



Research Journal of Business and Management

Year: 2014 Volume: 1 Issue: 4



A STUDY ABOUT COMPARISON OF FAMILY FIRMS PERCEPTION IN TURKISH AND SPANISH BUSINESS ADMINISTRATION STUDENTS

Fatma Zehra Savi¹, Canan Yildiran²

¹Karabuk University. fatmazehra@karabuk.edu.tr

²Karabuk University. cananyildiran@karabuk.edu.tr

Keywords

Family business, Turkey, Spain, university, student.

ABSTRACT

Today both in our country and in the world family firms has a very big importance. The share of family firms are about %85 of world economics. In our country it's about %95. In developed and developing countries the family firms have a voice. They have functionality in production and employing as well as cultural and social aspect. The aim of this study, is to compare the perception of the students who are having business administration in different countries. With this aim strategic, managerial, counsel, personal and individual development dimensions explored in the Karabuk University and Universidad De Castilla-La Mancha students. In the research the data which is collected by the survey is obtained with frequency and factor analysis methods. Asserting that Turkish students are having higher average than Spanish students in strategic, counsel, personel and individual development dimensions.

JEL Classification

M10, M16, M19

TÜRKİYE'DE VE İSPANYA'DA İŞLETME BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİNDE AİLE İŞLETMESİ ALGISININ KARŞILAŞTIRILMASI ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

Anahtar Kelimeler

Aile işletmesi, Türkiye, İspanya, üniversite, öğrenci.

ÖZET

Aile işletmeleri günümüzde hem ülkemizde hem de dünyada çok büyük bir öneme sahiptir. Aile işletmelerinin dünya ekonomisindeki payı %85 civarında bulunmaktadır. Ülkemizdeki işletmelerin ise %95 i aile işletmelerinden oluşmaktadır. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde aile işletmeleri hem ekonomi alanında hem de sosyal ve kültürel alanda önemli bir yere sahiptir. Bu çalışmanın amacı ise, farklı ülkelerde eğitim gören üniversite öğrencilerinin aile işletmesi algılarını değerlendirmektir. Bu amaçla, Stratejik Boyut, Yönetim Boyutu, Düşünce Boyutu, Kişisel Boyut ve Bireyin Gelişim Boyutu olarak Karabük Üniversitesi ile Universidad De Castilla-La Mancha da eğitim gören öğrencilerin algıları arasında farklılık olup olmadığı araştırılmıştır. Araştırmada anket yönetimiyle elde edilen veriler frekans ve faktör analizi yöntemiyle elde edilmiştir. Türkiye'de eğitim gören öğrencilerin Stratejik Boyut, Düşünce Boyutu, Kişisel Boyut ve Bireyin Gelişim Boyutunda İspanya'da eğitim gören öğrencilerden daha yüksek ortalamalara sahip olduğu tespit edilmiştir.

JEL Sınıflandırması

M10, M16, M19

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Aile işletmeleri, aynı aile jenerasyonları arasında işletmenin vizyonunun sürdürüldüğü ve yönetimin yürütüldüğü işletmelere denilmektedir (Chua, vd., 1999). Aile işletmeleri, ailenin geçimini ve mirasın dağılmasını önlemek amacıyla kurulmuş olan, geçimi sağlayan kişilerce yönetilip, aile üyeleri tarafından yönetimi oluşturulan, yönetimde olduğu kadar kararlarda da aile üyelerinin büyük bir öneme sahip olduğu ve en az iki jenerasyonun aynı aileden işletme içinde çalışması koşuluyla oluşan bir yapıdır (Pazarcık, 2004).

Aile, mülkiyet, yönetim, kültür, işletme aile işletmelerinin tanımlarındaki ortak noktaları oluşturmaktadır (Fındıkcı, 2008). Aile işletmelerindeki başarı durumu ise, aile işletmelerinde kişilerin davranışlarının kabul görüp görmemesi başarıları üzerinde etkilidir. Gelecek kuşağın başarılı olabilmesi isteklilik oranına bağlıdır. Lakin gelecek kuşak işletmenin kurucusunun eğilimlerinden de etkilenmektedir. Başarı konusunda gelecek kuşak ile kurucu arasındaki karşılıklı algılama önemlidir (Sharma, vd., 2003).

