

Bir Zorlayıcı Benimseme Mekanizması Olarak Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyumun Firma İtibarına Etkisi: Aile Sahipliğinin Düzenleyici Rolü^(*)

The Effect of Compliance with Corporate Governance Principles on Corporate Reputation as a Coercive Uniformity Mechanism: The Moderator Role of Family Ownership

Tolga Türköz^(**)

Umut Koç^(***)

Özet

Çalışmada, zorlayıcı bir eşbiçimlilik mekanizması olarak ele alınan kurumsal yönetim ilkelerine uyumun kurumsal itibar üzerindeki etkisinin test edilmesi ve bu ilişkide işletmedeki aile sahipliği oranının düzenleyici rolünün belirlenmesi amaçlanmıştır. Borsa İstanbul'da işlem gören imalat sanayi işletmelerinden seçilen 70 işletmeden oluşan bir örneklem üzerinde kurumsal yönetim ilkelerine uyum, kurumsal itibar ve aile sahipliği oranlarına ilişkin veriler kullanılarak analizler yapılmıştır. Kontrol değişkenleri olarak yaş, işletmenin büyüklüğü (çalışan sayısı ve cirosu), yabancı sahiplik oranı ile finansal performans değişkenleri (piyasa esaslı göstergeler olarak Tobin's q ve hisse senedi getiri değeri ile muhasebe esaslı göstergeler olarak ROA ve ROE) modele dâhil edilmiştir. Yapılan analizler neticesinde, zorlayıcı bir eşbiçimlilik mekanizması olarak ele alınan kurumsal yönetim ilkeleri-

(*) Bu çalışma Tolga Türköz tarafından Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde Doç. Dr. Umut Koç danışmanlığında tamamlanmış "Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum ile Kurumsal İtibar İlişkisinde Aile Sahipliğinin Rolü" başlıklı doktora tezi esas alınarak hazırlanmıştır.

(**) Sorumlu yazar/Corresponding author, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Meşelik Kampüsü, 26480, Eskişehir, tolga_turkoz@yahoo.com, ORCID No: [0000-0002-0805-0219](https://orcid.org/0000-0002-0805-0219)

(***) Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Meşelik Kampüsü, 26480, Eskişehir, umutkoc@ogu.edu.tr, ORCID No: [0000-0002-9669-0290](https://orcid.org/0000-0002-9669-0290)

Türköz, T & Koç, U. (2021). Bir zorlayıcı benimseme mekanizması olarak kurumsal yönetim ilkelerine uyumun firma itibarına etkisi: Aile sahipliğinin düzenleyici rolü. *Yönetim ve Organizasyon Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 57-103.

Makale Türü : Araştırma Makalesi
Başvuru Tarihi : 09.01.2021
Kabul Tarihi : 20.03.2021

Article Type : Research Article
Received : 09.01.2021
Accepted : 20.03.2021

ne uyumun kurumsal itibarı pozitif yönde etkilediği ve kurumsal yönetim ilkelere uyumun kurumsal itibar üzerindeki etkisinin aile sahipliğinin yüksek düzeyi için pozitif yönlü ve daha güçlü olduğu bulunmuştur.

Anahtar kelimeler: Eşbiçimlilik, kurumsal itibar, kurumsal yönetim, sahiplik yapısı, aile işletmeleri, aile sahipliği

Abstract

This study aims to test the effect of compliance with corporate governance principles, which is considered as a coercive isomorphism mechanism, on corporate reputation and to determine the moderating role of family ownership in this relationship. Analyzes were made using data on compliance with corporate governance principles, corporate reputation, and family ownership ratios over a sample of 70 firms selected from the manufacturing industry firms traded in Borsa Istanbul. Age, business size (number of employees, revenue), foreign ownership ratio, and financial performance variables (as market-based indicators; Tobin's q and stock return rate, and as accounting-based indicators; ROA and ROE) used as the control variables. As a result of the analyses, we have found that compliance with corporate governance principles, as a coercive mechanism of isomorphism, positively affects corporate reputation and the effect of compliance with corporate governance principles on corporate reputation is positive and stronger for the higher levels of family ownership.

Keywords: Isomorphism, corporate reputation, corporate governance, ownership structure, family businesses, family ownership

Giriş

Kurumsal itibar oluşumuna etki eden faktörlerin incelenmesine yönelik yapılan çalışmaların son yıllarda araştırmacılar tarafından ilgi gören bir alan oluşturduğu görülmektedir. Örgütler tüm gayretlerini ortaya dökerek kurumsal itibarlarını artırmaya çalışmaktadırlar. İyi bir itibara sahip olmak için meşruiyetin gerektirdiği standartlara uymak gerekmektedir (King & Whetten, 2008). Örgütlerin faaliyetlerinin mevcut inançlar, standartlar ve kurullarla tutarlı olduğu mesajı, olumlu kurumsal itibar algıları oluşturmaktadır (Lammers & Guth, 2013). Örgütlerin kurumsal bağlamlarında meşru olabilmek için gerçekleştirdikleri itibar kazanımlarını inşa etme süreçlerini incelemek için ise kurumsal kurama sıklıkla başvurulmaktadır (Deephouse & Carter, 2005). Kurumsal kuram örgütlerin neden ve nasıl birbirine benzediğini açıklamaktadır (Scott & Davis, 2007).

Kurumsal kuramın merkezinde yer alan meşruiyet kavramı ile itibar kavramı birbirleriyle yakın ilişki içindedir ve aralarında birçok benzerlik vardır. Örneğin, her

ikisi de paydaşların bir örgütü değerlendirmesindeki sosyal inşa süreciyle oluşmaktadır (Fombrun & Shanley, 1990). Kavramlar örgütsel büyüklük, stratejik işbirlikleri ve düzenleyici uyum gereklilikleri gibi benzer öncüllerle birbirlerine bağlıdırlar (Stuart, 2000). Her ikisinin de sonucunda örgütsel açıdan kaynaklara ulaşmada geliştirilmiş yetenekler elde edilmektedir (Suchman, 1995). Meşruiyet elde ederek kurumsallaşma gayretleri içinde olan örgütün, güçlü bir itibar elde etmek için rakipleriyle karşılaştırıldığında onlara meydan okuyabilecek standartlara sahip olurken bazı durumlarda onlardan farklılaşması da beklenmektedir (Wartick, 2002).

Kurumsal kuramın meşruiyetle ilişkili temel savlarından biri eşbiçimliliktir. Meşruiyetin kazanılmasına katkı sağlayan eşbiçimlilik bir örgütsel alandaki süreçlerde ve yapılarda benzerlik yaratma baskısı olarak bilinmektedir (Bartlett, Jermier, & Lafferty, 2013: 532). Kurama göre aynı örgütsel alan içindeki örgütler, karşılıklı etkileşim, baskılar gibi birçok nedenle, zaman içinde benzer çözümler bulmaya başlarlar ve birbirine benzeşerek eşbiçimli hâle gelirler (DiMaggio & Powell, 1983). Böylelikle meşrulaşma sağlandıkça kurumsallaşma artmakta, kurumsallaşmış biçimler ya da uygulamalar diğerlerince benimsedikçe eşbiçimli örgütler oluşmakta, onlarla birlikte meşruiyet diğerlerine bulaşmakta ve yayılmaktadır (Özen, 2013).

Eşbiçimlilikle meydana gelen uyum meşruiyete neden olurken, itibar seviyesinin daha yüksek düzeylere ulaşması için gereken farklılaşmanın nasıl sağlanacağı ise ilgi çekici bir konu olarak ortaya çıkmaktadır (Deephouse & Carter, 2005). Buradan hareketle, eşbiçimliliğin kurumsal itibar üzerinde değişik etkilere sahip olabileceği düşünülebilir (Deephouse & Carter, 2005). Eşbiçimlilik mekanizmaları, örgütleri bağımlı oldukları diğer kesimlerin beklentilerine uymaları yönünde dışsal olarak zorlamakta ve yüksek uyum gösterenlerin örgütsel çıkarlarının zedelenmesini engellemektedir (Özen, 2013). Örneğin kurumsal yönetim ilkelerine uyum gibi paydaş odaklı değerleri onaylayan ve destekleyen hükümetler, zorlayıcı eşbiçimlilik sağlayan eğilimlere neden olmaktadır (DiMaggio & Powell 1983). Bu nedenle hükümetlerce yapılan düzenlemeler ve kurumsal itibar ayrılmaz bir şekilde yakın ilişki içindedir (Pettigrew & Reber, 2013).

Örgüt kuramı yazınında eşbiçimlilik ve kurumsal itibar arasındaki ilişkiyi anlayabilmek için sınırlı sayıda araştırma mevcuttur (Bitektine, 2011; Deephouse & Carter, 2005). Bu çalışmalar incelendiğinde, örgütsel alanlardaki eşbiçimliliği yüksek olan örgütlerin kurumsal itibarlarının da yüksek olması beklenebilir. Eşbiçimlilik geçmiş ve günümüzdeki uygulamalarda uyum ve benzerlikleri araştırmaların merkezine alırken, kurumsal itibar farklılıklarına ve gelecekteki beklentilere

odaklanmaktadır (Deephouse & Suchman, 2008). Bu nedenle örgütlerin yapısal ve yönetsel benzerlik ve farklılıkları ele alındığında hem eşbiçimlilik, hem de farklılık yaratarak itibar kazanabilmeleri hususu ilgi çekici bir konu olarak dikkat çekmektedir.

Bu düşüncelerle, kurumsal yönetim ilkelerine uyum düzeyi, yani eşbiçimliliği diğer örgütlere göre daha yüksek olanların daha yüksek itibar kazanımı elde etmeleri beklenebilecektir. Bu çalışmada, İMKB’de işlem gören işletmelerin 2011 yılı sonuna kadar isteğe bağlı olarak yayımladıkları, 2012 yılından itibaren ise bir zorunluluk olarak yayımlamaya başladıkları kurumsal yönetim ilkelerine uyum raporları, eşbiçimlilik mekanizması olarak incelenmiştir. 2011 ve 2012 yıllarında kurumsal yönetim ilkelerine uyumları zorunluluk öncesi ve sonrası dönemler olarak karşılaştırılmış ve aradaki farklılığın kurumsal itibarlarında da bir farklılıkla sonuçlanıp sonuçlanmadığı incelenmiştir.

Çalışmanın araştırma modelinde, yeni kurumsal kuram çerçevesinde, kurumsal yönetim ilkelerine uyumun (bağımsız değişken), kurumsal itibar (bağımlı değişken) üzerinde etkili olacağını ve aile sahipliğinin bu ilişkinin yönü ve/veya büyüklüğünü değiştirecek bir düzenleyici değişken olarak rol oynayacağı öne sürülmektedir. Çalışmada kurumsal yönetim ilkelerine uyum ile kurumsal itibar arasındaki ilişkinin “ne zaman” ortaya çıkacağı sorusuna “aile sahipliğinin düşük/yüksek düzeyleri” üzerinden yanıt aranmaktadır. Başka bir deyişle aile sahipliği, modelde bağımsız değişken (kurumsal yönetim ilkelerine uyum) ile bağımlı değişken (kurumsal itibar) arasındaki ilişkide “koşulsal” bir etkiye sahip olmaktadır. Bu noktada modelin asıl vurgusu, aile sahipliği değişkeninin “koşulsal etkisi” üzerine kurgulanmış ve bu ilişkiye dair açıklamalar yapılmıştır.

Çalışma, aile sahipliği ile kurumsal yönetim düşüncesinin birbiriyle çelişen bir yapıda olduğuna ve kurumsal itibara olumsuz etki edeceğine dair var olan genel beklentinin aksine yeni bir modelin ileri sürülüyor olmasıyla alan yazına katkı sağlamayı hedeflemektedir. Aile sahipliğinin rolü, Türkiye’deki ulusal iş sistemine dayalı kurumsal yönetim anlayışının içsel mekanizmalarının etkili olması ve yoğun olarak kullanılmasıyla ortaya çıkmaktadır. Aynı zamanda dış mekanizmalar da kurumsal yönetimde etkilidir, bunlardan birisi de SPK tarafından hazırlanan Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporlarını yayımlamak ve uygulamaya dönüştürmektir. Bu türdeki zorlayıcı bir dış mekanizma ve aile sahipliğinin yoğun olması gibi bir iç mekanizmanın kurumsal itibar oluşumu üzerindeki etkilerini bir arada görebilmek için yapılan bu çalışmanın, alan yazına bağlamsal açıdan da katkıda bulunacağı ümit edilmektedir.

Kavramsal Çerçeve: Araştırma Modeli ve Hipotezler

Araştırma Modeli

İtibar algılara dayalıdır, tüm paydaşların kolektif bir algısından oluşur, karşılaştırma içerir (Fombrun, 1996) ve meseleye özgü bir kavramdır (Walker, 2010). Bir işletmenin birçok farklı alandaki özelliği esas alındığında her birisi için farklı düzeyde itibar elde etmesi durumu da söz konusu olabilmektedir. Dolayısıyla da işletmelerin kurumsal itibarı her bir paydaş grubu için farklılaşabilmektedir (Walker, 2010). Kurumsal itibar çalışmalarında, eğer itibarın ne için olduğu ve kime göre ele alındığı açıkça belirtilirse akıllardaki soru işaretleri biraz daha giderilmiş olacaktır (Lewellyn, 2002). Böylelikle, algıları meseleye özgü ve paydaş grubuna özgü olarak özetleyerek ele almak, itibarın aşılması gereken bu iki tartışma konusu yönü hakkındaki endişeleri azaltabilecek ve sorunları kısmen giderebilecektir (Walker, 2010).

Walker (2010: 370) itibarı şu şekilde tanımlamıştır: “*Bir işletmenin belirli bazı standartlara göre geçmişteki ve gelecekte olması beklenen faaliyetlerinin göreceli olarak durağan/istikrarlı ve meseleye özgü karşılaştırılmasının kümelenmiş/sosyal/kolektif algısal sunumudur.*” İtibar, esas olarak “*bir örgütün bilinir olmasıyla*” ilgili bir kavramdır (Lange, Lee, & Dai, 2011: 155). İşletmeler stratejilerinde ve çevreyle olan ilişkilerinde farklılık yaratarak yüksek bir itibara sahip olabilmektedirler (Brammer & Pavelin, 2004). Kurumsal itibarın kolektif gözlemci algıları olduğu, sosyal inşa sürecinden oldukça yüksek seviyede etkilendiği ve yeni bilgilerin gözlemciler için gün yüzüne çıkmasıyla itibarın yeniden inşa edilebileceği anlaşılmaktadır (Lange vd., 2011). Aktörlerin sosyal normlara gösterdiği uyumu inceleyen kurumsal kuram, uyumlu davranışlardaki eşbiçimlilik sürecine vurgu yapmaktadır (Philippe & Durand, 2011). Örgütsel alanda fayda elde etmek için statü veya itibar kazanmak isteyenler, kabul edilmiş bu normlara uyum davranışı göstermektedirler (DiMaggio & Powell, 1983). Normlara uyum şirketler için sosyal olarak kabul edilen farklı biçimlerde, örneğin yıllık faaliyet raporlarında, çevresel raporlarda veya internet sitelerinde belirtilen alternatif söylemlerde yerini alabilmektedir (Philippe & Durand, 2011).

Kurumsal kuram yazınında kurumsal itibar açıklanırken meşruiyet ile birlikte eşbiçimlilik kavramından da yararlanılmaktadır. Eşbiçimlilik kurumsal kuramın merkezinde yer alan çok yönlü bir kavramdır (DiMaggio & Powell, 1983). Eşbiçimlilik, aynı örgütsel alan içindeki örgütlerin karşılıklı etkileşim, baskılar, koalisyonlar gibi birçok nedenle zaman içinde benzer çözümler bulmaya başlaması ve

birbirine benzeşmesidir (DiMaggio & Powell, 1983). Çok sayıda örgüt tarafından uygulamaların benimsenmesi örgütsel alandaki eşbiçimliliğin, aynı zamanda kurumsallaşmanın da bir göstergesidir (Özen, 2013). Bir örgütsel alandaki süreçlerde ve yapılarda benzerlik yaratma baskısı olarak da bilinen eşbiçimlilik, meşruiyetin artmasına katkı sağlamaktadır (Bartlett vd., 2013).

Örgütlerin eşbiçimli hâle gelmesi normatif, taklitçi ve zorlayıcı olmak üzere üç şekilde gerçekleşmektedir (DiMaggio & Powell, 1983). Normatif eşbiçimlilik, örgütlerin, eğitim süreci ve mesleki bakımdan profesyonelleşmeleri sonucunda toplum tarafından ahlâken doğru olduğunu düşündükleri uygulamaları benimsemesi sonucunda oluşan eşbiçimliliktir (DiMaggio & Powell, 1983). Taklitçi eşbiçimlilik, örgütlerin özellikle belirsizlik koşullarında benzer örgütlerin uygulamalarındaki kurumsal hâle gelmiş olanları tepki göstererek kendilerine örnek bir rol model olarak almaları ve taklit etmeleriyle oluşmaktadır (DiMaggio & Powell, 1983). Zorlayıcı eşbiçimlilik ise, kurumların yasal veya sosyal yaptırımlardan kaçınmak için uyma eğilimi gösterdikleri resmi veya gayri resmi baskıları ifade etmektedir (Üsdiken & Leblebici, 2005). Örgütlerin, bağımlı oldukları birtakım kuruluşların talepleri veya emirleri sonucu belirli uygulamaları ve kuralları bünyelerine adapte etmesi, yani benimsemesi sonucunda oluşan eşbiçimliliktir (Özen, 2012). Zorlayıcı eşbiçimlilik kurallara uyumu içermektedir. Bir örgütün devlet tarafından belirtilen düzenlemeleri uygulaması, toplum beklentilerine uyumlu davranması ve belirli uygulamaları bağımlı olunan kuruluşların baskısı nedeniyle benimsemesi zorlayıcı eşbiçimliliğe örnek olarak verilebilir (DiMaggio & Powell, 1983).

