alma süreçlerine alt kademelerdeki işgörenlerin dahil edilip edilmediği, dolayısıyla yöneticilerin ne derecede astlardan "uzak" olduğu üzerine yoğunlaşmaktadır. Üçüncü olarak, astlardan uzak bir tavır benimseyen yöneticilerin çoğunlukta bulunduğu toplumlarda genel olarak merkezileşme derecesinin büyük olması beklenmektedir. Dördüncü olarak, firma içerisindeki ekonomik faaliyetlerin entegrasyonu ve karşılıklı bağımlılığına ilişkin ayırımın stratejik tercihlere ve risklerin nasıl yönetildiğiyle yakın bir ilişkide olduğu görülmektedir. Beşinci olarak, firma ve sektörlerde görev, yetenek ve roller ile otorite rollerinin uzmanlaşması, koordinasyon ve kontrol sistemlerinin önemli bir farklılaştırıcı özelliği bulunmaktadır. Son olarak ise, işverenlerin işe alım, eğitim ve ödüllendirme süreçlerinin ülkeler arasındaki farklılaşması da Whitley'in yaklaşımında önemli bir kriter olarak kabul edilmektedir.

Whitley'in ayırımına göre dünyanın çeşitli ülkelerinde bulunan ulusal iş sistemleri, örgütler üzerinde etkisi bulunan ana kurumlar olan devlet, finansal sistem, eğitim ve öğretim sistemi ile işçi ve işveren örgütleri bakımından incelemeye tâbi tutularak altı farklı sistem tespit edilmektedir (Whitley, 2000). Bunlar;

1. Çin örneğinde olduğu gibi ekonomik alanı düzenleyen güçlü kurumların bulunmadığı ana kurumlardan uzak,
2. Anglo-Sakson ülkelerinde görülen ve riskin devlet veya bankalar tarafından paylaşılmadığı, fakat güçlü düzenleyici kurumların bulunduğu parçalı,
3. İtalya gibi ülkelerde ortaya çıkan ve yerel kurumların düzenleyici işlevler üstlendiği kendi içinde ahenkli kurumsal bölgelerden oluşan,
4. Almanya'nın örnek gösterildiği, riskin çeşitli kurumlar nezdinde paylaşıldığı ve devletin düzenleyici kurum olduğu iş birliğine dayalı,
5. Japonya örneğinde olduğu gibi devletin şirketlerle risk paylaşımında bulunduğu, fakat ekonomiyeye doğrudan katılmadığı devlet tarafından yönlendirilen ve
6. Türkiye ve Güney Kore'nin örnek olarak gösterildiği, devletin risk paylaşımında bulunduğu ve ekonomide etkin olduğu devlete bağımlı iş sistemleri şeklinde sıralanmaktadır.

Whitley'in sınıflandırmasında Türkiye'nin içerisinde bulunduğu devlete bağımlı iş sistemleri, piyasanın kendini organize etme seviyesinin düşük seviyelerde bulunduğu, özel sektörün eşgüdümleme kabiliyetinin sınırlı olduğu, şirket içi koordinasyon ve kontrolün yüksek düzeyde merkezileştiği bir yapıya işaret etmektedir. Bu çerçevede, Türk burjuvazisinin devletle ilişkileri, Cumhuriyet öncesindeki dönemde 1908-1918 yılları arasında iktidarda bulunan İttihat ve Terakki Cemiyeti dönemine değin uzanmaktadır. Anılan yıllarda, Cemiyet'in öncülüğünde özellikle bankacılık alanındaki devlet-özel teşebbüs iş birliği modelinin uygulandığı görülmektedir (Buğra, 1994). Cumhuriyet'in 1923 yılındaki ilânı sonrasında da aynı eğilimin devam ettiği tespit edilmektedir. Bununla birlikte, 1929 yılındaki Dünya Ekonomik Buhranı'nın etkisiyle devletin "içe kapanmak" zorunda kaldığı ve korumacılık önlemlerinin bir refleks olarak uygulamaya konulduğu bir dönem yaşanmaktadır. Söz konusu dönemin, İkinci Dünya Savaşı esnasında yoğunlaştığı ve 1937 yılında

devletçiliğin ön plâna çıktığı kaydedilmektedir. Buna ek olarak, 1950 yılında gerçekleşen genel seçimlerin ertesinde “çok partili hayata” geçişle birlikte Türk burjuvazisinin devletle ilişkileri yoğunlaşmaktadır. Daha sonraki yıllarda bu ilişkilerin plânlı ekonominin uygulanmaya başladığı 1960’lar kapsamında da artarak devam ettiği gözlemlenmektedir. Bu doğrultuda, 1972 yılındaki TÜSİAD oluşumunun ekonomide bir ivmelenme yarattığı, fakat 1970’li yılların ekonomik ve siyasi çalkantılarla geçmesi durumundan dolayı 1980 İhtilâli’ne değin kayda değer sonuçların alınmasının engellendiği saptanmaktadır. İhtilalin ertesindeki ANAP iktidarı döneminde dış ticaret rejiminde liberalizasyon olgusu yaşanmakta ve Doğu Asya modelini örnek alan dış ticaret şirketlerinin önemi ve etkinliği artmaktadır. Bununla birlikte, yine ANAP dönemindeki serbestleştirme ve özelleştirme politikalarının paradoksal bir şekilde makroekonomik göstergeleri istikrarsızlaştırdığı ve devlet bürokrasisini genişlettiği de görülmektedir (Öniş, 1999). Bu itibarla, Türkiye’nin devlete bağımlı yapısında kayda değer bir değişiklik olmadığı belirtilmektedir. Söz konusu durum makrokurumsal kuramda yer alan, ulusal iş sistemleri yaklaşımının, bir ülkenin endüstriyelleşme sürecinin erken dönemlerinde şekillendiği yönündeki sava da uyumluluk göstermektedir. Zira, ulusal iş sistemleri zaman içerisinde sosyal, politik, ekonomik ve teknolojik gelişmelere uyum sağlayarak ancak kısmi bir değişim göstermektedir (Lane, 1992). Dolayısıyla, bir ülkenin ulusal iş sisteminin tamamen değişerek farklı bir türe evrilmesi mümkün bulunmamaktadır (Whitley, 1994).

Bu çerçevede, bu çalışmada Türk dış ticaretinin önemli bir bileşeni olan deniz ticaretinin incelenmesinde de yarar görülmektedir. Zirâ, 2021 yılı itibarı ile Türkiye’nin ihracatının %59,3’ü, ithalatının ise %58’i denizyolu kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla, söz konusu örgütsel alanda gözlemlenen kurumsal mantıkların, Türk dış ticaretinin tarihsel seyri bakımından incelenmesi elzemdir. Ayrıca, ülkemizdeki devlete bağımlı yapının gelişimi ve değişiminin tespit edilmesi hedefi doğrultusunda da Türk deniz ticareti örgütsel alanının incelemeye dahil edilmesi gerekmektedir.

5. Türk Deniz Ticareti Sektörünün Tarihsel Gelişimi (1923-1980)

29 Ekim 1923 tarihinde Cumhuriyetin ilânıyla birlikte ekonomide ve ticarete millileşme politikalarının uygulamaya konulduğu görülmektedir. Bu doğrultuda, Osmanlı İmparatorluğu döneminde Avrupalı tüccarlara verilen kapitülasyonlar nedeniyle genellikle yabancıların imtiyazında bulunan ticari denizcilik faaliyetlerinin yerli bir kimliğe kavuşturulması süreci başlamıştır. Bu konudaki en büyük adımlardan birisini 1923 tarihli Lozan Barış Anlaşmasının getirdiği gelişmeler oluşturmuştur. Bu kapsamda, bahse konu anlaşma ile kapitülasyonlar kaldırılarak yerli ekonominin gelişmesinin önündeki en önemli engellerden birisi ortadan kaldırılmıştır. Kapitülasyonların kaldırılmasının yanı sıra 1 Temmuz 1926’da yayımlanan Kabotaj Kanunu aracılığıyla Türk kıyılarında deniz taşımacılığı, Türk vatandaşlarına ve Türk gemilerine verilmiştir. Esasında kabotaj hakkı, yine Lozan Anlaşmasıyla kazanılan bir hak olarak ancak 1926 yılındaki Kabotaj Kanunu ile uygulamaya konulabilmiştir. Anılan Kanun, yerli girişimcileri denizcilik sektöründe yabancıların rekabetinden koruyarak yatırım yapmaları ve faaliyet göstermelerinin yolunu açmıştır (Gürboğa ve Koraltürk, 2014). Bu kapsamda, Kanunun etkisiyle 1926-1929 yılları arasında Seyr-i Sefain İdaresinin işlem gerçekleştirdiği net tonaj % 40, armatörlerin sayısı ise % 67 artış göstermiştir (Gürboğa ve Koraltürk, 2014).

Ticaret filosundaki büyüme 1930’lı yıllar boyunca devam etmiş olup bahse konu filonun dönemin ekonomik güçlüklerinden dolayı az sermaye yatırılarak alınmış yaşlı gemilerden oluştuğu görülmektedir (Gürboğa ve Koraltürk, 2014). Bu nedenle sigortalanamayan gemilerin bu dönemde yabancı limanlara girmeleri mümkün olamamıştır. Dolayısıyla, anılan gemilerin yalnızca iç pazarda çalışmalarından ve 1929 Buhranının etkisiyle de bu pazarda da olumsuzluklar ortaya çıktığından, Seyr-i Sefain İdaresinin devlet bütçesine yük olmaya başlaması söz konusu olmuştur. Bu şartlar altında, 1932 yılında 2068 sayılı “Türkiye İskele ve Limanları Arasında Posta Seferleri Hizmetinin Devlet İdaresine Alınmasına Dair Kanun” Resmî Gazete’de yayımlanarak kabotaj kapsamına giren limanlar arasında posta seferlerinin devlet tekeline alınması sağlanmıştır (T.C. Resmî Gazete, 17 Temmuz 1932, sayı: 2151). Bu kapsamda, Türkiye iskele ve limanları arasında düzenli posta seferleri yaparak yolcu, eşya ve hayvan nakli işi Devlet idaresine alınmıştır. Diğer taraftan, şilepçilik, özel donanımlı gemilerle hayvan nakliyatı, limanlar ve körfezlerdeki iç hatlar nakliyatı ile Devlet idaresinin düzenli vapurlar işletmediği iskele ve limanlar arasında ve işlettiği iskele ve limanlarla işletmediği

iskele ve limanlar arasında makinalı ve makinasız deniz vasıtaları ile her nevi nakliyat yukarıda sayılan hükmün kapsamına dâhil edilmemiştir. Dolayısıyla, bu türden taşımacılığın özel sektöre bırakıldığı görülmektedir.

1930'lardaki bir diğer önemli kanun da 5 Haziran 1933 tarihli Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 2239 sayılı Deniz Yolları İşletme Kanunu olmuştur (T.C. Resmî Gazete, 9 Eylül 1933, sayı: 2498). Söz konusu Kanun deniz işletmeciliğini devlet tekeli altına almakla birlikte, özel kesime 2068 sayılı Kanuna oranla daha fazla faaliyette bulunma imkânı veren bir görünüme sahip bulunmaktadır. Zirâ, armatörlere şirketler kurarak Türk limanları arasında yalnızca yük taşımacılığı amaçlı olarak düzenli posta seferleri yapma hakkı tanımıştır (Gürboğa ve Koraltürk, 2014). Diğer taraftan, denizcilik dâhil olmak üzere ulaştırma işlerini düzenlemek amacıyla 31 Mayıs 1939'da Resmî Gazete'de yayımlanan 3613 sayılı "Münakalât Vekâleti Teşkilât ve Vazifelerine Dair Kanun" aracılığıyla Ulaştırma Bakanlığı kurulmuştur. Bahse konu Kanun uyarınca deniz nakliyatı ile seyrüsefer emniyeti ile ilgili görev hizmetler Ulaştırma Bakanlığının sorumluluğuna verilmiştir (Yurtoğlu, 2019). Uluslararası alandaki yük taşımacılığı hakkı ise yalnızca devlete ait olmak üzere 21 Nisan 1938 tarihli Kararname ile Etibank, Denizbank ve Türkiye İş Bankası ortaklığında kurulan Sosyete Şilep T.A.Ş. firmasına ait bulunmaktaydı. Bununla birlikte, anılan şirket 16 Haziran 1939 tarihli Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 3633 sayılı "Devlet Denizyolları ve Devlet Limanları İşletme Umum Müdürlüklerinin Teşkilât ve Vazifelerine Dair Kanun" aracılığıyla devlete devredilmiştir.

