



9. AİLE İŞLETMELERİ KONGRESİ

AİLE İŞLETMELERİNDE
SÖRDÜRÖLEBİLİRLİK VE
KURUMSAL DAYANIKLILIK

BİLDİRİLER KİTABI

14-15 NİSAN 2022

EDİTÖRLER
DR. ÖĞR. ÜYESİ NAZAN ÇAĞLAR
ARŞ. GÖR. TAHA YUSUF ÇAKAREL

E-ISBN: 978-625-8180-07-7

AİLE İŞLETMELERİ VE GİRİŞİMCİLİK
UYGULAMA VE ARAŞTIRMA MERKEZİ
AGMER
2022

Katalog Bilgisi:

Aile işletmeleri kongresi (9.:2022: İstanbul)
9.Aile İşletmeleri Kongresi : 14-15 Nisan 2022,
İstanbul. /ed. Nazan Çağlar; Taha Yusuf Çakarel –
İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi, 2022.

s. ; cm. (İstanbul Kültür Üniversitesi Yayın No;291)

978-625-8180-07-7

Aile İşletmeleri II. Küçük İşletmeler III. Kongreler

9.AİLE İŞLETMELERİ KONGRESİ
BİLDİRİLER KİTABI
(ÖZET/TAM METİN)

e-ISBN: 978-625-8180-07-7

EDİTÖRLER

DR. ÖĞR. ÜYESİ NAZAN ÇAĞLAR

ARŞ. GÖR. TAHA YUSUF ÇAKAREL

9.AİLE İŞLETMELERİ KONGRESİ

14 – 15 NİSAN 2022

T.C. İSTANBUL KÜLTÜR ÜNİVERSİTESİ

**AİLE İŞLETMELERİ VE GİRİŞİMCİLİK
UYGULAMA VE ARAŞTIRMA MERKEZİ**

-AGMER-

9.AİLE İŞLETMELERİ KONGRESİ

BİLDİRİLER KİTABI

EDİTÖRLER

DR. ÖĞR. ÜYESİ NAZAN ÇAĞLAR

ARŞ. GÖR. TAHA YUSUF ÇAKAREL

E-ISBN: 978-625-8180-07-7

ONUR KURULU

- İnş. Yük. Müh. Fahamettin AKINGÜÇ** İstanbul Kültür Üniversitesi Kurucu Onursal Başkanı
Dr. Bahar AKINGÜÇ GÜNVER İstanbul Kültür Üniversitesi Mütevelli Heyeti Başkanı
Prof. Dr. Hanife ÖZTÜRK AKKARTAL İstanbul Kültür Üniversitesi Rektörü
Prof. Dr. Tamer KOÇEL İstanbul Kültür Üniversitesi Mütevelli Heyeti Üyesi

YÜRÜTME KURULU

- Dr. Öğr. Üyesi Nazan ÇAĞLAR** AGMER Müdürü/Kongre Başkanı
Dr. Öğr. Üyesi Andaç TOKSOY AGMER Müdür Yardımcısı/Kongre Sekreteri
Dr. Öğr. Üyesi Tuğçe KUMRAL İstanbul Kültür Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü
Arş. Gör. Taha Yusuf ÇAKAREL İstanbul Kültür Üniversitesi İİBF Girişimcilik Bölümü

DÜZENLEME KURULU

Prof. Dr. Müge ÇETİNER

İstanbul Kültür Üniversitesi

Prof. Dr. Mahmut PAKSOY

İstanbul Kültür Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Nazan ÇAĞLAR

İstanbul Kültür Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Andaç TOKSOY

İstanbul Kültür Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Seray Begüm SAMUR TERAMAN

İstanbul Kültür Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Tuğçe KUMRAL

İstanbul Kültür Üniversitesi

Öğr. Gör. Raif BAKOVA

İstanbul Kültür Üniversitesi

Arş. Gör. Ceren Aycan GÜREL

İstanbul Kültür Üniversitesi

Arş. Gör. Çağıl KAYA

İstanbul Kültür Üniversitesi

Arş. Gör. Elanur TÜRKÜZ

İstanbul Kültür Üniversitesi

Arş. Gör. Elif KÜÇÜK

İstanbul Kültür Üniversitesi

Arş. Gör. Mustafa BEKMEZCİ

İstanbul Kültür Üniversitesi

Arş. Gör. Nurten ÇALIŞKAN ÇETİN

İstanbul Kültür Üniversitesi

Arş. Gör. Şerif YÜKSEL

İstanbul Kültür Üniversitesi

Arş. Gör. Taha Yusuf ÇAKAREL

İstanbul Kültür Üniversitesi

DANIŐMA KURULU

Prof. Dr. Avni BarıŐ Baraz	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Ayfer Ferda Erdem	Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. AyŐegöl Asuman Akdoğan	Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Azmi Yalçın	Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Deniz Elber Börü	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Fatma Ayanoğlu	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Göksel Ataman	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Gönen Dündar	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Mahmut Paksoy	İstanbul Kültür Üniversitesi
Prof. Dr. Mensur Akgün	İstanbul Kültür Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa Paksoy	Gaziantep Üniversitesi
Prof. Dr. Müge Çetiner	İstanbul Kültür Üniversitesi
Prof. Dr. Olcay Bige AŞkun	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Oya Seymen	Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Ömür Özmen	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Peyami Çarıkçioğlu	İstanbul Kültür Üniversitesi
Prof. Dr. Őadi Can Saruhan	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Uğur Yozgat	Nişantaşı Üniversitesi
Doç. Dr. Çiğdem Kaya	İstanbul Kültür Üniversitesi
Doç. Dr. Murat Taha Bilişik	İstanbul Kültür Üniversitesi
Doç. Dr. Nebile Korucu GümüŐođlu	İstanbul Kültür Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Andaç Toksoy	İstanbul Kültür Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Nazan Çağlar

İstanbul Kültür Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Işın Kırışkan

Giresun Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ömer Yazıcı

Bayburt Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Seray Begüm Samur Teraman

İstanbul Kültür Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Artür Yetvart Mumcu

İstanbul Kültür Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Tuğçe Kumral

İstanbul Kültür Üniversitesi

İÇİNDEKİLER

KONGRE PROGRAMI	1
ÖZET BİLDİRİLER.....	3
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK AÇISINDAN HALKLA İLİŞKİLER PERSPEKTİFİNDE WEB SİTELERİNİN İNCELENMESİ: TAİDER KURUMSAL ÜYELER ÖRNEĞİ	4
AİLE İŞLETMELERİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ÜZERİNE SİSTEMATİK BİR LİTERATÜR İNCELEME: 2001- 2021 BİBLİYOMETRİK BİR ANALİZ	5
RİSK DEĞERLENDİRME TABANLI OCTAVE ALLEGRO İLE BİLGİ SİSTEMİ GÜVENLİĞİ*	6
AİLE İŞLETMELERİNDE HUKUK UYUŞMAZLIKLARI VE ARABULUCULUK	7
BİST AİLE İŞLETMELERİNDE TİCARİ BORÇ YÖNETİMİ	9
ETİK KODLAR VE KRİZ: AİLE İŞLETMELERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	10
AİLE İŞLETMELERİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE KURUMSAL DAYANIKLILIK KAVRAMLARININ BİBLİYOMETRİK ANALİZİ.....	11
NEPOTİZMİN AİLE İŞLETMELERİNİN KURUMSALLAŞMA SÜREÇLERİNDEKİ ETKİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA.....	13
AİLE İŞLETMELERİ PARADİGMALARI VE ÖRGÜT KÜLTÜRÜNÜN YERLEŞTİRİLMESİNDE PROFESYONEL YÖNETİCİLERİN ÇOĞALTAN ETKİSİ	14
KIDEMLİ AİLE İŞLETMELERİNİN MİSYON İFADELERİNİN SOSYAL SORUMLULUK AÇISINDAN İNCELENMESİ	15
AİLE İŞLETMELERİNDE MARKA STRATEJİLERİ VE FARKLI UYGULAMALAR	18
TÜRKİYE’DEKİ ASIRLIK AİLE İŞLETMELERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANIM DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ	20
AİLE İŞLETMELERİNDE İNFORMAL İLETİŞİM BAĞLAMINDA DEDİKODUNUN/SÖYLENTİNİN YERİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK.....	21
SOSYAL MEDYADA ETKİLİ KRİZ YÖNETİMİ.....	22
AİLE İŞLETMELERİ ÇALIŞANLARININ BİLİŞSEL, DUYGUSAL VE SOSYAL DAVRANIŞSAL EĞİLMELERİNİN, FİNANSAL YATIRIM ARAÇLARI İLE İLİŞKİSİ.....	23
ŞİRKETLERİN YAŞAM DÖNGÜSÜ GÖSTERGELERİ ÜZERİNE ÖLÇEK ÇALIŞMASI:BİST UYGULAMASI.....	24
AİLE İŞLETMELERİNİN ENDÜSTRİ 4.0 VE YAPAY ZEKAYA BAKIŞI: VAKA ANALİZİ.....	25
TÜRKİYE’DE ESG RAPORLAMASI YAPAN BÜYÜK ŞİRKETLERDEN ÖRNEK UYGULAMALARLA AİLE İŞLETMELERİ İÇİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK.....	26
AİLE İŞLETMELERİNDE İÇ KAYNAK BAĞIMLILIĞI VE KURUMSALLAŞMA.....	27
AİLE İÇİNDE ÇOCUK: MEKÂNSAL BİR BAKIŞ AÇISI	28
AİLE ANYASASINA 5N1K YAKLAŞIMI: “ŞENER OTO YEDEK PARÇA SANAYİ VE TİCARET A.Ş.” ÖRNEK OLAY İNCELEMESİ	29

AİLE İŞLETMELERİNDE LİDERLİK TARZLARININ ÇALIŞANLARIN İŞ PERFORMANLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ VE BİR UYGULAMA	31
İSTANBUL İLİ'NDE BİR VAKFA BAĞLI OLARAK FAALİYET GÖSTEREN KOLEJ VE ÜNİVERSİTELERİN VAKIF AİLE YÖNETİMİ AÇISINDAN İNCELENMESİ	32
AİLE İŞLETMELERİNİN KURUMSALLAŞMA SÜREÇLERİNDE EŞBENZEŞMENİN İNCELENMESİ: TEKSTİL SEKTÖRÜNDE BİR ARAŞTIRMA.....	33
BİREYSEL DAYANIKLILIK ÖLÇEĞİ: TÜRKÇE UYARLAMA, GEÇERLİK VE GÜVENİRLİK ÇALIŞMASI	34
HOW COULD FAMILY BUSINESSES SURVIVE?	36
TAM METİN BİLDİRİLER.....	40
BİR AİLE İŞLETMESİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRETİM AMACIYLA HURDAYA AYRILAN MALZEMELERİN VE ATIKLARIN GERİ DÖNÜŞÜMÜ ÜZERİNE VAKA ANALİZİ	41
AİLE İŞLETMELERİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİKLERİNDE SOSYAL SERMAYENİN KUŞAKLAR ARASI GEÇİŞİ ...	52

KONGRE PROGRAMI

BİLDİRİ	YAZAR YAZARLAR	OTURUM BAŞKANI	SAAT	SALON
Aile İşletmelerinin Sürdürülebilirliklerinde Sosyal Sermayenin Kuşaklar Arası Geçişi	Mehmet Akif Çini Mustafa Atilla Arıcıoğlu Meral Erdirençelebi	Dr.Öğr.Üyesi Andaç Toksoy	10:00 - 11:30	3C-03/05
Bir Aile İşletmesinde Sürdürülebilir Üretim Amacıyla Hurdaya Ayrılan Malzemelerin ve Atıkların Geri Dönüşümü Üzerine Vaka Analizi	Murat Taha Bilişik			
Sürdürülebilirlik Açısından Halkla İlişkiler Perspektifinde Web Sitelerinin İncelenmesi: Taidir Kurumsal Üyeler Örneği	Adnan Duygun			
Aile İşletmeleri ve Sürdürülebilirlik Üzerine Sistemik Bir Literatür İnceleme: 2001- 2021 Bibliyometrik Bir Analiz	Nurcan Hakan Çıraklar			
Risk Değerlendirme Tabanlı Octave Allegro ile Bilgi Sistemi Güvenliği	Aysu Yaşar Mehmet Kenan Terzioğlu	Prof.Dr.Peyami Çarıkçıoğlu	10:00 - 11:30	3.KAT ÇOK AMAÇLI SALON
Aile İşletmelerinde Hukuk Uyuşmazlıkları ve Arbuluculuk	Osman Remzi Günver			
BİST Aile İşletmelerinde Ticari Borç Yönetimi	Bahadır Karakoç Uğur Acargök			
Etik Kodlar ve Kriz: Aile İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma	Ozan Emre Ufacık Olca Bige Aşkun	Prof.Dr.Mahmut Paksoy	10:00 - 11:30	1.KAT ÇOK AMAÇLI SALON
Bireysel Dayanıklılık Ölçeği: Türkçe Uyarlama, Geçerlik ve Güvenlilik Çalışması	Tuğçe Kumral Taha Yusuf Çakarel			
Aile İşletmelerinin Kurumsallaşma Süreçlerinde Eşbenzeşmenin İncelenmesi: Tekstil Sektöründe Bir Araştırma	Artür Yetvart Mumcu Tuğçe Kumral Mahmut Paksoy			
"İstanbul İli"nde Bir Vakfa Bağlı Olarak Faaliyet Gösteren Kolej Ve Üniversitelerin Vakıf Aile Yönetimi Açısından İncelenmesi	Evren Ayrancı Andaç Toksoy			
Aile İşletmelerinde Sürdürülebilirlik ve Kurumsal Dayanıklılık Kavramlarının Bibliyometrik Analizi	Hüseyin Ozan Altın İge Pınar	Doç.Dr.Çiğdem Kaya	11:30 - 13:00	3C-03/05
Nepotizmin Aile İşletmelerinin Kurumsallaşma Süreçlerindeki Etkileri Üzerine Bir Araştırma	Artür Yetvart Mumcu			
Aile İşletmeleri Paradigmaları ve Örgüt Kültürünün Yerleştirilmesinde Profesyonel Yöneticilerin Çoğaltan Etkisi	Ahmet Turan Öztürk			
Kıdemli Aile İşletmelerinin Misyon İfadelerinin Sosyal Sorumluluk Açısından İncelenmesi	Şükran Sırkıntıoğlu Yıldırım	Dr.Öğr.Üyesi Seray Begüm Samur Teraman	11:30 - 13:00	3.KAT ÇOK AMAÇLI SALON
How Could Family Businesses Survive?	İbrahim Ethem Tarhan			
Sosyal Medyada Etkili Kriz Yönetimi	Mustafa Bekmezci Nazan Çağlar			
Aile İşletmelerinde Marka Stratejileri ve Farklı Uygulamalar	İge Pınar Ozan Altın			
Türkiye'deki Asırlık Aile İşletmelerinin Sosyal Medya Kullanım Düzeylerinin Belirlenmesi	Tuncay Odabaş Esra Gökçen Kaygısız	Prof.Dr.Müge Çetiner	11:30 - 13:00	3C-04/06
Aile İşletmelerinde İnfomal İletişim Bağlamında Dedikodunun/Söylentinin Yeri ve Sürdürülebilirlik	Mehmet Alper Akdemir Canan Gamze Bal			
Aile İşletmeleri Çalışanlarının Bilişsel, Duyusal ve Sosyal Davranışsal Eğilimlerinin, Finansal Yatırım Araçları ile İlişkisi	Müge Çetiner Emine Sever Mahmut Paksoy			
Şirketlerin Yaşam Döngüsü Göstergeleri Üzerine Ölçek Çalışması: BİST Uygulaması	Rıdvan Yaka	Doç.Dr.Murat Taha Bilişik	11:30 - 13:00	3C-07/09
Aile İşletmelerinin Endüstri 4.0 ve Yapay Zekâya Bakışı: Vaka Analizi	Ozan Emre Ufacık Feride Bal Ergin Erşin			
Türkiye'de ESG Raporlaması Yapan Büyük Şirketlerden Örnek Uygulamalarla Aile İşletmeleri İçin Sürdürülebilirlik	Muhsin Fuat Bayık			
Aile İşletmelerinde İç Kaynak Bağlılığı ve Kurumsallaşma	Feride Bal Olca Bige Aşkun	Doç.Dr.Murat Taha Bilişik	11:30 - 13:00	3C-07/09
Aile İçinde Çocuk: Mekânsal Bir Bakış Açısı	Süreyya Temelli			
Aile Anayasasına SN1K Yaklaşımı: "Şener Oto Yedek Parça Sanayi ve Ticaret A.Ş." Örnek Olay İncelemesi"	Yakup Selvi Tekin Şener Serpil Demir Havva Nur Çiftci			
Aile İşletmelerinde Liderlik Tarzlarının Çalışanların İş Performansları Üzerindeki Etkileri ve Bir Uygulama	Deniz Sönmez			

ÖZET BİLDİRİLER

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK AÇISINDAN HALKLA İLİŞKİLER PERSPEKTİFİNDE WEB SİTELERİNİN İNCELENMESİ: TAİDER KURUMSAL ÜYELER ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Adnan Duygun

İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, İşletme (İngilizce)
aduygun@gelisim.edu.tr

ÖZET

İşletmelerin sosyal paydaşları, web siteleri aracılığıyla işletmelerle ilgili pek çok bilgiye ulaşabilmektedirler. Bu durumu işletmeler için bir halkla ilişkiler faaliyeti olarak değerlendirmek mümkündür. Halkla ilişkiler açısından işletmelerin web sitelerinde paylaşabileceği önemli başlıklardan birisinin ise sürdürülebilirlik olduğunu söylemek mümkündür. Bu doğrultuda çalışmadaki temel amaç, aile işletmelerinin web sitelerinin, sürdürülebilirlik açısından halkla ilişkiler perspektifinde incelenmesidir. Çalışmanın kapsamına TAİDER Aile İşletmeleri Derneği'nin kurumsal üyeleri dahil edilmiştir. Çalışmada, 16-18 Mart 2022 tarihleri arasında TAİDER'in web sitesindeki 175 kurumsal üyenin web sitelerine ait linkler kullanılarak, web siteleri içerik analizi ile incelenmiştir. 21 (%12,0) işletmenin web sitesine ulaşamamıştır. 18 (%10,3) işletme ana menülerinde değil de örneğin kurumsal başlığı altında, 15 (%8,6) işletme ise ana menülerinde sürdürülebilirliğe yer vermiştir. Düzenli olmasa da sürdürülebilirlik raporu yayımlayan işletme sayısının 6 (%3,4), ancak direkt olarak sürdürülebilirlik raporlarına ulaşılan işletme sayısının 4 (%2,3) olduğu belirlenmiştir. Sonuç olarak, aile işletmelerinin halkla ilişkiler perspektifinde web sitelerinde, sürdürülebilirliğe önem ve yer vermeleri gerektiği anlaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Sürdürülebilirlik, Halkla İlişkiler, İçerik Analizi, Web Siteleri, TAİDER*

AİLE İŞLETMELERİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ÜZERİNE SİSTEMATİK BİR LİTERATÜR İNCELEME: 2001- 2021 BİBLİYOMETRİK BİR ANALİZ

Dr. Öğr. Üyesi Nurcan Hakan Çiraklar

Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme
n.ciraklar@deu.edu.tr

ÖZET

Bu çalışma, “Aile İşletmeleri ve Sürdürülebilirlik ” üzerine çalışmaları bibliyometrik analize dayalı olarak incelemeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda, Scopus veri tabanında arama stratejisine bağlı olarak elde edilen 219 makaleye ulaşılmış ve Moher’in vd.,(2009) PRISMA metoduna dayalı olarak, akış şeması oluşturulmuştur. Kelime madenciliği, ortak atıf analizi ve bibliyometrik eşleştirme analizleri yapılmış ve bu analizlerde VOSviewer yazılımından yararlanılmıştır.

Analiz sonrası bulgular ışığında, aile işletmeleri ve sürdürülebilirlik üzerine en çok atıf alan yazarlar, tematik kümeler, en güçlü yazarlar ve 2001-2021 zaman diliminde literatürün hangi konulara yönelik gelişim gösterdiği ve günümüzde hangi araştırma alanlarının öne çıkacağı belirlenebilecektir. Bu bağlamda, çalışma sonuçlarının araştırmacılara, politika yapıcılara ve araştırmalara fon sağlayıcılara önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Aile İşletmeleri, Sürdürülebilirlik, Bibliyometrik Analiz, VOSviewer*

RİSK DEĞERLENDİRME TABANLI OCTAVE ALLEGRO İLE BİLGİ SİSTEMİ GÜVENLİĞİ*

Arş. Gör. Aysu Yaşar

Nişantaşı Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü
yasar.aysu@nisantasi.edu.tr

Öğr. Gör. Senem Demirkıran

Trakya Üniversitesi, İpsala Meslek Yüksekokulu, Hukuk Bölümü (Adalet Programı)
senemdemirkiran@trakya.edu.tr

Doç. Dr. Mehmet Kenan Terzioğlu

Trakya Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü
kenanterzioglu@trakya.edu.tr

ÖZET

Bilgi güvenliği yönetiminin önemli bir parçası olan bilgi sistemi risk değerlendirmesi, kuruluşların kritik bilgi sistemi varlıklarını belirlemelerine ve olası risklerin azaltılmasına yardımcı olmaktadır. Birçok risk değerlendirme yaklaşımı karmaşık ve maliyetli olduğu için yalnızca yetkili güvenlik uzmanları tarafından gerçekleştirilmekte ve bu nedenle küçük ölçekli kurum ve kuruluşlar bilgi sistemi risk değerlendirmelerine gerekli önemi göstermemektedir. Kurumlar bilgi varlıklarını korurken öncelikle iş süreçleri üzerindeki oluşabilecek riskleri bilerek bu risklere göre alınması gereken önlemleri değerlendirmelidir. OCTAVE Allegro ile kapsamlı risk yönetimi uzmanlığına sahip olmayan kuruluşlar için kısa sürede az maliyetle risk değerlendirmesi yapılabilmektedir. Çalışma kapsamında, bilgi teknolojilerinin gelişimiyle bilgi güvenliğinin sağlanmasında ortaya çıkabilecek risklerin önlenmesine yardımcı olabilecek OCTAVE Allegro yaklaşımı tanıtılarak uygulama alanlarının anlaşılması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Bilgi Güvenliği, Risk Değerlendirmesi, OCTAVE Allegro*

*Trakya Üniversitesi tarafından desteklenen 2021/133 proje numarasına sahip E-Devlet Bilgi Güvenliği Risk Değerlendirmesi: Yapay Sinir Ağ Modellemesi adlı bilimsel araştırma projesi kapsamında gerçekleştirilmiştir.

