



JOEEP

e-ISSN: 2651-5318

Journal Homepage: <http://dergipark.org.tr/joep>**Araştırma Makalesi • Research Article****Kurumsal Strateji Çalışmalarının Entelektüel Yapısı: Bibliyometrik Bir Analiz\****The Intellectual Structure of Corporate Strategy Studies: A Bibliometric Analysis*F. Oben Ürü<sup>a,\*</sup><sup>a</sup> Prof. Dr., İstanbul Arel Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme (İngilizce) Bölümü, 34537, İstanbul / Türkiye

ORCID: 0000-0002-1960-5857

## MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru Tarihi: 04 Ağustos 2024

Düzeltilme Tarihi: 30 Ekim 2024

Kabul Tarihi: 05 Kasım 2024

Anahtar Kelimeler:

Kurumsal Strateji

Bibliyometrik Analiz

Faaliyet Endeksi

Performans Analizi

Bilimsel Haritalama

## ARTICLE INFO

Article history:

Received: June 14, 2024

Received in revised form: Oct 30, 2024

Accepted: Nov 05, 2024

Keywords:

Corporate Strategy

Bibliometric Analysis

Activity Index

Performance Analysis

Scientific Mapping

## ÖZ

Bu çalışmada, kurumsal strateji üzerine yapılan yayınların bibliyometrik analizi yoluyla alanın entelektüel yapısının ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaçla, bibliyometrik analizin iki temel tekniği olan performans analizi ve bilimsel haritalama yöntemleri kullanılarak Web of Science (WoS)/Social Sciences Citation Index (SSCI) veri tabanından elde edilen 1023 yayına ait araştırma alanının görünümü ortaya konmaya çalışılmıştır. 1980'den itibaren günümüze kadar görgül çalışmaların ağırlıklı olduğu, geniş ve gelişmiş bir araştırma alanının bulunduğu görülmektedir. Kurumsal strateji alanında kaynak temelli yaklaşım, vekâlet kuramı ve kurumsal yönetim ekseninde temellendirilen büyüme ve çeşitlendirme stratejilerine ilişkin araştırmaların ağırlık kazandığı görüldüğü de 2000'li yıllardan itibaren gelişen pazarlarda işletme grupları, satınalmalar, inovasyon, dijitalleşme, uluslararasılaşma ve sürdürülebilirlik gibi temaların alanın güncel gündemini oluşturduğu görülmektedir. Bu çerçevede kurumsal strateji alanında, gelişen pazarlarda uluslararasılaşma, inovasyon, dijitalleşme, sürdürülebilirlik, birleşme ve satınalmalar ve organik büyüme stratejilerini konu edinen çalışmaların görece zayıf kaldığı ve bu alanda bir boşluk olduğu belirtilebilir. Kurumsal stratejilerin örgütlerin bekasını belirlemesi sebebiyle bu alanda güncel temalı araştırma alanının ilerletilmesinin örgütlerin yönetimine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## ABSTRACT

This study aims to reveal the intellectual structure of the field through a bibliometric analysis of publications on corporate strategy. For this purpose, performance analysis and scientific mapping methods, two basic techniques of bibliometric analysis, were used to reveal the view of the research field of 1023 publications obtained from the Web of Science (WoS)/Social Sciences Citation Index (SSCI) database. It is seen that there is a wide and developed research field with a predominance of empirical studies since 1980 until today. In the field of corporate strategy, research on growth and diversification strategies based on resource-based approach, agency theory and corporate governance has gained weight, but since the 2000s, themes such as business groups, acquisitions, innovation, digitalization, internationalization and sustainability in emerging markets have been the current agenda of the field. In this framework, it can be stated that the studies on internationalization, innovation, digitalization, mergers and acquisitions, sustainability, and organic growth strategies in the field of corporate strategy in emerging markets are relatively weak and there is a gap in this field. Since corporate strategies determine the survival of organizations, it is thought that advancing the current thematic research area in this field will contribute to the management of organizations.

**1. Giriş**

Kurumsal strateji, alanın ilk günlerinden bu yana yönetim araştırmaları ve uygulamalarında merkezi bir konu olmuştur (Barnard, 1938; Andrews, 1971; Rumelt vd., 1994). Strateji alanında en çok

araştırılan konulardan biri haline gelmiş (Feldman, 2020) ve işletme ve yönetim programlarında en yaygın olarak öğretilen derslerden bazılarının alt konusu olmuştur (Alcacer vd., 2021). Kurumsal strateji, bir bütün olarak işletmenin yönünü, genel gidişatını, hangi

\* Bu çalışma, 32. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi'nde sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

\*\* Sorumlu yazar/Corresponding author.

e-posta: [obenuru@arel.edu.tr](mailto:obenuru@arel.edu.tr)

Atıf/Cite as: Ürü, F. O. (2024). Kurumsal Strateji Çalışmalarının Entelektüel Yapısı: Bibliyometrik Bir Analiz. Journal of Emerging Economies and Policy, 9(SI), 167-186.

This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors.

iş alanında bulunduğunu veya bulunmaması gerektiğini belirlemekte ve pazar genelinde nasıl değer yarattığı konusunu ele almaktadır. Kurumsal strateji, işletmenin varlık nedenine; uygun kapsamına; çeşitlendirilmiş işletmelerin nasıl etkili bir şekilde organize edilip yönetildiğine, birleşme ve satınalmalar, elden çıkarmalar, işbirlikleri, yatay-dikey bütünleşme ve genel merkezin rolü gibi işletmenin bekasında belirleyici olan konulara odaklanmaktadır (Chandler, 1962; Collis ve Montgomery, 1998; Menz vd, 2021). İşletme ve yönetim gibi farklı sosyal bilim alanlarından beslenerek ortaya çıkan ve stratejik yönetim alanında kendine yer bulan kurumsal strateji konusu yıllar içerisinde evrimleşerek konsolide olurken, kapsamı itibarıyla işletmelerin sürdürülebilirliğinde temel belirleyici bir nitelik arz etmesi, kurumsal stratejilerin, alandaki araştırmacı ve uygulayıcıların da odağında yer almasına neden olmuştur.

Bu çerçevede, kurumsal strateji alanındaki araştırmaların ortaya koyularak sentezlenmesi bu araştırma alanının ilerletilmesine katkıda bulunabilir. Bilimsel bir alanın incelenerek, alanın entelektüel yapısının ve temel eğilimlerinin ortaya konması, bu bilimsel alanın gelişimi açısından önemlidir (Zupic ve Cater, 2015). Bilimsel bir alana ilişkin geçmiş araştırma bulgularının değerlendirilmesinde meta-analiz, sistematik alanyazın taraması gibi yöntemler kullanılsa da geniş ve kapsamlı verilerin değerlendirilmesinde tarafsızlık ve pratiklik gibi avantajları nedeniyle bibliyometrik analiz yöntemi tercih edilmektedir (Gülmez ve diğerleri, 2020). Bu araştırmada, “kurumsal strateji” kavramına ilişkin çalışmaların bibliyometrik analizi yapılmaktadır. Araştırmada performans analizi ve bilimsel haritalama teknikleri yardımıyla kurumsal strateji alanının entelektüel yapısı ortaya konulacaktır. Böylece alanın gündemi ni oluşturan temel eğilimlerin ve gelecek yönelimlerin keşfedilmesi amaçlanmaktadır.

## 1. Kurumsal Strateji

Kurumsal strateji kavramı, akademisyenler ve uygulayıcılar tarafından, bir işletmenin faaliyet gösterdiği karmaşık ve sürekli değişen çevre ile bu çevrede varlığını sürdürebilmek için verdiği tepkileri tetikleyen mekanizma arasındaki ilişkiyi kavramsallaştırmaya yönelik bilinçli bir girişimden doğmuştur. Kurumsal strateji, iyimserlik ve ekonomik başarı ile karakterize edilen yeni bir gerçeklik bağlamında düşünülmüştür. Bu durum, yirminci yüzyılın neredeyse yarısını kapsayan uzun bir durgunluk döneminin sonucunda ortaya çıkmıştır. H. Igor Ansoff’un (1965) çığır açan ‘Kurumsal Strateji’ kitabı aracılığıyla resmi kurumsal strateji uygulamasını başlattığı (Hunter, 2020) ve stratejiye rasyonalist ve planlama odaklı bir bakış açısının yanı sıra strateji oluşturmanın kodlanmış aşamalarını da sunduğu görülmüştür. Bu açıdan stratejik planlama kavramının başlangıcı, gayri resmi olarak “kurumsal stratejinin babası” olarak adlandırılan Ansoff’a (1965) atfedilebilir. Ansoff, çok bölümlü işletmelerin çeşitli bölümlerinin stratejilerini koordine etmek ve yönetmek için sistematik planlama getirmiştir. Bu çerçevede, Ansoff’un kavramları, stratejinin yeniden düzenlenmiş

bir versiyonunun dayandırılabilceği bir temel sağlamıştır. Bunu yaparken, stratejinin birçok temel bileşeninin geliştirilmiş bir biçimini tanımlamıştır. O dönemde yürütülen araştırmalar (örneğin, Ackoff, 1970); Steiner, 1979), kurumsal stratejileri biçimselleştiren stratejik planlamanın arkasındaki itici gücün tepe yönetim olduğuna işaret etmiştir. Buna bağlı olarak da kurumsal strateji tanımı, işletmeyi bir bütün olarak kapsayan, işletmenin genel olarak tanımlanması ve yatırım önceliklerinin belirlenmesiyle ilgili üst yönetimce hazırlanan ve uygulanan stratejiler olarak şekillenmiştir.

Kurumsal strateji araştırmaları temelde iki temel soru çerçevesinde ele alınmakta ve bu soruları yanıtlamak bu araştırmaların temel amacını oluşturmaktadır: Yöneticiler işletmelerin kapsamını nasıl belirler ve denetlerler? Bir başka ifadeyle, “yöneticiler hangi iş birimlerinin işletmelerine ait olup olmadığını nasıl belirlerler, bu kapsama ulaşmak için hangi işlemleri (birleşme ve satınalmalar, işbirlikleri veya elden çıkarmalar/tasfiye gibi) üstlenirler, kaynakları iş birimleri arasında nasıl tahsis ederler ve bu işletmeler arasındaki karşılıklı bağımlılıkları nasıl koordine ederler veya teşvik ederler?” (Feldman, 2020:183). Yanıtları aranan bu sorular ile şekillenen kurumsal strateji araştırmaları, “işletme içi (yöneticilerin kendi işletme sınırları içindeki kaynakları nasıl koordine edeceği), işletmeler arası (yöneticilerin kendi işletme sınırları ötesindeki diğer işletmelerle ilişkilerini nasıl koordine edeceği) ve işletme dışı (yöneticilerin hangi iş birimlerinin kendi işletme sınırları içinde olup, hangilerinin olmadığını karar vermeleri)” (Feldman, 2020:183) eylemleri odağına alarak çeşitlilik göstermiş ve gelişmiştir.

Bu bağlamda yazındaki kurumsal strateji araştırmalarının işletmelerin bekası, sürdürülebilirliğine ilişkin unsurları açıklamakla ilgili olduğu görülmektedir. Kurumsal strateji araştırmalarına ilişkin ilk örüntülerin, kaynak temelli kuramın (Penrose, 1959; Rumelt, 1974, 1982; Wernerfelt, 1984; Barney, 1986, 1991) vekalet kuramının (Mitnick, 1973; Ross, 1973; Jensen ve Meckling, 1976) ve işlem maliyeti kuramının (Williamson, 1975, 1985) etrafında şekillendiği belirtilebilir. Buna ilaveten, yazında kaynak bağımlılığı kuramı (Pfeffer ve Salancik, 1978) temelinde geliştirilen kurumsal strateji (örneğin, dikey bütünleşme) araştırmalarının da yer aldığı görülmektedir (Mendes, 2018).