İşletmeler meşruiyet kazanmaları için resmi ya da gayri resmi baskılara da maruz kalabilmektedirler. Bu nedenle işletmeler zaman içinde baskın kurumsal yönetim mantığına uygun hareket ederek birbirine benzer uygulamaları bünyelerine adapte etmektedirler (Özen, 2012). Bu adaptasyonun temelinde işletmelerin meşru olarak algılanmak için yapılan önemli baskılara verdikleri cevap yer almaktadır (Zimmerman & Zeitz, 2002). Diğer örgütlerin yayılmanın teşvik edilmesindeki zorlayıcı güçleri ve yasal yapılar da bir başka önemli baskı aracıdır (Scott, 1985). Kurumsal yönetim uygulamalarında belirtilen hedeflere ulaşma çabası, aktörler arasında birbirine benzer uygulamaların artmasına neden olabilmektedir. Örneğin, Luo, Wang ve Zhang (2017) araştırmalarında, devlet tarafından bir hedef olarak sunulan kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının, bir eşbiçimlilik mekanizması olan taklit etmeyle daha yüksek kalitede rapor verilmesine neden olduğunu bulmuştur.

Zorlayıcı, normatif ve taklitçi eşbiçimlilik mekanizmaları bütün olarak ele alındığında, örgütsel alan içinde yer alan benzer ürün ve hizmetler sunan birçok örgütün ihtiyaç duyduğu meşruiyete ulaşmalarını sağlamak için kullandıkları uyum gösterme veya adapte olma amacı taşıyan birer kaynak oldukları anlaşılmaktadır. Ancak ilgili yazın, örgütsel seviyedeki eşbiçimliliğin itibar üzerindeki etkisi üzerinde çok az durmuştur (Deephouse & Carter, 2005). Kurumsal kuram yazınından hareketle, kurumsal itibarın toplumsal temellere sahip olabilecek inanç, norm ve değerlerden etkilenerek normatif eşbiçimlilikle sağlanabileceği (Üsdiken ve Leblebici, 2005) ya da aynı örgütsel alanda başarılı olduğu düşünülen veya kabul edilmiş bir rol model örgütü taklit etmek suretiyle taklitçi eşbiçimlilik mekanizmalarıyla oluşturulabileceği (Mizruchi ve Fein, 1999) beklenen bir sonuçtur. Ancak mevcut çalışmanın araştırma konusu olan zorlayıcı eşbiçimlilik mekanizmalarının, kurumsal itibarı etkileyebilecek olması ise kurumsal kuram alanında oldukça ilgi çekici bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Rahaman vd. (2014) yaptıkları çalışmada, güçlü bir zorlayıcı eşbiçimlilik baskısının, örgütün sosyal ve çevresel raporlamasında önemli bir etki yaptığını savunmaktadır. Othman vd. (2011), hükümetin düzenleyici gayretlerinin, kurumsal sosyal sorumluluk itibarının artırılmasında anlamlı bir katkı sağladığını bulmuştur. Mevcut çalışmada da kurumsal yönetim ilkelerine uyum raporlanması eşbiçimliliğin zorlayıcı bir mekanizması olarak ele alınmıştır. Böylelikle kurumsal yönetimdeki uyumluluk artışı aynı zamanda eşbiçimlilikteki artış olarak kendisini gösterebilecektir (Westphal vd., 1997).

Zorlayıcı bir eşbiçimlilik mekanizması olarak kurumsal yönetim uygulamaları, bir örgütün etik standartlarının pratik bir göstergesidir, örgütteki birden çok paydaşın ekonomik, sosyal ve çevresel performansına etki eden bir bakış açısı kazanmalarına yardım eden stratejik ve operasyonel faaliyetlerin ne şekilde yürütüleceğini içeren bir çerçevedir (Van Der Merwe, 2013). Kurumsal yönetim, şirkette hisseye sahip taraflar arasındaki hak ve sorumlulukların yapısıyla ilgili bir kavramdır (Filatotchev & Nakajima, 2014). Kavramın içerdiği ilkeler yöneticilerin şirket paydaşlarına, insan haklarına saygılı olmasına ve işletmeye yatırılan sermayenin durumu konusunda hesap verebilir olmasına vurgu yapmaktadır (Aguilera, Filatotchev, & Jackson, 2008). Yönetim kurullarının kurumsal yönetime gereken önemi vermeleri neticesinde hissedarların çıkarları korunmakta, işletmeye yatırım yapılması teşvik edilmekte, işletmeye olan güven artmakta ve ülke ekonomisine katkı sağlayarak ülke gelişimi desteklenmektedir (Claessens & Fan, 2002).

Kurumsal yönetim bağlama özgüdür ve sosyal olarak inşa edilmektedir (Aguilera & Jackson, 2003). Farklı kurumsal yönetim modelleri için geçerli farklı içsel ve dışsal mekanizmalar bulunmaktadır. Türkiye'nin de içinde yer aldığı Kıta Avrupası kurumsal yönetim sisteminde, işletme içinde oluşturulan mekanizmaların, örneğin yönetim kurulunun, ortaklık yoğunluğunun ve ücret politikaları gibi içsel mekanizmaların kurumsal yönetimde dışsal mekanizmalara nazaran daha etkili olabileceği düşünülmektedir (Kula, 2006). Örneğin aile sahipliğinin en yoğun olduğu holding işletmelerinde ortaklık yoğunlaşması vardır ve hissedarlar yeterli korunma altına alınmıştır (Kula, 2006). Hisseedarlarla paylaşılan bilgiler, rapor haline dönüştürülebilmektedir ve bu raporlar şirketin sadece geçmiş dönemdeki performansını açıklamakla kalmamakta, aynı zamanda geleceğine ilişkin bir yol haritası da belirtmiş olmaktadır (Pettigrew & Reber, 2013). Birçok şirket bu raporları hisseedarlarına göndermekte ve zorunlu olarak işletme internet sayfalarında yayımlanan faaliyet raporları içerisinde veya ayrı bir sayfada yer almaktadır.

Ülkemizde OECD ilkeleriyle uyumlu biçimde hazırlanan Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporları (KYİUR) ile kamuya açıklama yapma mecburiyetinin getirildiği 30 Aralık 2011 tarihli ve 28158 sayılı (Seri: IV, No: 56) Kurumsal Yönetim İlkelerinin Belirlenmesine ve Uygulanmasına İlişkin Tebliğ ve bu Tebliğ'de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (11 Şubat 2012 tarihli, 28201 sayılı, Seri: IV, No: 57) önemli belirleyicilerdir. Mevcut çalışmanın temel varsayımında yer alan zorlayıcı eşbiçimlilik mekanizmasını temsil eden kurumsal yönetim ilkelerinin temeli de 28158 sayılı Tebliğ'e dayanmaktadır.

28158 sayılı Tebliğ'de yer alan Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) Kurumsal Yönetim İlkeleri dört ana maddeden oluşmaktadır. Bunlar, “pay sahipleri”, “kamuyu aydınlatma ve şeffaflık”, “menfaat sahipleri (paydaşlar)” ve “yönetim kurulu”dur. *Pay sahipleri* bölümünde, pay sahipliği haklarının kullanımının kolaylaştırılması, bilgi alma ve inceleme hakkı, genel kurula katılım hakkı, oy hakkı, azlık hakları, kar payı hakkı ve payların devri konuları yer almaktadır. *Kamuyu aydınlatma ve şeffaflık* bölümünde, kamuyu aydınlatma esasları ve araçları, internet sitesi, faaliyet raporu maddeleri bulunmaktadır. *Menfaat sahipleri* bölümünde, paydaşlara ilişkin şirket politikası, paydaşların şirket yönetimine katılımının desteklenmesi, şirketin insan kaynakları politikası, müşteriler ve tedarikçilerle ilişkiler, etik kurallar ve sosyal sorumluluk başlıkları yer almaktadır. *Yönetim kurulu* bölümünde ise, yönetim kurulunun işlevi, yönetim kurulunun faaliyet esasları, yönetim kurulunun yapısı, yönetim kurulu toplantılarının şekli, yönetim kurulu bünyesinde oluşturulan komiteler, yönetim kurulu üyelerine ve üst düzey yöneticilere sağlanan mali haklar konularındaki ilkeler açıklanmaktadır.

İMKB’de yer alan işletmelerin 2012 yılından itibaren yayımlanması zorunluluk haline gelen KYİUR’larının 2011 yılında ihtiyari yayımlanması nedeniyle iki yıl arasında raporlamadan kaynaklanan bir fark olacağı beklenmektedir. Bu farklılığın da devlet tarafından sunulan zorlayıcı eşbiçimli olma baskısından kaynaklanacağı düşünülmektedir. Bu farklılığı belirleyebilmek amacıyla mevcut çalışmada işletmelerin 2011 yılı KYİUR’ları ile 2012 yılı KYİUR’ları arasındaki farklılık, raporlardaki sözcük sayıları esas alınarak belirlenmek istenmiştir. Böylece işletmelerin zorlayıcı eşbiçimliliğe verdikleri tepkiler belirlenebilecektir. Bununla birlikte işletmelerin KYİUR’larının kurumsal itibarları üzerindeki etkileri de belirlenmek istenilmiş ve raporların yayımlandıktan bir yıl sonra oluşan kurumsal itibarları da karşılaştırılmıştır. Bu karşılaştırmadaki amaç KYİUR esas alınarak elde edilen zorlayıcı eşbiçimliliğin neticesinde kurumsal itibardaki farklılığın da belirlenebilmesidir. Böylelikle KYİUR’larındaki değişime bağlı olarak işletmelerin kurumsal itibar puanlarında da değişim olup olmayacağını görgül olarak sınanmasıyla kurumsal yönetimin kurumsal itibar üzerindeki etkisi de belirlenmiş olacaktır.

Şirketler her mali yılın sonunda bir hissedarlar toplantısı düzenlemekte ve yıllık raporlar yayımlamaktadır. Bu toplantı ve raporlar yatırımcı bakış açısıyla ele alındığında kurumsal itibarın oluşturulmasında ve sürdürülmesinde çok önemli rol oynamaktadır (Pettgrew & Reber, 2013). Kurumsal yatırımcıların bir işletmeye yatırım yapma kararlarını etkileyen faktörlerin başında yaklaşık %20-40 oranında kurumsal yönetim kalitesi gelmektedir (Monks, 2002). Yöneticilerin işletmenin yatırımcı çekmesi için gösterdikleri gayretler değerlendirildiğinde, kurumsal yönetim kalitesinin ne derecede önemli bir rolü olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla yönetim kurulunun ve kurumsal yönetim uygulamalarının, bir kurumun itibar stratejisinin önemli bir parçası olduğunu kabul etmenin uygun olacağı değerlendirilmektedir (Pettgrew & Reber, 2013). Konuyu farklı bakış açılarıyla inceleyen çalışmalarda, kurumsal yönetim yapılarının ve iyi uygulamaların kurumsal itibarı etkilediği (Dayıoğlu, 2011), kurumsal yönetim endeksinde yer almanın ve kurumsal sürdürülebilirliğin, kurumsal itibar ile pozitif ilişki içerisinde olduğu (Taşkırılmaz, 2015) ifade edilmektedir.

Türkiye’deki işletmelerde tıpkı Güney Kore ve Tayvan’da olduğu gibi aile sahipliği ve kontrolünün önemli bir yeri vardır (Buğra, 1995). Türkiye’de holding yapıları ne kadar değişse, büyüse ya da faaliyet alanları çeşitlilik sunsa da, aile sahipliği halen devam etmektedir. Bu nedenle kurumsal yönetim ilkelerine uyum ile kurumsal itibar arasındaki ilişkide aile sahipliğinin etkisine dair açıklamalar yapılırken Türk iş sisteminin ayrıcalıklı yapısının özellikle dikkate alınması gerekmektedir. Türk iş sistemi içerisinde ortaya çıkan aile sahipliği ve kontrolünün, kurumsal yönetim

konusunda düzenleyici çevreden gelen zorlayıcı baskılarla birlikte devlete bağımlı iş sisteminin mevcudiyeti nedeniyle örtüştüğü; aynı zamanda yine Türk iş sisteminin doğası gereği aile kontrolünün ve sahipliğinin kurumsal itibar üzerinde pozitif yönde farklılaşan bir etki oluşturabileceği de düşünülmektedir.

Sahiplik, işletmede hisselerin oylanması veya güvene dayalı olarak oy kullanma gücü olarak tanımlanmaktadır (Ward & Dolan, 1998: 305). Boyd ve Solerino'ya göre (2016) aile sahipliği en yaygın sahiplik türüdür ve dünya çapındaki listelerde yer alan işletmelerin büyük çoğunluğu bir aile veya soyundan gelen kişi tarafından sahiplenilmiştir. Ancak bu işletmelerin özellikleri ulusal iş sistemlerine göre farklılaşmaktadır (Selekler-Gökşen, 2012). Örneğin ülkemizde baskın olan işletme formu holdinglerdir ve yapılarının birbirine benzeyen özellikler gösterdiği ileri sürülür (Buğra ve Üsdiken, 1995).

Gökşen ve Üsdiken'in (2001) çalışmasında Türkiye'de holding yönetiminde aile hâkimiyeti olduğu belirlenmiştir. Fakat aynı öngörü ülkemizdeki küçük ve orta büyüklükteki işletme yapıları için iddia edilmemektedir (Selekler-Gökşen, 2012). Türkiye'de holding yapılarında aile bireylerinin çok aktif olmaları işletmelerin devlete olan bağımlılıklarından kaynaklanmaktadır (Buğra ve Üsdiken, 1995). Buğra ve Üsdiken (1995), Türkiye ve Güney Kore gibi ülkelerde devlete bağımlı iş sistemi bulunduğunu ve şirket sahiplerinin yönetimde aktif rol alarak devlet ile ilişkileri çoğunlukla kendilerinin yönlendirdiğini belirtir. Buna göre devletle olan ilişkiler holdingler açısından stratejik öneme sahip olduğu için aileler dominant unsur olarak bu ilişkiyi kendileri yönetmek istemişlerdir.

Ulusal iş sistemleri yaklaşımı devlet otoritesine yakın olan işletmelerin birbirine büyük benzerlikler gösterdiğini iddia eder (Selekler-Gökşen, 2012). Aile şirketlerinde, aile üyeleri işletme yönetimine ve faaliyetlerine yüksek oranda dâhil olurlar. Aile sahipliği, aile sahipliği olmayan işletmelere göre tek taraflı ve kendine özgü davranma konusunda daha fazla serbestlik derecesi sunar (Carney, 2005). Bu durum aile sahipliklerinin kurumsal yönetime uyumlarıyla çelişkili bir durum olarak düşünülebilir. Mevcut çalışmanın ana temasını oluşturan aile sahipliğinin düzenleyicilik rolü de tam bu noktada araştırmanın katkısını ve önemini ortaya çıkarmaktadır. Mevcut çalışmada Türkiye'de var olan devlete bağımlı iş sistemi nedeniyle aile sahipliklerinden beklenenin aksine ailelerin devletle ilişkilerini iyi tutmak ve devletin sahip olduğu kaynaklardan faydalanabilmek amacıyla, kurumsal yönetim konusunda beklenenin tersine tek taraflı karar almayacaklarını, serbestçe hareket etmekten kaçınacaklarını ve devletin beklentilerine daha çok uyum göstereceklerini ileri süren bir model sunulmaktadır.

Aile sahipliğinin en sık ilişkilendirildiği kuramların birincisi vekâlet kuramı, ikincisi ise kurumsal kuramdır (Boyd & Solerino, 2016). Makalenin ana temasını oluşturan kurumsal kuramla ilişkili çalışmalara örnek olarak Carney ve Gedajlovic (2002), Carney (2005), Young vd. (2008), Othman vd. (2011), Jiang ve Peng (2011) ve Su ve Lee (2013)'nin araştırmaları örnek verilebilir. Kuram, hissedarların bir kurumsal çevre içinde işlemlerini yaptığını ve bu çevrenin karakteristiklerinin hissedarlarının yapabileceği eylemleri de şekillendireceğini kabul etmektedir (DiMaggio & Powell, 1983). Örneğin hissedarlar, dış yönetim kurulu üyelerinin atanması gibi önemli görevlendirmelerde aileyle iletişim içinde olan, normlarına uygun, güvenilir ve bilindik kişilerin seçilmesini tercih edebilmektedir (Johannisson & Huse, 2000). Bu durum her ne kadar kurumsal yönetim düşüncesiyle çelişir görünmekteyse de, aileye yakın kişilerin yönetimde tercih edilmesi işletmelerdeki ortaklık yoğunlaşmasının gerekçesini de içinde barındırmaktadır. Kurumsal yönetimde birçok ülkeden daha iyi bir konumda bulunan ABD'de dahi işletmelerdeki aile ortaklık yoğunluğunun bilinen ya da inanılandan çok daha fazla olduğu ve aslında tüm dünyada kontrol edici ve yoğunlaşmış hissedarlığın bir kaide olarak kabul edildiği belirtilmektedir (Buğra, 1995: 250; Shleifer & Vishny, 1997). Bu nedenle hissedarların hâkimiyeti olan işletmelerde, sahiplik ve kontrol eğer aynı ailenin üyeleri olan bir veya birkaç kişinin elinde olursa, hissedarların yönetim kurulunda önemli etkileri olması da beklenmektedir (Zattoni, Gnan, & Huse, 2015).

