

## Aile İşletmelerinde Büyüme Stratejisi olarak Uluslararasılaşma Seçeneği: Nitel Bir Araştırma (Internationalization Option as a Growth Strategy in Family Businesses: A Qualitative Research)

Umut Sanem ÇİTÇİ<sup>a</sup> Tuğba ONUR<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Bakırçay Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, İzmir, Türkiye. [umutsanem.citci@bakircay.edu.tr](mailto:umutsanem.citci@bakircay.edu.tr)

<sup>b</sup> İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Yönetimi ve Organizasyon Anabilim Dalı, İstanbul, Türkiye. [tugbaonur@ogr.iu.edu.tr](mailto:tugbaonur@ogr.iu.edu.tr)

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
<b>Anahtar Kelimeler:</b> Aile işletmesi Büyüme Uluslararasılaşma Nitel içerik analizi  Gönderilme Tarihi 10 Kasım 2019 Revizyon Tarihi 28 Ocak 2020 Kabul Tarihi 9 Şubat 2020  <b>Makale Kategorisi:</b> Araştırma Makalesi	<b>Amaç</b> – Bu çalışma, aile işletmelerinde büyüme stratejisi olarak uluslararasılaşmanın alternatif bir yöntem olarak nasıl değerlendirildiğini belirlemek amacıyla yürütülmüştür. Literatürde, aile işletmeleri için büyüme stratejisi olarak uluslararasılaşma seçeneğini araştıran bir çalışma henüz yapılmamıştır. Bu boşluğa dayanarak, araştırma yerel ve uluslararası düzeyde faaliyet gösteren aile işletmeleri üzerinde gerçekleştirilmiştir. <b>Yöntem</b> – Araştırma nitel bir çalışma olarak tasarlanmıştır. Bu amaçla, “aile işletmesi kimliği”, “büyüme” ve “uluslararasılaşma stratejilerini” değerlendirmek için yarı yapılandırılmış görüşme süreci uygulanarak 14 aile şirketi temsilcisi ile görüşülmüştür. Elde edilen veriler nitel içerik analizi uygulanarak analiz edilmiştir. <b>Bulgular</b> – Bulgularımız, “aile şirketi kimliğinin” tüm dezavantajlarına rağmen korunduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, büyümede uluslararasılaşma firmanın yerel mi yoksa uluslararası düzeyde mi çalıştığından bağımsız olarak, ayrıcalıklı bir büyüme stratejisi olarak düşünülmemektedir. <b>Tartışma</b> – Sonuç olarak, uluslararasılaşmanın aile işletmelerinin büyüme kararlarında önemli bir seçenek olarak görülmediği ve tüm yönetsel çabalarının aile şirketi olmanın getirdiği sorunların çözümüne yönelik olduğu görülmüştür.
ARTICLE INFO	ABSTRACT
<b>Keywords:</b> Family business Growth Internationalization Qualitative content analysis  Received 10 November 2019 Revised 28 January 2020 Accepted 9 February 2020  <b>Article Classification:</b> Research Article	<b>Purpose</b> – This study was conducted to determine how internationalization is considered as an alternative method of growth strategy in family businesses. In the literature, a study that explores the option of internationalization as a growth strategy for family businesses has not yet been conducted. Based on this gap, this research was carried out on family businesses that operate in local and international levels. <b>Design/methodology/approach</b> – This study was conducted as a qualitative research. For this purpose, 14 family businesses representatives were interviewed by applying a semi-structured interview process in order to evaluate “family business identity”, “growth”, and “internationalization strategies”. The data was analyzed by applying a qualitative content analysis. <b>Findings</b> – Our findings suggested that “family business identity” was protected despite all the disadvantages. Moreover, internationalization in growth was not consider a privileged growth strategy regardless of whether the firm operating at local or international levels. <b>Discussion</b> – After all, it was seen that internationalization was not considered as a significant option in the growth decision of family businesses and all managerial efforts were still directed towards solving the problems of being a family business.

### Önerilen Atf/ Suggested Citation

Çitçi, U., S., Onur, T. (2020). Aile İşletmelerinde Büyüme Stratejisi olarak Uluslararasılaşma Seçeneği: Nitel Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12 (1), 332-348.