Kurumsal stratejilerin temellendirildiği veya desteklendirildiği bu kuram ve bakış açılarını içeren kapsamlı bir yazın değerlendirmesi Knights ve Morgan (1991)’dan gelmektedir. Kurumsal stratejilerin temellendirildiği veya desteklendirildiği bu kuram ve bakış açılarını içeren kapsamlı bir yazın değerlendirmesi Knights ve Morgan (1991)’dan gelmektedir. Knights ve Morgan (1991), bugüne kadarki yazının çoğunun (örneğin Ansoff 1965; Hofer ve Schendel 1978; Porter 1980, 1987), kurumsal stratejinin dinamik bir çevrede işletmeleri yönetmek için bir dizi rasyonel teknik olarak algılandığı bu katı kuralcı bakış açılarını üretme ve/veya destekleme eğiliminde olduğunu belirtmektedirler. Ancak, Knights ve Morgan

(1991), kurumsal stratejinin gerçekte ne ölçüde rasyonel süreçler içerdiğini sorgulayarak bu bakış açılarına karşı çıkan araştırmacıların da (örneğin Pettigrew 1985, 1985a, 1985b, 1986, 1987, 1988; Mintzberg 1978; Mintzberg ve Waters 1982, 1985; Mintzberg ve McHugh 1985) var olduğunu vurgulamaktadırlar. Bu araştırmacılar, kurumsal strateji sürecinin sosyal olarak inşa edilmiş ve dolayısıyla politik karakterine ve rasyonelist planlamacı modellerin örgütsel değişimin belirsiz hızını ve yönünü açıklamaktaki yetersizliğine dikkat çekmektedirler. Bu çerçevede kurumsal strateji araştırmalarının önceleri, Mintzberg ve diğerlerinin (1998) ortaya koyduğu stratejik yönetim okullarından, öncülüğünü Ansoff'un yaptığı Planlama Okulu ile ortaya çıktığı ve günümüzde karmaşık biçimleşme modelleri ile Öğrenme Okulunun önermeleri ile gelişimine devam ettiği belirtilebilir.

Yazındaki bu farklı kuram ve bakış açıları kapsamında şekillenen, işletmelerin uyguladıkları birçok kurumsal strateji mevcuttur. İlgili yazın incelendiğinde bazı yazarların bu kurumsal stratejileri stratejik davranış şeklinde sınıflandırdığı, bazı yazarların da 'stratejik hamle' veya doğrudan kurumsal veya temel (grand) stratejiler olarak belirttikleri görülmektedir. Ülgen ve Mirze (2010), kurumsal (temel) temel stratejilerin, işletmenin yaşamını sürdürebilmesi ve rekabet üstünlüğü sağlayabilmesi için gelecekte yapması ve yapmaması gerekli olan iş ve faaliyetleri ile ilgili olduğunu belirtmektedir. Bu çerçevede kurumsal stratejiler, örgütün bir bütün olarak yönünü seçme ve iş/ürün portföyünün yönetimiyle ilgili stratejilerdir (Wheelen ve Hunger, 2012). Bu stratejiler farklı araştırmacılar tarafından Tablo 1'deki gibi sınıflandırılmıştır.

## 2. Yöntem

Bu araştırmanın amacı kurumsal strateji alanının entelektüel yapısını ortaya çıkarmaktır. Bu amaç etrafında oluşturulan araştırma soruları şunlardır:

- Kurumsal strateji üzerine yapılan yayınların türlerine göre dağılımları nasıldır?
- Yapılan yayınlar nasıl bir yazarlık modeline sahiptir?
- Kurumsal strateji üzerine yapılan araştırmalar yıllar itibarıyla nasıl bir dağılıma sahiptir?
- En sık görülen kaynaklar (dergileri kitaplar, vb. gibi) hangileridir? Kaynakların yayınlar arasındaki dağılımı nasıldır?
- Yayınların yayıncılara göre dağılımı nasıldır?
- En sık kullanılan anahtar kelimeler hangileridir?
- Yayınlar içinde en çok atıf yapılan referanslar hangileridir?
- Yazında en üretken yazarlar hangileridir?
- Kurumsal strateji yazınında en etkin ülkeler hangileridir?
- Ülkeler arası ortak çalışmalar nasıl bir dağılım göstermektedir?

- Kurumsal strateji yazınında en etkin ülkelerin faaliyet endeksi nedir?
- En çok atıf alan yayınlar hangileridir?

Yukarıdaki araştırma sorularına bibliyometrik analiz yöntemi kullanılarak cevap aranmıştır. Bibliyometrik analiz, büyük hacimli bilimsel verilerin keşfi ve analizinde kullanılan, araştırmacıya araştırdığı konuyla ilgili eğilimleri ve ilişkileri analiz etmesine olanak sağlayan bir yöntemdir (Pritchard, 1969; Broadus, 1987). Bu açıdan bibliyometrik analiz yöntemiyle araştırmacı, konuya ilişkin genel bir bakış açısı kazanarak alandaki boşlukları belirleyerek, değerlendirme ve yeni araştırma alanlarını keşfetme imkânına sahip olabilmektedir (Donthu ve diğerleri, 2021). Bibliyometrik analiz teknikleri çoğunlukla performans analizi ve bilimsel haritalama olmak üzere iki kategoride ele alınmaktadır (Zupic & Cater, 2015). Performans analizi, araştırma bileşenlerinin (yazar, ülke, kurum, kaynak, anahtar kelime vb. gibi) katkılarını tanımlayıcı istatistiklere dayalı belirlerken, bilimsel haritalama, araştırma bileşenleri arasındaki ilişkileri böylece bilimsel alanın dinamiklerini keşfetmeyi hedeflemektedir (Donthu ve diğerleri, 2021). Bilimsel haritalama kapsamında atıf analizleri, ortak atıf analizi, yayınlar arası bağlantılar, kelimelerin ortak kullanımları ve ortak yazarlık analizleri gibi yayınlar arası ilişkiler incelenmektedir (Zupic & Cater, 2015). Bu çalışmada, bibliyometrik analizin bu iki temel yöntemi olan performans analizi ve bilimsel haritalama yöntemleri kullanılmıştır.

Alanın genel yapısı ve eğilimlerini belirleyen yüksek etkili çalışmaların Social Sciences Citation Index (SSCI)'daki çalışmalar olduğu varsayımından hareketle bu araştırmanın veri setinin, Mart 2024 itibarıyla Web of Science (WoS)/ SSCI veritabanı üzerinden indirilen yayınlardan elde edilmesine karar verilmiştir. WoS/SSCI veritabanında başlığında veya anahtar sözcüklerinde "corporate strateg\*" veya "corporate-level strateg\*" geçen yayınlar aranmıştır. Buna ilaveten, çalışma alanı ve yayın dili bakımından filtreleme yapılarak yayın dili İngilizce olan ve WoS kategorilerinden İşletme ve Yönetim kategorisinde yer alan yayınlar araştırmaya dâhil edilmiştir.

Bu filtrelemeyle yapılan arama sonucunda 1980-2024 yıllarını kapsayan toplam 1023 yayın bulunmuş ve bu 1023 yayın araştırmanın veri seti olarak kullanılmıştır. Araştırmanın veri seti tespit edildikten sonra, verilerin analize uygun hale getirilmesi, düzenlenmesi ve analizinde yani *performans analizinde* BibExcel ve Excel programlarından, bibliyometrik ağları oluşturmak ve görselleştirmek için ise yani *bilimsel haritalamada* Pajek (Batagelj ve Mrvar, 2003) ile VOSviewer (Van Eck ve Waltman, 2010) programlarından yararlanılmıştır.

**Tablo 1:** Kurumsal Strateji ve Stratejik Davranış Sınıflandırmaları

Kurumsal Strateji Sınıflandırmaları		Stratejik Davranış Sınıflandırmaları	
Glueck (1980)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bağımlı/Bağımsız</li> <li>▪ Durağan Strateji</li> <li>▪ İçsel Büyüme Stratejileri</li> <li>▪ Dışsal Büyüme Stratejileri</li> <li>▪ Revizyon Stratejileri</li> </ul>	Ansoff (1982)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kuralcı</li> <li>2. Deneyimci</li> <li>3. Uzantıcı</li> <li>4. Tahminci</li> <li>5. Yaratıcı</li> </ol>
Robbins ve Coulter (2011)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Büyüme Stratejileri <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Yatay Entegrasyon</li> <li>○ Dikey Entegrasyon</li> <li>○ Uzmanlaşma</li> <li>○ Çeşitlendirme</li> </ul> </li> <li>▪ Durağan Strateji</li> <li>▪ Revizyon Stratejileri <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Yenilenme Stratejileri</li> <li>○ Tasarruf Stratejileri</li> </ul> </li> </ul>	Ansoff (1987)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Organik Model</li> <li>2. Reaktif Model</li> <li>3. Ad-Hoc Model</li> <li>4. Sistemik Model</li> </ol>
Wheelen ve Hunger (2012)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Yönlendirici (Directional) Stratejiler <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Büyüme (Growth) Stratejileri <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ İç (Internal) Büyüme Stratejileri <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Yoğunlaşma (Concentration) Stratejileri</li> <li>➢ Çeşitlendirme (Diversification) Stratejileri</li> </ul> </li> <li>▪ Dış (External) Büyüme Stratejileri <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Birleşme (Merger) Stratejisi</li> <li>➢ Satın Alma (Acquisition) Stratejisi</li> <li>➢ Stratejik İşbirliği (Strategic Alliance)</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>○ Durgunluk (Denglilik) (Stability) Stratejileri <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Yavaş Büyüme Stratejisi</li> <li>▪ Kar ve Harmanlama (Profit) Stratejisi</li> <li>▪ Fasilalı Durgun Büyüme (Pause/Proceed with Caution) Stratejisi</li> <li>▪ Destekli Büyüme Stratejisi</li> <li>▪ Değişmeme (No Change) Stratejisi</li> </ul> </li> <li>○ Tasarruf (Çekilme) (Retrenchment) Stratejileri <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Etrafına Bakma (Turnaround) Stratejisi</li> <li>▪ Mahkûm İşletme (Captive Company) Stratejisi</li> <li>▪ Kısmi Tasfiye/Elden Çıkarma (Sell Out/Divestment) Stratejisi</li> <li>▪ İflas/Tam Tasfiye (Bankruptcy/Liquidation) Stratejisi</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>▪ Ana Şirket Stratejisi (Parenting Strategy, Corporate Parenting)</li> <li>▪ İnovasyon (Innovation) Stratejisi</li> </ul>	Miles ve Snow (1978)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atılğan</li> <li>2. Analizci</li> <li>3. Savunmacı</li> <li>4. Tepkici</li> </ol>
Ülgen ve Mirze (2010)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bağımlı/Bağımsız</li> <li>▪ Büyüme Stratejileri</li> <li>▪ Küçülme Stratejileri</li> <li>▪ Durağan Stratejiler</li> <li>▪ Karma Stratejiler</li> </ul> <p>Alt Gruplar</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ İlişkili/İlişkisiz</li> <li>▪ Bağımlı/Bağımsız</li> <li>▪ Yatay/Dikey</li> <li>▪ Aktif/Pasif</li> </ul>	Rowe ve Diğerleri (1989)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Agresif</li> <li>2. Rekabetçi</li> <li>3. Durağan</li> <li>4. Korunmacı</li> </ol>
Eren (2010)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Büyüme Stratejileri <ul style="list-style-type: none"> <li>○ İç Büyüme</li> <li>○ Dış Büyüme</li> </ul> </li> <li>▪ Durgun Büyüme Stratejileri</li> <li>▪ Tasarruf Stratejileri</li> </ul>		

**Kaynak:** Alparslan ve Çarıkçı (2013) ve Ürü Sanı (2018)'den uyarlanmıştır.

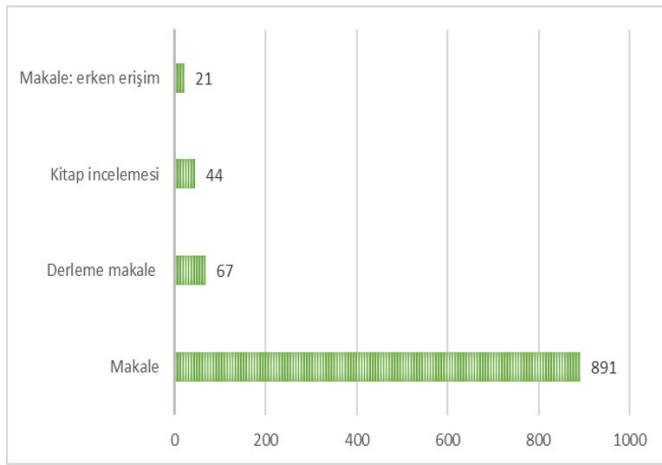
### 3. Yöntem

Bu araştırmanın veri setini oluşturan 1023 çalışmanın performans analizi sonuçları ile bilimsel haritalama analiz sonuçları bu bölümde sunulmaktadır. Veri setini oluşturan yayınların 377'si "WoS Citations Topics Micro" sınıflandırmasına göre "bilgi yönetimi"; 132'si "kurumsal yönetim"; 93'ü "uluslararasılaşma" kategorisinde yer almaktadır.

#### 3.1. Kurumsal Strateji Çalışmalarının Yayın Türü

Kurumsal strateji çalışmalarının yayın türlerine göre dağılımı Şekil 1'de gösterilmektedir. Şekil 1'e göre yayınların 891'i (%87,097) makale, 67'si (%6,549) derleme makale, 44'ü (%4,301) kitap incelemesi, 21'i (%2,053) makale: erken erişim türündedir.