Aile işletmeleri, işletmedeki aile üyeleriyle diğer üyelere göre daha fazla bilgi paylaşabilmekte, onlara daha fazla destek veya yardım sağlayabilmektedir (Kwan, Lau, & Au, 2012). Aile işletmelerinde adam kayırmacılık, profesyonellik eksikliği, aile üyeleri arasında çıkar çatışmaları yaşanması gibi olumsuz durumlarla karşılaşılabilirken, şirket içinde sadakat duygusunun varlığı, girişimci yetenekleri geliştirme becerisi, paydaşların uzun vadeli taahhütlerine bağlılık göstermesi, aile geleneklerine bağlılıkları gibi olumlu yönlerine daha sık vurgu yapılmaktadır (Mukherjee & Padgett, 2005). Her ne kadar kurumsal kuram araştırmaları çoğunlukla doğrudan sahiplik ve kontrol rolüne odaklanmamış olsa da (Fligstein & Freeland, 1995), aile sahiplik yapısı kuram için ilginç bir durum ortaya koymaktadır. Çünkü bu türden yatırımcılar, özellikle ekonomik ve sosyal mantıklar arasındaki çatışmaların yaygın olduğu bir grup olarak göze çarpmaktadırlar (Fiss, 2008).

Bu düşünceyle, kurumsal yönetim ilkelerine uyum mekanizmalarının şirket bünyesine adapte edilmesine ilişkin olarak güçlü seviyelerdeki kurumsal baskıların birbirine oldukça yakın, yüksek seviyede standardize edilmiş söylemler ortaya çıkmasına neden olabileceği iddia edilebilir. Bu durumda eğer paydaşlar çevrelerinin belirsizlikler ve benzerliklerle dolu söylemlerle çevrildiğini düşünürlerse, tanıdıkları veya

daha önceden iş yaptıkları şirketlerin davranışlarını tahmin edebilecektir. Örneğin tanıdık bir aile sahipliği olan şirketin davranışları önceden yorumlanabilecek veya hareketleri öngörülebilecektir. Dolayısıyla, aile sahipliği olan şirketlere karşı çevrelerinde kurumsal yönetim ve kurumsal itibar konusunda belirgin ön kabullerle davranılabileceği düşüncesiyle, mevcut çalışmada, aile sahipliğinin kurumsal itibar ve kurumsal yönetim ilişkisinde bir belirleyici faktör olabileceği ve ilişkiyi değiştirebileceği iddia edilmektedir.

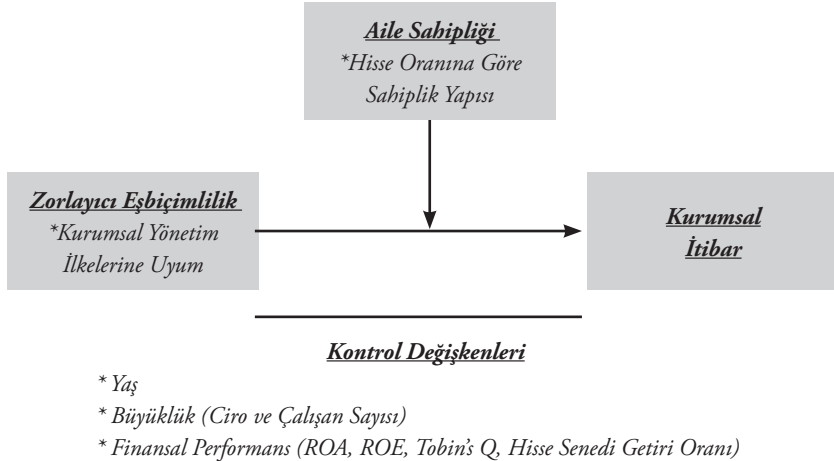
Türkiye’de kurumsal yönetim ilkeleri özellikle aile şirketlerinin kurumsallaşma sürecinde etkin olarak tanıtılmaya çalışılmakta, bu yönde önemli bir araç olarak algılanmakta ve uygulanmaktadır (Beycan, 2013). Bu nedenle kurumsal yönetim ilkelerine uyum ile kurumsal itibar ilişkisinde, ailenin şirketteki payı arttıkça olumlu yönde bir artış beklenebilir. Fakat bu beklentinin aksine aile sahipliği olan işletmelerin bilgiyi daha çok gizlediklerini, paylaşmaktan kaçındıklarını ve kurumsal raporlamaları daha az kullandıklarını bildiren yabancı çalışmalar da mevcuttur (örneğin, Othman, Darus, & Arshad, 2011). Buna göre Malezya’daki aile işletmeleri, kurumsal sosyal sorumluluk raporlamasını itibarlarını artırmak için önemli bir kanal olarak görmemektedirler (Othman vd., 2011). Bu durum kurumsal yönetim düşüncesiyle çelişir görünmektedir.

Çalışma yapılan ülkelerin dinamiklerine bağlı olarak kurumsal yönetim uygulamaları birbirinden farklılık gösterebilmektedir. Örneğin Malezya ve Türkiye’nin kurumsal yönetim uygulamaları bakımından birbirinden önemli derecede farklılıkları bulunmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin yer aldığı, Malezya ve Türkiye’nin de içinde bulunduğu 25 ülkeden 495 işletmeyi inceleyen bir çalışmada kurumsal yönetim, kuralları ve uygulanması, mevzuatı, mekanizmaları ve kültürü gibi makro değişkenler göz önünde bulundurularak araştırılmıştır (CLSA, 2001). Buna göre ağırlıklı ortalamalarda Türkiye’nin 4,4 puanla 3,7 puanlı Malezya’dan kurumsal yönetim bakımından daha başarılı olduğu görülmüştür (Kula, 2006). Bu durum ülkelerin farklı iş sistemlerine sahip olmalarından kaynaklanabilir.

Aile işletmelerinde yönetim hem ailenin itibarına hem de işletmenin kurumsal itibarına özel önem vermektedir. Aileler aynı zamanda devletle olan ilişkilerini özenle yönetmekte ve devletin beklentilerine uyum göstermekte daha kararlı davranmaktadırlar. Bu nedenle Türk iş sisteminin yapısı gereğince ailenin üstlendiği rol hem kurumsal yönetim uygulamalarında hem de kurumsal itibar oluşumunda önemli derece hissedilecektir. İşletmede aile sahipliği oranının artması koşulu sağlandığında, yani alınan kararlarda ailenin işlevinin daha çok hissedildiği işletmelerin kurumsal çıktılarında aile sahipliği oranı az olanlara nazaran daha farklı sonuçlar

elde edilmesi mümkündür. Bu doğrultuda, aile sahipliğinin zorlayıcı bir eşbiçimlilik mekanizması olan kurumsal yönetim ilkelerine uyum ile kurumsal itibar arasındaki ilişkide önemli bir düzenleyici değişken olabileceği değerlendirilmiştir. Bu nedenle çalışmada, aile sahipliği ve kurumsal yönetim kavramları bir arada ele alınmış ve kurumsal itibar kazanımında olası etkileri bir arada incelenmiştir.

Türkiye’de 30.12.2011 tarihinde yayımlanan 28158 sayılı Tebliğle gelen zorunluluklarla birlikte kurumsal yönetim uygulamalarında yenilikler başlatılmıştır. Bu tebliğ öncesinde kurumsal yönetim ilkelerine uyumun hukuksal bir zorunluluk olmaması uluslararası alandaki kurumsal yönetim ölçümlerinde Türkiye’nin puanını düşük olmasının gerekçesi olabilir. Çünkü kurumsal yönetim mevzuatı geliştikçe işletmeler süratle tepki vermektedir. Örneğin 1985’li yıllarda istisnalarla başlayan kurumsal yönetim ve ilgili kanunların çıkmasıyla birlikte kurumsal yönetim uygulamaları 1995 yılında norm haline gelmiştir (Kula, 2006). Bu nedenle 2011 yılı öncesindeki dışsal kurumsal yönetim mekanizmalarının çok da etkili olmaması beklenirse de Türkiye gibi aile sahipliğinin baskın olduğu işletmelerin devlet tarafından sunulan eşbiçimlilik mekanizmalarını 2011 yılında getirilen zorunluluk sonrası daha da süratle uygulamaya geçirmeleri beklenebilir. Buradan hareketle, kurumsal itibarın oluşumunda işletmelerin zorlayıcı eşbiçimlilik mekanizmalarına gösterdikleri uyumun uygulanmasına olumlu bir katkısı olacağı düşünülmüş ve Şekil 1’de yer alan araştırma modeli geliştirilmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Hipotezler

KYİUR yayımlamanın bir zorunluluk haline geldiği 2012 yılı ile zorunluluk olmayan 2011 yılları arasındaki farklılığın kurumsal itibar için 2012-2013 yılları arasındaki farklılık üzerindeki etkisinin test edilmek üzere aşağıda sunulan H1 hipotezi geliştirilmiştir. Bu hipotezin geliştirilmesinin nedeni, zorlayıcı eşbiçimcilik baskısı olarak düşünülen regülatif düzenlemenin bir sonraki yıl içinde ortaya çıkardığı farkın kurumsal itibarda bir yıl içinde oluşturduğu fark ile birlikte analiz edilebilmesidir.

H1: Kurumsal yönetim ilkelerine uyumun kurumsal itibar üzerinde pozitif yönde bir etkisi vardır.

İşletmede aile sahipliği olduğu koşullarda, aile şirketlerinde kısmen yetersiz kurumsal yönetim anlayışının var olabileceği düşünüldüğünde, aile sahipliğinin işletmenin performansı üzerindeki etkisinin ne şekilde olacağını tespit edilmesine ihtiyaç duyulacağı ifade edilmektedir (Schulze & Gedajlovic, 2010). İşletmelerde sahiplik ve kontrolün ayrılması neticesinde ortaya çıkan ana sorunların kurumsal yönetimle ilişkili konulardan kaynaklandığı düşünülmektedir (Fama & Jensen, 1983). Buğra (1995), aile işletmelerinin karar alma ve uygulamada aile olmayan işletmelere nazaran daha esnek olduğunu belirterek Türkiye gibi belirsizliklerin yoğun olduğu bir bağlamda esnekliğin daha da önem kazandığını vurgulamaktadır. Buradan yola çıkılarak aile sahipliğinin kurumsal yönetim ilkelerine uyum gösterilmesinde farklılıklara neden olabileceği düşünülmüştür.

Ailenin itibarı ile işletmenin itibarı yakından ilişkilidir. Bu nedenle aile, şirketin refahıyla çok yakından ilgilenir ve paydaşların sorunlarına çözebilmek için daha çok gayret sarfeder (Anderson & Reeb, 2003). Türkiye bağlamı ve Türk iş sisteminin ayrıcalıklı yapısı (Buğra, 1995; Selekler-Gökşen, 2012) dikkate alındığında, Türkiye gibi aile kültürünün korunmasının ve devam ettirilmesinin güçlü olduğu ülkelerdeki aile işletmelerinde karar alma ve uygulamaya başlama mekanizmalarının profesyonel işletmelerden daha esnek olduğu düşünülmektedir (Buğra, 1995). Bilindiği üzere Türk iş sistemi, aile sahipliğinin yoğunluğu ve etkileriyle karakterize edilen bir yapıdadır (Buğra, 1995). Aile sahiplikleri devlete olan bağlılıklarını gösterebilmek amacıyla aile sahipliği olmayan işletmelere göre daha fazla kurumsal yönetim zorunluluklarına uyum sağlamayı isteyebilir ve gerekli uyumu daha istekli gösterebilirler.

Mevcut çalışmada aile işletmelerinin uyum göstermeye yönelik ilk icraatlarının zorunlu olarak sunulan kurumsal yönetim ilkelerine uyum raporlamalarının

gereklerine tam olarak uymaları şeklinde gerçekleşmesi beklenmiştir. Bu nedenle aile sahipliği oranının artmasının, kurumsal yönetim ilkelerine uyum ile kurumsal itibar arasındaki ilişkinin güçlenmesiyle sonuçlanacak düzenleyici bir rol üstlenebileceği düşünülmüştür. Türk iş sistemi dikkate alındığında (Buğra, 1995) ve düzenleyici etkinin varsayımları (Baron & Kenny, 1986) çerçevesinde değişkenler arasındaki ilişkinin aile sahipliğinin yüksek düzeyleri için kurumsal yönetim ile kurumsal itibar ilişkisinde artış görülmesiyle ortaya çıkacağına dair bir öngöründe de bulunulabilecektir.

Bu şekilde bir öngöründe bulunulmasının ilk nedeni, işletmelerinin aile ile birlikte anılan itibarlarına özel önem göstermeleridir (Zellweger vd., 2013). Aile işletmelerinin itibarlarına düşkün olmalarının aile sahipliği olmayan işletmelerle aralarında anlamlı bir farka neden olabileceği beklentisi oluşmuştur. İkinci nedeni, Uğurlu (2000) tarafından yapılan çalışmadaki örnekleme de yer alan İMKB'de koteli imalat sanayi işletmelerinin %55'inin ailelerce kontrol edildiğinin görülmesi, Yurtoğlu (2000) ve Demirağ ve Serter'in (2003) çalışmalarında da Türkiye'deki işletme sahipliklerinde ailelerin çoğunlukta olduklarını belirtmeleridir. Aile işletmelerinin Türkiye'deki işletmelerin ortaklık yapısında baskın rolü bulunması, ailelerin devletle olan ilişkilerinde çalkantılı bir süreci onaylamamaları ve değişen politikalar karşısında devletle olan yakın ve dostane ilişkilerine özel önem vermeleri nedeniyle (Buğra, 1995) aile olmayan işletmelerle aralarında belirgin farklılıklara neden olabileceği beklentisi son derece mantıklı görünmüştür. Bu bilgiler ışığında kurumsal yönetimin kurumsal itibar üzerindeki etkisinin işletmedeki aile sahipliği oranının artması koşulunda artış gösterecek şekilde düzenlenebileceğine yönelik bir analiz yapılmasına karar verilmiş ve aşağıda sunulan H2 hipotezi geliştirilmiştir.

H2: Kurumsal yönetim ilkelerine uyum ile kurumsal itibar arasındaki ilişkide aile sahipliğinin düzenleyici rolü vardır: Kurumsal yönetim ilkelerine uyumun kurumsal itibar üzerindeki etkisi, aile sahipliğinin yüksek düzeyi için pozitif yönlü ve daha güçlü olacaktır.

Yöntem

Bu araştırmada, aynı örgütsel alandaki örgütlerin zorlayıcı bir mekanizmayla eş-biçimli olmalarını temsil eden kurumsal yönetim ilkelerine uyumları ile kurumsal itibarları arasındaki ilişki incelenmiş ve bu ilişkide aile sahipliğinin düzenleyici rolü araştırılmıştır. Bununla birlikte kurumsal itibar oluşumunda işletmelerin piyasa ve muhasebe esaslı göstergeleri, yaşları, büyüklükleri (çalışan sayıları, ciroları) ile

yabancı sahiplik oranları kontrol değişkeni olarak ele belirlenmiştir. Model söz konusu kontrol değişkenlerinin etkisi kontrol edilerek ele alınmıştır.

Örneklem

Örneklem rassal olmayan örnekleme yöntemlerinden amaca yönelik örnekleme yöntemi kullanılarak belirlenmiştir. Amaca yönelik örneklem kullanılmasıyla, ulaşılması güç bir popülasyonun olası tüm örnek olaylarını belirlemek için rastlantısal olmayan bir örneklem üzerinde araştırma yapılmış olmaktadır (Neumann, 2006). Amaca yönelik örneklem seçiminde araştırmacı belirli bir amaçla araştırma yapacağı için örnekleme seçebilmektedir (Neumann, 2006). Daha önce de belirtildiği gibi, İMKB’de kote olmuş işletmelere 2011 yılı sonunda kurumsal yönetim ilkelerine uyum raporu yayınlamak SPK tarafından bir zorunluluk haline getirilmiştir. Bu nedenle araştırma örneklemini oluşturmak üzere İMKB’de yer alan işletmelerden oluşacak örneklemin araştırılacak konuyu açıklamada uygun olacağı değerlendirilmiştir. Bu işletmelerin hem aile sahiplik oranının yoğun olması (Yurtoğlu, 2000; Demirağ ve Serter, 2003) hem de işletme rapor ve bilgilerine ulaşılabilir olması nedeniyle de uygun bir seçim olacağı düşünülmüştür. Bu nedenle araştırmada yer alacak işletmelerin ortaklık yapısı, kurumsal itibarları ve kurumsal yönetim bilgilerine ulaşılabilir olması Borsa İstanbul’u örneklem seçiminde amaca yönelik olarak ön plana çıkarmıştır. Araştırma evrenini rekabetçi avantaj sağladığı için itibar kavramına oldukça önem verilen bir alan olan imalat sanayindeki (Sarjana ve Khayati, 2017) işletmeler oluşturmaktadır. Bu çerçevede imalat sanayindeki tüm işletmelere eksiksiz olarak yer verilerek popülasyonun homojen olmasına dikkat edilmiştir. Böylece İMKB’de yer alan tüm imalat sanayi işletmelerinin örnekleme girme olasılığı bir diğere eşit olarak sağlanarak tarafsız davranılmıştır (Babbie, 2007).