Aile işletmeleri dünyada büyük bir yere ve büyük bir öneme sahiptir. Bu kadar öneme sahip olmalarına rağmen ömürleri kısa olmaktadır. Üçüncü kuşağı yaşayan aile işletmeleri sayısı oldukça azdır. Genelde aile işletmelerinin büyük bir bölümü birinci kuşakta son bulmaktadırlar. A.B.D.'ndeki araştırmaya göre, birinci kuşakta ömürleri son bulan aile işletmeleri %80, ikinci kuşağı yaşayabilenler %16 ve üçüncü kuşağa ulaşabilen aile işletmeleri ise %4 oranındadır. KİT'ler hariç dünyadaki işletmelerin %65-85'ini aile işletmeleri oluşturmaktadır (Aydın, 2010). Çoğu ülkede istihdamın ve gayri safi milli hasılanın önemli bir bölümünü aile işletmeleri oluşturmaktadır. Fortune 500'e giren işletmelerin üçte biri aile işletmeleridir (Miller vd., 2003).

Aile işletmelerinin ekonomi içinde çok önemli olması ve gelişim göstermesi ekonomiye bir çok katkılar sağlamaktadır. Ekonomiye sağladığı katkılarını görebilmek için ekonomi içindeki oranlarına bakılmalıdır. ABD'deki işletmelerin %75-90'ı aile işletmesi, İngiltere'de %75, İsviçre'de % 85, İtalya'da % 95, İspanya'da % 80 ve İsviçre'de % 85'tir (Akıncı, 2011). Türkiye'deki en eski aile işletmeleri, Hacı Bekir ve Akide Şekerleri 1777 yılında kurulmuştur ve nesil sayısı 5'tir. İskender 1860 yılında kurulmuştur ve nesil sayısı 3'tür. Vefa Bozacısı 1870 yılında kurulmuştur ve nesil sayısı 4'tür (Göker ve Üçok, 2006).

Dünyanın en eski 25 aile işletmesinden bir tanesi ise İspanya'da 1551 yılında kurulmuş olan şarapçılık alanında faaliyet gösteren Codorniu işletmesidir. Yine dünyanın en büyük 25 aile işletmesinden biri olan SCH (Banco Santander Central Hispano S.A.) Botin Ailesine ait olan Bankacılık alanında faaliyet gösteren işletme İspanya'da bulunmaktadır (Aydın, 2010). Türkiye, dünyanın en büyük aile işletmeciliği listesinde 85. sırada Hacı Ömer Sabancı Holding, 91. sırada Doğuş (Bankacılık, İnşaat Otomotiv, Medya) ve 94. sırada Koç Holding ile yer almaktadır (ASO, 2006).

Bu çalışmada sırasıyla çalışmanın amacı ve örnekleme açıklanarak belirtilecektir. Daha sonra çalışmada hangi yöntemlerin kullanıldığına, belirlenen hipotezlere ve elde edilen bulgularla birlikte sonuca yer verilecektir.