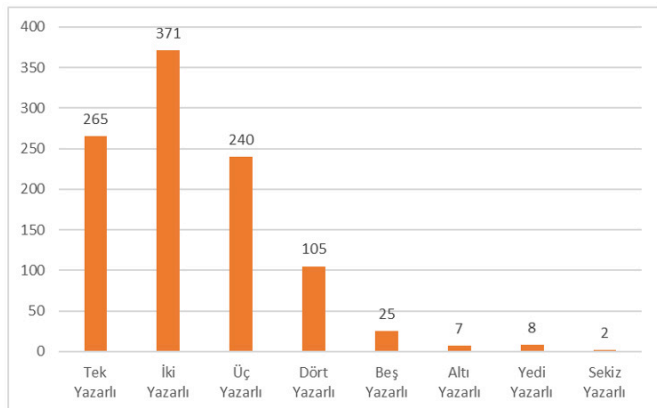
**Şekil 1:** Kurumsal Strateji Çalışmalarının Yayın Türlerine Göre Dağılımı



#### 3.2. Kurumsal Strateji Çalışmalarının Yazarlık Modeli

Çalışmaların yazarlık modeline göre dağılımı Şekil 2'de sunulmaktadır. Şekil 2'ye göre kurumsal strateji çalışmaları çoğunlukla iki yazar tarafından (371 yayın) kaleme alınmış, en az da sekiz yazar tarafından (2 yayın) yürütülmüştür.

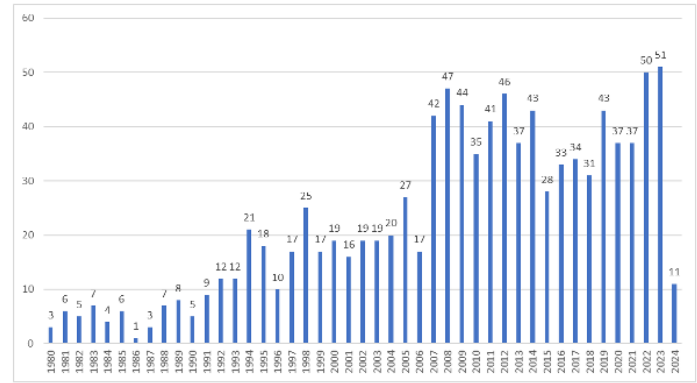
**Şekil 2:** Kurumsal Strateji Çalışmalarının Yazarlık Modeline Göre Dağılımı



#### 3.3. Kurumsal Strateji Çalışmalarının Yıllara Göre Dağılımı

Yayınların yıllara göre dağılımını gösteren Şekil 3 incelendiğinde, 1980'den itibaren günümüze kadar kurumsal strateji üzerine yazının büyüdüğü belirtilebilir. Covid-19 pandemisinin ilk iki yılında (2020-2021) küçük bir oranda yayınlarda düşüş gözlemlense de, 2022 ve 2023 yıllarında yayınların artış göstererek zirveye ulaştığı görülmektedir. SSCI kategorisindeki dergilerde en az 1-2 yıllık yayın süreci olduğu göz önüne alındığında, pandemi döneminde de çalışmaların yapıldığı düşünülebilir.

**Şekil 3:** Yayınların Yıllara Göre Dağılımı



#### 3.4. En Sık Görülen Kaynaklar

Yayınlar SSCI'da taranan 132 dergide yayınlanmıştır. Tablo 2'de en sık görülen ilk 20 kaynak yer almaktadır. Tablo 2'ye göre Strategic Management Journal 148 yayınlı en fazla sayıda çalışmayı yayınlamış; ardından 55 yayınlı Management Decision, 51 yayınlı Journal of Business Research ve 42 yayınlı Harvard Business Review dergileri gelmektedir. Yayın başına ortalama atıf sayıları kaynakların etkisini gösterdiğinden, 20 çalışmayı yayınlayan Academy of Management Journal 451,45 yayın başına ortalama atıf sayısı ile kurumsal strateji alanında etkisi en yüksek dergi olurken, bu dergiyi sırasıyla, 16 çalışmayı yayınlayan Academy of Management Review (219,56) ve 148 çalışmayı yayınlayan Strategic Management Journal (190,25) dergileri takip etmektedir. Bir başka deyişle kurumsal strateji alanında etkisi en yüksek dergiler sırasıyla Academy of Management Journal, Academy of Management Review, Strategic Management Journal ve Administrative Science Quarterly dergileridir.

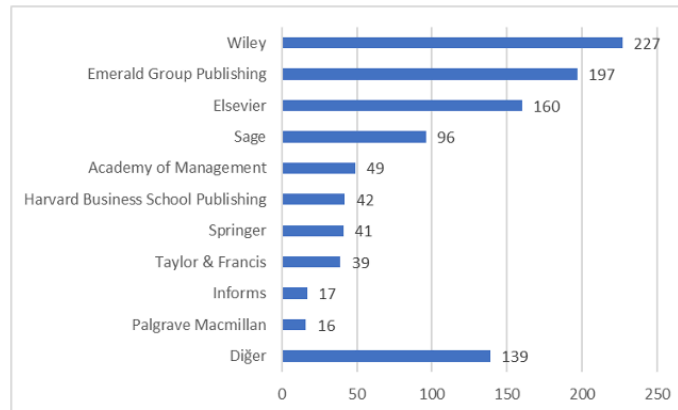
**Tablo 2:** En Sık Görülen İlk 20 Kaynak

Kaynak	Yayıncı	Yayın Sayısı	%	Atıf Sayısı	Yayın Başına Ortalama Atıf
Strategic Management Journal	Wiley	148	14,467	28157	190,25
Management Decision	Emerald Group Publishing	55	5,376	1511	27,47
Journal of Business Research	Elsevier	51	4,985	2744	53,80
Harvard Business Review	Harvard Business School Publishing	42	4,105	2865	68,21
Journal of Management Studies	Wiley	41	4,007	4012	97,85
California Management Review	Sage	31	3,030	1362	43,94
International Journal of Operations & Production Management	Mcb Univ Press Ltd	22	2,150	1382	62,82
Academy of Management Journal	Academy of Management	20	1,955	9029	451,45
Research Policy	Elsevier	20	1,955	1255	62,75
Organization Science	Informa	19	1,857	1916	100,84
Journal of International Business Studies	Journal of International Business Studies	18	1,759	2140	118,89
Academy of Management Review	Academy of Management	16	1,564	3513	219,56
International Business Review	Elsevier	16	1,564	537	33,56
Journal of Organizational Change Management	Emerald Group Publishing	15	1,466	1041	69,40
Industrial Marketing Management	Elsevier	15	1,466	218	14,53
Service Industries Journal	Taylor & Francis	14	1,368	144	10,29
Administrative Science Quarterly	Sage	12	1,173	2248	187,33
Journal of Business & Industrial Marketing	Emerald Group Publishing	12	1,173	252	21,00
R & D Management	Wiley	11	1,075	329	29,91
Chinese Management Studies	Emerald	11	1,075	61	5,55

Bu çalışma kapsamında kaynakların dağılımı da sunulmuştur (Bkz Tablo 3). Şöyle ki, 132 dergide yayınlanan toplam 1023 çalışma, yayın sayılarına göre yaklaşık üç eşit kümeye bölündüğünde, 1. kümeyi oluşturan ilk 5 derginin (Strategic Management Journal, Management Decision, Journal of Business Research, Harvard Business Review, Journal of Management Studies) yazındaki tüm yayınların üçte birini kapsadığı görülmektedir.

**Tablo 3:** Kaynakların Dağılımı

Küme	Dergi Sayısı	Yayın Sayısı	%	Çoklu Faktör
I	5	337	32,942	0
II	24	341	33,333	4,8
III	103	345	33,724	4,2917
<b>Toplam</b>	<b>132</b>	<b>1023</b>	<b>100</b>	

**Şekil 4:** Yayınların Yayıncılara Göre Dağılımı

### 3.5. Yayınların Yayıncılara Göre Dağılımı

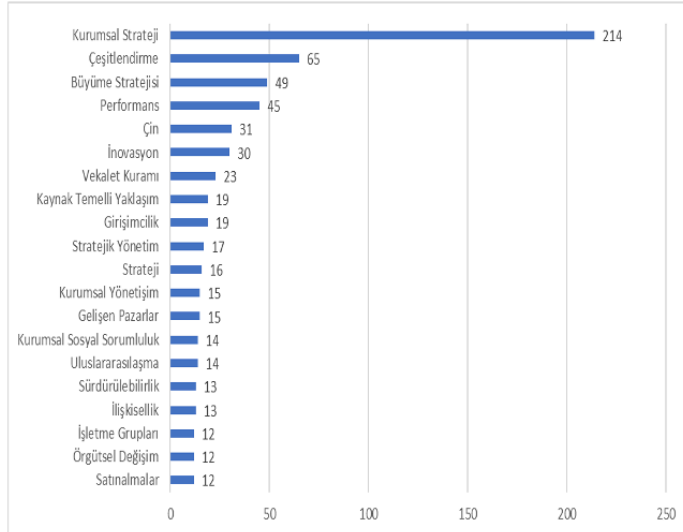
Yayınlara yayıncılara göre dağılımını gösteren Şekil 4 incelendiğinde, çalışmaların çoğunluğunun Wiley dergilerinde (%22,189) yayımlandığı görülmektedir. Ardından sırasıyla, Emerald Group Publishing (%19,257), Elsevier (%15,640), Sage (%9,384) takip etmektedir.

### 3.6. En Sık Kullanılan Anahtar Kelimeler

Bu çalışmanın konusunu oluşturan “kurumsal strateji” anahtar kelime olarak 214 kez kullanılmıştır. Kurumsal strateji ile ilgili çalışmalarda en sık kullanılan 20 anahtar kelimenin sıklıkları Şekil 5’de gösterilmektedir. Kurumsal strateji çalışmalarının konusunu oluşturan anahtar kelimeler ve bunlar arasındaki ilişkileri görebilmek için VOSviewer programı kullanılarak tüm anahtar kelimelerin bilimsel haritası çıkarılmıştır (Bkz. Şekil 6).

Buna ilaveten, ilişkileri detaylı görerek araştırma konularını yorumlayabilmek adına en sık kullanılan anahtar kelimeler özelinde tek tek her birinin kavramsal haritaları da çıkarılmıştır. Buna göre kurumsal strateji dışında en fazla kullanılan kelimelerin sırasıyla çeşitlendirme ve büyüme stratejisi türleri olduğu ve bu stratejilerin de işletme performansına olan etkilerinin araştırıldığı görülmektedir.

**Şekil 5: Anahtar Kelimelerin Sıklıkları**



Bundan başka, Çin özelinde girişimcilik temelinde inovasyon ve çeşitlendirme stratejilerinin işletme performansı ve marka değeri ile ilişkilerinin çoğunlukla örnek olay çalışması şeklinde araştırıldığı belirtilebilir. Ayrıca araştırmaların kuramsal temellerinin de büyük çoğunlukla vekâlet kuramına, kaynak temelli yaklaşıma ve kurumsal yönetime dayandırıldığı ifade edilebilir.

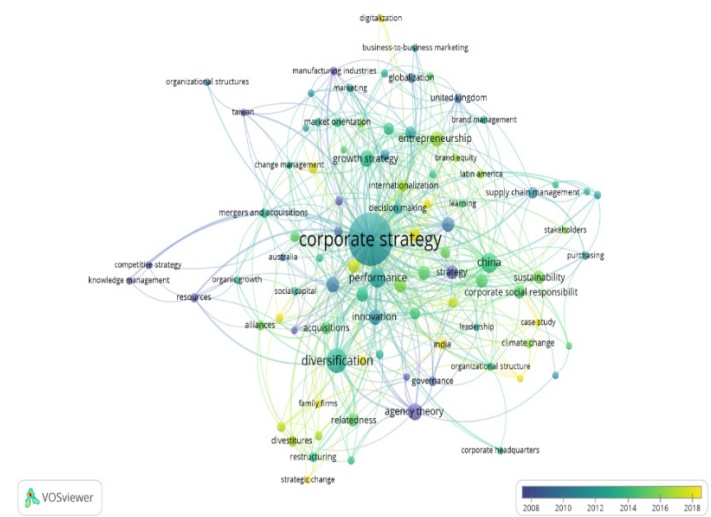
Çalışmalarda yatay büyüme stratejisi olarak uluslararası genişleme ve uluslararası pazarlara giriş yöntemlerinin (uluslararası stratejilerin) özellikle Çin, Hindistan, Tayvan, Latin Amerika gibi gelişen pazarlarda araştırıldığı görülmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk

faaliyetlerinin, kurumsal kuram ve kurumsal yönetim temelinde işletmelerin büyüme stratejilerinin sürdürülebilirlikleriyle olan ilişkilerinin de sıklıkla araştırıldığı belirtilebilir.