2018 yılı itibarıyla hisseleri Borsa İstanbul’da işlem gören ve imalat sanayi sektöründe yer alan 182 şirket araştırmanın evrenini oluşturmuştur. Söz konusu şirketlerin kurumsal web sayfalarında yer alan Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporları/Beyanları 2011 ve 2012 yılları için ayrı ayrı incelenmiştir. Daha önce de bahsedildiği üzere, KYİUR yayımlananın bir zorunluluk hâline geldiği 30 Aralık 2011 tarihi, çalışmada kullanılacak örneklemin tespiti için bir başlangıç tarihi olmuştur. İşletmelerin bu tarihte yayımlanan 28158 sayılı Tebliğ (Seri: IV, No: 56) gereğince hazırlayacağı ilk raporlar 28158 sayılı Tebliğ’in (Seri: IV, No: 56) yayımlandığı tarihten itibaren hazırlanmaya başlanmış ve 2012 yılı içinde kamu ile paylaşılmıştır. Bu nedenle söz konusu raporların yayımlanması ve paydaşlara bilgi

verilmesinin bir zorunluluk olmadığı 2011 yılı ile raporların yayımlanmasının ve bilgi paylaşılmasının zorunluluk haline geldiği 2012 yılı bu çalışmada karşılaştırma yapılabilmesi amacıyla teker teker ele alınarak incelenmiştir.

İlk olarak, incelemeye alınan 182 imalat sanayi işletmesinin web sayfalarında yer alan KYİUR'ları incelenmiştir. Çalışmada 2011 ve 2012 yılları KYİUR sözcük sayıları arasında bir karşılaştırma yapılabilmesi için her iki yılda da raporlara eksiksiz olarak ulaşılması hedeflenmiştir. 2011 yılı sonrasında Borsa İstanbul'da işlem görmeye başladığı belirlenen 15 işletmenin 2011 yılı raporları olmadığı için bu işletmeler analize dâhil edilmemiş ve kurumsal yönetim ilkelerine uyum raporları geriye kalan 167 işletme üzerinden incelenmeye devam edilmiştir. İkinci olarak, Dünya Gazetesi internet sayfası arama motoru yardımıyla bahse konu her bir işletmeye ait gazetede yer almış haberlere ulaşılmıştır. Ulaşılan tüm haberler arasında kurumsal itibar verilerinin elde edileceği 2012 ve 2013 yıllarına ait olan haberler belirlenmiştir. 2012 ve 2013 yılları arasında haber içeriği üzerinden bir karşılaştırma yapabilmek için her işletme hakkında söz konusu yıl içinde yayımlanmış en az bir haber olması gerekmektedir. Konuya ilişkin olarak yapılan incelemede, 167 şirketten 94 tanesi hakkında 2012 ve 2013 yılına ait hiç haber yer almadığı görülmüştür. Dolayısıyla bu işletmeler de kurumsal itibar verilerine Dünya Gazetesi üzerinden ulaşamadığı için analizlerden çıkartılmıştır. 94 işletme hakkında hiç veriye ulaşamamış olması, araştırmanın önemli bir kısıtı olarak görülmektedir.

Bu durumun en önemli nedeninin söz konusu işletmelerin haber niteliği taşıyacak faaliyetleri olmadığı, haber niteliği olan bilgileri kamuoyu ile paylaşmadıkları, yatırımcılara özgü haberler yapan bir gazete için önemli sayılabilecek faaliyetleri olmadığı şeklinde düşünülebilir. Bir diğer nedeni ise bu çalışmada tüm gazetelerdeki haberleri incelemek yerine tek bir gazeteye odaklanılmış olmasından kaynaklı olduğu düşünülmektedir. Araştırmada kullanılan gazete haricindeki farklı gazetelerde bu araştırmaya dâhil edilemeyen işletmelere ait 2012 ve 2013 yıllarına ait haberlerin olabileceği bilinmektedir. Ancak mevcut çalışmada yatırımcılar perspektifiyle haberlere yer veren bir gazeteye odaklanılmış ve sadece bu gazetede yer alan haberlerden faydalanılarak işletmelerin kurumsal itibarları incelenmiştir. İtibar ölçümünü meseleye ve paydaşlara göre odaklandırmak araştırmanın genellenebilirliğini sınırlandırmakta ancak geçerliğini güçlendirmektedir (Walker, 2010). Geriye kalan 73 işletmeden 70 tanesinin, 2011 veya 2012 yılı KYİUR'larına ilişkin bilgilere web sayfalarından veya Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP) sayfalarından eksiksiz olarak ulaşılmıştır. Raporlarına ulaşamayan 3 şirket de örneklemeden çıkartılmıştır. Sonuç olarak örneklem 70 işletmeden oluşmuştur.

2011 yılında yayımlanan 28158 sayılı Tebliğ neticesinde söz konusu işletmeler 2012 yılından itibaren zorunlu olarak KYİUR yayınlamaya başlamıştır. İşletmeler 2011 yılında kurumsal yönetime ilişkin bilgilerini isteğe bağlı olarak paylaşmıştır. 2012 yılında ise yasal uygulama gereğince işletmelerin bilgi paylaşımı yapmaları zorunlu hale gelmiştir. İşletmelerin KYİUR yayımlamanın isteğe bağlı olduğu 2011 yılı ile rapor yayımlamanın zorunlu olduğu 2012 yılında raporları karşılaştırıldığında söz konusu iki yıl arasındaki eşbiçimlilik sağlamaya yönelik işletmelerin tepkileri görülebilecektir. Böylelikle işletmelerin zorlayıcı eşbiçimlilik mekanizması olarak ele alınan kurumsal yönetim ilkelerine uyumları da söz konusu iki yıl dikkate alınarak ölçülebilecektir. Bu düşüncelerle 28158 sayılı Tebliğ öncesi ve sonrasında işletmelerin KYİUR bakımından karşılaştırmalarını yapmak, 28158 sayılı Tebliğ'de yer alan zorlayıcı eşbiçimliliğin oluşumunu görebilmek için 2011 ve 2012 yılları seçilmiştir.

Kurumsal itibar verileri 2012 ve 2013 yıllarında Dünya Gazetesinde işletmeler hakkında yer alan haberlerden faydalanılarak oluşturulmuştur. İşletmeler KYİUR'larına çoğunlukla bir sonraki yılın başlangıcındaki Yıllık Faaliyet Raporlarında yer vermektedir. Bu yılların seçilmesinin nedeni de raporların kamuoyu ile paylaşıldığı ve işletmelerin itibarına ilişkin haberlerin basında yer almaya başladığı zamanla ilişkindir. KYİUR yayımlamanın isteğe bağlı olduğu 2011 ve zorunlu hale geldiği 2012 yılındaki raporlarda yer alan faaliyetlere ilişkin haberlerin hemen aynı yılda değil, KYİUR ve Yıllık Faaliyet Raporlarının yayımlandığı yılsonunu takip eden ilk yıl içinde itibar oluşumuna etki edecek şekilde haberlerde yer alacağı varsayılmıştır. Bir başka deyişle 2011 yılına ait raporlar 2012 yılı başında yayımlandığı için haberler de 2012 yılında incelenmiştir. Söz konusu işletmelerin 01 Ocak-31 Aralık 2012 tarihleri ile 01 Ocak-31 Aralık 2013 tarihleri arasındaki itibarlarına ilişkin veriler ayrı ayrı ölçülerek kurumsal itibarlarının bu iki dönem arasındaki değişimleri belirlenmiştir. Böylelikle işletmelerin 2011 yılındaki KYİUR'ları ile 2012 yılındaki KYİUR'ları arasındaki fark ile 2012 yılındaki kurumsal itibarları ile 2013 yılındaki kurumsal itibarları arasındaki fark karşılaştırılabilecektir. Böylece kurumsal yönetimdeki farklılaşmanın kurumsal itibardaki farklılaşmayla olan ilişkisi incelenebilecektir.

Çalışmada, örneklem olarak neden imalat sanayi örgütsel alanındaki işletmelerin seçildiğini açıklamak gerekirse, dört önemli gerekçe sunulabilmektedir. Birincisi, imalat sanayinin kaliteli ürünler imal etme ve ürünlerin algılanan kalitesinin itibar tanımında önemli yer tutmasıdır (Rindova vd., 2005). İkincisi, imalat sanayinde itibarın daha çok göze batması ve önemsenmesidir. Buna örnek olarak, Toyota'nın kale gibi güçlü kurumsal itibarının imalat hatası nedeniyle önemli derecede zarar

görmesi verilebilir (Lange vd., 2011). 2010 yılında Toyota'nın bazı araç modellerinde gaz pedalının sıkışık kalması ve oluşturduğu kaza riski nedeniyle bu modellerin servise çağrıldığıının haber olması işletmenin hisse değerini o dönemde %22 oranında düşürmüştür (<http://www.bbc.com/turkce/ekonomi>). Üçüncüsü, imalat sanayinin karmaşık bir yapıda olması, birçok farklı paydaşın yer alması, bağlılık ve güveni teşvik etmesi nedeniyle sahiplik yapısının da önemli bir yeri olmasıdır (Maher & Andersson, 1999). Dördüncüsü, araştırmada elde edilecek bulguların genellenebilirliğini güçlendirmek ve 2011-2012-2013 yıllarında kullanılacak finansal verilerin belirli bir alanla sınırlandırılarak düzenlenmesi gerekliliğidir.

Değişkenler ve Ölçüm Araçları

Çalışmanın bağımlı değişkeni kurumsal itibardır. Bağımsız değişkeni kurumsal yönetim ilkelerine uyumdur. Düzenleyici değişkeni aile sahipliğidir. Bu değişkenlere ilave olarak üç grup kontrol değişkeni kullanılmıştır. Birinci grup işletmenin yaşı ve büyüklüğüdür. Büyüklüğü temsilen işletmenin çalışan sayısı ve cirosu ele alınmıştır. İkinci grup yabancı sahiplik oranıdır. Üçüncü grup finansal performanstır. Bunlar piyasa esaslı göstergelerden hisse senedi getiri değeri ve Tobin's q ile muhasebe esaslı göstergelerden varlık karlılığı ve özsermaye kârlılığı değişkenleridir.

İşletmelere ait kurumsal ve finansal veriler BİST veya KAP resmi internet sayfasından, işletmelerin kurumsal web sayfalarındaki kurumsal bilgilerden, yatırımcı ilişkileri bölümündeki yıllık faaliyet raporlarından, KYÜR'larından, yıllık mali ve finansal tablolarından ve bağımsız denetimden geçmiş finansal raporlardan yararlanılarak elde edilmiştir (<http://www.borsaistanbul.com/tr/>; <http://www.kap.org.tr>).

Bağımlı Değişken

Örgütün itibarını ölçerken hangi paydaş gruba odaklanılacağına ilişkin olarak şu soru sorulmuştur; "Bir işletmenin kurumsal itibarı kim için ve neden önemlidir?". Bu soruya cevap olarak en önemli potansiyel paydaşlar olarak yatırımcılar (Marquina Feldman vd., 2014) belirlenmiştir. Buna göre, yönetimin kalitesine değer veren en önemli paydaş grubu yatırımcılardan oluşmaktadır (Pucheve-Michelotti, 2008). İtibarın hangi meseleye özgü olarak analiz edilmek istendiğinin de belirlenmesi gerekmektedir (Walker, 2010). 2000'li yıllarda şirket skandalları sıkça görülmüş ve başarısızlıklar, kurumsal yönetim yetersizlikleriyle ve denetim eksiklikleriyle ilişkilendirilmiştir. Bu nedenle, yatırımcıların yatırım yapacakları işletmeleri tercih

ederken kurumsal yönetim meselesine önem verdikleri bilinmektedir (Pettigrew & Reber, 2013). Dolayısıyla bu çalışmada işletmelerin itibarı, yatırımcıların işletmelerin kurumsal yönetimine bakış açısıyla ele alınmış ve bu meseleye özgü olarak ölçümler yapılmıştır.

“İtibar kavramını ölçerken zamansal olmasına dikkat edilmelidir” (Fombrun, 1996; Wartick, 2002) önerisi üzerine, bu çalışmada 2012 ve 2013 yılları arasında belirli bir tarih aralığındaki kurumsal itibar ölçümleri yapılmıştır. Kurumsal itibarın ölçümünde, itibar olumlu, olumsuz veya nötr olabilecek şekilde (Walker, 2010) değerlendirme yapılmıştır. Dolayısıyla, sadece en iyi itibara sahip olanların oylanması ya da sıralamalarda yer alması gibi uygun olmayan bir beklentiyle veriler elde edilmemiş (Rindova vd., 2005) ve itibar seviyesi daha düşük olanlar göz ardı edilmemiştir (Walker, 2010).

İtibar kavramı algıların toplamından oluşmaktadır (Lange vd., 2011). İtibar, aynı örgütsel alandaki paydaşların kolektif algılarının bir bütünüdür ve düşüncelerin toplamını ifade etmektedir (Fombrun, 1996; Wartick, 2002). Deephouse’a göre (2000: 1098) basında yer alan haberler işletmeye ilişkin bilgiler sunarak paydaşların işletme hakkındaki algılarını etkileyebilmekte ve itibar algısındaki belirsizliği azaltmaktadır. Böylelikle oluşan algılar toplamı o işletmenin itibarını oluşturmaktadır (Lange vd., 2011: 159). Bunun yanında, medyada olumlu yönde yer almak itibarla pozitif yönde ilişkili olarak kabul görmüş (Philippe & Durand, 2011) ve basında yer alan olumlu haberlerin, işletmenin kurumsal itibarını artıracığı kabul edilmiştir (Fombrun & Shanley, 1990; Wartick, 2002). Bu nedenle çalışmada kurumsal itibar algısı, özellikle yatırımcılara ve yöneticilere hitap eden ve tarafsızlık özelliğiyle bilinen Türkiye’nin en önemli ekonomi ve iş dünyası gazetelerinden birisi olan Dünya Gazetesinde yer alan haberlerden faydalanılarak ölçülmüştür. Dünya Gazetesinin seçilme nedeni yatırımcıların ilgisini çeken ve kararlarına yön veren bir yayın olması, örgütsel alandaki sorunlara yer vermesi, çalışmada sentez yapmak yerine tek bir referansa odaklanılmak istenmesi, geçmiş dönem haberlerine ulaşılabilen sürekli bir yayın olması ve bu çalışmaya özgü bir ölçüm aracı kullanmak istenmesidir. Belirtilen tarihsel dönemde söz konusu işletmeler hakkında Dünya Gazetesinde çıkan haberlerin o şirketin itibarına ilişkin o tarih aralığına ait önemli bilgiler sunduğu düşünülmüş ve Dünya Gazetesinde yer alan haberlerin doğruluğu, güvenilir olduğu ve orijinalliğinin kurumsal itibar bilgilerini güçlendireceği değerlendirilmiştir.

Kurumsal itibar verileri, Dünya Gazetesinde 2012 ve 2013 yıllarında örneklemeledeki işletmeler hakkında yer alan haberlerden elde edilmiştir (<http://www.dunya.com>). Haberler kurumsal itibarı oluşturan altı boyutta yer alan maddeler dikkate alınarak kodlanmış ve incelenmiştir (Fombrun, 2000). Bu maddeler sıralanacak olursa, işletmeye ilişkin; duygusal çekicilik (iyi duygular hissetmek, takdir ve saygı, güven), ürün ve hizmet (yüksek kalite, yenilikçi, hizmetinin arkasında, hesaplı), iş ortamı (iyi çalışanlar, çalışmak için iyi ortam, çalışanlarına adil ücret), finansal performans (kârlılık kayıtları, rakiplerinden daha iyi performans, düşük riskli yatırım, büyüme ihtimali), vizyon ve liderlik (mükemmel liderlik, piyasa fırsatları, gelecek için iyi bir vizyona sahip olmak), kurumsal sosyal sorumluluk (çevresel ve toplumsal sorumluluklarını yerine getirme, iyi gelişmeleri desteklemek) algılarıdır.

Belirlenen kod tanımlamaları dikkate alınarak örnekleme dahil edilen şirketlerle ilgili gazete haberleri tek tek okunmuş ve haberler olumlu, olumsuz ve nötr olacak şekilde tasnif edilmiştir. Bu yaklaşımın tercih edilmesinde Fombrun (1990) ve Walker (2010) gibi araştırmacılar tarafından yapılan çalışmalarda, itibarın pozitif ve negatif olarak sınıflandırılması etkili olmuştur. Örneğin işletmenin yıllık satışlarının arttığı hakkında bir haber belirlenmişse, bu haberin itibar alt boyutlarından finansal performans kapsamında olduğu değerlendirilerek işletmenin için bir olumlu itibar puanı olarak tasnif edilmiştir. İşletme çalışanlarının greve gittiğine ilişkin haber ise iş ortamı boyutuyla ilgili bir haber olarak değerlendirilmiş ve bir olumsuz itibar puanı olarak sınıflandırılmıştır. Çalışanların rutin görev yeri değişikliği hakkında bilgi sunan bir haber ise nötr itibar olarak değerlendirilmiştir. Fombrun (1990: 246) çalışmasında itibar kategorilerini tasnif ederken kodlayıcıların olumlu ve olumsuz haberlere göre kategorileri kolaylıkla belirledikleri ama nötr kategoriye kullanılmaktan kaçındıklarını ya da çok fazla kullandıklarını belirtmiştir. Bu nedenle mevcut araştırmadaki analizler, itibar puanları hem nötr haberlerin yer aldığı bir bütün olarak hem de nötr haberlerin yer almadığı hâliyle yapılmış ve bulgular karşılaştırılarak paylaşılmıştır.