AİLE İŞLETMELERİNDE HUKUK UYUŞMAZLIKLARI VE ARABULUCULUK

Dr. Iur. Osman Remzi Günver

orgunver@bilkent.edu.tr

ÖZET

Aile işletmeleri, kazanç sağlama amacının yanında pay sahipleri arasında kan bağıının, duygusal bağıın, akrabalık ve dostluk ilişkisinin yoğun olduğu işletmelerdir. Gerek pay sahipleri arasında gerekse pay sahipleri ile işletme ve çalışanlar arasında çıkabilecek uyuşmazlıkların ilişkiler zedelenmeden çözümü diğer işletmelere göre daha da önemlidir. Uyuşmazlıklar için doğrudan yargı yoluna başvurulması, uzun ve yıpratıcı yargılama sürecinde dostluk ve aile bağlarının, işletmenin faaliyetinin olumsuz etkilenmesi kaçınılmazdır. Bu nedenle aile işletmelerinde dostane, alternatif uyuşmazlık çözüm yöntemlerinden yararlanılması önemlidir.

Yargı dışı uyuşmazlık çözüm tekniği olarak tahkimden (arbitration) şirketler hukukunda hukuk uyuşmazlıklarının çözümünde yararlanılmaktaydı. 2012 yılında kabul edilen 6325 sayılı Hukuk Uyuşmazlıklarında Arabuluculuk Kanunu, mahkemelerdeki yargılamanın yanında uyuşmazlıkların çözümünde arabuluculuğu (mediation) gündeme taşımıştır. Söz konusu düzenlemeyle hukuk uyuşmazlıklarında arabuluculuk öncelikli olarak ihtiyari, gönüllü olarak uygulanmaya başlanmıştır. Daha sonra 2018 yılından itibaren de bir kısım uyuşmazlık türleri bakımından dava açılmadan önce arabuluculuğa başvuru dava şartı olarak zorunlu duruma getirilmiştir.

Arabuluculuk, dostane ve alternatif uyuşmazlık çözüm yöntemi olarak tarafların kendi uyuşmazlıklarına ilişkin çözümlerini kendilerinin bulmalarına yardımcı olunmasını amaçlar.

Arabulucu, uyuşmazlıklarının çözümünde taraflara destek olur, görüşmelerini sağlar, müzakere için uygun ortam ve şartları oluşturur, bu faaliyetlerini sistematik müzakere ve iletişim tekniklerini kullanarak yerine getirir. Arabuluculukta hakim olan gönüllülük, gizlilik, eşitlik, arabulucunun tarafsızlığı ve bağımsızlığı yanında süreçte kontrolün taraflarda olması, kararın taraflarca verilmesi aile işletmelerine ilişkin uyuşmazlıkların çözümünde önemli avantajlar sağlar. Arabuluculuğun temelinde iletişim süreci ve müzakere yatması taraflar arası duygusal bağın ön planda olduğu aile işletmelerinde önemini daha da arttırmaktadır.

Diğer taraftan aile işletmelerindeki her tür uyuşmazlığın arabuluculuk yoluyla çözüme kavuşturulamayacağı, başka bir ifadeyle uyuşmazlıkların dayandığı iş ve işlemler üzerinde taraflarının serbest tasarruf yetkisine sahip olup olmadığı hususunun belirlenmesi ticari yargı ve arabuluculuk bakımından önemlidir.

Bu çalışmada, aile işletmelerinde uyuşmazlıkların dostane uyuşmazlık çözüm yöntemi olarak arabuluculuğa elverişliliği ele alınmakta ve arabuluculuk sürecinin işleyişi değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Aile İşletmeleri, Hukuk, Arabuluculuk, Uyuşmazlık*

BIST AİLE İŞLETMELERİNDE TİCARİ BORÇ YÖNETİMİ

Dr. Öğr. Üyesi Bahadır Karakoç

Muş Alparslan Üniversitesi, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümü
b.karakoc@alparslan.edu.tr

Arş. Gör. Dr. Uğur Arcagök

Muş Alparslan Üniversitesi, İşletme Bölümü
u.arcagok@alparslan.edu.tr

ÖZET

Ticari borç literatürü kredili mal alışlarının bazı işletmeler için önemli bir finansman aracı olduğunu ortaya koymuştur. Yakın zamanda yapılan bazı çalışmalar ise ticari borçların büyüme fırsatlarının, fiziksel kapasite artışlarının finansmanında önemli bir araç olduğunu dile getirmiştir. Öyle ki, kaynakların etkin kullanımını ve firmanın değerini maksimize etmeyi hedefleyen yöneticilerin bu noktada finansman tercihlerini ticari borçlardan yana kullanacağını zira böyle bir uygulamanın kaynak israfını engelleyeceği dile getirilmiştir. Bu çalışmanın amacı Borsa İstanbul'a kayıtlı aile şirketlerinin sermaye yapısını ve bu işletmelerin fiziksel yatırımlarında kullanılan ticari borç miktarının diğer firmalara nazaran nasıl farklılaştığını incelemektir. Çalışmada Borsa İstanbul'da işlem gören yaklaşık 250 işletmenin 2015-2020 yıllarına ait verileri panel regresyon yöntemi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgular ticari borç kullanımında belirgin bir farklılık olmadığına işaret etse de aile şirketlerindeki fiziksel yatırımların finansmanında ticari borç kullanımındaki ağırlık öne çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Aile Şirketleri, Kredili Satışlar, Sermaye Yapısı*

ETİK KODLAR VE KRİZ: AİLE İŞLETMELERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Arş. Gör. Ozan Emre Ufacık

Beykent Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü
emreufacik@beykent.edu.tr

Prof. Dr. Olcay Bige Aşkun

Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü
olcayb@marmara.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, aile işletmelerinin karşılaşılabilecekleri olası krizleri önlemede ve bu işletmelerin krizlerden korunmasını sağlamada etik kodların etkisini belirlemek ve işletmelerin sahip oldukları bu etik kodların olası krizleri önlemede ya da krizlerden korunmada nasıl rehberlik ettiğinin ortaya çıkarılmasıdır. Nitel bir araştırmanın yapıldığı çalışmada, İstanbul ve Gaziantep illerinde faaliyet gösteren iki aile işletmesinin yönetiminde bulunan aile üyeleriyle görüşmeler yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda işletmelerin sahip oldukları etik kodların krizlerin önlenmesinde önemli bir role sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca işletmelerin sahip oldukları bu etik kodlar, işletme içerisindeki etik dışı davranışların ortaya çıkmasının da önüne geçerek çalışan ve/veya yönetici kaynaklı krizlerin önüne geçilmesini de sağlamaktadır. Çalışmanın İstanbul ve Gaziantep illerinde, yalnızca tekstil sektöründe ve aile işletmelerinde yapılması kısıtlıdır. Çalışmanın diğer sektörlerde ve ülke çapında yapılmasıyla literatüre etkin bir katkı sağlaması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Etik Kodlar, Kriz, Aile İşletmeleri*

AİLE İŞLETMELERİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE KURUMSAL DAYANIKLILIK KAVRAMLARININ BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Arş. Gör. Hüseyin Ozan Altın

Yaşar Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü
ozan.altin@yasar.edu.tr

Prof. Dr. İge Pınar

Yaşar Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü
ige.pinar@yasar.edu.tr

ÖZET

Sürdürülebilirlik, doğru uygulandığı takdirde bir işletmeye marka değeri, verimlilik, etkenlik ve benzeri alanlarda katkı sağlar. Bunun yanı sıra, sürdürülebilirliğin çevreyi korumaya katkı sağlaması, kaynakların ekonomik biçimde kullanılmasını desteklemesi de sürdürülebilirliğin temel çıktılarından. Aile işletmeleri gerek organizasyon yapıları, gerek kurumsal hedefleri gerekse stratejileri göz önüne alınarak incelendiğinde, sürdürülebilirlik kavramı ile yeni tanışmaya ve bu kavramı uygulamaya koymaya yeni başlayan oluşumlardır. Sürdürülebilirlik her ne kadar sektör farkı gözetmeksizin işletmeler için önemli bir konsept olarak addedilse de, aile işletmelerindeki rolü, diğer işletme türlerine nazaran yadsınamayacak derecede ön plandadır. Bu bağlamda, çalışmanın amacı sürdürülebilirlik kavramının aile işletmeleri üzerinde etkisini incelemek, bu etkinin akademik literatürdeki karşılığını Web of Science veri tabanında yer alan, bahsi geçen alanda yapılmış çalışmaları detaylıca inceleyerek ölçmektir. Bu amaç dahilinde, çalışmada bibliyometrik analiz yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın verileri Web of Science veri tabanından çekilen, konuyla alakalı İngilizce makalelerden oluşmaktadır. Söz konusu makaleler, “aile şirketleri, aile firmaları, aile işletmeleri” (Family business, family firm, family enterprise) ile “sürdürülebilirlik, sürdürülebilir, kurumsal dayanıklılık” (sustainability, sustainable, organizational resilience) anahtar kelimelerinin İngilizcelerin Web of Science akademik veri tabanında aratılması ile bulunmuştur. Bulunan makalelerin içerikleri incelenmiş, çalışmanın konusu ile alakalı olmayan ve tekrarlayan makaleler çıkarılmıştır. Bu makaleler yayın yeri, yayın

yılı, metodoloji, sonuçları ayrı ayrı belirtilerek bibliyometrik tablo üzerinde gösterilmiştir. Araştırmanın bulguları, Web of Science veri tabanında aile işletmelerinde sürdürülebilirlik ile ilgili 77 makale olduğunu ortaya çıkarmıştır. Araştırma bulguları göstermektedir ki aile işletmeleri temelli sürdürülebilirlik çalışmaları 2000'li yıllardan itibaren ivme kazanmaya başlamıştır. Bunun yanı sıra, Avrupa ülkeleri, yayın yeri kulvarında başı çekmektedir. Bulunan çalışmalarda çoğunlukla kalitatif araştırma yöntemleri kullanıldığı gözlemlenmiştir. Nitel yöntemlerin yoğunlukta olması, alanın kavramsal ve teorik doygunluğa ulaşmaması ile ilişkilendirilebilir. Bu bağlamda, araştırmanın incelediği alanlar göz önüne alındığında, akademik literatürdeki boşluklar vurgulanmış, gelecek araştırmalara yol gösterebilecek tavsiyelerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Aile İşletmeleri, Aile Firmaları, Sürdürülebilirlik, Kurumsal Dayanıklılık, Bibliyometrik Analiz*

NEPOTİZMİN AİLE İŞLETMELERİNİN KURUMSALLAŞMA SÜREÇLERİNDEKİ ETKİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Dr. Öğr. Üyesi Artür Yetvart Mumcu

İstanbul Kültür Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Girişimcilik Bölümü
arturmumcu@hotmail.com

ÖZET

Kâr amacı güden her işletmede olduğu gibi aile işletmelerinde de en önemli kıstas kârlı bir mevcudiyettir. Bu ortak amacın yanı sıra aile işletmelerinin kendilerine özgü yapıları, birçok süreçte ve uygulamada kurumsal yapılardan farklılıklar göstermektedir. Bu yapıları sebebiyle diğer işletmelerle benzerlikleri ve farklılıkları da ayrı bir inceleme alanı oluşturmaktadır. Özellikle son dönem araştırmalara konu olan ve işletmeler üzerinde önemli etkileri ortaya konulmuş olan nepotizm de aile işletmelerine özgü bir yaklaşımla ele alınmaktadır. Kurumsal yapılardan farklı dinamiklere sahip olabilen aile işletmelerinde nepotizm; müspet ve menfi sonuçlar doğurabilmektedir. Bu durumdan yola çıkarak bu araştırmada da aile işletmelerinde nepotizmin sebepleri ve sonuçları ile ilgili kavramsal bir inceleme yapılacaktır. Literatür temelli bu incelemede kurumsallaşma sürecinde işletmelerin yönetim ve üretim süreçleri başta olmak üzere nepotizmin olumlu ve olumsuz etkileri incelenecektir. Araştırmada aile işletmelerinde, işletme sahibi ve yöneticilerin çalışan teminini sahip oldukları sosyal ağlardan sağlamaları neticesinde görev ve sorumlulukların yerine getirilmesinde ve kârlılıkta bu durumun etkileri ortaya konulacaktır. Araştırma konusu sosyal ağ dâhilinde incelenen tanıdık ilişkileri olması sebebiyle sosyal sermaye kuramı bakış açısıyla ele alınacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Aile İşletmeleri, Kurumsallaşma, Nepotizm, Sosyal Sermaye*

AİLE İŞLETMELERİ PARADİGMALARI VE ÖRGÜT KÜLTÜRÜNÜN YERLEŞTİRİLMESİNDE PROFESYONEL YÖNETİCİLERİN ÇOĞALTAN ETKİSİ

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Turan Öztürk

ozturk.aturan.ao@gmail.com

ÖZET

Yirmibirinci yüzyılda artan rekabet ortamında, yönetim becerileri ve örgütlere özel/taklit edilemeyen örgüt kültürleri, örgütlerin yaşam döngülerini doğrudan etkileyen önemli etmenlerden biri olmuştur. İşletmeleri dirençli kılan faktörler arasında işletmelere özgü kimliğin, iş yapış biçimlerinin ve paylaşılan değerlerin, kısaca kültürün önemli bir yeri vardır. Aile yapılarını, paradigmalarını anlamadan, aile işletmelerini tanımak zordur. İşletmelerini ikinci ve üçüncü nesille taşımanın bilinen yolu, kurumsallaşmaya önem vermek ve kendisine özgü kültürünü yaratarak, aileden bağımsız profesyonel yönetimi hâkim kılmaktır. Aile işletmeleri, salt Türkiye için değil, tüm dünya ekonomilerinin de bel kemiğidir. İçinde bulunduğumuz yüzyılda, yöneticilerin “paradigmaları” değişmeye başlamıştır. Bir zihinsel harita olan paradigma değişiklikleri, işletme sahip ve/veya yöneticilerin çevrelerini ve çevrelerindeki olayları algılama tarzını da etkilemektedir.

Çalışmada, yaşanan, paradigma değişimi ile aile işletmelerinde tesis edilen, kendilerine özgü örgüt kültürünün önemli bir rekabet aracı olmasında, profesyonel yöneticilerin rol ve önemine değinilmiştir. Bu dönüşümün, değer yaratacak, örgütün bütünü için çoğaltan etkisi yaratacak şekilde sonuçlanması sürecinde, profesyonel yöneticilerin varlık ve yetenekleri ile doğrudan ilişkisine yer verilerek, bazı çıkarımlarda bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Aile İşletmeleri, Kültür, Örgüt Kültürü, Yönetici*

KIDEMLİ AİLE İŞLETMELERİNİN MİSYON İFADELERİNİN SOSYAL SORUMLULUK AÇISINDAN İNCELENMESİ

Dr. Öğr. Üyesi Şükran SİRKINTIOĞLU YILDIRIM

Kastamonu Üniversitesi, Finans ve Bankacılık Bölümü,
ssirkintioglu@kastamonu.edu.tr

ÖZET

Dünya ekonomisinde önemli bir paya sahip olan aile işletmeleri birçok ülkede olduğu gibi Türkiye’de de ekonomik faaliyetlerin birçoğunu gerçekleştirmektedir. Önemi gün geçtikçe artan aile işletmelerinin stratejilerinin oluşturulması, uygulanması ve değerlendirilebilmesi için misyon ve vizyon ifadelerinin iyi bir şekilde tasarlanmış olması gerekmektedir. İşletmelerin sadece kazanç sağlamak amacıyla faaliyetlerini sürdürmesi kısa vadede başarı elde etmelerini sağlayabilir fakat uzun vadede toplumun beklentilerine cevap vermeyen işletmelerin varlığını sürdürebilmesi oldukça zordur. Günümüzde ekonomik değer yaratma kadar sosyal değer yaratma da işletmeler için bir sorumluluktur. Bu sorumluluğu yerine getirebilmek için işletmelerin paydaşlarına ve çevreye karşı sorumluluğunu yerine getirmesi gerekmektedir. Dolayısıyla işletmelerden beklenen ekonomik, yasal, etik ve gönüllü sorumluluklarını yerine getirmesidir. Bu açıdan işletmeler çalışanlarına, hissedarlarına, müşterilerine, rakiplerine, tedarikçilerine, çevreye, topluma ve devlete karşı sorumludur. Çalışmanın amacı kıdemli aile işletmelerinin misyon ifadelerinde kurumsal sosyal sorumluluk bileşenlerinin varlığının içerik analizi ile tespit edilmesidir. Stone ve arkadaşları (1966: 5) içerik analizini; metin içerisindeki belirli özellikleri sistematik ve nesnel olarak tanımlayarak çıkarımlar yapmayı sağlayan bir araştırma tekniği olarak tanımlamaktadır.

Bu amaç doğrultusunda veriler 2022 yılının Şubat ayında kıdemli aile işletmelerinin web sitelerinin incelenmesi yoluyla toplanmıştır. Kıdemli aile işletmelerin tespiti için Aile İşletmeleri ve Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi (AGMER) web sitesinde yer alan Kıdemli Aile İşletmeleri dokümanından yararlanılmıştır. Listede bulunan 120 kıdemli aile işletmesinden 35 (%29) işletmenin web sitesi bulunmamaktadır. Web sitesi bulunan aile işletmelerinden sadece 30 (%35) işletmenin web sitesinde misyon ifadesine yer verilmiştir. Çalışma 30 kıdemli aile işletmesi

üzerinden yürütülmüştür. İçerik analizi yapabilmek için literatürde bulunan Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile ilgili farklı sınıflandırmalar incelenmiştir (López-Morales, Ortega-Ridaur, Ortiz-Betancourt, 2017; David ve David, 2017; Huerta-Estévez ve Andrade-Estrada, 2021). Literatür incelemesi sonrasında kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili 11 boyut belirlenmiştir. Bu boyutlar; sürdürülebilir kalkınma, kurumsal sosyal sorumluluk, çevre, sağlık, iş yeri güvenliği, eğitim, toplum refahı, paydaşlar, insan hakları, şeffaflık ve kültürdür. Oluşturulan bir matris aracılığı ile işletmelerin misyon ifadelerinde kurumsal sosyal sorumluluk boyutlarının varlığı araştırılmış ve boyutların olup olmama durumuna göre “1” ve “0” olarak kodlama yapılmıştır. Yapılan içerik analizi sonucunda kıdemli aile işletmelerinin kurumsal web sitelerinde yer alan misyon ifadelerinde sosyal sorumluluk olgusuna yeterince yer vermedikleri görülmektedir.

KSS Boyutları	Bulunma Yüzdesi
Sürdürülebilir Kalkınma	%20
Kurumsal Sosyal Sorumluluk	%13
Çevre	%10
Sağlık	%20
İşyeri Güvenliği	%7
Eğitim	%10
Toplum Refahı	%7
Paydaşlar	%97
İnsan Hakları	-
Şeffaflık	%3
Kültür	%10

Örnekleme içinde yer alan işletmelerden KSS boyutlarından beş boyutu (kurumsal sosyal sorumluluk, sağlık, işyeri güvenliği, eğitim ve paydaşlar) içeren tek işletme Özsümer Gıda Sanayi

ve Ticaret'tir. Hacı İsmail Hakkızade Hafız Mustafa 1864 işletmesine ait misyon ifadesinde KSS boyutları yer almamaktadır. İşletmeler misyon ifadelerinde KSS boyutlarından en fazla paydaş boyutuna vurgu yapmaktadırlar. Misyon ifadelerinde; müşteriler, çalışanlar, tedarikçiler ve toplum en fazla kullanılan paydaş gruplarıdır. Hissedarlar/yatırımcılar ve rakiplere ilişkin herhangi bir ifade yer almamaktadır. Dijitalleşmenin öneminin gün geçtikçe arttığı şu günlerde kıdemli aile işletmelerinin web sitesinin olmaması, olan işletmelerin ise çoğunun satış faaliyetleri amacı ile kullanması, web sitelerinde misyon, vizyon, değer gibi işletmenin temel taşları sayılabilecek beyanlarının olmaması çalışmanın en dikkat çekici sonucudur.