2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖRNEKLEMİ

Çalışmanın temel amacı, Karabük Üniversitesi ile Universidad De Castilla-La Mancha da eğitim gören işletme bölümü öğrencilerinin aile işletmesi algılarındaki farklılıkların yada benzerliklerin olup olmadığını görebilmek için yapılmış olan bir çalışmadır. Araştırmanın anakütlesini, Karabük Üniversitesi İşletme Bölümü 2. ve 3. sınıf öğrencileri ile Universidad De Castilla-La Mancha İşletme Bölümü 2. ve 3. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Aile işletmelerinin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında rasyonellik ilkelerinin yanı sıra duygusal sahiplik olgusunun etkisini ölçmeyi amaçlayan bir anket uygulanmıştır. Anketle, aile şirketlerinin devamlılığı ve yönetimin bir nesilden diğer nesile geçiş sürecinin başarılı olmasında aile işletmesi boyutu ve devir sürecinde yönetimi devralacak aile bireyinin yetkinliklerinin boyutu incelenmiştir. Bu çalışmayı diğer çalışmalardan farklı kılan nokta öğrencilerin kendilerini bir aile işletmesi bünyesinde olduklarını düşünerek ve teorik bilgilerine dayanarak anketi yanıtlamış olmalarıdır. Çalışmaya İspanya'dan 67, Türkiye'den ise 67 öğrencinin katılımı sağlanmıştır.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışmada uygulanan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin sorular yer almaktadır. İkinci bölümde ise katılımcıların bir aile işletmesi bünyesinde var olduklarını düşünerek cevaplamaları amacıyla oluşturulan 32 maddelik ölçek kullanılmıştır.

32 maddelik ölçeğin ilk 15 maddesi aile işletmesinde olması gereken ifadelerden ve diğer 17 madde ise yönetimi devralacak aile bireyinin yetkinliklerinin ifadelerinden oluşmaktadır. Belirtilen 32 ifade, Şensoy (2008) tarafından gerçekleştirilen çalışma kapsamında kullanılan soru ifadelerinden yararlanılarak elde edilmiştir. Ölçek maddeleri 6'lı likert ölçeğine göre uygulanmıştır. Ölçek "1= Hiç önemli değil" ile "6= Tamamen Önemli" arasında değişen cevaplar barındırmaktadır. Anket uygulaması Eylül-Ekim(2013) döneminde gerçekleştirilmiştir. Anket çalışması sonucunda elde edilen veriler SPSS 18.0 paket programıyla değerlendirilip, aile işletmelerinin devamlılığı ile yönetim olgusu arasındaki ilişkiler Frekans ve Faktör analizi ile açıklanmaya çalışılacaktır.

Araştırmanın ana amacı iki ülke arasındaki aile işletmeleri açısından farklılıkların ortaya konularak, her iki ülkede eğitim açısından konuya yaklaşım noktasının ortaya konulması ve yeni neslin aile işletmeleri konusunda bilinç düzeylerinin belirlenmesidir.

Çalışma kapsamında oluşturulan hipotezler;

H1: Türkiye'de eğitim gören öğrenciler, Stratejik Boyutu İspanya'da eğitim gören öğrencilere göre daha önemli olarak algılamaktadırlar.

H2: Türkiye'de eğitim gören öğrenciler, Yönetim Boyutunu İspanya'da eğitim gören öğrencilere göre daha önemli olarak algılamaktadırlar.

H3: Türkiye'de eğitim gören öğrenciler, Düşünce Boyutunu İspanya'da eğitim gören öğrencilere göre daha önemli olarak algılamaktadırlar.

H4: Türkiye'de eğitim gören öğrenciler, Kişisel Boyutu İspanya'da eğitim gören öğrencilere göre daha önemli olarak algılamaktadırlar.

H5: Türkiye’de eğitim gören öğrenciler, Bireyin Gelişim Boyutunu İspanya’da eğitim gören öğrencilere göre daha önemli olarak algılamaktadırlar.

Tablo 1: Yaş ile ilgili Bulgular

Yaş	Frekans	Yüzde
18 ile 20 yaş arası	62	46
21 ile 23 yaş arası	62	46
24 yaş ve üstü yaş	5	04
Yaşını belirtmemiş olanlar	5	04
Toplam	134	100

Tablo 1’de görüldüğü gibi katılımcıların %46’sı 18 ile 20 yaş arasında olup aynı yüzdelerle 21 ile 23 yaş arasında bulunmaktadır. 5 kişi 24 yaş ve üzeri iken, 5 katılımcı ise yaşlarını belirtmemiştir.

