

# FRANCHISING'İN 50 YILI ÜZERİNE BİBLİYOMETRİK BİR İNCELEME

## A Bibliometric Examination Over 50 Years Of Franchising

Dr. Sevtap AÇIKGÖZ

İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, İstanbul/TÜRKİYE

### ÖZET

Bu çalışmada bibliyometrik analiz yardımıyla Web of Science Core Collection veri tabanında franchising konusunda yapılmış çalışmalar incelenmiş ve konu ile ilgili eğilimler ve yapılacak yeni çalışmalar için literatüre katkı sağlanmaya çalışılmıştır. Bu amaçla 1975-2020 tarihleri arasında "Franchising" anahtar kelimesi tarama yapılmış, elde edilen 1437 makalenin analizde kullanılmıştır. Çalışmalar yıllara göre yayın ve atıf sayıları, atıf patlamaları, ülke ve yazar iş birliktelikleri açısından incelenmiştir. Analiz sonuçlarına göre; Analizin yapılması için bibliyometrik bilimsel haritalama yöntemi kullanılmış ve analizler Citespace II programı ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmalar; yıllara göre yayın sayılarının dağılımı, yayın türleri, yayın dilleri, yazar atıf sayıları, yayınların ülkelere göre dağılımı ve ülke iş birliktelikleri incelenmiştir.

Analiz sonuçlarına göre, yayın sayıları bağlamında en çok yayının 2019 yılında yayınlandığı tespit edilmiştir. %75 oranında makale yayın türü ile yayın yapıldığı ve yayınların en çok İngilizce dilinde yapıldığı ortaya çıkmıştır. İngilizceyi İspanyolca ve Portekizce takip etmektedir.

Bu durumla ilişkili olarak yayın sayılarının en yüksek olduğu ülkeler sırasıyla; ABD, İngiltere ve Avusturyadır. 2018 yılında 2131 atıf sayısı ile en yüksek orana ulaşan atıfların yazarlarının ise Perrigot R., Windsperger J., Dant R.P. olduğu belirlenmiştir. En fazla atıf sayısına sahip dergiler ise Strategic Management Journal olduğunu tespit edilmiştir. Son 50 yıl yapılan çalışmalarda Franchising konusunun; "Franchise sözleşmesi", "performans" ve "organizasyon formu" temaları ile önemli bağlantılarının olduğu ortaya çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Franchising, bibliyometrik analiz, WoS veri tabanı

### ABSTRACT

In this study, with the help of bibliometric analysis, studies on franchising in the Web of Science Core Collection database are examined and contributions to the literature are tried to be made for trends and new studies. For this purpose, the keyword "Franchising" was scanned between 1975-2020 and 1437 articles were used in the analysis. Studies have been examined in terms of number of publications and citations, citation explosions, country and author collaborations by years. According to the results of the analysis; The bibliometric scientific mapping method was used to perform the analysis and the analyzes were performed with the Citespace II program. Studies; The distribution of publications by years, publication types, publication languages, number of author citations, distribution of publications by countries and country collaborations were examined.

According to the results of the analysis, it was determined that the most publications were published in 2019 in the context of the number of publications. It was revealed that 75% of the article was published with the type of publication and the publications were mostly in English. English is followed by Spanish and Portuguese.

In this regard, the countries with the highest number of publications are; USA, UK and Australia. The authors of the citations, which reached the highest rate with 2131 citations in 2018, were Perrigot R., Windsperger J., Dant R.P. determined to be. It is determined that the journals with the highest number of citations are Strategic Management Journal. During the last 50 years, the subject of Franchising; It was revealed that they had important connections with the themes of " franchise agreement ", " performance " and " organization form. "

**Keywords:** Franchising, bibliometric analysis, WoS database

## 1. GİRİŞ

'Franchise' kelimesi Anglo-Fransız kökenlidir, serbest anlamına gelen "franc"tan gelir ve hem isim hem de eylem olarak kullanılır (Mendelsohn, 2004c). Franchise veren için franchise, bir zincirin yatırımlarını ve sorumluluğunu ortadan kaldıran malları dağıtmak için 'zincir mağazalar' oluşturmaya bir alternatiftir. (Mendelsohn, 1984; Schneider ve Nye, 2003).

İşletmeler yeni bir ürün kategorisi ile pazarda yer bulmak istediklerinde karşılaştırılabilir veya üstün üretim, dağıtım, ticaret ve reklamcılık kapasitesiyle girmesi kritik önem taşımaktadır. Franchise modeli, yukarıda saydığımız unsurlara ek olarak bir şirketin en değerli varlığından; tüketici bilinci, iyi niyet ve marka adıyla iletilen gösterimler gibi faydalarından yararlanarak yeni bir işletmeye girmesinin bir yöntemidir. (Tauber,1981:37).

İki bağımsız firma arasında, franchise alanın franchise veren kişiye ürün (ve / veya hizmetlerini satma hakkı ve / veya ticari markasını belirli bir yerde ve belirli bir şekilde kullanma hakkı için ödeme yaptığı sözleşmeye bağlı bir düzenleme sürecidir. Franchisor ve franchisee arasındaki ilişki sadece ürün, hizmet ve ticari markayı değil, tüm işletme formatının kendisini bir pazarlama stratejisi ve planı, kullanım kılavuzları ve standartları, kalite kontrolü, ve sürekli iki yönlü iletişim içinde olmasını gerektirir (Lafontaine, 1992, s.264). Franchising, bir işletmenin (franchisor), finansal kazanç (hemen veya uzun) için diğerine (franchisee) teslim etme yükümlülüğünü üstlendiği iki şirket arasında imzalanan bir sözleşme, (Bröker, 2005) belirli ürün ve/veya hizmet türlerini satın almak amacıyla "franchise paketinden" yararlanma hakkıdır. (Velentzas, 2012; Voulgaris, 1998)

Franchise paketi, tescilli marka ve ticari ünvan, işletmelerin ayırt edici ünvanları, faydalı modeller, dizaynlar, teknik uzmanlık hakları (know-how) ve ürünlerin yeniden satışı veya son kullanıcılara hizmet sunulması ile ilgili patentleri (Velentzas, 2007) ilgilendiren ticari veya fikri mülkiyet hakların toplamıdır. Perrigot ve arkadaşları (2020)'a göre franchising, resmi ve ilişkisel kontratların birbirini tamamladığı, franchisor ve franchiseelerin tek başına çalıştıkları durumlardan daha iyi sonuçlar yakalayabilme şansına bir araya geldiği organizasyonel bir yönetim biçimidir.