Anahtar Kelimeler: *Misyon, Aile İşletmesi, Sosyal Sorumluluk, İçerik Analizi*

AİLE İŞLETMELERİNDE MARKA STRATEJİLERİ VE FARKLI UYGULAMALAR

Arş. Gör. Hüseyin Ozan Altın

Yaşar Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü
ozan.altin@yasar.edu.tr

Prof. Dr. İge Pirnar

Yaşar Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü
ige.pirnar@yasar.edu.tr

ÖZET

Marka yönetimi, rekabetin arttığı ve uzun süreli müşteri ilişkilerinin önem kazandığı günümüzde müşterilerine özel değer yaratan işletmeler için özellikle önem kazanan konular arasına girmiştir. Genel olarak marka yönetimi; işletmelerin ayrıcalıklı bağlamda müşterilerinin akıllarında olumlu ilişkiler yarattığı ve süreklilik sağlamaya çalıştığı faaliyetlerinden oluşmaktadır. Aile işletmelerinde oluşturulan marka “taklit edilemez” (Astrachan et al, 2018) olarak tanımlanmaktadır çünkü ailenin kendine özel tarihçesi, kimliği ve aile üyelerinin zaman içerisinde aile değerleri ile ilgili yarattığı imaj gibi aileye özgü özelliklerden oluşmaktadır. Aile işletmeleri marka yönetiminde; kimlik, imaj, itibar ve marka ismi markanın önemli bileşenleridir. Bu bağlamda marka ile yaratılan değer ve algıların sürdürülebilir rekabet avantajı yaratma kapasitenin mesajı alan tarafta en çoklanması konusu aile işletme sahipleri ve liderlerinin karşılaştığı önemli zorluk olarak ortaya çıkmaktadır. Aile işletmelerinde etkin marka yönetimi hem iç hem de dış paydaşlar ile ilişkilerin olumlu gitmesi adına önemlidir. İç paydaş olarak güçlü marka yönetimi işletme çalışanlarının firmaları ile olumlu ilişki kurması, motive olması ve bağlılık geliştirmesini sağlayabilmektedir. Yine güçlü bir markaya sahip aile işletmeleri dışarıdan aile üyesi olmayan kalifiye insan kaynakları bulmada daha avantajlı olmaktadır (Arijs et al, 2018) . Dış paydaşlar açısından da firmanın kendi farklılığını ortaya koymakta ve müşteri sadakati sağlamada faydalı olmaktadır.

Bu bağlamda aile işletmeleri genel olarak marka yönetimini önemsemekle birlikte, aile işletmelerinin ürettikleri ürün ve hizmetlerinin markalarının aileler ile ilişkilendirmesi yönünde farklı uygulamaları tercih edebilmektedir. Yine aile isimlerinin pazara sunulan ürün ve

hizmetlerinin markalarında yer alması ya da almaması konusunda farklı yaklaşımlarda bulunabilmektedirler. Bu kapsamda 3 değişik strateji uygulanmaktadır.

	1. Strateji	2. Strateji	3. Strateji
	Aile ismi dışı markalama stratejisi	Uykuda aile markalama işletme stratejisi	Entegre aile markalama işletme stratejisi
Aile ile iş kimliğinin entegrasyon derecesi	Düşük	Orta	Yüksek
Aile iş markasına iletişim / yönlendirme	Yok	Dolaylı	Doğrudan

Bu kapsamda yapılan çalışmalarda B2C (“Business to Consumer” - “Firmadan Tüketicie”) yani son tüketiciye yönelik aile markalarının kullanımının B2B (“Business to Business” - “Şirketten Şirkete”) yani işletmeler arasında yapılan iş biçimindeki pazarlama çabalarına nazaran daha etkili olduğu saptanmıştır (Botera et al., 2018). B2B de bilgi işleme daha sistematiktir, B2C de daha keşifselidir. Yine B2B de B2C’ye göre aile isminin ve marka kullanımının olumlu algı yaratması ikincil sırada gelmektedir, bunun yerine ürün bilgisi ve lojistik kararı olumlu karar verilmesinde daha etkili olmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Aile İşletmeleri, Aile Firmalarında Marka, Marka Stratejileri*

TÜRKİYE’DEKİ ASIRLIK AİLE İŞLETMELERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANIM DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ

Tuncay Odabaş

Giresun Üniversitesi SBE İşletme ABD Doktora Öğrencisi
tuncayodabas.91@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Esra Gökçen Kaygısız

Giresun Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
esra.kaygisiz@giresun.edu.tr

ÖZET

Teknolojinin çok hızlı değişmesi ve gelişmesi özellikle iletişim alanında kendini göstermektedir. Bu değişimin günümüzdeki en belirgin yansıması kitle iletişiminde sosyal medya kanalları aracılığıyla olmuştur. Artık sosyal medya platformlarının büyük kitleler tarafından kullanılması hem bireysel iletişimi hem de kurumsal iletişimi teknoloji odaklı hale getirmiştir. Sosyal medya platformları doğru ve etkin yönetildiklerinde işletmelere müşterilerine daha kolay ulaşma ve onların istek ve ihtiyaçlarına kısa sürede cevap verme imkânı sunmaktadır. Ayrıca bu platformlar özellikle reklam bütçesi kısıtlı olan küçük işletmelere ve aile işletmelerine dünyaya açılma fırsatı vermektedir. Bu bağlamda özellikle kuruluş yılı itibarıyla yüz yılı aşmış ve hâlen faaliyetlerine devam eden asırlık aile işletmeleri de varlıklarını devam ettirebilmek için bu dönüşüm ve değişime uyum sağlamalıdır.

Bu doğrultuda araştırmanın amacı, Türkiye’de faaliyet gösteren asırlık aile işletmelerinin sosyal medya kullanım düzeylerini ortaya koymaktır. Araştırmada doküman incelemesi yöntemi kullanılmıştır. Araştırma evreni olarak belirlenen 105 asırlık aile işletmesinin kurumsal Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn ve Youtube hesapları incelenmiştir. Elde edilen bulgular sonucunda, incelenen markaların sosyal medya platformlarını aktif bir şekilde kullanmadıkları bulgusuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Aile İşletmesi, Sosyal Medya, Facebook, Instagram*

AİLE İŞLETMELERİNDE İNFORMAL İLETİŞİM BAĞLAMINDA DEDİKODUNUN/SÖYLENTİNİN YERİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Mehmet Alper Akdemir

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü
maakdemir06@gmail.com

Prof. Dr. Canan Gamze Bal

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü
canan_gamze@hotmail.com

ÖZET

Aile işletmelerinde, paydaşların ve özellikle yöneticilerin/sahiplerin arasında aile bireylerinin yer almasıyla; informal iletişim bağlamında dedikodu/söylentinin ortaya çıkması öngörülebilmektedir. İnfomal iletişimin işletmeye olan olumlu ve olumsuz etkileriyle birlikte, işletme sürdürülebilirliğine yönelik olarak çeşitli sonuçları olabileceği değerlendirilmektedir. Söz konusu sonuçları/etkileri müteakip araştırmalarda tespit edebilmek, bağımlı ve bağımsız değişkenleri belirlemek adına bir derleme çalışmasının yararlı olacağı değerlendirilmektedir. Çalışmanın amacı; işletmelerin sürdürülebilirliği açısından, aile işletmelerinde dedikodunun/söylentinin yerini bir derleme çalışması ile ortaya koymaktır.

Anahtar Kelimeler: *Aile İşletmeleri, İnfomal İletişim, Dedikodu, Söylenti, Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilirlik İletişimi*

SOSYAL MEDYADA ETKİLİ KRİZ YÖNETİMİ

Arş. Gör. Mustafa Bekmezci

İstanbul Kültür Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Girişimcilik Bölümü
m.bekmezci@iku.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi H. Nazan Çağlar

İstanbul Kültür Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Girişimcilik Bölümü
ncaglar@iku.edu.tr

ÖZET

Kriz, öngörülemeyen, belirsizlik ve tehdit getiren, örgütün olağan işleyişini bozan durumları ifade etmektedir. Yüksek miktarda bilginin ucuz ve hızlı bir şekilde paylaşıldığı sosyal medya mecraları krizlerin dinamiklerini hızla değiştirmektedir. Çünkü sosyal medya yapısı gereği krizlerin doğuşuna ve gelişimine müsaittir zira her bir bireyin halkı etkileme ve yönlendirme gücü bulunmaktadır. Bu nedenle, şirketlerin sosyal medyada kriz yönetimi stratejileri oluşturması bir seçenekten çok zorunluluk haline gelmiştir. Bu durumla birlikte akademik ilgi ve yazın sosyal medyayı kriz yönetiminin bir parçası haline getirmiştir. Bu çalışma sosyal medyada kriz yönetimi konusunda uygulayıcılara ve araştırmacılara bir rehber olma amacı taşımaktadır. Bu amaca dayanarak çalışmada sırası ile kriz, kriz iletişimi ve yönetimi, sosyal medya ve geleneksel medya, sosyal medyada kriz yönetimini ele alan teoriler ve uygulama örnekleri ele alınmıştır. İlgili çalışmanın özellikle uygulayıcılara faydalı olacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Kriz, Kriz Yönetimi, Sosyal Medya, Sosyal Medyada Kriz Yönetimi*

AİLE İŞLETMELERİ ÇALIŞANLARININ BİLİŞSEL, DUYGUSAL VE SOSYAL DAVRANIŞSAL EĞİLİMLERİNİN, FİNANSAL YATIRIM ARAÇLARI İLE İLİŞKİSİ

Prof. Dr. Müge Çetiner

İstanbul Kültür Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü
m.cetiner@iku.edu.tr

Emine Sever

İstanbul Kültür Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
e.sever@iku.edu.tr

Prof. Dr. Mahmut Paksoy

İstanbul Kültür Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü
m.paksoy@iku.edu.tr

ÖZET

Bu araştırmada, aile işletmeleri bünyesinde çalışanların bilişsel, duygusal ve sosyal eğilimlerinin, bireysel yatırım kararları ile olan ilişkisinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Araştırma örneklemi, İstanbul ve Kocaeli illerindeki bilgi ve iletişim, hizmet, imalat ve perakende sektörlerine ait 131 firma çalışanıdır. Araştırmada kullanılan soru formu katılımcıların demografik özellikleriyle “Katılımcının Yatırım Kararları” ölçeğinden oluşmuştur. Bu ölçekteki faktör analizi sonucunda, tutuculuk, aşırı güven, temsiliyet, çapalama, aşına olma, geri görüş, kendine atfetme, çerçeveleme, aşırı iyimserlik, kayıptan kaçınma, kontrol yanılması ve sürü davranışı adı verilen alt boyutlar ortaya çıkmıştır. Araştırmada Anova, Ki-kare, T-testi analizlerinden yararlanılmıştır. İstatistiksel analizler sonucunda, genel bilişsel eğilim düzeyleri ile hisse senedi, vadeli mevduat ve yatırım fonu tercihleri arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca tutuculuk, çapalama ve kontrol yanılması eğilimleri ile hisse senedi tercihleri; çapalama, kendine atfetme ve aşırı iyimserlik eğilimleri ile vadeli mevduat tercihleri; tutuculuk ve temsiliyet eğilimleri ile döviz tercihleri; kendine atfetme ve aşırı iyimserlik eğilimleri ile yatırım fonu tercihleri; tutuculuk ve aşına olma eğilimi ile kamu tahvili tercihleri; tutuculuk ve temsiliyet ile hazine bonosu tercihleri; tutuculuk ve kayıptan kaçınma eğilimleri ile repo tercihleri arasında anlamlı ilişki elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Aile İşletmeleri, Bilişsel Eğilimler, Duygusal Eğilimler, Sosyal Eğilimler*

ŞİRKETLERİN YAŞAM DÖNGÜSÜ GÖSTERGELERİ ÜZERİNE ÖLÇEK ÇALIŞMASI:BİST UYGULAMASI

Dr. Rıdvan Yaka
Emekli Araştırmacı
ryaka20@gmail.com

ÖZET

Her organizmanın yaşamlarının farklı evrelerinde bazıları kolaylıkla görülebilen, bazıları da inceleme sonunda fark edilebilen farklı özellikler sergilediği gözlenebilmektedir. İnsanlar, hayvanlar, bitkiler yaşamlarının farklı evrelerinde farklı özelliklerin gözlenmesi için mükemmel örnekler sunar. Şirketlerin de diğer organizmalar gibi yaşamlarının farklı evrelerinde farklı göstergelere sahip olduğu ve bunların bir kısmının kolaylıkla, bir kısmının da bir çalışma sonucunda gözlenebileceği değerlendirilmektedir.

Bu çalışma ile kurumsallaşma sürecinde önemli aşamalar kaydetmiş şirketlerin yaşam döngülerinin hangi evresinde olduğunun tespitine dönük olarak bir ölçek geliştirilmeye çalışılırken araştırmacı tarafından elde edilen bazı veri ve değerlendirmeler paylaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Şirketlerde Yaşam Döngüsü, Gösterge, Ölçek*

AİLE İŞLETMELERİNİN ENDÜSTRİ 4.0 VE YAPAY ZEKÂYA BAKIŞI: VAKA ANALİZİ

Arş. Gör. Ozan Emre Ufacık

Beykent Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü
emreufacik@beykent.edu.tr

Öğr. Gör. Feride BAL

Gaziantep Üniversitesi, Naci Topçuoğlu MYO/ Yönetim ve Organizasyon
feridebal@gantep.edu.tr

Ergin ERŞİN

Marmara Üniversitesi, SBE, Doktora Öğrencisi

ÖZET

Dünyadaki konjonktüre bakıldığında dijital dönüşümle birlikte iş yapış şekillerinin değiştiği, mevcut üretim süreçlerinin dönüştüğü ve hatta insan kaynaklarının endüstri 4.0 ve yapay zeka ile bambaşka bir hal aldığı görülmektedir. Dünyadaki bu değişime uyum sağlamak durumunda olan aile işletmeleri, Türkiye ekonomisine yön veren ve Türkiye'deki mevcut işletmelerin %95'ini oluşturmaktadır. Dolayısı ile aile işletmeleri ekonomik ve teknolojik değişimlerden doğrudan etkilenmekte ve bu değişimlere ayak uydurmak zorundadır. Bu çalışmada aile işletmelerinin dijital dönüşüme bakış açılarını ve dönüşüm sürecindeki zorluklarının belirlenmesine yönelik vaka incelemesi yapılmıştır. Yarı yapılandırılmış sorular belirlenerek İstanbul merkezli bir aile işletmesinin sahibi ile görüşmeler yapılmıştır. Çalışmanın tek bir işletmede ve yalnızca İstanbul ilinde gerçekleştirilmesi nedeniyle genellenebilirliği düşüktür. Ancak elde edilen bulguların bundan sonraki çalışmalara öncülük edeceği ve aile işletmelerinin bu dönüşüm karşısında fikir sahibi olmalarının sağlanacağı da aşikârdır.

Anahtar Kelimeler: *Aile İşletmeleri, Endüstri 4.0, Yapay Zekâ*

TÜRKİYE'DE ESG RAPORLAMASI YAPAN BÜYÜK ŞİRKETLERDEN ÖRNEK UYGULAMALARLA AİLE İŞLETMELERİ İÇİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Dr. Öğr. Üyesi Muhsin Fuat Bayık

İstanbul Medipol Üniversitesi, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi, İşletme Bölümü
mbayik@medipol.edu.tr

ÖZET

Aile şirketlerinin gelecek nesillere aktarılmasında sürdürülebilirlik önem arz eder. Finansal sürdürülebilirlik yanında, diğer alanlarda da sürdürülebilir uygulamalar geliştirilmesi gerekmektedir. Bu çalışmada, yıllık bazda ESG (çevresel, sosyal ve yönetim) raporlaması yapan Türkiye'nin önde gelen 30 şirketinin ESG raporları, içerik analizi yapılarak incelenmiştir. Bu şirketlerin web sayfalarındaki sürdürülebilirlik faaliyetleri incelenerek, aile şirketlerine yol gösterebilecek uygulamalar, konu bazında örneklerle açıklanmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Aile İşletmeleri, Sürdürülebilirlik, ESG*

AİLE İŞLETMELERİNDE İÇ KAYNAK BAĞIMLILIĞI VE KURUMSALLAŞMA

Öğr. Gör. Feride BAL

Gaziantep Üniversitesi, Naci Topçuoğlu MYO/ Yönetim ve Organizasyon
feridebal@gantep.edu.tr

Prof. Dr. Olcay Bige Aşkun

Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü
olcayb@marmara.edu.tr

ÖZET

Aile işletmeleri, ülkemizdeki en uzun ömürlü ve en yaygın kurulan işletmeler arasında yer almaktadır ve aynı zamanda önemli ekonomik varlıkları ile tanınmaktadır. Aile işletmelerinde sürdürülebilirliğinin sağlanmasında ve yeni kuşaklara başarılı bir şekilde devredilmesindeki en önemli unsur ise kurumsallaşma kavramıdır. Bu çalışmada, aile işletmelerinin kurumsallaşması ve bu işletmelerde görülen bağımlılıklar ele alınmıştır. Çalışmanın amacı; aile işletmelerinde yaşanan iç kaynak bağımlılığının o işletmelerdeki kurumsallaşma düzeyi ile arasındaki ilişkiyi anlamak ve bağımlılık oluşturan kaynakları tespit ederek bu bağımlılıklarında türlerini belirlemektir. Çalışmada nitel analiz yöntemi uygulanmıştır. Gaziantep ve İstanbul illerinde olmak üzere iki aile işletmesinin yönetim kurulunda bulunan aile üyeleri ile görüşmeler yapılarak veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler betimsel analiz yöntemi ile değerlendirilmiştir. Yapılan analizler sonucunda işletmelerde istenilen ve istenilmeyen iç kaynak bağımlılıklarının olduğu görülmüştür. Aile işletmelerinin kurumsallaşmasının, iç kaynak bağımlılığının azalmasında önemli bir role sahip olduğu bu çalışmanın sonucunda ortaya çıkarılmıştır. Çalışmanın, Gaziantep ve İstanbul illerinde tekstil sektöründe yapılmış olması bu araştırmanın kısıtlarındandır.

Anahtar Kelimeler: *Aile İşletmeleri, İç Kaynak Bağımlılığı, Kurumsallaşma, Kaynak Bağımlılığı Yaklaşımı*

AİLE İÇİNDE ÇOCUK: MEKÂNSAL BİR BAKIŞ AÇISI

Dr. Öğr. Üyesi Süreyya Temelli

Trakya Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü
sureyyadal@trakya.edu.tr

ÖZET

Çalışmada TÜİK 2016 Aile Yapısı Araştırması verileri kullanılarak bireylerin aile içinde çocuğa atfettikleri değerler açıklayıcı mekânsal veri analiziyle incelenmiştir. Bu kapsamda Türkiye İBBS-1 sınıflandırmasına göre 12 bölgenin bilgilerinden faydalanılmıştır. Ailede çocuğa atfedilen değerler ekonomik, psikolojik ve sosyal olarak sınıflandırılmıştır. Ekonomik değerler olarak çocuğun ilerleyen dönemde ana-babaya maddi katkı sağlaması ve ana-babaya yaşlılık güvencesi sağlaması, psikolojik değerler olarak çocuk sahibi olan kadınların itibar kazanması ve çocukların eşleri birbirine yakınlaştırması, sosyal değerler olarak ise erkek çocuğun soyun devamını sağlaması ve erkek çocuğun annenin itibarını arttırması alınmıştır. Mekânsal otokorelasyonun genel olarak değerlendirilmesi sonucunda ekonomik değer olarak çocuğun ilerleyen dönemde ana-babaya maddi katkı sağlaması istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Haritalar kullanılarak benzerlik ilişkileri incelendiğinde, çocuğun ana-babaya gelecekte sağlayacağı maddi katkı değeri Doğu Karadeniz, Kuzeydoğu Anadolu, Ortadoğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde hem kendilerinde hem komşularında yüksek bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Çocuk, Aile, Açıklayıcı Mekânsal Veri Analizi (ESDA), Moran's I, Türkiye*

AİLE ANAYASASINA 5N1K YAKLAŞIMI: “ŞENER OTO YEDEK PARÇA SANAYİ VE TİCARET A.Ş.” ÖRNEK OLAY İNCELEMESİ

Prof. Dr. Yakup SELVİ

İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Muhasebe Anabilim Dalı,
selviyak@istanbul.edu.tr

Tekin ŞENER

Şener Oto Yedek Parça Sanayi ve Ticaret A.Ş., Yönetim Kurulu Üyesi
tekin@seneroto.com.tr

Serpil DEMİR

Şener Oto Yedek Parça Sanayi ve Ticaret A.Ş., Mali İşler Müdürü, S.M.M.M.
smmmserpildemir@hotmail.com

Dr. Havva Nur ÇİFTÇİ

İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Muhasebe Anabilim Dalı
hnciftci@istanbul.edu.tr

ÖZET

Yerel ve global ekonomide üretilen gelirden aile işletmelerinin payı ve önemi oldukça yüksektir. Mevcut işletmelerin kahir ekseriyeti ya aile işletmesidir ya da ilk kuruluş şekli aile işletmesidir. Bununla birlikte aile işletmelerinin en önemli sorunlarından biri ise sonraki nesillere devir yani sürdürülebilirliktir. Bir aile işletmesinin ikinci nesle ve oradan da üç ve dördüncü nesillere geçişi oldukça düşüktür. Nesiller arasındaki geçişteki başarısızlık aile işletmelerinin yok olmalarındaki en önemli sebeplerin başında gelmektedir. Bu sorunun minimize edilmesinde kurumsallaşma en önemli role sahiptir. Bir aile işletmesinde aile, işletme ve mülkiyet unsurları birlikte bir araya geldiğinden dolayı; aile işletmesinde kurumsallaşma aile olmayan işletmelere kıyasla daha karmaşık, daha zor ve daha geç olabilmektedir. İşletme sahipliğinin nesilden nesillere devrine olanak sağlamaya katkı sunan kurumsallaşma; işletmenin bir sistem haline gelerek işletme sahipleri ile işletme yöneticileri arasında kolektif çalışma ruhunun oluşturulmasıdır. Kurumsallaşma faaliyetleri işletmede amaçlara uygun bir örgüt yapısının oluşturulması, iş ve görev tanımlarının yapılması, iç yönetmeliklerin oluşturulması ve yetki ve sorumlulukların dağıtılarak profesyonel bir yönetime geçilmesini gerekli kılar.

Aile işletmelerinin kurumsallaşması, kurumun işleyişi ve sürdürülebilirliği ile ilgili; ailenin kurumsallaşması ise, aileyi oluşturan üyelerin bugün, yarın ve gelecekte nerede ve hangi pozisyonda olmaları gerektiğini gösteren bir yapının oluşturulmasıdır. Bu yapının yazılı olarak belirlenmesi ise “aile anayasası” olarak tanımlanmaktadır. Aile anayasası, bir işletmenin alt sistemleri olan aile, işletme ve mülkiyet arasındaki ilişkilere rehberlik eden politikaları belirleyen ve tanımlayan yazılı yasal bir belgedir.