Tablo 2: Cinsiyet ile ilgili Bulgular

Cinsiyet	Frekans	Yüzde
Kız	86	64
Erkek	48	36
Toplam	134	100

Tablo 2’de görüldüğü gibi katılımcıların çoğunluğu %64 oranında kız olup, ayrıca her iki üniversitede sınıflardaki katılımcıların fark edilmiş çoğunlukta kız olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 3: Sınıf ile ilgili Bulgular

Sınıf	Frekans	Yüzde
2.sınıf	108	81
3.sınıf	7	05
Sınıfını belirtmemiş olanlar	19	14
Toplam	134	100

Tablo 3’te görüldüğü gibi katılımcıların çoğunluğunu ikinci sınıf oluşturmaktadır. Katılımcılardan 19’u ise sınıfını belirtmemiştir.

Tablo 4: Aile işletmesinde olması gerekenler

Fonksiyonel Değişkenler	Türkiye	İspanya
Misyon ve vizyon tanımlarının olması	0,97	0,87
Yönetim kurulunun işletmeye stratejik olarak yön verilmesinde aktif bir rol oynaması	0,95	0,83
İnsan kaynakları politikalarının olması	0,89	0,70
Önemli kararların aile büyükleri tarafından alınması	0,42	0,63
Hiyerarşi ilkelerinin ihlal edilmemesi	0,71	0,45
Yönetim kurulunun düzenli olarak toplanması	0,91	0,75
Şirket içi raporlama sisteminin olması	0,92	0,62
Resmi bir yönetim kurulunun varlığı	0,95	0,74
Önemli kararların iş ortamı dışındaki mercilerde alınması	0,38	0,67
İşletme ile ilgili önemli kararların alımında dışardan olan insanların dahil edilmesi	0,22	0,67
Yetki ve sorumluluk alanlarının ihlal edilmesi	0,73	0,66
Uzun vadeli hedeflerin tanımlı olması	0,90	0,74
İş akışlarının açık ve net şekilde çizilmesi	0,95	0,73
Karar verme mekanizmasının olması	0,98	0,77
Resmi olmayan bir yönetim kurulunun varlığı	0,23	0,50

Tablo 4'te görüldüğü üzere; iki üniversite arasında sorulara verilen önemlilik yüzdeleri görülmektedir. Anket altı ölçekten oluşmaktadır. Burada ise sadece üç ölçek baz alınarak (4= oldukça önemli, 5= önemli, 6= tamamen önemli) oluşturulmuştur. Tablo 4'te görüldüğü gibi; Aile işletmesinde misyon ve vizyon tanımlarının olması, Yönetim kurulunun işletmeye stratejik olarak yön verilmesinde aktif bir rol oynaması, İnsan kaynakları politikalarının olması, Hiyerarşi ilkelerinin ihlal edilmemesi, Yönetim kurulunun düzenli olarak toplanması, Şirket içi raporlama sisteminin olması, Resmi bir yönetim kurulunun varlığı, Yetki ve sorumluluk alanlarının ihlal edilmesi, Uzun vadeli hedeflerin tanımlı olması, İş akışlarının açık ve net şekilde çizilmesi, Karar verme mekanizmasının olması ile ilgili ifadeler Türkiye'de eğitim gören öğrenciler için daha çok önemlilik arz ettiği görülürken; Önemli kararların aile büyükleri tarafından alınması, Önemli kararların iş ortamı dışındaki mercilerde alınması, İşletme ile ilgili önemli kararların alımında dışardan olan insanların dahil edilmesi, Resmi olmayan bir yönetim kurulunun varlığı ifadeleri ise İspanya'da eğitim gören öğrenciler için daha çok önemlilik arz ettiği görülmektedir.