Çalışmalarda kaynak temelli yaklaşım çerçevesinde çeşitlendirme ve uluslararası pazarlara giriş stratejileri kapsamında bu yeni pazarların işletmenin mevcut ürün/coğrafi pazarlarıyla olan ilişkisinin araştırıldığı ifade edilebilir. Ayrıca, Hindistan gibi yükselen ekonomilerde işletme gruplarının izledikleri uluslararası genişleme ve çeşitlendirme stratejilerinin örgütsel öğrenme aracılığıyla rekabet avantajlarına ve performanslarına olan etkilerinin de araştırıldığı belirtilebilir.

Buna ilaveten, Çin özelinde uluslararası genişleme stratejileri kapsamında dijitalleşme ve girişimcilik yönelimi ile sürdürülebilirlik ve marka değeri ilişkilerinin araştırıldığı görülmektedir. Yine büyüme stratejileri kapsamında organik büyüme, stratejik işbirlikleri ve birleşme ve satınalma stratejileri ile elden çıkarma/kısmi tasfiye stratejilerinin özelde aile işletmeleri kapsamında araştırıldığı ifade edilebilir.

**Şekil 6: Ortak Kelime Analizi – Kurumsal Strateji Çalışmalarının Güncel Konulara Göre Kavramsal Haritası**



### 3.7. En Çok Atıf Yapılan Referanslar

Kurumsal strateji ile ilgili SSCI’da yer alan 1023 yayının referansları içinde en çok atıf yapılan referansların sırasıyla Barney’nin 1991’deki ‘Firm Resources and Sustained Competitive Advantage’, Penrose’un 1959’daki ‘The Theory of The Growth of The Firm’, Rumelt’in 1974’deki ‘Strategy, Structure, and Economic Performance’ ve Wernerfelt’in 1984’deki ‘The Resource-Based View of the Firm’ başlıklı çalışmalarının olduğu görülmektedir (Bkz. Tablo 4).

Bu çalışmaların, kurumsal strateji yazınında araştırmacıların başucu eserler niteliğinde yararlandıkları yayınlar olduğu belirtilebilir.

**Tablo 4.** En Çok Atıf Yapılan Referanslar

Referanslar	Atıflar
Barney J, 1991, V17, P99, J Manage, Doi 10.1177/014920639101700108	157
Penrose E., 1959, V4Th, The Theory Of The Growth Of The Firm	132
Rumelt, R., 1974, Strategy Structure Economic Performance	122
Wernerfelt B, 1984, V5, P171, Strategic Manage J, Doi 10.1002/Smj.4250050207	106
Williamson O. E., 1975, Analysis And Antitrust Implications: A Study In The Economics Of Internal Organization, Markets And Hierarchies	93
Jensen MC, 1976, V3, P305, J Financ Econ, Doi 10.1016/0304-405X(76)90026-X	85
Teece DJ, 1997, V18, P509, Strategic Manage J, Doi 10.1002/(Sici)1097-0266(199708)18:7<509::Aid-Smj882>3.0.Co;2-Z	83
Nelson R. R., 1985, Evol Theor	70
Palepu K, 1985, V6, P239, Strategic Manage J, Doi 10.1002/Smj.4250060305	70
Porter M., 1980, Corporate Strategy, Doi 10.1016/J.Jclepro.2007.05.002	67
Prahalad CK, 1990, V68, P79, Harvard Bus Rev	66
Teece DJ, 1982, V3, P39, J Econ Behav Organ, Doi 10.1016/0167-2681(82)90003-8	61
Eisenhardt KM, 1989, V14, P532, Acad Manage Rev, Doi 10.2307/258557	61
Porter ME, 1987, V65, P43, Harvard Bus Rev	59
Palich LE, 2000, V21, P155, Strategic Manage J, Doi 10.1002/(Sici)1097-0266(200002)21:2<155::Aid-Smj82>3.0.Co;2-2	58
Hambrick DC, 1984, V9, P193, Acad Manage Rev, Doi 10.2307/258434	56
Peteraf MA, 1993, V14, P179, Strategic Manage J, Doi 10.1002/Smj.4250140303	55
Chatterjee S, 1991, V12, P33, Strategic Manage J, Doi 10.1002/Smj.4250120104	53
Pfeffer J., 1978, The External Control Of Organizations	52
Jensen MC, 1986, V76, P323, Am Econ Rev	50
Dierickx I, 1989, V35, P1504, Manage Sci, Doi 10.1287/Mnsc.35.12.1504	50
Chandler A.D., 1962, Strategy Structure	50
Amihud Y, 1981, V12, P605, Bell J Econ, Doi 10.2307/3003575	50
Hitt MA, 1997, V40, P767, Acad Manage J, Doi 10.5465/256948	49
Porter MU., 1985, Competitive Advantage: Creating And Sustaining Superior Performance	47
Dimaggio PJ, 1983, V48, P147, Am Sociol Rev, Doi 10.2307/2095101	47
March JG, 1991, V2, P71, Organ Sci, Doi 10.1287/Orsc.2.1.71	47
Prahalad CK, 1986, V7, P485, Strategic Manage J, Doi 10.1002/Smj.4250070602	47

### 3.8. En Üretken Yazarlar

Kurumsal strateji üzerine en fazla yayın yapan 20 yazar, bağlı oldukları kurumlar ve atıf sayıları Tablo 5'te sunulmaktadır. Tablo 5'e göre en fazla yayın üreten yazarlar sırasıyla Feldman (11), Westphal (8), Hitt (7), Hoskisson (7), Wiersema (6) ve Gebauer (6)'dır.

En üretken yazarlar içinde ürettikleri bu yayınlarla aldıkları atıf sayılarına göre alanda en etkili olanları ise sırasıyla 4 yayınlı 1890 atıf alan Harrison, ardından 3 yayınlı 1383 atıf alan Helfat ve sonrasında 6 yayınlı 2452 atıf alan Wiersema'dır.



**Tablo 5:** En Üretken İlk 20 Yazar, Kurumları ve Aldıkları Atıflar

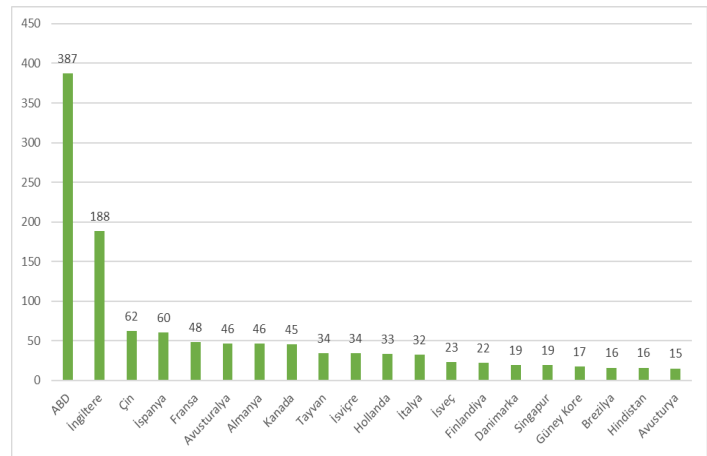
Yazar	Yayın Sayısı	Yazarın Bağlı Bulunduğu Kurum	Atıflar
Feldman, Emilie R.	11	Wharton School of the University of Pennsylvania, USA	342
Westphal, James D.	8	Stephen M. Ross School of Business of University of Michigan, USA	1749
Hitt, Michael A.	7	Mays Business School of Texas A&M University, USA	1217
Hoskisson, Robert E.	7	Jones Graduate School of Business of Rice University, USA	1705
Wiersema, Margarethe F.	6	Paul Merage School of Business of University of California Irvine, USA	2452
Gebauer, Heiko	6	Eawag: Swiss Federal Institute of Aquatic Science and Technology, Switzerland	976
Moschieri, Caterina	5	IE Business School of IE University, Spain	133
Folta, Timothy B.	5	School of Business of University of Connecticut, USA	258
Brenes, Esteban R.	4	INCAE Business School, Costa Rica	10
Villalonga, B.	4	Leonard N. Stern School of Business of New York University, USA	439
Knights, David	4	Lancaster University Management School, UK	778
Harrison, Jeffrey S.	4	Robins School of Business of University of Richmond, USA	1890
Anand, Jaideep	4	Fisher College of Business of Ohio State University, USA	434
Wilkinson, Adrian	4	Manchester School of Management of University of Manchester, UK	10
Kowalkowski, Christian	4	Hanken School of Economics, Finland	724
Rugman, Alan M.	4	Templeton College of University of Oxford, UK	515
Cannella, Albert A.	4	Mays Business School of Texas A&M University, USA	417
Delios, Andrew	4	NUS Business School of National University of Singapore, Singapore	253
Agarwal, Rajshree	4	Gies College of Business of University of Illinois , USA	349
Helfat, Constance E.	3	Tuck School of Business of Dartmouth College, USA	1383

### 3.9. En Etkin Ülkeler, Ülkelerin İşbirlikleri ve Faaliyet Endeksleri

Kurumsal strateji ile ilgili yazında toplam 56 ülkenin yayın yaptığı görülmektedir. Yayın sayısına göre en etkin ilk 20 ülke Şekil 7’de gösterilmektedir. 56 ülke içinde yayın sayısına göre en etkin ülke 387 yayımla ABD’dir. Bu sonuç, kurumsal strateji alanının gelişmesine katkıda bulunan, temelini oluşturan yazarların çok büyük çoğunluğunun ABD adresli araştırmacılar olmalarından kaynaklanmaktadır. ABD’den sonra 188 yayımla başta İngiltere olmak üzere Kıta Avrupasının kurumsal strateji yazınında önemli bir ağırlık teşkil ettiği görülmektedir. Çin ise İngiltere’den sonra 3. Sıradaki en etkin ülkedir. Dikkat çekici bir sonuç ise Türkiye’nin 2 adet yayımla (2008 ve 2022 yıllarında 1’er yayımla) 56 ülke arasında 39. sırada yer almasıdır. Diğer bir deyişle SSCI’da endekslenen Türkiye adresli “Kurumsal Strateji” çalışmalarında büyük bir boşluk olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buradan hareketle SSCI’da endekslenen ‘kurumsal strateji’ yazınına ilişkin ülkemizden stratejik yönetim alanındaki araştırmacıların daha fazla katkı yapmaları gerektiği belirtilebilir.