Aile anayasası, aile işletmelerinde çatışmalarının önlenmesi, azaltılması, ortadan kaldırılması veya makul ölçülerde sürdürülebilmesi için başvurulacak en önemli araç olup; aile işletmelerinin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında kilit bir rol üstlenmektedir. Aile anayasasının temel amaçları; ailenin mülkiyetini koruyarak işletmeyi geleceğe taşımak için güçlü bir taahhüt oluşturmak, aile işletmesini sağlam bir temele oturtup aileden olmayan yöneticiler ve iş ortakları için güven tesis etmek, ailenin gelecek nesillerinin işletmenin gelecekteki sahipleri olarak işletmede alacakları roller için beklentilerini şekillendirmek ve yanlış anlaşılmaların üstesinden gelerek olası aile çatışmalarını önleyip aileyi bir arada tutmaktır.

Bu çalışmada, tek bir olayın derinlemesine incelenmesine odaklanan “etnografik örnek olay” yöntemi ile 5N1K (ne, nerede, ne zaman, nasıl, niçin ve kim) metodu birlikte kullanılıp; “Şener Oto Yedek Parça Sanayi ve Ticaret A.Ş.” aile işletmesinin maliki olan Şener Ailesi için aile anayasası oluşturulmasına yönelik durum tespiti yapılmıştır.

İşletme Fazıl ŞENER’in girişimiyle “**Oto ŞENER**” adıyla 1974 yılında şahıs işletmesi olarak **Ford** marka otomobillerin yedek parçalarının perakende satıcısı olarak Elazığ’da kuruldu. İşletme 1976 yılında İstanbul’a taşındı ve 1995 yılında da nevi değiştirerek “**ŞENER Oto Yedek Parça Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**” ismini aldı. Bu süreçte İşletme faaliyet alanını hem toptan hem de perakendecilik üzerine yaygınlaştırdı. 2005 yılında ürünlerini yurt dışına ihraç etmeye de başlayan İşletme, 2010 yılında ise nevi değiştirerek “**ŞENER Oto Yedek Parça Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**” ismini aldı. İşletme şu an ikinci nesil tarafından yürütülmekte ve üçüncü nesilden üyeler de işletmede çalışmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Aile İşletmesi, Aile Anayasası, Kurumsallaşma, Sürdürülebilirlik, Vaka Çalışması*

AİLE İŞLETMELERİNDE LİDERLİK TARZLARININ ÇALIŞANLARIN İŞ PERFORMANSLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ VE BİR UYGULAMA

Öğr. Gör. Deniz Sönmez

İstanbul Medipol Üniversitesi, Sağlık Kurumları İşletmeciliği Bölümü
deniz.sonmez@medipol.edu.tr

ÖZET

Liderlik uygulamaları veya tarzları, uzun yıllardan beri örgütsel araştırmacılar için temel bir odak noktası olmaya devam etmektedir. Araştırmacılar, bir liderin belirli bir tarz izleyerek potansiyellerinin farkına varmasının işletmelerin performanslarda etkili sonuçlar doğuracağını öne sürmektedir. Bu çalışma, aile işletmelerinde belirli liderlik tarzlarının sadece çalışanın tutumunu olumlu yönde etkilemeyeceği bununla beraber çevre tarafından olumsuz algıları en aza indirmeye yardımcı olacağına dair inancını desteklemeyi amaçlamıştır. Araştırmamızın amacı, aile işletmelerinin sürdürülebilirliğinde liderlik tarzlarının çalışanların iş tatmini üzerindeki etkilerini ortaya koymaktır. Bu amaçla İstanbul ilinde bulunan aile işletmelerinin durumunu araştırdık. Söz konusu aile işletmeleri İstanbul Ticaret ve Sanayi Odası'na kayıtlı bulunan şirketlerin içinden belirlenmiştir. Araştırma, İstanbul'da faaliyet gösteren aile şirketlerinde görev alan çalışanlarından oluşmaktadır. Bu çerçevede, anket soruları rastgele belirlenen İstanbul faaliyet gösteren 15 aile şirketi seçilmiş ve toplam 250 anket dağıtılmıştır. Anketi yanıtlayan kişi sayısı 187'dir. Cevaplandırılan anket sayısı yeterli görülerek istatistiksel analizler yapılmıştır. Analizi yapılan data'lara göre korelasyon ve regresyon analizi yöntemleriyle incelenmiştir. Bulgular: Çalışmanın sonuçları, katılımcı, dönüşümcü ve etkileşimci liderlik tarzlarının aile işletmelerinde çalışanlarca önemli ölçüde kullanıldığını ortaya koymuştur. Seçilen aile işletmelerinde ancak katılımcı ve etkileşimci liderlik tarzlarının kullanımı çalışan performansı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahipken, dönüşümcü liderlik tarzının etkisi önemsiz bulunmuştur. Çalışma, aile işletmelerinde liderlik tarzı ve çalışan performansı hakkındaki bilgi birikiminin genişletilmesine katkıda bulunabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Aile Şirketi, Liderlik Stilleri, Motivasyon, Çalışanların İş Tatmin*

İSTANBUL İLİNDE BİR VAKFA BAĞLI OLARAK FAALİYET GÖSTEREN KOLEJ VE ÜNİVERSİTELERİN VAKIF AİLE YÖNETİMİ AÇISINDAN İNCELENMESİ

Prof. Dr. Evren Ayrancı

Beykent Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Finans ve Bankacılık Bölümü
evrenayranci@beykent.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Andaç Toksoy

İstanbul Kültür Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü
a.oguz@iku.edu.tr

ÖZET

Türk Medeni Kanunu'nun 372. Maddesine göre; "Aile bireylerinin eğitim ve öğrenimleri, donanım ve desteklenmeleri ve bunlara benzer amaçların gerektirdiği harcamaların yapılması için kişiler hukuku ve miras hukuku hükümleri uyarınca aile vakfı kurulabilmektedir. Buna göre ülkemizde çok çeşitli alanlarda katkı sağlayan pek çok aile vakfı mevcuttur. Bu çalışmada, söz konusu alanlardan birisi olan "eğitim" ele alınmış ve ülkemizin en önde gelen şehri olan İstanbul'da bir vakfa bağlı olarak faaliyet gösteren lise seviyesindeki özel okullar ile üniversiteler irdelenmiştir. Çalışmanın amacı, bahsi geçen bu eğitim kurumlarının bağlı oldukları vakıfların yapısını ve özellikle bir aile vakfı olup olmadıklarını ortaya çıkarmaktır. Bu eğitim kurumlarına erişim için Türkiye Özel Okullar Derneği ile Yükseköğretim Kurulu'nun veri tabanlarından faydalanılmış ve eğitim kurumlarının birer listesi çıkarılmıştır. Bir sonraki adımda ise listedeki eğitim kurumlarının bağlı olduğu vakıflar tespit edilerek, bu vakıfların yapıları ve bir aile tarafından yönetilip yönetilmedikleri ele alınmıştır. Dolayısıyla bir vakfın, aile vakfı olup olmadığı yöneticilik kriteri açısından dikkate alınmaktadır. Buna göre Türkiye çapında toplam 1291 adet lise seviyesinde özel okul bulunurken, bunların 150 tanesi aktif olarak İstanbul il sınırları içinde faaliyet göstermektedir. Ayrıca Yükseköğretim Kurulu'nun veri tabanına göre yine İstanbul il sınırları içinde 44 adet vakıf üniversitesi ile üç adet vakıf meslek yüksekokulu bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Vakıf, Aile Yönetimi, Özel Kolejler, Vakıf Üniversiteleri, İstanbul*

AİLE İŞLETMELERİNİN KURUMSALLAŞMA SÜREÇLERİNDE EŞBENZEŞMENİN İNCELENMESİ: TEKSTİL SEKTÖRÜNDE BİR ARAŞTIRMA

Dr. Öğr. Üyesi Artür Yetvart Mumcu

İstanbul Kültür Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Girişimcilik Bölümü
arturmumcu@hotmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Tuğçe Kumral

İstanbul Kültür Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü
t.kumral@iku.edu.tr

Prof. Dr. Mahmut Paksoy

İstanbul Kültür Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü
m.paksoy@iku.edu.tr

ÖZET

Aile işletmeleri dünya çapında farklı büyüklük, sektör ve lokasyonlarda var olan en yaygın organizasyon şeklidir. Bu çalışma aile işletmelerinin insan kaynakları süreçlerinde eşbenzeşme olup olmadığını tespit etmeyi amaçlamaktadır. Araştırmada veri toplama tekniği olarak mülakat kullanılacaktır. Araştırmada sanayi bölgesinde hizmet veren tekstil üreticisi aile işletmelerinin işletme sahipleri ve üst yönetici pozisyonlarında çalışan kişilerle görüşülerek veriler toplanacaktır. Mülakatlar sonucu elde edilen veriler için betimsel analiz teknikleri kullanılarak, örnekleme oluşturan aile işletmelerinin insan kaynakları süreçlerindeki kurumsallaşma ve benzer uygulamalar ortaya konulacaktır.

Anahtar Kelime: *Aile İşletmeleri, Eşbenzeşme, İnsan Kaynakları Süreçleri*

BİREYSEL DAYANIKLILIK ÖLÇEĞİ: TÜRKÇE UYARLAMA, GEÇERLİK VE GÜVENİRLİK ÇALIŞMASI

Dr. Öğr. Üyesi Tuğçe Kumral

İstanbul Kültür Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü
t.kumral@iku.edu.tr

Arş. Gör. Taha Yusuf Çakarel

İstanbul Kültür Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Girişimcilik Bölümü
t.cakarel@iku.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, Bireysel Dayanıklılık Ölçeği'nin (Predictive 6-Factor Resilience Scale) Türkçeye uyarlamasının yapılarak, güvenilirlik ve geçerliğinin incelenmesidir. Belirleyici 6-Faktörlü Dayanıklılık Ölçeği, dayanıklılığın nörobiyolojik temelleri ve sağlık hijyeni faktörleri ile teorileştirilmiş ilişkiye dayanılarak geliştirilmiştir. Dayanıklılık hem bireyler hem de örgütler için geçerli olan bir kavramdır. Örgütlerin dayanıklılığı kadar bireylerin dayanıklılığı da oldukça önemlidir. Belirleyici 6-Faktörlü Dayanıklılık Ölçeği dayanıklılığı, birbiriyle ilişkili birkaç kavramla ilgili altı alanın bir fonksiyonu olarak ölçmektedir. Bireysel dayanıklılık ölçeğinin Türkçeye uyarlanmasında, Bristlin, Lonner ve Thorndike (1973) tarafından geliştirilmiş olan yöntem kullanılmıştır. Buna göre, ölçeğin orijinal dilinden Türkçeye birebir çevirisi iyi derecede İngilizce bilen iki çeviri uzmanı tarafından yapılmıştır. Çevirisi yapılan ölçek araştırmacılar tarafından incelenmiş, benzerlikler ve anlam bütünlüğüne dikkat edilerek en uygun ifadeler seçilmiştir. Ölçek İşletme bilim dalından bir öğretim üyesi tarafından orijinal diline tekrar geri çevrilmiştir. İngilizce çeviri ve esas metin ana dili İngilizce olan bir uzman tarafından incelenmiş ve anlam kaybının olmadığı saptanmıştır. Orijinal form ve elde edilen çeviriler örgütsel davranış alanında çalışan beş öğretim üyesi tarafından karşılaştırılmış ve alınan uzman görüşler doğrultusunda gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Çalışmada ölçekten elde edilen verilerin değerlendirilmesinde SPSS for Windows 22.0 ile Amos 24.0 paket programları kullanılacaktır. Ölçeğin test-tekrar test güvenilirliği için, ölçek dört hafta arayla tekrar uygulanacaktır. Ölçeğin iç tutarlılığı için ise Cronbach Alfa katsayısı hesaplanacaktır. Ölçeğin yapı geçerliğini sağlamak için doğrulayıcı faktör analizi

yapılacak ve benzer ölçek geçerliği için ise Yetişkinler için Psikolojik Dayanıklılık ölçeği kullanılacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Resilience, Dayanıklılık, Bireysel Dayanıklılık, Ölçek Uyarlama, Geçerlilik, Güvenilirlik*

HOW COULD FAMILY BUSINESSES SURVIVE?

Assist. Prof. Dr. Ibrahim Ethem Tarhan

Istanbul Kültür University, Secretary General and lecturer of Industrial Engineering Department
e.tarhan@iku.edu.tr

ABSTRACT

When a literature review on Family Businesses is made, it is observed that family businesses have to a large extent ceased their activities after the 3rd generation (Paisner, 1999).

I would like to share some of the problems that I have observed as the 3rd generation in our family business, and my solution suggestions when I combine them with my experiences.

KEY PROBLEMS IN FAMILY BUSINESS

1. Communication problems between generations
2. Delegation problems
3. Misperception of the concept of institutionalization among family business partners
4. The new entrants to the family by marriage want to get involved in the company's business
5. The younger generation does not want to work in the family business

In family businesses, communication problems between generations are the most common issue (Axley, 2000). Communication problems between grandfather, father, son, grandchild, mother, siblings, uncle, aunt, nephew, niece, groom, bride or cousins prevent the healthy functioning of family businesses. It may be possible to reduce communication problems between generations by getting consulting interventions (Tarhan, 2010). It is beneficial to communicate face to face, not by sending messages or using a political approach. For example, if the child cannot communicate with the father, if he wants to get his demands from his father by putting his mother in the middle, healthy communication may not be possible. (Baker&Wiseman,1998). The fact that the elders of the family do not want to take the initiative with their "Why didn't you tell me before? I should have known earlier" style is a problem that the younger generations have

repeatedly mentioned. Solving the problems in business life directly with the relevant people, without delaying it, will neither break our psychology nor cause a waste of time. Learning to listen, to trust each other, to be tolerant, to show empathy can reduce communication problems between generations within the framework of love and respect (Danes, 2005).

Delegation of authority problems can also be considered among the popular problems of family businesses. The love of not giving up the seat, the thought that "I should always have the authority and power", the attitude that "I will do what I say", not giving a chance to the younger generations can destroy the morale and determination of young family members and drive them away from the family company.

Young generations can take responsibility after they have gone through a certain education and practice stages, that is, after they become experienced. For example, if family members do not comply with the working hours, if the person comes to work at 11:00 and leaves at 14:00 because they are the child of the boss, the family council may convene and suspend the young person from the company for a certain period of time. In short, there should be some regulations in the company so that every employee obeys the company rules regardless of last name. Anyone who does not abide by these rules should be warned without discrimination. On the contrary, if that person has been beneficial to the institution due to his or her work, he or she should be rewarded and appreciated in order to increase motivation. Moreover, positive or negative cases and experiences in the past should be shared and necessary recommendations should be made. The younger generations should be encouraged to do internships in different parts of the company for a certain period of time during their holidays.

The concept of institutionalization should be perceived and applied correctly by family companies. Care should be taken to leave the management of the family business to professionals (Crenshaw, 2005). First of all, the planning and auditing should be done periodically by the members of the board of directors, and the control mechanism, that is, the reins, should not be abandoned, saying, "The business is managed by experts." In addition, job descriptions

and workflow information should be kept up-to-date. Authorities and responsibilities should be clearly known by all stakeholders.

It is a common and difficult problem that individuals who enter the family through marriage want to interfere in the affairs of the family business. By establishing the constitution of the companies, family businesses should share the company rules without upsetting the new members of the family, and everyone should know their authority and responsibilities. When similar problems that may arise from time to time occur, they should be warned by the respected experienced family council, and the problem should be resolved before it gets bigger. Otherwise, undesirable results may occur. Conflicts of interest between family business partners can cause the company to disintegrate or, at worst, even collapse.

Although younger generation's not wanting to work in the family business seems like a problem, it is not a serious problem. If the generations after the founder do not want to work in the family company, for example; if he or she wants to be a lawyer, doctor, teacher, painter or opera singer, understanding should be shown. They should be given the opportunity to experience their career choices. As long as they have a chance to become a company partner, they can attend family council meetings and present their business-related development ideas, albeit passively. Multiple chances give rise to talent. Talent is nothing without effort. Work done with passion always brings success. When there is a forced workforce, the company grows with luck. Health, peace and happiness in the home environment improves the company and therefore the economy.

In summary, the contribution of family businesses to the national and global economy is enormous. In this context, all family business members should be open to lifelong learning and contemporary change in order for family businesses to live longer and to run after the 3rd generation. I would like to end my paper with the following statement of Stephen Hawking; "Intelligence is the ability to adapt to change"

REFERENCES

- Axley, S.R. (2000). *Communicating change: Questions to consider*. Retrieved March 2, 2006, from <http://solutions.iienet.org/imissues/800axley.pdf>
- Baker, K.G. & Wiseman, K. K. (1998). *Leadership, legacy and emotional process in family business*. Retrieved June 18, 2006, from <http://www.blacwell-synergy.com>
- Crenshaw, W. E. (2005). Family business: A family concern. *Baylor Business Review*, 22(2), 18. Retrieved February 4, 2008, from ProQuest database.
- Danes, S.M. (2005). *Managing conflict in family business*. Retrieved February 10, 2008, from <http://sdanes.cehd.umn.edu/managingconflict/>
- Paisner, M. (1999). *Sustaining the family business*. Reading, MA. Perseus.
- Tarhan, E.I. (2010). Conflicts and Communication Problems in Family-Owned Businesses in Turkey: Case Studies with Treatment Interventions (Doctoral dissertation, University of Phoenix. *ProQuest Digital Dissertations*.

TAM METİN BİLDİRİLER

BİR AİLE İŞLETMESİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRETİM AMACIYLA HURDAYA AYRILAN MALZEMELERİN VE ATIKLARIN GERİ DÖNÜŞÜMÜ ÜZERİNE VAKA ANALİZİ

Doç. Dr. Murat Taha Bilişik

İstanbul Kültür Üniversitesi, İİBF Fakültesi, İşletme Bölümü
m.bilisik@iku.edu.tr

ÖZET

Üretim kavramı literatürde “insan ihtiyaçlarını karşılamak için mal ve hizmetlerin miktarını ya da faydalarını artırmaya yönelik çabalar” olarak tanımlanmaktadır. Son yıllarda üretim faaliyetlerinin artması, doğal kaynakların bilinçsizce tüketilmesiyle birleşerek çevre kirliliğinin artmasına yol açmaktadır. Bu durum doğal olarak dünyanın geleceğine yönelik kaygıları artırmakta, buna karşılık sınırlı bir farkındalık oluşmaktadır. “Sürdürülebilir üretim” kavramı bu farkındalığın bir sonucudur. Sürdürülebilir üretim, işletmelerin gelecekteki üretimlerini tehlikeye atmamak amacıyla, bugünkü üretim faaliyetlerini çevreye daha az zarar vererek gerçekleştirmesi anlamına gelmektedir. Sürdürülebilirlik işletmelerin hem kendileri için, hem de toplum için önemli bir sorumluluk haline gelmiştir. Bu çalışmanın amacı, önemi giderek daha fazla artan sürdürülebilir üretim konusunda, bir aile işletmesindeki uygulamayı vaka bazlı ele alarak çalışmaktır.

Anahtar Kelimeler: *Sürdürülebilir Üretim, Aile İşletmeleri, Sürdürülebilirlik*

CASE ANALYSIS ON THE RECYCLING OF SCRAPED MATERIALS AND WASTE FOR SUSTAINABLE PRODUCTION IN A FAMILY BUSINESS

ABSTRACT

The concept of production is defined in the literature as “efforts to increase the quantity or benefits of goods and services to meet human needs”. The increase in production activities in recent years, combined with the unconscious consumption of natural resources, leads to an increase in environmental pollution. This naturally increases the concerns about the future of the world but a limited awareness is formed. The concept of “sustainable production” is a result of this awareness. Sustainable production means that businesses carry out their current production activities with less harm to the environment, in order not to endanger their future production. Sustainability has become an important responsibility both for the companies themselves and for the society. The aim of this study is to study the practice of a family business on a case-by-case basis on the subject of sustainable production, which is becoming more and more important.

Keywords: *Sustainable Production, Family Businesses, Sustainability*

GİRİŞ

Sürdürülebilirlik kavramı, dünya ticaretinin ulaştığı yoğunluk ve üretim faktörlerinin kullanımı karşısında mevcut kaynaklarının dikkatli kullanımı, aşırı üretim ve tüketim, yoksulluk ve açlık, iklim değişikliği gibi gelişmeler sonucu, giderek önemli bir kavram haline gelmiş bulunmaktadır. İşletmelerin sürdürülebilirlik kavramı bağlamında, sadece ekonomik performansa değil, aynı zamanda çevre ve toplum sorunlarına odaklı anlayış ve uygulamalarda bulunmaları önem arz etmeye başlamıştır.

1970’li yılların başlarından itibaren yöneticilerin çevre ile ilgili kaygılarının giderek arttığı ve çevrenin korunması yönünde önlemlerin alınması düşüncesinin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu

süreçte, 1972 yılında Birleşmiş Milletler tarafından Stockholm’de Çevre ve İnsan Konferansı düzenlenmiş ve bu konferansta sanayileşme ve ekonomik büyümenin çevre üzerinde yarattığı olumsuz etki ve doğal kaynakların kullanımı üzerinde durulmuştur.

1987 yılında Birleşmiş Milletler tarafından yayınlanan “Ortak Geleceğimiz” adlı Bruntland Raporu’nda sürdürülebilirlik kavramı, “İnsanlığın; doğanın gelecek kuşakların gereksinimlerine cevap verme yeteneğini tehlikeye atmaksızın, günlük ihtiyaçları temin ederek, kalkınmayı sürdürülebilir kılma yeteneği” şeklinde tanımlanmıştır. Sürdürülebilirlik kavramını, üretkenlik ve çeşitliliğin devamı ile birlikte, sürekli var olabilme yeteneğinin korunması olarak tanımlamak mümkündür. 1987 yılında Birleşmiş Milletler tarafından yayınlanan raporda da belirtildiği üzere, sürdürülebilirlik kavramı ilk olarak çevre bağlam ve bakış açısıyla ortaya çıkmış olan bir kavramdır. Burada amaç çevre ve doğanın sürdürülebilir kılınarak, doğaya karşı sorumlulukların yerine getirilmesi olarak belirtilebilir.