Tablo 5: Yönetimi Devralacak Aile Bireyinin Yetkinlikleri

Fonksiyonel Değişkenler	Türkiye	İspanya
Kariyer beklentilerinin aile işletmesinde gerçekleştirebileceğine olan inancı	0,81	0,72
Aile işletmesini en alt kademedен öğrenmesi	0,89	0,71
Aile işletmesinde devir sürecinden önce de çalışıyor olması	0,69	0,79
Yönetimi devralma isteği	0,89	0,68
Aile şirketi dışında başka firmalarda edindiği iş tecrübesi	0,83	0,69
Aile işletmesinde çalışmasının sağlayacağı fırsatların başka bir firmada çalışmaktan daha etkili olacağına ilişkin inancı	0,69	0,50
Kariyerinin ve ilgi alanlarının aile şirketinin faaliyet alanları ile ilişkili olması	0,63	0,73
İşletmeyi yönetme becerisi ve kabiliyeti konusunda kendine güveni	0,96	0,78
Sahip olduğu akademik yeterlilik	0,88	0,88
Aile şirketi dışında edindiği iş hayatının özgüveninin gelişimine sağladığı katkı	0,93	0,74
Aile işletmesinde bulunmasından dolayı duyduğu gurur	0,68	0,72
Aile dışarısından biri tarafından şirket yönetimine hazırlanması	0,37	0,68
Aile işletmesinin başarılı olması için gayret göstermesi	0,95	0,79
Aile işletmesinde çalışmaktan duyduğu mutluluk	0,88	0,85
Aile şirketi dışında edindiği iş hayatı tecrübesinin kişilik gelişimine sağladığı katkı	0,77	0,70
İşletmenin gelişimine faydalı olacağına inanması	0,97	0,84
Aile işletmeleri ve işletme bilimi ile ilgili aldığı seminerler ve eğitimler	0,86	0,79

Tablo 5'te görüldüğü gibi; Kariyer beklentilerinin aile işletmesinde gerçekleştirebileceğine olan inancı, Aile işletmesini en alt kademedен öğrenmesi, Yönetimi devralma isteği, Aile şirketi dışında başka firmalarda edindiği iş tecrübesi, Aile işletmesinde çalışmasının sağlayacağı fırsatların başka bir firmada çalışmaktan daha etkili olacağına ilişkin inancı, İşletmeyi yönetme becerisi ve kabiliyeti konusunda kendine güveni, Sahip olduğu akademik yeterlilik, Aile şirketi dışında edindiği iş hayatının özgüveninin gelişimine sağladığı katkı, Aile işletmesinin başarılı olması için gayret göstermesi, Aile işletmesinde çalışmaktan duyduğu mutluluk, Aile şirketi dışında edindiği iş hayatı tecrübesinin kişilik gelişimine sağladığı katkı, İşletmenin gelişimine faydalı olacağına inanması, Aile işletmeleri ve işletme bilimi ile ilgili aldığı seminerler ve eğitimlerle ilgili ifadeler Türkiye'de eğitim gören öğrenciler için daha çok önemlilik arz ettiği görülürken; Aile işletmesinde devir sürecinden önce de çalışıyor olması, Kariyerinin ve ilgi alanlarının aile şirketinin faaliyet alanları ile ilişkili olması, Aile işletmesinde bulunmasından dolayı duyduğu gurur, Aile dışarısından biri tarafından şirket yönetimine hazırlanması ile ilgili ifadeler ise İspanya'da eğitim gören öğrenciler için daha çok önemlilik arz ettiği görülmektedir. Sahip olduğu akademik yeterlilik ifadesi ise her iki öğrenci grubu tarafından çok önemli olarak algılanmaktadır.

Tablo 6: Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları (Aile İşletmesinde Olması Gerekenler)