Haberlerin içeriğine ilişkin analiz yapılmasında öncelikle bir tasnifleme yapılmıştır. Dünya Gazetesinde yer alan çok sayıdaki ham veri detaylı olarak incelenerek veriler indirgenmiş ve kategorilere ayırarak işlenebilir hâle getirilmiştir (Bkz.: Neumann, 2006: 663). Daha sonra aynı işlemler tarafsız bir akademisyenin hakem olarak belirlenmesiyle tekrar yapılmıştır. Birinci ve ikinci tasniflemeler karşılaştırılmış ve haberlerin tasnifinde tereddütte olunanlar üçüncü bir hakemin görüşüne sunulmuş ve analize dâhil edilecek şekilde itibar puanlarına nihai hâli verilmiştir. İtibar puanı hesaplanırken herhangi bir puan aralığı verilmemiştir. İtibar puanı oranlı

(rasyo) bir skala üzerinde ölçümlenmiştir (Babbie, 2007). Örneğin 2012 yılında itibar puanı 5 olan bir işletmenin 2013 yılındaki itibar puanı 8 olmuş ise itibar puanı farkı 3 puan artış olarak, 2012 yılında 5 olan itibar puanı 2013 yılında 2 puana düşmüşse itibar puanı farkı -3 azalış olarak, 5 olan puanı 0'a düşmüşse itibar puanı farkı -5 azalış olarak, her iki yıl için de bir değişiklik olmamışsa itibar puanı farkı 0 olarak hesaplanmıştır.

Değerlendiriciler arasında güvenilirlik ve geçerlik şu şekilde hesaplanmıştır: Değişkenler kümesinde yer alan verilerden nitel olanlar analizlerde kullanılabilmesi amacıyla kodlanarak nicele dönüştürülmüştür (Neumann, 2006: 663). Dönüştürülme aşamasında veri kaybı yaşanmasını önleyebilmek için yazar hariç iki farklı kodlayıcı kişiden faydalanılmıştır. Kodlayıcılar arasındaki puanlamadaki şansa dayalı olmayan uyumu görebilmek amacıyla Cohen'in Kappa değeri hesaplanmıştır (Cohen, Swerdlik, & Philips, 1996). Buna göre iki değerlendirici arasındaki fikir birliğini yansıtan güvenilirlik 2012 yılı itibar puanlamaları için 0.733 olarak, 2013 yılı itibar puanlamaları için 0.720 olarak bulunmuştur. Kappa değeri -1 ile +1 arasında değer almaktadır. +1'e yaklaşması durumunda şansa dayalı olmayan uyum mükemmel seviyeye yaklaşmaktadır (Kılıç, 2015). 0.60'dan yüksek olması durumunda ise değerlendiriciler arasındaki uyumun tatmin edici seviyede olduğu, puanlamanın değerlendiriciler arasında önemli derecede değişmediği ve güvenilir kabul edildiği belirtilmektedir (Hayes & Hatch, 1999). Verilerin geçerliğine ilişkin olarak ise; bağımsız ve alanında uzman bir akademisyen tarafından önyargı ve doğruluk kontrolü yapmak amacıyla tüm puanlamalar ölçülen değişkenin kurumsal itibarın alt boyutlarını içeren bir kodlama listesi üzerinden incelenmiştir (Potter & Levine-Donnerstein, 1999).

Bağımsız Değişken

Bu çalışmada, itibarın oluşumunda eşbiçimlilik bir öncül olarak düşünülmüştür. Zorlayıcı bir eşbiçimlilik mekanizması olarak kabul edilen işletmelerin kurumsal yönetim ilkelerine uyumu bağımsız değişken olarak ele alınmıştır. 28158 sayılı Tebliğ'de SPK tarafından belirlenen kurumsal yönetim ilkeleri dört tanedir ve bu çalışmada kurumsal yönetimin alt boyutları olarak bir bütün haliyle tek faktör altında ele alınmışlardır. Bunlar, pay sahipleri (pay sahipliği haklarının kullanılmasının kolaylaştırılması, bilgi alma ve inceleme hakkı, genel kurula katılım hakkı, oy hakkı, azlık hakları, kâr payı hakkı, payların devri), kamuyu aydınlatma ve şeffaflık (internet sitesi, faaliyet raporu), menfaat sahipleri (şirket politikası, şirket yönetimine

katılımın desteklenmesi, insan kaynakları politikası, müşteriler ve tedarikçilerle ilişkiler, etik kurallar ve sorumluluklar), yönetim kurulu (kurulun işlevi, faaliyet esasları, yapısı, toplantılarının şekli, bünyesinde oluşturulan komiteler, yönetim kurulu üyelerine/üst düzey yöneticilere sağlanan mali haklar) başlıkları altında yapılan kurumsal faaliyetlere ilişkin bilgilendirme beyanlarıdır.

İşletmelerde KYİUR hazırlanmasının ve uygulanmasının sorumluluğu üst yönetim kurulundadır. İşletmenin tüm faaliyetlerini planlayan da, icra ettiren ve kontrol eden de yine üst yönetim kuruludur. Söz konusu raporda yer verilen tüm alt boyutları ve maddelerin gerçek hayatta uygulanıp uygulanmadığını en iyi bilenler de yine üst yönetim kurulu olduğu için bu araştırmada, KYİUR'un günlük yaşamda mevcudiyete geçtiği ve uygulandığı düşünülmüştür. Dolayısıyla da KYİUR'da yer alan sözcüklerin sayısındaki durum, aynı zamanda üst yönetimin ve uygulamalarının da bir yansıması olarak kabul edilmiştir.

Othman ve diğerlerince (2011) yapılan çalışmada, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açıklamalarında meydana gelen değişimi ölçebilmek amacıyla, kurumsal sosyal sorumluluk raporlarında yer alan sözcük sayılarının 2006 ve 2007 yılları arasındaki değişimi hesaplanmış ve kurumsal sosyal sorumluluktaki değişim kriteri olarak ele alınmıştır. Mevcut çalışmada, 2011 ile 2012 yılları arasında kurumsal yönetim ilkelerine uyum raporu açıklamalarındaki değişimi görebilmek amacıyla, Othman vd. (2011) tarafından uygulanan sözcük sayımı ile veri elde etme yöntemi örnek alınarak uygulanmıştır. Buna göre, Borsa İstanbul'da imalat sanayinde yer alan her bir işletme için söz konusu KYİUR'nda yer alan 2011 yılı ve 2012 yılına ait sözcükler sayılarak sözcük sayısı elde edilmiş ve değişimi görebilmek üzere iki yılın arasındaki sözcük farkı değişken olarak çalışmada kullanılmıştır. Böylelikle, kurumsal uyumlulukta bir artış meydana gelmesiyle eşbiçimliliğin görgül olarak kendisini gösterebilmesi beklentisi gerçekleşmiş olacaktır (Westphal, Gulati, & Shortell, 1997).

Mevcut çalışma için ölçümlenen iki yıl (2011 → SPK Düzenlemesi → 2012) arasında raporun formatı ile ilgili bir değişiklik de söz konusu ise kelime sayılarındaki farklılık bundan kaynaklanmış olabilir mi sorusu akıllara gelmektedir. Bu durum göz önüne alınarak bir açıklamada bulunmak yararlı olacaktır. 11 Ekim 2011 tarihli ve 28081 sayılı (2.Mükerrer) (Seri: IV, No: 54) Kurumsal Yönetim İlkelerinin Belirlenmesine ve Uygulanmasına İlişkin Tebliğ'in ekinde yer alan SPK Kurumsal Yönetim İlkeleri incelendiğinde raporun içinde yer alan dört ana başlık altındaki sözcüklerin sayısının 11.636 adet olduğu, 30 Aralık 2011 tarihli ve 28158 sayılı

(Seri: IV, No: 56) Kurumsal Yönetim İlkelerinin Belirlenmesine ve Uygulanmasına İlişkin Tebliğ'de yer alan incelemede de raporun aynı dört başlık altında 4.609 adet sözcükten oluştuğu görülmüştür. Raporun yayımlanmasının zorunluluk haline getirilmesiyle raporun kapsam olarak önemli bir değişikliğe gidilmeden içerik olarak yaklaşık olarak %39.6 oranında sadeleştirildiği görülmüştür. Dolayısıyla işletmelerin KYİUR'larında 2011 ve 2012 yılları arasında meydana gelebilecek sözcük sayısındaki artışın nedeni Tebliğ'de yer alan raporun sözcük sayısının artmasından ya da raporun formatındaki değişimden kaynaklanabileceği düşüncesini yansıtmadığı söylenebilir. Bir başka deyişle, yasal mevzuat gereğince daha fazla açıklamaya raporlarda yer verilmesi söz konusu olmadığı için bu durumun otomatik olarak kelime sayısının artmasına da neden olmayacağı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla yasal zorunluluk öncesi ve sonrasındaki rapor formatından kaynaklanabilecek sözcük sayıları karşılaştırıldığında herhangi bir kısıtın olmadığı kabul edilmiştir.

Düzenleyici Değişken

Aile sahipliğinin belirlenmesine yönelik ölçümlerde kullanılan başlıca iki yöntemin mülkiyeti elde tutulan öz sermaye derecesinde yüzde olarak en hâkim hisseye sahip olmak [çeşitli sahiplik eşikleri (örneğin %5, %15, %25 veya %50) belirlemek] veya yönetim kurulunda/ekibinde ailenin temsilcisinin var olması (Boyd & Salereno, 2016) olarak ele alındığı da görülmektedir. Demirağ ve Serter (2003) çalışmalarında aile üyeleri arasında bir farklılık gözetmeksizin işletmeyi kontrol edici ortağın oy hakkı eğer %50 üzerindeyse işletmenin söz konusu çoğunluk hissedarının kontrolünde olduğunu kabul etmiştir. Benzer şekilde Sageder, Mitter ve Feldbauer-Durstmüller (2018) de son dönemde yayımlanan makalelerde en çok kabul gören aile sahipliği göstergesinin "şirketin öz kaynaklarının %50'si ve daha fazlasına sahip bir ailenin varlığı" olduğunu belirtmektedir. Bu nedenle mevcut çalışmada da aile sahipliği işletmenin %50 ve üzerindeki çoğunluk hisselerinin kontrolüne sahip olmak olarak kabul edilmiştir. Aynı ailenin farklı işletmeler üzerinden incelenen işletmedeki ortak olarak payları ve soyadı değişiklikleri hesaplamalarda dikkate alınmış ve karşılıklı hissedarlığın göstergesi olarak kabul edilmiştir. Dolaylı ortaklık paylarının çözümlenmesinde her bir ortak ismi ya da işletme payı tek tek aile bağlantısıyla olan ilişkisi dikkate alınarak detaylıca incelenmiştir. Aile ile bağlantılı olduğu belirlenen kişi ya da işletmelerin payları aile sahipliği oranına ilave edilerek ailenin toplam hisse oranı ortaya çıkartılmıştır. İşletmedeki hisse ortaklık paylarına işletmelerin internet sayfalarından ve yıllık faaliyet raporlarından ulaşılmıştır.

Kontrol Değişkenleri

İşletmenin yaşının büyük olması itibarın bir öncülü olarak düşünülmekte ve önemli bir kontrol değişkeni olarak kabul görmektedir (Boutinot, Joly, & Mangematin, 2017). İşletmenin büyüklüğüne ilişkin olarak çalışan sayısı ve cirosuna ilişkin değerler kullanılmıştır. İşletmede mevcut görev yapan personel sayısı da örgütün görünürlüğünü ve çevresel ilişkilerini düzenlemesinde önemli bir etkiye sahiptir (Roberts & Dowling, 2002). Potansiyel bilgi kaynağı olan ve işletme hakkında çevreyle bilgi paylaşan çalışanların sayıca büyüklüğü itibarı etkileyebilmektedir (Philippe & Durand, 2011). Şirketin yıllara göre satışlarından elde ettiği getiri olarak ciro değeri de hesaplanarak itibar analizlerine dâhil edilebilmektedir (Brammer & Pavelin, 2006; Philippe & Durand, 2011). Cironun artışı işletmenin büyüklüğünü göstermekte ve itibarla pozitif yönde ilişkilendirilmektedir (Rao, 1994; Deephouse, 1996; Deephouse & Carter, 2005). Boivie, Graffinn ve Gentry (2016) çalışmalarında, işletme cirosunu yılın bir çeyrek dilimdeki değerinin logaritmasını alarak analize dahil etmişlerdir. Bu değerlerin doğal logaritmalarına dönüştürülmesiyle, aşırı yüksek rakamsal değerlerin analizleri gereğinden fazla etki altında bırakmasının önüne geçilmesi hedeflenmektedir (Graffin, Wade, & Porac, 2008). Aynı zamanda ham verilerin kullanılması birim farklılığı nedeniyle bulguların raporlanmasını ve yorumlanmasını da zorlaştırmaktadır. Bu nedenle her işletme için ciro değerleri ve çalışan sayısının logaritmaları alınarak analizlere eklenmiştir. Yabancı hissedarların varlığı işletme performansı üzerinde olumlu yönde etki oluşturmakta, daha yüksek oranda bağlılık ve uzun vadeli hedeflere başarıyla ulaşabilmeye de ilişkilendirilmektedir (Douma, George, & Kabir, 2006). Kurumsal kurama göre, farklı sahiplik formları tarafından alınan kararlar dış kuvvetler tarafından kısıtlanabilmekte ve kârı en üst düzeye çıkarmak her zaman en belirgin hedef olmayabilmektedir (DiMaggio & Powell, 1983). Bu nedenle, karar mekanizmasında önemli yeri olan yabancı sahiplik oranı, kurumsal itibar ve kurumsal yönetim üzerindeki etkilerini görebilmek amacıyla araştırmada yer alan işletmelerin 2012 yılındaki ortaklık yapısındaki yabancı paylarının yüzdeleri dikkate alınarak analizlere kontrol değişkeni olarak dâhil edilmiştir.

Kurumsal itibar algısı, yatırımcılar perspektifiyle ele alındığında en önemli göstergenin finansal performans değerleri olduğu kabul edilmektedir (Llyod, 2011). Rao (1994) ve Deephouse (1996), örgütün yüksek finansal performansının örgütün itibarını da yükselteceğini belirtmektedir. Philippe ve Durand (2011) ise, kurumsal itibar ölçümünde önceki yılların performans değerlerinin kontrol değişkeni olarak analizlere alınmasının korelasyon problemlerinin önüne geçebildiğini belirtmektedir. Bu nedenlerle, araştırmanın kontrol değişkeni olarak iki farklı finansal

performans göstergesi kullanılmıştır. Bu değişkenleri seçiminde aile sahipliği ve kurumsal yönetim değişkenleriyle de bir arada daha önce kullanılmış olan değişkenler olmasına dikkat edilmiştir. Bunlar, piyasa esaslı ve muhasebe esaslı finansal performans göstergeleridir. İşletmelerin finansal performansını ele alan birinci grup değişken, piyasa esaslı finansal performans göstergeleri olan Tobin's q Değeri ve Hisse Senedi Getiri Değeri olarak belirlenmiştir. Tobin's q değeri, bir işletmeye dair yapılan yatırımcı değerlendirmesini ifade etmekte ve toplam varlıkların piyasa değerinin varlıkların yerine koyma maliyetine bölünmesiyle (Anderson & Reeb, 2003), bir diğer ifadeyle işletme piyasa değerinin defter değerine oranlamasıyla elde edilmektedir (Beiner, Drobetz & Schmid, 2003). Bir şirketin piyasa değeri ile defter değeri arasındaki fark piyasa değeri yönünde büyüdükçe daha yüksek seviyeli itibarlı olarak kabul edilmektedir (Aula & Mantere, 2008). Hisse senedi getirisindeki değişim, 31.12.2012 tarihi ile 31.12.2013 tarihleri arasındaki işletmenin Borsa İstanbul'da işlem gören birim hisse fiyatı arasındaki değer getirisi hesaplanarak getiri yüzdesi olarak analizlere dâhil edilmiştir.

Yatırımların geri dönüşüne ilişkin olarak finansal performansı ele alan ikinci grup değişken; muhasebe esaslı finansal performans göstergeleri olan Varlık Kârlılığı (ROA) ve Özsermaye Kârlılığı (ROE) olarak belirlenmiştir. Varlık karlılığı [Returns on Asset (ROA)], bir işletmenin belirli bir döneme ait net kârının o dönemdeki toplam varlıklarına oranlamasıyla hesaplanmaktadır (Anderson & Reeb, 2003). ROA, bir işletmede mevcut varlıkların verimli kullanılmasıyla ilgilidir ve performans ölçümünde sıklıkla kullanılmaktadır (Boivie vd., 2016; Kaur & Singh, 2018). Özsermaye karlılığı [Returns on Equity (ROE)], Bir işletmenin belirli bir dönem süresince elde ettiği net kârının şirketin öz sermayesinin toplamına oranlamasıyla elde edilmektedir (Tracey, 2014). Net varlıklar veya varlıklar eksi borçlar olarak da bilinen ROE, bir şirketin öz sermayesinin her bir payından kâr elde etme konusundaki verimliliğini ölçmekte ve aynı zamanda işletme performansına ilişkin tahminlerde bulunulmasını sağlamaktadır (Tracey, 2014).

Bulgular

Analizlerde kullanılan değişkenlere ilişkin kısa bilgiler Tablo 1'de sunulmuştur. Borsa İstanbul'da işlem gören imalat sanayi işletmelerinden çalışmada yer alanların kuruluş yılı ortalamaları 1967, yaş ortalamaları 45 yıl, çalışan sayısı ortalaması 2611, aile sahipliği oranı %42,78, yabancı sahipliği oranı %13,59'dur. Sahiplik yapısı aile sahipliği olan (\geq %50) işletmelerin sayısı 31'dir. Yabancı sahiplik yapısı olan işletmelerin (\geq %50) sayısı 6'dır. İşletmede yabancı sahipliğinin var olması ya da

hiç olmaması durumuna da bakılmıştır. Buna göre, çalışmada yer alan 25 işletmenin ortaklık yapısında yabancı sahipliği bulunmaktadır.

Dünya Gazetesinde 2012 ve 2013 yılında çalışmaya dâhil edilen işletmelere ait çıkan haberler incelenmiş ve bir veri seti oluşturulmuştur. Elde edilen veri setinde, 2012 yılı için toplam 322 haber (253 pozitif, 37 negatif, 32 nötr), 2013 yılı için toplam 344 haber (293 pozitif, 37 negatif, 14 nötr) yer almıştır.