Aynı dönemde faaliyette olan bir diğer devlet kurumu da AKAY Müdürlüğü, Denizyolları Müdürlüğü, Fabrika ve Havuzlar Müdürlüğü, Tahlisiye Umum Müdürlüğü, İzmir Liman İşletmesi, Trabzon Liman İşletmesi ve Van Gölü Liman İşletmesi'nin birleştirilmesiyle 1 Ocak 1938'de 3295 sayılı Kanunla kurulan Denizbank olmuştur. Bununla birlikte, bu kurum kısa ömürlü olmuş ve yukarıda detayları verilen 3633 sayılı Kanunla ortadan kaldırılmış, onun yerine "Devlet Denizyolları Umum Müdürlüğü" ve "Devlet Limanları Umum Müdürlüğü" adı altında Ulaştırma Bakanlığı'na bağlı iki genel müdürlük kurulmuştur. İkinci Dünya Savaşının yaşandığı 1940'lı yıllarda savaşa rağmen denizyolları filosunun genişletilmesi çalışmaları doğrultusunda İstanbul Belediyesinin yönetimindeki Haliç Vapurları Türk A.Ş., 16 Temmuz 1941'de Devlet Denizyolları ve Limanları Umum Müdürlüğü'ne devredilmiştir (Sezgin, 2007). Diğer taraftan, 1939 yılında 3633 sayılı Kanunla Ulaştırma Bakanlığı bünyesinde kurulan iki genel müdürlük 4517 sayılı Kanunla 1944 yılında birleştirilerek "Devlet Denizyolları ve Limanlar Umum Müdürlüğü" oluşturulmuştur. 1945 yılına gelindiğinde ise 4697 sayılı Kanunla Ulaştırma Bakanlığına bağlanmak üzere İstanbul Şehir Hatları ile Devlet Demiryolları ve Limanlar İşletme Müdürlüğü kurulmuş, gelirleri düşme eğiliminde olan 94 yıllık Şirket-i Hayriye, Denizyolları İşletmesine katılarak devletleştirilmiştir (Sezgin, 2007).

İkinci Dünya Savaşı sonrasında çeşitli ülkelerden alınan gemilerle yük gemisi filosu dâhil olmak üzere gemi filoları güçlendirilmeye çalışılmıştır (Yurtoğlu, 2019). Bu kapsamda, savaş sonrasındaki iki yıllık süreçte deniz ulaştırması konusunda aşağıda ana hatları sunulan politikalar oluşturulmuştur.

1. Posta vapurculuğunu, iç hizmetlere yetecek bir seviyeye çıkardıktan sonra Akdeniz'e yerleşmek ve yük nakliyatını uzak denizlere yaymak,
2. Limanları modern aletlerle donatırken, yükleme, boşaltma ve ambar işlerine güven ve hız kazandırmak,
3. Mevcut tersaneleri öncelikle tamir, sonra da gemi yapabilecek düzeye erdirmek,
4. ABD ve İtalya'dan yeni gemiler satın almak (Yurtoğlu, 2019).

1948 ve 1949 yıllarında sayı ve tonaj bakımından artarak devam eden gemi filosunu genişletme çalışmaları, Devlet Denizyollarına ait yolcu ve yük gemilerinin Marshall Yardımının da etkisiyle gelişmiş bir düzeye ulaştığı görülmektedir (Yurtoğlu, 2019). Bu kapsamda, anılan örgütsel alanın hukuki yönden düzenlenmesi çabalarının ve diğer faaliyetlerin sonuçlarının bu yıllarda

alınmaya başlandığından ve artan gemi sayılarıyla yurt içi ve yurt dışı deniz seferlerinin ve deniz ticaretinin artma eğilimine girdiğinden bahsetmek mümkün bulunmaktadır.

1938-1939 yılları arasında faaliyette bulunan Denizbank, Türkiye’de iç ve dış sularda ulaştırma hizmetlerini görmek, sivil devlet sektörünün elindeki tersane, havuz ve benzeri kuruluşları işletmek amacıyla 1951 yılında Denizcilik Bankası T.A.O. unvanı altında yeniden faaliyete geçmiştir (Sezgin, 2007). Bu kapsamda, 16 Ağustos 1951 tarihinde yayımlanan 5842 sayılı Kanunla kurulan Denizcilik Bankası, devlet ile özel sektör sermayesinin ortaklaşa kuracağı karma bir yapı arz etmektedir. Zirâ, 5842 sayılı Kanunun 16 ncı maddesi uyarınca Bankanın % 51’i devlet, % 49’u özel kesim hisselerinden oluşması öngörülmekteydi. Bununla birlikte, Bankanın kuruluşunda var olan yapı ileriki yıllarda korunamamış ve Banka 1963 yılında 440 sayılı Kanunla Deniz Nakliyatı Şirketi ile birlikte kamu iktisadi teşekkülü (KİT) haline dönüştürülmüştür (Bozkurt ve Halil Aytar, 2015). Diğer taraftan, uluslararası yük taşımacılığını ilk kez gerçekleştiren kuruluş olan Denizbank T.A.O. bünyesinde 1954 yılında “Şilepçilik İşletme Müdürlüğü” kurulmuştur (Sezgin, 2007).

1950-1960 arası dönemde, denizcilik alanını geliştirmek üzere vergi ve ithalat kolaylıkları sağlamanın yanı sıra kamu kaynaklarından özel sektöre birtakım fonlar da tahsis edilmiştir. Diğer taraftan, özel sektörün de büyük tonajlı gemiler ithal etmesi ile gemilerin modernizasyonu teşvik edilmiş ve bu kapsamda özel sektörün sahip olduğu ticari gemi sayısı kamuya ait aynı türdeki gemilerin sayısının üzerine çıkmıştır (Bozkurt ve Halil Aytar, 2015). Söz konusu gelişme, limanlara ve liman inşaatlarına da yansımış, Türkiye’deki pekçok liman bu dönemde uluslararası niteliklere sahip limanlara dönüştürülmüştür (Bozkurt ve Halil Aytar, 2015).

Denizcilik alanında 1960’lı yıllarda kaydedilen gelişmelerden birisi de Türkiye’nin, uluslararası denizciliği düzenleme amaçlı olarak 1958 yılında kurulan Uluslararası Denizcilik Örgütüne 1965 yılındaki üyeliği olmuştur. Deniz güvenliğini sağlama, deniz çevresini koruma, teknik işbirliği ve denizciliği kolaylaştırma şeklinde görevleri bulunan örgüte üyelik, denizcilik alanındaki uluslararası kriterlerin ülkemize uyarlanması bakımından önem taşımaktadır. 1950’li yıllar, Türk ticaret filosunda büyümenin kaydedildiği bir dönem olmuştur. Bu kapsamda, anılan filonun tonaj bakımından hacmi on yılın sonunda % 54,6 oranında artış kaydederek 534.876 tondan 827.000 tona ulaşmıştır. Benzer şekilde, aynı dönemdeki gemi adedi de 2.197 adetten 2.722 adede olma üzere % 23,8 oranında artış göstermiştir (DPT, 1969).

5.1. 1980 Sonrasında Uygulanan Liberal Politikaların Ticari Denizcilik Sektörüne Etkileri

Türk denizcilik sektörünün 1980 sonrasındaki gelişimi incelendiğinde sektörde bu yıllarda henüz bir özelleştirme politikasının oluşturulmadığı ve özelleştirme faaliyetinin gözlemlenmediği tespit edilmektedir. Bununla birlikte, diğer alanlarda 1985 yılından itibaren hız kazanan özelleştirme uygulamalarının denizcilik sektöründe ileriki tarihlerde ortaya çıkması söz konusudur. Zirâ, örgütsel alanın başat konumundaki örgütü olan ve görevleri arasında ülkemiz kıyılarında ve yabancı denizlerde nakliyat bulunan Denizcilik Bankası Türk Anonim Ortaklığı 1983 yılında 117 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile Türkiye Denizcilik Genel Müdürlüğü (TÜDEK) adını alarak daha önce yerine getirdiği bankacılık dışındaki faaliyetleri kapsamak ve sermayesinin tamamı devlete ait olmak üzere kamu iktisadi teşebbüsü (KİT) haline dönüştürülerek Ulaştırma Bakanlığı’na bağlanmıştır. Bahse konu kurum, ilerideki bölümlerde ele alınacağı üzere 1990’lı yıllarda özelleştirilmiştir.

Ticari denizcilik sektörü açısından 1980’li yıllarda yaşanan diğer bir gelişmeyi de 13 Kasım 1984 tarihinde Resmî Gazete’de yine kamu iktisadi teşebbüsü kapsamında yayımlanan ana statüsüyle Türkiye Denizcilik İşletmeleri Genel Müdürlüğü oluşturmuştur. Anılan kurum, tamamı devlet sermayesiyle kurulmuş olup amaçları arasında “iç ve dış sularda her türlü yük, hayvan ve yolcu taşınması” yer almıştır. Bu doğrultuda, 6 Kasım 1985 tarihinde Denizcilik Bankası T.A.Ş., Ulaştırma Bakanlığı’na bağlı bir kamu iktisadi teşebbüsü olarak kurulmuştur (T.C. Resmî Gazete, 6 Kasım 1985, sayı: 18920). Söz konusu bankanın ana faaliyet alanlarının, başta denizcilik sektörü olmak üzere diğer

sektörlerdeki ilgili kuruluşları kredilendirmek, deniz ulaştırması ile doğrudan doğruya ve dolayısıyla ilgili hususlarda her türlü banka muameleleri yapmak, deniz sektörü ile ilgili şirketlere iştirak etmek ile yurt içi ve dışında teşkilatlanmaya gitmek şeklinde sıralandığı görülmektedir. Bankanın 14/05/2015 tarihinde, 17/11/1992 tarihinden geçerli olmak üzere yürürlüğe girecek şekilde ana statüsünün yürürlükten kaldırıldığı tespit edilmektedir. Ticari denizcilik alanında 1980'li yıllarda yaşanan bir diğer önemli gelişme de, örneklerine daha sonraki yıllarda sıklıkla karşılaşılan milletlerarası anlaşmalar olmuştur. Bu kapsamda, ilk olarak 1987 yılında Bangladeş Halk Cumhuriyeti ile denizcilik ilişkilerinin düzenlenmesi ve geliştirilmesi, en iyi bir seyrüsefer koordinasyonunun sağlanması gibi amaçlarla bir anlaşma imzalanmıştır. Anılan uygulama, ülkemizle 1988 yılında Mısır Arap Cumhuriyeti, 1989 yılında Irak Cumhuriyeti, Hindistan Cumhuriyeti, Pakistan İslam Cumhuriyeti arasında imzalanan anlaşmalarla devam etmiştir. 1980'li yıllar Türk ticari denizcilik sektörü açısından, ülkemizde o dönemde uygulanan makroekonomik politikalara rağmen, devletin ağırlığının hissedilmeye devam ettiği bir sürece işaret etmektedir. Bu itibarla, 1990'lı yıllarda kısmen başlanan liberalizasyon faaliyetleri için bir hazırlık dönemi olarak değerlendirilmektedir.