Franchising, bir girişimcinin (franchisor) markasını, iş modelini, fikri mülkiyetini ve prosedürlerini kullanarak başka bir girişimciye (franchise sahibi) yüksek itibarlı ürünler veya hizmetler satma hakkını sunar (Watson et al. 2016). İmtiyaz yerine franchise sahibi franchise ücreti ve telif ücreti ödemektedir (Sadeh ve Kacker 2018). Franchising organizatör bir firmanın (franchisor olarak) yarı otonom franchisee'ye organizatörün marka ismi altında kendini kanıtlamış bir iş formatına ait hizmet veya malları pazarlama hakkını tanınmasını içerir. Her ne kadar franchisor ve franchiseeler hukuki anlamda birbirinden ayrı organizasyonlarken (Mendelsohn, 1995), franchise sisteminin ekonomik getirileri ve sorumlulukları, taraflar arasında birbirine bağlı olarak seyrederek (Kumar et al., 1995). Franchising, katılımcı firmanın franchisor'ın ürünlerini, servislerini ve sisteminin getirilerini toplamasını etkin kılan operasyonel ve stratejik ilişki biçimidir. Amacı franchisor'ın iş modelini, yerel bilgisi ve girişimci ruhu olan franchisee'ler aracılığıyla çoğaltmasıdır (Barthélemy,2008). İmtiyaz veren bir organizasyon formu olarak Franchising (Karmeni et al. 2018), franchise verenin franchise verenin tutarlı müşteri deneyimi sağlamadaki standartlaştırılmış iş formatını uygulamasıyla değer yaratır (Pardo-del-Val et al., 2014).

Özellikle 2000 li yıllardan sonra Franchising konusuna olan ilginin artmasıyla beraber alanda yapılan çalışmaların sayısı bu konuda nicel bir araştırma yapma gereksinimini ortaya çıkarmıştır. Konuyla alakalı yapılan çalışmaların ilgi odaklarını ortaya koymak ve yeni yapılacak çalışmalara ışık tutmak açısından literatürün bibliyometrik analiz yöntemiyle değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

Franchising alanında yayımlanmış eserler geçmişten günümüze doğru incelendiğinde konu ile doğrudan ya da dolaylı olarak ilişkili olmak üzere çok sayıda çalışma bibliyometrik analiz ile değerlendirilmiştir. Literatürde bu alanda birçok bibliyometrik çalışma bulunmaktadır.

Bu çalışmalardan Elango, franchising konusunda son otuz yıl (1988-2017) içinde yayınlanmış araştırmaların bibliyometrik analizini yürütmüştür. Bu analiz, Web of Science veritabanından alınan 785 yazar tarafından yayınlanan 108 dergiden franchising ile ilgili 570 makaleye dayanmaktadır. Makale, yazarların, makalelerin, dergilerin ve ilgi çekici konuların etkisini vurgulayarak franchising araştırmalarının entelektüel temellerin anlaşılmasını sağlamaktadır. Franchising araştırmasının birçok fonksiyonel alan ve disiplinle kesiştiği göz önüne alındığında, analiz, bu alanın evrimini anlamada deneyimli ve yeni araştırmacılar, eğitim kurumları ve politikacılar için öngörüler sağlamaktadır. (2019:223)

Iddy ve Mon, (2019) 1990-2018 yılları arasında franchising literatüründe bilgi yönetiminin kapsamlı bir sistematik incelemesini sunmayı amaçlayan bir çalışmalarında; bibliyometrik alıntı analizi ile WoS veritabanı makaleleri analiz etmişlerdir. HistCites ve VOSviewer aracılığıyla 200 kurumdan 113 dergide 40 ülkede 369 yazara ait toplam 169 makale toplanmış ve incelenmiştir. Franchising'de bilgi yönetiminin sağlanmasının; yönetim yapısı, performans sonucu ve franchise ağ büyümesi ile ilişkili olduğunu iddia eden çalışma gelecekteki çalışmalara ışık tutmak ve performans bilginin değerini vurgulamak açısından önem arz etmektedir.

Bianco ve arkadaşları (2020), yapmış oldukları çalışmada, tedarikçi firmalar tarafından kullanılan iş modellerini ve bu modellerin destinasyon başarısına nasıl katkıda bulunabileceğini anlamak için



bibliyometrik analiz tekniği kullanarak franchising ve kurumsal girişimcilik arasındaki bağlantıyı araştırmıştır. Bu analizin, İnovasyon araştırmalarının literatürdeki franchising ile kurumsal girişimcilik arasındaki bilgi boşluğunu doldurduğu görülmektedir (Bianco ve ark.,2020:16)

Naatu ve Alon (2019), bibliyometrik ve içerik analizi kullanılarak 2002 ile 2018 yılları arasında WoS ve Scopus'tan 111 makaleyi analiz edilmiş ve sosyal franchising literatürünün kapsamlı bir incelemesini ve konsepti yönlendiren faktörleri ve teorileri vurgulayan entegre bir çerçeve sunmuşlardır. Çalışma sonucunda, sosyal franchising için motivasyonlar, sosyal franchising'in nasıl çalıştığı ve sosyal franchising'in etkisi üzerine yapılan bu bilimsel yayın değer yaratma, performans iyileştirme ve sosyal franchise'lar arasındaki başarısızlıkların en aza indirilmesine ilişkin iç görüşü sağlayan beş faktörden oluşan kavramsal bir çerçeveye entegre edilmiştir (Naatu ve Alon, 2019:738).

Tsai ve arkadaşları (2017), franchise sistemlerinde Bilgi Tabanlı Görünüm uygulamaları hakkındaki araştırma durumunu anlamak için bir çalışma yapmışlardır. Çalışmada; ilk olarak, 61 örnek makale basit bir sistematik veri arama yöntemi olan SALS'A'yı (Arama, Değerlendirme, Sentez ve Analiz) kullanarak analiz edilmiş daha sonra, yazarların ve yayınların alıntıları, franchise sistemlerinde bilgi temelli teori uygulaması alanındaki mevcut çalışmaların eğiliminin yanı sıra en çok etkiye sahip olan yazarları ve yayınları anlamak için bibliyometrik yöntem kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda, franchise sistemlerinde bilgi tabanlı teori uygulaması konusunun altı kategoriye ayrıldığı, yani gelecek çalışmalara referans sağlamak için bilgi transferi, bilgi yaratma, bilgi paylaşımı, bilgi uygulaması, örgütsel öğrenme ve bilgi alışverişi gibi konularla ilgili alt yapı çalışmaları oluşturulmuştur (Tsai ve ark.,2017).