11 Aralık 1997 yılında ise 169 ülkenin katılımıyla Japonya'nın Kyoto şehrinde imzalanan Kyoto Protokolü olmuştur. Bu sözleşme ile beraber, ülkeler çevre ile ilgili sorunlar karşısında önlem almak için yükümlülük altına girmiştir.

Sürdürülebilirlik kavramı uygulandığı konulara göre farklı olarak değerlendirilmektedir. Örneğin, üretimde sürdürülebilirlik kavramı üretimi sürdürürken çevreye minimum zarar verilmesidir (Yavuz, 2010:64). Lojistikte sürdürülebilirlik kavramı ise işletmenin lojistik faaliyetleri devam ettirirken lojistik operasyonunun çevreye minimum zarar vermesi olarak tanımlanmıştır.

Sürdürülebilir üretim 2010 yılından itibaren ilgi çeken bir kavram haline gelmiştir (Moldavska ve Welo, 2017:746). Literatürde sürdürülebilir üretimin çeşitli tanımları mevcuttur. Sürdürülebilir üretim doğayı kirletmeyen, doğal kaynakları koruyucu, maliyet açısından uygulanabilir, çalışanlar, toplum ve tüketiciler için güvenilir ve sağlıklı, tüm çalışan insanlar için sosyal ve yaratıcı bir şekilde faydalı, süreç ve sistemler kullanılarak, mal ve hizmetlerin yaratılması olarak ifade edilmektedir. Eğer üretim sürdürülebilir ise çevre, çalışanlar, toplum ve kuruluşların tümüne fayda sağlanır. Bu koşullarda işletmelerin maliyet açısından uzun vadede her zaman, kısa vadede ise çoğu zaman daha uygun ve daha üretken olmaları beklenmektedir.

Dünyada sürdürülebilir üretim konusunda çeşitli örnek uygulamalar vardır. Google, kendi veri merkezlerine bırakılan elektronik malzemelerin tamamını geri dönüşümden elde etmektedir. Google, 2007 yılından beri 300.000'in üzerinde yeni elektronik malzemenin satın alınmasından kaçınmak amacıyla kullanım dışı kalmış sunucular kullanmıştır. Google, yeni bir malzeme veya makine satın almadan önce, sahip olduğu malzeme veya makinelerin kullanım yollarını aramaktadır. Vernel, Persil, Pril vb. markaların üreticisi olan Almanya menşeli Henkel firması ürünlerinin kullanım sırasında çevresel etkilerini azaltmak için çeşitli adımlar atmıştır. Bunlardan birisi de, bulaşık makinelerindeki suyun ısıtılması için gerekli enerjidir. Henkel, bu enerjinin azaltılması için yeni bir ürün üretmek için yola çıktı. Sonucunda 55 °C'de çalışan bulaşık deterjanı yerine 40 °C'de çalışan ürün geliştirilmiştir. Geliştirilen bu ürün sayesinde, tüketiciler ortalama olarak % 20'lik bir enerji tasarrufu elde etmektedirler.

Günümüzün rekabetçi dünyasında ülkeler büyümeye çok büyük önem vermektedir. Bu durum ülkelerin büyümeye sürdürülebilirlikten daha fazla önem vermesine neden olmuş, sonuç olarak çevre kirliliği, oldukça ciddi boyutlara ulaşmıştır. Örneğin, Antartika kıtasında 2010-2013 yıllarında yapılan ölçümlerde buzulların erime hızının 2005-2010 yıllarındaki erime hızına göre iki kat artış gösterdiği tespit edilmiştir (Amos, 2014).

Başka bir kaygı verici gelişme denizlerde yaşanan kirlenmedir. Örneğin, Karadeniz'de ekonomik öneme sahip balık türü geçmiş yıllarda 30 iken, günümüzde kirlilik nedeniyle balık türü sayısı 3-4'e kadar gerilemiştir (Yardımcı Mısır, 2014). Ayrıca her sene 8 milyon ton çöp, denizlere ve okyanuslara atılmaktadır. Eğer durum böyle devam ederse, 2050 yılında balıktan fazla çöp olacağı varsayılmaktadır (Walsh vd., 2016)

SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRETİM

Sürdürülebilirlik kelime anlamı olarak çevreye minimum zarar vererek ya da hiç vermeyerek, aynı zamanda verimliliği koruyarak uzun bir süre devam edebilme anlamına gelmektedir. Üretim ise kelime anlamı olarak belirli faaliyet ve işlemler sonucu yeni bir mal veya hizmet meydana getirmektir.

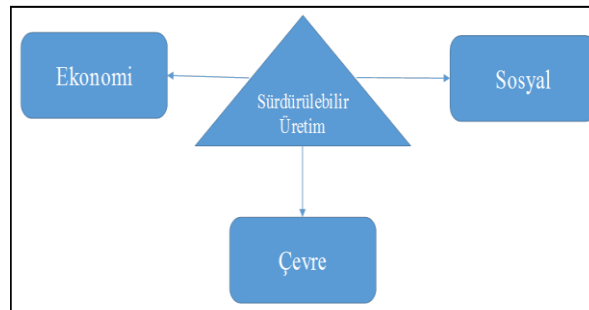
Sürdürülebilir üretim, tüm üretim faaliyetlerinin, çevre faktörleri dikkate alınarak ve çevreye gerekli duyarlılık gösterilerek gerçekleştirilmesidir. Sürdürülebilir üretim aynı zamanda kullanılan ürünlerin geri toplanarak çeşitli işlemlerden geçirilmesini ve ardından tekrar pazara sürülmesini de içermektedir (Özesen, 2009:29). Sürdürülebilir üretim farklı yöntemlerle kullanılmış ürünlerin tekrar kullanılmasını sağlayarak hem çevreye verilen zararı en az seviyeye indirmekte hem de hammadde kullanımını azaltmaktadır.

Sürdürülebilir üretim, üretim faaliyetlerinin hem çevresel, hem sosyal, hem de ekonomik açıdan değerlendirildiği, ham malzemenin cevherden çıkarılmasından son ürün haline gelmesine kadar ve aynı zamanda ürünün ekonomik ömrü boyunca kamu sağlığı, refahı ve çevreye karşı olumsuz etkisinin en aza indirildiği bir üretim tarzıdır (Akkoyun, 2016:7).

Sürdürülebilir üretim,

- Enerjiyi ve doğal kaynakları kirlenme olmaksızın korumak,
- Ekonomik olarak tutarlılık,
- Çalışanlar, tüketiciler ve toplum için güvenlik ve sağlık,
- Tüm çalışanlar için toplumsal ve yaratıcı olarak ödüllendirici mal ve hizmetler yaratmaktır.

Sürdürülebilir üretim toplum, ekonomi ve çevre kavramlarını içermektedir. Bu kavramların birbiri ile uyumlu ve dengeli olması gerekir. Üretimin sürdürülebilir olması, sürdürülebilirliğin içerdiği bu kavramlar arasında uyum ve dengenin sağlanması ve devam etmesiyle mümkün olabilir. Şekil 1.'de bu kavramlar arasındaki ilişkiler ifade edilmiştir (Turhan, 2015: 31).



Şekil 1. Sürdürülebilir üretimin üç kavramı

LİTERATÜR TARAMASI

Büyüközkan ve Vardaloğlu (2008) tedarik zinciri içinde sürdürülebilir üretimi açıklamıştır. Başarılı bir tedarik zinciri oluşturmak için yapılması gerekenleri ifade etmiştir.

Aracıoğlu (2010) çalışmasında sürdürülebilir üretimi tanımlayarak, yeni bir değerler dizisi olarak nitelendirilen sürdürülebilir üretimi, süreç ve yöntemler çerçevesinde işletmeleri bu yönde destekleyen bir yapı olarak ifade etmiştir.

Yavuz (2010) çalışmasında önce sürdürülebilirlik kavramını çeşitli boyutlarıyla ele almış; ekonomi bilimi çerçevesinde kalkınma boyutunu ve ardından sürdürülebilirliğin değerlendirilmesini incelemiştir.

Önce ve Marangoz (2012) çalışmalarında pazarlamanın sürdürülebilir kalkınmaya nasıl katkıda bulunabileceğini anlamak ve sürdürülebilirlikteki rolünü açıklamak için uygulanabilir pazarlama stratejileri ve uygulamalarından yararlanılmasını önermektedir.

Üstünişik (2014) çalışmasında, yeşil üretimin tanımını yaparak Türkiye için yeni bir yaklaşım olan yeşil üretimin makina sanayinde uygulanabilirliğini araştırmıştır. Ayrıca yeşil üretim sayesinde kaynak tasarrufu yapılabileceğini, atıklarının bertarafının sağlanabileceğini, verimlilik artışıyla rekabet avantajı yaratılabileceğini vurgulamıştır.

Turhan (2015) çalışmasında, yeşil lojistiğin içinde sürdürülebilir üretimi tanıtmış ve yapılan uygulamalardan örnekler vermiştir.

Akkoyun (2016) çalışmasında, sürdürülebilirlik kavramını inceleyerek sürdürülebilir üretimin üç boyutunu araştırmış; sürdürülebilir üretimi engelleyen faktörleri Kalite Yayılım Fonksiyonu ve Kalite Evi uygulaması ile incelemiştir.

Shibin vd. (2016) çalışmasında Hindistan'da bulunan bir otomotiv şirketindeki sürdürülebilir üretim çalışmalarını ele almıştır. Gerçek zamanlı çok kriterli stratejik kapasite planlama problemini, metasezgisel optimizasyon yöntemi olan genetik algoritma metodu ile çözmüştür.

SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRETİM UYGULAMALARI

Starbucks : En çok dikkat çeken kampanyalardan biri de Starbucks'un karton bardaklarını plastik bardağa dönüştürme projesidir. 1.2 milyon Starbucks müşterisinden 47.127 müşteri plastik kahve kabı kullanmak istemiştir. Hakkında ulusal TV'lerde 20, yerelde ise 265 haber gerçekleşti. 12 ulusal basılı medyada kampanyanın hikayesi yer aldı. Sadece bu kampanya ile yılda 16000 ağacın kurtulduğu tespit edildi.

Garanti Bankası : Çevreye duyarlılık yalnızca imalat sanayi şirketleri için değil perakende, finans gibi hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren çok sayıda firma için de önemli bir değer. WWF Türkiye'nin (Doğal Hayatı Koruma Vakfı) ana sponsoru Garanti Bankası ve Türkiye'nin doğasının korunması ve sürdürülebilir kalkınmaya yönelik çalışmalarını destekliyor. Banka, kendi bünyesinde bu amaç doğrultusunda ürünler de geliştiriyor. Garanti Bankası'nın "Çevreye duyarlı Bonus Card" projesi buna örnek verilebilecek bir ürün. Bu kartın yapımında SESSION 2C: Büyüme 359 mümkün olan en az seviyede PVC kullanılıyor. Böylece kartın kısa zamanda doğada yok olması sağlanıyor.

Temsa : Hibrid teknolojisi, tamamen elektrik enerjisiyle çalışan sıfır emisyonlu araçlara geçiş öncesinde yaşanan bir ara dönemi temsil ediyor. Hem geleneksel motor teknolojilerini hem de elektrik enerjisi kullanımını kapsayan bir teknoloji olan hibrid, mevcut akü teknolojilerinin uzun mesafeli yolculuklarda ihtiyacı tam karşılayamaması nedeniyle tercih sıralamasında yerini koruyor. TEMSA tarafından üretilen şehir içi toplu ulaşım aracı Avenue, Siemens'in ELFA Hibrid Sistemleri aracılığıyla Hibrid Avenue olarak da hazırlandı. TEMSA Hybrid Avenue'de frenleme esnasında oluşan enerji, elektrik motorlarının yardımıyla depolanıyor ve aracın tekrar hareketi esnasında kullanılıyor. Elektriğin depolandığı ultra kapasitörlerde yeterli enerji olduğu müddetçe araç bunu kullanarak dizel motora gelen ek yüklenmeleri karşılıyor, dolayısıyla dizel otobüslere kıyasla yakıt tüketiminde ve karbondioksit emisyonunda yüzde 25'e varan tasarruf sağlıyor.

Tofaş A.Ş. : Boya üretim departmanında ön kurutma sürecinde kullanılması gereken sıcak hava güneş enerjisinden sağlanmaktadır.

Oyak Renault A.Ş. : Atık yönetimi hedefi çerçevesinde 2,000 ton atık yağın enerji amaçlı geri kazanımını sağlamıştır. Ayrıca evsel ve ambalaj atıklarının daha etkin biçimde ayrıştırılması ile geri dönüşüm oranının artırılması ve kişi başına düşen evsel atık miktarının %15 azalması sağlanmıştır. Ayrıca, üretimde kullanılan malzemeleri geri dönüşümden elde etmeye çalışmaktadır. Bu oran %33 tür.

Ford Otosan A.Ş. : Otomotiv fabrikalarının boya atölyelerinden kaynaklanan ve hava kirliliğinin en önemli sebeplerinden olan uçucu organik bileşiklerini azaltmak için su bazlı boya kullanmıştır.

VAKA ANALİZİ

Vaka analizi kapsamında İstanbul Gaziosmanpaşa Bölgesinde iş makineleri için bakım onarım hizmetleri sunan İMSER Tic. Ltd. Şti. ele alınmıştır. İşletme 1988 yılında kurulmuş olup bünyesinde 21 çalışan istihdam etmektedir. İşletme, Temsa Komatsu İş Makineleri için Avrupa Bölgesindeki yetkili bakım onarım işletmesidir.

İşletme adına vaka analizimizin detaylı mülakatları için firmanın yetkili finans direktörü Görkem Gürgen Taşcı ile görüşülmüştür.

Soru-Cevap Bölümü

1) - Merhaba Görkem Hanım, Sürdürülebilir Üretim Hakkında Ne Düşünüyorsunuz?

- Yanıt: Sürdürülebilir üretim, gelecek nesillere daha sağlıklı bir dünya bırakmak için üretim veya hizmet anlayışı gerçekleştirirken çevreye dost uygulamalar ile üretimi devamlı kılmak olarak yorumlayabilirim. Bizim üretim ve hizmet anlayışımızda ilk önceliğimiz israfı en aza indirmek, bunu yaparken de aynı zamanda çevreye en az veya hiç zarar vermeden bunu başarmaktır.

2) - Peki, Sürdürülebilir Üretimi Sürekli Kılmak İçin Yaptığınız Uygulamalar Var Mı?

- Yanıt: Elbette var. Hurdaya ayrılan ürünlerimizi geri dönüşüme kazandırıyoruz.

3) - Çok Güzel, Peki, Ne Kadar Tutarında Bir Hurda Değeri Yeniden Ekonomiye Geri Kazandırılıyorsunuz?

- Yanıt: Çalışanlarımız 1 gram hurdayı bile ziyan etmeden yaklaşık 30.000 TL değerinde yılda 10 ton demiri ayrıştırıyor ve ekonomiye geri kazandırıyor. Ayrıca, işletme olarak, çalışanlarımızın büyük bir disiplinle ve özveriyle ayrıştırmış olduğu bu değeri diğer işletmelerden farklı olmak üzere çalışanlarımıza bırakıyoruz.

4) - Yani, Hurdayı Geri Dönüşüme Kazandırdığınız Gibi, Buradan Gelen Geliri De Motivasyon İçin Doğrudan Çalışanların Maaşlarına Mı Ekliyorsunuz?

- Yanıt: Evet doğru. Bunun iki yönden faydasını görüyoruz. Birincisi hem çalışanlarımızın maaşına bir ek katkı sağlamış oluyoruz. Hem de, bu konuda yani hurdaya ayırma konusunda daha disiplinli bir işgücü yaratmış oluyoruz. Çalışanlarımız bu ek gelirden dolayı daha motive oluyorlar aynı zamanda da bizim depo yönetimimiz de daha etkili ve verimli oluyor. Bu sayede depoda atıl yer elde etmiş oluyoruz.

5) – Anladım. Bu Uygulamanız Çok Yerinde ve Başarılı Gözüküyor. Peki, İsrafı Azaltma Adına Başka Uygulamalarınız Da Var Mı?

- Yanıt: Teşekkür ederiz. Şu anda israf konusunda duyarlı işletmelerin sahip olduğu TSE kalite belgesi ve sertifikalarına sahibiz. Atık yağlarımızı PETDER (Petrol Sanayi Derneği)'e veriyoruz. Böylece atık yağların da enerjiye dönüşümüne katkı sağlıyoruz. Aynı zamanda israfı en aza indirmek için yemek konusunda da bir uygulamamız var. Günlük öğle mesaisi sonunda sipariş edilen yemeklerimiz eğer artarsa çöpe dökmüyoruz. Bu artan yemeklerimizi, isteyen çalışanlarımız akşam mesai bitiminde istediği kadar alıp evine götürebiliyor. Ayrıca, tabldotta kalan dokunulmuş yemekleri de işyerindeki sevimli köpeğimize veriyoruz. 😊

6) – Görkem Hanım Değerli Vaktiniz İçin Teşekkür Ederiz.

-Yanıt: Ben teşekkür ederim.

SONUÇ

Değişmeyen tek şeyin değişimin kendisi olduğu bu dönemde işletmelerin yaşamlarını sürdürebilmeleri ancak ve ancak bu değişime uyum sağlayabilme becerileriyle mümkün olacaktır. Özellikle insanoğlunun dünya üzerindeki varlığını tehdit edebilecek çevresel değişimler ışığında, işletmelerin, faaliyetlerinde duyarsız tavır sergileyerek uzun dönemli başarıyı yakalamaları, rekabet edebilmeleri ve hatta faaliyetlerini sürdürebilmeleri mümkün olamayacaktır. İşte bu değişime uyumu mümkün kılacak işletme faaliyetlerinin odağında ise üretim fonksiyonu yer almaktadır. Kısaca üretimin sürdürülebilirliği kavramıyla ifade edilebilecek bu süreç farklı yaklaşımlar içerse de temelde ulaşılmak istenen, işletmelerin üretim faaliyetleri sürecinde çevreye olumsuz etkilerini azaltmak ve ortadan kaldırmaktır. Temel sorun bu yaklaşımların nasıl uygulanacağı ve işletme bünyesi tarafından nasıl kabul edileceğidir.

Bu çalışmanın vaka analizinde de görüldüğü gibi, işletmelerde sürdürülebilirliğin başarıyla uygulanabilmesi için sonuç odaklı çalışan, inisiyatif kullanan, vizyon sahibi, stratejik bakış açısı ve etik bir yaklaşıma sahip, yaratıcı, çevresel ve toplumsal sorunlara duyarlı liderlere gereksinim bulunmaktadır. İşletmelerde sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için, çalışanların davranışlarının çevreye ve topluma duyarlı olması, işletmelerin çevreci örgüt kültürünü kendi örgüt kültürü haline getirmeleri, çevreye ve topluma duyarlı bir örgüt kültürü anlayışı geliştirmeleri önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

Akkoyun, A. Y. (2016). Sürdürülebilir üretimi engelleyen faktörlerin bulanık KFY yöntemi ile analizi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.

Amos, J. (2014). Antarktika'daki buzulların erime hızı iki katına çıktı. Erişim Tarihi: 20.03.2022, http://www.bbc.com/turkce/haberler/2014/05/140519_antarktika

Aracıoğlu, B. (2010). Üretim/işlemler yönetimi alanında yaşanan paradigmatik değişimler kapsamında sürdürülebilir üretim. Ege Akademik Bakış, 10 (1), 141- 156.

- Büyüközkan, G. & Vardaloğlu, Z. (2008). Yeşil tedarik zinciri yönetimi. *Lojistik Dergisi*, (8), 66-73.
- Moldavska, A. & Welo, T. (2017). The concept of sustainable manufacturing and its definitions: A content-analysis based literature review. *Journal of Cleaner Production*, 2017(166), 744-755.
- Önce, A. G. & Marangoz, M. (2012). Pazarlamanın sürdürülebilir gelişmedeki rolü. *International Conference on Eurasian Economies*, 389-397.
- Özesen, E. (2009). Yeşil tedarik zinciri yönetimi ve ambalaj sanayinde bir uygulama. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Marmara Üniversitesi, İstanbul
- Shibin, K. T., Gunasekaran, A., Papadopoulos, T., Childe, S. J., Dubey, R., & Singh, T. (2016). Energy sustainability in operations: an optimization study. *The International Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 86(9-12), 2873-2884.
- Turhan, E. (2015). Yeşil lojistik ve bir örnek uygulama. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Üstünişik, N. Z. (2014). Türkiye imalat sanayinde yeşil imalatın uygulanabilirliği: makine imalat sanayi örneği. *Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi*, Kalkınma Bakanlığı İktisadi ve Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Walsh, N., Formanek, I., Loo, J. & Phillips, M. (2016). How our throwaway culture is turning paradise into a graveyard. Erişim Tarihi: 20.03.2022, <http://edition.cnn.com/interactive/2016/12/world/midway-plastic-island/>
- Yardımcı Mısır, T. (2014). Karadeniz'de balık türleri yok oluyor. Erişim Tarihi: 20.03.2022, <http://aa.com.tr/tr/ekonomi/karadenizde-balik-turleri-yok-oluyor/188173?amp=1>
- Yavuz, A. (2010). Sürdürülebilir Kavramı ve İşletmeler Açısından Sürdürülebilir Üretim Stratejisi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(10), 63-68.