1990'lı yıllar, denizcilik sektörü açısından bahse konu örgütsel alanın düzenlenmesine ve kurumsallaşmasına zemin hazırlayan gelişmelere zemin hazırlamıştır. 1990'lı yılların denizcilik alanındaki en önemli gelişmelerinden birisini, 1992 yılında gerçekleşen Denizcilik Bankası T.A.Ş.'nin bütün aktif ve pasifleriyle Türkiye Emlak Bankası A.Ş.'ye devredilmesi oluşturmuştur (T.C. Resmî Gazete, 29 Kasım 1992, sayı: 21420). Bunun yanı sıra, 13 Temmuz 1993 tarihinde Türkiye Denizcilik İşletmeleri Genel Müdürlüğü, Ulaştırma Bakanlığı'ndan alınarak Başbakanlık'a bağlanmıştır. Akabinde, 1993 yılında Başbakanlık'a bağlı olmak üzere Denizcilik Müsteşarlığı kurulmuştur (T.C. Resmî Gazete, 19 Ağustos 1993, sayı: 21673). Müsteşarlık'ın görevleri arasında deniz ticaretini, deniz ticaret filosu ve gemi sanayiini teşvik edici tedbirleri almak, denizcilik endüstrisinin, deniz ve iç sular potansiyelinin geliştirilmesini ve işletilmesini sağlamak, devletin denizcilikle ilgili hedef ve politikalarının tespiti ve uygulanması amacıyla gerekli araştırmaları yapmak ve yaptırmak sıralanmıştır. Böylelikle, deniz ticaretinin düzenlenmesi bakımından önemli bir gelişme kaydedilerek sektörün tek elden düzenlenmesi kolaylaştırılmaya çalışılmıştır.

1990'lı yıllarda gerçekleştirilen özelleştirme faaliyetlerinin en etkililerinden birisini de 1993 yılındaki Türkiye Denizcilik İşletmeleri ve Türkiye Gemi Sanayii A.Ş. ile bunların müessese, bağlı ortaklık, işletme ve işletme birimlerinin özelleştirilmesi oluşturmuştur. Söz konusu eğilim, 1997 yılında Özelleştirme Yüksek Kurulu'nun 30.10.1995 tarih ve 95/81 sayılı Kararı çerçevesinde, Türkiye Denizcilik İşletmeleri A.Ş.'ye ait Antalya, Tekirdağ, Trabzon, Rize, Ordu, Sinop, Giresun, Hopa Limanlarının işletme hakları 30 yıl süreyle özel sektör firmalarına devredilmiştir. Bunun yanı sıra, ilk örneklerinin 1980'li yıllarda görüldüğü denizcilik alanındaki uluslararası anlaşmalar da devam ettirilmiş ve bu kapsamda 1995'te Gürcistan Cumhuriyeti (T.C. Resmî Gazete, 21 Mart 1995, sayı: 22234), 1996'da İtalya (T.C. Resmî Gazete, 26 Haziran 1996, sayı: 22678) ve Fransa (T.C. Resmî Gazete, 6 Kasım 1996, sayı: 22809), 1997'de Ukrayna (T.C. Resmî Gazete, 29 Nisan 1997, sayı: 22974) ile anlaşmalar imzalanmıştır.

5.2. Türk Deniz Ticareti Örgütsel Alanında Gözlemlenen Kurumsal Mantıklar

Türk deniz ticareti sektörünün Cumhuriyetin döneminde geçirdiği tarihsel aşamalarda gözlemlenen kurumsal mantıklar incelendiğinde, devlet kurumlarının oluşum aşaması olan Cumhuriyet'in ilânının hemen ertesindeki yıllarda genel itibarıyla devletçi ve geleneksel uygulamaların etkili olduğu görülmektedir. Söz konusu dönemde, denizcilik ve ticari denizcilik alanlarında pek çok hukuki düzenlemenin yapıldığı tespit edilmektedir. Diğer taraftan, 1950'li yıllar, özel teşebbüsün sektörde etkisinin hissedilmeye başlandığı ve ilk dışa açılma faaliyetlerinin gözlemlendiği dönemdir, fakat bu yıllarda söz konusu sektör kapsamında henüz tam anlamıyla bir özel sektör mantığından bahsetmek mümkün bulunmamaktadır. Bununla birlikte, dünyadaki gelişmelere paralel bir şekilde makroekonomik anlamda liberalizasyon ve dışa açılmanın yoğunlaştığı 1980'li yıllardan 2000'li yıllara değin bahse konu örgütsel alanda devlet hâkimiyetinin devam ettiği tespit edilmektedir. Öte yandan, 2000'li yıllar, anılan sektördeki liberalleşme, özelleştirme ve uluslararasılaşmanın artış gösterdiği dönem olarak dikkati çekmektedir.

Tablo. Türk Deniz Ticareti Sektöründe Cumhuriyet Döneminde Gözlemlenen Kurumsal Mantıklar

1923-1950 Arası Dönem	1950-1980 Arası Dönem	1980-2000 Arası Dönem	2000 Sonrası Dönem
Geleneksel Mantık (Devletçi uygulamalar)	Geleneksel Mantık (Karma ekonomi dönemi - devletçi uygulamaların yanı sıra ilk uluslararasılaşma faaliyetleri)	Geleneksel Mantık (Ekonomide dış açılma ve liberalleşme dönemi)	Modern Mantık (Özelleştirme ve uluslararasılaşmanın yoğunlaşması)

6. Araştırma Yöntemi

Bu çalışmada karma yöntem benimsenmiş olup ikincil veri toplama yöntemi ile nicel ve derinlemesine mülakat veri toplama yöntemi ile de nitel araştırma yöntemi benimsenmektedir. Nicel analiz dâhilinde, Türkiye'nin 1980 sonrasındaki ihracat ve ithalatının seyri incelenmektedir. Söz konusu ekonometrik analizde kullanılacak veri seti, Türkiye İstatistik Kurumundan edinilmiş olup 1980-2021 yılları arasında ülkemizin DTÖ üyesi ülkelere yönelik olarak gerçekleştirdiği dış ticaret rakamlarından oluşmaktadır. Bu kapsamda, Whitley'in ülkemiz için sözünü ettiği devlete bağımlı yapının sınanabilmesi amacıyla gerçekleştirilecek olan ve 1980-2021 yılları arasındaki küreselleşme ve serbestleşme indeksleri ile dış ticaret verileri arasındaki ilişkileri araştıran ekonometrik analizin, Türkiye'deki küreselleşme süreci ile devlete bağımlı yapı arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarması beklenmektedir. Bu çerçevede, ABD Heritage Foundation'ın Ekonomik Serbestlik Raporunda yer alan indeksler ile TÜİK'ten edinilen dış ticaret verileri kullanılarak zaman serisi analizleri gerçekleştirilecektir. Çalışmanın bağımlı değişkeni dış ticaret rakamları şeklinde belirlenmiş olup bağımsız değişkenler ise 164 DTÖ üyesi ülkenin gayrisafi yurt içi hasılları, tüketici fiyat indeksleri, döviz kurları, DTÖ'ye üyelik tarihleri ile Heritage Foundation'ın tüm üye ülkeler için gerçekleştirdiği özgürlük indeksleri olarak saptanmış ve tüm veri seti oluşturulmuştur. R programında gerçekleştirilecek olan panel veri analizi ile küreselleşme ve liberalleşmenin ülkemizin dış ticareti üzerindeki etkisi incelenecektir. Dolayısıyla, 1980 sonrasında dış ticarete uygulanan küreselleşme ve özgürleştirme politikalarının ülkemizdeki devlete bağımlı yapıda ne türden bir değişiklik yaptığı tespit edilecektir. Çalışmanın nicel kısmının, Sempozyum tarihine kadar sonuçlandırılması planlanmaktadır. Diğer taraftan, çalışmanın nitel analiz kısmında deniz ticaretinin önde gelen sektör temsilcileriyle detayları aşağıdaki bölümde sağlanan mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın nitel analiz kısmında, Türk deniz ticareti sektöründe gözlemlenen kurumsal değişiklikler sonucunda meydana gelen kurumsal mantıkların ortaya çıkarılması amacıyla gerçekleştirilen mülakatlar yer almaktadır.

7. Sonuç

Bu araştırmada şu ana kadar yapılan yazın taraması 1980'li yıllardan itibaren ülkemizde deniz ticaretinde küreselleşme etkisiyle yaşanan yapısal değişimi teyit etmektedir ve Türkiye'nin 1980 sonrasında gerçekleştirdiği dış ticaretin artış gösterdiğine vurgu yapmak suretiyle söz konusu örgütsel alandaki kurumsal mantık değişimine işaret etmektedir. Bu kapsamda, geleneksel mantıktan modern mantığa doğru bir dönüşüm yaşanmakta olduğu fark edilmektedir. Diğer taraftan, söz konusu sonuçların, çalışmanın nicel kısmında gerçekleştirilecek olan zaman serisi analizi sonuçları aracılığı ile teyit edilmesi beklenmektedir. Bu itibarla, Whitley'in ülkemiz için sözünü ettiği sınıflandırmada küreselleşmenin ülkemiz özelindeki etkileri üzerine daha detaylı bilgilere ulaşılması ve kurumsal mantık değişimine dair ipuçları elde edilmesi mümkün hale gelecektir.

KAYNAKÇA

Beckert, J. (1999). Agency, entrepreneurs, and institutional change. The role of strategic choice and institutionalized practices in organizations. *Organization Studies*, 20(5), 777-799.

Bozkurt, İ. ve Halil Aytar, İ. (2015). II. Dünya Savaşı sonrası uluslararası ekonomiye eklenme sürecinde Türkiye'nin deniz ticareti ve liman politikası (1945-1960). *Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi*, Güz 2015, Vol. 15 Issue 31, 333-357.

Buğra, A., 1994. *Devlet ve işadamları*. İstanbul: İletişim Yayınları. (Çeviri: Fikret Adaman, State and Business in Turkey. Albany: State University of New York Press).

Berger, P.L. ve Luckman, T. (1967). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*, Anchor.

Campbell, J.L. (2004). *Globalization and Institutions*. Princeton University Press.

Clemens, E. S. ve Cook, J. (1999). Politics and institutionalism: Explaining durability and change. *Annual Review of Sociology*, 25, 441-466.

DPT, Kalkınan Türkiye (Rakamlarla 1923-1968), MEB Basımevi, Ankara, 1969.

Giddens, A. (1979). *Central problems in social theory: Action, structure and contradictions in social analysis*. London: Macmillan.

Giddens, A. (1984). *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. Berkeley: University of California Press.

Greenwood, R. ve Hinings, C.R. (1996). Understanding radical organizational change: Bringing together the old and the new institutionalism. *Academy of Management Review*, 21, 1022–1054.

Greenwood, R., Suddaby, R. ve Hinings, C. R. (2002). Theorizing change: The role of professional associations in the transformation of institutionalized fields. *Academy of Management Journal*, 45, 58-80.

Gökşen, B. (2007). *Yeni kurumsal kuram: Örgütleri çözümlemeye yeni ufuklar ve yeni sorunlar*. Özen, Ş. ve Sargut, A. S. (Der.). *Örgüt Kuramları içinde*, 2007, İmge Kitapevi. İstanbul.

Gürboğa, N, Koraltürk, M. (2016). 1930'larda iktisadi devletçilik, şilepçiliğin gelişmesi ve Sosyete Şilep T.A.Ş.'nin kuruluşu. *Yakın Dönem Türkiye Araştırmaları*, 13 (25-26), 27-49.

Hamilton, G.G. ve Biggart, N.W. (1988). Market, culture and authority: A comparative analysis and management and organization in Far East, *American Journal of Sociology*, 94, 52- 94.