João ve Farias (2017), WOS veri tabanında "Franchising" terimi ile arama yaparak 1101 makaleyi bibliyometrik analiz yoluyla analiz etmişler ve bu konudaki tarihsel evrimi anlamak, yayınlardaki zirveleri ve kayıpları analiz etmek ve esas olarak araştırma kapsamını genişletmek çabasına girilmiştir. Araştırma ekonomik perspektifte yoğunlaşarak, sözleşmeli ilişkiler, mülkiyet ve dağıtım gibi konularla ilgili olarak yola çıkmış ve çalışmalar sırasında ortaya çıkan yeni ağlar sayesinde modelin büyümesi ile birlikte; teknoloji, girişimcilik, perakende, örgütsel davranış, yani pazarlama, stratejiler ve örgütsel çalışmalar perspektifinde analizin kapsamı genişletilmiştir.

Yönetim ve franchising kelimeleri arama yaparak 50 makale ile yaptıkları çalışmada, Kurumsal yönetim ve franchising ara yüzündeki makaleleri incelemiş ve her birini kurumsal yönetim ile farklı bir ilişkiye sahip olan dört odak alanında tanımlayarak tematik hale getirmişlerdir. Bunlar; Geleneksel Kurumsal Yönetim, franchising için benzersiz yönetim zorlukları, yönetim modları ve sözleşmeler. Bu bilgiler ışığında franchising modelinin kurumsal yönetim çalışmaları için gelecekte ki çalışmalara temel oluşturmuşlardır. (Von Koch ve ark.,2020)

Lanfranchi ve arkadaşları (2020) ülke franchise zincirlerinin kurumsal ortamı, uluslararası yatırıma çekmek için gerekli üç kurumsal boyutu olan; kamu yönetimi, iş ve yasal süreçler yapma kolaylığı unsurlarına göre karakterize etmek ve bölgesel ve küresel franchise genişlemesi incelemek amacıyla tanımlayıcı nicel araştırma yöntemiyle bir çalışma yapmışlardır. Çalışmada Avustralya, Brezilya, Almanya, Hindistan, Rusya, Güney Afrika ve ABD'den 625 franchise zincirini toplam 2.939 gözlem çalışması yapılmıştır. Franchising olgusunu kurumsal teorinin merceğiyle analiz ederek ve küresel bir örnek aracılığıyla kurumların farklı türdeki yani gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde ki franchise zincirleri için önemli olduğunu ve uluslararasılaşma için farklı stratejilerle gösterilmesi gerektiği sonucuna ulaşmışlardır.

Bernal ve arkadaşlarının (2019) bu çalışmada ki amaçları, uzun vadeli örgütsel hedeflere ulaşmada ve rekabet avantajı oluşturmada bilginin önemini analiz etmek ve bu bilginin yeni ortaya çıkan franchise restoranlarının örgütsel performansı üzerindeki etkisini belirlemektir. Çalışmanın yöntemi; Kolombiya Bogota'daki franchise restoran işletmesinin% 80'ini temsil eden 50 yöneticiye likert ölçekli anketler uygulanmıştır. Veri işleme, tanımlayıcı istatistikler, çoklu yazışma analizi (MCA) ve logit regresyon (LR) ile gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak, franchise hedeflerine, personel motivasyonuna ve sürekli çevresel taramaya katkıda bulunan faktörlerin önemli olduğu, rekabet avantajı oluşturmak için birincil bilgi kaynakları müşteriler ve sağlayıcılar olduğu ve bilginin en önemli etkisi insan kaynakları ve örgütsel gelişim ve artan kazançlarda meydana geldiği bilgisine ulaşılmıştır.

### 3. BİBLİYOMETRİK ANALİZ

Bibliometrik bibliyografik bilgileri nicel olarak analiz etmeye odaklanan bir bilim dalıdır (Broadus, 1987; Choudhri ve diğerleri, 2015; Modak ve diğerleri, 2019). Bibliometrik analiz, belirli bir araştırma alanındaki çok sayıda yayının özellikleri hakkında üst düzey bilgiler vererek söz konusu soruları ele almanın etkili bir yoludur. İstatistiksel yöntemler kullanılarak yazarların, kurumların veya dergilerin atıfla ilgili bilgilerini nicel olarak analiz ederek, araştırma alanında ağlar ve kümeler tanımlanabilir (Daim ve Pilkington, 2018). Atıf ile ilgili yapısal kümelerin ve mayınlı metin verilerinin görselleştirilmesi yoluyla araştırma alanındaki bilgiler elde edilebilir (Li ve ark. 2020).

Bu analiz yöntemi ile, yıllık bilimsel üretim, bilimsel kaynaklar, kaynak büyümesi, yazar başına makale sayısı, yazarın hâkimiyet sıralaması, yazarın anahtar kelimeleri, konu dendrogramı, en yüksek katkıyı sağlayan belgenin faktöriyel haritası, makalelerin alıntıları, ülkenin üretimi, ülkenin alıntısı, ülke işbirliği haritası ve ülke işbirliği ağı gibi unsurlar kullanılarak ayrıntılı bir şekilde analiz edilir (Secinaro,2020).

Toplam bilimsel üretim, atıf sayısı, yazarların bağlantıları veya anahtar kelimeleri bu yöntemde kullanılan örnek göstergelerdir. Bu tür analizlerin sonuçları, büyük veri kümelerini anlamlı bir şekilde tasvir etmek için haritalar, grafikler veya ağlar gibi çeşitli biçimlerde görüntülenebilir.

Bibliometrik çalışmalar, mevcut literatürle ilgili bulguların niceliksel yönlerini keşfetmeyi amaçlayan ve belirli bir konu veya ilgili alanlarda ve çalışmalarda yer alan en üretken araştırmacıları, dergileri ve kurumları yönlendirmeye yardımcı olan yasalarda ve ampirik ilkelere birleştirilmiştir en sık alıntı yapılanlardır (Areias ve ark., 2016).