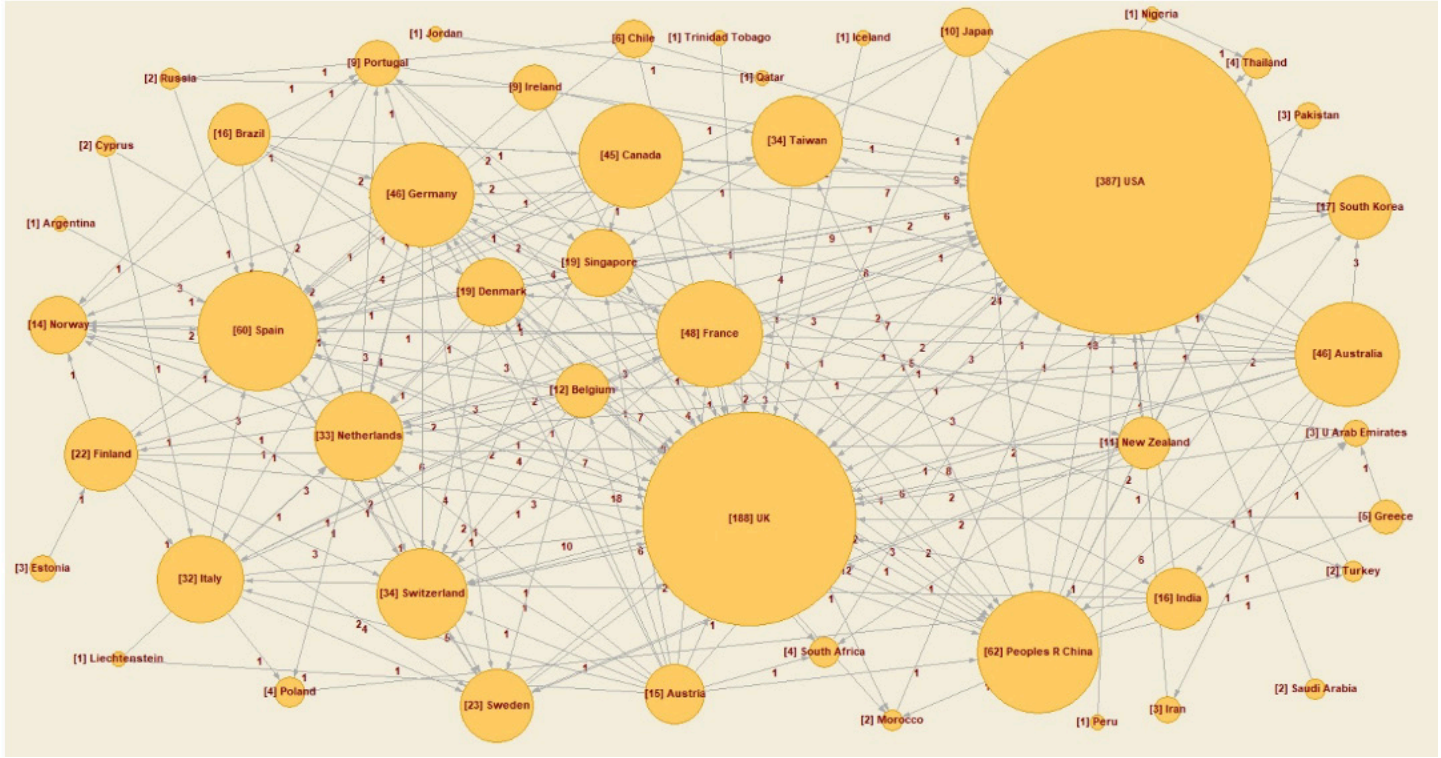
Ülkelerin işbirlikleri de ayrıca analiz edilmiştir. Bu çerçevede, ülkeler arası ortak çalışma ve ağ haritası oluşturulmasında VOSviewer yerine Pajek programı, büyük ağların analizi için etkili algoritmaları kullanarak analiz sonucunu sayısal olarak görselleştirme imkânını sunabilmesi nedeniyle tercih edilmiştir. Pajek programıyla oluşturulan ülkeler arası ağ haritasındaki daireler, büyüklükleri ve üzerindeki rakamlar sırasıyla ilgili ülkeyi, ülkenin yazındaki etkinliğini ve yayın

sayılarını göstermektedir. Daireler arasındaki oklarla gösterilen rakamlar ise ülkeler arası ortak çalışma (işbirliği) sayısını göstermektedir.

**Şekil 7:** Kurumsal Strateji Yazınında En Etkin Ülkeler

Şekil 8’de gösterildiği üzere kurumsal strateji araştırmalarında en fazla ortak çalışma 24 işbirliği ile İngiltere ve ABD arasında yapılmıştır. İngiltere-ABD arasındaki ortak çalışmadan sonra sırasıyla en fazla Çin ve ABD’nin 18, Fransa ve ABD’nin 17, Çin ve İngiltere’nin 12, İtalya ve İngiltere’nin 10 ortak çalışmalarının bulunduğu görülmektedir. Kurumsal strateji yazınında toplam 208 ortak çalışmanın yapıldığı tespit edilmiştir.

Şekil 8: Ülkelerin İşbirlikleri-Ülkeler arası ortak çalışma ve ağ haritası



Bu araştırma kapsamında ayrıca ülkelerin faaliyet endeksleri de hesaplanmıştır. Faaliyet Endeksi (Activity Index (AI)), belirli bir ülkenin belirli bir konuda dünya yayımlarına göre karşılaştırmalı araştırma çabasıdır (Thavamani, 2015). Bir başka ifadeyle faaliyet endeksi, bir ülkenin belirli bir alandaki göreceli araştırma çabasını tanımlamaktadır (Fuchs ve Tunger, 2023). Faaliyet endeksinin hesaplanmasında aşağıdaki AI formülü (Thavamani, 2015, s. 6) kullanılmıştır:

$$AI = \frac{(I_i / I_o)}{(W_i / W_o)} * 100$$

$I_i$  = Belirli bir ülkenin  $i$  yılındaki çıktısı

$I_o$  = Belirli bir ülkenin toplam çıktısı

$W_i$  = Belirli bir  $i$  yılındaki dünya çıktısı

$W_o$  = Dünyadaki toplam çıktı

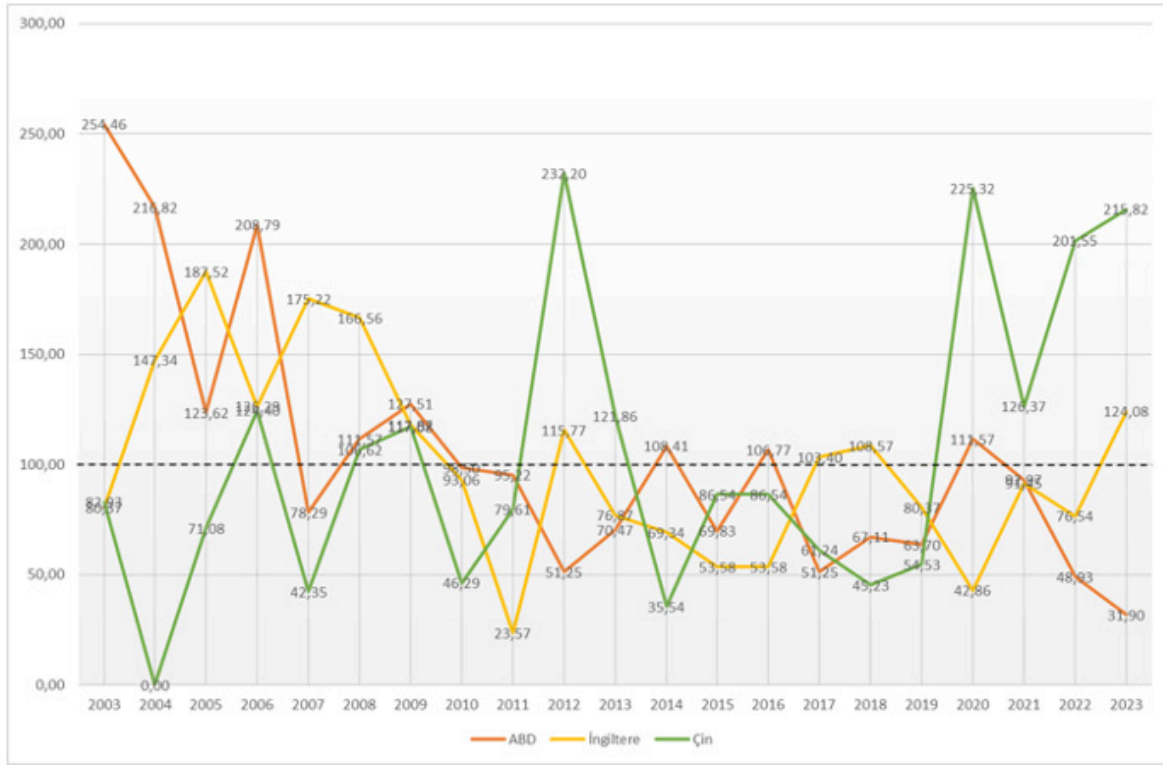
$AI > 100$  dünya ortalamasından daha yüksek faaliyeti yansıtmaktadır.

$AI < 100$ , incelenen alana adanan çabanın ortalamadan daha düşük olduğunu gösterir.

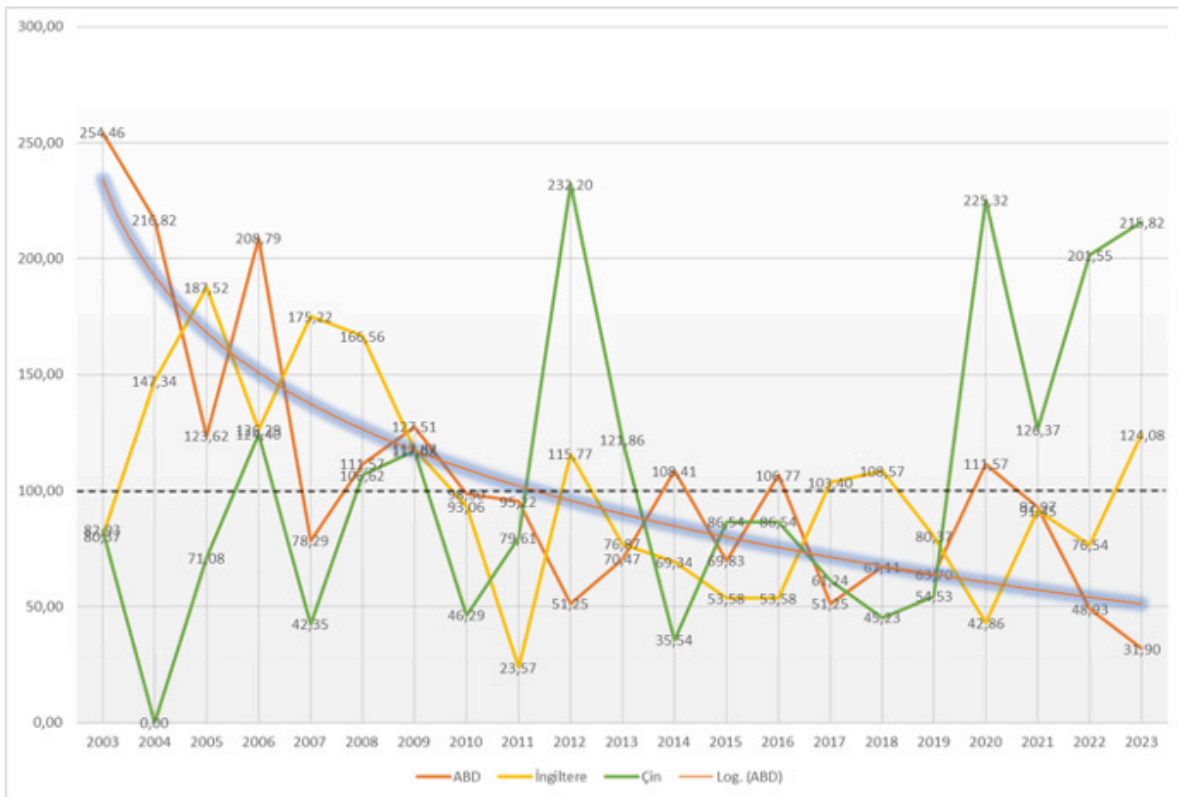
Ülkelerin faaliyet endekslerinin hesaplanabilmesi için şu adımlar izlenmiştir: Öncelikle BibExcel Programı aracılığıyla ülke-yıl-yayın verileri oluşturulup, Excel'e aktarılmış ve Excel'de ülke-yıl-yayın sayılarını tek tek ve kümülatif gösteren Pivot tablosu oluşturulmuştur. Bu tablodan da veriler yeni bir Excel dosyasına aktarılarak ülke faaliyet endeksi için yeni bir tablo yaratılmış ve AI formülü kullanılarak her yıl bazında, yayın sayısına göre en etkin ilk üç ülke olan ABD, İngiltere, Çin'in 1980-2023 arası faaliyet endeksleri hesaplanmıştır. Bu verilerin grafikleri toplu halde ve her üç ülkenin logaritmik eğilimlerini de ayrı ayrı gösterecek şekilde oluşturulmuştur.

Yayın sayısına göre en etkin ilk üç ülke olan ABD, İngiltere, Çin'in toplu halde 'Kurumsal Strateji' yazımına ilişkin son 10 yıllık faaliyet endeksi Şekil 9'da gösterilmektedir.

Şekil 9'a göre, ABD'nin faaliyet endeksinin dünya ortalamasından düşük olduğu yıllar ( $AI < 100$ ) 2007, 2010-2013, 2015, 2017-2019, 2021-2023'tür. İngiltere'nin faaliyet endeksinin dünya ortalamasından düşük olduğu yıllar ( $AI < 100$ ) 2003, 2010-2011, 2013-2016, 2019-2022'dir. Çin'in faaliyet endeksinin dünya ortalamasından yüksek olduğu yıllar ( $AI > 100$ ) 2006, 2008-2009, 2012-2013, 2020-2023'tür.