Tablo 1. Analizlerde Kullanılan Değişkenler

Değişkenler	Açıklamalar	Kısaltma
Bağımlı Değişken		
2012 Yılı İtibar Puanı	2012 Yılındaki Toplam Haber Sayılarından Elde Edilen İtibar Puanı	IT12
2013 Yılı İtibar Puanı	2013 Yılındaki Toplam Haber Sayılarından Elde Edilen İtibar Puanı	IT13
İtibar Puanı Farkı	2013 Yılı-2012 Yılı İtibar Puanı	ITF
Bağımsız Değişkenler		
2011 Yılı KYİUR	2011 Yılı KYİUR Sözcük Sayısı	KY11
2012 Yılı KYİUR	2012 Yılı KYİUR Sözcük Sayısı	KY12
KYİUR Fark	2012 KYİUR-2011 KYİUR Toplam Sözcük Sayısı Farkı	KYF
Düzenleyici Değişken		
Aile Sahiplik Oranı	2012 Yılı Aile Sahipliği Hisse Oranının Yüzdesi	AS
Kontrol Değişkenleri		
Yaş	(2011 Yılı)-(İşletmenin Kurulduğu Yıl)	YAS
Çalışan Sayısı	İşletmenin 2011 Yılındaki Toplam Çalışan Sayısının Logaritması	CLSY
Ciro Tutarı	İşletmenin 2012 Yılındaki Ciro Değeri Logaritması	CIRO
Yabancı Sahiplik Oranı	Yabancı Sahipliğinin İşletmedeki Hisse Oranının Yüzdesi	YBS
Tobin's q	Piyasa Değeri/Defter Değeri	TBQ
Hisse Senedi Getiri Değeri	$[(t \text{ dönemindeki hisse fiyatı})-(t-1 \text{ dönemindeki hisse senedi fiyatı})]/(t-1 \text{ dönemindeki hisse senedi fiyatı})$ (%) Değeri	HSGD
Varlık Kârlılığı	Net Kâr/Toplam Varlıklar	ROA
Özsermaye Kârlılığı	Net Kâr/Toplam Özsermaye	ROE

Çalışmada yer alan şirketler esas alınarak KYİUR'ları, 2011 ve 2012 yılı için ayrı ayrı incelenmiş ve yapılan sözcük sayımına ilişkin bilgiler Tablo 2'de sunulmuştur. İşletmelerin 2011 yılında beyan ettikleri KYİUR sözcük sayıları ortalaması 2012 yılına nazaran daha azdır. 2012 yılında KYİUR sözcük sayısında işletme ortalamalarında 832,44 adet sözcük artışı meydana geldiği görülmektedir. Zorlayıcı eşbiçimlilik mekanizmasının sonucunda işletmeler tarafından 2012 yılında hazırlanan uyum raporlarında %22 oranında bir artış olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 2. Borsa İstanbul'da İşlem Gören İmalat Sanayi İşletmelerine Ait Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporu Sözcük Sayısı Bilgileri

Sözcük sayısı	Ortalama	Standart sapma	Minimum	Maksimum
KY11	3793,14	1916,49	1113,00	11740,00
KY12	4625,58	2263,40	1264,00	12689,00
KYF	832,44	1071,27	-1799,00	4127,00

Dünya Gazetesinde 2012 ve 2013 yılında söz konusu işletmelere ait çıkan haberlerin içeriğine göre kodlanarak tasnif edilen itibar derecelendirmelerine ilişkin oluşturulan puanlar olumsuz haberler negatif olarak tasnif edilmiş ve toplam itibar puanı hesaplanırken olumlu haber sayısından çıkartılmıştır. Geçmiş dönemdeki çalışmalarda işletmenin rolü gereğince yapmış olduğu tüm faaliyetleri için nötr puanlama yapılmıştır (Deephouse & Carter, 2005). Bu çalışmada da işletmelerin rolü gereğince basında yer alan haberler nötr itibar puanı olarak hesaplanmıştır. Çalışmanın bu kısmındaki testlere nötr itibar puanları dâhil edilmemiş, olumlu itibar puanlarından olumsuz itibar puanları çıkartılarak detaylı itibar puanı hesaplamaları yapılmıştır (Fombrun & Shanley, 1990; Walker, 2010; Lange vd., 2011).

2011 ve 2012 yılları arasında KYİUR sözcük sayısında artış olan ve artış olmayan işletmelerin, 2012 ve 2013 yılları arasındaki kurumsal itibar puanı farkı ortalaması arasında anlamlı bir farklılığa neden olup olmadığını test etmek amacıyla t-testi yapılmış ve Tablo 3'de sunulmuştur.

Tablo 3. KYİUR Sözcük Sayısında Artış Olan ve Olmayan İşletmelerin Kurumsal İtibar Puanları Arasındaki Farklılığı Ortaya Koyan t-testi Sonuçları

KYİUR sözcük sayısı	İtibar puanı farkı ortalaması	Standart sapma	sd	t	p
Artış var (n=57)	1,14	3,96	68	-2,29	0,025
Artış yok (n=13)	-1,92	5,76			

Bu sonuçlara göre, 2013 ve 2012 yıllarındaki kurumsal itibar puanındaki farkın aynı yıllar arasındaki KYİUR sözcük sayısında artış olması ve olmaması bakımından işletmeler arasında anlamlı bir farklılığa neden olduğu belirlenmiştir. KYİUR sözcük sayısında artış olan işletmelerin kurumsal itibar puanındaki fark da olumlu yönde artış gösterirken, KYİUR sözcük sayısı azalan işletmelerdeki itibar puanı da azalmaktadır.

Çalışmada incelenen değişkenlerin arasındaki ilişkileri ortaya koymak amacıyla, korelasyon değerleri hesaplanmıştır (Bkz.: Hair, Black & Babin, 2010: 235). Sonuçlar Tablo 4'te sunulmuştur. Korelasyon tablosu incelendiğinde, 2011-2012 yılları arasındaki KYİUR sözcük sayısında meydana gelen farklılığın 2012-2013 yılları arasında kurumsal itibarda meydana gelen farklılıkla olumlu yönde bir korelasyon içinde olduğu belirlenmiştir.

Yaş ile çalışan sayısı arasında pozitif yönde, KYİUR sözcük sayısı ile çalışan sayısı arasında pozitif yönde, kurumsal itibar puanı ile çalışan sayısı arasında da pozitif yönde bir ilişki olduğu görülmektedir. Aile sahipliği ile KYİUR sözcük sayısı farkı arasında ise negatif yönde bir ilişki olduğu görülmektedir. Aile sahipliğinin yüzdesi arttıkça 2011-2012 yılları arasında KYİUR sözcük sayısında oluşan fark da azalmaktadır. İşletmelerin cirolarının büyüklüğüyle çalışan sayısı, KYİUR sözcük sayıları ve kurumsal itibar puanları arasında olumlu yönde ilişkiler olduğu tespit edilmiştir.

Tobin's q ile kurumsal itibar puanları arasında olumlu bir yönde ilişki bulunmuştur. Kurumsal itibarla pozitif yönde ilişki içinde olan bir diğer değişken ise varlık kârlılığı (ROA) olarak görülmektedir. Yabancı sahiplik oranı ile finansal performans değişkenlerinden Tobin's q arasında pozitif yönde bir ilişkisi olduğu bulunmuştur. Bunlara ilave olarak, Tobin's q ile çalışan sayısı arasında olumlu bir yönde ilişki olduğu görülmüştür. Varlık kârlılığı (ROA) ile çalışan sayısı arasında ise negatif yönde bir ilişki olduğu görülmektedir.

Regresyon analizine başlamadan önce bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantılılık ilişkileri gözden geçirilmiştir. Cirolar, sözcük sayıları ile hisse senedi değerleri arasında işletmenin kendi içlerindeki bir yıl arayla artışı veya azalışıyla orantılı olmasından kaynaklanan yüksek korelasyon değerleri bulunmaktadır ve testlerde kullanılmamaktadır. Diğer değişken değerlerinin arasında 0.80 değerinden daha büyük korelasyon değerleri olmaması nedeniyle çoklu bağlantılılık olmadığı anlaşılmaktadır (Hair vd., 2010; Büyüköztürk, 2009). Bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantılılık olup olmadığı bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında etkilerin inceleneceği regresyon analizleri öncesinde farklı bir usulle de araştırılmıştır. Buna

Tablo 4. Değişkenler Arası Korelasyon Tablosu

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
1	YAS	1																	
2	CLSY	,235*	1																
3	KY11	,153	,389**	1															
4	KY12	,157	,404**	,882**	1														
5	KYF	,057	,158	,074	,536**	1													
6	ITI2	,094	,411**	,250*	,194	-,037	1												
7	ITI3	,103	,435**	,137	,198	,174	,721**	1											
8	ITF	,037	,142	-,097	,056	,292	-,138	,587**	1										
9	AS	,030	-,047	,056	-,081	-,270*	,151	-,083	-,058	1									
10	CR12	,124	,609**	,276*	,260*	,055	,430**	,655**	,434**	-,111	1								
11	CR13	,130	,620**	,319**	,297	,056	,433**	,640**	,407**	-,112	,992**	1							
12	HSl2	,013	-,029	-,073	,018	,167	,229*	,245*	,084	-,043	-,044	-,049	1						
13	HSl3	,019	-,015	-,049	,038	,169	,250*	,235*	,045	-,064	-,019	-,977**	1						
14	HSGD	,025	,100	-,029	-,121	-,204	,123	,128	,040	-,008	,114	,129	-,059	,034	1				
15	TBQ	,046	,258*	,015	-,056	-,145	,465**	,281*	-,142	-,125	,126	,139	,164	-,038	1				
16	ROA	,021	-,238*	-,054	-,061	-,032	,129	,222	,165	,125	-,043	-,045	,173	,156	,084	1			
17	ROE	,029	,074	,012	,068	,121	,071	,174	,165	,062	,026	-,033	,077	,113	,143	,045	1		
18	YBS	,009	,120	,054	,075	,063	,211	,247*	,107	-,126	,070	,054	,237*	,175	-,001	,280*	,109	,027	1

N=70 Pearson Correlations (*) p<.05 (**) p<.01

YAS: Yaş, CLSY: Log10 Çalışan Sayısı, KY11: 2011 Yılı KYÜR Sözcük Sayısı, KY12: 2012 Yılı KYÜR Sözcük Sayısı, KYF: 2012-2011 KYÜR Sözcük Sayısı Farkı, ITI2: 2012 Yılı İtirbar Puanı, ITI3: 2013 Yılı İtirbar Puanı, ITF: 2013-2012 İtirbar Puanı Farkı, AS: Aile Sahipliği Yüzde Oranı, CR12: Log10 2013 Ciro, CR13: Log10 2013 Ciro, HSl2: 2012 Yılı Sonu Hisse Değeri, HSl3: 2013 Yılı Sonu Hisse Değeri, HSGD: 2013-2012 Yılları Arası Hisse Değeri Getiri Değeri, TBQ: Tobin's Q, ROA: Varlık Karlılığı, YBS: Yabancı Sahiplik Yüzde Oranı.

göre, tolerans değeri (1-R²) 0.20'den daha düşük, varyans büyütme faktörü (variance inflation factor, VIF) (1/1-R²) değeri 10'dan yüksek ve durum indeks (condition indices, CI) değeri 30'dan yüksek çıkan değişken bulunmaması değişkenler arasında çoklu bağlantının olmadığını göstermektedir (Büyüköztürk, 2009).

Varyans homojenliği (homoscedasticity) sorunu olup olmadığı da ANOVA ile test edilmiştir (Tabachnick & Fidell, 2013). Test sonucunda, Test of Homogeneity of Variances, Levene Statistic değeri=1.320, p=0.255 ve $F=5.268$, p=0.025 olarak bulunmuştur. Levene Testindeki fark istatistiksel açıdan anlamlı değildir ve varyansların eşit varsayımı doğrulanmaktadır. Eğer Levene Testi anlamlı olsaydı, varyansların eşitlemek için veri dönüşümü gerekebilirdi. Ayrıca değişkenlere ait puanların normalden aşırı sapma göstermemesi ve çarpıklık, basıklık katsayılarının +1, -1 arasında olması nedeniyle veri setinin normal dağılıma uygun olduğu belirlenmiştir (Büyüköztürk, 2009).

Doğrusal regresyon analizleri aşama aşama yapılmış ve elde edilen bulgular Tablo 5'de sunulmuştur. Regresyon testinde yer alan F değerlerinin anlamlı olduğu, Testin 1'inci aşamasında yer alan kontrol değişkenlerinden işletmenin yıllık ciro sunun, kurumsal itibar puanını olumlu düzeyde etkilediği görülmektedir. 2'nci aşamada analize dâhil edilen kurumsal yönetim ilkelerine uyum, kurumsal itibarı pozitif ve anlamlı seviyede etkilemektedir ($\beta=0.257$, p=0.026). Bu bulgu H1'in desteklendiğini göstermektedir.

3'üncü aşamada aile sahipliği yüzdesi analize ilave edilmiş ve herhangi bir etkisi olmadığı görülmüştür. Aile sahipliğinin, KYİUR ile kurumsal itibar arasındaki ilişkide düzenleyici rolü olacağına ilişkin olarak düşünülen H2 ise dördüncü aşamada test edilmiştir. Buna göre, "KYİUR x Aile Sahipliği" düzenleyici değişkeni regresyon analizine dâhil edilmiştir (Bkz.: Hair vd., 2010: 770). Bu aşamada düzenleyici değişken $\beta=0.795$, p=0.022 ile R^2 göstergesinde ve F değerinde bir artışa neden olmuş, KYİUR'un kurumsal itibarı etkilemesine neden olan 2'nci ve 3'üncü aşamadaki anlamlı β değerini anlamsız hâle getirmiş ve istatistiksel bakımdan anlamlı bir farklılığa neden olmuştur.

Tablo 5. Kurumsal İtibar Puanı Farkına Etki Eden Değişkenlerin Değerlendirilmesi (Hiyerarşik Regresyon Testi)

Değişkenler	2013-2012 Yılları Arası Kurumsal İtibar Puanı Farkı			
	1. Aşama	2. Aşama (H1)	3. Aşama	4. Aşama (H2)
	β	β	β	β
YAS	,004	-,001	,003	,018
CLSY	-,127	-,190	-,175	-,187
CIRO	,535***	,547***	,538***	,525***
TBQ	-,216	-,152	-,161	-,120
HSGD	-,047	,018	,016	,103
ROA	,099	,104	,110	,151
ROE	,149	,110	,112	,025
YBS	,130	,103	,100	,075
KY		,257**	,239**	-,508
AS			-,046	-,229*
KY x AS				,795**
ΔR^2	,206	,257	,247	,301
R^2	,298	,354	,356	,412
F	3,235***	3,654***	3,258***	3,695***

* $p < .1$, ** $p < .05$, *** $p < .01$

Böylelikle 4'üncü aşamada modelin açıkladığı varyans %35,6'dan %41,2'ye ulaşmıştır. Düzenleyici değişken analize dâhil edildiğinde açıklanan varyansa %5,6'lık bir katkıda bulunmuştur. Elde edilen bu bulgular, H2'nin desteklendiğini göstermektedir. Regresyon testi sonucunda elde edilen Modelin Özeti Tablo 6'da, Model Tablo 7'de ve regresyon testinde en yüksek dereceden koşulsuz etkileşimin test sonucu da Tablo 8'de sunulmuştur. Tablo 8'de görüldüğü üzere etkileşim terimi tek başına varyanstaki değişimin yaklaşık olarak %5,99'unu açıklayabilmektedir. Tablo 6-8'den anlaşıldığı üzere, modele ve etkileşim terimine ait p değerlerinin anlamlı olması regresyon analizindeki düzenleyicilik rolünün varlığına işaret etmekte ve hiyerarşik regresyon testinden elde edilen düzenleyicilik rolünün varlığını yani H2'yi desteklemektedir.

Tablo 6. Regresyon Testi Model Özeti Sonucu

R	R ²	F	sd1	sd2	p
0,3844	0,1478	17,8077	3	66	0,0139

Tablo 7. Regresyon Testi Model Sonucu

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
Constant	2,8378	2,1350	1,3292	0,1884	-1,4250	7,1006
X	-0,0019	0,0015	-1,2689	0,2089	-0,0049	0,0011
W	-2,0699	1,2951	-1,5983	0,1148	-4,6557	0,5159
Int_1	0,0022	0,0010	2,1543	0,0349	0,0002	0,0043

Tablo 8. Regresyon Testinde En Yüksek Dereceden Koşulsuz Etkileşimin Test Edilmesi Sonucu

	Değişim R ²	F	sd1	sd2	p
X*W	0,0599	4,6411	1	66	0,0349

Tablo 10'da ise, X ve Y arasındaki ilişkide, W düzenleyici değerdeki koşullu etkinin sonuçları yer almaktadır.

Tablo 9. Regresyon Testinde Düzenleyici Değerdeki Koşullu Etkileşim Sonucu

Aile Sahipliği	Etki	se	t	p	LLCI	ULCI
1	0,0003	0,0006	0,5077	0,6134	-0,0009	0,0016
2	0,0025	0,0008	3,1073	0,0028	0,0009	0,0042

Testte, aile sahipliği oranının <%50 olması, yani aile sahipliği yok koşulu 1 ile belirtilirken, aile sahipliğinin ≥%50 olması yani aile sahipliğinin var olması koşulu 2 ile belirtilmiştir. 1 değerinde bir anlamlılık söz konusu değil iken, 2 değeri olduğunda p değerinin anlamlılık işaret ettiği görülmektedir. Bu durum, aile sahipliğinin düşük olduğu koşullarda X ve Y ilişkisinde bir anlamsızlık söz konusu olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak, Hayes (2013) tarafından önerilen regresyon testindeki modelin sonuçlarının, KYİUR sözcük sayısı farkı ile kurumsal itibar puanı farkı arasındaki ilişkide aile sahipliğinin anlamlı bir düzenleyici rolü olduğunu öneren H2'yi destekleyecek bulgular sunduğu görülmektedir.