Hoffman, A.J. (1999). Institutional evolution and change: Environmentalism and the U.S. chemical industry. *Academy of Management Journal*, 42, 351-371.

Holm, P. (1995). The dynamics of institutionalization: Transformation processes in Norwegian fisheries. *Administrative Science Quarterly*, 40 (3), 398-422.

Lane, C. (1992). *European business systems: Britain and Germany compared in European business systems*. Richard Whitley (ed.), 64-97, London:Sage.

Leblebici, H., Salancik, G. R., Copay, A. ve King, T. (1991). Institutional change and the transformation of interorganizational fields: Organizational history of the U.S. radio broadcasting industry. *Administrative Science Quarterly*, 36 (3), 333-363.

Marquis, C. ve Lounsbury, M. (2007). Vive la r sistance: Competing logics and the consolidation of U.S. community banking. *Academy of Management Journal*, 50, 799-820.

Maurice, M. (1979). *For a study of "The Societal Effect": Universality and specificity in organization research*, C.J. Lammers ve D.J.Hickson (Der.), Organizations Alike and Unlike, 42- 60, Londra, UK: Routledge ve Kegan Paul.

Meyer, J. W., ve Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *American journal of sociology*, 83(2), 340-363.

Meyer, J.W. ve Scott, W.R. (1990). *Organizational environments: Ritual and rationality*. Newbury Park, CA: SAGE Publications.

Mueller, F. (1994). Societal effect, organizational effect and globalization. *Organization Studies*, 15(3), 407-428.

Munir, K. A., ve Phillips, N. (2005). The birth of the "Kodak Moment": Institutional entrepreneurship and the adoption of new technologies. *Organization Studies*, 26(11), 1665-1687.

Lawrence, T. B., Winn, M. I., & Jennings, P. D. (2001). The temporal dynamics of institutionalization. *Academy of Management Review*, 26(4), 624-644.

Oliver, C. (1992). The antecedents of deinstitutionalization. *Organization Studies*, 13(4), 563-588.

Orru, M. (1991). The institutional logic of small-firm economies in Italy and Taiwan. *Studies in Comparative International Development*, 26(1), 3-28.

 niŐ, Z. (1999). *State, reform and development in the Middle East, Turkey and Egypt in the post-liberalization era*. Routledge.

 zen. Ő. (2007). *Yeni kurumsal kuram:  rg tleri  z mlemede yeni ufuklar ve yeni sorunlar*.  zen, Ő. ve Sargut, A. S. (Der.). * rg t Kuramları içinde*, 2007, Imge Kitapevi. İstanbul.

Scott, W. R. (1987). The adolescence of institutional theory. *Administrative Science Quarterly*, 493-511.

Seo, M-G., ve Creed, W. E. D. (2002). Institutional contradictions, praxis, and institutional change: A dialectical perspective. *Academy of Management Review*, 27 (2), 222-247.

Sezgin, G. (2007). * n n  dönemi (1938-1950) Türk denizciliği*. Ankara Üniversitesi Türk İnkil p Tarihi Enstit s , Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Sorge, A. (1996). *Societal effects in cross-national organization studies: Conceptualizing diversity in actors and systems*, R. Whitley ve P.H. Kristensen (Der.), The changing european firm: Limits to convergence, 67 - 86, Londra: Routledge.

Thornton, P.H. ve Ocasio, W. (1999). Institutional logics and the historical contingency of power in organizations: executive succession in the higher education publishing industry, 1958-1990. *American Journal of Sociology*, 105 (3), 801-843.

Thornton, P.H. ve Ocasio, W. (2008). Institutional logics in R. Greenwood, C. Oliver, K. Sahlin ve R. Suddaby (Ed.), *The Sage Handbook of Organizational Institutionalism* (s.99-129). Los Angeles: Sage.

Yurtoğlu, N. (2019), İnönü Dönemi'nde Türkiye'de deniz ulaşımı (1938-1950), *Belgi Dergisi*, C.2, S.18, Pamukkale Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayını, Yaz 2019/II, 1449-1474.

Wilkinson, M., Fogarty, M., & Melville, D. (1996). Organizational culture change through training and cultural immersion. *Journal of Organizational Change Management*.

Whitley, R.D. (1991). The social construction of business systems in East Asia. *Organization Studies*, 12(1): 1-28.

Whitley, R.D. (1994). Dominant forms of economic organization in market economies. *Organization Studies*, 15(2):153-182.

Whitley, R.D., (2000). *Divergent capitalisms: The social structuring and change of business systems*. Oxford: Oxford University Press: 3-116.

Otel Devremülke Karşı: Turizm Sektöründe Topluluk Ekolojisi Bağlamında Bir Araştırma⁴

Tuba VURAL AÇIKGÖZ

Afyon Kocatepe Üniversitesi

e-mail: tubavural@aku.edu.tr

Belkıs ÖZKARA

Afyon Kocatepe Üniversitesi

e-mail: bozkara@aku.edu.tr

Özet

Bu çalışmanın temel amacı; aynı alandaki farklı örgüt popülasyonları arasındaki fonksiyonel ilişkiyi ortaya koymaktır. Bu ana amaca bağlı olarak, topluluktaki popülasyonların özelliklerini analiz etmek, popülasyonların birbirleri ile olan etkileşimlerinin niteliğini ve bu etkileşimlerin örgüt formlarına nasıl yansıdığını ortaya koymaktır. Çalışmada farklı türler arasındaki ilişkinin yönünü belirlemek için kapalı bir sistemde sınırlı kaynaklar üzerinde var olan popülasyonların büyüme yolunu modellemede kullanılan Lotka-Volterra denklem sistemleri kullanılmıştır. İlişkilerin örgüt formlarına yansımaları, hibrit formların doğuşuna yol açıp açmadığını belirlemek için nitel bir araştırma deseni seçilmiştir. Çalışmada parametre tahminlerinin istatistiksel anlamlılıkları incelendiğinde Afyonkarahisar'daki termal oteller ve devremülkler arasında mutualist bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Mutualist ilişkinin hibrit örgüt formlarının doğuşuna yol açabileceği varsayımıyla yürütülen nitel araştırma süreci devam etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Topluluk ekolojisi, örgüt formu, hibrit formlar, Lotka Volterra

⁴ Bu çalışma, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Belkıs Özkara tarafından yürütülen ve devam etmekte olan Tuba VURAL AÇIKGÖZ'ün doktora tez çalışmasına dayanmaktadır.

Giriş

Örgütler arası ilişkiler, iki ya da daha fazla örgütün arasında gerçekleşen kalıcı kaynak alışverişinden, bu kaynakların akışından ve örgüt arasındaki diğer bağlantılardan oluşur (Oliver, 1990: 241). Örgüt kuramlarındaki çeşitli bakış açıları, dayandıkları kuramsal altyapılardan hareketle örgütler arası ilişkiler konusunda farklı kavramsal anlayışlar ve açıklama biçimleri oluşturmuşlardır (Daft, 2015:152). Astley ve Van de Ven (1983)'e göre örgüt kuramlarının örgütler arasındaki ilişkiler konusuna yaklaşımları, temel olarak dayandıkları yapı-eylem ikiliğindeki konumlarına ve benimsedikleri analiz düzeyine göre farklılaşmaktadır. Analiz düzeyini, tek tek örgütler, örgüt grupları, örgütlerden oluşan ağ düzenekleri veya daha geniş kapsamlı olarak örgüt toplulukları oluşturabilmektedir (Taşcı, 2015: 20-22).

Örgüt toplulukları belirli bir alandaki kaynakları kullanarak fırsatları değerlendirmek için kurulan örgütlerden oluşmaktadır. Popülasyon ekolojisinde, belirli nişte taşıma kapasitesine göre örgütlerin sayısının arttığı ve taşıma kapasitesinin sınırlarına ulaşan bir yoğunluk düzeyinde ise örgütler arası rekabetin başladığı ileri sürülür. Örgütlerin benzer koşullar altında eşbiçimli olacakları ve böylece meşruiyet kazanarak kaynaklara erişebilme fırsatlarını artıracakları da varsayılır. Öte yandan topluluktaki tüm örgütler eşbiçimli midir? Farklı formlar bir arada bulunabilir mi? Bu farklı formlardan biri baskın hale gelerek diğer formların ortadan kalkmasına yol açar mı? Ya da farklı form özelliklerinin bir araya geldiği hibrit formlar oluşabilir mi? Bu çalışma aynı alanda faaliyet gösteren, benzer kaynakları kullanan farklı formlara sahip örgüt formları arasındaki ilişkinin niteliğini belirlemeyi amaçlamaktadır. Ayrıca bu ilişkilerin niteliğinin hibrit formların doğuşuna yol açıp açmayacağı sorusuna cevap aranacaktır.

Kuramsal Arkaplan: Örgüt Toplulukları ve Topluluklararası İlişkiler

Hannan ve Freman (1989) topluluğu “karşılıklı etkileşimde bulunan popülasyonların oluşturduğu alan” olarak tanımlamaktadır. Örgütsel topluluklar, benzer faaliyetler ve benzer kaynak kullanım biçimlerine sahip örgütlerin oluşturduğu örgüt kümelerini ifade eder (Keskin vd., 2016: 305). Önder (2015)'e göre ise belirli bir coğrafi-siyasi bölgede belirli bir zaman diliminde aynı örgütsel forma sahip olan örgütler örgüt topluluklarını oluşturur. Bu bağlamda, belirli bir örgüt topluluğundan bahsedebilmek için, aynı anda iki koşul öne sürülebilir. Bunlar; örgüt topluluğunu oluşturan örgütsel formlar ile içinde bulunulan sosyal sistemin tanımlanabilir ve benzer olması gerekliliğidir (Sözür, 2017:12).

Birinci koşulda örgütsel form kavramı, topluluk içerisindeki örgütlerin benzer özelliklere sahip olmasını ifade etmek için kullanılmaktadır. Örgütsel form, çevre tarafından seçilen ya da reddedilen bir dizi özelliği ifade etmektedir. İkinci koşul olan sosyal sistem ise, örgütlerin maruz kaldıkları dışsal unsurlar ile örgütlerin birbirleriyle ilişkilerini sağlayan coğrafi ve kurumsal koşulları yansıtmaktadır (Sözür, 2017: 12). Buna göre bir örgüt topluluğundan söz edebilmek için üyeler, ortak dışsal etkiler altında olmalı ve birbirleriyle etkileşimlerinin önünde dışsal engeller olmamalıdır. Örgüt topluluklarının belirlenmesinde topluluğun içinde yer aldığı sosyal sistemin sınırları önem taşır. Örgüt topluluğunun üyeleri birbirlerinin potansiyel rakipleri olmalıdır. Bir örgütün varlığı diğer örgütler tarafından rekabetçi baskı olarak kabul edilmiyorsa, diğerleri ile aynı örgütsel forma sahip olsa da, topluluğun üyesi sayılmaz. Aynı şekilde bir topluluğun üyesi örgütler, ortak kurumsal düzenlemelere tabi olmalıdırlar. Aksi bir durumda örgüt topluluklarının birbirlerinden ayrı olarak düşünülmesi gerekmektedir (Önder ve Üsdiken, 2015: 141).