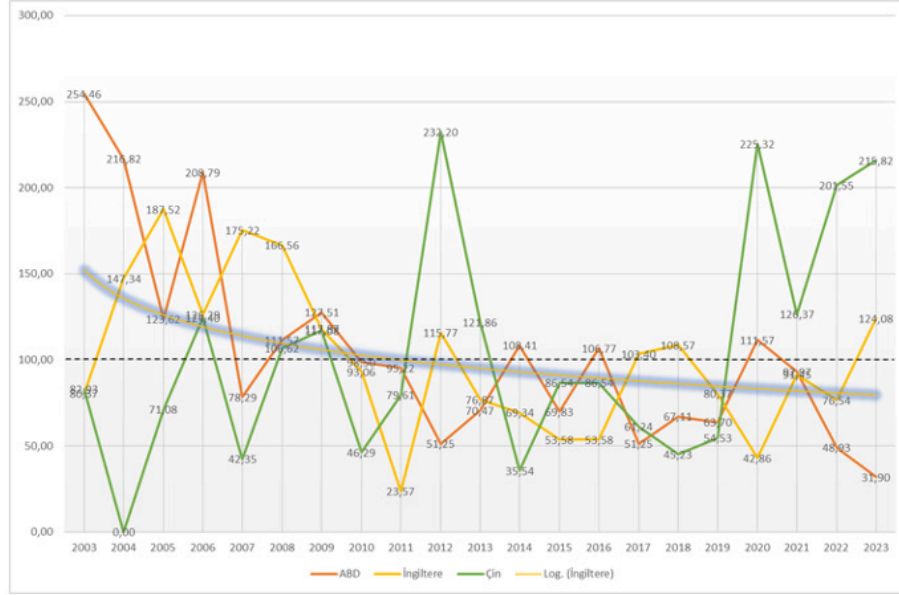
**Şekil 9:** Kurumsal Strateji Yazınında En Etkin İlk Üç Ülkenin Faaliyet Endeksi (2003-2023)

Covid-19 pandemisiyle başlayan son 3 yıllık değişim dönemine odaklanıldığında Çin'in yayın performansının çok büyük oranda artış gösterdiği, ABD'nin ise her yıl büyük düşüş gösterdiği; İngiltere'nin ise pandeminin ilk 2 yılında düşüş gösterdiği ancak geçen yıl tekrar artış eğilimine girdiği görülmektedir.

**Şekil 10:** ABD'nin Son 10 Yıllık Faaliyet Endeksindeki Eğilimi

Bu 3 ülkenin tüm yıllar itibariyle faaliyet endeksleri değerlendirildiğinde, ABD'nin kurumsal strateji yazınının oluşmasına öncülük etmesinin getirilerinden 1981 yılından 2006 yılına kadar en etkin ülke, en fazla yayın ve atıflar kapsamında yararlandığı ancak bu yayın performansı ile önümüzdeki on yıllarda eğilimleri de bu yönde devam ettiği sürece zirveyi Çin'e bırakacakları öngörülebilir (Bkz. Şekil 10).

**Şekil 11:** İngiltere'nin Son 10 Yıllık Faaliyet Endeksindeki Eğilimi

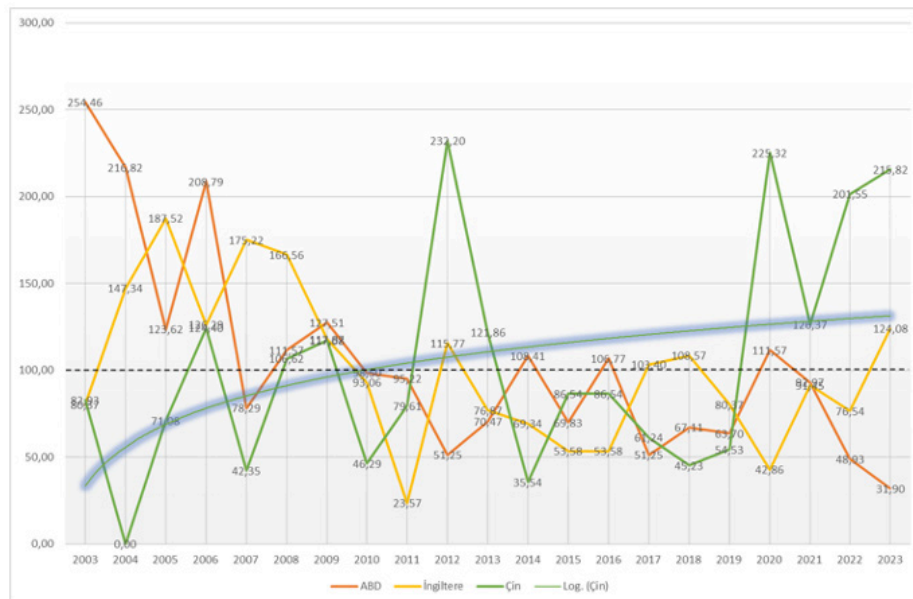


Ülkelerin faaliyet endekslerinin işaret ettiği bir diğer husus ise İngiltere'nin yayın performansının ABD'ye oranla daha az bir düşme eğiliminde olmasıdır (Bkz. Şekil 11).

Çin'in yayın performansının 2012 ve 2019 yılları arasında düşük seyretmesine karşın pandemi dönemiyle birlikte büyük bir atılım gösterdiği görülmektedir.

Buna ilaveten, Çin'in tıpkı ABD gibi faaliyet endeksinin alt kırılımlarında da (örneğin dergi gibi kaynak ve yayıncı bakımından) SSCI'da taranan daha fazla sayıda dergi ve bu dergileri yayımlayan yayıncılara sahip olmaları, yayın performanslarında zirveye ulaşma sürelerini kısaltacaktır (Bkz. Şekil 12). Ülkemiz özelinde düşünüldüğünde, öncelikle alana ilişkin yayın sayısının ve bununla birlikte SSCI'da taranan dergilerimizin olmasının doğrudan faaliyet endeksimizi etkileyerek yayın performansımızı iyileştireceği açıktır.

**Şekil 12:** Çin'in son 10 yıllık faaliyet endeksindeki eğilimi



## 3.10. En Çok Atıf Alan Yayınlar

Kurumsal strateji yazında en çok atıf alan ilk 20 yayın Tablo 6'da gösterilmektedir. Tablo 6 incelendiğinde, en çok atıf alan çalışmanın Peteraf'ın 1993 yılında Strategic Management Journal dergisinde yayınlanan "The Cornerstones of Competitive Advantage -A Resource-Based View" başlıklı makalesi olduğu görülmektedir. Peteraf'ın bu makalesine toplam 4741 atıf yapılmış olup atıf ortalaması 152,94'tür. Bu yayını Fombrun ve Shanley'nin 1990 yılında Academy of Management Journal dergisinde yayınlanan "What's in a Name - Reputation Building and Corporate-strategy" başlıklı makalesi toplam 2591 atıfla izlemektedir.

Yıllık ortalama atıf sayısına göre en etkili yayınlar değerlendirildiğinde Verhoef ve diğerlerinin 2021 yılında Journal of Business Research dergisinde yayınlanan "Digital Transformation: A Multidisciplinary Reflection and Research Agenda" başlıklı makalelerinin 349,67 yıllık atıf ortalamasıyla en etkili yayın olduğu görülmektedir. Bu yayını sırasıyla 152,94 yıllık atıf ortalamasıyla Peteraf'ın 1993 yılında yayınlanan makalesi ve ardından Parmar ve diğerlerinin 118,50 yıllık atıf ortalamasıyla 2010 yılında yayınlanan makaleleri izlemektedir.

**Tablo 6:** Atıf Sayısına Göre En Etkili İlk 20 Yayın

Yayın Adı	Yayın Kaynağı	Yayın Türü	Yazar	Konu	Atıf Sayısı (WoS Tabanlı)	Yıllık Ortalama Atıf (WoS Tabanlı)
The cornerstones of competitive advantage - A resource-based view (1993)	Strategic Management Journal	Makale	Peteraf, M.A.	Rekabet avantajına ilişkin kaynak temelli bakış açısının altında yatan ekonomiyi açıklamakta ve mevcut perspektifleri, kaynak ve firma performansına ilişkin bir modelle bütünleştirerek bu modelin iş stratejisi ve kurumsal stratejiye yönelik uygulamalarını tartışmaktadır.	4741	152,94
What's in a name - Reputation building and corporate-strategy (1990)	Academy of Management Journal	Makale	Fombrun, C.; Shanley, M.	Kamuoyunun, firmaların örgütsel alanlardaki göreceli yapısal konumları hakkındaki bilgilere dayanarak nasıl itibar inşa ettiği incelemektedir.	2591	76,21
Stakeholder theory: The state of the art (2010)	Academy of Management Annals	Makale	Parmar, B.L.; Freeman, R.E.; Harrison, J.S.; Wicks, A.C.; Purnell, L.; de Colle, S.	Etkileşenler (Paydaş) kuramının iş etiği, kurumsal strateji, finans, muhasebe, yönetim ve pazarlama gibi geniş bir disiplin yelpazesinde başlıca kullanımlarını ve uyarlamalarını incelemektedir.	1659	118,50
Top management team demography and corporate strategic change (1992)	Academy of Management Journal	Makale	Wiersema, M.F.; Bantel, K.A.	Fortune 500 şirketlerinden oluşan bir örnekleme, üst yönetim ekiplerinin demografisi ile çeşitlendirme düzeyindeki mutlak değişim olarak ölçülen kurumsal stratejik değişim arasındaki ilişkiyi incelemiştir.	1567	48,97
A contingent resource-based view of proactive corporate environmental strategy (2003)	Academy of Management Review	Makale	Aragón-Correa, J.A.; Sharma, S.	Bir işletmenin genel rekabet ortamının boyutlarının, işletme-doğal çevre arayüzünü yönetmek için dinamik, proaktif bir kurumsal stratejinin geliştirilmesini nasıl etkileyeceğini durumsallık, dinamik yetenekler ve firmanın doğal kaynak temelli görüşü üzerinden incelemektedir.	1379	65,67

Yayın Adı	Yayın Kaynağı	Yayın Türü	Yazar	Konu	Atıf Sayısı (WoS Tabanlı)	Yıllık Ortalama Atıf (WoS Tabanlı)
Interorganizational alliances and the performance of firms: A study of growth and innovation rates in a high-technology industry (2000)	Strategic Management Journal	Makale	Stuart, T.E.	Şirketler arası teknoloji ittifakları ile firma performansı arasındaki ilişkiyi araştırmakta ve ittifakların erişim ilişkileri olduğunu ve dolayısıyla odak firmanın stratejik koalisyon portföyünden elde ettiği avantajların ittifak ortaklarının kaynak profillerine bağlı olduğunu savunmaktadır.	1107	46,13
A knowledge accessing theory of strategic alliances (2004)	Journal of Management Studies	Makale	Grant, R.M.; Baden-Fuller, C.	Önerdiği bilgiye erişim işbirlikleri kuramı ile firmalar arası stratejik işbirliklerinin hem firmalara hem de pazara göre birincil avantajının bilgi edinmekten ziyade bilgiye erişim olduğunu ve bunun da kurumsal stratejideki genel eğilimlerle tutarlılık avantajları sunduğunu savunmaktadır.	1056	52,80
Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda (2021)	Journal of Business Research	Makale	Verhoef, P.C.; Broekhuizen, T.; Bart, Y.; Bhattacharya, A.; Dong, J.Q.; Fabian, N.; Haenlein, M.	Dijital dönüşümün üç aşamasını tanımlayarak dijital firmalar için büyüme stratejilerinin yanı sıra dijital ortamda başarılı bir dönüşüm için gerekli varlık ve yeteneklerin neler olduğunu ortaya koymaktadır.	1049	349,67
Human-resource systems and sustained competitive advantage - A competence-based perspective (1994)	Academy of Management Review	Derleme Makale	Lado, A.A.; Wilson, M.C.	Stratejik yönetimin kaynak temelli bakış açısının kuramsal içgörülerine dayanarak, insan kaynakları sistemlerinin örgütsel yetkinliklerin geliştirilmesini ve kullanılmasını kolaylaştırma veya engelleme potansiyelini araştırmaktadır.	993	33,10
Being good or being known: An empirical examination of the dimensions, antecedents, and consequences of organizational reputation (2005)	Academy of Management Journal	Makale	Rindova, V.P.; Williamson, I.O.; Petkova, A.P.; Sever, J.M.	Örgütlerin kurumsal itibarlarının, ekonomik sonuçlar üzerinde farklı etkilere sahip olabilecek farklı etkileşen (paydaş) algılarını ne ölçüde kapsadığını incelemektedir.	904	47,58
Estimating the performance effects of business groups in emerging markets (2001)	Strategic Management Journal	Makale	Khanna, T.; Rivkin, J.W.	İş grubu- yasal olarak bağımsız firmaların oluşturduğu konfederasyonlar- üyeliğinin firma karlılığı üzerindeki etkilerini 14 gelişen pazarda- Arjantin, Brezilya, Şili, Hindistan, Endonezya, İsrail, Meksika, Peru, Filipinler, Güney Afrika, Güney Kore, Tayvan, Tayland ve Türkiye-araştırmaktadır.	873	37,96