#### 3.1. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada WoS veri tabanında “Franchising” konu başlığında arama yapılmıştır. Franchising ilk kez 1970 yılında çalışılmıştır. Bu nedenle bu çalışmada 1970-2020 yılı arasında franchisingin 50 yılı hakkında bilgi vermek amaçlanmıştır. Toplamda 1437 çalışma üzerinde yürütülmüştür. Yıllara göre yayınların özellikleri WoS veri tabanından sağlanmıştır. Citespace II programı ile de analiz yürütülmüştür.

### 4. BULGULAR

1970-2020 yılları arasında yayımlanan 1437 çalışmanın dağılımı incelendiğinde, çoğu çalışmanın 2019 yıllarında yayımlandığı görülmektedir. Çalışmaların 2000’li yıllarda ivme kazandığı görülmektedir. Tablo 1’de yayınların 1997-2020 yıllara göre dağılımına yer verilmiştir.

**Tablo 1.** Yayınların yayınlama tarihine göre dağılımı

Yayımlanma Tarihi	Yayın sayısı	% of 1,437	Bar Chart
2020	39	2.714 %	■
2019	85	5.915 %	■
2018	107	7.446 %	■
2017	88	6.124 %	■
2016	76	5.289 %	■
2015	101	7.029 %	■
2014	79	5.498 %	■
2013	67	4.662 %	■
2012	49	3.410 %	■
2011	81	5.637 %	■
2010	61	4.245 %	■
2009	63	4.384 %	■
2008	61	4.245 %	■
2007	46	3.201 %	■
2006	30	2.088 %	■
2005	19	1.322 %	■
2004	27	1.879 %	■
2003	20	1.392 %	■
2002	13	0.905 %	■
2001	13	0.905 %	■
2000	19	1.322 %	■
1999	34	2.366 %	■

Özellikle 2005 yılından sonra yayın sayıları katlanarak artmıştır. 2012-2014 yılları arasında literatür bir doygunluk yaşamış olacak ki yayınlar biraz azalmıştır. 2020 yılındaki düşüş ise henüz yılın bitmemesinden kaynaklanıyor olabilir.

Doküman konusunda çalışmaların %75 gibi ciddi bir oranını makaleler oluşturmaktadır. Makalelerden sonra ise %14'lük dilim bildirilerden oluşmaktadır. Bazı bildirilerin ileride makale olması sebebiyle yüzdelik dilimlerde sapmalar olabilmektedir. Franchsing alanında yalnızca 1 bibliyometrik çalışma yapılmıştır. Alanda yazılan kitap sayısı ise 11'dir. Kitap sayısının sınırlı olduğu görülmektedir. Buna karşılık kitap bölümü 111'dir. Araştırmacıların franchising alanında bireysel çalışmak yerine kitap bölümü gibi bir arada çalışmayı seçtikleri görülmektedir. Doküman şekline *Tablo 2*'de yer verilmiştir.

**Tablo 2.** Doküman Şekli

Doküman Şekli	Doküman Sayısı	% of 1,437	Bar Chart
Makale	1.092	75.992 %	
Bildiri	213	14.823 %	
Kitap bölümü	112	7.794 %	
Kitap incelemesi	52	3.619 %	
Editoryal materyal	42	2.923 %	
İnceleme	37	2.575 %	
Kitap	11	0.765 %	
Erken erişim	11	0.765 %	
Not	8	0.557 %	
Bildiri özeti	7	0.487 %	
Mektup	5	0.348 %	
Bibliyografi	1	0.070 %	
Düzeltilme	1	0.070 %	
Haber	1	0.070 %	
Geri çekme	1	0.070 %	

Araştırmacılar en çok çalışmalarını İngilizce olarak yapmışlardır. İngilizceden sonra İspanyolca ve Portekizce önde gelen dillerdir. Dillere göre yapılan yayınlara

Diller	Yayın sayısı	% of 1,437	Bar Chart
İngilizce	1.376	95.755 %	
İspanyolca	15	1.044 %	
Portekizce	11	0.765 %	
Rusça	7	0.487 %	
Fransızca	6	0.418 %	
Cekçe	5	0.348 %	
Almanca	5	0.348 %	
Slovakça	4	0.278 %	
Flemenkçe	2	0.139 %	
Çince	1	0.070 %	
Hırvatça	1	0.070 %	
İtalyanca	1	0.070 %	
Polonyaca	1	0.070 %	
Türkçe	1	0.070 %	
Ukraynaca	1	0.070 %	

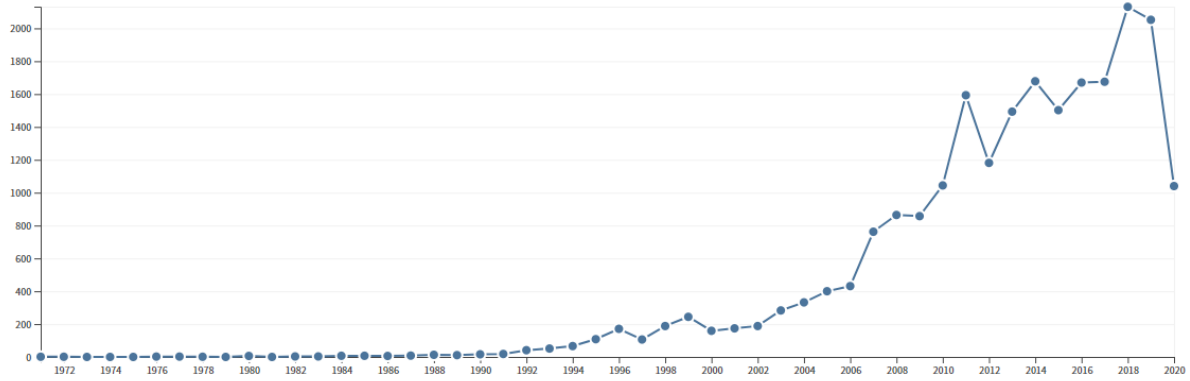
'te yer verilmiştir.