Bu çerçevede örgütlere “Bir nüfustaki hangi faktörler içsel olarak ve çevredeki hangi faktörler dışsal olarak yeni örgütlerin nüfusa girişi ve yaşamasında belirleyici olmaktadır? Benzer şekilde örgütlerin değişiminde ve başarısızlığında bu faktörler nasıl etkili olmaktadır?” şeklinde sorular yöneltilmiştir (Baum ve Singh, 1994). Bu soruların yanıtında kuramsal yönden en gelişkin yaklaşım olan örgütsel formdan yararlanılmaktadır çünkü örgütsel form örgütlerin içsel özelliklerine dayalı olarak kavramlaştırılmıştır (Önder ve Üsdiken, 2015: 139). Hannan ve Freman (1989)'nın tanımına göre örgütsel form, resmi amaçları, örgüt içi yetki ilişkilerini, ana teknolojiyi ve pazar stratejisini içeren esas özelliklerden oluşmaktadır. Bu konu kapsamında ele alınan bir diğer yaklaşımda örgütsel

formların sınırlarını çizen sosyal süreçlerdir. Yeni bir örgüt formunu tanımlayan yasal düzenlemeler gibi kurumsal süreçler, örgütlerarası ilişki ağları, örgütlerin içsel özelliklerine ve faaliyetlerine ilişkin normlar üreten toplu hareketler, teknolojik farklılaşmalar gibi ayırt edici mekanizmalara değinilmektedir. Örgütlerin yaşadıkları küçük değişimler, kurulan yeni örgütlerle doğan yenilikler ve kurumsal belirlemelerin esnemesi veya ortadan kalkması örgüt toplulukları arasındaki sınırlarda sorun yaşanmasıyla sonuçlanabilir. Örgüt topluluklarının sınırlarının belirlenmesi güçleşecektir (Önder ve Üsdiken, 2015: 139-141).

Belirli bir örgütsel forma sahip örgütlerin varlığının ortaya çıkması ve sonrasında örgüt sayısının artışı, ekolojik olarak ifade edilirse, örgütsel topluluğun yoğunluğu arttıkça topluluğu oluşturan örgüt formunun meşruiyeti artar. Meşruiyetin artması ile yeni örgüt doğumlarının ihtimali yükselir, yok olma ihtimali azalır. Çünkü bilinir olan form yenileri için hazır model işlevi görür, yeni girişimciler neleri nasıl yapmaları gerektiği konusunda çok fazla düşünmek zorunda kalmazlar. Ayrıca çevrelerinden kaynak temin etmeleri ve çevredeki güçlü aktörlerin desteğini almaları da daha kolay olur. Bir forma sahip örgütlerin yoğunluğu ne kadar çoksa insanlar bu türden örgütleri o kadar çok görürler onlar hakkında o kadar çok şey duyarlar ve o kadar çok ilişki kurarlar. Dolayısıyla çevrenin doğal unsurlarınıymış gibi görürler. Bu nedenle çok sayıda örgüt tarafından benimsenmiş bir forma sahip olan örgütlerin yenilerinin kurulma oranı daha yüksek var olanların kapanma oranı ise daha düşük olması beklenir (Önder, 2015: 91). Yeni örgüt kurulmalarının artması ve örgüt formunun yayılmasıyla müşteriler, tedarikçiler ve otoriteler tarafından koyulan sınırlar da kalkmaya başlar ve örgütsel formun sosyal kabulü gerçekleşmiş olur, meşrulaşma süreci tamamlanır ve bu noktadan sonraki kurulmaların meşruiyet üzerinde etkisi olmaz fakat rekabetin yayılmasını etkiler. Böylece örgütsel yoğunluk meşruiyet ve rekabet süreçleriyle şekillenir. Örgüt sayısının az olduğu zamanlarda öncelikli etki meşruiyet üzerine, popülasyon yoğunluğu arttıkça etki rekabet üzerinedir.

Araştırmacılara göre örgütsel yoğunluğun meşrulaştırıcı ve rekabetçi etkileri farklı evrelerde kendini hissettirir veya baskın duruma geçer. Yoğunluğun ilk evrelerinde örgütler arası rekabet düşük düzeydedir. Örgütler kendilerini meşrulaştırdıkça, bu örgüt formunu benimsemek isteyen diğer örgütler de popülasyon içerisinde var olmaya başlayacaklardır. Nedeni, bu evrede kaynaklar mevcut örgüt sayısına kıyasla boldur. Böylece yoğunluğun düzeyi artacaktır. Zaman içerisinde yoğunluk popülasyonun taşıyacağı maksimum sayıya ulaştığında, rekabet yüksek düzeyde olacaktır. Daha sonraki evrede yüksek rekabet düzeyi nedeniyle popülasyonda değişimler söz konusu olacaktır. Çünkü yoğunluktaki her artış iyice kısıtlanmış olan kaynaklar için rekabeti artırır. Rekabette geri kalan örgütler başarısızlığa uğrayarak popülasyondan çıkma, diğer bir örgütle birleşme gibi durumlar yaşayacaktır. Bütün bu durumlar sonucu yoğunluk, zamana göre göreceli olarak değişecektir (Yeloğlu, 2017: 218; Önder, 2015: 92). Dolayısıyla örgütsel yoğunluğun düşük evrelerinde meşrulaştırıcı etki baskınken, örgütsel yoğunluğun yüksek olduğu evrelerde rekabetçi etki baskındır. Bu bağlamda yoğunluğun düşük olduğu evrelerde yoğunluktaki artışlar örgüt kurulma oranını artırır ve kapanma oranını azaltır. Yoğunluğun yüksek olduğu evrelerde yoğunluktaki her artış kurulma oranını azaltır, kapanma oranını artırır. Örgütsel evrim üzerinde yoğunluğun etkisi koşullara yani popülasyon büyüklüğüne bağlıdır. Düşük yoğunlukta, yoğunluğun kurulma oranları üzerinde pozitif etkisi vardır. Yoğunluğun yüksek olduğu durumlarda ise yoğunluk kurulma oranları üzerinde negatif etkiye sahiptir (Hannan ve Carroll, 1992: 75).

Rekabet ve meşrulaşma tek tek örgüt topluluklarının içsel dinamiklerini açıkladığı gibi örgüt toplulukları arasında kurulma kapanma oranlarına da açıklık getirmektedir. Örgüt topluluklarının benzer formlara sahip oldukları durumlarda topluluklardan birinin yoğunluğundaki artışın diğerinin örgüt formunu da meşrulaştırması, dolayısıyla diğer forma sahip örgütlerin kurulma oranını da artırması beklenir. Bunun olabilmesi için önemli olan koşul, örgüt topluluklarının farklı kaynaklardan besleniyor olmasıdır. Eğer benzer formlara sahip topluluklar aynı zamanda aynı kaynaklardan besleniyorsa birinin yoğunluğundaki artış diğerinin üzerinde hem meşrulaştırıcı hem de rekabetçi etkiler gösterecektir. Birbirlerine zıt formlara sahip olan örgüt topluluklarının yoğunluklarındaki artışlar da bu topluluklara üye örgütlerin kurulma ve kapanma oranlarını etkileyebilir. Bir örgüt topluluğu büyüdükçe kendisinininkine rakip formları benimseyen örgütlerin hayatta kalmalarını güçleştirici hatta ortadan kaldırmaya yönelik tedbirler alır. Örneğin, onlara kaynak verilmemesini veya devletten bu örgüt formunun yasaklanmasını isteyebilir. O nedenle bunlardan birinin yoğunluğundaki

artış değerinin meşruiyetini yitirmesiyle ve buna bağlı olarak, rakip formu benimseyen örgütlerin kurulma olasılığının azalması, kapanma olasılığının artması ile sonuçlanır (Önder, 2015: 939).

Önder ve Üsdiken (2015), birbirine benzer örgütsel formlara sahip ve aynı coğrafi, siyasi, kurumsal sınırlar içindeki toplulukların birbiriyle ilişkili olabileceklerini belirtmişlerdir. Buna göre herhangi birindeki yoğunluğun gelişmesi diğer topluluklardaki yoğunluğu etkileyebileceği gibi aynı şekilde benzer formlara sahip, farklı coğrafi, siyasi ve kurumsal sınırlar içinde faaliyet gösteren fakat birbiriyle etkileşim içinde olan topluluklardaki yoğunluğunda da birbirini etkileyeceğini ifade etmişlerdir. Bur çerçevede iki önerme ileri sürülebilir: Birincisi, farklı bir sosyal sistemde yerleşik örgütlerdeki yoğunluk artışlarının başka bir ülkede onlarla aynı forma sahip örgütler üzerinde meşrulaştırıcı bir etki yaratacağı, rekabetçi bir baskı yaratmayacağıdır. İkincisi ise sınır ötesi meşrulaştırıcı güçlerin etkilerini rekabetçi güçlerin etkilerinden daha önce hissettirecekleridir.

Etkileşim, popülasyonların birbirlerine olan karşılıklı bağımlılığını tayin edici bir özelliktir. Bu özellik öncelikle popülasyonun kendi yoğunluğuna ve popülasyon içindeki örgütlerin karakteristik özelliklerine daha sonra da popülasyonların sahip oldukları kaynaklara göre değişkenlik gösterecektir (Staber, 1992). Popülasyonların bağımlılık açısından birbirlerinin yaşamlarında yarattıkları etkiler, yaşamlarını devam ettirici veya yaşamlarını sonlandırıcı bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte, popülasyonda farklı formlarda bulunan örgütler kendi aralarında bağımlılık seviyesini de farklı şekilde düzenleyebilir.

Barnett ve Carroll'a (1987:400-402) göre, mikro bağlamda, örgütlerin popülasyonda kendi yaşamları göz önünde bulundurulduğunda birbirlerinden olumlu veya olumsuz yönde etkilenmektedirler. Negatif yöndeki bir etkilenme örgütler arasında rekabete neden olabileceği gibi, pozitif etkilenme ise fayda sağlayıcı nitelik taşımaktadır. Eğer, popülasyonlar birbirlerini sahip oldukları aktivitelerin benzerliği yönünden tamamlıyorlarsa ortak yaşarlık (symbiosis), farklı aktiviteler yönünden tamamlıyorlarsa karşılıklı yaşama (mutualism) özelliklerine sahiptirler. Karşılıklı yaşam ve rekabet ise kendi aralarında doğrudan ve "yayıma bağlı" (diffuse) olarak ikiye ayrılmaktadır. Doğrudan karşılıklı yaşam durumu, iki örgütün birbirine göre üstün yanları var olup, bu yanlar her iki örgütün karşılıklı çıkarı için kullanılıyorsa ortaya çıkmaktadır. Yayılıma bağlı karşılıklı yaşam durumu ise, her örgütün kendine has özellikleri, diğer örgütlerin varlığını sürekli kılıyorsa ortaya çıkmaktadır. Direkt rekabet, örgütlerin var olan aynı kaynağa diğerlerinden daha çabuk ve daha fazla ulaşma isteklerinden doğan rekabet türü iken; yayılıma bağlı rekabet, kısıtlı kaynaklara ulaşmak isteyen ve benzer örgütlenme tarzı gösteren örgütler arasında oluşmaktadır. Örgütlerin bu bağımlılık derecelerine bağlı değişen davranışları, sahip oldukları kesime, popülasyonun yoğunluğuna ve dinamiklerine göre de değişkenlik göstermektedir.

Popülasyonlarda bulunan örgütler arasındaki bağımlılığın rekabete göre değişen düzeyleri farklı yazarlarca (Rao, 2002:545; Brittain ve Wholey, 1988:200) ele alınarak "ortak yaşarlık" (symbiosis), "kommensalizm" (commensalizm), "karşılıklı yaşam" (mutualism), "ilgisizlik" (neutrality), "kısmi rekabet" (partial competition) ve "tam rekabet" (full competition) olarak tanımlanmıştır. Tam rekabette, her iki popülasyonun yoğunluğundaki artış, diğer popülasyondaki örgütsel kurulma oranını azaltmaktadır. Kısmi rekabet ise, bir popülasyonun yoğunluğundaki artış diğer popülasyonun kurulma oranını azaltmakta, ancak diğer popülasyonun yoğunluğundaki artış etkileşim halinde bulunan popülasyonun kurulma oranı üzerinde bir etki yaratmadığı zaman ortaya çıkmaktadır. Nötr türü etkileşimde, her iki popülasyon yoğunluğundaki artış, kurulma oranı üzerinde artırıcı veya azaltıcı yönde bir etkiye sahip değildir. Kommensalizm türü etkileşimde, bir popülasyonun yoğunluğundaki artış diğer popülasyonun kurulma oranını artırmakta, ancak diğer popülasyonun yoğunluğundaki artış etkileşim halinde bulunan popülasyonun kurulma oranı üzerinde bir etkiye sahip olmamaktadır. En son olarak karşılıklı yaşam türündeki etkileşimde ise, her iki popülasyonun yoğunluğundaki artış, diğer popülasyondaki örgütsel kurulma oranını artırıcı etkiye sahip olmaktadır.

Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Çalışanın temel amacı; aynı popülasyonu oluşturan örgütler arasındaki fonksiyonel ilişkiyi ortaya koymaktır. Bu ana amaca bağlı olarak, topluluktaki popülasyon özelliklerini analiz etmek, toplulukların birbirleri ile olan etkileşimlerini (örgütler arasında kaynak ilişkisinin nasıl olduğu), bu

etkileşimlerin popülasyonlardaki örgütsel kurulma oranlarını nasıl etkilediği de tezin kapsamında araştırılacaktır. Çalışmanın amacı doğrultusunda geliştirilen araştırma soruları şunlardır:

- 1) Topluluklarda paylaşılan kaynaklar popülasyonlar arasındaki bağımlılık derecesini nasıl değiştirmektedir?
- 2) Bu değişim pozitif yönde bir bağımlığa mı yoksa negatif yönde rekabete mi neden olmaktadır?
- 3) Toplulukların birbirleri ile olan etkileşimleri (örgütler arasında kaynak ilişkisinin nasıl olduğu) nedir? Bu etkileşimlerin popülasyonlardaki örgütsel kurulma oranlarını nasıl etkiler?
- 4) Topluluktaki farklı örgüt formları arasındaki ilişkiler iki formun özelliklerini taşıyan hibrit formların doğuşuna neden olabilir mi?

Araştırma, zaman ve maliyet kısıtları ve ülkemizde veri elde etme zorluğu nedeniyle, turizm sektöründe alternatif turizm türlerinden sağlık turizmine yönelik termal otel işletmeleri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Son dönemlerde çağdaş termal turistik işletmelerinin Afyonkarahisar, Pamukkale, Bursa, Kızılcadam gibi lokasyonlarda daha iyi niteliklerle açıldığı bilinmektedir. Araştırma için elde edilecek verilerin ulaşımı ve maliyet açısından sadece Afyonkarahisar ili tercih edilmiştir. Elde edilen veriler Lotka-Volterra modeliyle test edilmiştir. Dördüncü araştırma sorusu için nitel bir araştırma deseni benimsenmiştir. Veri toplamak için nicel araştırma için belirlenen örneklemdeki otel ve devremülklerin üst düzey yöneticileriyle derinlemesine görüşme yoluyla veri toplanacaktır. Nitel araştırma deseninde veri toplama süreci devam etmektedir.

Kapalı bir sistemde sınırlı kaynaklar üzerinde var olan popülasyonların büyüme yolunu modellemede kullanılan Lotka-Volterra denklem sistemleri iki tür arasında, ilişkinin yönünü belirlemek için kullanılacaktır. Çalışmada gerekli görülen kısımlarda ise betimsel yöntem, içerik analizi ve tartışma yöntemleri kullanılması planlanmaktadır.

Av-avcı denklemleri olarak da bilinen Lotka-Volterra denklemleri, biri av, diğeri avcı olmak üzere iki türün etkileştiği biyolojik sistemlerin dinamiklerini tanımlamak için sıklıkla kullanılan bir çift birinci dereceden doğrusal olmayan diferansiyel denklemlerdir (Novozhilov, 2015:88; Taşdemir, 2016: 6). Denklemler, kapalı bir sistemde sınırlı kaynaklar üzerinde var olan popülasyonların büyüme yolunu modellemektedir (Hannan ve Freman, 1977: 961). Diğer bir ifadeyle biyolojik yaşam formları arasındaki ilişkileri modelleyen Lotka-Volterra denklem sistemi ile “avcı” durumunda olan canlı türü ve bu canlının besin kaynağı olan “av” arasındaki popülasyon dinamikleri açıklanmaktadır (Wang ve Wang 2016:38; Atay vd., 2007:2).

Lotka-Volterra modeli, 1950'lerde Alfred Lotka ve Vito Volterra tarafından yürütülen çalışmalarda, doğanın ekolojik yasasını belirlemek için önerilen avcı ve avın farklı denklemlerine dayanılarak inşa edilip, iki veya daha fazla rakip arasındaki bir ortamda oluşturulan etkileşimli ilişkiyi ele almaktadır (Dang vd., 2016: 5).

Lotka-Volterra denklemleri, her ne kadar Carroll (1981) 'un ulusal eğitim sistemlerinde örgütsel genişlemeye ilişkin çalışmasına kadar ampirik araştırmalarda uygulanmasa da hem organizasyonel gelişimi hem de organizasyonların nüfus artışını temsil etmek için, başlangıçta Hannan ve Freeman (1977) tarafından büyüme modeli olarak önerilmiştir. Kuruluşların nüfus ekolojisine ilişkin önceki araştırmaların çoğu, çoklu nüfus modellerine dayanmaktadır ve çoğu zaman, bunlar Lotka-Volterra modeli olarak adlandırılan lojistik model ile doğrusal kısmi uyum modelinin çok değişkenli uzantılarıdır. Bu modellerin odak noktası, organizasyon biçimleri arasındaki tüm ilişkileri uygun bir şekilde özetleyen rekabet matrisidir; pozitif işaretler simbiyotik ilişkileri, negatif işaretler rekabetçi ilişkileri gösterir (Carroll, 1984:87).

Nielsen ve Hannan (1977), Kuruluşların toplam nüfus büyüklüğüne odaklanıp, 1950-1970 döneminde ulusal eğitim sistemlerinde kayıtların genişlemesini örgütlerin nüfus ekolojisi açısından inceledikleri araştırma sonucunda, nüfus içi rekabet mekanizmaları nedeniyle örgütsel stratejilerdeki bireysel farklılıklardan bağımsız, basit bir dinamik eğitimsel büyüme modeli önerisi geliştirmişlerdir. Bu araştırmanın iddialarını yeniden inceleyerek çalışmasına başlayan Carroll (1981), geliştirdiği modelin en çarpıcı farklılığının, lojistik genişleme sürecini belirtmesi olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca

elde ettiği sonuçların, Hannan ve Freeman (1977) ve Aldrich'in (1979) lojistik tabanlı Lotka-Volterra denklemlerini organizasyonel büyüme ve ekoloji çalışması için kullanma önerilerine önemli ölçüde güç sağladığını belirtmiştir. Son olarak Lotka-Volterra modelinin daha genel olduğunu ve bu çalışmada kullanılan tekniklerin daha uygun bir tahmin stratejisi olabileceğini eklemiştir. Gönüllü kuruluşların niş boyutlarına ilişkin yenilikçi bir çalışma yapan, McPherson (1983), Lotka-Volterra modeli için alternatif bir tahmin prosedürü önermiştir. Ruef (2000), topluluk ekolojisi düşüncesine dayanarak, örgütsel biçimlerin kimliklerindeki farklılıkları ölçmeyi amaçladığı çalışmasını sağlık sektöründe 48 organizasyon biçimine uygulamıştır. Araştırmasında organizasyonlar arasında rekabeti ve simbiyozu içeren daha ayrıntılı form ortaya çıkma modellerini ele almıştır. Bunun için Standart Lotka-Volterra örgütsel ekoloji modelini kullanarak, bireysel örgütsel popülasyonlardaki birinci dereceden büyüme süreci ile ikinci dereceden formun ortaya çıkış süreci arasında bir benzetme yaparak çalışmasına başlamıştır. Modis (1997), araştırmasında sınırlı bir büyüme alanında rakipler arasındaki dinamik rekabet ilişkisini ortaya çıkarmak için Lotka-Volterra modelini kullanarak, her iki taraf arasında rekabet eden modeller ortaya koymuştur. Aynı niş içinde birden fazla rakip olduğunda, aralarındaki etkileşimi, yani birinin büyüme hızının diğerinin varlığına nasıl bağlı olduğunu hesaplamak için şu şekilde denklem kurmuştur:

$$dX/dt = a_1X + b_1X^2 + c_1XY$$

$$dY/dt = a_2Y + b_2Y^2 + c_2YX$$

Lotka-Volterra denklemlerinde, X ve Y, t zamanında rekabet eden iki türün popülasyonlarıdır; X^2 ve Y^2 , kendisiyle etkileşime giren aynı türlerdir; ve XY ve YX, farklı tür etkileşimleridir. Her denklemin, çevredeki iki rakibin mevcut büyüme durumunu açıklamak için üç parametresi vardır; bunların arasında, ilk parametre a_i , türün kendisinin büyüme kapasitesini temsil eder. İkinci parametre b_i , tür i için niş boyutuyla ilgili niş kapasitesinin sınırlayıcı parametresidir. Üçüncü parametre c_i , iki tür arasındaki rekabet oranını temsil eder. Modis (1999), bu üç parametrenin pazardaki ürün büyümesini etkileyen üç temel faktör olduğunu ve sırasıyla (a) ürün çekiciliğini, (b) pazar nişinin büyüklüğünü ve (c) etkileşimin doğasını temsil ettiğini varsaymıştır. Modis (1999;2013), Tablo 1'de gösterildiği gibi, rekabetçi rol türlerini c_i parametrelerinin işaretlerine göre sınıflandırmıştır.

Genel olarak bir türün etkisi, diğer türün nüfusunu arttırmak veya azaltmak şeklindedir. Böylece iki tür arasında altı tip etkileşim oluşur. Bunlar sembol kümesi ile gösterilirse; + -, + +, - -, - 0, +0, 00 durumlarıdır. Eğer her iki nüfus birbirinin nüfusunu azaltıyorsa (- -) etkileşimi olur. Bu durumdaki ekolojik etkileşim yarışma (rekabet) olarak adlandırılır. Örneğin her iki türün de aynı kaynağı kullandığı etkileşim bir yarışmadır. Eğer bir tür diğer türü azaltıyorsa, bu tip etkileşim de (+ -) veya (- +) etkileşimi olup av-avcı etkileşimi olarak adlandırılır. Eğer her iki nüfus birbirinin nüfusunu arttırıyorsa (+ +) etkileşimine sahiptir. Bu durumdaki ekolojik etkileşime ortaklık adı verilir. Eğer tek taraflı yarar varsa ve herhangi birini olumsuz anlamda etkilemiyorsa, bu tip etkileşim (+0) kommensalizm olarak adlandırılır. Eğer türlerden biri zarar görüp diğer tür bu durumdan hiç etkilenmiyorsa, bu tip etkileşim de (-0) amensalizm olarak adlandırılır. Türler arasında herhangi bir etkileşim yoksa (00) bu tip etkileşim ise nötralizm olarak adlandırılır. Bunlar Tablo 1'de tablolatırılmıştır.