AİLE İŞLETMELERİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİKLERİNDE SOSYAL SERMAYENİN KUŞAKLAR ARASI GEÇİŞİ

Prof. Dr. Mustafa Atilla ARICIOĞLU

NEÜ Siyasal Bilgiler Fakültesi
maaricioglu@gmail.com

Doç. Dr. Meral ERDİRENÇELEBİ

NEÜ Uygulamalı Bilimler Fakültesi
merginn@hotmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Akif ÇİNI

SÜ Cihanbeyli MYO
mehmetakifcini@selcuk.edu.tr

ÖZET

Aile işletmeleri ülke ekonomilerinin temel direğidir. Sürdürülebilirlikleri en temel sorundur. Bu sorunun çözüm yolları akademik çevrece araştırılmaktadır. Sosyal sermaye de araştırmaya konu olan başlıklardan birisidir. Sosyal sermaye sosyal ağlar içerisinde yer alan gizli ve gömülü kaynakların amaçlar doğrultusunda kullanılan kaynaklara dönüştürülmesidir. Bu sermaye türünün ölçülmesi aile işletmelerinin karmaşık yapısı gereği zor olmaktadır. Aile işletmelerinde sosyal sermayenin rekabet üstünlüğündeki rolünü anlamak için ailenin sosyal sermayesinin ayırt edici özelliklerine bakılması gerekmektedir.

Bu çalışmanın amacı aile işletmelerinin sürdürülebilirliklerinin sağlanmasında sosyal sermayenin etkisinin araştırılmasıdır. Bu bağlamda sosyal sermaye, ailenin (yapısal, bilişsel ve ilişkisel boyutta) ve örgütün sosyal sermayesi (iç ve dış) kapsamında kuşaklar arasındaki aktarımlar dikkate alınarak değerlendirilmiştir. Örneklem olarak, 3 kuşağın aynı anda çalıştığı bir aile işletmesi belirlenmiştir. Araştırma da nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kullanılmıştır. Elde edilen veriler MAXQDA 20 programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Sonuç olarak birinci kuşaktan süre gelen sosyal sermayenin aktif olarak kullanıldığı ve her kuşağın sosyal sermayeyi kümülatif şekilde geliştirdiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Aile İşletmelerinde Sürdürülebilirlik, Sosyal Sermaye, Aile Üyeleri, Kuşaklar*

ABSTRACT

Family businesses are the pillars of the country's economy. Their sustainability is the main problem. The way of solutions to this problem are being researched by the academia. Social capital is one of the topics covered in the research. Social capital is the transformation of hidden and embedded resources in social networks into resources used for purposes. Measuring this type of capital is difficult due to the complex nature of family businesses. In order to understand the role of social capital in competitive advantage in family businesses, it is necessary to look at the distinctive features of family social capital.

The aim of this study is to investigate the effect of social capital in ensuring the sustainability of family businesses. In this context, social capital has been evaluated by considering the transfers between generations within the scope of the family (structural, cognitive and relational dimensions) and the social capital of the organization (internal and external). As a sample, a family business where 3 generations work at the same time was determined. Content analysis, one of the qualitative research methods, was used in the research. The obtained data were analyzed by the MAXQDA 20 program. As a result, it has been determined that the social capital from the first generation is actively used and each generation develops the social capital cumulatively.

Keywords: *Sustainability in Family Businesses, Social Capital, Family Members, Generations*

GİRİŞ

Sürdürülebilirlik, tüm işletmelerin temel amaçları arasında yer almaktadır. İşletmelerde yönetme gücünün veya hisselerinin büyük çoğunluğunun aile üyelerine ait olduğu aile işletmeleri, tüm dünyada ülke ekonomilerine yön vermektedir. Bu bağlamda aile işletmelerinin sayılarının artması, büyümesi ve sürdürülebilirliklerinin sağlanması ülke ekonomilerinin gelişmesi ve refahın sağlanması açısından kritik bir öneme sahiptir. Ancak bilindiği gibi aile işletmeleri sürdürülebilirlik açısından sorun yaşayarak, genellikle 3.kuşak ve sonraki kuşaklara ulaşamamaktadırlar. Bunun temel nedenleri arasında, nepotizm, çatışma, kurumsal yetersizlik, aile içi ayrışma, servet-sermaye çatışması, elti kavgaları vb. gibi gerekçeler vb. yer alır. Bu problemin nedenleri ve çözüm yolları, akademik çevre ve uzmanlar tarafından sıklıkla araştırılmaktadır. Çatışmanın kaynağı olan ve aynı zamanda çözüm yolları arasında araştırılan konulardan birisi de sosyal sermayedir.

Sosyal sermaye aile ilişkileri ve toplumsal sosyal organizasyonların doğasında bulunan, sosyal ve bilişsel gelişim için önemli olan kaynakların kümesidir (Coleman, 1990). Moser'a göre (1996) bir kişi veya örgütün, yaşadığı çevre içinde diğer kişi veya örgütlerle sosyal ağlar kurması ve ağlar arasındaki ilişki, dayanışma ile iş birliğini artırması, yaşamı boyunca karşılaşılabilecek tüm problemlere karşı mücadele gücünü yükseltecektir. Bu bağlamda aile işletmeleri sürdürülebilirliğinin sağlanması hususu içinde sosyal sermayenin anlaşılması ve oluşturulması önemlidir.

Bu araştırma da aile işletmelerinde sosyal sermayenin nasıl oluştuğu temel sorusu üzerinden hareketle yola çıkmış ve kuşaklar arası ilişkilerin nasıl aktarıldığını tespit etmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Eskişehir ilinde faaliyet gösteren bir aile işletmesine mensup sekiz aile üyesi aracılığıyla veriler toplanmıştır. Araştırma da nitel araştırma yöntemi kullanılarak, kuşaklar arasında sosyal sermaye açısından hangi faktörlerin önemli olduğu ve bu faktörlerin kuşaklar arası aktarımı derinlemesine incelenmiştir. Araştırmanın, nitel araştırma yöntemi kullanarak aile işletmelerinde sosyal sermayenin kuşaklar arasındaki geçiş izlerini sürmesi ve bu süreçte hangi faktörlerin önemli olduğunu belirlemesi nedeniyle literatüre katkı sağlayacağı öngörülmüştür.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Sosyal Sermaye Kavramı ve Kapsamı

Sosyal sermaye kavramı sosyoloji temelli olup antropoloji, iktisat, işletme, eğitim sosyolojisi, siyaset bilimi gibi bilim dallarında yaygın kullanılmaya başlanmış bir kavramdır. Sosyoloji konuya toplumsal güven ve güvenilirlik açısından yaklaşırken; ekonomi kurumlar arası kıt kaynakların paylaşımında sermaye kaynağı olarak ele almakta; eğitim ise kaynak olarak bilginin alışverişi üzerinde durmaktadır. Gerek işletme gerekse yönetim bilimi için önemi işletmelerin açık sistemler olarak ele alınması ile giderek artmış ve bir tür sermaye olarak ele alınmıştır.

Sosyal sermaye, bir bireyin ya da toplumsal birimin sahip olduğu ilişkiler ağından elde edilen ve bu ağın içinde gömülü, mevcut ve potansiyel kaynakların tamamıdır (Nahapiet & Ghoshal, 1998: 243). Sosyal sermayenin ana temasını, iletişim ağlarının bir servet kaynağı biçiminde kabul edilmesi oluşturmaktadır (Field, 2006: 16). Akrabalık, dostluk, vb. herhangi bir tanışıklık temelli ağ ilişkileri sayesinde somut ya da soyut kazançların elde edilmesidir (Gargiulo & Benassi, 2000: 184). “Toplumsal tutkal” görevi yapan sosyal ilişkilere dayalı bağlar bütünüdür (Şan & Şimşek, 2011: 90). Kısaca sosyal ilişkilerden karşılıklı fayda sağlayan bir sermaye türüdür (Cheung & Chan, 2010: 206).

Sosyal sermayeye iletişim sermayesi denilmesinin temel nedeni ilişkiler aracılığıyla amaçlara ulaşılmasını sağlamasıdır. Entelektüel sermaye, finansal sermaye gibi diğer sermaye türlerinin tamamlayıcısı rolündedir. Örneğin, sosyal sermaye, işlem maliyetlerini azaltarak ekonomik sermayenin verimliliğini artırabilmektedir. Ancak sosyal bağlar periyodik olarak yenilenmeli ve yeniden onaylanmalıdır, aksi takdirde etkinliklerini kaybedebilmektedirler. Kullanımla birlikte büyüyüp ve gelişme göstermektedir. Sermayenin diğer tüm biçimlerinden farklı olarak, sosyal sermaye, kişilerde değil, kişiler arası ilişkilere yerleşiktir. Bu belki de diğer sermaye türlerinden en genel ve temel farkıdır (Erdirençelebi, 2022).

Sosyal sermayenin dayandığı üç temel kaynak bulunmaktadır. *1-Sosyal ağ*: Her bir kaynak diğeri ile etkileşime girerek sosyal sermayeyi ortaya koymaktadırlar. Sosyal sermayeyi açıklamaya

alışan kuramlar da sosyal ağ temeline dayanmaktadır. Sosyal ağ, ortak çıkar ve yaşam tarzı olan bireylerin etkileşimlerinden kaynaklı bir yapıdır. Bireylere sosyal ağ içerisinde aktör ifadesi kullanılmaktadır (Chisholm & Nielsen, 2009: 21). Birey doğduğu aileden başlayarak ilişki ve roller yapısı içinde kimlik geliştirmeye başlamaktadır. Zaman içinde değişen ve eklenen roller sayesinde hem kimliğini gelişmeye devam eder hem de sosyal bir varlığa dönüşmektedir. Yaşamı boyunca zorunlu ve isteyerek başka sosyal varlıklarla etkileşim içindedir. Bu etkileşimler sayesinde karşılıklılığa dayalı bir ağın parçası olmaktadır (Kızrak, Sözen, Fayganoğlu, 2019: 341-342).

2-Normlar: Sosyal ağlar içinde uyulması gereken, topluluğun hareketlerini yönlendiren değerler, davranış kalıpları, fikirler, kurallar bütünüdür. Dayandığı en temel norm karşılıklılıktır. Tek yönlü sosyal sermaye gelişemez (Putnam, 1993: 182).

3-İnançlar: Sosyal sermaye, ağ üyelerinin arasında paylaşılan ortak inançlara dayanmaktadır. Ağ yeleri arasında bu sayede ortak dünya görüşleri, deneyimler, varsayımlar ve beklentiler oluşmakta ve eylemler bu sayede kolaylaşmaktadır. Ortak inançlar dayanışmayı sağlayarak sosyal sermayenin gelişmesini desteklemektedir (Adler & Kwon, 2009: 99).

Güven ise bu üç unsurun etkileşimini hem pekiştirmekte hem de kendi aynı zamanda gelişmektedir.

Sosyal Sermayenin Alt Boyutları

Sosyal sermaye literatürde genel olarak, yapısal, bilişsel ve ilişkisel olmak üzere üç alt boyutta ele alınmaktadır (Sirmon & Hitt, 2003: 342). Çalışmanın araştırma sürecinde de bu çerçevede hareket edilmiştir.

Yapısal alt boyut, sosyal sermayenin oluşmasında etkili olan sosyal ağlarla bağlantıları kapsamaktadır. Dışsal kısım olduğundan açık ve net olarak gözlenebilmektedir. Kurallar, roller, prosedürler bütünüdür.

Bilişsel alt boyutu, zihinsel süreçleri içermektedir. Sosyal ağ içinde kullanılan ortak dilin, anlatılan hikâye-vb. sembollerin, değerlerin, inançların, amaçların ve hedeflerin toplamıdır. Paylaşılan vizyonu da kapsar.

İlişkisel alt boyut ise güven ile yükümlülüklerle dayanmaktadır. İlişkisel boyut, ilişkiler sayesinde oluşturulan ve güçlendirilen varlıkları ifade etmektedir. Buradaki kilit özellikler; güven ve güvenilirlik, yaptırımlar, yükümlülükler ve beklentiler ile kimlik saptamadır (Nahapiet & Ghoshal, 1998).

Putnam ise sosyal sermayeyi bu üç ayak yerine *iç yönlü* ve *dış yönlü* sosyal sermaye diye iki alt boyutla ele almaktadır. İç yönlü sosyal sermaye, aile üyeleri, yakın akrabalar ve yakın arkadaşlar başta olmak üzere homojen grupların güçlü ilişkilerini içerir ve Bağlayıcı Sosyal Sermayeyi kapsar. Bağlayıcı sosyal sermaye, güven temelli, içten bağlayıp bir arada tutarak, uyumu sağlayıp korumakla görevlidir. Dış yönlü sosyal sermaye ise bunun tam tersi mesafeli ve daha zayıf ilişkileri içeren *Köprü Kurucu Sosyal Sermayedir*. Köprü kurucu sosyal sermaye ise bilgi ve diğer kaynaklara ulaşmada dış ortaklarla ağ kurarak içselleştiren ve başarılı olmak için önem taşıyan sosyal sermaye yönüdür (Mani & Lakhal, 2015: 899).

Aile işletmeleri literatüründe sosyal sermaye üzerine yapılan çalışmaların çoğu, sosyal sermayenin bağlayıcı yönüne odaklanmıştır (Mustakallio, Autio & Zahra, 2002; Montemerlo & Sharma, 2010). Bağlayıcı sosyal sermayenin özellikle ilişkisel ve bilişsel boyutları, aile faktörlerinden olumlu yönde etkilenmesi beklenen unsurlar olarak ortaya çıkmaktadır. Yapılan çalışmalarla yönetimde yer alan aile üyelerinin tek başına sosyal sermayesinin rekabet üstünlüğü kazanılmasında etkin olmadığı ancak diğer örgütsel sistemlerle birlikte ele alındığında stratejik kaynak oluşturduğunu göstermektedir (Matser, 2015: 119; Erdirençelebi, 2022).

Aile İşletmelerinde Sosyal Sermaye

Sosyal sermaye aile işletmeleri için iki kısımdan oluşmaktadır: 1-Ailenin sosyal sermayesi, 2-İşletmenin/örgütsel sosyal sermayesi.

Ailenin Sosyal Sermayesi

Sosyologlara göre sosyal sermayenin temelleri aileye dayanmaktadır. Yani aile içerisinde ki ebeveynler ile çocuklar arasındaki ilişkileri ifade etmektedir. Aile, herhangi bir sosyal yapının ve ilişkinin çekirdeği olarak düşünülebilmektedir. Nitekim aile, insanın içine doğduğu ve ilk toplumsal ilişkilerin inşa edilerek sürdürülmeye başlandığı yerdir (Hofferth, Boisjoly & Duncan, 1999: 79). Aile sosyal sermayesinin ayırt edici özelliği, “kan bağlarından”, yani kopmaz bir genetik bağdan oluşmasıdır. Genellikle de diğer sosyal ilişkilerin çok nadiren başardığı derin bir duygusal bağlantı yaratır. Bunun nedeni kısmen insanın sosyalleşme sürecinin aile içinde başladığı ve zaman diliminin diğer ilişkilere göre oldukça uzun vadeli oluşudur (Coleman, 1988; Hoffman, Hoelscher & Sorenson, 2006; Pearson, Carr & Shaw, 2008). Aile ilişkileri, aile üyeleri arasında kendiliğinden geliştiği için sonradan geliştirilen başka ilişki türlerine göre daha güçlü, daha kalıcı ve duygusal olarak daha yoğundur. Üyeleri arasındaki ilişkiler, paylaşılan tarih, amaç ve değerler etrafında oluşturulur. “Aile üyelerinin her birinin eylemleri diğer aile üyelerine zarar vermemeli” inancını ifade etmektedir (Coleman, 1988). Bu inanç aile üyeleri arasında farklı biçimlerde, daha verimli etkileşim kurulmasına yardımcı olmaktadır. Aynı zamanda aile üyeleri arasında “paylaşılan kimlik” gelişimi de gerçekleşmektedir. Paylaşılan kimlik, aile üyelerinin tek bir varlığın parçası olarak hareket etmelerine ve değiş tokuş süreçlerine yardımcı olarak, hedefler ve değerler yoluyla sosyal sermayenin bilişsel boyutunu etkilemektedir. Bilgiyi daha özgürce ve özel olarak sunmaktadır (Hoffman vd. 2006). Ayrıca aile üyeleri arasında özgecilik duygusunu oluşturur. Özgecilik, üyelerin menfaat gözetmeksizin birbirlerini önemsemeleridir (Schulze, Lubatkin, & Dino, 2003). Kişinin üyesi olduğu ailedeki diğerlerinin davranışlarını daha kesin olarak tahmin etmesine yardımcı olmaktadır (Sundaramurthy, 2008). Aile üyelerinin arasındaki bağların gücü davranışlarının ödül ya da ceza almasını şekillendirmektedir. Böylece aile üyeleri arasında *güven* gelişmektedir. Aslında aile içinde gelişen güvenin yapısı kişinin dünyaya bakış açısını da şekillendirmektedir. Bir bakıma topluma benlik inşa eden, birey ile toplum arasında bağı güçlendiren esas kaynak sosyal sermayedir. Bir nevi toplumun gelişmesine ve güçlenmesine destek oluşturmaktadır. Nitekim ailenin toplum içerisinde insan sermayesinin inşasında rolü büyüktür (Bubolz, 2001).

KOBİ niteliğindeki aile işletmelerinde ise tüm söz sahibi genellikle aile üyeleridir. Aile üyeleri için işletmenin taşıdığı anlam farklılık göstermekte ve duygusal sahiplik yaşanmaktadır. Bu nedenle de işletme amaçlarına ulaşmak için aile üyelerince daha fazla çaba gösterilmektedir.

Örgütsel Sosyal Sermaye

İşletmenin ya da örgütün süreçlerinde yer alan bireylerin belirli bir sürede edindikleri ilişkilerin niteliği ve niceliği, ilişkilerin yönetimi, bu kişilerin ya da parçası olduğu ağ düzeneğinin performansı ile ilişkili olduğunu söylemek mümkündür (Sözen & Gürbüz, 2015: 321). Nitekim aile üyelerinin işletmenin kurucusu ve üst düzey yönetim kademelerinin önemli bir parçası olmaları nedeniyle gerek bağlayıcı gerekse köprü kurucu sosyal sermaye güçleri ile örgütsel sosyal sermayenin oluşumunda etkili olmaktadır (Arregle vd., 2007).

Girişimci açısından sosyal sermaye, temel ve alt amaçlarına ulaşmada maddi ve maddi olmayan varlıkların elde edilmesini sağlayıcı sosyal bağlantılar bütünüdür (Dai, vd. 2015). Aile içindeki sosyal sermaye yapısı örgütsel sermayenin oluşumunda da temel sağlamaktadır. Ağın içindeki ilişkilerin yakınlık ya da uzaklığına göre örgüt süreçleri de etkilenmektedir (Kızrak, Sözen, Fayganoğlu, 2019: 365-366). Aile işletmelerinin başarılı uyum için gerekli kaynakları (özellikle bilgiyi) bir araya getirmelerini sağlamaktadır. Aslında yeni girişimler genellikle ağların yetersiz yapılandırılması ve erişimin zorluğu nedenleriyle iyi bilinmemektedir. Aile işletmeleri bu girişimlere yatırım yapabilmekte, onlarla karlı iş ilişkileri ve ittifaklar kurabilmekte ve operasyonlarını yönetmeye yardımcı olabilmektedir (Zahra, 2010: 345).

Örgütsel sosyal sermaye iki alt boyutludur: örgüt içi sosyal sermaye ve örgüt dışı sosyal sermaye. Örgüt içi sosyal sermaye çalışanlar, yöneticiler, paydaş/hissedarlar arasında gerçekleşirken; örgüt dışı sosyal sermaye ise işletmelerin diğer işletmelerle ve paydaşlarla olan ilişkilerinden elde ettikleri kaynakları ifade etmektedir. Faaliyet gösterdiği sektördeki rakipleri, tedarikçileri, vd. dış paydaşları ile ilişki biçimi, dış sermayesini şekillendirmektedir.

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Araştırmanın Amacı

Aile işletmelerinde, gizli ve gömülü kaynakların amaçlara yönelik kullanılan kaynaklara dönüştürülmesi sürecinde ortaya çıkan sosyal sermaye, bu işletmelerin sürdürülebilirlikleri

açısından kritik bir önem taşımaktadır. Literatürde konu ile ilgili çok sınırlı çalışma olduğu görülmüştür (Adler & Kwon, 2002; Sirmon & Hitt, 2003; Arregle vd., 2007; Zahra, 2010; Sanchez vd. 2019; Herrero & Hughes, 2019; Dudley, 2021).

Bu araştırmanın temel amacı aile işletmelerinde sosyal sermayenin kuşaklar arası aktarımının incelenmesi ve işletmenin sürdürülebilirliğine olan katkısının belirlenmesidir. Bu doğrultuda araştırma problemi olarak: “Aile işletmelerinin sürdürülebilirliklerinde sosyal sermayenin kuşaklar arası geçişinin etkisi var mıdır?” belirlenmiştir.

Araştırmanın Örnekleme

Örneklem belirlenirken sosyal sermayenin kuşaklar arası geçişini görebilmek için en az 3 kuşağın olması esas alınmıştır. Eskişehir ilinde 61 yıldır makine, sağlık sektörlerinde faaliyet gösteren, 3 kuşağın da hayatta olduğu ve 3. kuşağın işletmede aktif olarak çalıştığı bir aile işletmesinden sekiz katılımcı araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Görüşmeler esnasında katılımcılardan kendi aile ve aile işletmesi içerisinde yaşanan ve sosyal sermaye ile ilişki kurabildiği süreç, olay ve örnekleri anlatması istenmiştir. Kişisel verilerin korunması kanunu ve katılımcıların mahremiyeti dikkate alınarak, katılımcıların ve aile işletmesinin gerçek ve tüzel kimliklerini deşifre edebilecek bilgilere yer verilmemiştir.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırma da nitel analiz yöntemlerinden içerik analizi, veri toplama tekniklerinden ise mülakat tekniği kullanılmıştır. Mülakat sürecinde pandemi, çalışma koşulları vb. faktörlere dikkat edilmiştir. Bu nedenle katılımcılarla uygun oldukları süreler hususunda bir görüşme takvimi oluşturulmuş ve bu takvime göre mülakatlar yüz yüze ve online platformlar vasıtasıyla gerçekleştirilmiştir. Her bir görüşme ortalama 35-45 dakika aralığında gerçekleştirilmiştir.