Fonksiyonel Değişkenler		1	2
S B	Vizyon ve Misyon tanımlarının olması	,682	-
	Şirket içi raporlama sisteminin olması	,675	-
	İnsan kaynakları politikalarının olması	,665	-
	Resmi bir yönetim kurulunun varlığı	,663	-
	Yönetim kurulunun işletmeye stratejik olarak yön verilmesinde aktif bir rol oynaması	,630	-
	İş akışlarının açık ve net şekilde çizilmesi	,622	-
	Karar verme mekanizmasının olması	,601	-
	Yönetim kurulunun düzenli olarak toplanması	,558	-
YB	İşletme ile ilgili önemli kararların alınmasında dışardan olan insanların dahil edilmesi	-	,871
	Önemli kararların iş ortamı dışındaki mercilerde alınması	-	,835
	Resmi olmayan bir yönetim kurulunun varlığı	-	,515
Özdeğerler		3,583	2,158
Varyansı Açıklama Oranı (%)		23,885	14,387
Kümülatif Varyansı Açıklama Oranı (%)		23,855	38,272
KMO Uygunluk Ölçütü=0,764		Barlett Küresellik Testi	
		$\chi^2 = 498,649$ $sd = 105$ $p < 0,001$	

Faktör yapısının güvenilirliğinin düşük olması sebebiyle üçüncü ve dördüncü bileşenler analiz dışında tutularak iki bileşen belirlenmiştir. Bundan dolayı, Önemli kararların aile büyükleri tarafından alınması, Hiyerarşi ilkelerinin ihlal edilmemesi, Yetki ve sorumluluk alanlarının ihlal edilmesi, Uzun vadeli hedeflerin tanımlı olması ifadeleri tablo dışında bırakılmıştır. Belirlenen iki bileşenin toplam değişkenliğin %38,272'sini açıklama yeteneğine sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda birinci faktör (8 madde) Stratejik Boyut olarak, ikinci faktör (3 madde) Yönetim Boyutu olarak isimlendirilmektedir.

Faktör isimleri belirlendikten ve dolayısıyla analizler çerçevesinde kullanılan ölçeklerin yapı geçerliliği sağlandıktan sonra güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir. Güvenilirlik değerleri, girişimcilik eğilimi ölçeğinin belirlenen her bir alt boyutuna ilişkin olarak hesaplanan Cronbach Alfa (α) istatistiğinin hesaplanması ile belirlenmiştir. Ölçek boyutlarına ilişkin elde edilen güvenilirlik değerleri Tablo 7'de gösterilmektedir.

Tablo 7: Güvenilirlik Analiz Sonuçları

Boyut	Güvenilirlik Değeri (α)
Stratejik Boyut	0,80
Yönetim Boyutu	0,71

Tablo 6'da görüldüğü gibi yapılan faktör analizi sonucunda; Türkiye'de eğitim gören öğrencilerin Stratejik Boyut algısı İspanya'da eğitim gören öğrencilerden daha yüksektir. Buna karşın Yönetim Boyutunda ise İspanya'da eğitim gören öğrencilerin algısı Türkiye'de eğitim gören öğrencilerden daha yüksektir.

Tablo 8: Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları
(Yönetimi Devralacak Aile Bireyinin Yetkinlikleri)

	Fonksiyonel Değişkenler	1	2	3
D B	Aile işletmesinde bulunmasından dolayı duyduğu gurur	,695	-	-
	Kariyer beklentilerinin aile işletmesinde gerçekleştirebileceğine olan inancı	,640	-	-
	Aile işletmesinde çalışmasının sağlayacağı fırsatların başka bir firmada çalışmaktan daha etkili olacağına ilişkin inancı	,612	-	-
	Yönetimi devralma isteği	,557	-	-
K B	Aile işletmesinde çalışmaktan duyduğu mutluluk	-	,741	-
	Aile işletmesinin başarılı olması için gayret göstermesi	-	,719	-
	İşletmenin gelişimine faydalı olacağına inanması	-	,710	-
	İşletmeyi yönetme becerisi ve kabiliyeti konusunda kendine güveni	-	,515	-
B B	Aile şirketi dışında edindiği iş hayatı tecrübesinin kişilik gelişimine sağladığı katkı	-	-	,749
	Aile şirketi dışında başka firmalarda edindiği iş tecrübesi	-	-	,689
	Aile şirketi dışında edindiği iş hayatının özgüveninin gelişimine sağladığı katkı	-	-	,562
	Aile işletmesini en alt kademedden öğrenmesi	-	-	,453
Özdeğerler		2,395	1,797	1,761
Varyansı Açıklama Oranı (%)		14,090	10,572	10,357
Kümülatif Varyansı Açıklama Oranı (%)		14,090	24,662	35,019
KMO Uygunluk Ölçütü = 0,739		Barlett Küresellik Testi		
		$\chi^2 = 466,953$ $sd = 136$ $p < 0,001$		