Lotka-Volterra sistemleri son yıllarda, sosyal ekonomi, sosyal nüfus kontrolü, farklı ürünler veya pazarlar arasındaki rekabetçi ilişkilerin analizlerinde de kullanılmaya devam edilmiştir (Dang vd., 2016: 5; Wang ve Wang 2016:38). Lopez ve Sanjuan (2001) Lotka-Volterra rekabet denklemlerine dayalı olarak, bir web sitesinin dinamik rekabet davranışı modelini analiz etmiştir. Bu basit modelden ortaya çıkan en önemli sonuçlardan biri, siteler arasındaki işbirliği ve rekabetle ilgili bazı beklenmedik olayların ortaya çıkmasıdır. Maurer ve Huberman (2003), web siteleri arasındaki rekabet etkilerini ve pazarların doğasını nasıl etkilediğini belirlemek için Lotka-Volterra denklemleri kullanarak dinamik bir web sitesi büyüme modeli önermişlerdir. Lee ve diğ. (2005), Kore borsasında rekabet eden iki piyasa olan Kore Menkul Kıymetler Borsası (KSE) ile Kore Menkul Kıymet Saticıları Otomatik Fiyat Teklifi (KOSDAQ) arasındaki dinamik rekabet ilişkisini, 1997-2001 döneminde KSE ve KOSDAQ'nun günlük ampirik endeks verileri kullanılarak, analiz etmiş ve KSE'nin KOSDAQ'ın ortaya çıkmasından sonra bir av gibi davrandığı iki pazar arasında bir avcı-av ilişkisi olduğu sonucunu

elde etmişlerdir. Ayrıca bu etkileşim, simbiyotik ilişkiye ve nihayet saf rekabet ilişkisine dönüştüğü, rekabet ilişkisinin zamanla değiştiği bulgular arasındadır.

Tablo 1. c_1 Ve c_2 'Nin İşaretlerine Göre İlişki Türleri

α_{12}	α_{21}	İlişki	Açıklama
-	-	Saf Rekabet	Her iki türünde birbirinin varlığından muzdarip olduğunu ifade eder. Her iki konaklama yerinin aynı pazar talebi için rekabet ettiklerinden dolayı sıkıntı yaşadığını gösterir.
+	+	Mutualist	Her iki türün birbirinden faydalandığını ifade eder. Piyasa perspektifinde kazançların paylaşıldığı ve bir konaklama yerinin varlığının diğerine zarar vermediği, karşılıklı olarak avantajlı (kazan-kazan) bir evrimsel süreci gösterir.
+	-	Av – Avcı	Pazardaki konaklama yerlerinden birinin diğerinin zararına fayda sağlamaktadır. Yani konaklama yerlerinden biri diğerinin pahasına kazanır. (X_2 , X_1 için av rolünü üstlenir.)
-	+	Av – Avcı	Pazardaki konaklama yerlerinden birinin diğerinin zararına fayda sağlamaktadır. Yani konaklama yerlerinden biri diğerinin pahasına kazanır. (X_1 , X_2 için av rolünü üstlenir.)
-	0	Amensalizm	Türlerden birinin etkilenmediği, diğerinin ise zarar gördüğü etkileşimdir. Yani konaklama yerlerinden biri diğeri tarafından hissedilen çok az fayda olsa dahi; diğerinin varlığı tarafından engellenir.
+	0	Komensalizm	Aynı pazarda yer alan konaklama yerlerinden biri yarar sağlarken; diğerinin etkilenmemesi durumudur. Burada popülasyonlardan biri diğerini etkilemeden fayda sağlamaktadır.
0	0	Tarafsızlık	Aralarında etkileşimin olmadığını ifade eder.

Kim ve diğ. (2006), Kore'de cep telefonu pazarındaki dinamik rekabet ilişkisinin özellikleri, pazar talebini tahmin etmek için rekabetçi difüzyon modeli olan Lotka-Volterra modeli kullanmışlardır. Araştırmalarında, Kore cep telefonu pazarındaki rekabetçi ilişkinin, PCS pazarının cep telefonu pazarının varlığından yararlandığı, cep telefonu abone sayısının PCS pazarından pek etkilenmediği bir tür komensalizm ilişki sergilediği sonucunu elde etmişlerdir. Chiang ve ark. (2008), Tayvan'daki kişisel bilgisayar (PC) gönderilerinin yenilikçi büyümesini araştırmıştır. Masaüstü ve dizüstü bilgisayar gönderileri arasındaki dinamik rekabet ilişkisini Lotka-Volterra modelini kullanarak analiz etmişlerdir. Buna göre PC pazarında masa üstü ve dizüstü bilgisayarlar arasındaki ilişkinin saf rekabet olduğu ortaya konulmuştur. Chiang (2012), Tayvan'da üretilen 200 mm ve 300 mm silikon levhaların alanının büyümesini araştırmış ve 200 mm silikon levhalar ve 300 mm silikon levhalar arasındaki rekabetçi ilişkinin dinamik büyümesi analizini gerçekleştirmiştir. İki tür arasında avcı-av ilişkisi olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca 200 mm silikon levhalar ve 300 mm silikon levhalar için kararlı bir denge durumu olduğunu tespit ederek 200 mm'lik av nesli tamamen kaybolmadığını; 300 mm avcı neslin yanında sabit bir pazara yerleştiğini ifade etmiştir.

Lotka-Volterra sistemleri kullanımının, turizm alanında da literatürde yerini aldığı gözlenmektedir. Dang ve diğ. (2016), çeşitli güncel tahmin yöntemlerinin öngörülen performansını belirlemek ve uygulamalarını incelemek amacıyla üstel düzeltme modeli, GM(1,1) ve değiştirilmiş Lotka Volterra modelini kullanmışlardır. Amaçları, 2001'den 2013'e kadar Asya'daki altı (Tayland, Singapur, Malezya, Kore, Tayvan ve Hindistan) varış noktasına gelen medikal turist sayısına dayanarak gelecek yıllara ilişkin tahmin yapmaktır. Sonuçlar Lotka Volterra modelinin, diğer iki modelden daha yüksek tahmin gücüne sahip olduğunu göstermiştir. Romano (2016), üç İtalyan bölgesi (Campania, Puglia and Liguria) arasındaki turistik akışlar açısından etkileşimi analiz etmiştir. Bu bölgelerin sadece birbirleriyle rekabet etmekle kalmayıp, aynı zamanda ortaklık içinde ilerlediklerini de ifade etmiştir. Lo ve Lin (2017), Tayvan'daki üç güney açık deniz adasının (Ludao, Lanyu ve Küçük Liuqiu) ziyaretçi hacmini tahmin etmek için modeli kullanmışlardır.

Bu çerçevede, aynı popülasyonu oluşturan örgütler arasındaki fonksiyonel tamamlayıcılık ilişkisini ortaya koymayı amaçlayan bu çalışma, teknik bakış açısından ziyade topluluk düzeyinde örgütler arası ilişkileri tamamlayıcı, destekleyici ve rekabetçi bakış açısıyla görme imkanı sağlayacağı düşünüldüğü için özgün ve önemlidir.

Bulgular

Bu çalışmada 1993:Q1-2021:Q4 dönemleri arasında Afyon ilinde bulunan otel ve devre mülklerin yoğun olduğu 4 bölge ele alınmıştır. Bölgelerdeki tesis sayına ilişkin veriler kullanılarak Lotka-Volterra modeli yardımıyla otel ve devre mülklerin rekabet durumu araştırılmaktadır.

Geleneksel Lotka-Volterra modelinin gösterimi aşağıdaki gibidir:

$$\frac{dX_1(t)}{dt} = X_1(t) * (\alpha_{10} + \alpha_{11}X_1(t) + \alpha_{12}X_2(t)) = \alpha_{10}X_1(t) + \alpha_{11}X_1(t)X_1(t) + \alpha_{12}X_2(t)X_1(t) \quad (1)$$

$$\frac{dX_2(t)}{dt} = X_2(t) * (\alpha_{20} + \alpha_{21}X_1(t) + \alpha_{22}X_2(t)) = \alpha_{20}X_2(t) + \alpha_{21}X_1(t)X_2(t) + \alpha_{22}X_2(t)X_2(t) \quad (2)$$

Burada X_1 ve X_2 devre mülk ve otel tesis sayısını; $\frac{dX_1(t)}{dt}$ ve $\frac{dX_2(t)}{dt}$ X_1 ve X_2 t zamanındaki büyüme oranlarını göstermektedir. $X_1(t)$ ve $X_2(t)$ sırasıyla X_1 ve X_2 'nin t zamanına kadar olan kümülatif ölçekleridir. $X_1(t)X_1(t)$ ve $X_2(t)X_2(t)$ kendisiyle etkileşime giren aynı popülasyonu ifade ederken; $X_1(t)X_2(t)$ ve $X_2(t)X_1(t)$ birbiriyle etkileşime giren iki popülasyonu belirtmektedir. $i, j = 1, 2$ için α_{ij} iki popülasyonun rekabetini ve iş birliğini belirlemede kullanılmaktadır. α_{10} ve α_{20} sırasıyla $X_1(t)$ ve $X_2(t)$ 'nin içsel büyüme oranlarını temsil eden lojistik parametrelerdir. α_{11} ve α_{22} sırasıyla $X_1(t)$ ve $X_2(t)$ 'nin niş kapasitesinin sınırlama parametreleridir. Değişkenler arasındaki olası içsellik dikkate alındığında α_{12} ve α_{21} iki popülasyonun birbirini nasıl etkilediğini temsil eden etkileşim parametreleridir.

Etkileşimin türü hakkında bilgi veren α_{12} ve α_{21} katsayılarının işaretine göre popülasyonlar arasında üç tür etkileşim ilişkisi mevcuttur: iş birliği, rekabet, av-avcı. İş birliği ve rekabet ilişkileri kendi içerisinde iki alt kategoriye ayrılmaktadır. Popülasyonların etkileşim durumlarına ait ilişki türleri Tablo 1'de sunulmaktadır.

Lotka-Volterra modeline ait Denklem (1) ve Denklem (2) sürekli-zamanlı modeller olduğundan ve bu çalışmada konaklama tesis sayısına ait verilerin ise kesikli-zamanlı olduğundan dolayı sürekli Lotka-Volterra modeli kesikli (ayrık) zamanlı bir versiyona dönüştürülmesi gerekmektedir (Leslie, 1958). Ayrıklaştırma işlemi için Leslie'nin yöntemi kullanılmıştır. Yukarıda verilen denklem (1) ve denklem (2)'nin ayrık zamanlı formu aşağıdaki gibi ifade edilebilir:

$$X_1(t+1) = \frac{\beta_{10}X_1(t)}{1-\beta_{11}X_1(t)-\beta_{12}X_2(t)} \quad (3)$$

$$X_2(t+1) = \frac{\beta_{20}X_2(t)}{1-\beta_{21}X_1(t)-\beta_{22}X_2(t)} \quad (4)$$

Denklem (3) ve Denklem (4)'teki $i = 1, 2$ için β_{ii} ve β_{i0} sadece i 'inci türün varlığındaki (sadece tek türün varlığında) lojistik parametrelerdir. β_{12} ve β_{21} iki tür arasındaki ilişkinin ilgili büyüme oranları üzerindeki etkisinin derecesini ifade etmektedir. Denklem (1) ve (2)'deki parametreler ile Denklem (3) ve (4)'teki parametreler arasındaki ilişki Denklem (5)'te gösterilmektedir.

$$\alpha_{i0} = \ln\beta_{i0}; \alpha_{ij} = \frac{\beta_{ij}\ln\beta_{i0}}{\beta_{i0}-1}; i, j = 1, 2 \quad (5)$$

Burada β_{i0} bire eşit olmadığında $\frac{\ln\beta_{i0}}{\beta_{i0}-1}$ her zaman pozitif olduğundan dolayı α_{ij} işareti β_{ij} 'nin işaretiyle aynıdır. Regresyon hesaplamalarını yapmak için Denklem (3) ve (4) aşağıdaki denklem formlarına dönüştürülür:

$$\frac{X_1(t)}{X_1(t+1)} = \frac{1}{\beta_{10}} - \frac{\beta_{11}}{\beta_{10}} X_1(t) - \frac{\beta_{12}}{\beta_{10}} X_2(t) \quad (6)$$

$$\frac{X_2(t)}{X_2(t+1)} = \frac{1}{\beta_{20}} - \frac{\beta_{21}}{\beta_{20}} X_1(t) - \frac{\beta_{22}}{\beta_{20}} X_2(t) \quad (7)$$

Denklem (6) ve (7)'daki terimler aşağıda verilen denklem formlarına dönüştürülür:

$$Y_1(t) = c_{10} + c_{11}X_1(t) + c_{12}X_2(t) \quad (8)$$

$$Y_2(t) = c_{20} + c_{21}X_1(t) + c_{22}X_2(t) \quad (9)$$

Burada $i = 1,2$ için $Y_i(t) = \frac{X_i(t)}{X_i(t+1)}$; $c_{i0} = \frac{1}{\beta_{i0}}$; $c_{i1} = -\frac{\beta_{i1}}{\beta_{i0}}$; $c_{i2} = -\frac{\beta_{i2}}{\beta_{i0}}$ eşittir. Doğrusal en küçük kareler tahmin yöntemi kullanılarak Denklem (10) ve (11)'deki parametrelerin tahminleri yapılmaktadır. Elde edilen katsayı tahminlerinin istatistiksel olarak anlamlı olması bir bölgedeki otel ve devre mülk tesis sayısının birbirini nasıl etkilediğinin ortaya konulmasına yardımcı olmaktadır.