Mülakatlar için kullanılan sorular daha önce literatürde yer alan çalışmalardan hareketle oluşturulmuştur. Hoelscher (2002), Herrero (2018), Herrero ve Hughes'ın (2019) yaptığı çalışmalardan faydalanılmıştır. Mülakatta kullanıcılara yöneltilen sorular şöyledir:

- 1) Kısaca kendinizden bahsedebilir misiniz?
- 2) Ailenizin sosyal sermayesi konusunda nelere önem verirsiniz? Bu konu hakkında yeni kuşaklara aktarmak istediğiniz unsurlar nelerdir? Açıklar mısınız?
- 3) Örgütsel sosyal sermayesinin gelişiminde aile üyelerinin etkisi var mıdır? Varsa nelerdir? Açıklar mısınız?

Araştırma soruları eşliğinde bir aile işletmesinin sosyal sermayesi, aile ve işletme iki alt temelinde ele alınarak kuşaklar arası aktarımı incelenmiştir. Mülakat sürecinde yarı standartlaştırılmış yöntem tercih edilmiştir. Bu bağlamda, katılımcılara konunun daha iyi anlaşılabilmesi adına ek bilgiler verilmiş, ayrıca daha detaylı cevaplar alabilmek için ek sorular sorulmuştur.

Araştırma Verilerinin Analizi, Bulgular ve Tartışma

Verilerin analizi için içerik analizinden faydalanılmıştır. Katılımcılarla yapılan görüşmeler neticesinde elde edilen veriler öncelikle deşifre edilmiştir. Deşifre edilen veriler MAXQDA 20 programına yüklenmiş, ardından program aracılığıyla kodlamalar ve nihayetinde analizler gerçekleştirilmiştir.

Nitel Araştırmanın Güvenilirliği

Araştırmanın güvenilirliği için Krippendorff'un (1980: 130-131) literatüre kazandırdığı üç boyutlu güvenilirlik testleri gerçekleştirilmiştir. Bu boyutlar; kararlılık, yeniden üretilebilirlik ve doğruluktur. Kararlılık boyutunda elde edilen veriler öncelikle kodlanmış, bir müddet bekledikten sonra kodlama işlemi tekrar edilmiştir. Yapılan iki kodlama arasında farklılık olup olmadığı kontrol edilmiş ve araştırmayı etkileyecek büyük farklılıkların olmadığı belirlenmiştir. Bu nedenle araştırmanın kararlılık boyutunu sağladığı belirlenmiştir. Daha sonra ikinci boyut olan yeniden üretilebilirlik testine geçilmiştir. Bu süreçte birbirinden bağımsız iki araştırmacı elde edilen verileri kodlamıştır. Yapılan her iki kodlamanın birbiriyle benzerliği kontrol edilmiştir. Bu araştırma için benzerlik oranı % 81'dir. Bu oran yeniden üretilebilirlik testinin yeterli bir seviyede olduğunu göstermektedir. Son olarak araştırma doğruluk boyutu için teste tabi tutulmuştur. Bu boyutta, mevcut araştırmanın sonuçlarıyla daha önce yapılmış çalışmaların sonuçları kıyaslanmakta ve

benzerlik aranmaktadır. Bu çalışmada elde edilen veriler tek bir aile işletmesinde çalışan kişilere spesifik fikirler içerdiği için, daha önce yapılan çalışmalarla mukayese edilememiştir. Bu nedenle araştırma doğruluk boyutunu sağlayamamıştır. Ancak Krippendorff'un da ifade ettiği gibi nitel çalışmalarda, ilk iki boyutun sağlanması araştırmanın güvenilirliğinin sağlanması için yeterlidir. Bu nedenle bu araştırmanın güvenilirliğinin sağlandığı söylenebilir (1980: 130-131).

Katılımcılarla İlgili Genel Bilgiler

Tablo 1'de katılımcılara ilişkin çeşitli bilgiler gösterilmektedir.

Katılımcının Kodu	Aile Üyeliği	Kuşak Bilgisi	Aile İşletmesinde Çalışma Durumu	Aile İşletmesindeki Pozisyonu	Yaşı	Eğitim Durumu
K1	Baba	1.Kuşak	Emekli	Pasif Hissedar (Kurucu Üye)	84	İlkokul
K2	Anne	1.Kuşak	Çalışmıyor	Pasif Hissedar (Kurucu Üyenin Eşi)	77	Lise
K3	Erkek Çocuk	2.Kuşak	Çalışıyor	Yönetim Kurulu Başkanı	56	Üniversite
K4	Erkek Çocuk	2.Kuşak	Çalışıyor	Yönetim Kurulu Üyesi/Üretim Birimi Sorumlusu	49	Lise
K5	Erkek Çocuk	2.Kuşak	Çalışıyor	Yönetim Kurulu Üyesi/Pazarlama Birimi Sorumlusu	46	Yüksek Lisans

K6	Torun (K3'ün Oğlu)	3.Kuşak	Çalışıyor	Üretim Bölümü çalışanı	27	Yüksek Lisans
K7	Torun (K3'ün Oğlu)	3.Kuşak	Çalışıyor	Hissedar olmayan çalışan	24	Lisans
K8	Gelin (K5'in Eşi)	-	Çalışmıyor	Hissedar olmayan aile üyesi	45	Lisans

Tablo 1: Katılımcılarla İlgili Bilgiler

Kaynak: Yazarlar tarafından üretilmiştir.

Tablo 1'de görüldüğü üzere, her bir katılımcıya (K1'den K8'e kadar) temsilen bir kod verilmiştir. Sekiz katılımcının ikisi 1.kuşak üyesi, üçü 2.kuşak üyesi ve üçü 3.kuşak üyesidir. İlk kuşak üyeleri işletmede aktif olarak çalışmamaktadır. Ancak hissedarlıkları devam etmekte ve dışarıdan danışmanlık yapmaya devam etmektedir. 2.kuşak ve 3.kuşakdan araştırmaya katılan katılımcılardan K8 hariç hepsi işletmede aktif olarak çalışmaktadır. K8, K5'in eşidir ve kendine ait başka bir işletmede çalışmaktadır. Katılımcıların geneli lisans ve lisansüstü eğitime sahiptir.

Araştırmanın Bulguları ve Tartırma

Araştırma verileri, Kod İlişkileri Matrisi, Kod İlişkileri Matrisi Kod Haritası ve Kod Birlikte Oluşma Modeli (Çakışan Kodlar) aracılığıyla analiz edilmiştir. Şekil 1'de çalışmanın Kod İlişkileri Matrisi ve Şekil 2'de bu matrise göre oluşturulmuş Kod Haritası gösterilmiştir.

Kod ilişkileri matrisi, çalışmanın amacına göre oluşturulmuş, yatay ve dikey ekseninde boyutların kodlanma sayılarına göre kesişme derecelerini göstermek, kod ilişkileri matrisi kod haritası kodların birbirleriyle olan kümelenmelerinin daha açık bir Şekilde belirleyebilmek, kod birlikte oluşma modeli (çakışan kodlar) ise araştırmanın modeli aracılığıyla çalışma analizlerinin genel bir değerlendirmesini yapabilmek adına oluşturulmuştur. Kod ilişkileri kod haritası ve kod birlikte oluşma modeli Őekillerinde çizgi genişliğinden faydalanılmıştır. Çizgi genişliği iki kod arasındaki

çakışan kodların artmasıyla kalınlığı artan, aksi durumda artmayan, iki kod arasındaki çakışan kodların derecesini göstermeye yarayan bir parametredir.

Kod Sistemi	1. NESİL	2.NESİL	3.NESİL	TOPLAM
ÖRGÜTÜN SOSYAL SERMAYESİ	13	44	39	96
ÖRGÜT DIŞI BOYUT	8	34	23	65
ÖRGÜT İÇİ BOYUT	5	10	16	31
AİLENİN SOSYAL SERMAYESİ	40	111	93	244
YAPISAL BOYUT	11	27	30	68
Dürüstlük	6	13	11	30
Şeffaflık	3	7	9	19
Gönüllülük	2	8	10	20
BİLİŞSEL BOYUT	14	58	41	113
Ortak vizyon	3	13	8	24
Ortak değer ve inançlar	6	31	21	58
Amaçlar ve hedefler	5	14	15	34
İLİŞKİSEL BOYUT	15	31	32	78
Yaptırım	4	9	8	21
Yükümlülük	6	15	14	35
Güven	5	12	16	33
TOPLAM	146	437	386	969

Tablo 2. Kod İlişkileri Matrisi

Kaynak: Yazarlar tarafından üretilmiştir.

Tablo 2’de örgütün ve ailenin sosyal sermayesi ile kuşaklara göre katılımcılardan oluşan bir matris gösterilmiştir. Matrisin yatay ekseninde sosyal sermaye ve alt boyutları yer alırken, dikey ekseninde ise kuşaklara göre aile üyeleri yer almaktadır. Yatay ve dikey eksenin kesiştiği noktalarda ilgili sosyal sermaye faktörü ve ilgili kuşağa ait aile üyesinin söz konusu sosyal sermaye faktörüyle ilgili kodlanma derecesi yer almaktadır. Ayrıca matriste açık renkten (daha az kodlananlar) koyu renge (daha çok kodlananlar) doğru giden bir renk kodlaması da vardır. Bu

matrise göre hem örgütün hem de ailenin sosyal sermayesi olarak ifade edilen bazı faktörlerin farklı kuşaklara ait aile üyeleri tarafından defaatle vurgulandığı ve kuşaklar arası aktarımın gerçekleştiği ifade edilebilir. Ayrıca bu aktarma sürecinde bazı faktörlerde artan bir ivme olduğu da söylenebilir. Bir başka deyişle 1.kuşak katılımcının çok önem verdiği bir faktörün, ikinci ve üçüncü kuşak katılımcılar tarafından çok daha sıklıkla vurgulandığı görülmektedir.

Örgütün sosyal sermayesinin kuşaklar arası aktarımı incelendiğinde, örgüt içi sosyal sermaye aktarımı ve örgüt dışı sosyal sermaye aktarımı hususlarının katılımcılar tarafından sıklıkla dile getirildiği belirlenmiştir. Ayrıca birinci kuşağın ifade ettiği örgüt içi ve dışı sosyal sermaye konularının, hem ikinci kuşağa hem de üçüncü kuşağa aktarıldığı görülmüş ve hatta bu konuların ikinci ve üçüncü kuşak tarafından çok daha sıklıkla vurgulandığı belirlenmiştir.

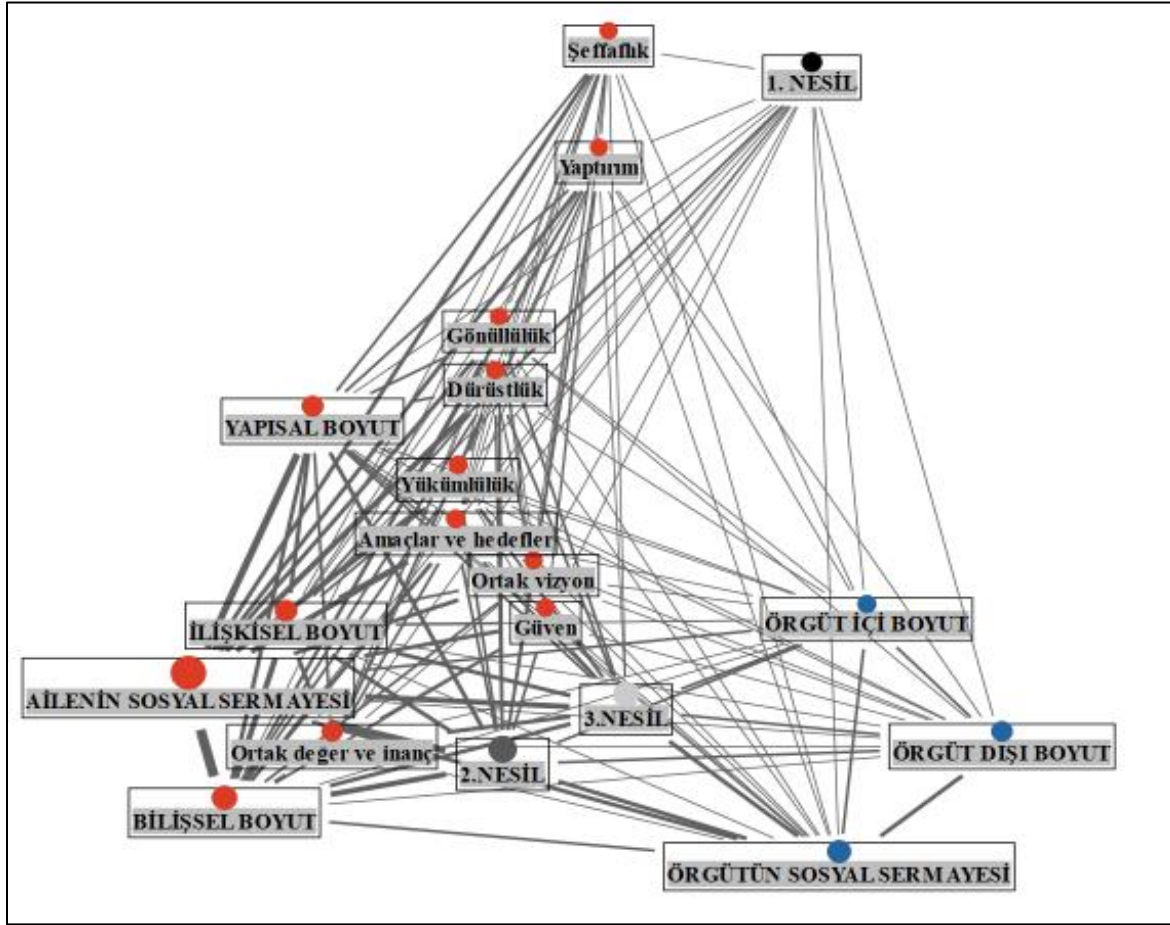
Ailenin sosyal sermayesi başlığı üç alt boyut kapsamında incelenmiş ve katılımcılardan elde edilen veriler bu boyutlara göre tasnif edilerek kodlanmıştır. Bu alt boyutlar: yapısal, bilişsel ve ilişkisel boyutlardır.

Yapısal alt boyut açısından katılımcılar dürüstlük, şeffaflık ve gönüllülük faktörlerine çok fazla önem verdiklerini dile getirmişlerdir. Birinci kuşak açısından yapısal boyutla ilgili en çok önem verilen faktörler sırasıyla dürüstlük (6), şeffaflık (3) ve gönüllülük (2) olmuştur. İkinci kuşak açısından dürüstlük (13), gönüllülük (8) ve şeffaflık (7); üçüncü kuşak açısından ise dürüstlük (11), gönüllülük (10) ve şeffaflıktır (9).

Bilişsel alt boyutta ortak vizyon, ortak değer ve inançlar, amaçlar ve hedefler faktörlerinin en çok dile getirilen faktörler olduğu belirlenmiştir. Birinci kuşak için bilişsel boyutta en çok önem verdikleri faktörler sırasıyla, ortak değer ve inançlar (6), amaçlar ve hedefler (5) ve ortak vizyon (3) şeklindedir. İkinci kuşağa göre ortak değer ve inançlar (31), amaçlar ve hedefler (14) ve ortak vizyon (13), üçüncü kuşağa göre ise ortak değer ve inançlar (21), amaçlar ve hedefler (15) ve ortak vizyondur (8).

İlişkisel alt boyutta ise katılımcılar tarafından en çok vurgulanan faktörler yaptırım, yükümlülük ve güven olmuştur. Birinci kuşağa göre ilişkisel boyutta en çok önem verilen faktörler sırasıyla

yükümlülük (6), güven (5) ve yaptırımdır (4). İkinci kuşağa göre, üçüncü kuşağa göre ise, güven (16) yükümlülük (14) ve yaptırım (8) olmuştur.

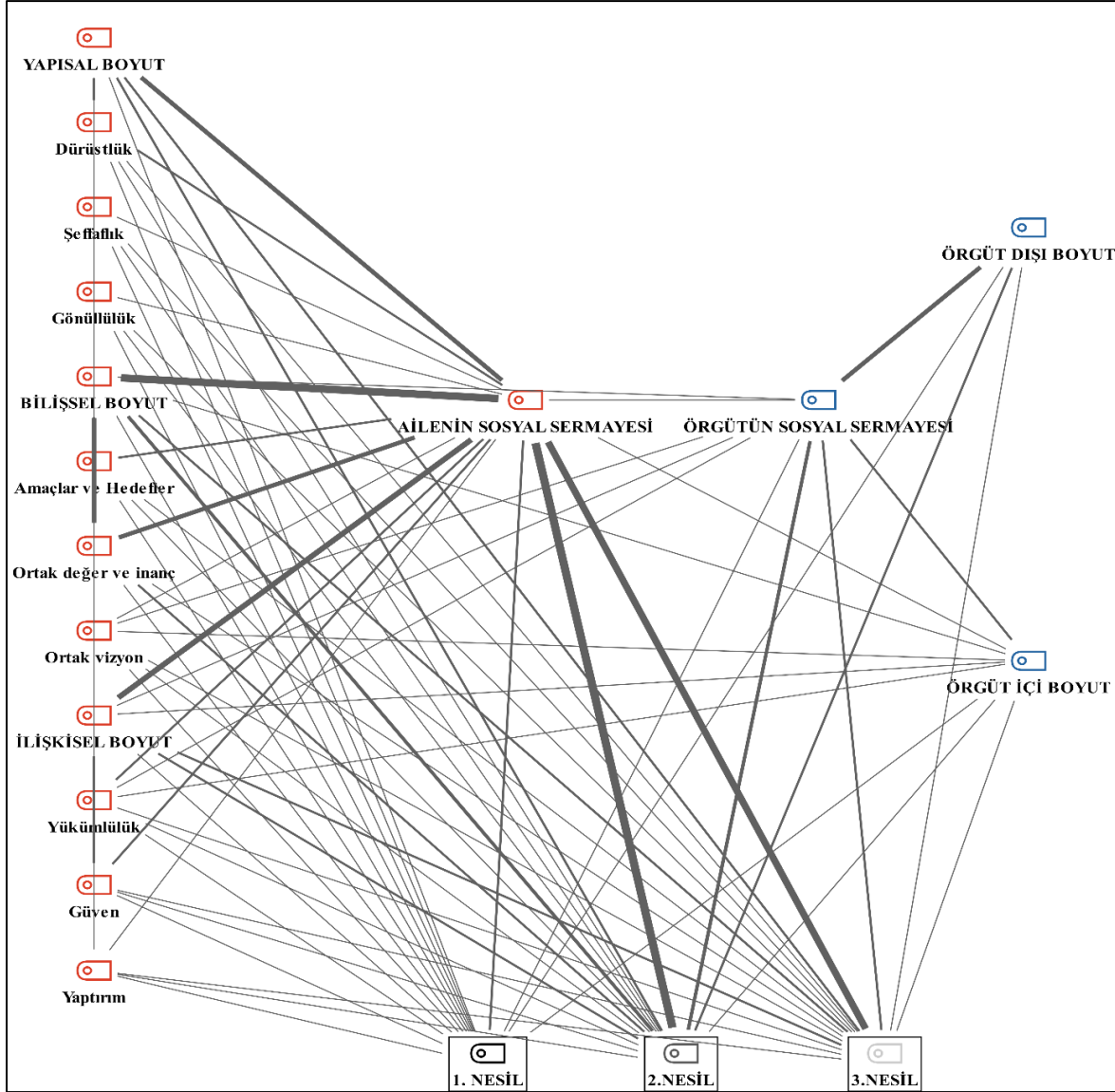


Şekil 2. Kod ilişkileri Matrisi Kod Haritası

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

Şekil 2’de araştırmada Tablo2’de ifade edilen kod ilişkileri matrisine göre oluşturulmuş kod haritası görölmektedir. Matrise göre oluşturulmuş kod haritasında kodların birbirleriyle ilişkilerine göre kümelenmesi gösterilmiştir. Bu bağlamda şekil incelendiğinde iki farklı kümelenmeden söz edilebilir. Bunlardan ilki ilk kuşak, şeffaflık ve yaptırım faktörleri arasındadır. Diğerleri ise ikinci ve üçüncü kuşağın merkezinde yer aldığı ve diğer tüm sosyal sermaye faktörlerinin çevresinde yer aldığı kümelenmedir. Aslında ilk kuşakla sosyal sermayeye ait tüm faktörler arasında ilişki olduğu, ilişkiyi gösteren çizgilerle tespit edilmiştir. Ancak ikinci ve üçüncü kuşakla

bu çizgilerin yoğunluğu ve dolayısıyla kalınlığı arttığı için kümelenme ikinci ve üçüncü kuşak etrafında oluşmuştur. Bu bağlamda ilk kuşağın örgüt için oluşturduğu sosyal sermayeye ait tüm faktörlerin artarak ikinci ve üçüncü kuşağa aktarıldığı ifade edilebilmektedir.



Şekil 3. Kod Birlikte Oluşma Modeli (Çakışan Kodlar)

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

Şekil 3, Tablo 2 ve Şekil 2’de ifade edilen tüm verilerin araştırmanın modeli çerçevesinde gösterilmesi için oluşturulmuştur. Bu ilişkiler ve ilişkilerin yoğunluğu çizgi genişliği kullanılarak gösterilmiştir. Çizgi genişliği ilişki olduğunda ortaya çıkan ve arttıkça da artan kalınlığa sahip olan bir parametredir. Hem ailenin hem de örgütün sosyal sermayesi ve kuşaklar arasındaki çizgiler incelendiğinde, çizgi kalınlıklarının arttığı görülmekte ve kuşaklar arası aktarımın artarak gerçekleştiği yorumu yapılabilmektedir. Literatürde benzer sonuçlara ulaşıldığı görülmektedir (Sirmon & Hitt, 2003; Arregle vd., 2007; Zahra, 2010; Sanchez vd. 2019; Herreroa & Hughes, 2019).