**Tablo 3.** Dillere göre yayın sayısı

Diller	Yayın sayısı	% of 1,437	Bar Chart
İngilizce	1.376	95.755 %	
İspanyolca	15	1.044 %	
Portekizce	11	0.765 %	
Rusça	7	0.487 %	
Fransızca	6	0.418 %	
Cekçe	5	0.348 %	
Almanca	5	0.348 %	
Slovakça	4	0.278 %	
Flemenkçe	2	0.139 %	
Çince	1	0.070 %	
Hırvatça	1	0.070 %	
İtalyanca	1	0.070 %	

Polonyaca	1	0.070 %	
Türkçe	1	0.070 %	
Ukraynaca	1	0.070 %	

Şekle göre çalışmalar 1998-2006 yılları arasında atıf sayısında eskiye oranla artış göstermiş olsa da bir durağanlık yaşanmıştır. 2006'dan sonra atıf sayıları artarak 2018 yılında 2131 atıf ile en yüksek seviyesine gelmiştir. 2019 yılında az da olsa bir düşüş yaşamakla birlikte günümüzde hala devam ettiği gözlenmiştir. 2020 yılının henüz ortalarında olduğumuz için atıf sayısı 2018-2019'a göre yarı yarıya olduğu görülmektedir. Yıllara göre alınan atıfların sayısına Şekil 1'de yer verilmiştir.



Şekil 1. Yıllara göre atıf sayıları

Ülkelerde franchising alanında yapılan çalışmaların sayıları incelendiğinde 496 makale ile en çok yayın yapan ülke Amerika'dır. İngiltere ikinci en çok yayın yapan ülke iken Avustralya (88) ve Çin (85) birbirlerine çok yakın yayın sayısına sahiplerdir. Almanya, Kanada, Avusturya ve Güney Kore ise 40 makalenin altında yayın yapan ülkelerdir. Tablo 4'te Ülkeler, ülkelere ait makale sayıları ve kümeler yer verilmiştir.

Tablo 4. Makale sayısı, Ülkeler ve Kümeler Tablosu

Makale sayısı	Ülkeler	Kümeler
496	Amerika	40
146	İngiltere	41
88	Avustralya	19
85	Çin	12
75	İspanya	14
67	Fransa	20
36	Almanya	16
34	Kanada	42
32	Avusturya	14
32	Güney Kore	12

Merkezlilik değeri ülkelerinin ağ içindeki ilişkilerinin değerini göstermektedir (Güzeller ve Çeliker 2017). Merkezlilik değerlerine göre Amerika franchising konusunda diğer ülkelerle en yüksek işbirliğine sahip ülkedir. İngiltere makale sayısında olduğu gibi merkezlilik derecesinde de Amerika'yı takip etmektedir. Avustralya ve Çin makale sayısı diğer ülkelere göre daha yüksek olsa da merkezlilik anlamında daha geride yer alan ülkeler olmuşlardır. Buna karşılık Kanada ve Fransa ise daha az yayınlara daha fazla merkezlilik değerlerine sahip olmuşlardır. İsviçre makale sayısı bakımından ilk 10'da yer almazken merkezlilik değerlerinde 8. sırada yer almaktadır. Bunun nedeni İsviçre'de yapılan bir çalışmanın dünyadaki diğer araştırmacılar tarafından refere edilmesinden kaynaklanıyor olabilir. İspanya ise merkezlilik değeri açısından ilk 10'da en sonda yer almaktadır.

Tablo 5. Merkezilik, Ülkeler ve Kümeler Tablosu

Merkezilik	Ülkeler	Kümeler
44	Amerika	40
29	İngiltere	41
17	Fransa	20
16	Avustralya	19
16	Kanada	42
12	Avusturya	14
11	Almanya	16
11	İsviçre	7
9	Çin	12
9	İspanya	14
17	Fransa	20

Atıf patlama değerleri en çok atıf alan çalışmaların yer aldığı ülkeleri göstermektedir. Atıf patlama değerleri, ülkeler ve kümeler tablosuna Tablo 6'da yer verilmiştir.

Tablo 6. Atıf patlama değerleri, Ülkeler ve Kümeler tablosu

Atıf patlama değerleri	Ülkeler	Kümeler
42.10	Amerika	40
10.40	Çin	12
5.75	İngiltere	41
5.26	İspanya	14
5.09	Ukrayna	10
4.25	Hırvatistan	8
4.05	Yunanistan	9

Ülkelerin atıf patlama değerleri tablosuna göre 7 ülke atıf patlaması yaşamıştır. Bunlardan en uzun süre atıf patlamasına sahip ülke Amerika'dır. İngiltere 1994 yılı ile atıf patlaması ile karşılaşmış ve 2005'e kadar devam etmiştir. Hırvatistan ise son 5, Çin son 3 ve Ukrayna son 2 yılda atıf patlamasını yaşayan ülkelerdir. Yunanistan ve İspanya ise birer yıl atıf patlaması yaşayan ülkeler olmuşlardır.

Tablo 7. Ülkelerin Atıf Patlama Değerleri

Ülkeler	Yıllar	Atıf Patlama değeri	Başlama	Son	1970 - 2020
Amerika	1970	42.0991	1970	2003	
İngiltere	1970	5.7541	1994	2005	
Hırvatistan	1970	4.2466	2016	2020	
Çin	1970	10.3954	2007	2010	
Ukrayna	1970	5.0923	2018	2020	
Yunanistan	1970	4.0529	2007	2008	
İspanya	1970	5.2559	2011	2012	