Yayın Adı	Yayın Kaynağı	Yayın Türü	Yazar	Konu	Atıf Sayısı (WoS Tabanlı)	Yıllık Ortalama Atıf (WoS Tabanlı)
The future of business groups in emerging markets: Long-run evidence from Chile (2000)	Academy of Management Journal	Makale	Khanna, T.; Palepu, K.	İlişkisiz çeşitlendirmenin net faydalarını araştırarak firmaların 1988-1996 döneminde Şili'deki iş gruplarıyla olan ilişkilerinden ne ölçüde fayda sağladıkları konusunda farklılıklar olduğunu göstermektedir.	830	34,58
Corporate effects and dynamic managerial capabilities (2003)	Strategic Management Journal	Makale	Adner, R.; Helfat, C.E.	Kurumsal stratejinin ve şirket yöneticilerinin özellikle değişen bir çevreye yanıt olarak gerçekleştirdikleri eylemlerin etkisini araştırarak değişen dış koşullar karşısında yönetsel kararlarda ve firma performansında heterojenlik bulgusunu desteklemek için dinamik yönetsel yetenekler kavramını ortaya koymaktadır.	816	38,86
The social construction of reputation - certification contests, legitimation, and the survival of organizations in the American automobile-industry - 1895-1912 (1994)	Strategic Management Journal	Makale	Rao, H.	Örgütler arasındaki performans farklılıklarının altında maddi olmayan kaynakların yattığını savunarak, itibarın sosyal olarak inşa edildiği fikrinden hareketle, itibarı meşrulaştırma sürecinin bir sonucu olarak tasvir etmekte ve bu çerçevede sertifika yarışmalarında kazanılan zaferlerin, firmaların yetkinlik konusunda itibar kazanmalarını sağlayan kimlik bilgileri olduğunu öne sürmektedir.	803	26,77
From competitive advantage to corporate-strategy (1987)	Harvard Business Review	Makale	Porter, M.E.	Firmaların kurumsal stratejileri ile rekabet avantajı kazanarak başarılı olmaları için dört kurumsal strateji kavramını-portföy yönetimi, yeniden yapılandırma, beceri transferi ve faaliyet paylaşımı-ortaya koymaktadır.	758	25,27
The composition of boards of directors and strategic control - effects on corporate-strategy (1990)	Academy of Management Review	Makale	Baysinger, B; Hoskisson, R.E.	(a) Sahiplik, yönetim kontrolü ve yönetim kurullarının kompozisyonu arasındaki ilişki; (b) yönetim kurullarının kompozisyonu ve kontrol stratejileri (stratejik ve finansal kontroller) arasındaki ilişki ve (c) kontrol seçimi, kurumsal strateji ve stratejik seçim arasındaki ilişki ile ilgili kuram ve önermeler ortaya koymaktadır.	714	21,00

Yayın Adı	Yayın Kaynağı	Yayın Türü	Yazar	Konu	Atıf Sayısı (WoS Tabanlı)	Yıllık Ortalama Atıf (WoS Tabanlı)
Intraorganizational ecology of strategy making and organizational adaptation: Theory and field research (1991)	Organization Science	Makale	Burgelman, R.A.	Strateji oluşturma konusunda örgüt içi ekolojik bir bakış açısı sunmakta ve içsel seçilimin, örgütsel değişim ve hayatta kalmayı açıklamak için dışsal seçim ile nasıl birleşebileceğini incelemektedir.	711	21,55
Cognitive change, strategic action, and organizational renewal (1992)	Strategic Management Journal	Makale	Barr, P.S.; Stimpert, J.L.; Huff, A.S.	Eşleştirilmiş bir çift ABD demiryolundan elde edilen boylamsal verilerin analizi ile örgütsel yenilenmenin yeni koşulları fark etmekten çok, çevresel değişim ile kurumsal strateji arasında bağlantı kurabilmeye ve bu bağlantıyı zaman içinde değiştirmeye bağlı olduğunu göstermektedir.	700	21,88
The Impact of New Media on Customer Relationships (2010)	Journal of Service Research	Makale	Hennig-Thurau, T.; Malthouse, E.C.; Friege, C.; Gensler, S.; Lobschat, L.; Rangaswamy, A.; Skiera, B.	Yeni medya kanallarının, yerleşik iş modellerini ve kurumsal stratejileri tehdit ettiği, ancak aynı zamanda yeni uyarlanabilir stratejiler yoluyla büyüme için geniş fırsatlar da sunduğu görüşünü ortaya koyarak şirketlerin yeni medya evreninde müşterilerle ilişkilerini yönetirken dikkate almaları gereken temel yeni medya fenomenlerini tanımlamaktadır.	664	47,43
Reputation and corporate-strategy - A review of recent theory and applications (1988)	Strategic Management Journal	Derleme Makale	Weigelt, K.; Camerer, C.	İtibar oluşturma davranışının oyuncuların piyasa eylemlerini etkilediği firmalar arası durumları tartışarak firma içi konulara ve itibar oluşturma davranışının örgütsel verimlilik üzerindeki etkisini incelemektedir.	663	18,42

#### 4. Sonuç

Bu çalışmada kurumsal strateji yazını, WoS/SSCI veritabanından Mart 2024 itibariyle elde edilen 1023 yayın üzerinden performans analizleri ve bilimsel haritalama teknikleri BibExcel, Excel, VOSviewer ve Pajek programları kullanılarak bibliyometrik yöntemlerle analiz edilmiş ve alanın entelektüel yapısı ortaya konmuştur. Kurumsal strateji üzerine yapılan ilk yayın 1980 yılında 3 adet iken bu sayı 2023 itibariyle 51'e yükselmiş ve 2024'ün ilk üç ayı itibariyle de şimdiden 11 yayın yayınlanmıştır. Bu sonuç, kurumsal strateji yazınının gelişmiş bir araştırma alanına sahip olduğunu göstermiştir. Alanda en sık iki yazarlı çalışmaların olduğu ve en fazla sayıda çalışmayı da sırasıyla Strategic Management Journal, Management Decision ve Journal of Business Research dergilerinin yayınladığı belirlenmiştir. Buna karşın, alanın etkili

dergilerinin sırasıyla Academy of Management Journal, Academy of Management Review, Strategic Management Journal ve Administrative Science Quarterly dergilerinin olduğu tespit edilmiştir. Alanda en fazla yayını Wiley'nin yayımladığı görülmüştür. Ayrıca alanın en üretken yazarlarının sırasıyla Feldman, Westphal, Hitt ve Hoskisson olduğu, 4 yayınlı 1890 atıf alan Harrison'un en etkili yazar olduğu belirlenmiştir.

Kurumsal strateji alanında, kaynak temelli yaklaşım, vekâlet kuramı ve kurumsal yönetim çerçevesinde temeli oluşturulan büyüme ve çeşitlendirme stratejilerine ilişkin araştırmaların ağırlık kazandığı görülse de 2000'li yıllardan itibaren gelişen pazarlarda işletme grupları, satınalmalar, inovasyon, dijitalleşme, uluslararasılaşma ve sürdürülebilirlik gibi temaların alanın güncel gündemini oluşturduğu görülmektedir. Bu çerçevede, kurumsal strateji alanında,



gelişen pazarlarda uluslararasılaşma, inovasyon, dijitalleşme, sürdürülebilirlik, birleşme ve satınalmalar ve organik büyüme stratejilerini konu edinen çalışmaların görece zayıf kaldığı ve bu alanda bir boşluk olduğu belirtilebilir. Kurumsal stratejilerin örgütlerin bekasını belirlemesi sebebiyle bu alanda güncel temalı araştırma alanının ilerletilmesinin örgütlerin yönetimine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kurumsal strateji yazınında en etkin ilk üç ülkenin sırasıyla ABD, İngiltere ve Çin olduğu, Türkiye'nin ise 56 ülke arasında yalnızca 2 adet yayımla 39. sırada yer aldığı görülmüştür. Bu sonuçla alanda Türkiye adresli yayımlarda fazlasıyla bir boşluk olduğu, yayın sayısının artırılarak buna paralel biçimde SSCI'da taranan dergi ve bu dergileri yayımlayacak yayıncılara gereksinim olduğu görülmüştür. Çalışma kapsamında en etkili ilk üç ülkenin faaliyet endeksleri de hesaplanmıştır. Sonuç itibarıyla, ABD ve İngiltere'nin son 10 yıllık faaliyet endekslerinde logaritmik düşüş eğilimlerinin olduğu, buna mukabil Çin'in yayın performansının ise ciddi bir yükselişe geçtiği tespit edilmiştir. Alanda ayrıca en çok atfı Peteraf'ın 1993'te *Strategic Management Journal*'da yayınlanan rekabet avantajına ilişkin kaynak temelli bakış açısının altında yatan ekonomiyi açıklayarak mevcut perspektifleri, kaynak ve firma performansına ilişkin bir modelle bütünleştirerek bu modelin iş stratejisi ve kurumsal stratejiye yönelik uygulamalarını tartıştığı çalışmasının aldığı görülmüştür.

Kurumsal stratejiye ilişkin yazında herhangi bir bibliyometrik araştırmaya rastlanılmamıştır. Bu çalışma ile yazındaki ilgili boşluğun doldurulduğu ve böylelikle alanın kapsamlı bir entelektüel yapısının çeşitli bibliyometrik analiz yöntemleri kullanılarak ortaya koyulduğu belirtilebilir. Çalışmanın bu güçlü yönleri yanında bazı kısıtları da söz konusudur. Öncelikle araştırma verileri sadece WoS/SSCI veritabanı üzerinden alınmıştır. Bu, çalışmaya ilişkin önemli bir kısıt olmakla birlikte sosyal bilimler alanında stratejik yönetim yazınına ilişkin en etkili yayınların SSCI'da tarandığı düşüncesinden yola çıkılarak niteliksel olarak alanın temelini oluşturan yayınların bu veritabanında yer aldığı varsayılmıştır. Konuya ilişkin gelecek araştırmalarda Scopus veritabanı da dâhil edilerek bir araştırma yapılabilir. Bunun haricinde Türkiye'de TR Dizin ve/veya Dergipark veritabanları özelinde kurumsal strateji yazınının bibliyometrik analizi yapılabilir. Ayrıca kurumsal strateji türlerinden bir ya da birkaçını araştıran çalışmalar, WoS/SSCI veya Scopus veritabanları başlığında veya anahtar sözcüklerinde tek tek kurumsal strateji türlerinin isimleri yazılıp aranarak ilgili yazının bibliyometrik analizi yapılabilir. Buna ilaveten TR Dizin veya Dergipark veritabanlarında benzer şekilde söz konusu kurumsal strateji türlerinin isimleri tek tek yazılıp aranarak ilgili yazının Türkiye bağlamında bibliyometrik analizi yapılabilir. Son tahlilde, bu çalışmanın stratejik yönetim alanındaki araştırmacılara ve konu üzerine eğilmek isteyenlere alanın entelektüel yapısını ortaya çıkararak ve alandaki boşlukları işaret ederek faydalı olacağı düşünülmektedir.