Bu bağlamda katılımcı cevapları paylaşılmıştır. Fakat her bir katılımcının cevabına çok detaylı ve uzun olması nedeniyle yer verilememiştir. Bu nedenle sonuçları temsil edeceğine inanılan kısıtlı sayıda cevaba ve her bir cevabın kilit cümlelerine yer verilmiştir. Katılımcı cevapları şöyledir:

Örgütün sosyal sermayesi

Örgütün sosyal sermayesi konusunda katılımcılar örgüt içi ve örgüt dışı sosyal sermaye konuları üzerinde durmuştur.

Örgüt içi sosyal sermaye

“... Çalışanlara adil ve açık davranılır. Onlara değer verilir. Dertleri sıkıntılarında kol kanat gerilir. Çok uzun zamandır çalışan personelimiz var. Beni baba gibi görürler (K1)”

“...şirket içerisinde çalışanlarımız ve tüm paydaşlarımızla olan ilişkilerimiz konusunda çevremizde iyi bir namımız vardır (K4)”

“...çalışanlarımızın özel yaşamlarında karşılaştıkları güçlüklerde yardımcı olmaya çalışırız. Çocuklarının eğitimi, sağlık sorunları, düğün, cenaze gibi durumlarında destek olmaya çalışırız (K5)”.

“Çalışanlar tarafından kabullenildiğimizi düşünüyorum. Babamın işi kurduğu ilk zamanlardan beri çalışan ustabaşılarımız var. Hatta emekli olmuş ve oğlu işletmemizde halen çalışan var (K3)”.

Örgüt dışı sosyal sermaye

“Sektörün öncü işletmeleri arasındayız. Hatta ilk üçteyiz. Kurum itibarını zedelemeden işi devam ettirmek esastır. Oluşturduğum bir algı var rakiplerde, tedarikçilerde, bayilerde, lojistik firmalarında. Onu zedelemem zedeletmem...(K1)”

“Babamın aktif olduğu dönemden iş yaptığı tedarikçilerle, bayilerle halen çalışmaktayız. Biz kardeşler bunları geliştirdik (K3)”

“...geçmişten gelen işletmenin çevresiyle ilgili bir birikim var. Bu birikime sahip çıkmak ve geliştirmek durumundayız (K7)”.

“Babamdan süre gelen ilişkiler sayesinde bir telefonla farklı kurumlarla işlerimi kolaylıkla sürdürebiliyorum. Gereksiz protokol süreçleri ile vakit kaybetmiyorum. Vakit nakittir...(K4)” .

Ailenin sosyal sermayesi

Ailenin sosyal sermayesi daha öncede belirtildiği üzere yapısal, bilişsel ve ilişkiyel boyutlar açısından tasnif edilmiş ve kodlanmıştır.

Yapısal boyut

Yapısal boyut açısından katılımcılar dürüstlük, şeffaflık ve gönüllülük faktörlerine çok önem verdiklerini ifade etmişlerdir.

“Bu firmada çalışan aile üyeleri birbirleriyle dürüst iletişim kurarlar (K1)”.

“İlişkimizde samimiyet, saygı ve dürüstlük esastır (K2)”.

“Babam sürekli olarak dürüstlüğe işaret eder (K5)”.

“Dürüstlük, çalışkanlık, yardım severlik ve mütevaziliğe çok önem veriliyor (K8)”

“Benim bazı kurallarım vardır... Aile üyeleri içinde şeffaflık da önem taşır. Zaman zaman çalışanlarımın gizli kapaklı işler çevirdiğine şahit oldum. Zaten sonucunda işten ayrılmak zorunda kaldılar. Bazı olaylar çocuklarımın önünde cereyan etti. Benim o halimden çok korktuklarını çoğu kez söylediler. Bu nedenle hep şeffaf davrandılar. Hatalarını açıkça söylediler (K1)”.

“Aile üyeleri içinde gizli hiçbir şey olamaz. Kim ne yapmışsa yaptığını ve nedenini açıkça dile getirir (K3)”.

“Şeffaflık esastır. Ailemizde hep bunula ilgili uyarılarla bu yıla geldik (K7)”.

“Bu firmada çalışan aile bireyleri kendi aralarında bilgi, deneyim vb. her türlü unsuru isteyerek paylaşırlar (K1)”

“Bazı konularda annem başta olmak üzere işletmede yer almayan aile üyelerine de fikir danışırız. Onlarda seve seve yardım ederler. Bizim için onların yorumları önemlidir. Bazen hiç düşünmediğimiz çıkış yolları bulmakta destek olabiliyorlar (K4)”

“...tüm aile üyeleri gönüllü bir şekilde birbirine yardım ediyor. Hatta aile işletmesinde çalışmayanlar bile. Aile genişledikçe bunun bir güce dönüşeceğine inanıyorum (K6)”

Bilişsel boyut

Bu boyutta katılımcıların en çok önem verdiği faktörler ortak vizyon, ortak değer ve inançlar, amaçlar ve hedeflerdir.

“Vizyon denilen şey çok basit “ben üç kuşağın geleceğini sağladım”. Benden sonraki her kuşakta sonraki üç kuşağın geleceğini sağlamalı. Bence vizyonumuz budur (K1)”.

“...Gelecekte de var olabilmek. Bizde bu vizyonla çocuklarımızın eğitim tercihlerinde de buna dikkat ettik (K3)”.

“Gelecekte daha da büyümek. Uluslararası işletme olmak (K4)”.

“Ailemizin keskin kuralları var. Eşimle bu konuda aynı düşünüyoruz. Doğruluk, sadakat, mütevazilik, çalışkanlık, temiz- tertipli olma, saygılı davranma, sabırlı olma, planlı hareket etme vb. aklıma gelenler. Erken uyanmak da öyle. Erken kalkan erken yol alır derler. Çocuklarımın büyüme evresinde hep üzerinde durduk eşimle (K1)”

“...çalışkanlık, disiplin, temizlik, tertip devam eder gider. Yardımlaşmada önemlidir (K2)”

“...babam hep erken kalkan yol alır der. İşimizin başında olmamız, planlı hareket etmemiz, saygılı ve sabırlı davranmamız bizim için çok önemlidir (K5)”

“...İlişkimizde samimiyet, saygı esastır. Ayrıca çok çalışmak, düzenli olmak, yardım etmek ailemiz için önemli değerlerdir (K7)”

“İşlememizin amaç ve hedefleri vardır. Karlılık, sürdürülebilirlik gibi. İşletmenin değerleri, inançlarının, hatta vizyonunun iskeletini ben kurdum. Benim ilk çocuğum aslında işletmemdir. Onu elimde aşama aşama büyüttüm...(K1)”

“Her işletme gibi bizim işlememizin de hedefleri vardır. Üretim ve satış hacmini artırmak, kar oranını artırmak, başka işlere girmek gibi...(K3)

“Her işletme gibi bizim işlememizin de hedefleri vardır. Büyüme gibi... Farklı iş kollarında faaliyetliyiz ve daha da farklı kollara yatırım yapmak istiyoruz (K6)”

İlişkisel boyut

İlişkisel boyutta katılımcılar yaptırım, yükümlülük ve güven faktörlerine önem verdiklerini belirtmişlerdir.

“...yalanı hiç sevmem, söyleyene de tahammülüm yoktur, cezasını çeker (K1)”

“Biz değişmiyoruz bize sonradan katılanlar kendini değiştiriyor (K2).”

“En küçük kardeşim biraz hareketli idi. Zora girdiğinde de ufak yalanlar söylerdi. Babam ve annem önümüzde azarlar cezalandırırlardı. Belki de bize mesaj verirlerdi böylece. Çok kez harçlığını kestiler. Ya da tatile götürmediler. Bunlar bizler için hep bir ders niteliğinde oldu (K3)”.

“...hem aile de hem de şirkette belirli kurallar ve değerler var. Bunlara aksi davranışlar sergilendiğinde belirli yaptırımlarla karşılaşılıyor (K7)”.

“belirli kurallar var. Bunlara uymak zorundasınız. Örneğin kayınvalidem genellikle aile etkinlikleri düzenler. Bunlara katılmak zorundayız. Genelde belirli bir kalıp içerisinde davranmak mecburiyetindeyiz (K8)”.

“İşimize ve aile işletmemize karşı hassasiyetimiz olduğu doğrudur. Ona karşı sorumluluklarımız var. Bu nedenle her zaman iş konuları dile getirilir. Büyük ya da önemli konu olursa hissedarlar olarak işletmede toplantı yaparak konuşuruz. Rutinleri ise her yerde konuşuruz. Hatta eşimden tepki aldığımız olur yine mi iş yeter artık diye (K1)”

“...Babama çok şey borçluyuz. Babamın çabasını bildiğimiz için onun yüzünü düşürmemek adına biz de aile üyeleri olarak çok çaba gösteriyoruz (K5)”.

“ ...işletmedeki dezavantaj patronun aynı zamanda babam, amcam veya dedem olması. İşteki hatanı bilen duyan iş arkadaşların aynı zamanda ailem. Bu da stres oluşturuyor. Mahcup olmamak adına daha fazla çabalamam gerekiyor. Yorucu biraz. Ancak canla başla çalışmak zorundayım. (K7)”.

“Güven bence akıldaki soruların cevaplanması ile kalpte gelişen bir duygudur. Akılda pek çok soru varken güven gelişemez. Acabalar sizi yer bitirir. Bu da yaptıklarınıza yansır. Güven öncelikle aile üyelerine gelişir. Eşinizdir en özellerinizi bilen. Sonra çocuklarınız sonrasında diğer çalışanlarınız. Bizim için olmazsa olmazdır (K1)”.

“Güven şart. Öyle midir böyle midir soruları ile işler yürümez. Dikkatinizi toparlayamazsınız. (K4)”

“Genel olarak, bu firmada çalışan aile üyeleri birbirlerine güvenirliler (K6)”.

SONUÇ

Aile işletmeleri tüm ülke ekonomileri için olduğu gibi ülkemizin ekonomisi içinde büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle bu işletmelerinin sürdürülebilirliğinin sağlanması kritiktir. Çünkü kuşaktan kuşağa aktarılan aile işletmesi sayısı arttıkça ülkenin ekonomik gelişimi ve refahı da artacaktır. Ancak aile işletmeleri hayat seyirleri sürecinde çeşitli problemlerle karşılaşmakta ve sürdürülebilirlik konusunda sıkıntılar yaşamaktadır. Aile işletmelerinin sürdürülebilmesi için yapılan çalışmalar arasında son dönemde sosyal sermaye de yer almaya başlamıştır. Özellikle de aile üyelerinin işletme üzerindeki etkileri araştırılırken sermaye türü olarak konu dile getirilmiştir (Sirmon & Hitt, 2003; Arregle vd., 2007; Zahra, 2010; Sanchez vd. 2019; Herrero & Hughes, 2019). İşte bu nedenle, karşılaşılan problemlere karşı mücadele etme gücünü yükseltecek sosyal sermayenin oluşturulması, aile işletmeleri için daha da önem kazanmaktadır. Bu araştırma, aile işletmelerinde sosyal sermayenin nasıl oluştuğunun izini sürmüş, hangi faktörlerin bu süreçte ön plana çıktığını belirlemiş ve kuşaklar arası aktarımını ortaya koymuştur. Bu yönleriyle araştırmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın örneklemini olarak, Eskişehir ilinde aktif olarak faaliyet gösteren bir aile işletmesine mensup sekiz aile üyesi seçilmiştir. Nitel araştırma yöntemleri tercih edilen çalışmada, içerik analizi kullanılmıştır. Veriler mülakat yöntemiyle elde edilmiştir.

Katılımcıların ikisi birinci kuşak, dördü ikinci kuşak ve ikisi de üçüncü kuşaktan aile üyeleridir. Bu aile üyelerinden beş tanesi aile işletmesinde görev yapmaktadır. Kurucu üye emekli olmuştur. Birinci kuşakta yer alan kurucunun eşi ve ikinci kuşaktan bir erkek çocuğun eşi ise işletmede görev yapmamaktadır. Ancak sosyal sermayenin bütünlüğünü görmek amacıyla çalışmaya dâhil edilmişlerdir.

Araştırmada sosyal sermaye iki ana başlıkta ele alınmıştır. Bu başlıklar örgütün sosyal sermayesi ve ailenin sosyal sermayesidir. Örgütün sosyal sermayesi konusunda örgüt içi ve örgüt dışı sosyal sermaye boyutları oluşturulmuştur. Örgütün sosyal sermayesi açısından, bu aile işletmesinde birinci kuşağın ifade ettiği örgüt içi ve dışı sosyal sermayenin, ikinci ve üçüncü kuşağa aktarıldığı

belirlenmiştir. Bunun yanı sıra kodlanma derecelerine bakıldığında örgüt içi ve örgüt dışı sosyal sermayenin 2. ve 3. kuşak tarafından çok daha sıklıkla vurgulandığı tespit edilmiştir (bkz. Tablo 2).

Ailenin sosyal sermayesi başlığı ise yapısal, bilişsel ve ilişkisel boyutlar kapsamında değerlendirilmiştir. Yapısal boyut açısından katılımcılar dürüstlük, şeffaflık ve gönüllülük faktörlerine çok fazla önem verdiklerini dile getirmişlerdir. Bilişsel boyutta ortak vizyon, ortak değer ve inançlar, amaçlar ve hedefler faktörlerinin en çok dile getirilen faktörler olduğu belirlenmiştir. İlişkisel boyutta ise katılımcılar tarafından en çok vurgulanan faktörler yaptırım, yükümlülük ve güven olmuştur. Bu bağlamda ifade edilen bu faktörlerin ailenin sosyal sermayesi konusunda önemli faktörler olduğu ifade edilebilir. Ayrıca bu faktörler ve kuşakların kodlanma ilişkilerine göre kümelenme haritası oluşturulmuştur. Bu haritadaki en çarpıcı sonuç, şeffaflık ve yükümlülük haricindeki diğer tüm faktörlerin ikinci ve üçüncü kuşağın merkezinde olduğu bir kümelenme oluşturmasıdır. Ayrıca çalışmanın kavramsal modeline göre çakışma modeli oluşturulmuş ve aile ve örgütün sosyal sermayeleriyle kuşakların ilişkilerinin yoğunluğu incelenmiştir. Çizgi genişlikleri ve kümelenmeler dikkate alındığında, ailenin sosyal sermayesinin örgütün sosyal sermayesine benzer şekilde de 2. ve 3. kuşağa geliştirilerek aktarıldığı görülmüştür (bkz. Şekil 2 ve Şekil 3).

Araştırmaya katılan işletme 61 yıldır faaliyetlerine devam etmektedir. 3. kuşak artık iş süreçlerinde yer almaya başlamıştır. Ayrıca başta tek sektörde işe başlamalarına rağmen şu anda farklı üç sektörde yer almaları işletme amaçlarına ulaşmada başarılı olduklarını göstermektedir. İç paydaşları olan çalışanların uzun zamandır işletmede yer almaları iş gücü devir oranının düşük olduğunu göstermektedir. Örgüt kültürünün çalışanlarca kabullenildiği ve kurucudan süregelen bazı kuralların ve normların etkili olduğu görülmüştür. Aynı zamanda dış paydaşlarla olan ilişkilerde iyi bir kurum itibarı geliştirdikleri, ayrıca tedarikçi ve bayilerde ilk kuşaktan bugüne kadar süren bir yapının geliştirilerek devam ettirildiği belirlenmiştir. Özetlemek gerekirse sosyal sermayenin başarılı biçimde kuşaklar arasında geçişinin artarak sağlandığı görülmüştür. Bunun da sürdürülebilirlikte etkisi olduğu söylenebilir.

Her akademik çalışmada olduğu gibi bu çalışmada da bazı kısıtlılıklar bulunmaktadır. Öncelikle araştırmanın tek bir ilde, tek bir aile işletmesinde yürütülmesi en önemli kısıtlılıktır. Ayrıca mülakatlar sürecinde katılımcıların sorulara verdiği cevapların kişisel görüşlerden oluşması ve bu görüşlerin anlık süreçlere göre değişebileceği öngörüsü, bir başka deyişle katılımcıların objektifliği diğer bir kısıtlılıktır. Zaman, ekonomik ve pandemi kısıtlılıkları da çalışmayı etkilemiştir.

KAYNAKÇA

Adler, P. S. & Kwon, S.W. (2002). Social capital: prospects for a new concept. *Academy of Management Review*, 27(1), 17-40.

Arregle, J. L., Hitt, M. A., Sirmon, D. G. & Very, P. (2007). The development of organizational social capital: attributes of family firms. *Journal of Management Studies*. 44(1), 73-95. DOI:[10.1111/j.1467-6486.2007.00665.x](https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2007.00665.x)

Bubolz, M. M. (2001). Family as source, user, and builder of social capital. *The Journal of Socio-Economics*, 30(2), 129-131. [https://doi.org/10.1016/S1053-5357\(00\)00091-3](https://doi.org/10.1016/S1053-5357(00)00091-3)

Cheung, C. K. & Chan, R. (2010). Social capital as exchange: Its contribution to morale. *Social Indicators Research*, 96(2), 205-227. <https://doi.org/10.1007/s11205-009-9570-2>

Chisholm, A. M. & Nielsen, K. (2009). Social capital and the resource-based view of the firm. *International Studies of Management & Organization*, 39(2), 7-32.

Coleman, J. S. (1990). Social capital. In *Foundations of social theory* (pp. 300-321). Cambridge, MA: Harvard University Press

Dai, W.D., Mao, Z.E., Zhao, X.R., Mattila, A.S. (2015). How does social capital influence the hospitality firm's financial performance? The moderating role of entrepreneurial activities. *Int. J. Hosp. Manag.* 51, 42-55.

Dudley, E. (2021). Social capital and entrepreneurial financing choice. *Journal of Corporate Finance*, 70, 1-21. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2021.102068>

Field, J. (2006). *Sosyal Sermaye*. Çev: Bahar Bilgen-Bayram Şen, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Gargiulo, M. & Benassi, M. (2000). Trapped in your own net? Network cohesion, structural holes and the adaptation of social capital. *Organization Science*, 11(2), 183-196.

Herrero, I & Hughes, M. (2019). When family social capital is too much of a good thing. *Journal of Family Business Strategy*, 10, 1-12.

Herrero, I. (2018). How familial is Family Social Capital? Analysing bonding social capital in family and nonfamily firms. *Family Business Review*, 31(4), 441–459. <https://doi.org/10.1177/0894486518784>

Hoelscher, M. L. (2002). *The relationship between family capital and family business performance: Collaboration and conflict as moderators*. Texas Tech University.

Hofferth, S. L., Boisjoly, J. & Duncan, G. J. (1999). The development of social capital. *Rationality & Society*, 11(1), 79-104.

Hoffman, J., Hoelscher, M., & Sorenson, R. (2006). Achieving sustained competitive advantage: A family capital theory. *Family Business Review*, 19(2), 135–145.

Kızrak, M., Sözen, C.H. ve Fayganoğlu, P. (2019). Sosyal ağ kuramı ve olumsuz ilişkiler. (11. Böl.). *Örgütsel Davranış Kuramları*. Edit: Senay Yürür. Beta Basım Yayım: İstanbul, 341-364.

Krippendorff, K. (1980). *Content Analysis: An Introduction to is Methodology*, London: Sage.

Mani, Y. & Lakhal, L. (2015). Exploring the family effect on firm performance. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(6), 898-917. DOI:[10.1108/IJEBR-06-2014-0100](https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2014-0100)

Matser, I.A. (2012). *Strategic Resources and Family Firm Performance*. Hollanda.

Montemerlo, D. & Sharma, P. (2010). Factors influencing the stocks and flows of bonding social capital in family firms. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 2(3-4), 246-261.

Moser, C. (1996). *Confronting Crisis: A Comperative Study of household Responses to poverty and Vulnerability in Four Poor Urban Communities*, Washington, DC: World Bank.

- Mustakallio, M.E., Autio, E., & Zahra, S.A. (2002). Relational and contractual governance in family firms: Effects on strategic decision making. *Family Business Review*, 15(3), 205-222.
- Nahapiet, J. & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23, 242-266.
- Pearson, A. W., Carr, J. C. & Shaw, J. C. (2008). Toward a theory of familiness: a social capital perspective. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 32(6): 949-969. DOI:[10.1111/j.1540-6520.2008.00265.x](https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2008.00265.x)
- Putnam, R. D. (1993). Making democracy work: civic traditions in modern Italy. Princeton: Princeton University Press.
- Sanchez, P., Daspit, J. J., Holt, D. T., Rutherford, M. W. (2019). Family social capital in the family firm: a taxonomic classification, relationships with outcomes, and directions for advancement. *Family Business Review*, 32(2), 1-46. <https://doi.org/10.1177/0894486519836833>
- Sirmon, D. G. & Hitt, M. A. (2003). Managing resources: linking unique resources, management and wealth creation in family firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27, 339-358.
- Schulze, W. S., Lubatkin, M. H. and Dino, R. N. (2003). Toward a theory of agency and altruism in family firms. *Journal of Business Venturing*, 18, 473–90.
- Şan, M. K. ve Şimşek, R. (2011). Sosyal sermaye kavramının tarihsel – sosyolojik arka planı. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 6(1), 88-110.
- Zahra, S. A. (2010). Harvesting family firms' organizational social capital: a relational perspective. *Journal of Management Studies*, 47(2), 345-366. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2009.00894.x>

agmer

Aile İşletmeleri ve Girişimcilik
Uygulama ve Araştırma Merkezi



T.C.
İSTANBUL
KÜLTÜR
ÜNİVERSİTESİ 25.^{yl}

T.C.
İSTANBUL KÜLTÜR ÜNİVERSİTESİ
AİLE İŞLETMELERİ VE GİRİŞİMCİLİK
UYGULAMA VE ARAŞTIRMA MERKEZİ
AGMER
2022