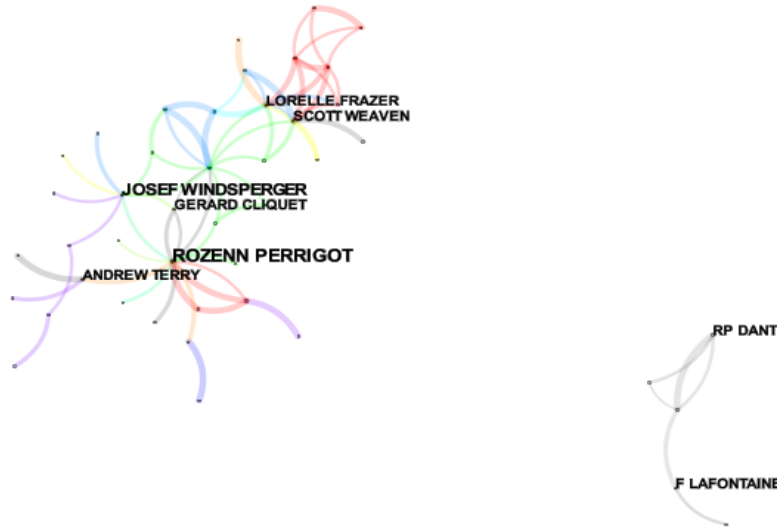
#### 4.1. Ülke İşbirliklikleri

Ülke işbirlikliklerine ulaşmak için yapılan analiz sonucunda ağ 4 kümeye ayrılmış olup yoğunluğu 0,0428'dir. Ağ, 96 düğüm ve 195 bağlantıdan oluşmaktadır. Ağdaki düğümler ülkeleri, bağlantıların değeri ise ülkelerin işbirlikliğinin değerini göstermektedir (Güzeller ve Çeliker 2017). Ülkeler arası işbirlikliklerinde 96 ülke ağın içerisinde. 195 çalışma ülkeler bazlı ilişki içindedir. Mean silhouette değeri ise 0.3061, Modularity değeri 0.4268'dir. Ülke işbirlikliklerinin sıklığı şekilde yer alan pembe bölgeler ile gösterilmektedir. (Güzeller ve Çeliker 2017). Ülke işbirliklikleri şekline Şekil 2'de yer verilmiştir.



Şekil 2. Ülke İşbirliklikleri

Yazar atıf ağı için yapılan analiz sonucunda ağın yoğunluğu 0,0015'tir. Ağ, 833 düğüm ve 520 bağlantıdan oluşmaktadır. Modularity değeri 0.9636, Mean silhouette değeri ise 0.3172'dir. Yazar atıf ağı şekline, Şekil 3'te yer verilmiştir.



Şekil 3. Yazar Atıf Ağı

Franchising alanında yapılan çalışmaların yazarları içerisinde 20 ortak atıf ağı sayısı ile Rozenn Perrigot gelmektedir. Yazar franchising alanında diğer araştırmacılar tarafından en çok yararlanılan kaynak olmuştur. İlk 10'da yer alan yazarlara Tablo 8'de yer verilmiştir.

Tablo 8. Yazar atıf ağı sayısı, Yazarlar ve Kümeler Tablosu

Yazar atıf ağı sayısı	Yazarlar	Kümeler
20	Rozenn PERRIGOT	10
18	Josef WINDSPERGER	9
14	Ilan ALON	6
12	Lorelle FRAZER	5
12	F. LAFONTAINE	7
11	Scott WEAVERN	9
10	Soocheong (Shawn) JANG	9
10	Gerard CLIQUET	2
10	Andrew TERRY	2
10	R.P. DANT	6



Merkezlilik değerlerine göre Rajiv P. Dant en yüksek merkezlilik değerine sahiptir. Rozen Perrigot en gök atıf alan yazar olmanın yanı sıra en yüksek merkezlilik değerine sahip 2. Yazardır. R. P. Dant atıf sayısı bakımından ilk 10’da en düşük yazar olarak yer alırken merkezlilik değeri bakımından en yüksek merkezlilik değerine sahip yazardır. Merkezlilik, yazarlar ve kümeler tablosuna Tablo 9’da yer verilmiştir.

**Tablo 9.** Merkezlilik, Yazarlar ve Kümeler Tablosu

Merkezlilik	Yazarlar	Kümeler
13	R.P. DANT	6
12	Rozenn PERRIGOT	10
12	J. STANWORTH	11
11	Rajiv P. DANT	5
11	Catherine GOODMAN	2
10	Lorelle FRAZER	5
9	P.J. KAUFMANN	7
9	Scott WEAVEN	9
9	James G. COMBS	2
8	Josef WINDSPERGER	9

Atıf patlama değerleri en gök atıf alan galışmaların yazarlarını göstermektedir. Atıf patlama değerleri içinde en gök atıf patlamasına sahip olan yazar Rozenn Perrigot’tur. Yazar franchising alanında ortak atıf ağı merkezlilik değerlerinde de nc yazarlardandır. Windsperger, Dant, Lafontaine de ortak atıf ağı, merkezlilik ve atıf patlama değeri bakımından nc yazarlardır. Dominic Montagu ise ortak atıf ağında ve merkezlilik değerlerinde ilk 10’da yer almasa da atıf patlama değerlerine göre 5. yazardır. Atıf patlama değerleri, yazarlar ve kümeler tablosuna Tablo 10’da yer verilmiştir.

**Tablo 10.** Atıf patlama değerleri, Yazarlar ve Kümeler tablosu

Atıf patlama değerleri	Yazarlar	Kümeler
5.96	Rozenn PERRIGOT	10
5.71	Josef WINDSPERGER	9
5.18	R.P. DANT	6
4.82	F. LAFONTAINE	7
4.31	Dominic MONTAGU	2
4.19	Lorelle FRAZER	5
4.13	Soocheong (Shawn) JANG	9
4.13	P.J. KAUFMANN	7

Yazarların atıf patlama değerleri tablosuna göre 8 yazar atıf patlaması yaşamıştır. Bunlardan en uzun süre atıf patlaması değerine sahip yazar Rozenn Perrigot’tur. Lafontaine en uzun atıf patlaması yaşayan yazar olmuştur. Montagu ve Jang ise en kısa atıf patlama süresi yaşayan yazarlardır. Yazarların Atıf Patlama Değerleri tablosuna Tablo 11’de yer verilmiştir.

**Tablo 11.** Yazarların Atıf Patlama Değerleri

Yazarlar	Yıllar	Atıf Patlama değeri	Başlama	Son	1970 - 2020
Rozenn PERRIGOT	1970	5.9636	2015	2020	
Josef WINDSPERGER	1970	5.7053	2011	2018	
R.P. DANT	1970	5.1788	1992	1999	
F. LAFONTAINE	1970	4.8227	1992	2005	
Dominic MONTAGU	1970	4.3097	2013	2016	
Lorelle FRAZER	1970	4.193	2013	2020	
P.J. KAUFMANN	1970	4.1341	1992	1999	
Soocheong (Shawn) JANG	1970	4.1339	2018	2020	

#### 4.2. Konu Kmelenmeleri

Konu kmelenmelerinde 4 küme tespit edilmiştir. En büyük küme 93 ile emerging market kümesidir. 2. Küme 80 ile emerging control, 3. Küme 64 ile information technology, 4. Küme ise 64 ile private sector olarak tespit edilmiştir.