## Kaynakça

- Ackoff, R. (1970). A concept of corporate planning. *Long Range Planning*, 3(1), 2-8. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(70\)90031-2](https://doi.org/10.1016/0024-6301(70)90031-2)
- Alcacer, J., Collis, D. & Sadun, R. T. (2021). *The strategy course at top business schools*. Working Paper. Boston, MA: Harvard Business School,
- Alparslan, A. M. & Çarıkçı, İ. H. (2013). İşletmede strateji oluşturma yaklaşımlarını değerlendirmeye yönelik bir vaka çalışması, *Istanbul Management Journal*, 25(76), 1-33.
- Andrews, K. R. (1971). *Concept of corporate strategy*. Homewood, IL: Dow Jones-Irwin.
- Ansoff, H. I. (1965). *Corporate strategy: An analytic approach to business policy for growth and expansion*. New York: McGraw-Hill.
- Ansoff, H. I. (1982). *Strategic management*. London: Macmillan.
- Ansoff, I. H. (1987). The emerging paradigm of strategic behavior. *Strategic Management Journal*, 8(6), 501-515. <https://doi.org/10.1002/smj.4250080602>
- Barnard, C. I. (1938). *The functions of the executive*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Barney, J. B. (1986). Strategic factor markets: Expectations, luck, and business strategy. *Management Science*, 32(10), 1231-1241. <https://doi.org/10.1287/mnsc.32.10.1231>
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Batagelj, V. & Mrvar, A. (2003). Pajek - Analysis and visualization of large networks. M. Jünger, P. Mutzel (Eds.), *Graph drawing software*. (s. 77-103). Berlin: Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-642-18638-7\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-642-18638-7_4)
- Broadus, R. N. (1987). Toward a definition of "bibliometrics". *Scientometrics* 12(5-6), 373-379. <https://doi.org/10.1007/BF02016680>
- Chandler, A. D. (1962). *Strategy and structure: Chapters in the history of the American industrial enterprise*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Collis, D. J. & Montgomery, C. A. (1998). Creating corporate advantage. *Harvard Business Review*, 76(3), 70-83.
- Donthu, N., Satish, K., Mukherjee, D., Pandey, N. & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133(C), 285-296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- Eren, E. (2010). *Stratejik yönetim ve işletme politikası*. 8. Baskı, İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Feldman, E. R. (2020). Corporate strategy: Past, present, and future. *Strategic Management Review*, 1(1), 179-206. <http://dx.doi.org/10.1561/111.00000002>

- Fuchs, J. E. & Tunger, D. (2023). Leveling the AI - Changes to the activity index considered depending on hierarchical levels. *Research Square*, (Version 1), 1-35. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-2676683/v1>
- Glueck, W. F. (1980). *Business policy and strategic management*, Third Edition, New York: McGraw-Hill.
- Gülmez, D., Özteke, I. & Gümüş, S. (2020). Overview of educational research from Turkey published in international journals: A bibliometric analysis. *Education and Science*, 46(206), 213-239. <http://dx.doi.org/10.15390/EB.2020.9317>
- Hofer, C. W. & Schendel, D. (1978) *Strategy formulation: Analytical concepts*. Minnesota: West Publishing Company.
- Hunter, P. (2020). *Corporate strategy (Remastered) I: High performance strategy and leadership in a volatile, disrupted world*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429287350>
- Jensen, M. C. & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behaviour, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Knights, D. & Morgan, G. (1991). Corporate strategy, organizations, and subjectivity: A critique. *Organisation Studies*, 12(2), 251-273. <https://doi.org/10.1177/0170840691012002>
- Mendes, M. V. I. (2018). The winding road of corporate strategy. *Revista Pensamento Contemporaneo em Administracao*, 12(1), 33-46. <https://doi.org/10.12712/rpca.v12i1.1124>
- Menz, M., Kunisch, S., Birkinshaw, J., Collis, D. J., Foss, N. J., Hoskisson, R. E. & Prescott, J. E. (2021). Corporate strategy and the theory of the firm in the digital age. *Journal of Management Studies*, 58(7), 1695-1720. <https://doi.org/10.1111/joms.12760>
- Miles, R. E. & Snow, C. C. (1978). *Organizational strategy, structure, and process*, New York: McGraw-Hill.
- Mintzberg, H. (1978). Patterns in strategy formation. *Management Science*, 24(9) 934-948. <https://doi.org/10.1287/mnsc.24.9.934>
- Mintzberg, H. & McHugh, A. (1985). Strategy formation in an adhocracy. *Administrative Science Quarterly*, 30(2), 160-197. <https://doi.org/10.2307/2393104>
- Mintzberg, H. & Waters, J. A. (1982) Tracking strategy in an entrepreneurial firm. *Academy of Management Journal*, 25(3), 465-499. <https://doi.org/10.2307/256075>
- Mintzberg, H. & Waters, J. A. (1985). Of strategies, deliberate and emergent. *Strategic Management Journal*, 6(3), 257-272. <https://doi.org/10.1002/smj.4250060306>
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B. & Lampel, J. (1998). *Strategy safari*. New York, NY: Free Press.
- Mitnick, B. M. (1973). Fiduciary rationality and public policy: the theory of agency and some consequences. Proceedings of the American Political Science Association, New Orleans, 1-45, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1020859>
- Penrose, E. T. (1959). *The theory of the growth of the firm*. New York: John Wiley & Sons.
- Pettigrew, A. (1985). Examining change in the long-term context of culture and politics. J. M. Pennings (Ed.), *Organizational strategy and change*. San Francisco: Jossey Bass.
- Pettigrew, A. (1985a). *The awakening giant*. Oxford: Blackwell.
- Pettigrew, A. (1985b). Contextualist research: A natural way to link theory and practice. E. Lawler et al. (Eds.), *Doing research that is useful for theory and practice*. (s. 222-274). San Francisco: Jossey Bass.
- Pettigrew, A. (1986). *Is corporate culture manageable*. Centre for Corporate Strategy and Change Working Paper. University of Warwick.
- Pettigrew, A. (1987). Context and action in the transformation of the firm. *Journal of Management Studies*, 24(6), 649-669. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.1987.tb00467.x>
- Pettigrew, A. (1988). *The management of strategic change*. Oxford: Blackwell.
- Pfeffer, J. ve Salancik, G. (1978). *The external control of organizations: A resource dependence perspective*. New York: Harper & Row.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy*. New York: Free Press.
- Porter, M. E. (1987). From competitive advantage to corporate strategy. *Harvard Business Review*, 65(3), 43-59.
- Pritchard, A. (1969). Statistical bibliography or bibliometrics. *Journal of Documentation*, 25, 348-349.
- Robbins, S. P. & Coulter, M. (2011). *Management*. Eleventh Edition, USA: Prentice Hall.
- Ross, S. A. (1973). The economic theory of agency: The principal's problem. *American Economic Review*, 63(2), 134-139. <https://www.aeaweb.org/aer/top20/63.2.134-139.pdf>
- Rowe, A. J., Dickel, K. E., Mason, R. O. & Snyder, N. H. (1989). *Strategic management: A methodological approach*, Third Edition, New York: Addison-Wesley.
- Rumelt, R. P. (1974). *Strategy, structure, and economic performance in large american industrial corporations*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Rumelt, R. P. (1982). Diversification strategy and profitability. *Strategic Management Journal*, 3(4), 359-369. <https://doi.org/10.1002/smj.4250030407>
- Rumelt, R., Schendel, D. & Teece, D. (1994). *Fundamental issues in strategy, A research agenda*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Steiner, G. A. (1979). *Strategic planning: What every manager must know*. Michigan: Free Press.

- Thavamani, K. (2015). Bibliometric study of literature on leptospirosis for the period 2006-2013. *Library Philosophy and Practice*, 7(11), 1-21. <http://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/1253>
- Ülgen, H. & Mirze, K. (2014). *İşletmelerde stratejik yönetim*, İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Ürü Sanı, F. O. (2018). Stratejik açıdan yönetim. A. Akdemir (Ed.), *Örgütlerin yönetimi* (s. 401-453), İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Van Eck, N. J. & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523-538.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180. <https://doi.org/10.1002/smj.4250050207>
- Wheelen, T. L. & Hunger, J. D. (2012). *Strategic management and business policy*. Thirteenth Edition, New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Williamson, O. E. (1975). *Markets and hierarchies: Analysis and antitrust implications*. New York: Free Press.
- Williamson, O. E. (1985). *The economic institutions of capitalism: Firms, markets, relational contracting*. New York: Free Press
- Zupic, I. & Cater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472. <https://doi.org/10.1177/1094428114562629>

## Extended Summary

### Purpose

This study aims to reveal the intellectual structure of the field through a bibliometric analysis of publications on corporate strategy. Since corporate strategies determine the survival of organizations, it is thought that advancing the current thematic research area in this field will contribute to the management of organizations.

### Design/methodology/approach

The aim of this study is to reveal the intellectual structure of the corporate strategy field. The research questions formed around this purpose were sought to be answered by using bibliometric analysis method. In this research, these two basic methods of bibliometric analysis, performance analysis and scientific mapping, were used. Based on the assumption that the high-impact studies that determine the general structure and trends of the field are the studies in the Social Sciences Citation Index (SSCI), it was decided to obtain the data set of this research from publications downloaded from the Web of Science (WoS)/ SSCI database as of March 2024. The WoS/SSCI database was searched for publications with “corporate strateg\*” or “corporate-level strateg\*” in the title or keywords. In addition, by filtering in terms of field of study and language of publication, publications in English and in the Business and Management category of WoS categories were included in the study. As a result of the search with this filtering, a total of 1023 publications covering the years 1980-2024 were found and these 1023 publications were used as the data set of the research. After the data set of the research was determined, BibExcel and Excel programs were used to make the data suitable for analysis, editing and analysis, i.e. performance analysis, and Pajek (Batagelj & Mrvar, 2003) and VOSviewer (Van Eck & Waltman, 2010) programs were used to create and visualize bibliometric networks, i.e. scientific mapping.

### Literature Review

Corporate strategy has been a central topic in management research and practice since the early days of the field (Barnard, 1938; Andrews, 1971; Rumelt et al., 1994). It has become one of the most researched topics in strategy (Feldman, 2020) and a subtopic of some of the most commonly taught courses in business and management programs (Alcacer et al., 2021). Corporate strategy determines the direction of the business as a whole, its overall trajectory, what business area it should or should not be in, and how it creates value across the market. Corporate strategy focuses on the *raison d'être* of the business; its appropriate scope; how diversified businesses are effectively organized and managed; and issues that are decisive for the survival of the business, such as mergers and acquisitions, divestitures, collaborations, horizontal-vertical integration, and the role of headquarters (Chandler, 1962; Collis

& Montgomery, 1998; Menz et al, 2021). While the subject of corporate strategy, which emerged from different social science fields such as business and management and found its place in the field of strategic management, has evolved and consolidated over the years, the fact that it is a fundamental determinant of the sustainability of businesses in terms of its scope has caused corporate strategies to be the focus of researchers and practitioners in the field. In this framework, synthesizing the research in the field of corporate strategy can contribute to the advancement of this research area.

### Findings

While the first publication on corporate strategy was 3 in 1980, this number increased to 51 by 2023 and 11 publications have already been published as of the first three months of 2024. This result shows that the corporate strategy literature has a developed research area. It has been determined that the most frequent two-author studies in the field and the highest number of studies are published by Strategic Management Journal, Management Decision and Journal of Business Research, respectively. On the other hand, the most influential journals in the field are Academy of Management Journal, Academy of Management Review, Strategic Management Journal and Administrative Science Quarterly. It was observed that Wiley published the most publications in the field. In addition, it was determined that the most productive authors of the field were Feldman, Westphal, Hitt and Hoskisson, respectively, and Harrison, who received 1890 citations with 4 publications, was the most influential author. In the field of corporate strategy, research on growth and diversification strategies, which are based on resource-based approach, agency theory and corporate governance, has gained weight, but since the 2000s, themes such as business groups in emerging markets, acquisitions, innovation, digitalization, internationalization and sustainability have been the current agenda of the field. In this context, it can be stated that there is a gap in the field of corporate strategy and that studies on internationalization, innovation, digitalization, sustainability, mergers and acquisitions and organic growth strategies in emerging markets are relatively weak. Since corporate strategies determine the survival of organizations, it is thought that advancing the current thematic research field in this field will contribute to the management of organizations.

It has been observed that the top three most active countries in the corporate strategy literature are the USA, the UK and China, respectively, while Turkey ranks 39th among 56 countries with only 2 publications. With this result, it is seen that there is a gap in the publications addressed to Turkey in the field and that there is a need to increase the number of publications and to increase the number of journals indexed in SSCI and publishers to publish these journals. Within the scope of the study, the activity indices of the top three most influential countries were also calculated.

As a result, the US and the UK's activity indices over the last 10 years have shown a logarithmic downward trend, whereas China's publication performance has been on the rise. Peteraf's study, published in *Strategic Management Journal* in 1993, explains the economics underlying the resource-based perspective on competitive advantage, integrating existing perspectives with a model of resource and firm performance and discussing its applications to business strategy and corporate strategy.

There is no bibliometric research on corporate strategy in the literature. It can be stated that this study fills the relevant gap in the literature and thus reveals a comprehensive intellectual structure of the field using various bibliometric analysis methods. In addition to these strengths, the study also has some limitations. First, the research data was only taken from the WoS/SSCI database. Although this is an important limitation of the study, based on the idea that the most influential publications on strategic management literature in the field of social sciences are scanned in

SSCI, it is assumed that the publications that form the basis of the field qualitatively are included in this database. In future research on the subject, a study can be conducted by including the Scopus database. In addition, a bibliometric analysis of the corporate strategy literature in Turkey can be conducted in TR Index and/or Dergipark databases. In addition, studies investigating one or more of the corporate strategy types can be bibliometrically analyzed by searching the WoS/SSCI or Scopus databases via typing the names of corporate strategy types one by one in the title or keywords. In addition to this, a bibliometric analysis of the related literature in the Turkish context can be made by searching the TR Index or Dergipark databases via typing the names of corporate strategy types one by one in the title or keywords. In the final analysis, this study is thought to be useful for researchers in the field of strategic management and those who want to focus on the subject by revealing the intellectual structure of the field and pointing out the gaps in the field.