Faktör yapısının güvenilirliğinin düşük olması sebebiyle dördüncü, beşinci ve altıncı bileşenler analiz dışında tutularak üç bileşen belirlenmiştir. Sahip olduğu akademik yeterlilik, Aile dışarısından biri tarafından şirket yönetimine hazırlanması, Aile işletmeleri ve işletme bilimi ile ilgili aldığı seminerler ve eğitimler, Aile işletmesinde devir sürecinden önce de çalışıyor olması ile Kariyerlerinin ve ilgi alanlarının aile şirketinin faaliyet alanları ile ilişkili olması ifadeleri de tablo dışında bırakılmıştır. Belirlenen üç bileşenin toplam değişkenliğin %35,019'unu açıklama yeteneğine sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda birinci faktör (4 madde) Düşünce Boyutu olarak, ikinci faktör (4 madde) Kişisel Boyut olarak ve üçüncü faktör (4 madde) Bireyin Gelişim Boyutu olarak

isimlendirilmektedir. Faktör isimleri belirlendikten ve dolayısıyla analizler çerçevesinde kullanılan ölçeklerin yapı geçerliliği sağlandıktan sonra güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir. Güvenilirlik değerleri, girişimcilik eğilimi ölçeğinin belirlenen her bir alt boyutuna ilişkin olarak hesaplanan Cronbach Alfa (α) istatistiğinin hesaplanması ile belirlenmiştir. Ölçek boyutlarına ilişkin elde edilen güvenilirlik değerleri Tablo 9'da gösterilmektedir.

Tablo 9: Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Boyut	Güvenilirlik Değeri (α)
Düşünce Boyutu	0,61
Kişisel Boyut	0,70
Bireyin Gelişim Boyutu	0,60

Tablo 8'de görüldüğü gibi yapılan faktör analizi sonucunda Türkiye'de eğitim gören öğrencilerin Düşünce Boyutu, Kişisel Boyut ve Bireyin Gelişim Boyutu algısı İspanya'da eğitim gören öğrencilerden daha yüksektir.

4. SONUÇ

Dünyada olduğu kadar ülkemizdeki küçük ve orta ölçekli işletmelerin çoğunluğu aile işletmesi özelliği göstermekte ve ülke ekonomisinde ise önemli bir yere sahip olmaktadır. Bu kadar öneme sahip olan bir işletme türü daha iyi bir şekilde beslenmelidir. İşletmeyi iyi bir şekilde beslemek için ise öncelikle gelecek kuşakları doğru şekilde ve içinde bulunduğu aile işletmesinden soğutmadan doğru eğitimle geleceğe hazırlanmalıdır. Türkiye'de dahil bir çok ülkede üçüncü nesile devreden aile işletmelerinin sayısı çok azdır ki bu aile işletmeleri ekonomide önemli bir yere sahiptir. İşte tam bu noktada nelerin ve nasıl yapılacağına dikkat edilmesi gereklidir.