### 4.3. Anahtar Kelime Analizi

Anahtar kelime analizine göre ağın yoğunluğu 0,022'dir. Ağ, 615 düğüm ve 4158 bağlantıdan oluşmaktadır. Modularity değeri 0.3428, mean silhouette değeri 0.3165'tir. Franchising alanında yayınlarda en çok kullanılan kelime 438 kelime ile şehir franchisingdir. 213 kelime ile firma, 178 kelime ile performans, 145 kelime ile vekalet teorisi, 118 kelime ile organizasyon şekli ve 110 kelime ile mülkiyet ilk etapta görülmektedir. Anahtar kelimeler franchising alanında yapılan yayınlarda en çok kullanılan kelimeler olduğu için franchising alanında yapılmış olan çalışmaların firma, performans, vekalet teorisi, organizasyon şekli gibi konularda ağırlıklı olduğu görülmektedir. Anahtar kelime analizine yönelik şekle Şekil 4'te yer verilmiştir.



Şekil 4. Anahtar Kelime Analizi

### 4.4. Kategoriler

Franchising alanında yapılmış olan çalışmaların toplam 1437 çalışmanın 955 tanesi Business & Economics kategorisi içinde yer almaktadır. 517 çalışma Business, 412 çalışma Management, 309 çalışma Economics olarak kategorilendirilmiştir. 90'lı yılların sonlarına doğru franchising konusunda Turizm çalışmalarının başladığı görülmektedir. İlk 10 kategori içinde en az sayıda çalışma bilgisayar bilimleri kategorisinde yapılmıştır. Kategorilere Tablo 12'de ve Şekil 5'te yer verilmiştir.

Tablo 12. Kategoriler Tablosu

Makale sayısı	Merkezlilik	Yıllar	Kategoriler
955	0.45	1970	Business & Economics
517	0.07	1970	Business
412	0.11	1971	Management
309	0.16	1971	Economics
130	0.08	1970	Government & Law
125	0.06	1987	Social Sciences - Other Topics
115	0.02	1970	Law
94	0.01	1999	Hospitality, Leisure, Sport & Tourism
86	0.02	1971	Operations Research & Management Science
67	0.08	1994	Computer Science



Şekil 5. Franchising Kategorileri

#### 4.5. Dergi Ortak Atıf Ağı

Dergi ortak atıf ağına göre 439 çalışma franchising konusunda 1991 yılında Strategic Management Journal dergisinde yayınlanan çalışmayı referans göstermiştir. Bu dergi aynı zamanda franchising alanında en önde gelen dergi olmuştur. Çalışmaların yayınlandığı dergiler genel olarak İşletme, Yönetim ve Ekonomi alanındadır. Ağın yoğunluğu 0,0101'dir. 1231 düğüm ve 7673 bağlantı mevcuttur. Dergi ortak atıf ağının şekline Şekil 6'da yer verilmiştir.

Tablo 13. Dergi Ortak Atıf Ağı Tablosu

Atıf patlama değerleri	Yazarlar	Kümelere
5.96	Rozenn PERRIGOT	10
5.71	Josef WINDSPERGER	9
5.18	R.P. DANT	6
4.82	F. LAFONTAINE	7
4.31	Dominic MONTAGU	2
4.19	Loelle FRAZER	5
4.13	Soocheong (Shawn) JANG	9
4.13	P.J. KAUFMANN	7
Ortak atıf sayısı	Yıllar	Dergiler
439	1991	Strategic Management Journal
426	1996	Journal of Business Venturing
425	1971	Journal of Retailing
422	1995	Journal of Small Business Management
409	1980	Journal of Law and Economics
353	1991	The RAND Journal of Economics
334	1988	Journal of Financial Economics
331	1987	Academy of Management Journal
325	1995	Journal of Management
324	1974	Management Science



Şekil 6. Dergi Ortak Atf Ağı

## 5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu araştırmanın amacı, Franchising konusunda yazılmış bilimsel makaleleri incelemek ve konunun literatürdeki mevcut yerini belirlemektir. Çalışmada, bilimsel haritalama yöntemi kullanılarak WOS veri tabanından sağlanan bilgiler, Citespace II programı ile de analiz edilmiştir. Oluşturulan stratejik diyagramlar, küme ağı, ağ haritası ve yoğunluk haritası diyagramları en çok çalışılan temaların, alana en fazla katkı sağlayan ülkelerin hangileri olduğunu ve yapılan çalışmaların hangi dilde yazıldığını açıkça göstermektedir.

Yapılan incelemeler neticesinde literatürde oluşan boşluklar değerlendirildiğinde; kitap sayısının 11 ile sınırlı kaldığı ve bu alanda kitap yazımı hususunda ki ihtiyaç tespit edilmiştir.

2005 yılından sonra ki yayınlarda yaşanan patlamanın Franchising in sahada ki yaygın kullanımından kaynaklanıyor olabileceğini düşündürmektedir. Globalleşme ile birlikte uluslararası Franchising ağlarının genişlemesi ve bu konuda daha çok bilgiye duyulan ihtiyaçlar sebebiyle uzmanların alandaki çalışmalarını uygulama örneklerinden faydalanarak artırılması önerilmektedir.

Son 50 yılda yayınlanan bilimsel çalışma sayılarına bakıldığında en çok 2019 yılında 85 makalenin yayınlandığını, ülkelerin bilimsel yayın performansları incelendiğinde, ABD'nin (%40) oranı ile büyük bir fark yarattığını ve Franchising alanında en çok bilimsel yayına sahip olduğu belirlenmiştir. ABD'yi en çok yayın sayısında İngiltere ve Avustralya takip etmektedir. Bu sebeple yayınların dil oranlarına bakıldığında en yüksek oran İngilizce olarak tespit edilmiştir. Türkiye ise toplamda 1 yayın sayısı ile oldukça düşük bir yayın performansına sahiptir. Türkiye' de çalışma yapan araştırmacıların nitelikli yayın sayısını artırması açısından bu çalışma bir referans noktası oluşturabileceği düşünülmektedir.