Tartışma ve Sonuç

Kurumsal çevre, şirketlerin yeni uygulamaları ve raporlamaları bünyesine adapte etmesinde etkileyici önemli bir rol oynamaktadır (Tsamenyi, Cullen, & Gonzales, 2006). Rahaman, Lawrence ve Roper (2004) zorlayıcı eşbiçimliliğin, örgütün sosyal ve çevresel alandaki raporlamasında güçlü bir etkisi olduğunu belirtmektedir. Bu durumda şirket kurumsal yönetimde şeffaflık ilkesine uygun hareket ederek hem eşbiçimlilik sağlamış hem de çevresine kurumsal yönetime karşı hassasiyetini ispatlamaya çalışmış olacaktır. Kurumsal yönetim bakımından daha iyi yönetilen işletmelerin daha fazla bilgiyi dış paydaşlara açıkladıkları ve daha fazla gözlemlenmeleri nedeniyle daha şeffaf oldukları düşünülmektedir (Beekes, Brown, & Zhan, 2016). Dolayısıyla, daha iyi yönetilen işletmelerin daha sık ve daha zamanında bildirimler yapmaları beklenmektedir (Beekes vd., 2016). Mevcut çalışmada, bir eşbiçimlilik mekanizması olarak kabul edilen kurumsal yönetim ilkelerine uyum raporları da sosyal normlara uyum kapsamında değerlendirilmiştir.

Bu çalışmada KYİUR yayımlamanın bir zorunluluk hâline geldiği 31 Aralık 2011 tarihinden önce isteğe bağlı olarak yayımlanan raporlar ile 2012 yılından itibaren zorunlu olarak yayımlanan raporlar incelenerek işletmelerin gösterdikleri uyum seviyeleri incelenmiştir. Böylece iki dönem arasında zorunlu olarak sunulan eşbiçimlilik mekanizmalarının ne şekilde etkisi olduğu araştırılmak istenilmiştir.

KYİUR'larının hazırlanmasında, 2011 yılından 2012 yılına geçildiğinde anlamlı bir sözcük sayısı artışı olduğu tespit edilmiştir. Bu farkın gerekçesi olarak, Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 30 Aralık 2011 tarihli ve 28158 sayılı (Seri: IV, No: 56) Kurumsal Yönetim İlkelerinin Belirlenmesi ve Uygulanmasına İlişkin Tebliğ'in zorlayıcı hükümlerinin uygulamaya başlanması gösterilebilir. Bu tarihten itibaren SPK tarafından kontrol edilen KYİUR'ları işletmeler tarafından yeniden gözden geçirilerek güncellenmiş ve söz konusu ilkelere uyum zorunluluğu nedeniyle işletme beyanlarındaki sözcük sayısında bir artış olmuştur. Özetle, zorlayıcı eşbiçimlilik mekanizmalarının çalıştığı ve kurumsal yönetim ilkelerine uyum raporunda paydaşlara verilen bilginin arttığı şeklinde bir yorumda bulunulabilir.

KYİUR sözcük sayısı arttıkça işletmelerin kurumsal itibar puanı artış gösterirken, KYİUR sözcük sayısı azalan işletmelerdeki itibar puanı da azalmaktadır. Zorlayıcı eşbiçimlilik mekanizmalarına uygun davranışlar gösteren örgütlerin kurumsal itibarlarında da olumlu yönde artış gözlemlendiği söylenebilir. Daha önce yapılan çalışmalarda, kurumsal yönetim ile kurumsal itibar arasında olumlu bir ilişki

olduğu hakkında farklı yaklaşımlarla (İMKB XKURY'ne dahil olmak, BrandeFinans itibar sıralamasında yer almak vb.) tespitler yapılmıştır (Bkz.: Dayıoğlu, 2011; Taşkırmaz, 2015). Ancak mevcut çalışmada, 2012 yılında KYİUR'larının zorunlu olarak yayımlanması neticesinde oluşan eşbiçimlilik baskısı nedeniyle 2011 yılı ile bir karşılaştırma yapılmış ve eşbiçimlilik ile kurumsal itibar ilişkisinin sonucu yeni bir bakış açısıyla ortaya çıkarılmıştır. Bu bulgunun da kurumsal kuram yazınına önemli bir katkı sağlamakta olduğu söylenebilir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, işletme büyüdükçe hem kurumsal yönetim ilkelerine uyum hem de kurumsal itibar artış göstermektedir. Bu bulgunun, daha önceki araştırmalarda da büyüklüğün örgütün görünürlüğünü ve iletişimini düzenlemesi nedeniyle kurumsal itibar kazanımında önemli etkiye sahip olduğu (Roberts & Dowling, 2002; Fombrun & Shanley, 1990; Deephouse, 1996, Philippe & Durand, 2011) bulgularını desteklemekte olduğu söylenebilir.

İşletmelerin cirolarının hem KYİUR ile hem de kurumsal itibar ile olumlu yönde ilişkileri olduğu tespit edilmiştir. Buna göre işletmelerin ciro artışı hem kurumsal yönetimde hem de kurumsal itibarda artışa neden olmaktadır. İlgili yazında de benzer şekilde büyüklük ve performans değişkenleri itibarla pozitif yönde ilişkilendirilmektedir (Rao, 1994; Deephouse, 1996; Deephouse & Carter, 2005). Boive vd. (2016) çalışmalarında, bu çalışmanın bulgularıyla benzer şekilde ciro ile kurumsal itibar arasında pozitif yönde bir ilişki bulmuştur.

Araştırmanın hipotezlerini test etmek için hiyerarşik regresyon testi uygulanmıştır. Regresyonun birinci aşamasında yer alan kontrol değişkenlerinden birisi olan işletmenin yıllık cirosunun, kurumsal itibar puanı farkını olumlu düzeyde etkilediği tespit edilmiştir. Ciro bir bakıma da işletmenin büyüklüğü, korelasyon analizinde de belirlendiği üzere işletmenin kurumsal itibarını artırmada önemli bir faktör olarak dikkat çekmektedir. Bu bulgu daha önceki çalışmalarla uyum içindedir. Cironun artışı işletmenin büyüklüğünü göstermekte ve itibarla pozitif yönde ilişkilendirilmektedir (Rao, 1994; Deephouse, 1996; Deephouse & Carter, 2005).

Buna ilave olarak, regresyon analizinin ikinci aşamasında KYİUR sözcük sayısındaki farklılığın da kurumsal itibar puanı farkını olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir. Bu bulgu H1'i desteklemektedir. Daha önceki farklı bir çalışmada, kurumsal sosyal sorumluluk raporlamasının, şirketin şeffaflığına dikkat çektiği ve şirketin itibarını artırdığı ifade edilmiştir (Bertels & Pelosa, 2008). Bunun da mevcut çalışmadaki raporlamanın itibarla olan ilişkisiyle benzerlik gösterdiği söylenebilir. Othman vd. (2011) çalışmalarında, hükümet tarafından yapılan düzenlemelerdeki

değişikliklerin, sosyal çevrede ve kurumsal alanlardaki ilişkilerde farkındalığı artırarak, yönetimi şirket içinde düzenlemeler yapmaya zorladığını belirtmektedir. Dolayısıyla da, şirketlerin yapacağı kurumsal faaliyetlerin onların meşruiyet kazanımlarına olduğu gibi kurumsal itibarlarını artırmaya da yardımcı olacağı ifade edilmektedir. Buradan da anlaşılacağı üzere, kurumsal raporlama ve itibar birbirine oldukça yakındır, her ikisi de işletmelere pazarda ayrıcalıklı olmaya, onlara değer yaratmaya ve tercih edebilecekleri daha iyi kaynaklara ulaşmalarına imkân sağlamaktadır (Othman vd., 2011). Philippe ve Durand (2011), prosedürel bağlılığın yüksek olmasının, yani sosyal olarak onaylanmış olan hedeflere uyum gösteren davranışların kuvvetli olmasının, itibar üzerinde pozitif yönde etkisi olduğunu bulmuştur. Bu çalışmadan elde edilen benzer yapı ve yönetimlerin ortaya çıkmasına neden olan eşbiçimlilik ile kurumsal itibar ilişkisindeki pozitif yönlü bulgu, söz konusu araştırmacıların bulgularıyla da benzerlik göstermektedir.

Sahiplik yapısının kurumsal itibarı etkileyebileceği, özellikle işletmelerde sahiplik yoğunluğunun en büyük hissedarın elinde olduğu durumlarda, kurumsal itibarın aşınmaya başlayabileceği belirtilmektedir (Garcia vd. 2010). Bununla birlikte, aile hissedarlarının finansal tercihleri, olası manevi faydaları ve taleplerinin kısıtlı olarak tartışılabilir olması gibi nedenlerle aile sahipliğinin, yaratabileceği olumsuz itibar nedeniyle daha az etkili bir örgütsel biçim olduğu da sıklıkla tartışılan konulardan olmuştur (Anderson & Reeb, 2003). Bu durumun aksine aile şirketlerinin topluları ile güçlü bağları olan, sosyal sorumluluk sahibi, güvenilir ve müşteri odaklı işletmeler olarak tanıtıldıkları çalışmalar da mevcuttur (Sageder vd., 2018). Aile şirketlerinin, aile şirketi olmayanlara göre daha verimli yatırımlar yapması ve şirketi gelecek nesillere aktarmak isteğinin başarıyı tetiklediği de iddia edilmektedir (Anderson ve Reeb, 2003). Bu düşüncelerle geliştirilen, aile sahipliğinin düzenleyici rolüne ilişkin olan H2'nin desteklendiği görülmüştür. Zorlayıcı eşbiçimliliğin kurumsal itibarı olumlu yönde etkilediği H1 ile desteklenirken bu ilişkinin aile sahipliği yüzde oranıyla koşullu olarak düzenlenebileceği ortaya çıkartılmıştır. Buna göre işletme sahiplik yapısında aile sahipliği oranı %50 ve daha büyük seviyelerde olduğu koşullarda, zorlayıcı eşbiçimlilik kurumsal itibar ilişkisi daha güçlü iken, aile sahipliği oranı %50'den daha az olan koşullarda eşbiçimliliğin artış göstermesi kurumsal itibarda herhangi bir artışa neden olmamaktadır. Sonuç olarak, araştırmanın hipotezleri yapılan regresyon analizi sonuçlarıyla desteklenmiştir. Elde edilen bu sonuçlar, aile sahipliği oranı yüksek olan işletmelerin olumlu itibar geliştirebilmek için zorlayıcı eşbiçimlilik gerekliliklerine uyum gösterdiklerini işaret etmektedir.

Çalışmada, olumlu kurumsal itibar kazanmak, elde edilen başarılı itibarı sürdürülebilir kılmak ve kurumsal yönetimde alan içinde örnek olabilmek amacıyla yapılacak çalışmalarda tüm paydaşlara yol gösterecek bir model önerilmiştir. Kurumsal itibar kazanımında en önemli faktörlerden birisinin eşbiçimlilik elde etmek olduğu, eşbiçimliliği sağlamanın en pratik yollarından birisinin de kurumsal yönetim ilkelerine uyumu geliştirmek olduğu ortaya çıkartılmış ve uygulamacıların kullanımına sunulmuştur. Aile sahipliği oranının bir işletmede yüksek olması bu ilişkiyi güçlendirmektedir.

Bu araştırmada İMKB’de yer alan işletmelerin yıllık olarak sundukları KYİUR’larında yer alan sözcüklerin sayısı incelenerek kurumsal yönetimlerine ilişkin çıkarımlarda bulunulmuştur. Buğra (1995) Türkiye’de baskın örgütlenme biçimi olan holdinglerin kendi hazırlayıp sundukları raporların güvenilirlikleri konusunda kuşkuyla yaklaşmak gerektiğini belirtmektedir. Bu nedenle çalışmada yer alan bilgilerin gerçek durumda uygulanıp uygulanmadığına ilişkin bir yargıda bulunulamamaktadır. Dolayısıyla KYİUR’larında yer alan beyanların fiilen kontrol edilemeden var olduklarının kabul edilmiş olması bu araştırmanın önemli bir kısıtını oluşturmaktadır.

Araştırmada kullanılan örneklemden elde edilen bulguların, ölçüm araçlarının güvenilirlik ve geçerliliklerinin çalışmada sunulan sonuçların genellenebilirliğini sınırlandırdığı göz önünde tutulması uygun olacaktır. Çalışmanın örnekleme Borsa İstanbul’daki imalat sanayi sektöründe yer alan işletmelerin tamamı hakkında geçmiş dönemlere ait verilere ulaşılammış olması araştırmanın genellenebilirliğini sınırlamaktadır. Yine kurumsal itibar verilerine sadece Dünya Gazetesinden ulaşılmış, veriler 2012-2013 yılları arasına odaklanılarak incelenmiş, yatırımcılar gibi belirli bir paydaş grubunun algılarına hitap eden seçilmiş bir alandan ve belirli bir zaman diliminden elde edilmiştir. Dolayısıyla, farklı veri kaynakları, paydaş grupları ve daha farklı bir zaman dilimindeki algıların bir arada ölçülmesi araştırmadan elde edilecek sonuçları değiştirebilecektir.

Gelecekteki çalışmalara yönelik bazı öneriler geliştirmek mümkündür. İlk olarak, internet ve uygulamaları üzerinden dijitalleşmeyle kurumsal itibar kazanımına ve yönetilmesine stratejik bir bakış açısıyla yaklaşılabilceği öngörülmektedir (Bkz.: Schaarschmidt & Walsh, 2020; Syed Alwi, Melewar & Cuomo, 2020; Ramos & Casado-Molina, 2021). Bu nedenle kurumsal itibar ölçümünde basında yer alan haberlere ilave olarak sosyal medyada yer alan işletme hakkındaki bilgi

paylaşımlarının kullanılması da ölçümde çeşitlilik sağlayacaktır. İkincisi, aile sahipliğinin farklı iş sistemlerindeki rolleri dikkate alınarak yapılacak çalışmaların işletmelerin kurumsal itibarının açıklamada ilave katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir. Üçüncüsü, küçük orta büyüklükte ve holding türündeki aile işletmelerinde, girişimci tavır ve davranışlarının bir örgütün itibarının oluşturulmasındaki etkileri ile kurumsal yönetim uygulamalarının karşılaştırmalı ve disiplinler arası bir bakış açısıyla incelenmesi kurumsal itibar oluşumunun belirlenmesinde ilave bilgi sağlayacaktır. Son olarak, kurumsal itibarın inşasında işletmelerin sahiplik yapısına göre iş yapma biçimlerinde geleneksel ve modern kurumsal mantıklarının değişim ve etkileşimine odaklanılması aile sahipliğinin rolünün belirlenmesinde kuramsal katkı sunacaktır.

Kaynakça / References

- Aguilera, R. & Jackson, G. 2003. The cross-national diversity of corporate governance: Dimensions and determinants”, *Academy of Management Review*, 28 (3), 447-465.
- Aguilera, R., Filatotchev, I., Jackson, G., & Gospel, H. 2008. An organizational approach to comparative corporate governance: Costs, contingencies, and complementarities, *Organization Science*, 19: 475-492.
- Anderson, R. C. & Reeb, D. 2003. Founding-family ownership and firm performance: Evidence from the S&P 500, *The Journal of Finance*, 58 (3): 1301-1328.
- Aula, P., & Mantere, S. 2008. *LEA's Communication series, strategic reputation management: Towards a company of good*, Routledge/Taylor&Francis Group.
- Babbie, E. 2007. *The practice of social research*, Thomson Wadsworth.
- Barlett, J. L., Pallas, J., & Frostenson, M. 2013. *The handbook of communication and corporate reputation*, Ed. Craig E. Carrolli, John Wiley&Sons, Inc.
- Baron, R. M. & Kenny, D. A. 1986. The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations, *Journal of Personality and Social Psychology*, 51: 1173-1182.
- BBC News Türkçe, *Gaz pedalı krizi Toyota hisselerini vurdu*, <https://www.bbc.com/turkce/ekonomi/2010/02/100204_toyota_shares> Erişim: 02 Mayıs 2021
- Beekes, W., Brown, P., Zhan, W., & Zhang, Q. 2016. Corporate governance, companies' disclosure practices and market transparency: A cross country study, *Journal of Business Finance & Accounting*, 43 (3&4): 263-297.
- Beiner, S., Drobetz, W., Schmid, F., & Zimmermann, H. 2003. Is board size an independent corporate governance mechanism?, *Kyklos*, 57: 327- 356.