Lotka-Volterra modeli yardımıyla 4 bölgedeki tesis sayına ilişkin veriler kullanılarak otel ve devre mülklerin rekabet durumu sonuçları Tablo 2'de sunulmaktadır.

Tablo 2. Otel ve Devre Mülk Rekabet İlişkisi Sonuçları

	AFYON
Parametreler	X ₁ : Devre mülk X ₂ : Otel
Denk.(8) - Denk.(9)	
c ₁₀	0.700509 (1.061613)
c ₁₁	0.176333*** (3.339220)
c ₁₂	-0.418470** (-2.281294)
R ²	0.132
F _{ist}	8.310***
c ₂₀	-0.214399 (-1.368333)
c ₂₁	-0.027615** (-2.202274)
c ₂₂	0.196442*** (4.509923)
R ²	0.322
F _{ist}	25.933***
Denk.(3) - Denk.(4)	
β ₁₀	1.42753
β ₁₁	-0.25172
β ₁₂	0.59738
β ₂₀	-4.66420
β ₂₁	0.12880
β ₂₂	0.91625
Denk.(1) - Denk.(2)	
α ₁₀	0.35595
α ₁₁	-0.20957
α ₁₂	0.49736
α ₂₀	-1.53992
α ₂₁	0.03502
α ₂₂	0.24910

Not: Parantez içindeki değerler t istatistik değerleridir. *, **, *** sırasıyla %10, %5 ve %1 anlamlılık düzeylerini göstermektedir.

Bulguların değerlendirilmesi ve tartışma

Afyonkarahisar merkezindeki örgüt topluluğuna ait Lotka-Volterra model tahmini:

$$\frac{dX_1(t)}{dt} = X_1(t) * (0.35595 - 0.20957X_1(t) + 0.49736X_2(t)) \quad (10)$$

$$\frac{dX_2(t)}{dt} = X_2(t) * (-1.53992 + 0.03502(t) + 0.24910X_2(t)) \quad (11)$$

Denklem (8) ve Denklem (9)' a ait parametre tahminlerinin istatistiksel anlamlılıkları incelendiğinde devre mülke ait modelde c_{10} katsayı tahmini istatistiksel olarak anlamsız iken; c_{11} katsayı tahmini %1 ve c_{12} katsayı tahmini %5 anlamlılık düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Benzer şekilde otele ait tahmin modelinde c_{20} katsayı tahmini istatistiksel olarak anlamsız iken; c_{21} katsayı tahmini %5 ve c_{22} katsayı tahmini %1 anlamlılık düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Tablo 2'deki α_{10} içsel büyüme oranları pozitif iken α_{20} içsel büyüme oranları negatiftir. α_{11} ve α_{22} niş kapasite sınırlamaları sırasıyla -0.20957 ve 0.24910 olarak tahmin edilmiştir. Niş kapasitesinin devre mülkler üzerinde engelleyici bir etkiye sahip iken oteller üzerinde teşvik edici etkiye sahip olduğunu göstermektedir. α_{12} ve α_{21} etkileşim katsayıları ise sırasıyla 0.49736 ve 0.03502 olarak tahmin edilmiştir. Katsayıların işaretleri pozitiftir. Elde edilen bulgular doğrultusunda Afyonkarahisar bölgesindeki devre mülk ve oteller arasında mutualist bir ilişki olduğunu, her iki türün birbirinden faydalandığını göstermektedir. Başka bir ifadeyle, piyasa perspektifinde kazançların paylaşıldığı ve bir konaklama yerinin varlığının diğerine zarar vermediği karşılıklı olarak kazan-kazan prensibine dayalı bir yaklaşım benimsendiği dikkat çekmektedir.

Kaynakça

- Aldrich, Howard E. (1979). Organizations and Environments. En-glewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Astley, W.G., Van de Ven, A. H. (1983). Central perspectives and debates in organization theory. Administrative Science Quarterly, 28:254-273.
- Atay, M.T., Özyazıcıoğlu, M., Coşkun, S. B. (2007). Değişken Katsayılı Avcı-Av Probleminin Varyasyonel, XX. Ulusal Matematik Sempozyumu, Erzurum.
- Barnett P., Carroll G. (1987). Competition And Mutualism Among Early Telephone Companies. Administrative Science Quarterly, 32: 400-421.
- Baum, J. A. C., Singh, J. V. (1994). "Organizational Niches And The Dynamics Of Organizational Mortality. American Journal Of Sociology, 100: 346-380.
- Brittain, J., Wholey, D. (1988). Competition And Coexistence İn Organizational Communities: Population Dynamics İn Electronics Components Manufacturing.
- Carroll, G. R. (1981). Dynamics of organizational expansion in national systems of education. Am. Sociol. Rev. 46:585-99.
- Carroll, G.R. (1984). Organizational ecology', Annual Review of Sociology, 10: 71-93.
- Chiang, S. Y., Wong, G. G., Li, Y., & Yu, H. C. (2008). A dynamic competition analysis on the personal computer shipments in Taiwan using lotka-volterra model, 1412-1417.
- Chiang, SY (2012). An application of Lotka-Volterra model to Taiwan's transition from 200 mm to 300 mm silicon wafers, Technological Forecasting & Social Change, 79 (2), 383-392.
- Daft, L. R, (2015), "Örgütler Arası İlişkiler", Örgüt Kuramları Ve Tasarımını Anlamak, (Çev.), Ömür, N. Timurcanday Özmen (Ed.), Nobel Kitap, Ankara.

- Dang H.S., Huang Y.F., Wang C.N., Nguyen T.M.T. (2016) An Application of the Short-Term Forecasting with Limited Data in the Healthcare Traveling Industry. *Sustainability* 8(1037):1-14.
- Hannan, M. T. , Freeman, J. (1977). The population ecology of organizations. *Am. J. Sociol.* 82:929—64.
- Hannan, M. T., J. Freeman. (1989). *Organizational Ecology*. Harvard University Press.
- Hannan, M. T., Carroll, G. R. (1992). *Dynamics Of Organizational Populations*. NewYork: Oxford University Press.
- Keskin, H., Akgün, A. E., Koçoğlu, İ. (2016). *Örgüt Teorisi*, 1. Baskı, Nobel Yayıncılık: Ankara.
- Kim J., D.J. Lee, J. Ahn, (2006). A dynamic competition analysis on the Korean mobile phone market using competitive diffusion model, *Comput. Ind. Eng.* 51(1), 174–182.
- Lee, S.J., Lee, D.J., Oh, H.S., (2005). Technological forecasting at the Korean stock market: A dynamic competition analysis using Lotka–Volterra model. *Technol. Forecast. Soc. Chang.* 72 (8), 1044–1057.
- Leslie, P. H. (1958).“A Stochastic Model for Studying the Properties of Certain Biological Systems by Numerical Methods”, *Biometrika* , Vol. 45, No. 1/2, pp. 16-31.
- Lo, S., & Lin, C. (2017). Cooperative-Competitive Analysis and Tourism Forecasting of Southern Offshore Islands in Taiwan by Grey Lotka-Volterra Model. *Engineering Letters*, 25(2).
- Lopez, L., Sanjuan, M.A.F., 2001. Defining strategies to win in the Internet market. *Phys. A* 301, 512–534.
- Maurer, S.M., Huberman, B.A., 2003. Competitive dynamics of web sites. *J. Econ. Dyn. Control.* 27, 2195–2206.
- McPherson. M. (1983). An ecology of affiliation. *Am. Sociol. Rev.* 48:5 1 9-32.
- Modis, T., (1997). Genetic Re-engineering of corporations. *Technol. Forecast. Soc. Chang.* 56, 107–118.
- Modis, T., 1999. Technological forecasting at the stock market. *Technol. Forecast. Soc. Chang.* 62 (3), 173–202
- Nielsen. F. , Hannan, M. T. (1977). The expansion of national educational systems: Tests of a population ,ecology model. *Am. Sociol. Rev.* 42:479-90.
- Novozhilov, B. V. (2015). Linear analysis of hotspot-pulsating mode of propellant combustion. *Russian Journal of Physical Chemistry B*, 9(1), 43-49.
- Oliver, C. (1990). Determinants of Interorganizational Relationships: Integration and Future Directions, *Academy of Management Review*, 15, 241-265.
- Önder, Ç. (2013), “Örgütsel Ekoloji Kuramı”, Örgüt Kuramı, Deniz, Taşçı Ve Erkan, Aldemir, (Ed.), Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Önder, Ç., Üsdiken B. (2015). “Örgütsel Ekoloji: Örgüt Toplulukları Ve Çevresel Ayıklama”, Örgüt Kuramları. Sargut A. S., Özen Ş. (Drl.). 3. Baskı, İmge Kitabevi.
- Özkara, B. (2017), “Yeni Örgüt Formlarının Doğuşu”, Örgüt Kuramları, Sözen, H. Cenk Ve H. Nejat, Basım (Der.), 4. Baskı Beta Basım, İstanbul.
- Rao, H. 2002. *Interorganizational Ecology*. J. A .C. Baum (Der.), Companion To Organizations, Oxford: Blackwell.
- Romano, A. (2016). A Study of Tourism Dynamics in Three Italian Regions Using a Nonautonomous Integrable Lotka--Volterra Model *PLoS One*, 11 (9), 1-23.

Ruef, M. (2000). The emergence of organizational forms: A community ecology approach. *American journal of sociology*, 106(3), 658-714.

Sözüer, A. (2017). Tekboynuzlar Örgütsel Topluluk Oluşturur Mu? Demografik Özellikler Açısından Bir Değerlendirme. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46(Special Issue), 11.

Staber, U. 1992. Organizational Interdependence And Organizational Mortality In The Cooperative Sector: A Community Ecology Perspective. *Human Relations*, 45(11):1191-1212.

Taşçı, D. (2013), “Örgüt Kuramlarına Giriş”, Örgüt Kuramı, Deniz, Taşçı Ve Erkan, Aldemir, (Ed.), Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.

Taşdemir, F., (2016). Av-Avcı Biyoekonomik Modellerine Genel Bir Bakış, TÜBİTAK Araştırma Projesi, Ankara.

Wang, H. T., & Wang, T. C. (2016). Application of the grey Lotka–Volterra model to forecast the diffusion and competition analysis of the TV and smartphone industries. *Technological Forecasting and Social Change*, 106, 37-44.

Yeloğlu, O. H., (2017), “Örgütsel Ekoloji”, Örgüt Kuramları, Sözen, H. Cenk Ve H. Nejat, Basım (Der.), 4. Baskı Beta Basım, İstanbul.