Franchising, işletme ve yönetim alanlarında çalışmalar yapan Akademisyenler ve uygulamacılar açısından değer gören bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Araştırmacılar, konu ile ilgili yapılmış çalışmaların

bibliometrik analiziyle, konunun geçmişten bugüne gelişimini gözlemle şansını yakalayabilir ve mevcut durumu hakkında bilgi sahibi olabilirler.

## REFERENCES

- Areias. F. Z.; Abrão. F. M. S.; Moura. L. F.; Silva. R. C. L.; Costa. S. F. G. & Silva. C. R. L. Análise "Bibliométrica de artigos sobre laringectomia total". Rev. baiana enferm., v. 30. n.3. p. 1-11. 2016.
- Barthélemy. J.(2008). "Opportunism, knowledge and the performance of franchise chains". Strateg. Manag. J. 29 (13X) 1451-1463.
- Bernal,C.A.; Amaya, N.; Gaviria-Penaranda A. & Zwerg-Villegas, A.M. (2020). "A Knowledge and organizational performance in franchised restaurants in Colombia" International Journal Of Emerging Markets ISSN: 1746-8809
- Bianco,S.; Zach, S. & Singal,M. (2020). "Tourism growth through Corporate Entrepreneurship and Franchising: a bibliometric study" International Conference VICTORIA, BC, CANADA JUNE 16-18,
- Broadus,R. N. (1987). "Early approaches to bibliometrics" Journal of the American Society for Information Science Research (198703)38:2-127
- Bröker,Jasper J. (2005). "Erfolgreiches Management komplexer Franchisesysteme auf Grundlage des Viable System Model", Bamberg,
- community: Methods,tools, and processes." International Journal of Environmental Research and Public Health,17, 3255
- Daim. T. & Pilkington,A. (2018). Innovation Discovery: Network Analysis of Research and Invention Activity for Technology Management. World Scientific Publishing Volume 30 ISSN0219-9823
- Darr, E. D.;Argote L. & Epple D, (1995) "The Acquisition, Transfer, and Depreciation of Knowledge in Service Organizations: Productivity in Franchises", Management Science Vol. 41, N. 11,
- Elango,B. (2019). "A Bibliometric Analysis of Franchising Research " Journal Of Entrepreneurship Volume: 28 Issue: 2 Pages: 223-249
- Güzeller, C.O. & Çeliker N. (2017). "Geçmişten Günümüze Gastronomi Bilimi: Bibliyometrik Bir Analiz" Journal of Tourism and Gastronomy Studies 5/Special issue2 (2017) 88-102
- Iddy,JJ. & Mon, I. (2019). "Knowledge management in franchising: a research agenda" Journal Of Knowledge Management Volume: 23 Issue: 4 Pages: 763-785
- João,B. N. & Farias, A. C. (2017). "Pesquisa em franchising: uma análise bibliométrica" Revista Brasileira de Administração Científica v. 8 n. 1
- Karmeni K.; Villarmois O. de la & A. Beldi (2018), "Impact of control on innovation: The case of franchising Management Decision", 56 (7) pp. 1485-1505
- Kumar,N.;Scheer. L.K. & Steenkamp, J.B., (1995). "The effects of perceived interdependence on dealer attitudes". Journal of Marketing Research 32 (3). 348-356.
- Lafontaine,Francine. (1992). "Agency Theory and Franchising: Some Empirical Results", The RAND Journal of Economics, Vol. 23, No.2 pp. 263-283
- Lanfranchi,A.; Melo, P.L.D.R.; Borini, F.M. & Telles, R. (2020). "Institutional environment and internationalization of franchise chains: a regional and global analysis" International Journal Of Emerging Markets ISSN: 1746-8809
- Li J.,Goerlandt F., Reniers G. (2020). "An overview of scientometric mapping for the Safety Science
- Mendelsohn,Martin. (2004). "International Encyclopaedia of Franchising Law, Richmond Law & Tax.
- Mendelsohn,Martin. (1984). International franchising: an overview: papers presented to the International Franchising Committee at the SBL Conference held in Toronto, October 1983, organized by SBL - Section on Business Law of the International Bar Association, International Bar Association. Section on Business Law, North-Holland.

- Mendelsohn, M. (1995). *The Ethics of Franchising*. British Franchise Association 2nd ed., Henley-on-Thames. UK.
- Naatu, F. & Alon, M. (2019). "Social franchising: A bibliometric and theoretical review" *Journal of Promotion Management* ISSN: 1049-6491:738-764
- Pardo-del-Val M.; Martínez-Fuentes C.; López-Sánchez J.I. & Minguela-Rata B. (2014). "Franchising: The dilemma between standardisation and flexibility" *Service Industries Journal*, 34 (9-10) (2014), pp. 828-842
- Perrigot, R.; López-Fernánlez, B. & Basset G. (2020). "Conflict-performance assumption" or "performance-conflict assumption": Insights from franchising, p:1
- Sadeh, F., & Kacker, M. (2018). "Quality signaling through ex-ante voluntary information disclosure in entrepreneurial networks: Evidence from franchising". *Small Business Economics*, 50(4), 729–748.
- Schneider, Jeffrey A. & Nye, Robert Jay. (2003). "Business Franchise Law: Cases and Materials", Carolina Academic Press.
- Secinaro, S. Brescia, V. Calandra, D. Biancone, P. (2020). "Employing bibliometric analysis to identify suitable business models for electric cars" *Journal Of Cleaner Production* V: 264 N: 121503
- Tauber, E. M., (1981). "Brand franchise extension: New product benefits from existing Brand Names," *Business Horizons*, Elsevier, vol 24(2), pages 36-41.
- Tsai, F.S.; Kuo, C.C. & Liu, C.F. (2017). "Knowledge-based View in the Franchising" *Journal of Economic and Social Thought* Vol 4. n. 1
- Velentzas, J. (2012). *Commercial Law*, IuS (in greek), p. 225
- Velentzas, J. (2007). "Economic Law" II, IuS (in greek), p. 149.
- Von Koch, C.; Ludvigsson-Wallete, M. & Nilsson, O. (2020). "In search of corporate governance in franchising" *Journal Of Marketing Channels* ISSN: 1046-669X: 1540-7039
- Voulgaris, I. (1998). "Franchise Agreements as they Result from the International Legal Practice and Operate in International Transactions", No B 46, p. 897 (in greek).