- Beycan, M. 2013. *Kurumsal yönetim ve Türk bankacılık sektörü üzerine etkileri*, Dokuz Eylül Üniversitesi, Doktora Tezi, İzmir.
- Bitektine, A. 2011. Toward a theory of social judgements of organizations: The case of legitimacy, reputation, and status”, *Academy of Management Review*, 36 (1): 151-179.
- Boivie, S., Graffin, S. D., & Gentry, R. J. 2016. Understanding the direction, magnitude, and joint effects of reputation when multiple actors’ reputations collide, *Academy of Management Journal*, 59 (1): 188-206.
- Borsa İstanbul (BİST). 2018. *Veri Tabanı*, <<http://borsaistanbul.com/tr/>>. Erişim: 21 Şubat 2018
- Boutinot, A., Joly, I., Mangematin, V., & Ansari, S. 2017. Exploring the links between reputation and fame: Evidence from french contemporary architecture, *Organization Studies*, 38 (10): 1397-1420.
- Boyd, B. K. & Solarino, A. M. 2016. Ownership of corporations: A review, synthesis, and research agenda, *Journal of Management*, 42 (5): 1282-1314.
- Brammer, S. & Pavelin S. 2004. Building good reputation, *European Management Journal*, 22 (6): 704-713.
- Buğra, A. 1995. *Devlet ve işadamları*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Buğra, A. ve Üsdiken, B. 1995. Social variations in state-dependent organizational forms: The South Korean Chaebol and Turkish holding company, EMOT (European Management and Organization in Transition), *Work systems and governance structures of economic actors in Europe üzerine bir atölye çalışması*, Helsinki, Finlandiya.
- Büyükköztürk, Ş. 2009. *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı, istatistik, araştırma deseni, SPSS uygulamaları ve yorum*, Pegem Akademi, Ankara.
- Carney, M. & Gedajlovic, E. (2002). The co-evolution of institutional environments and organizational strategies: The rise of family business groups in the ASEAN region. *Organization Studies*, 23 (1): 1–31.
- Carney, M. 2005. Corporate governance and competitive advantage in family-controlled firms, *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 29 (3): 249-265.
- Choi, J. J., Park, S.W., & Yoo, S. S. 2007. The value of outside directors: Evidence from corporate governance reform in Korea, *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 42 (4): 941-962.
- Claessens, S. & Fan, J.P. 2002. Corporate governance in Asia: A survey, *International Review of Finance*, 3 (2): 71-103.

- CLSA. 2001. Corporate governance in emerging markets, *CG watch report*, <<https://webb-site.com/codocs/Saints&Sinners.pdf>> Erişim: 01 Haziran 2021.
- Cohen, J. R., Swerdlik, M. E., & Phillips, S. M. 1996. *Psychological testing and assessment*. London: Mayfield.
- Corley, K. G., Harquail, C. V., Pratt, M. G., Glynn, M. A., Fiol, C. M., & Hatch, M. J. 2006. Guiding organizational identity through aged adolescence, *Journal of Management Inquiry*, 15 (2): 85-99.
- Dayıoğlu, M. E. 2011. *Kurumsal itibarı sağlamada kurumsal yönetimin etkisi ve Türkiye uygulaması*, Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Deephouse, D. L. 1996. Does isomorphism legitimate? *Academy of Management Journal*, 39 (4): 1024-1039.
- Deephouse, D. L. 2000. Media reputation as a strategic resource: An integration of mass communication and resource-based theories, *Journal of Management*, 26 (6): 1091-1112.
- Deephouse, D. L. & Carter, S. 2005. An examination of differences between organizational legitimacy and organizational reputation, *Journal of Management Studies*, 42 (2): 329-360.
- Deephouse, D. L. & Suchman, M.C. 2008. Legitimacy in organizational institutionalism. Greenwood, R., Oliver, C., Sahlin, K. & Suddaby, R. (Ed.), *The SAGE Handbook of Organizational Institutionalism*: 49-77. London, Sage.
- Demirag, I. & Serter, M. 2003. Ownership patterns and control in Turkish listed companies, *Corporate Governance*, 11 (1): 40-51.
- DiMaggio, P. J. & Powell, W. W. 1983. The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organization fields, *American Sociological Review*, 48: 147-160.
- Douma, S., George, R., & Kabir, R. 2006. Foreign and domestic ownership, business groups, and firm performance: Evidence from a large emerging market, *Strategic Management Journal*, 27: 637-657.
- Dünya Gazetesi. 2019. *Haberler*, <<http://dunya.com>>. Erişim: 28 Haziran 2019.
- Fama, E. F. & Jensen, M. C. 1983. Separation of ownership and control, *Journal of Law and Economics*, 26 (2): 301-325.
- Filatotchev, I. & Nakajima, C. 2014, Corporate governance, responsible managerial behavior, and corporate social responsibility: Organizational efficiency versus organizational legitimacy? *The Academy of Management Perspectives*, 28 (3): 289-306.
- Fiss, P. C. 2008. The institutions and corporate governance. Greenwood, R., Oliver, C., Sahlin, K., & Suddaby, R. (Ed.), *The SAGE Handbook of Organizational Institutionalism*: 389-410. London, Sage.

- Fligstein, N. & Freeland, R. 1995. Theoretical and comparative perspectives on corporate organization, *Annual Review of Sociology*, 21: 21-43.
- Fombrun, C J., Gardberg, N. A., & Sever, J. 2000. The reputation quotient: A multi-stakeholder measure of corporate reputation, *Journal of Brand Management*, 7 (4): 241-255.
- Fombrun, C. & Shanley, M. 1990. What's in a name? Reputation building and corporate strategy, *Academy of Management Journal*, 33 (2): 233-258.
- Fombrun, C.J. 1996. *Reputation: Realizing value from the corporate image*, Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts.
- García, J. B. D., Quevedo-Puente, E. D., & Fuente-Sabate, J. M. D. L. 2010. The impact of ownership structure on corporate reputation: Evidence from Spain, *Corporate Governance: An International Review*, 18 (6): 540-556.
- Gökşen, N. S. & Üsdiken, B. 2011. Uniformity and diversity in Turkish Business Groups: Effects of scale and time of founding, *British Journal of Management*, 12 (4), 325-340.
- Graffin, S. D., Wade, J. B., Porac, J. F., & McNamee, R. C. 2008. The impact of CEO status diffusion on the economic outcomes of other senior managers, *Organization Science*, 19 (3): 457-474.
- Hair, J. F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. 2010. *Multivariate data analysis: A global perspective*, Pearson Education, New York.
- Hayes, A. F. 2013. *Methodology in the social sciences: Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*, New York, US: The Guilford Press.
- Hayes, J. R. & Hatch, J. A. 1999. Issues in measuring reliability, Correlation versus Percentage of Agreement, *Written Communication*, 16: 354-367.
- Jensen, M. & Roy, A. 2008. Staging exchange partner choices: When do status and reputation matter?, *Academy of Management Journal*, 51: 495-516.
- Jiang, Y. & Peng, M. W. 2011. Are family ownership and control in large firms good, bad, or irrelevant? *Asia Pacific Journal of Management*, 28: 15-39.
- Johannisson, B. & Huse, M. 2000. Recruiting outside board members in the small family business: An Ideological challenge, *Entrepreneurship & Regional Development*, 12: 353-378.
- Kaur, A. & Singh, B. 2018. Re-examining reputation-performance liaison in Indian context, *Business Perspectives & Research*, 6 (2): 100-112.
- Kılıç, S. 2015. Kappa Testi, *Journal of Mood Disorders*, 5 (3): 142-144.

- King, B. G. & Whetten, D. A. 2008. Rethinking the relationship between reputation and legitimacy: A social actor conceptualization, *Corporate Reputation Review*, 11: 192-208.
- Kula, V. 2006. *Kurumsal yönetim: Hissedarların korunması uygulamaları ve Türkiye örneği*, Papatya Yayıncılık Eğitim, İstanbul.
- Kwan, H. K., Lau, V. P., & Au, K. 2012. Effects of family-to-work conflict on business owners: The role of family business, *Family Business Review*, 25 (2): 178-190.
- Lammers, J. C. & Guth, K. 2013. The institutionalization of corporate reputation. C. I. Carroll (Ed.), *The handbook of communication and corporate reputation*: 223-234. Malden, MA : Wiley - Blackwell.
- Lange, D., Lee, P. M., & Dai, Y. 2011. Organizational reputation: A review, *Journal of Management*, 37 (1): 153-184.
- Lewellyn, P. G. 2002. Corporate reputation: Focusing the Zeitgeist, *Business and Society*, 41 (4): 446-455.
- Lloyd, S. 2011. Triangulation research to inform corporate reputation theory and practice, *Corporate Reputation Review*, 14 (3): 221-233.
- Luo, X. R., Wang, D., & Zhang, J. 2017. Whose call to answer: Institutional complexity and firms' CSR reporting, *Academy of Management Journal*, 60 (1): 321-344.
- Maher, M. & Andersson, T. 1999. *Corporate governance: Effects on firm performance and economic growth*, Paris: OECD.
- Meijer, M. M. & Kleinnijenhuis, J. 2006. News and corporate reputation: Empirical findings from the Netherlands, *Public Relations Review*, 32: 341-348.
- Merkezi Kayıt Kuruluşu. 2018. *Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP)*, <<http://kap.org.tr/tr/Sektorler>>. Erişim: 21 Şubat 2018.
- Mizruchi, M. S. & Fein, L. C. 1999. The social construction of organizational knowledge: A study of the use of coercive, mimetic, and normative isomorphism, *Administrative Science Quarterly*, 44: 653-683.
- Money, K., Saraeva, A., Garnelo-Gomez, I., Pain, S., & Hillenbrand, C. 2017. Corporate reputation past and future: A review and integration of existing literature and a framework for future research, *Corporate Reputation Review*, 20: 193-211.
- Monks, R. A. G. 2002. Creating value through corporate governance, *Corporate Governance: An International Review*, 10: 116-123.
- Mukherjee, S. & Padgett, C. 2005. Investment reputation index: Family firms vs. non-family firms in the UK, *ICMA Centre Discussion Papers in Finance*, 1-61.
- Neumann, W. L. 2006. *Toplumsal araştırma yöntemleri, nitel ve nicel yaklaşımlar*, Yayın Odası, İstanbul.

- Neville, B. A. & Bell, S. J. 2005. Corporate reputation, stakeholders and the social performance-financial performance relationship, *European Journal of Marketing*, 39 (9-10): 1184-1198.
- OECD. 2004. *OECD Principles of Corporate Governance*, <<http://www.oecd.org/corporate/principles-corporate-governance.htm>>. Erişim: 16 Temmuz 2018.
- Othman, S., Darus, F., & Arshad, R. 2011. The influence of coercive isomorphism on corporate social responsibility reporting and reputation, *Social Responsibility Journal*, 7 (1): 118-135.
- Özen, Ş. 2012. Yeni kurumsal kuram: Örgütleri çözümlemede yeni ufuklar ve yeni sorunlar. A. S. Sargut & Ş. Özen (Der.), *Örgüt Kuramları*: 237-330. Ankara: İmge Kitabevi.
- Özen, Ş. 2013. Yeni kurumsal kuram. D. Taşçı & E. Erdemir (Der.), *Örgüt Kuramı*: 119-139. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Pettigrew, J. E. & Reber, B. H. 2013. Corporate reputation and the practice of corporate governance, *The handbook of communication and corporate reputation*, Ed. Craig, E.C., Wiley, Blackwell.
- Pfarrer, M. D., Pollock, T. G., & Rindova, V. P. 2010. A tale of two assets: The effects of firm reputation and celebrity on earnings surprises and investors' reactions, *Academy of Management Journal*, 53 (5): 1131-152.
- Philippe, D. & Durand, R. 2011. The impact of norm-conforming behaviors on firm reputation, *Strategic Management Journal*, 32: 969-919.
- Potter, J. W. & Levine-Dobberstein, D. 1999. Rethinking validity and reliability in content analysis, *Journal of Applied Communication Research*, 27: 258-284.
- Puncheva-Michelotti, P.Y. 2008. An analysis of the determinants of corporate reputation and stakeholders' decisions to purchase, work, invest and support community operations, *Working paper*, Swinburne University of Technology.
- Rahaman, A. S., Lawrence, S., & Roper, J. 2004. Social and environmental reporting at the VRA: Institutionalised legitimacy or legitimization crisis?, *Critical Perspectives on Accounting*, 15: 35-56.
- Ramos, C. M. Q. & Casado-Molina, A. M. 2021. Online corporate reputation: A panel data approach and a reputation index proposal applied to the banking sector, *Journal of Business Research*, 122: 121-130.
- Rao, H. 1994. The social construction of reputation: Certification contests, legitimation, and the survival of organizations in the American automobile industry, *Strategic Management Journal*, 15: 29-44.
- Rindova, V. P., Pollock, T. G., & Hayward, M. L. A. 2006. Celebrity firms: The social construction of market popularity, *Academy of Management Review*, 31: 50-71.

- Rindova, V. P., Williamson, I. O., Petkova, A. P., & Sever, J. M. 2005. Being good or being known: An empirical examination of the dimensions, antecedents, and consequences of organizational reputation, *Academy of Management Journal*, 48 (6): 1033-1049.
- Roberts, P. W. & Dowling, G. R. 2002. Corporate reputation and sustained superior financial performance, *Strategic Management Journal*, 23 (12): 1077-1093.
- Sageder, M., Mitter, C., & Feldbauer Durstmüller, B. 2018. Image and reputation of family firms: A systematic literature review of the state of research, *Review of Managerial Science*, 12 (1): 335-377.
- Sarjana, S. & Khayati, N. 2017. The role of reputation for achieving competitive advantage, *Advances in Economics, Business and Management Research*, 36: 322-334.
- Schaarschmidt M. & Gianfranco, W. 2020. Social media-driven antecedents and consequences of employees' awareness of their impact on corporate reputation, *Journal of Business Research*, 117: 718-726.
- Schulze, W. S. & Gedajlovic, E. R. 2010. Whither family business?, *Journal of Management Studies*, 47: 191-204.
- Scott, J. C. 1985. *Weapons of the weak: Everyday forms of peasant resistance*. New Haven and London: Yale University Press.
- Scott, W. R. & Davis, G. F. 2007. *Organizations and organizing: Rational, natural and open systems perspectives*. Routledge.
- Selekler-Gökşen, N. 2012. Makrokurumsal bakış açısı: Bir değerlendirme. A.S. Sargut & Ş. Özen (Der.). *Örgüt Kuramları*: 331-378. Ankara: İmge Kitabevi.
- Sermaye Piyasası Kurulu (SPK). 2017. *Veri Tabanı*, <<http://spk.gov.tr>>. Erişim: 21 Şubat 2017.
- Shleifer, A. & Vishny, R. W. 1997. A survey of corporate governance. *Journal of Finance*, 52 (2): 737-783.
- Soleimani, M. A. 2011. *Essays on corporate reputation: Antecedents and consequences*, Doktora Tezi, Miami, Florida International University.
- Stuart, T. E. 2000. Interorganizational alliances and the performance of firms: A study of growth and innovation, *Strategic Management Journal*, 21 (8): 791-811.
- Su, W. & Lee, C. Y. 2013. Effects of corporate governance on risk taking in Taiwanese family firms during institutional reform. *Asia Pacific Journal of Management*, 30: 809-828.
- Suchman, M. C. 1995. Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches, *Academy of Management Review*, 20: 571-610.

- Syed Alwi, S. F., Melewar, T. C., Cuomo, Maria T. C., & Schwaiger, M. 2020. Digital society and corporate reputation: Towards the next generation of insights”, *Corporate Reputation Review*, 23: 129-132.
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. 2013. *Using multivariate statistics*, Boston, Pearson.
- Taşkırmaz, M. 2015. *kurumsal sürdürülebilirlik ve kurumsal yönetimin kurumsal itibar üzerindeki etkisi: Borsa İstanbul*, Türkiye, Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi.
- Tischer, S. & Hildebrandt, L. 2014. Linking corporate reputation and shareholder value using the publication of reputation rankings, *Journal of Business Research*, 67 (5): 1007-1017.
- Tracey, N. P. 2014. *Corporate reputation and financial performance: Underlying dimensions of corporate reputation and their relation to sustained financial performance*, Doktora Tezi, School of Management, Brisbane, Australia, QUT Business School, Queensland University of Technology.
- Tsamenyi, M., Cullen, J., & Gonzalez, J. M. G. 2006. Changes in accounting and financial information system in a Spanish electricity company: A new institutional theory analysis, *Management Accounting Research*, 17: 409-432.
- Üsdiken, B. & Leblebici, H. 2005. Organization theory. N. Anderson, H. K. Sinangil, & C. Viswesvaran (Ed.), *Handbook of industrial, work and organizational psychology*. 377-397. London: Sage Publications.
- Van der Merwe, W. A. J. 2013. *Towards a conceptual model of the relationship between corporate trust and corporate reputation*, Doktora Tezi, University Of Pretoria.
- Walker, K. 2010. A systematic review of the corporate reputation literature: Definition, measurement and theory, *Corporate Reputation Review*, 12: 357-387.
- Ward, J. & Dolan, C. 1998. Defining and describing family business ownership configurations, *Family Business Review*, 11 (4): 305-310.
- Wartick, S. L. 2002. Measuring corporate reputation: Definition and data, *Business & Society*, 41: 371-392.
- Westphal, J. D., Gulati, R., & Shortell, S. M. 1997. Customization or conformity? An institutional and network perspective on the content and consequences of TQM adoption, *Administrative Science Quarterly*, 42: 366-394.
- Young, M., Peng, M. W., Ahlstrom, D., Bruton, G., & Jiang, Y. 2008. Governing the corporation in emerging economies: A review of the principal-principal perspective. *Journal of Management Studies*, 45: 196-220.
- Yurtoğlu, B. B. 2000. Ownership structure of Turkish listed firms, *The ISE Finance Award Series*, 1, 55-76.

- Zattoni, A., Gnan, L., & Huse, M. 2015. Does family involvement influence firm performance? Exploring the mediating effects of board processes and tasks, *Journal of Management*, 41 (4): 1214-1243.
- Zellweger, T. M., Nason, R. S., Nordqvist, M., & Brush, C. G. 2013. Why do family firms strive for nonfinancial goals? An organizational identity perspective, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37 (2): 229-248.
- Zimmerman, M. A. & Zeitz, G. J. 2002. Beyond survival: Achieving new venture growth by building legitimacy, *Academy of Management Review*, 27: 414-431.