Çalışmamızın kapsamında ele aldığımız konuyu oluşturan aile işletmesinde olması gerekenler ve yönetimi devralacak aile bireyinin yetkinlikleri hususunda farklı ülkelerde, kültürlerde, ekonomilerde ve en önemlisi de farklı bir eğitim sistemi içinde gelişimini devam ettiren bireylerin bu iki hususa yaklaşımının incelenmesi ve karşılaştırılması sonucu, oluşturulmuş olan beş boyuttan (stratejik boyut, yönetim boyutu, düşünce boyutu, kişisel boyut ve bireyin gelişim boyutu) Karabük Üniversitesinde eğitim görmekte olan öğrencilerin Stratejik Boyutta, Düşünce Boyutunda, Kişisel ve Bireyin Gelişim boyutunda Universidad de Castilla-La Mancha da eğitim görmekte olan öğrencilere oranla daha çok önem verdikleri sonucuna varılmıştır. Türkiye'de eğitim gören öğrenciler misyon ve vizyon olgularına, stratejik yapıya, işletme politikalarına, resmîyete ve karar mekanizmasına stratejik boyut adı altında önem verdikleri; Kariyer beklentileri, yönetimi devralma, aile işletmesinde çalışmayı tercih etme ve bundan dolayı duyulacak gurur ile düşünce boyutu adı altında; Kendilerine güven, gayret gösterip bu çabadan ve çalışmadan gurur duymalarına ve işletmeye faydalı olacağı inancı ile kişisel boyut altında; İş tecrübelerinin kendisi ve işletme için yararlı olacağı inanmaları ise bireyin gelişim boyutu adı altında önem verdikleri görülmektedir. Universidad de Castilla-La Mancha da eğitim görmekte olan öğrencilerin ise Yönetim boyutunda Karabük Üniversitesinin de eğitim görmekte olan

öğrencilere oranla daha çok önem verdikleri sonucuna varılmıştır. Yani kararların nerede, kimlerle alınacağına, yönetim kurulunun resmiyetine daha çok önem verdikleri görülmektedir.

Bu çalışmanın İspanya ayağında belki de büyük bir etkiye sahip olan ülkenin ekonomide yaşadığı sıkıntılardır. Edinilmiş olduğumuz izlenimler ve yorumlar dahilinde gençlerin iş bulamamalarından dolayı üniversite eğitimini boşa kalmamak için tercih ettiklerini ve işte bundan dolayı çalışmayı oluşturan düşünce, kişisel ve bireyin gelişim boyutunda Türkiye’de eğitim gören öğrencilere oranla düşük önem vermelerinin nedeni olduğu varsayılmaktadır. Stratejik boyutta zayıf olmasının nedenini ise eğitim farklılığından kaynaklandığı söylenilebilir.

KAYNAKLAR

Akıncı, G. (2011), Aile İşletmelerinde Yönetim Kurulunun Yapısal Özelliklerinin Firma Performansına Etkisi, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, ss. 111-112.

ASO (2006), Aile Şirketlerinde Değişim ve Süreklilik Zirvesi, Yayın No: 60, ss. 86.

Aydın, E. (2010), Aile İşletmelerinin Sürdürülebilirliğinde Sonraki Kuşakların Duygusal Sahiplik Algılamalarının Rolü-Türkiye’deki Kıdemli İşletmeler Bağlamında Araştırılması, Doktora Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, ss. 29-30.

Chua, J., Chrisman J.J., ve Sharma P. (1999), Defining The Family Business By Behaviour, Entrepreneurship Theory and Practice, 23(4), pp.25.

Fındıkcı, İ. (2008), Aile Şirketleri, (3), pp.18.

Göker, A. Ve Üçok, T. (2006), Aile İşletmeleri ve Karar Verme Süreci, 2. Aile İşletmeleri Kongresi Kongre Bildiriler Kitabı, ss. 45-57.

Miller, D., Steiner, L. Ve Le Breton-Miller, I. (2003), Lost in Time: Intergenerational Succession, Change and Failure In Family Business, Journal of Business Venturing, Vol.18, pp.514.

Pazarcık, O. (2004), Aile İşletmelerinin Tanımı Kurumsallaşması ve Yönetişimi, 1.Aile İşletmeleri Kongresi Kongre Bildiriler Kitabı, ss.33-41.

Sharma, P., Chrisman J.J. ve Chua, J.H., Predictors of Satisfaction with the Succession Process In Family Firms, Journal of Business Venturing, Vol.18.

Şensoy, Y. Z. (2008), Factors Affecting Successful Successions in Family Businesses: An Empirical Study on Turkish Family Businesses, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi.