

T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GİRİŞİMCİLİK VE YENİLİK YÖNETİMİ ANABİLİM DALI



**ÇOK ULUSLU ŞİRKETLERİN KÜRESEL
ÖLÇEKTE YAYILMA STRATEJİLERİNİ
ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN GİRİŞİMCİLİK
BAĞLAMINDA İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN	HAZIRLAYAN
Doç. Dr. Burcu ÖZCAN	Orhun Alp ÖZCAN

ELAZIĞ - 2018

T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GİRİŞİMCİLİK VE YENİLİK YÖNETİMİ ANABİLİM DALI

ÇOK ULUSLU ŞİRKETLERİN KÜRESEL ÖLÇEKTE YAYILMA
STRATEJİLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN GİRİŞİMCİLİK
BAĞLAMINDA İNCELENMESİ

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

DANIŞMAN
Doç. Dr. Burcu ÖZCAN

HAZIRLAYAN
Orhun Alp ÖZCAN

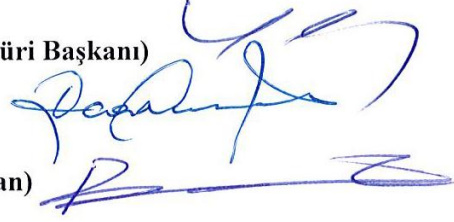
Jürimiz 19.02.2018 tarihinde yapılan tez savunma sınavı sonunda bu yüksek lisans tezini oybirliği ile başarılı bulmuştur.

Jüri Üyeleri

1. Doç. Dr. Yusuf Cahit ÇUKACI (Jüri Başkanı)

2. Dr. Öğr. Üyesi Özcan DEMİR

3. Doç. Dr. Burcu ÖZCAN (Danışman)



Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun tarih ve Sayılı kararıyla bu tezin kabulü onaylanmıştır.

Prof. Dr. Ömer Osman UMAR
Sosyal Bilimler Enstitü Müdürü

ÖZET**Yüksek Lisans Tezi****ÇOK ULUSLU ŞİRKETLERİN KÜRESEL ÖLÇEKTE YAYILMA
STRATEJİLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN GİRİŞİMCİLİK
BAĞLAMINDA İNCELENMESİ****Orhun Alp ÖZCAN****Fırat Üniversitesi****Sosyal Bilimler Enstitüsü****Girişimcilik ve Yenilik Yönetimi Anabilim Dalı****Elazığ-2018, Sayfa: IX+69**

Sanayi Devrimi ile başlayan süreçle beraber çok uluslu şirketlerin küresel ekonomi ve siyasetteki etkisi yadsınamaz bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır. Değişen dünya şartları kapitalist ideolojik sistemin dünyayı örümcek ağı misali sarması ile çok ulus şirketler inovasyon rüzgârını da arkasına alarak dünyanın süper güçleri haline gelmişlerdir.

Küreselleşme kavramını oluşturan birçok etkenle beraber çok uluslu şirketler de bu kavramın merkezi aktörleri olmuşlardır. Aynı şekilde girişimcilik kavramının ve ruhunun temel anlamda içini dolduran çok uluslu şirketleri, sadece kar amaçlı kuruluşlar olarak tanımlamak yetersiz kalacaktır. Zaman içinde ekonomik anlamda muazzam güce kavuşan dünyanın birçok noktasında faaliyetleri bulunan çok uluslu şirketler, küresel siyasete yön veren yapılar haline dönüşmüşlerdir.

Çok uluslu şirketler yatırım yaptıkları ülkenin istihdamına katkı sağlamaktadırlar. Ayrıca bu ülkelere ekonomik, kültürel ve sosyal açıdan ise önemli faydalar sunmaktadırlar. Bu pozitif imaj nedeniyle, özellikle gelişmekte olan ülkeler çok uluslu şirket yatırımlarını tercih etmektedirler. Çok uluslu şirketler, serbest piyasa ekonomisi süreci ile beraber kar sağladıkça hükmetme istekleri artan ve teknolojiye yön vererek tüm dünyayı etkileme çabası içinde olan kurumlar olarak ele alınabilirler.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme, Çok Uluslu Şirketler, Girişimcilik, Serbest Piyasa Ekonomisi

ABSTRACT

Master Thesis

**ANALYSIS IN THE CONTEXT OF ENTREPRENEURSHIP OF FACTORS
THAT AFFECT THE SPREADING STRATEGIES OF MUTINATIONAL
COMPANIES IN THE GLOBAL SCALE**

Orhun Alp ÖZCAN

Fırat University

Institute of Social Sciences

Department of Entrepreneurship and Innovation Management

Elazığ-2018, Page: IX+69

With the process that began with the Industrial Revolution, the impact of multinational corporations on a global economy and global politics has become undeniable. The changing world conditions with the capitalist ideological system embrace the world as a Web and multinational companies have become the super powers of the world by taking the wind of innovation.

Through many factors constituting the concept of globalization, the multinational companies have taken their places as an important actor in the center of the globalized world. Likewise, the multinational companies that fill the concept of entrepreneurship and spirit in the basic sense will be insufficient if they are defined only as profit organizations. Multinationals, which have been engaged in the worldwide investment activities, have become the universe structures leading to the global politics and gained enormous economic power over time.

Multinational companies contribute to the employment conditions of the host countries by decreasing their unemployment rates. Additionally, they positively affect the host countries in terms of economic, cultural and social dimensions. This positive image makes multinational companies attractive, particularly for developing countries. As multinationals companies gain economically through the free market process, they become the structures developing strategies to influence the entire world by directing technology.

Keywords: Globalization, Multinational Corporations, Entrepreneurship, Free Market Economy

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	II
ABSTRACT.....	III
İÇİNDEKİLER	IV
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	VII
KISALTMALAR LİSTESİ	VIII
ÖNSÖZ.....	IX
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL OLARAK KÜRESELLEŞMENİN İNCELENMESİ.....	3
1.1 Kavramsal Olarak Küreselleşme	3
1.2 Küreselleşme Süreci	5
1.3 Küreselleşmenin Nedenleri.....	6
1.3.1 Ekonomik Nedenler	6
1.3.2 Siyasal Nedenler	7
1.3.3 Teknolojik Nedenler	8
1.3.4 Sosyo – Kültürel Nedenler.....	9
1.3.5 Çevresel Nedenler	10
1.4 Küreselleşme Tanımlarına Yönelik Farklı Yaklaşımlar	11
1.4.1 İktisadi Bir Olgu Olarak Küreselleşme.....	11
1.4.2 Siyasal Bir Dönüşüm Olarak Küreselleşme.....	12
1.4.3 Sosyo-Kültürel Açından Küreselleşme.....	13
1.5 Küreselleşmenin Ülkelere Etkileri.....	15
1.5.1 Küreselleşmenin Az Gelişmiş Ülkelere (AGÜ) Etkileri.....	15
1.5.2 Küreselleşmenin Gelişmekte Olan Ülkelere (GOÜ) Etkileri	16
1.5.3 Küreselleşmenin Gelişmiş Ülkelere (GÜ) Etkileri	17
1.6 Küreselleşmenin Kazanımları ve Kayıpları.....	18
1.6.1 Yenilikler	19
1.6.2 Tehlike ve Sorunlar.....	19
1.7 Küreselleşmeye Dair Görüşler.....	21

İKİNCİ BÖLÜM

ULUSLARARASI GİRİŞİMCİLİK VE ÇOK ULUSLU ŞİRKETLER.....	23
2.1 Küreselleşme Bağlamında Girişimcilik ve İlişkili Kavramlar.....	23
2.1.1 Uluslararası Girişimcilik ve Tarihsel Gelişimi	23
2.1.2 Küreselleşme ve Ticari Engellerin Kaldırılmasının Girişimciliğe Etkileri	24
2.1.3 Uluslararası Entegrasyonun Girişimciliğe Etkileri	25
2.1.4 Küreselleşme ve Girişimcilik.....	26
2.1.4.1 Uluslararası Girişimcilik Yönelim Boyutları	26
2.1.4.2 Uluslararası Pazar Yönelimi	30
2.1.4.3 Uluslararası Öğrenme Yönelimi	31
2.1.4.4 Uluslararası İsteklendirme	32
2.1.4.5 Rakip ve Rakip Olmayan Firmalar ile İşbirliği.....	33
2.2 Çok Uluslu Şirketler	33
2.2.1 Çok Uluslu Şirketlerin Tanımı.....	34
2.2.2 Çok Uluslu Şirketlerin Tarihsel Gelişimi	36
2.2.2.1 Ticaret Dönemi.....	36
2.2.2.2 Sömürgecilik Dönemi	37
2.2.2.3 Ayrıcalık Dönemi.....	37
2.2.2.4 Uluslararası Dönem.....	38
2.2.2.5 1973-1980 Dönemi.....	40
2.2.2.6 1981 ve Sonrası Dönem	40
2.2.3 Çok Uluslu Şirketlerin Özellikleri	41
2.2.4 Çok Uluslu Şirketlerin Türleri	43
2.2.4.1 Tek Merkezli Şirketler	43
2.2.4.2 Çok Merkezli Şirketler	43
2.2.4.3 Dünya Merkezli Şirketler	44
2.2.5 Çok Uluslu Şirketlerin Ekonomik ve Siyasal Hedefleri	45

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**ÇOK ULUSLU ŞİRKETLERİN KÜRESEL ÖLÇEKTE YAYILMA
STRATEJİLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN GİRİŞİMCİLİK**

BAĞLAMINDA İNCELENMESİ	46
3.1 Çok Uluslu Şirketlerin Faaliyetlerini Uluslararası Alana Taşımalarında Etkili Olan Faktörler	46
3.2 Çok Uluslu Şirketlerin Girişimcilik Stratejileri ve Pazara Giriş Yöntemleri	48
3.3 Nitelik Açısından Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri	50
3.4 Çok Uluslu Şirketlerin Yatırım Yapmasını Etkileyen Faktörler	56
SONUÇ.....	58
KAYNAKÇA	60
EKLER.....	69
ÖZGEÇMİŞ.....	70

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Uluslararası Girişimcilik Yönelimi Boyutları	26
Şekil 2. Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri	51
Şekil 3. Dış Pazara Giriş Stratejilerinin Bağıllık, Risk, Kontrol ve Kârlılık Potansiyelleri	52



KISALTMALAR LİSTESİ

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AGÜ	: Az Gelişmiş Ülkeler
AR-GE	: Araştırma ve Geliştirme
BM	: Birleşmiş Milletler
ÇUŞ	: Çok Uluslu Şirketler
DB (WB)	: Dünya Bankası (World Bank)
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
DTÖ (WTO)	: Dünya Ticaret Örgütü
DYY	: Doğrudan Yabancı Yatırım
ECOWAS	: Batı Afrika Ülkeleri Ekonomik Topluluğu
GATT	: Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (General Agreement on Tariffs and Trade)
GOÜ	: Gelişmekte Olan Ülkeler
GSYİH	: Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
GÜ	: Gelişmiş Ülkeler
IMF	: Uluslararası Para Fonu (International Monetary Fund)
IMF	: Uluslararası Para Fonu
MAI	: Çok Taraflı Yatırım Anlaşması (Multilateral Agreement of Investment)
OECD	: Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (Organisation for Economic Co-Operation and Development)
SSCB	: Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
UNCTAD	: Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı
YASED	: Uluslararası Yatırımcılar Derneği

ÖNSÖZ

Bu çalışma boyunca bana akademik bilgileriyle yardımcı olan, farklı bakış açılarını kazanmam için beni yönlendiren başta tez danışmanım Doç. Dr. Burcu ÖZCAN olmak üzere, bilgilerini ve yardımlarını benden esirgemeyen anneme ve babama bilimsel açıdan yetişmemde yardımcı olan Fırat Üniversitesi Girişimcilik ve Yenilik Yönetimi Ana Bilim Dalı hocalarıma teşekkürlerimi sunarım.

Orhun Alp ÖZCAN

ELAZIĞ - 2018

GİRİŞ

21. yüzyılda küreselleşme sürecinin hız kazanmasında önemli bir yere sahip olan çok uluslu şirketleri sadece salt ekonomik yapılar olarak tanımlamak yetersiz kalacaktır. Günümüzde çok uluslu şirketler önemli bir ekonomik güce ulaşarak finans dünyasıyla beraber politika, spor ve kültürel yaşam gibi sosyal hayatın çeşitli alanlarında etkili olmuşlardır. Sosyal yaşama derinlemesine nüfuz eden çok uluslu şirketler moda, modernite, modernizasyon gibi kavramlar üzerinden toplumların yaşayış şekillerine yön veren yapılar haline dönüşmüşlerdir. Bu kavramların içini kendi çıkarları doğrultusunda dolduran çok uluslu şirketler, girişimcilik alanında devrim yaratacak ilkelere imza atmışlardır. Bugün insanlar ihtiyacı olsun olmasın sadece marka algısı nedeniyle, tüketim alışkanlıklarını değişikliğe uğratmışlardır. Çok uluslu şirketler, başta sosyal medya olmak üzere çeşitli kanallar ve ilgi çekici reklamlar sayesinde, insanları ve toplumları kendi ürünlerini almaya mecbur kılmışlardır.

Bu araştırmanın sınırları; küreselleşme, çok uluslu şirketler ve girişimcilik olguları arasındaki ilişkinin analizini hedeflemektedir. Çalışmada, küreselleşme ve çok uluslu şirketler arasındaki bağlantı girişimcilik kapsamında irdelenecektir. Bu doğrultuda belirtilen bu kavramlar tarihi süreçleri açısından ayrıntıya girilmeden ele alınacak ve çok uluslu şirketlerin yatırım kararlarını etkileyen faktörler girişimcilik bağlamında değerlendirilecektir.

1980'li yılların sona ermesiyle beraber küreselleşme sürecinin kümülatif bir şekilde tüm dünyayı örümcek ağı misali sarması, malların ve fikirlerin serbestçe dolaşımı, teknolojinin inanılmaz boyutlara ulaşması ve bunun sonucunda dünyanın küçük bir köy haline gelmesiyle beraber, çok uluslu şirketlerin sayısı ve önemi giderek artmıştır. Küreselleşmeyle beraber ortaya çıkan tüketim çılgınlığı inanılmaz boyutlara ulaşmıştır. Küreselleşme süreci ise, çok uluslu şirketlerin lehine gerçekleşmiş olup bu şirketlerin küresel siyasete ve ekonomiye müdahalesini kaçınılmaz kılmıştır. Bu müdahale ile beraber çok uluslu şirketlerin ekonomi politiği, ulus devlet egemenliğini temelden sarsmıştır. Çok uluslu şirketler, 21. yüzyıl yenedünya düzeninin şekillenmesinde önemli bir rol oynayarak tüketim çılgınlığının hızlanmasına, teknolojinin inanılmaz boyutlara ulaşarak uluslararası ticaretin sanal dünyaya nüfuz etmesine ve insanların her türlü hizmete ve mala rahatça ulaşmasına imkân sağlamıştır.

Bu nedenle 21. yüzyılda çok uluslu şirketlerin küresel siyasetten ekonomiye, sosyal hayatın her alanında başrol oynayacağını ifade etmek yanlış olmayacaktır. Bu bağlamda, küreselleşmeyi sosyal ve ekonomik yaşamın bir baş aktörü haline getiren çok uluslu şirketlerin girişimcilik anlamda yayılma stratejileri sadece ekonomik açıdan değil, ideolojik açıdan da incelemeye değerdir. Bu çalışmanın amacı, gündelik hayatımızı belirlemede önemli bir paya sahip olan çok uluslu şirketlerin yayılma stratejilerinin iktisadi, siyasi ve sosyolojik açıdan ele almaktır.

Çok uluslu şirketler içerisinde bulunduğumuz 21. yüzyılda, girişimcilik ve inovasyon sürecinde etkin rol oynamalarından dolayı küresel ekonomiye ve siyasete doğrudan nüfuz edebilmektedirler. Serbest piyasa ekonomisinin tüm dünyaya egemen olmaya başlamasıyla beraber, ulus üstü küresel şirketlerin daha fazla kazanma arzusu ve ekonomiden politikaya, spordan sosyal hayatın tüm alanına hâkimiyet kurma istekleri günümüzün vazgeçilemez bir gerçeği haline dönüşmüştür. Çok uluslu şirketlerin giderek daha fazla ekonomik ve siyasal güç kazanması, gelecekte de bu şirketlerin siyasi ve ekonomik parametrelere yön vereceği genel görüşünü desteklemektedir. Bu genel görüş çerçevesinde çok uluslu şirketler, küreselleşme ve girişimcilik hakkındaki çalışmalar ise önem kazanmaya başlamışlardır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL OLARAK KÜRESELLEŞMENİN İNCELENMESİ

1.1 Kavramsal Olarak Küreselleşme

Küreselleşme, özellikle son dönemde üzerinde sıklıkla tartışılan bir kavram haline gelmiştir. İnsanlar ilgi alanları doğrultusunda bu kavrama değişik anlamlar yüklemekte; kültürden sosyal politikaya, siyasetten ekonomiye dünyada meydana gelen değişimleri nitelemek adına adeta joker bir sözcük olarak kullanmaktadırlar. Her alanda mesafenin kısalması ile beraber küreselleşme; hukuksal, kültürel, sosyal, ekonomik, siyasal ve çevresel olarak dünyanın bütünleşmiş olmasını ifade eden bir kavram niteliğine sahiptir. Küreselleşmeyle mekân ve zaman kavramlarının anlamlarını yitirdiği, sınırların silindiği ve ülkelerin birbirine karşı daha bağımlı hale geldikleri görülmektedir (Bozkurt, 2000: 17-30; Tireli, 2009: 25). Bu kadar fazla kullanılmasına karşın, küreselleşme olgusuyla alakalı müşterek bir tanım söz konusu değildir. Bu hususta Kongar'ın (2002: 2) bir benzetmesi bulunmaktadır. Kongar, küreselleşmeyi körlerin fili tanımlamasına benzetmektedir. Bazı insanlar filin dişini tutarak mermerden bir kılıca benzetmekte, bazıları bacağına tutarak ağaç gövdesine, diğerleri de kulaklarını tutarak büyük bir kepçeye benzetebilmektedir. Özetle küreselleşme, tanımlayanların ilgi alanlarına ve bakış açılarına göre değişmektedir.

Teorik açıdan küreselleşme kavramına açıklama getirenlerin yanı sıra, kavrama iktisat politikası açısından yaklaşanlar da bulunmaktadır. Bu görüş kapsamında küreselleşme özünde, yeni Neo Klasik iktisat okulundaki temel öğretilerden türemiş kuramlarla “Bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler.” yaklaşımını güçlendirip uygulamaya sokan iktisat politikalarını ifade etmektedir (Aksoy, 2006: 6). “Bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler” esasına temel teşkil eden, dış piyasalarda ticaretin önünü açmak ve iç piyasalarda özel şirketlere destek olmak fikri küreselleşmeyle uygulamaya konmaktadır.

Ekonomik anlamda küreselleşmeye açıklık getirmeye çalışan tanımlamalarda, dünyada gerçekleşen ekonomik uygulamaların birbirlerine bağlanmaları ve ekonomik ilişkilerin karşılıklı bağımlılığı gibi hususlara dikkat çekilmektedir. Bu tanımlama

kapsamında küreselleşme; organizasyon, doğal kaynaklar, bilgi, istihdam, yönetim, sermayenin uluslararası bir niteliğe büründüğü ve karşılıklı bağımlı hale geldiği bir siyasi ve ekonomik yapılanmayı ifade etmektedir (Aksoy, 2006: 8-9). Bu siyasi ve ekonomik yapıda mühim olan nokta; firmaların sınır ötesi çalışmalar yapabilmeleridir. Bunun yanında üretim çalışmalarını ve satışlarını farklı ülkelerde gerçekleştirebilmelerine engel olacak bir uygulama bulunmaması da önemlidir. Gerçekleştirilen sınır ötesi işlemler vasıtasıyla ülkeler ekonomik açıdan birbirlerine daha bağımlı ve yakın olmaktadır.

Amerikan Ulusal Savunma Enstitüsü küreselleşme kavramını “Halkların, kültürün, enformasyon, fikir, teknoloji, para ve hizmetin daimi biçimde sınır ötesine akışları” şeklinde ifade etmektedir (Tağraf, 2002: 35). Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Komisyonu ise “Yalnızca ekonomik olmayıp hukuki, kültürel, çevresel, siyasi, sosyal boyutlara da sahip olan bir süreç” şeklinde tanımlamaktadır. Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD) sürecin daha ziyade ekonomik boyutuna değinerek küreselleşme kavramını “çeşitli ülkelerin pazar ve üretimlerinin her gün yükselen bir derinlik ve hızla birbirine daha bağımlı bir yapıya dönüşmesini ifade eden bir süreç “şeklinde tanımlamaktadır (Koçar, 2006: 2). (Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) 1995: 1)’na göre ise, “Küreselleşme ülkelerin aralarındaki sosyal, siyasi, iktisadi ilişkilerin gelişmesi ve yaygınlaşması; ideolojik temelli ayrımların çözülebilmesi, çeşitli toplum kültürlerinin, beklenti ve inançların daha iyi tanınabilmesi, ülkeler arası ilişkilerin daha yoğun hale gelmesi şeklindeki farklı görünse de birbiri ile bağlantılı olan kavramlar kümesi şeklinde ifade etmektedir” Görülebileceği gibi farklı kurumlar bu kavrama farklı şekillerde yaklaşmaktadırlar.

Daha geniş bir ifadeyle küreselleşme kavramını, kültürel ve sosyal boyutları içeren, üretimin uluslararası hale geldiği, pazarlama ve işletme politikalarının bu yeni üretimsel yaklaşım kapsamında biçimlendiği dinamizm içeren bir ekonomik yapı olarak da tanımlanabilmektedir. Bunun yanında, bu süreçte dünyada çeşitli yerlerdeki değişik tüketicilerin tüketim alışkanlıkları benzeşmekte ve çok uluslu şirketler (ÇUŞ) güçlenmektedirler (Aksoy, 2006: 7). Bu nedenle küreselleşme, ekonomik boyutun yanı sıra kültürel ve sosyal boyutları da ihtiva eden bir kavramdır. Çünkü küreselleşme olgusunun yalnızca ekonomik olarak görülmesi, kültürel ve sosyal etkileri de olan bu

kavramın yanlış anlaşılmasına ya da tam anlamı ile anlaşılmasına sebep olmaktadır. Küreselleşme yalnızca ekonomileri değil, kültür ve toplumları da dönüştürmekte ve birbirlerine yakınlaştırmaktadır.

Küreselleşme hususunda müşterek bir tanım veya düşünce olmamasına karşın kabul edilmesi zaruri olan husus; küreselleşmenin günümüzde önemli ölçüde etkili olduğudur. Özellikle iletişim, bilgi ve ulaşımda meydana gelen değişimler sınırları esnetmekte; birey, toplum, kültür, pazar ve ekonomileri birbirlerine yakın hale getirmektedir. Özetle; ÇUŞ ve uluslararası kurumları ortaya çıkartarak etkinleştiren, uluslararası ticareti artıran ve kolaylaştıran, mali piyasa serbestisi sağlayan, sınırları esnetip ülke, insan ve kültürleri yakınlaştıran küreselleşme olgusu, hem yararları, hem de zararları ile birlikte günümüz gerçeğini temsil etmektedir.

1.2 Küreselleşme Süreci

Küreselleşme, içerisinde bulunduğumuz dönemde dünyada en fazla tartışılmakta olan değişim rüzgarlarından biridir. Bu dönem içerisinde çevresel yatırımlar, uzay teknolojisi yatırımları, biyolojik endüstride yeni hammaddeler ve bilgi teknolojileri ile yeni bir ekonomik alan doğmuştur. Ortaya çıkan bu alanın neticeleri ise küresel dünyada etkin biçimde kendini göstermektedir (Taner, 2004: 3). Ekonomik alanda gerçekleşen gelişmeler yalnızca bu alanı etkilemekten ibaret olmayıp çevresel, sosyal ve siyasal alanlarda da etkili olmuştur. Dünya pazarları küreselleşmeyle birbirlerine daha yakın hale gelmekte, firmaların dünyanın herhangi bir bölgesinde bulunan pazarlarda çalışmaları kolaylaştırmaktadır. Teknoloji, sermaye, kaynak ve mal transferlerine hız kazandıran küreselleşme, küresel ölçekte ekonomik çalışmaları yoğunlaştırmaktadır.

Kapitalizm, küreselleşmeyi doğuran en mühim etmenlerden bir tanesidir. OECD, Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (General Agreement on Tariffs and Trade, GATT), Dünya Bankası (World Bank, WB), Uluslararası Para Fonu (International Monetary Fund, IMF) benzeri kapitalizmin ürünleri olan kurumlar da küreselleşmeye hız kazandırmışlardır. Bu hıza katkı yapan bir diğer unsur ise ÇUŞ ve bunların gerçekleştirmiş olduğu yabancı sermaye yatırımlarıdır (Aksoy, 2006: 9). Küreselleşme süreci, ÇUŞ faaliyetleri ve kapitalizmle hız kazanmaktayken, ÇUŞ'lar da küreselleşme sayesinde büyümektedirler. Bunun sonucunda ÇUŞ kapitalizm-küreselleşme üçlüsü, birbiriyle bağlantılı hale gelmektedir. Kapitalizm, dünyanın

sınırlarının kaldırıldığı bir düzlemde egemen güçlerin işgücü, hammadde, üretim ve finansal kaynakları eline alması ve küreselleşmenin de yardımı ile toplumları bu doğrultuda dizayn etmesidir. Bu anlamda, küreselleşme ile kapitalizm geçilemeyecek önemli bir bağ bulunmaktadır.

1.3 Küreselleşmenin Nedenleri

Küreselleşmenin yalnızca ekonomik düzeyde açıklanması eksik olacaktır. Küreselleşme kavramı çok boyutlu olan bir süreç olup, ardındaki sebepler de çok boyutludur. Buradan hareketle küreselleşme sebeplerinin sosyo-ekonomik, çevresel, teknolojik, siyasal ve ekonomik olarak beş başlıkta ele alınması mümkündür (Taner, 2004: 20; Aktaş, 2007: 26).

1.3.1 Ekonomik Nedenler

Küreselleşme ekonomik açıdan; özellikle teknolojideki gelişmeler sonrasında dünyada bir tek pazarın oluşmaya başlaması ve işgücü, sermaye, ticaret, üretimin serbest biçimde hareket edebilmesini ifade etmektedir (Gürkan, 2001: 1-2). Ekonomik küreselleşmeyle, ülkeler birbirlerine yakınlaşmakta ve ülkelerin aralarındaki ekonomik ilişkiler derinleşmektedir. Hizmet ve mal hareketleriyle beraber uluslararası sermaye hareketleri çeşitlenerek artmaktadır (Aktan, 2002: 2). Ekonomik küreselleşme tarihi teknolojik icatlar ve coğrafi keşiflerle küreselleşmenin başlamış olduğu 1800'lü yıllara dayanmaktadır. Sermaye, ekonomik küreselleşme ile beraber, gelişmiş ülkeler (GÜ)'den sermaye ve emeğin daha ucuz bulunduğu az gelişmiş ülkeler (AGÜ)'ye doğru kaymaktadır (Ataman ve Yıldırım, 2005: 12). Firmalar girdi maliyetinin ucuz olduğu ülkelere gidip buralarda üretim yapmakta ve sermayelerini buralara aktarmaktadırlar.

Küreselleşmenin başlamasına sebep olan ekonomik unsurların bir bölümü 1970'lerin sonrasında gerçekleşmiştir. Özellikle 1970'lerde yaşanan petrol krizleriyle iç piyasalar dışa açılmak zorunda kalmış ve ekonomik işlemlerin hacmindeki artış küreselleşmeyi yeniden gündeme taşımıştır (Bozkurt, 2000: 10). 1980'lerin ardından Berlin Duvarı'nın çöküşü, tek kutuplu sisteme geçiş ve bu geçiş süreci içerisinde sermayedeki uluslar arası ölçekteki hareketliliği küreselleşmede etkili olmuştur (Kazgan, 2000: 64). Yaşanmış olan bu gelişmelerin ardından, üretimsel süreç hızlanmış, dünya ticaret hacmi artmış, ekonomik sistemler küreselleşmiş ve finansal sistemlerin

sınırları kalkarak bütünleşme olmuş, ÇUŞ sayısı ise artmıştır (Aydemir ve Kaya, 2007: 269-271; Yavuz ve Sivrikaya, 2011: 10).

Küreselleşmeye sebep olan diğer ekonomik gelişmeler ise şu şekildedir: ÇUŞ' un ortaya çıkması, ülkelerin piyasa ekonomisi sürecine girmeleri, dünya ekonomisinde ortaya çıkan liberalleşme, IMF ve WTO gibi uluslararası kuruluşların çalışmaları (Aktan, 2002: 2). ÇUŞ, elinde bulundurmuş olduğu ekonomik güçle küreselleşmede dünya ekonomisine etki etme, yön verme hatta biçimlendirmede önemli rollere sahiptir (Aksoy, 2006: 14). ÇUŞ, küresel ekonomiyi kendi isteği kapsamında yönlendirmekte ve bunun yanında küreselleşmenin sebep olduğu gelişmelerden de faydalanmaktadır.

1.3.2 Siyasal Nedenler

Siyasi küreselleşme; geniş bir ifadeyle yerel, ulusal ya da bölgesel problemlerin dünyada meydana gelen yakınlaşma sonucunda dünya problemine dönüşmesini ifade etmektedir. Küreselleşmeyle beraber ekonomide olduğu gibi siyasette de devletler birbirlerine bağımlı hale dönüşmüş, bir bölgedeki hareketlilik birden fazla ülkeye etki eder duruma gelmiştir (Canbay, 2007: 27). Herhangi bir ülkenin sınırlarının içerisinde meydana gelen bir olay, o sınır içerisinde çıkarak birden fazla bölgeye ve hatta dünyaya etki etmektedir.

Görüşlerin bazılarına göre; uluslararası finans ve sermaye piyasalarında ÇUŞ ve uluslararası kuruluşların etkisinde kalan ulus devletler, bunların menfaatleri kapsamında politikalar üretmekte ve uygulamaktadırlar (Çetin, 2006: 28). Diğer bir görüşe göre ise küreselleşme hem negatif hem pozitif sonuçlar doğurmaktadır. Böylesi bir ortamda ise ulus devlete düşen görevler gittikçe artmaktadır. Günümüzde küreselleşmenin sebep olduğu tehlikeleri yok edebilecek güçlü ulus devletler gerekmektedir. Bu yeni devletin 3 temel görevi vardır:

- 1) İnsan sermayesi ve teknolojik altyapıyı geliştiren stratejik görev,
- 2) Rekabeti yükseltme ve piyasaları düzenleme,
- 3) Gelirin yeniden dağılımı (DPT, 2000: 5-6).

18. yüzyıl ile I. Dünya Savaşı'nın arasında ki dönemde dünyada büyük imparatorluklar şeklinde bir örgütlenmeler görülmektedir. I. Dünya Savaşı'yla

başlayarak II. Dünya Savaşı'nın bitimine kadar devam eden çözülme sürecinde dünyada ülke sayısında ciddi artışlar gerçekleşmiştir. Ülke sayısındaki bu artış küresel ölçekte bir siyasal örgüt gerekliliği de doğurmuştur. II. Dünya Savaşı'nın ardından başını Sovyetler Birliği (SSCB) ve ABD'nin çekmiş olduğu iki kutuplu bir sisteme geçiş yaşanmış fakat 1989'da Berlin Duvarı'nın yıkılışı ve 1991 senesinde SSCB'nin resmi olarak çözülmesiyle tek kutuplu sisteme geçilmiştir. ABD bu yeni düzen içerisinde OECD, GATT, WB, IMF gibi uluslararası kurumlar ve ÇUŞ vasıtasıyla dünya üzerinde siyasi ve ekonomik alanda lider aktöre dönüşmüştür (Çetin, 2006: 27-28). ÇUŞ ve uluslararası kuruluşlara yön verebilme gücü bulunan ABD, küresel ölçekteki kontrol edici olma hedefini taşımakla beraber küreselleşmenin siyasal ayağını oluşturan ülkelerin başında da gelmektedir.

1.3.3 Teknolojik Nedenler

Küreselleşmeye sebep olan diğer bir mühim unsur da özellikle 19-20. yüzyıllarda meydana gelen teknolojik gelişmeler olmuştur. Küreselleşme bakımından bu yüzyılların ehemmiyetiyse sürece hız kazandıracak icatlara temel teşkil eden; mühendislik, tıp, kimya, fizik alanlarındaki gelişmelerin bu dönem içinde olmasıdır. II. Dünya Savaşı'nın ardından elektronik haberleşme alanında meydana gelen buluşlar ve bilgisayarların devreye girmesi ile küreselleşmede teknoloji önemli hale gelmiştir (Çetin, 2006: 30). Özellikle 1980'lerin sonrasında, enformasyon teknolojilerindeki gelişmeler ilk etkilerini finans sahasında göstermiştir (Aktaş, 2007: 26).

Gün geçtikçe ucuzlayıp yaygınlaşmakta olan enformasyon teknolojisi uluslararası sahada gerçekleşen etkileşimle küreselleşmeye hız kazandırmakta ve sürecin önemli bir parçasına dönüşmektedir (Bozkurt, 2000: 26-27). Ağırlıklı olarak iletişim ve bilgi teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler toplumsal ve kültürel yapıya yaptığı etkilerle topluma “enformasyon toplumunun” doğmasına sebep olmuştur (Törenli, 2003: 10). İletişimde meydana gelen gelişmeler özetle; dünyayı küçültmüş ve insanları birbirlerine yakınlaştırmıştır.

Teknolojide meydana gelen gelişmeler ekonomik birtakım neticeler de ortaya çıkartmıştır. Örneğin; yeni düşünceler sanal ortamlarda denenebilir hale gelmiş, üretimsel süreçlerde robotlar etkinliklerini artırmış, üretimde bilgisayar destekli sistem bant sisteminin yerini almış, işlerin bazıları yok olmuş, büyük firmalar ufak parçalara

ayrılmış, personel ilişkileri ve firma örgütlenmeleri değişmiştir. Robotlar teknolojik gelişmeyle birlikte devreye girmiş ve etkileri gün geçtikçe yükseltmiştir. Bu durum ise, bir takım çevreler tarafından, küreselleşmeye negatif bir bakış açısı ile yaklaşılmasına neden olmuştur. Teknolojik gelişme, üretimdeki insan emeğini de değiştirmiştir. Üretim sürecinde artık tercih edilen kişiler uzman ve iyi eğitilmiş olanlardır (Şaylan, 2002: 148).

Küreselleşme ile teknoloji, toplumların küresel rekabet içinde yer almalarını sağlayacak temel faktör haline gelmektedir. Teknoloji ve onun kaynağı olan bilime sahip toplumlar/devletlerin, başta ekonomi olmak üzere, küresel alanda önemli güce sahip aktörler oldukları görülmektedir (Canbay, 2007: 44).

1.3.4 Sosyo – Kültürel Nedenler

Öncesinde de belirtilmiş olduğu şekilde küreselleşme yalnızca ekonomik alanda olmamaktadır. Wallerstein (1998), ekonominin temelinde kültürel değerlerin yattığını savunmakta olup “piyasa fikri, tamamen kültürel bir olgudur “ ifadesini kullanmaktadır. Kültürel küreselleşme; dünyanın küçülüp küresel bütünlük ve küresel bağımlılık şuurunun toplumsal sahada meydana gelmesidir. Bunun yanında, evrenselliğin yerelleşmesi ve yerelliğin evrenselleşmesi demektir (Canbay, 2007: 39-42). Küreselleşmeyle, mesafe açısından birbirlerine uzakta olan toplumların aralarında bile etkileşim olabilmektedir. Çağımızda tüm dünyada temel yiyecek, temizlik, teknoloji ve giyim ürünleriyle alakalı markaların bulunması mümkündür. Küreselleşmeyle tüketim alışkanlıkları birbirine benzemekte, toplumlar ve insanlar ortak bir kültürle birbirlerine yakın hale gelmektedirler. Bu kapsamda küreselleşen kültürün “kimin” olduğu sorusu akla gelmektedir. Basitçe bu kültür; küreselleşmeyi yönlendirebilecek teknolojik, ekonomik ve kültürel gücü elinde tutanlara aittir. Küreselleşmeyle evlere giren internet, müzik, film, gazete, radyo, tv gibi araçlar kişiler arasında müşterek bir kültür yaratmaktadırlar. İnsanlar kitle iletişim araçlarıyla aradaki mesafe önemli olmaksızın kolayca iletişime geçebilmektedirler. Bir dünya diline dönüşen İngilizce genelde “France Press” (Fransa), “Reuters” (İngiltere), “United Press” (ABD), “Associated Press” (ABD) kaynaklı yapılan haberler, Hollywood filmleri ve dünyanın her yerine yayılmış olan sosyal olaylar, eğitim ve tüketim süreçleri ÇUŞ’ u doğuran nedenlerdendir (Çetin, 2006: 32-35). Bahsedilmiş olan etmenler dikkate alındığında;

ortaya çıkan küresel kültürün, teknolojik ve ekonomik yönden güçlü olan Batı' ya ait olduğu görülmektedir.

Küreselleşme insanların aralarındaki sınırları kaldırıp bir müşterek kültür yaratmanın yanında, kültürel çeşitlilikle alakalı alt kimliklerin oluşmasını da desteklemektedir. Telekomünikasyon ve iletişimde meydana gelen ilerlemeler dünya kültürlerinin tamamının karşılıklı olarak etkileşime girmesini sağlayıp, kültürel bakımdan homojen bir yapı meydana getirmektedir. Diğer taraftan dini, etnik ve yerel kimlikler evrensel değerlerle öne çıkmaktadır (Turan ve Aykoç, 2002: 141). Bu kapsamda Giddens' in (1994: 62) ifadesiyle “küreselleşme birbirinden çok uzak bölgelerin dahi birbirleri ile toplumsal ilişkiler kurabildiği, binlerce mil uzaktaki olaylardan etkilenebildiği bir olgular bütünüdür.”

1.3.5 Çevresel Nedenler

Günümüzde çevresel problemler küresel anlamda önemli sorunlar haline gelmiştir. Çevre kirliliğinin geçmişi 19. yüzyıldaki Sanayi Devrimi'ne kadar uzanmaktadır. Çağımızda meydana gelen çevresel problemleri daha net gösterebilecek birtakım işaretler şöyledir: Akarsu kirliliği sebebiyle dünya genelinde bulunan akarsuların %10'unluk kısmında canlı yaşamı yoktur, Afrika'daki tahıl üretimi çevre problemleri sebebiyle son 25 senede %28 azalmış durumdadır, günümüzde dünyadaki toprakların %29'u çölleşme tehlikesi ile karşı karşıyadır (Çetin, 2006: 35). Orman ürünleri ve fosil yakıtların yakılmasının sebep olduğu karbondioksit artışı ve buzul erimeleri de gelecek açısından ciddi bir tehdittir. Özellikle küreselleşmenin ürünü olan ÇUŞ'ların dünyaya yaydıkları endüstri ve fabrikalardan kaynaklanan denetimsizliğin getirdiği çevre problemleri ciddi birer sorundur.

Çevre problemleri artık bir ülkeyi değil, tüm dünyayı ilgilendirdiği için ulusların tamamı çevre politikalarıyla ilgili birbirlerine bağımlı hale gelmiştir. Ülkelerin birinde oluşan bir çevre problemi diğer ülkeleri de etkilediğinden, probleme kayıtsız kalmak mümkün değildir. Bu nedenle ulus devletler dünya çapında faaliyet yürüten örgütlerle işbirliğine gitmek durumundadırlar (Giddens, 1999: 56). Özetle, çevre problemleri toplumları ve küresel aktörleri birbirlerine daha yakın hale getirmektedir.

Dünyadaki çeşitli bölgelerde oluşan çevre problemleri devletlerdeki sosyal, siyasi ve ekonomik yapıyı yıpratmaktadır. Ülkeler çevre problemlerini müşterek bir tehdit şeklinde görmektedirler. Bunlarla mücadelede ortak hareket esastır. Diğer yandan küreselleşmenin mühim aktörlerden olan ÇUŞ'lar sebep oldukları çevresel problemlerin sorumluluğunu üstlenmemek adına üretimlerini az gelişmiş ülkelere kaydırmaktadırlar (Canbay, 2007: 34-37).

1.4 Küreselleşme Tanımlarına Yönelik Farklı Yaklaşımlar

Bu başlık altında küreselleşmenin iktisadi, siyasi ve sosyo-kültürel açıdan yaklaşımları irdelenecektir.

1.4.1 İktisadi Bir Olgu Olarak Küreselleşme

Ekonomik küreselleşme mevcut şekliyle, pazardaki güçlerin küresel seviyede etkinlik kazanmasının sonucu şeklinde tanımlanmaktadır (Büyükbaş ve Ören, 2005:107). Neo-liberal yaklaşıma göre, küresel kaynakları değerlendirmek, yeniden dağıtmak ve ülkeler arası ticareti belirli kurallarla düzenleyip denetlemek gerekmektedir. Bu anlayışta küreselleşmedeki itici güç olan pazar aktörlerine bir diğer ifadeyle ÇUŞ'lara hareket özgürlüğü sağlamasıyla, küreselleşmenin başarılı bir sonuç vereceği ve siyasi müdahalenin ise sürece negatif etki edeceği düşünülmektedir. Pazar aktörleri ile uluslararası çaptaki ekonomi kuruluşlarının, küresel ölçekte refahı artırmaya katkı yapabilecekleri düşünülmektedir. Bu düşünceye göre; küreselleşmenin kitlesel bir işsizlik ve yoksulluğa sebep olmaktansa, istihdam yaratacağı öngörülmektedir.

Ekonomik anlamda küreselleşme, ülkeler arasında emek, sermaye ve mal akışının artmasının neticesinde ekonomik ilişkilerin yoğunlaşması ve ülkelerin birbirine yaklaşımları anlamına gelmektedir. (Aktan ve Şen, 2011:12). Diğer bir ifade ile ülkelerin ekonomileriyle dünya ekonomisinin birleşimi ve dünyanın tek bir pazara dönüşmesidir. Bir başka tanımda ise küreselleşme kavramı; ticari engellerin azaldığı, göçe engel olan unsurların yok olduğu, sermaye akışlarının ve doğrudan yabancı yatırımın (DYY) serbestleştiği ve teknoloji transferinin hız kazandığı bir ortama işaret etmektedir (Zengingönül, 2005: 89). Uluslararası ekonomi kurumlarının dünya ekonomilerini liberal hale getirme gayretleri ve ÇUŞ'ların ucuz kaynak ve pazar temin

etme gayretleri ülke ekonomilerini daha fazla bütünleştirmektedir. Ekonomik küreselleşmeyi, finansal faaliyetler ve üretim faaliyetlerinin küreselleşmesi biçiminde ikiye ayırmak mümkündür. Finansal faaliyetlerde küreselleşmeyle, şirketler üretim faaliyetlerini yüksek getirinin ve düşük sermaye riskinin olduğu bölgelere; üretimin küreselleşmesiyle de bu faaliyetleri işçilik ve hammaddenin ucuz olduğu bölgelere kaydırmaktadırlar.

İlaveten ekonomik alandaki küreselleşmeyle beraber dünyada yeni piyasalar oluşmuştur. Bu piyasalar geçmişten farklı biçimde 24 saat faaliyet gösterebilmekte, teknolojik destekle beraber para dünyanın tamamında el değiştirme imkânı yakalayabilmektedir. Birleşmiş Milletler (BM) tarafından açıklanan rapora göre günde 1,5 trilyon doların üstünde paranın el değiştirmektedir (Çınar, 2009: 16). Uluslararası ekonomi kurumları olan; ÇUŞ, IMF, DTÖ dünya ekonomilerini yönlendiren yeni aktörler haline dönüşmüştür. Bunlar ulusal yönetimlerin üstünde olan Çok Taraflı Yatırım Anlaşması (Multilateral Agreement of Investment), MAI) şeklinde düzenlemeler geliştirerek ulus devletlerin zayıflamasına yol açmış, zayıflayan ve küçülen devlet yapısı ile de pazar serbestliğinin yolunu açmıştır.

1.4.2 Siyasal Bir Dönüşüm Olarak Küreselleşme

Siyasi küreselleşme, küresel toplumun oluşmasıyla dünyanın küçülmesini ifade etmektedir (Çetin, 2008: 178). Politik küreselleşme, ulus devleti aktif bir konuma getiren uluslararası ilişkiler kavramını geçersiz kılmakta, barış ve demokrasi gibi dengeleri küresel bir anlayışla sağlamaktadır. Bu sorunların çözümünde AB gibi siyasal dernekler veya IMF ve BM gibi uluslararası kuruluşlar ulusal hükümetlerden daha belirgin rol oynamaktadırlar. Küreselleşme ile beraber ulus devletler, bağımsız olma özelliklerini kaybetmişlerdir. Bu kayıp en çok ekonomik ve politik kararlar alırken kendini göstermektedir. Öte yandan, ÇUŞ'ların ve uluslararası finans kurumlarının etkileri, ekonomik ve politik karar alma sürecinde artmıştır. Ulus devletlerin aşınmaya uğraması iki aşamada gerçekleşmiştir. Birincisi, ulus devletin ekonomik güçlerinin ulus ötesi kurumlara aktarılmasıdır. IMF, DB ve GATT gibi kuruluşlar tarafından alınan kararlar daha da önem kazanmıştır. Sürecin ikinci aşamasında, yerel hükümetlerin yetkilendirilmesi, merkezi hükümetin yetkilerinin alt kademelere geçişi şeklinde gelişmiştir. Belediyeler ve bölgesel yönetimler gibi yerel yönetimlerin küresel

bağlantılarının sayısında önemli bir artış olmuştur. Yerel sorunların çözümü için kurulan Dünya Metropoliten Birliği bu duruma bir örnektir. Ülkemizde birçok belediye, Dünya Kalkınma Bankası, Avrupa Birliği, İslam Konferansı Örgütü gibi birçok uluslararası kuruluşla iş birliği ve çalışmalar yapmaktadır.

Siyasi küreselleşme, mevcut dünyadaki siyasi güç, otorite ve yönetim biçimindeki yapısal dönüşüm olarak ifade edilebilmektedir (Bayar, 2009: 28). Günümüzde, küresel siyasetin milli siyasetten daha güçlü hale geldiği görülmektedir. Küresel siyasetin dört ana aktörü olan ulus-devlet, devlet üstü kurumlar, yerel yönetimler ve sivil toplum örgütleri karşılıklı etkileşim içerisinde. Literatürde, küresel siyasi yapıya küresel yönetim denmektedir. Bu yeni yapının en önemli özelliği, geleneksel iç / dış politika ayrımcılığını giderek geçersiz kılmasıdır. Günümüzde ulus devletler, özellikle ekonomik açıdan, küresel güçlerle giderek daha fazla etkileşime giren birer karar mekanizması şekildedirler. Bu durum etkilerinin zayıflamasına yol açmaktadır.

Siyasi küreselleşme, dünyadaki siyasi ilişkilerin yoğunlaşması ve genişlemesi anlamına gelmektedir (Steger, 2006: 83). Siyasal küreselleşme, ulus-devletin dönüşümü ve hükümetler arası örgütlerin artan nüfuzu gibi birtakım önemli unsurları içermektedir. Küreselleşmenin politik boyutu, ulus devletlerin sınırlarına nüfuz etmiş ve bu süreçte sıkı kavramsal sınırların ve kültürel çizgilerin bulanıklaştırılması sonucunu doğurmuştur. Ayrıca, küreselleşmenin ekonomik ve politik yönleri birbirine büyük ölçüde bağlıdır. Uluslararası ticaretin önündeki engellerin ortadan kaldırılması ve özgürleştirilmesinin, ulus-devletlerin elindeki siyasi gücü kısıtladığı su götürmez bir gerçektir. Örnek vermek gerekirse, uluslararası sermayenin karşılaşmış olduğu vergi şeklindeki kısıtlamalar azalmıştır. Bu sayede küresel pazarlar hükümetlerin ulusal politika yapma gücünü zayıflatmıştır. Dolayısıyla ulus devletlerin güçlerinin çeşitli uluslararası örgütlere, bölgesel ve yerel yönetimlere aktarıldığı görülmektedir.

1.4.3 Sosyo-Kültürel Açıdan Küreselleşme

Sosyo-kültürel küreselleşme için “...günlük yaşamın ve yaşam biçiminin evrensel normlardan standardize edilmesi” şeklindeki tanım söz konusudur (Seymen ve Bolat, 2005:7). Bu düşüncenin karşısında yer alan bir başka görüşe göre ise kültürel küreselleşme, “...ülkenin kendi maddi ve manevi değerlerinin ve bu değerler

çerçevesinde oluşan birikimlerinin ulusal sınırları aşarak dünyaya yayılmasıdır” (Seymen ve Bolat, 2005:7). Buna ek olarak, küreselleşme karşıtı milliyetçilere göre, kültürel küreselleşme “batı kültürel değerlerin egemenliğinde, özellikle de Amerika’da tek boyutlu bir dünya kültürünün oluşturulması ve küresel ürünler tüketimi...” olarak tanımlanmaktadır (Aça, 2004: 67). Kültürel küreselleşmeyi eleştiren bu görüşe göre, ulus devlet yapıları mümkün olduğunca zayıflamakta ve ulusal devletler ÇUŞ’ların yabancı ülkelerdeki güvenliğini sağlayacak çok uluslu kolluk kuvvetlerine dönüşmektedir.

Küreselleşme ve gelişen teknolojilerin de yardımı ile egemen kültürler, diğer toplumları kültürel anlamda değişime zorlayabilecek ve onları etki altına alabilecek güce sahip olmaktadır (Çınar, 2009: 19). Günümüzde az gelişmiş ülkeler gümrük duvarları ve pazarlarının yanında kültürlerini de koruyamamaktadırlar. Özellikle uydu yayınların desteğiyle, Amerikan sinema endüstrisi sayesinde Amerikan kültürü tüm toplumlara yayılabilmektedir. Küresel güç, her milli değere karşıdır. Bu bağlamda, toplumlar bu yoğun kültürün ileri teknoloji sayesinde gelen baskısına dayanamamaktadır. Küreselleşmeyle ortaya çıkan ve üçüncü dünya ülkelerine dayatılmış olan tüketim kültürü, yalnızca ürünleri tüketme ve kültürleri tüketme kavramı olmaktan çıkıp bunun ötesine geçmeye başlamıştır. Kitle iletişim araçlarının en yaygını olan televizyon sayesinde toplum değerleri homojenleşmektedir. Toplumlar bir tür tüketim propagandası yapan kitlesel medya nedeniyle tüketim eylemini üretim eyleminden daha fazla gerçekleştirmektedirler (İçli, 2001:166; Talas ve Kaya, 2007: 153).

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler, küreselleşmenin kültürel boyutunu ön plana çıkarmaktadır. Çağımız dünyasında, CNN kanalının Afrika’da bir kulübede izlenebiliyor olması veya Alman yatırımcıların Çinli üreticiler ile görüşmelerini İngilizce yapabilmeleri ya da Perulu araştırmacıların Amerikan feminizmi hakkında konuşabilmeleri alışılmış davranışlar halini almıştır (Berger, 2013: 2-3). Bu gerçekler hem umut, hem de korku getirmektedir. Kültürel küreselleşmenin daha barışçıl bir dünya yaratmaya hizmet edebileceği de umulmaktadır. Ancak kültürel küreselleşme konusunda korkular daha baskındır. Toplumların kendilerine özgü farklılıklarının ve kültürel zenginliklerinin küreselleşme ile birlikte yok olacağı ve tüm dünyada tekdüze bir kültürün hakim olacağı endişesi buna örnektir (Berger, 2013: 3). Benzer bir korku,

kültürel homojenleştirme ile ilgili endişeler şeklinde kendini göstermektedir. Avusturyalıların AB'ye girdikten sonra patates için yerli “erdapfel” sözcüğünü kullanmamaları, bunun yerine Almanca bir kelime olan “kartoffeln” sözcüğünü kullanmak zorunda kalmaları bu duruma örnektir. Kültürel küreselleşmenin homojen hale getirme gücüne direniş ise, başka bir endişe kaynağıdır. Gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkeler kısmen küreselleşmeden dolayı kültürel değerlerini değiştirmeye mecburdurlar. Gelir düzeyi, eğitim düzeyi, inanç sistemi gibi birçok faktöre bağlı olarak toplumun bazı kesimleri bu değişikliği kolayca kabul ettikleri gibi bu değişikliği istemeyen gruplar da vardır. Bu kesimler demokrasinin avantajlarını kullanarak kendi aralarında örgütlenmiştir. Bu yolla kültürel küreselleşme, bir yandan toplumları batıcı/doğucu, yenilikçi/statükocu gibi ayrımlara iterken bir yandan da yerel kimlikleri yıpratmakta ve değişime neden olmaktadır.

Kültürel küreselleşmenin iki türü vardır. İlk olarak küresel bir kitle kültürü, belirli bir kültürün tüm dünyaya yayılması ve bu süreçte diğer kültürlerin yok edilmesi ile oluşmaktadır. Bu kültürün temel özelliği homojenlik yaratmasıdır. İkinci kültür türü ise, farklı kültürlerin birbirleriyle etkileşim kurmasıyla oluşan kültürdür. Bu türden bir kültürün temel özelliği, çeşitliliğin öne çıktığı ve çok boyutlu bir kültür yaratmasıdır. Bugün insanların kendi kültürlerini unutup küresel kültürle bağlantı kurmaları ya da dünyadaki gelişmelere sırtını dönüp kendi kültürlerine sıkışıp kalmaları tepki görmektedir. Ülkelerin kendi kültürlerini yok etmeksizin küresel kültür ile etkileşime girecek sentezlere ihtiyacı vardır. Bunun için uluslar, küreselleşmenin getirdiği teknolojiyi kullanarak kendi ağlarını uluslararası ölçekte oluşturma şansına sahiptirler (Köse, 2003: 13; Özkan, 2006: 6-8).

1.5 Küreselleşmenin Ülkelere Etkileri

Bu başlık altında küreselleşmenin az gelişmiş, gelişmekte olan ve gelişmiş ülkelere ne gibi etkilerinin olduğundan bahsedilecektir.

1.5.1 Küreselleşmenin Az Gelişmiş Ülkelere (AGÜ) Etkileri

Küreselleşmenin ardından gelen ekonomik gelişmeler, ülkelerin ekonomik birlikler kurmalarına veya mevcut ekonomik birliklere katılmalarına neden olmuştur. Bölgesel ekonomik bütünleşmeler, küreselleşmenin ekonomik açıdan en önemli

sonuçlarından biridir. Örneğin, bu bölgesel birliklerden biri Batı Afrika Ülkeleri Ekonomik Topluluğu (ECOWAS)'dır. ECOWAS, küreselleşmenin getirdiği ekonomik bütünleşmenin sadece gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler de değil, aynı zamanda AGÜ'de de bir göstergesidir. ECOWAS'ın amacı, bölgede çok boyutlu bütünleşmeyi sağlamaktır. Birlik; sanayi, enerji, telekomünikasyon, doğal kaynaklar, tarım, ticaret ve para/mali konuların yanı sıra sosyo-kültürel konularda da ilişkiler geliştirmeyi hedeflemektedir. Küreselleşme, AGÜ'nün, bölgesel ve uluslararası birlikler vasıtasıyla diğer dünya ülkelerine daha yakın olmasını sağlamaktadır. Ekonomik entegrasyon hareketlerinde yer alan ülkelerde zamanla bazı iyileşmeler görülmektedir. Bölgesel birliklerin, özellikle de üretim ve ticaret alanlarında yer alan ülkelerde bazı avantajları vardır (Berger, 2013: 3-5). Bölgesel entegrasyon hareketlerinde yer alan AGÜ, ekonomik, sosyal ve siyasi alanlarda gelişmeler yaşayarak küresel sistemle bütünleşmeye çalışmaktadır.

Küreselleşmenin AGÜ için fırsatlar yarattığı görüşüne ek olarak, bu ülkeler için büyük bir tehdit oluşturabileceğini savunanlar da vardır. Bu tehditlerden biri insan odaklı yaklaşımdan, kapital bir düzene geçiştir. Örneğin AGÜ'lerin endüstriyel anlamda düşük iş gücü maliyeti cenneti haline gelmeleri ve yaşayanlarının tüm zorluklara rağmen çalışmaya devam etme zorunlulukları küreselleşmenin olumsuz yanlarındandır. Kapitalizmin varlığı küreselleşmeyle vurgulanan insan haklarının yine küreselleşmeyle birlikte geçerliliğini yitirdiğinin bir göstergesidir (Yavuz ve Sivrikaya, 2011). Bu görüşe göre, GOÜ küreselleşmeyi kendi menfaatleri doğrultusunda kullanırken, AGÜ küreselleşme sürecinden faydalanamamaktadır.

1.5.2 Küreselleşmenin Gelişmekte Olan Ülkelere (GOÜ) Etkileri

Küreselleşme, ülkeler için fırsatların yanında engelleri ve tehlikeleri de beraberinde getirmektedir. Örneğin, GOÜ özellikle mali küreselleşme ve yabancı sermayenin girişinden etkilenmektedir. Bu yabancı sermaye, giriş ülkesinde hem yeni bir kaynak, hem de rekabet ortamı yaratmaktadır. Bu sermaye girişleri ülkedeki tüketimi artırmakta ve ekonomik büyümeye yol açmaktadır. Öte yandan, küreselleşme süreci GOÜ veya gelişmiş ülkeler arasında ayırım yapılmaksızın tüm ülkelere yeni tehditler doğurmaktadır. Küreselleşme GÜ ve AGÜ arasındaki eşitsizliği arttırdığından, GOÜ'lerde eşitsizliğe neden olmaktadır (Çetin, 2006: 60-62). Daha önce de belirtildiği

gibi, özellikle kuşkuculara göre, küreselleşme zenginleri daha zengin, yoksulları daha yoksul hale getirmektedir. Bu fikir, GÜ ile AGÜ arasındaki ilişkinin yanı sıra GOÜ'lerin kendi aralarındaki ilişki için de geçerlidir.

Küreselleşmenin GOÜ açısından önemli olan bir diğer yönü, devlet sistemlerinde yenilenme ihtiyacıdır. Özellikle GOÜ'de, "cronycapitalism" (eş-dost kapitalizmi) sistemi vardır. Bu sistemde, devletin ekonomi alanındaki rolü çok büyüktür ve finans sektörü ile devlet arasında ve devlet içinde çeşitli işler rüşvet ve şeffaf olmayan uygulamalarla yürütülmesidir (Ulagay, 2000: 105'den akt. Çetin, 2006: 62).

Küreselleşme süreci GÜ'ye daha fazla fayda sağlarken AGÜ ve GOÜ'de yaşayan kişi başına düşen gelire katkı sağlamaktadır. GÜ ile GOÜ arasındaki gelir eşitsizliği artıran bu süreçten GOÜ fayda sağlamak için bazı noktalara dikkat etmelidir. Çetin (2006: 63) bu noktaları şu şekilde özetlemektedir: Eğitim, teknoloji ve AR-GE çalışmalarına yatırım yapmak, insan kalitesini arttırmak, internet kullanımını yaygınlaştırmak, beyin göçünü önleyici tedbirler almak, devleti ve siyaseti yeniden yapılandırmak, ekonomide istikrar ve rekabeti sağlamak ve sektörün içinde ve dışında işbirliğini artıracak sektörel tedbirler almak.

1.5.3 Küreselleşmenin Gelişmiş Ülkelere (GÜ) Etkileri

Küreselleşmeden en çok yarar sağlayan ülkeler GÜ'lerdir. GÜ'lerin küreselleşme süreci içerisinde büyümelerini gerçekleştirebilmelerinde üç şart vardır (Tunç, 2001: 56-57'dan akt. Çetin, 2006: 57-58). Bunlardan ilki, rekabet üstünlüğü oluşturmaktır. İşletmeler küresel pazarda yer edinebilmek için üretim yaptıkları malları uygun ücret karşılığında kaliteli bir şekilde sunmak zorundadırlar. İşletmelerin, rakip oldukları firmalara oranla daha uygun fiyatlı ücrete mal satmaları için ise, üretim maliyetlerini düşürmeleri, işletme çalışmalarını ise, daha verimli hale getirmeleri gerekmektedir. ÇUŞ, bu tarz üretimleri ülkelerin hepsine yayma konusunda başarılı olmaktadır. ÇUŞ'un kuruluş mekanlarını değiştirme sebeplerinden birisi, GÜ'deki fiyat artışları nedeniyle iç ve dış pazarda kaybettikleri rekabeti tekrardan sağlayabilmektedir. GOÜ'de ve AGÜ'de hammadde ile girdi fiyatları daha uygun olduğundan işletmeler, çalışmalarını bu ülkelere yönlendirmektedirler. Ülke genelinde yatırım yapmakta olan ÇUŞ'ların diğer ülkelere yayılması için, gittikleri ülkelerin refahına katkıda bulunmaları gerekmektedir.

İkinci koşul ise, ekonomik gelişmenin devamının bulunmaları sürekliliğidir. Ekonomik gelişmenin devam ettirilebilmesinde büyük paya sahip olan unsur ise ‘verimlilik’ tir. Verimlilik sayesinde fiyatlar düşmekte talep ise yükselmektedir. Üçüncü ve son koşul ise pazarlama ve üretim standartlarını ortaya koymak ve ölçek ekonomisinin faydalarından yararlanmaktır. Üretim maliyetinin azalmasını sağlayan üretim standartları ve ölçek ekonomisi, firmaların dünyanın değişik alanlarındaki tüketicilere ulaşmalarını sağlamaktadır. Ölçek ekonomisi ve mal standartlarına ulaşabilmek için pazarların kendi içlerinde iletişim halinde bulunmaları gerekmektedir.

Yararlarının yanı sıra küreselleşmenin, GÜ’lere bazı zararlar verdiği de görülmektedir. Küreselleşmenin olumsuz sonuçlarından biri olan gelir dağılımı adaletsizliği GÜ’lerde de ortaya çıkmaktadır. Örneğin, ABD’ de yoksul nüfusun oranında artış görülmektedir; 1967’de %11 olan yoksul nüfus oranı, 1998 senesinde %13’e yükselmiştir. Küreselleşme ile yükselen işsizlik sorunu, GÜ için de büyük bir tehdit olmaktadır. AGÜ veya GOÜ içindeki adaletsizlikler ve özellikle GOÜ’lerde gerçekleşen nüfus büyümesi sonucunda, GÜ’ler bu bölgelerden gelen göç dalgaları tehdit içerisinde (Çetin, 2006: 59-62).

1.6 Küreselleşmenin Kazanımları ve Kayıpları

Küreselleşmenin yorumlanmasında ortak bir ana düşünce olmadığı gibi faydaları hakkında da ortak bir görüş mevcut değildir. Bazılarına göre küreselleşme, insan hakları görüşünü geliştiren, gelir dağılımı ve yoksulluktaki eşitsizliği azaltan pozitif bir gelişmedir. Diğerleri ise, küreselleşme emperyalizmin bir kolu olup fakir olanı daha fakir zengin olanı daha zengin yapmaktadır. Küreselleşme AGÜ’den GÜ’ye kaynak aktarılmasına yol açmakta ve kültürel ve siyasi karışıklıkları da beraberinde getirmektedir (Yavuz ve Sivrikaya, 2011: 11).

İki zıt düşünce kapsamında küreselleşmenin olası tesirlerini şöyle özetlemek mümkündür (Tireli, 2009: 28-29):

- Küreselleşme; uluslararası pazara giren ürünlerin, bir ücret kaybına maruz kalmalarına sebep olmaktadır. Küçük bir ekonomide ihracat ve ithalatın dünya genelindeki maliyete tesir edebilecek potansiyel gücü söz konusu değildir.

- Küreselleşme, tüketiciye farklı tarz ve çeşitteki ürünlere -ki bu ürünler piyasada var olan ürünlerin farklı modelleri de olabilir veya tam anlamıyla yeni bir ürün de olabilir ve ulaşım kolaylığı sağlamaktır.

Küreselleşme, üretim süreçlerinin bölümlere ayrılması ve ürünlerin dışarıdan temin edilmesi gibi yeni olanaklar ortaya çıkarmaktadır. Bu yeni olanaklar firmaların merkezlerini sadece bir ülkede bulundurarak üretimlerini farklı ülkelerde gerçekleştirmelerine imkan tanıdığı gibi bütün üretim sürecinin sadece bir ülkede gerçekleştirilmesine de imkân sağlamaktadır.

1.6.1 Yenilikler

Küreselleşme; ülkelerin verimliliğinin artması, ekonomik gelişmenin hızlanması, tüketim mallarına ve bilgiye basitçe ulaşılması ülkelerin ve insanların yakınlaşması gibi çok fazla imkân sunmaktadır (Aktan, 2002: 4). Küreselleşme sayesinde ekonomide bazı alanların önü açılmış olup yeni istihdam alanları oluşturulmuştur. Bunlar genelde ithalat ve ihracata dayalı üretim yapan sektörlerdir. Küreselleşme, ihracat ve ithalata dayalı sektörlerde kaliteli işçilere yeni çalışma alanları sunmaktadır. Diğer yandan, inşaat gibi ithalat ve ihracata dayalı olmayan alanlarda ise nitelikli olmayan iş gücüne de istihdam imkânları doğurmaktadır (Taner, 2004: 30).

Ayrıca sosyal alanda da küreselleşme birtakım yenilikler sunmaktadır. Siyasi fikirler, kültürler ve düşünce akımları artık milli sınırlar içerisinde kalmamış küresel bir boyuta taşınmıştır. Güvenlik önceleri ulusal bir problem olarak görülürken, artık uluslararası bir mücadele alanı haline gelmiştir. Bu mücadelede ise işbirliği esastır. “Küresel düşün, yerel hareket et” anlayışı ekonominin yanında siyasi alanda da geçerlidir (Aktan, 2002: 6-7). Bunun yanı sıra kültürlerin küreselleşme eğiliminde olması sonucu yerel kültürün, küresel kültürle birleşmesi bu kültürleri yok olma tehlikesiyle karşı karşıya bırakmaktadır (Taner, 2004: 30).

1.6.2 Tehlike ve Sorunlar

Küreselleşmenin neden olduğu problemlerden bir tanesi, kaynak dağılımında bozulmaya sebep olmasıdır. Küreselleşme, bahsedildiği üzere öncü kapitalist ülkelerde refah ve büyümeyi desteklemektedir. Bunun yanında AGÜ kapsamında aynı gelişmeyi

sağlayamamakta ve GOÜ ile GÜ arasında ki eşitsizliği artırmaktadır. Küreselleşme, ekonomideki problemlerin yanı sıra, çevre problemlerini de beraberinde getirmiştir. II. Dünya Savaşı'nın sonrasında uygulanmakta olan kalkınma politikaları ülkelerin ekonomik bakımdan gelişmemiş ve gelişmiş olarak sınıflanmalarına yol açarken bir taraftan da uluslararası alanda ve ülkeler içerisinde toplumsal ve çevresel problemleri de beraberinde getirmiştir. Su ve havanın kirliliği, doğal kaynakların bilinçsiz kullanımı, nükleer atık, çölleşme gibi çevre problemleri ekolojik küreselleşmenin neticeleridir. Eğitim ve sağlık şartlarıysa fakirler için oldukça düşük düzeydedir (Kaypak, 2011: 18-22). Bu kapsamda küreselleşme bireyin yaşamını dolaylı veya doğrudan olarak etkileyebilecek tehlikeleri beraberinde getirmektedir.

Küreselleşmenin gelir dağılımını ve sosyal devlet anlayışını bozması işsizliği de artırmaktadır. Küresel rekabet içerisine girmeyi amaçlayan hükümetlerin, işgücünü korumaya dönük bir sistem yaratmaya çalıştıkları görülebilmektedir. Özellikle Avrupa'daki ülkelerde işten çıkarma işlemi son derece maliyetli ve zordur. Avrupalı şirketler maliyete katlanmak istemediklerinden üretimlerini işçi çıkartmanın maliyetinin daha az maliyetli olduğu yerlere kaydırmaktadırlar (Taner, 2004: 31). Küresel rekabet içerisinde bulunmak için esnek istihdam politikaları sebebiyle işçilerin çalışma saatlerinin esnekleştirilmesiyle işyerlerinin ve iş kanunlarının sıkı bir şekilde yeniden düzenlenmesi söz konusu olmaktadır (Türkan, 2005: 51).

Bu kapsamda Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı'nın (UNCTAD) küreselleşmeye yönelik eleştirilerine bakmak faydalı olacaktır (Çeken, Ökten ve Ateşoğlu, 2008: 91-92):

- Nitelsiz ve nitelikli işgücünün eşitsizliği GÜ'den GOÜ'ye geçmiştir.
- Neredeyse her ülkede gelir ve iş güvencesi azalmıştır.
- Ülkelerin birçoğunda fakir kesimin yanı sıra, orta kesimin durumunda da bozulmalar görülmüştür.
- Birtakım istisnalar dışında dünya ekonomilerinin büyüme hızları oldukça yavaş, istihdam seviyeleri düşük ve yoksulluk oranları ise halen yüksektir.
- Gelir paylaşımında emeğin payı azalmış, sermayenin payı ise artmıştır.

- Güney ile Kuzeyin ekonomik gelişmişlik farkı azalmamış, tersine daha çok açılmıştır. 1965 yılında dünya nüfustaki en zengin %20'deki ortalama kişi başı gelir nüfusun en fakir %20'sinin 30 katıyken, 1990 senesinde 60 katına yükselmiştir.

Özetle küreselleşme; farklı siyasi, sosyal, ekonomik yapılara sahip olan çeşitli ülkelerde değişik neticeler doğurmaktadır. Ülkelerin bazılarında zenginlikler sunmaktayken, bazılarında ise yoksulluk sunmaktadır. Küreselleşme genel düşünceye göre GÜ açısından pozitif, AGÜ açısından negatif sonuçlara sahiptir. İlâveten Küreselleşmenin AGÜ'ye yabancı sermaye yatırımları, yeni birtakım istihdam sahaları ve bölgesel ekonomik birliklere girebilme gibi imkânlar sunduğu; GÜ açısından ise gelir dağılımındaki adaletsizliği gibi birtakım problemlere yol açtığı ifade edilmektedir.

1.7 Küreselleşmeye Dair Görüşler

İçerisinde olunan dönemde küreselleşme dünyadaki sistemin tümünü kapsayan bir olgudur. Küreselleşmeyle beraber dünya, hızını tahmin edebilmenin mümkün olmadığı bir dönüşümsel sürece girmiş olup rasyonellikten uzaklaşmıştır. Weber'in (2004) deyişiyle artık dünyanın büyüğü bozulmuştur (akt. Harvey, 2010: 231).

Küreselleşmenin yorumlanması ve tanımına dair çeşitli düşünce altyapıları olan akademik çevrelerin ifadeleri birbirleri ile çelişmektedir. Bu kaos ortamı küreselleşmeye dair nesnel bir tanımlamanın yapılamamasına neden olmaktadır. Küreselleşmeyi açıklama adına en mühim tezlerden bir tanesi Harvey tarafından ortaya atılmıştır. (Harvey, 2010: 232). Bu kavramı “mekan-zaman sıkışması” şeklinde ifade etmektedir. Bu tezini toplumsal ilerlemelere dayandırmaktadır. Toplumsal ilerlemenin hem tüketim hem üretimde zaman sınırlılığını ehemmiyetsiz hale getireceğini ve zaman sınırının ehemmiyetsiz olduğu bir ortam içerisinde mekân farkının da önemini kaybedeceğini ileri sürmektedir. Kısacası Harvey, zaman vasıtasıyla mekânsal kavramların ortadan kaldırılacağını ifade etmektedir. Bunu sağlayacak şeyse toplumsal ilerlemedir.

Giddens'in ifade ettiği gibi küreselleşme, sosyal ilişkilerin yoğun hale gelmesi süreci şeklinde de anlatılabilmektedir (Giddens, 1994: 62-63). Küreselleşme Giddens'a göre mekân açısından birbirlerinden çok uzak olan yerlerin iletişim imkânı olduğu

takdirde entegre olabildikleri ve bu mekânlardan bir tanesinde meydana gelen olayların dünyanın tamamında etki ettiği bir süreçtir. Fakat dünyadaki bir yerde meydana gelen eylemlerin dünyanın tamamına yayılıp aynı etkiyi yapması söz konusu değildir. Nitekim Singapur'da kentsel bir bölgede gelişmişlik seviyesinin artması farklı şebeke sistemleri aracılığıyla Pittsburgh'da uluslararası pazarlarda rekabet edemeyen yerel ürünleri yok ederek bölgesel açıdan fakirleşmeye neden olabilmekte ya da bölgeyi kalkındırmada aracı olabilmektedir.

Küreselleşme olgusuna dair nesnel tanımların gerçekleştirilememesinin yanı sıra tartışılması gereken bir diğer husus ise küreselleşmenin gelişimsel süreci olmaktadır. Küreselleşme uzunca bir süreye yayılım gösteren birikmiş bir serbestleşme anlayışının günümüzdeki maskesi niteliğindedir. Özellikle 1980'den sonra küreselleşme tahmin edilemez bir ivme kazanmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

ULUSLARARASI GİRİŞİMCİLİK VE ÇOK ULUSLU ŞİRKETLER

2.1 Küreselleşme Bağlamında Girişimcilik ve İlişkili Kavramlar

Bu başlık altında küreselleşme bağlamında girişimcilikle ilişkili kavramlar ve uluslararası girişimciliğin tarihsel gelişimi analiz edilecektir.

2.1.1 Uluslararası Girişimcilik ve Tarihsel Gelişimi

Uluslararası girişimcilik alanı son dönemlerde üstünde önemle durulan bir husustur. Teknolojideki gelişim ve küreselleşme ile beraber girişimcilik, ulusal sınırları aşarak uluslararası alanda tartışma konusu olmuştur. Uluslararası alandaki işbirliğinin artması, ortak iş girişimlerinin fazlaşması, teknoloji ve bilginin yükselmesi, yerel pazarların yetersizliği ve şirketlerin sınır dışına açılma istekleri gibi etmenlerin tümü uluslararası girişimciliği gündeme taşımıştır.

Uluslararası girişimcilik, disiplinler arası bir konu niteliği taşımaktadır. Pazarlama, finans, uluslararası işletmecilik, girişimcilik, ekonomi, işletme gibi disiplinlerdeki müşterek noktadır. Fakat bunların en mühim olanı girişimcilik ve uluslararası işletmeciliktir. Çünkü; girişimcilik yeni iş fikirlerinin doğması ve ulusal ölçekte işletmelerin yönetilmesiyle alakalıyken, uluslararası işletmecilik uluslararası alanda pazarlarda işletme kurmak ve yönetmekle alakalıdır. Son dönemde işletmeler yeni iş düşünceleriyle, fırsat olarak baktıkları uluslararası alandaki pazarlarda çalışma yürütme isteğindedirler. Bu da bu alanı araştırma konusu yapmaktadır. (Oviatt ve McDougall, 2000:902).

Teknolojinin son dönemde hızlı biçimde gelişim göstermesi, iletişimdeki hızlı ilerleme ve bilgiye kolay erişim gibi etmenler işletmeleri uluslararası bir yapıya bürünmeye yönlendirmektedir. Böylelikle, uluslararası girişimcilik kavramı gündeme taşınmaktadır. Oviatt ve McDougall, (2005), uluslararası girişimcilikle ilgili ilk tanımlamayı gerçekleştirmiştir. Oviatt ve McDougall'a göre (2005) uluslararası girişimcilik; "kuruluşları itibariyle uluslararası girişimler ya da yeni başlamış olanların

geliştirilebilmesi ve böylelikle şirket operasyonlarının ilk safhaları itibariyle uluslararası biçimde çalışma alanlarının ele alınması” anlamındadır.

Zahra ve George 2002: 259) ise 1993 senesinde yapmış oldukları çalışmada uluslararası girişimcilik kavramını “Uluslararası pazarlarda çalışma yürüten bütün şirketlerin risk alabilme hususundaki davranışlarının incelenmesi” biçiminde tanımlamıştır. Uluslararası girişimcilik kavramının öne çıkışına vurgu yapan Ricks ve Wright (1994) ise yapmış oldukları tanımda örgütlerin ne zaman uluslararası bir yapıya büründükleri ve yaşlarının ne olduğu ölçütlerine bağlı kalınmaması gerektiğini ve yeni ya da köklü firmaların tümünü karşılaştırmak gerektiğini vurgulamış olup örgütün çevresel şartları ve faaliyet düzeyinin ilişkisi biçiminde bu kavrama açıklama getirmişlerdir (akt. Faiz, 2013: 32).

McDougall ve Owiatt (2000) ise; yaptıkları çalışmada uluslararası girişimcilik olgusunun yerleşik olan işletmeler açısından da mühim olduğunu görmüşler, karşılaştırmalı analizler gerçekleştirerek tanımın kapsamının gelişmesini sağlamışlardır. Uluslararası pazarlarda firmanın değerini yükseltebilmek adına risk alma, proaktif davranma ve yenilikçiliği vurgulamışlardır (akt. Oviatt ve McDougall, 2005). Literatürde bu tanım en fazla kabul gören tanım olmuş ve gelecekte yapılacak tanımların temelini teşkil etmiştir. Zahra ve George (2002: 258) yapmış oldukları çalışmada pazarlarda var olan fırsatların görülmesi ve bunların yaratıcı biçimde kullanılmasını vurgulamışlardır McDougall ve Owiatt (2003) ise yaptıkları çalışmada Zahra ve George’un yapmış oldukları tanımla benzeri biçimde uluslararası girişimcilik kavramına sınır dışında muhtemel hizmet ve malların ulaştırılabilmesi adına fırsatların keşfedilmesi, kullanımı ve kanunlaştırılması biçiminde tanımlamışlardır (akt. Tayauova, 2009: 7).

2.1.2 Küreselleşme ve Ticari Engellerin Kaldırılmasının Girişimciliğe Etkileri

Ülkeler arasında malların serbestçe dolaşabilmesi için öncelikli olarak ticari engeller kaldırılmış ve yeniden düzenleme yapılmıştır. Bu hususta gereken düzenlemelerin yapılabilmesi adına, 1947 senesinde Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (GATT) imzalanmıştır. GATT’ın temel hedefi özellikle sanayi ürünleriyle alakalı ticaretin evrensel düzeyde serbestleştirilmesidir. GATT’ın 1994 senesinde,

Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ)'nün kapsamına alınışına kadar ki geçen süre içerisinde bu konuda yoğun çalışmalar yapılmıştır (Seyidoğlu, 2003: 142).

Altay'a göre (2002) 1990'ların ortaları itibariyle finansal işletmelerin aralarında meydana gelen dev birleşimler, kurumları ulusal sınırların ötesine götürmüştür. Piyasalardaki miktar ve fiyat kontrollerini kaldırmaya yönelik ekonomik serbestleşmenin bu süreçte büyük bir payı vardır (akt. Candan, 2012: 16).

Küreselleşme, örgütlere uluslararası nitelik kazanmada birçok kolaylık sağlayabilmektedir. Devletlerin piyasa ekonomisine geçiş yapmaları ve kapitalist sisteme entegre olması ile beraber müşteri portföyleri genişlemektedir. Bunun yanı sıra, bu devletlerde refah düzeyini yükseltmek için yabancı yatırımlar da teşvik edilmektedir. Örgütlerin ana gayesi; maliyetin en aza, kârın ise maksimuma yükseltilmesidir. Bu kapsamda firmalar ucuz işgücü olan ve hammaddenin yakın olduğu yerlere tesis açabilmekte, bu ise küreselleşmeyle mümkün olmaktadır.

2.1.3 Uluslararası Entegrasyonun Girişimciliğe Etkileri

Uluslararası entegrasyon, aynı zamanda uluslararası girişimciliği kolaylaştıran bir faktördür. Uluslararası birliklerin amacı üye ülkeler arasında malların serbest kalmasını sağlamak ve ortak bir pazar oluşturmaktır. GÜ'lerde ulusal pazardaki yetersizlik, GOÜ'lerdeki talebi karşılama yetersizliği, teknolojinin gelişimi ve mesafe anlayışının geliştirilmesi gibi faktörler uluslararası birleşmenin temelini oluşturmaktadır. Ülkeler, ekonomik birleşme yönünde üretim kapasitelerini, kaynak verimliliğini ve toplumsal refahı artırmayı hedeflemektedir (Seyidoğlu, 2003: 203). Schiff ve Winters (2003)'e göre; ekonomik entegrasyon faaliyetlerinin ardındaki nedenlerin birçoğu, yerli ve yabancı sermayenin talebini arttırmak, daha geniş bir pazara erişim vasıtasıyla rekabet gücünü arttırmak ve yabancı teknoloji ve yatırıma düzenli erişim sağlamaktır (akt. Tayauova, 2009).

Ekonomik entegrasyon, özellikle GOÜ'lerin sosyo-ekonomik olarak kalkınmalarını sağlayabilmektedir. Aynı zamanda, entegrasyon sayesinde ülkeler ölçek ekonomilerinden fayda sağlayabilmekte ve rekabet avantajı kazanabilmektedirler (Glavas ve Mathews, 2014: 229).

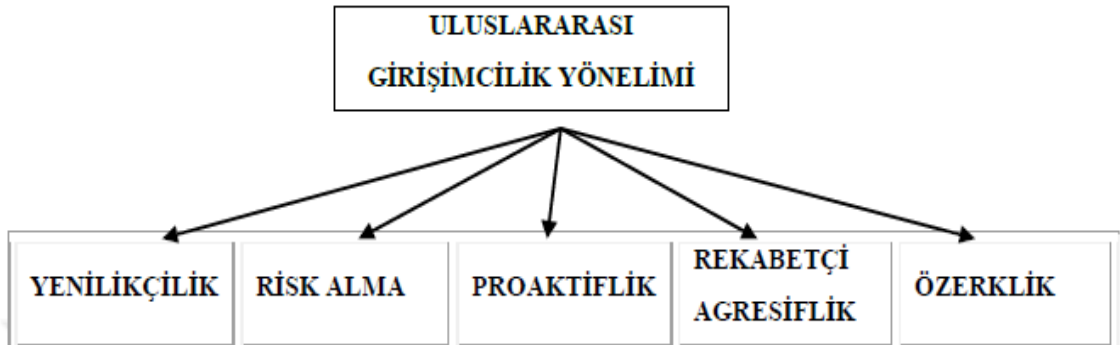
2.1.4 Küreselleşme ve Girişimcilik

Bu kısımda küreselleşme ve girişimcilik arasında korelasyon kurularak uluslararası girişimciliğin boyutları ve yönelimleri ile alakalı bilgi verilecektir.

2.1.4.1 Uluslararası Girişimcilik Yönelim Boyutları

Uluslararası girişimcilik yönelimi, girişimci araştırmaların geliştirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Girişimci oryantasyonu, uluslararası girişim faaliyetinde bulunan firmalara strateji geliştirme imkanı sunmaktadır. Uluslararası düzeyde ayakta kalabilmek ve başarılı olmak için şirketler zaman zaman ulus ötesi şirketleşme sürecine girmek zorunda kalmaktadırlar. Uluslararası girişimcilik oryantasyonu, firmalara uluslararası imkânlardan yararlanma fırsatı vermektedir. Uluslararası girişimcilik yönelimi, uluslararası pazarda şirketlerin proaktifliğini ve agresifliğini yansıtan çok boyutlu bir kavramdır. Uluslararası girişimcilik kavramı, üç boyuta sahiptir. Bu üç boyut şirketin rekabetçi ve uluslararası yönelimli hedeflere ulaşmak için yenilikçi, proaktif ve risk alma davranışları geliştirme eğilimini yansıtmaktadır (akt. Glavas ve Mathews, 2014: 230).

Uluslararası girişimciliğin üç boyutundan, Covin ve Slevin (1991) ile Colvin ve Miller (2013) yaptıkları çalışmalarda bahsetmişlerdir. Fakat Lumpkin ve Dess (2001) girişimcilik yönelimi ve ihracat performansı üzerine yaptığı çalışmalarında uluslararası girişimciliği beş boyutta değerlendirmişlerdir. Bahsi geçen uluslararası girişimcilik yöneliminin boyutları Şekil 1’de gösterilmektedir:



Şekil 1. Uluslararası girişimcilik yönelimi boyutları (Lumpkin ve Dess, 2001)

Firmanın uluslararası örgütsel faaliyetlerini ilerletmek amacıyla yeni idari teknikler, yeni teknolojiler, hizmet ve ürün geliştirilmesi ile, yeni ürünler elde edilmesi

uluslararası yenilikçilik boyutudur. İnovasyon; Sathe (1988), Lumpkin ve Lumpkin (2001)'e göre bir buluş ya da düşüncenin pazarlanması mümkün olan bir ürüne dönüştürülmesi sürecini ifade etmektedir (akt. Bulut vd., 2008: 505). McDougall ve Oviatt (1996) ise yenilikçilik kavramını “iş organizasyonlarında değer yaratabilme ve büyüme hedefli yeni ve yenilikçi faaliyetler” biçiminde ifade etmişlerdir (akt. Zahra ve George, 2002: 41). Yenilikçilik iki temel kaynaktan ortaya çıkmaktadır: İlki; firmanın bilgi birikiminden yararlanan iç AR-GE kaynakları şeklinde, ikincisi ise diğer firmaların ortaya çıkarttığı yeniliklerin taklit edilmesidir. Yeni mal ve ürünlerin tanıtılmasına ek olarak AR-GE, aynı zamanda yeni pazarlara açılmayı ve pazarlara en iyi şekilde hizmet verebilmek için firmanın etkinlik sahasının tekrar belirlenmesini desteklemektedir (Knight ve Çavuşgil, 2004:126).

Güçlü bir yenilikçilik kültürü ve uluslararası pazarda izlenme eğilimi olan genç şirketler, uluslararası alanda yenilik kültürüne sahip olmayan firmalardan daha erken uluslararası hale gelme eğilimindedirler (Knight ve Çavuşgil, 2004: 127). Yaptıkları çalışmada Knight ve Çavuşgil (2004: 128) küresel olarak ortaya çıkan firmaların yenilikçi kültüre sahip ve girişimci işletmeler olduğunu, bu özelliklerin uluslararası hale gelme çalışmasında etkili olduğunu savunmaktadır. Sonuç olarak, firmaların herhangi bir alanda daha önce yapmadığı farklı bir şey yapması veya bir ürüne bir şeyler eklemesi veya çıkarması ya da bir ürün üzerinde değişiklikler yapması yenilik kabul edilmektedir. Bunlara ek olarak firmaların uluslararası hale gelme eğilimine karar vermesi dahi bir çeşit yenilik olarak kabul edilmektedir (Tayauova, 2009: 39).

Girişimcilik ve risk kavramları birbirleriyle yakından ilişkilidir. Çünkü girişimci yaptığı faaliyetlerin bir sonucu olarak risk alıp kâr amacı güden kişidir. Sitkin ve Pablo (1992) ile Keh, Foo ve Lim (2002)'e göre, risk almak, süreç sonucunda oluşabilecek kayıpların farkında olunmasına karşın girişimden vazgeçmemektir. Yani, elde edilecek üstünlük için önceden tahmin edilmiş olan kayıplara dayanabilmektir (akt. Bulut vd., 2008: 506). Uluslararası risk tutumu, bir şirketin uluslararası piyasada riskli ve mühim kaynak taahhütlerini üstlenebilir olma düzeyiyle alakalıdır (Dimitratos vd., 2012: 711). Uluslararası risk alma eğilimi, net olmayan neticeleri ve olağandışı biçimde yüksek kayıp ve kârları bulunan projelere kaynak tahsisi gerçekleştirmeye yönelik uluslararası girişimcilik isteği biçiminde ifade edilen bir olgudur (Glavas ve Mathews, 2014:230, Lumpkin ve Dess, 2001: 431).

Piyasaların belirsizliği ve şiddeti, örgütlerin risk almaları bakımından son derece etkilidir. Genelde, firmayı yönetenler bu tarz durumlarda “bekle gör” stratejisine yönelmektedirler. Belirsiz ve şiddetli bir ortamın olduğu piyasalarda, şirketlerin risk almaktan kaçınmaları olağandır. Çünkü bu durumda şirket, piyasada üstünlük ve hakimiyetini kaybedebilme ihtimaliyle karşılaşmaktadır (Bulut vd., 2008:507). İşletmeyi yönetenler, bu kapsamda personellerini yeniliğe güdülemeli ve bu konuda onlara destek olmalıdırlar. Örgütte sürekliliğin ve büyümenin sağlanabilmesi adına yeniliklere açık olmak, riskleri birer tehdit değil fırsat olarak görmek gerekmektedir.

Uluslararası girişimcilik yönelimindeki boyutlardan bir tanesi de proaktiflik olmaktadır. Bu olgu, pazarda bulunan fırsatların daimi biçimde takibini ve rakiplerden önce bunların değerlendirilmesini ifade etmektedir. Proaktiflik kavramını Covin ve Slevin (1991) şirketin rakipler ile pazarlarda agresif biçimde rekabete girmesi biçimi şeklinde tanımlamaktadır. Lumpkin ve Dess (2001) ise; fırsatların takip edilmesiyle gelişen piyasalara girme konusunda inisiyatif alabilme biçiminde ifade etmiştir (akt. Tayauova, 2009: 52). Uluslararası proaktif faaliyetler, şirketin uluslararası hedefleri ile ilgili yürütme ve takip görevlerine ağırlık veren, rakiplere karşı nispeten agresif bir tutuma sahiptir (Glavas ve Mathews, 2014: 232).

Literatürde proaktif firmaların, gelecekteki talep beklentisinde değişim yaratma, çevrenin şekillenmesi ve uluslararası ticari faaliyetlerde başlangıçtaki taşıyıcı avantajlar da dahil olmak üzere, finansal sonuçların ötesinde kazanç elde etme olasılıklarının daha yüksek olduğu düşünölmektedir (Glavas ve Mathews, 2014: 232). Uluslararası proaktiflik, bir fırsat arayışına işaret etmekte olup genel olarak ilerideki gelecek fırsatlarını öngörme ve piyasayı yönetme kabiliyetidir. Lumpkin ve Dess (2001) yapmış oldukları çalışmada girişimci bir şirketin davranışları ve proaktif eğilimlerini; araştırma, çevre ve rekabet düzenini biçimlendirme, değişim süreci ve sonrasında meydana gelecek taleplere cevap vermek adına uygun stratejileri yaratma, yeni hizmet ve ürünleri ilk olarak sunabilme biçiminde sıralamaktadırlar (Bulut vd., 2008: 509).

Proaktif davranışlara sahip olan işletmeler, genellikle dış çevre odaklı çalışmaktadırlar. Dış çevrelerini biçimlendirmek ve gerektiğinde değiştirmek için çeşitli proaktif davranışlar sergilemektedirler. Dış etkenlerden etkilenmek yerine, kendi ihtiyaçları doğrultusunda kendi çevrelerini şekillendirmektedirler (Faiz, 2013: 54).

Uluslararası girişimcilik boyutlarından rekabetçi agresifliği, McDougall ve Oviatt, bir ticari oluşumun kurulmasından itibaren kaynakların kullanımından ve çıktıların birden fazla ülkede satışından rekabet avantajı elde etmek istemesi olarak ifade etmektedir (Oviatt ve McDougall, 2005: 537). Rekabetçi bir avantaja sahip olmak, yeni girişimlerin uluslararası düzeyde genişlemesine ve servet yaratılmasına olanak tanımaktadır. Lumpkin ve Dess (2001)'e göre agresif rekabet gücü, mevcut piyasalarda büyümek ve gelişmek, rekabet avantajı kazanmak ve mevcut pazarları korumak için geliştirilen agresif bir tutumdur. Firmalar, rakiplerini geçmek ve ortadan kaldırmak için hareketlerine doğrudan tepki verme eğilimindedirler. Bunu yaparken genellikle kalite, fiyat, müşteri hizmetleri ve garanti şeklindeki araçları kullanmaktadırlar.

Pazardaki hızlı gelişmeler ve ürünlerin hızlı değişimi sonucu rekabetin hızlı temposuna karşı önlem alamayan firmalar olası fırsatları değerlendirmek için rakipler ile büyük bir mücadele içerisine girmektedir (Barringer, 1999'dan akt. Bulut vd., 2008: 510). Aynı biçimde şirketler mevcudiyetlerini idame ettirebilmek, müşterilerin talep ve beklentilerine cevap verebilmek adına rakiplerine yönelik son derece saldırgan bir tutum sergilemektedirler (Birkinshaw, 2005'den akt. Bulut vd., 2008: 510).

Zahra (1991) ile Guth ve Ginsberg (1990) rekabetçi, agresiflik ve proaktiflik boyutlarının benzeştiğini ileri sürmektedirler. Fakat Lumpkin ve Dess (2001: 434) iki boyutun da farklı olduklarını, fakat büyük oranda ilişkili olduklarını ileri sürmektedir. Proaktiflik, Lumpkin ve Dess'e göre pazardaki olanakların kullanılmasında hızlı davranmayı ifade etmektedir. Ayrıca rekabetçi agresiflik ise, rakiplerin davranışlarına karşı önlem almaya karşılık gelmektedir (akt. Tayauova, 2009: 51). Özetle, proaktiflik 'fırsatlara' yanıt vermek anlamına gelirken rekabetçi agresiflik 'tehditlere' yanıt vermek anlamını taşımaktadır. Yaptıkları çalışmaların sonucunda Lumpkin ve Dess (2001), proaktiflik ve rekabetçi agresifliğin iki farklı boyut olduğunu kanıtlamış ve her ikisinin de işletme verimliliği için çok önemli olduğunu altını çizmiştir.

Uluslararası girişimciliğin son boyutu özerkliktir. Bir iş konseptini veya vizyonunu ortaya koymayı ve tamamlanmayı sürdürmeyi amaçlayan bir kişi veya ekip tarafından gerçekleştirilen bağımsız bir eylem olarak ifade edilmektedir (Lumpkin ve Dess, 2001: 431). Özerklik, genellikle, fırsatları değerlendirme aşamasında kendini yönetme çabasını tanımlamaktadır (Lumpkin ve Dess, 1996:140). İşletme açısından

özerkliği Raelin (1989); stratejik, yönetimsel ve operasyonel özerklik olmak üzere üç başlıkta incelemiştir. Stratejik özerklik, işletmelerin misyonu, politikası ve hedefleri gibi stratejilerin seçim özgürlüğünü ifade etmektedir. İdari özerklik, işletme bölümlerinin görevlerini yerine getirmek için kendi kendine yönetim kurmalarını ve diğer tarafın bunu kontrol etmelerini içermektedir. Operasyonel özerklik ise, belli sınırlar dâhilindeki hedefleri ve sorunları belirlemek ve bunlar hakkında özgürce karar vermektir (akt. Faiz, 2013: 61). Genellikle işletmelerde özerklik faktörü, yönetim tarzı, büyüklük ve sahiplikle alakalıdır. İşletmelerde karar alma, çoğunlukla işletme sahibinin ve yöneticinin elinde olduğu zaman sahiplikten bahsedilmektedir. Küçük işletmelerde ise, karar verme genel olarak büyüklük faktörüne bağlıdır (Lumpkin ve Dess, 2001).

2.1.4.2 Uluslararası Pazar Yönelimi

Uluslararası pazar yönelimi; şirketin yabancı müşterilere değer yaratabilmek adına sergilemiş olduğu davranış ve duruşu ifade etmektedir (Murray vd., 2007: 41). Uluslararası pazar yönelimi hususunda literatüre geçen temel iki yaklaşım vardır. Kohli ve Jaworski (1990: 6) bu olguyu “müşterilerin hem şimdiki, hem de ilerideki gereksinimleri adına pazar bilgisi edinmek, bu bilgiyi örgüt genelinde yaymak ve bu gereksinimler ışığında etkili ve hızlı karar alabilmek için kurulan bir sistem” biçiminde tanımlamaktadırlar. Diğer taraftan Narver ve Slater (1990: 22) ise; müşteri gereksinimlerinin anlaşılmasında bunu örgütsel kültürün bir parçası olarak ifade etmektedirler. Uluslararası pazar yönelimi, örgütsel kültürün doğasında bulunmaktadır ve örgütsel kültürü değiştirmeye sebep olabilmektedir. Bir şirket, müşterilere en iyi biçimde hizmet verebilmek adına rakiplerini dikkatle izlemekte ve onların müşterileri ile yakından ilişkiye girebilmektedir. Bu biçimde uluslararası pazar yönelimi, şirketlere müşteri değeri sunabilmek hususunda yeni düşünceler ve seçenekler bulunmasına imkân sağlamaktadır. Örneğin; piyasa odaklı bir şirket müşteriler ile etkileşimlerden kaynaklanan pazar teklifleriyle, müşteri gereksinimlerinin arasında bulunan boşluğu fark ederek bu fırsatı değerlendirebilmek adına yeni yöntemler geliştirebilmektedir (Dzhou, Tse ve Li, 2006: 252).

Araştırmacıların bazıları uluslararası pazar yönelimlerinin uluslararası rakip yönelimi, çok fonksiyonlu koordinasyon ve uluslararası müşteri eğilimi biçiminde üç bileşenden meydana geldiğini ifade etmektedirler. Uluslararası müşteri eğilimi,

uluslararası müşterilere ait çıkarları diğerlerinden üstün tutan derin bir müşteri anlayışını gerektirmektedir. Uluslararası pazarlara duyarlı bir şirket yaratabilmek için, çok fonksiyonlu koordinasyon stratejideki fonksiyonel entegrasyonu ile kurumsal bütün kaynakların uyumlu olması ile alakalıdır. Uluslararası rakip yönelimiye; şirketin uluslararası pazarlarda rakiplerdeki temel zayıflık ve yetkinlikleri kavrayabilmesini gerektirmektedir (Narver ve Slater, 1990: 2; Dimitratos vd., 2012: 710).

Pazar yönelimi; örgütlere müşterilerin gereksinimlerini daimi biçimde izleyip, bu doğrultuda pozisyon alabilme avantajı sunsa da yetersiz kaldığı durumlar da söz konusudur. Şirketlerin kendilerini yeteri kadar pazar yönelimli görmeleri neticesinde, pazara odaklanabilme hususunda gereken gayreti göstermeyebilirler (Murray vd., 2007). Bazı durumlardaysa pazar yönelimi yalnızca müşteri gereksinimlerini karşılamaya odaklanmaktadır. Bu nedenle de örgütler, rakipleri ve rakiplerinden gelen tehlikeleri gözden kaçırabilmektedirler (Slater ve Narver, 2000: 73).

2.1.4.3 Uluslararası Öğrenme Yönelimi

Bu yönelim, şirketin dış pazarlarda aktif biçimde istihbarat elde edebilmesi ve bunu kullanabilmesi eğilimiyle alakalıdır (Slater ve Narver, 1995: 66). Uluslararası öğrenme yönelimi, yabancı pazarlara girebilmek ve bilgi edinebilmek açısından gerekli olmaktadır. Kuvvetli bir uluslararası öğrenme yönelimi bulunmayan şirket, yabancı pazarlardaki fırsatları fark edememektedirler (Oviatt ve McDougall, 2005).

Casey (2005)'e göre öğrenme yönelimi örgütsel başarıyı belirlemekte olan ve ona destek olan başarılı ana etmendir. Dixon (1992)' a göreyse; organizasyonel öğrenme, örgüt üyelerinin arasında bilginin yayılması, dağıtım ve bilgi edinme sürecini tanımlamaktadır (akt. Kevin ve Wang, 2011: 565). Moorman (1995: 319) yapmış olduğu çalışmada; öğrenme olgusunu örgütsel kültürdeki bir ana boyut biçiminde ele almış ve öğrenme yönelimiyle uluslararası pazar yönelimlerinin bütünleşik bir yapıda olduğunu ifade etmiştir. Moorman (1995)'a göre öğrenme üç boyutta oluşmaktadır. İlki, bilgi edinme kaygısı olup şirketin pazarla alakalı istihbarat üretebilmesi için gerçekleştirdiği uygulamaları ifade etmektedir. İkincisi, bilgiyi yayma kaygısıdır. Bu da elde edilen bilginin şirket içindeki personellere ulaştırılması adına kullanılan iletişimsel metotlardır. Üçüncü boyut ise, bilginin kullanımını ve şirketin bilgiye dayalı kararları almasında başarılı olup tecrübe edinmesi anlamındadır (Moorman, 1995: 63-65; Kevin

ve Wang, 2011: 566). Kuvvetli bir öğrenme yönelimi, kuvvetli bir pazar odaklılığı beraberinde getirmektedir. Özellikle, öğrenme yönelimi pazar bilgilerinin doğrudan üretilebilmesini ve yayılabilmesini sağlamaktadır. Bunun yanında pazar odaklılığının yüksek seviyede olması öğrenme yönelimini de yükseltmektedir. Her iki olgunun birbirleriyle ciddi bir ilişkisinin olduğu görülmektedir (Slater ve Narver, 1995:65; Nasution vd., 2011: 336).

2.1.4.4 Uluslararası İsteklendirme

İsteklendirme, örgütteki katılımcıları istenen performansa yönelik harekete geçirebilmek adına ödül ve teşviklerle iş motivasyonunu yükseltmektir. Uluslararası bir şirkette katılımcı bir kültürün oluşumu idari değişimleri güçlendirmektedir ve bunun yanı sıra örgütsel kültüre de nüfuz etmektedir. Personellerin bireysellikten ziyade takım çalışmasına yönelmeleri, katılımcı olmaları iş performansını ve verimliliği yükseltmektedir (Zhou vd., 2006). Kuratko (2005) girişimcilikte başarının yönetenlerin örgütte katılıma izin vermesine ve bu tarz bir ortamı yaratmalarına bağlı olduğunu öne sürmektedir (akt. Çalışkan vd., 2011: 369).

Groningen Üniversitesi tarafından yapılan çalışmaya göre Doğu ve Batı dünyası, az gelişmiş ve çok gelişmiş ülkeler bakımından girişimcilik eğilimlerine yönelik incelenmiş ve ciddi farkların olduğu tespit edilmiştir. 9 ülke içerisinde yaklaşık olarak 2700 kişi üstünde gerçekleştirilen araştırmanın neticesinde, GOÜ'lerdeki girişimci kişilerin işe tutku ve hırs yerine, tatminsizlik gibi itici bir güçle başladıkları, bireysel inisiyatifin önemli bir yere sahip olduğu görülmüştür. Aile firmalarının yaygın olduğu ülkelerdeyse, girişimcilerin faaliyete geçmelerinde kişisel güvenin önemli olduğu ve bireysel eğilimlerin hakimiyetinin olduğu neticesine varılmıştır (Aytaç ve İlhan, 2002:112).

Kısacası, uluslararası isteklendirme öncelikle işletmenin içinden başlamaktadır. Personellerin karar alma süreçlerine katılımları, müşterek amaçlara dönük gayretlerini ifade etmektedir. Bu faaliyetin işletme içinden başlayarak örgütün tümüne yayılması gerekmektedir. Yönetenler de personeli bu konuda teşvik etmek durumundadırlar.

2.1.4.5 Rakip ve Rakip Olmayan Firmalar ile İşbirliği

Rakip firmalarla işbirliği uluslararası pazarlarda faaliyet gösteren çok uluslu şirketler tarafından sıklıkla kullanılan bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Küreselleşmenin getirmiş olduğu durum neticesinde ortaya çıkan küresel rekabet koşullarına uyum sağlamak isteyen günümüz çok uluslu şirketlerin araç olarak tekrar stratejik işbirliğini sıklıkla kullanmaktadırlar. Stratejik işbirliğine gidilmesinde özellikle 20. yüzyılın ilk dönemleri uluslararası işletmeler açısından öneme sahiptir. Bu yıllarda çok uluslu şirketler arasında stratejik işbirliğine gidilmesi özellikle doğal kaynakların elde edilmesi ve bu kaynakları değerlendirilmesinde önemli bir role sahiptir (Çelik, 1999: 28).

Rakip firmalarla işbirliğine gitmenin farklı nedenleri bulunmaktadır. Genelde pazara yeni giriş yapan şirketlerin veya ihracat tecrübesi bulunmayanların diğerlerine nazaran daha fazla işbirliği aradığı görülmektedir. Bu işbirliğinin sağlanmasıyla şirketler tehditleri engelleyebilmektedirler.

Rakip olmayan firmalar açısından işbirliği ise rakip firmalar ile yapılan işbirliğinden daha önemlidir. Öncelikli olarak rakip olmayan firmalar ile şirketin iletişime geçtiği hammadde tedarikçileri, dağıtımıcılar gibi işletmeler kast edilmektedir. Diğer bir ifadeyle, üretim sürecinden tüketim sürecine kadar faaliyet gösteren işletmelerin tümünü içermektedir. İşletmeler bu süreç içerisinde faaliyet gösterenler ile işbirliğini sıkı tuttukları takdirde aksama olmaksızın hedeflenen tüketici kitlesine ulaşabilmektedir. Ürünlerin böylece her yerde temini sağlanacaktır. Bu ise, tüketenlerin ürüne ulaşarak muadillerine yönelmemelerini temin etmektedir. Bu nedenle rakip olmayanlar ile işbirliği içinde olan firmaların, ihracat pazar performansında üstün olmaları beklenmektedir.

2.2 Çok Uluslu Şirketler

Bu başlık altında çok uluslu şirketlerin tanımı, tarihsel gelişimi, özellikleri ile ekonomik ve siyasal hedeflerinin neler olduğu konusunda analizler yapılacaktır.

2.2.1 Çok Uluslu Şirketlerin Tanımı

Küresel çevrelerde ve literatürde tartışmaların odağı olan çok uluslu şirketler (ÇUŞ) toplumsal yapıyı ve dünya ekonomisini ciddi biçimde etkilemektedir (Kaymakçı, 2013: 226). ÇUŞ ile alakalı müşterek bir tanım bulunmamakla birlikte kavram, işletmelerdeki faaliyet yapılarının farklılaşması ile meydana gelen değişimler neticesinde gündeme taşınmıştır. ÇUŞ'la alakalı tanımlar yazarların ÇUŞ ile ilgili vurgulamak istedikleri niteliklere odaklıdır. Bu yüzden küreselleşmeyi hızlandıran ve bu süreci yönlendiren ÇUŞ'la alakalı pek çok tanım vardır (Özcan, 2011: 2; Bolat ve Seymen, 2005: 53). Örneğin; ÇUŞ, farklı maksatlarla pazarlama ve üretim çalışmalarını farklı ülkeler üzerinde gerçekleştiren bir organizasyon biçimidir. ÇUŞ, bayi ve yavru şirket uygulamasıyla toplam işgücü, varlık ya da satışlarının %20' lik kısmını ana ülkenin dışında tutan işletme biçimidir. ÇUŞ, toplam satışlarının minimum %35'lik kısmını diğer ülkelerde yaptığı faaliyetlerden sağlayan işletmeleri ifade etmektedir (Tağraf, 2002: 37). UNCTAD'ın yaptığı tanıma göre ÇUŞ, ev sahibi işletmeler ve onların iştiraklerini içeren işletmelerdir. ÇUŞ'un, gelirleri ve vergileri ülke dışına kaydırma ve yeni yatırım alanları belirleme gibi avantajları vardır (Kaymakçı, 2013: 226). ÇUŞ ile alakalı tanımlarda müşterek nokta, şirket faaliyetlerini birden çok ülkeye yaymış olmasıdır.

ÇUŞ'u ana ülkelerin haricindeki ülkelerde yatırımlar gerçekleştirmeye yönlendiren farklı sebepler bulunmaktadır. Bunlar; birden fazla ülkede faaliyet gösterip olası risklerin dağıtılması, uluslararası sahada meydana gelen arbitraj imkânlarından faydalanabilmek, kârın en üst seviyeye çıkartılması, eldeki teknolojik üstünlüklerle yerel işletmelere karşı avantaj yakalamak ve yurtiçi piyasalarda elde edilemeyecek seviyeye ulaşmaktır (Aktan ve Vural, 2006: 36).

ÇUŞ'un finansal yapısını temel alan tanımlamalar da vardır. Bu tanımlamalarda firmanın üretimi, büyüklüğü, ülke dışında varlığı, dünya genelindeki faaliyetlerinin yaygınlık seviyesi öne çıkmaktadır. Faaliyette bulundukları ülkelerin sayısı baz alındığında ÇUŞ; çalışanların uluslararası transferi, yatırım sermayesi, mal, yönetim ve üretim tekniklerini içermekte olan faaliyet sahaları ülke sınırlarını aşan şirketlerdir (Gürün, 2001: 24-25). BM tarafından yapılan ÇUŞ tanımıysa şu şekildedir: "Ekonomik işletme birimlerindeki uğraş sahaları ve kanuni şekle bakmaksızın iki ya da daha çok

ülke içerisinde faaliyet yürüten; işletmelerinin birimleri arasında küresel strateji sağlaması için ortak ve uyumlu politikaların belirlenmesini temin eden; bir veya daha çok karar merkezinin etkili kontrolüne dayanan bir karar mekanizmasını barındıran; sorumluluk, kaynak ve bilgilerin birimler arasında paylaştırıldığı ekonomik işletmelerden meydana gelen bir ticari teşebbüstür ” (Yavuz ve Sivrikaya, 2011: 14).

Görülebileceği gibi ÇUŞ’la ilgili tanımlamalarda bir fikir birliği mevcut değildir. Fakat ortaya konan değişik tanımlarda açık biçimde belirtilsin veya belirtilmesin ÇUŞ’la ilgili müşterek iki husus vardır: Birincisi, ÇUŞ adı verilen işletmelerin doğrudan üretimle ilgili çalışma yürütmeleri, ikincisiyse üretim faaliyetlerini birden çok ülkede gerçekleştirmektedir.

Hisselerinin bir bölümünü halka arz etmek suretiyle de faaliyette bulunan ÇUŞ açısından dünyanın tümü bir pazardır. ÇUŞ, ana merkeziyle dünyadaki farklı bölgelerde yer alan şubeleri sürekli bir iletişim halindedir. İdeoloji farkı ve ekonomik sistem ayrımı olmaksızın hemen her sahada faaliyet göstermekte olan ÇUŞ’lar genelde oligopol, onun dışında monopson ve monopol gibi eksik rekabet piyasalarında çalışma yürütmektedirler (Yavuz ve Sivrikaya, 2011: 14). Yurt dışında AR-GE birimleri bulunan işletmelerin de ÇUŞ kategorisi içerisine dâhil olduğunu söylemek mümkündür. Bu anlamda ÇUŞ’u belirlemede kullanılmakta olan ölçüt, örgütlerin yurt dışında faaliyet gösterip göstermediğidir (Seyidoğlu, 2001: 679). ÇUŞ, diğer bir işletme tarafından yürütülen faaliyetin tümünü ya da bir bölümünü kontrol edebilmekte yahut o işletmeyi satın alabilmektedir.

ÇUŞ genelde üretimde kullanılan kaynakları elinde tutsa da ülkede bulunan kaynakları kullanması için bunlara sahip olması gerekmemektedir. ÇUŞ, çalıştığı ülkedeki kanunlara uymak zorundadır. Ülke değişikliğiyle kanuni düzenlemelerden yarar sağlama amacıyla olan ÇUŞ, gittiği ülkedeki işletmelerle işbirliği yapmalıdır. Böylelikle ülkedeki kanuni ortamla ve tüketim davranışlarıyla alakalı bilgi edinmesi de mümkün olacaktır (Yavuz ve Sivrikaya, 2011: 13). ÇUŞ, Coca Cola örneğinde olduğu gibi birçok ülkede pazarlama ve üretim yapabildiği gibi General Electric örneğinde ki gibi sınır ötesine ihracatlar da yapabilmektedir. Fakat bilhassa GOÜ’nün donanım, bilgi, finans ve teknoloji açısından talep ettiği ÇUŞ, gitmiş olduğu ülkede bilgi paylaşımından kaçınmaktadır (Gedikli, 2011: 104). Var olan teknolojik, finansal bilgi ve donanım

kapasiteleri ÇUŞ'u, gittiği ülkedeki mahalli firmalara karşı avantajlı hale getirdiğinden ÇUŞ, bunları paylaşmaya yanaşmamaktadır.

ÇUŞ ile alakalı temel kavramlar şöyledir (Gürün, 2001: 31-32):

- Yavru Şirket /Yabancı Sermaye Şirketi/ Şube (Subsidiary): Ana şirketteki ticari unvan, yönetsel bilgiler, ticaret sırları, teknolojiyi ve diğer araçları kullanabilme imtiyazına sahip, yabancı ülkedeki şirkettir. Yavru şirketler sayılan bu ayrıcalıkların karşılığında kazançlarının önceden belirlendiği kadarını ana şirketle paylaşmaktadır.
- Ana Şirket (Parent Company): Yatırımı gerçekleştiren temel şirkettir. Ana şirket yavru şirkete ait yönetim ve mülkiyeti elinde tutmaktadır.
- Üçüncü Ülke (Third Country): ÇUŞ'un bilgi transferine veya üretim çalışmalarına destek veren, ev sahibi ve ana ülke haricindeki ülkedir.
- Ev Sahibi/Kabul Eden Ülke (Host Country): ÇUŞ tarafından yatırım gerçekleştirildiği ülkedir.
- Köken/Ana Ülke (Origin/Parent Country): ÇUŞ'un menşeinin olduğu ülkeyi ifade etmektedir.

2.2.2 Çok Uluslu Şirketlerin Tarihsel Gelişimi

ÇUŞ'un tarihsel gelişimi hakkında çeşitli görüşler vardır. Örneğin, bazıları İngiltere ve koloniler arasındaki mal ticaretinden dolayı ÇUŞ'un 15. ve 16. yüzyıllarda ortaya çıktığını kabul ederken, ÇUŞ'un 19. yüzyılda ortaya çıktığını öne süren görüşler de mevcuttur. ÇUŞ'ların İkinci Dünya Savaşı'na kadar kurumsal kimliklerini buldukları kabul edilmektedir. (Özcan, 2011: 17). Üzerinde tartışmaların yaşandığı ÇUŞ'un tarihsel gelişim süreci, belirli dönemlere ayrılarak incelendiği takdirde bu süreci daha iyi anlamak mümkündür.

2.2.2.1 Ticaret Dönemi

Uluslararası ticaretin önemli konularından biri, bir ülkeden diğerine yapılan yatırım sonucunda her iki ülkenin işletmelerinin sağlayacağı kazançlar ve fırsatlardır. Sanayi Devrimi öncesinde uluslararası ticaretin devletler tarafından kontrol edildiği ve

ticaretin amaçların devletin hedefi olduğu düşünülmektedir (Kaymakçı, 2013: 227). Bu dönem, 1500’lü yıllarda C. Columbus ve arkadaşlarının denizlere açılmasıyla başlayan, 1850’lerin Sanayi Devrimi ile sona eren bir süreçtir (Mutlu, 1999: 15). Sermaye olanaklarının sınırlı olduğu ticaret döneminde, az sayıdaki mal ticareti ile işletmelerde ortaklık kurulmuştur (Aksoy, 2006: 27). Bu süreçte Coğrafi Keşifler ve İpek ve Baharat Yollarının etkisi ile Avrupa ticareti ilerleme kaydetmiş ve özellikle Fransız, İngiliz ve Hollandalı işletmeler günümüz ÇUŞ’larının öncüleri haline gelmiştir (Özcan, 2011: 20).

2.2.2.2 Sömürgecilik Dönemi

Coğrafi keşiflerin tamamlandığı, büyük işletmelerin kurulduğu ve ülkeler arası ticari ilişkilerinin geliştiği yaklaşık 1850’lerin sonundan 1914 yılına kadar ki süreç “Sömürge Dönemi olarak adlandırılmaktadır. Bu dönemde sanayileşmiş ülkelerde büyük sermaye birikimine sahip şirketler, bu sermayeyi en kârlı şekilde kullanabilecekleri yeni yatırım yerleri aramaya başlamıştır. Böylece ilk yabancı sermaye yatırımları bu dönemde mineral ve petrol kaynaklarından faydalanma girişimleri şeklinde gelişmiştir (Özcan, 2011: 2011; Kaymakçı, 2013: 227). 1850’lerde doğrudan yabancı yatırımların gelişmesi, ulaştırma ve iletişim alanındaki ilerleme, ÇUŞ’ların yabancı ülkelere açılmasını da kolaylaştırmıştır (Gedikli, 2011:117). Ticaret döneminde ortaya çıkan ÇUŞ, sömürgecilik döneminde gerçek anlamda çok uluslu bir karakter edinmeye başlamıştır.

Avrupa’da faaliyet gösteren işletmeler, Sanayi Devrimi’nden sonra, ticaret döneminin aksine dışarıdan mal satın almak ve onları satmak yerine, endüstriyel mal sahalarında faaliyet göstermeye başlamışlardır (Aksoy, 2006: 29). Bu süreçte, dönemin ticari açıdan gelişmiş ülkeleri olan İngiltere, Fransa, Almanya ve Hollanda, esas hedefi ticari kar elde etmek yerine siyasi hegemonya kurmak, yatırımlarını genellikle Afrika, Asya ve Amerika’ya yönlendirmişlerdir (Aksoy, 2006: 28-29). Bu kıtaların siyasi gelişimleri ve buralarda yapılan yabancı yatırımlar da kontrol edilmeye çalışılmıştır.

2.2.2.3 Ayrıcalık Dönemi

1914-1945 yılları arasında dış ticaret önündeki engelleyici politikalar ortadan kalkmaya başlamıştır. ÇUŞ’ların sayısında ve yatırımlarında ise artışlar yaşanmıştır. 1920’li yıllarda gerçek anlamda bütünleşmiş ve farklılaşmış ÇUŞ’lar ortaya çıkmıştır

(Gürün, 2001: 38). Bu süreçte, tarım ve madencilik alanlarında yapılan yatırımlardan ziyade, özellikle otomotiv sanayinde dış ülkelere yapılan yatırımlar çoğalmıştır. 1929'daki Büyük Buhran, işsizlik ve stokların artmasına sebep olmuş, fakat şirketlerin bu stokları alternatif pazarlarda satmaları ile ticaret canlanmıştır (Kaymakçı, 2013: 227-228). Büyük Buhran, ÇUŞ'un sayısını arttırmıştır. ÇUŞ, ilk defa ev sahibi ülke vatandaşlarını yönetici ve personel olarak çalıştırmaya başlamış olmakla beraber Afrika, Asya ve Latin Amerika'daki yöneticiler ve teknik personel, yüksek ücretli Batılılar yerine, tercih edilmiştir (Wallerstein, 1998: 229; Temizel, Turan ve Temizel, 2008: 463). Batı'daki personele daha yüksek ücret vermek yerine ev sahibi ülkenin düşük ücretli işgücünü istihdam eden şirketler böylece iş gücü maliyetlerini düşürebilmişlerdir.

1880'lerde ortaya çıkan ve 1929'da yürürlüğe giren Keynesyen politikaların benimsenmesi ile verimlilik ve üretkenlik artışı sağlanması, böylelikle üretimde artışa yol açmıştır. Üretimdeki bu artışa rağmen, pazardaki iç talebin yetersiz kalması sonucu şirketler diğer ülkelere yönelmiştir (Mutlu, 1999: 18). Sahip oldukları stokları ellerinden çıkartmak isteyen şirketler, bu stokları diğer pazarlara sunmuşlardır. Böylece iç talep üzerine odaklanmak yerine şirketler, dış talep üzerine odaklanmaya başlamışlardır.

Bir deterjan firması olan İngiliz "Lever Brothers" ilk modern ÇUŞ olarak kabul edilmektedir. 1929 Yılında Lever Brothers, Hollanda'nın "Dutch Margarine Union" firmasıyla birleşerek "Unilever" adını almıştır. Lever Brothers'ın yanı sıra "ICI", "Philips", "Nestle" ve "Royal Dutch Shell" gibi firmalar modern ÇUŞ'ların öncüleri olmuşlardır. "General Motors" ise bu dönemde otomotiv sanayisinde kurulan ilk modern ÇUŞ örneğidir (Gürün, 2001: 38-39).

2.2.2.4 Uluslararası Dönem

II. Dünya Savaşı'nın bitmesi ile ÇUŞ'lar önemli bir ekonomik güce sahip olmuşlardır (Kaymakçı, 2013: 228). Özellikle Batı Avrupa şirketleri sahip oldukları sermaye, teknoloji ve tecrübe sayesinde, çok uluslu yatırımlara yönelmişlerdir. 1945 yılından 1970 yılına kadarki süreçte, işletmeler yeni pazarlar ve üretim kaynakları aramaya başladıkları için, bu dönem "Küresel İşletme Yılları" olarak adlandırılmıştır. Fakat bu dönemde, çok uluslu yatırımların yoğun olduğu Afrika, Asya ve Latin Amerika ülkelerinde etkin olan batı kökenli firmalara ve bu firmalarda çalışan personele

“davetsiz misafir” muamelesi yapılmaya başlanmıştır (Gürün, 2001: 39). Şirketler yeni pazarlara girdikçe ve çok uluslu yatırımlar genişledikçe uluslararası ticaret de hareket kazanmıştır.

Kapitalist uluslararasılaşmanın bu döneminde ABD şirketleri, 1950’den sonra dış piyasalara açılmayı hedeflemişler, iç pazarda ise yerli talebi karşılayacak yeterli kaynağa sahip olmayı tercih etmişlerdir. Bu dönemde gelişen ABD şirketleri ve diğer şirketler özellikle Avrupa ve Japon kökenli şirketlerdir (Aksoy, 2006: 29). Uluslararası mal ve sermaye akışında görülen artışlar, Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması ve Dünya Bankası gibi kuruluşların ortaya çıkmasını da hızlandırmıştır. 1958 yılında AB’nin kurulması, yabancı yatırımlarda artış sağlayan gelişmelerden bir diğeridir. Amerikan şirketlerinin Batı Avrupa’ya yönelik yatırımları özellikle “Avrupa Topluluğu”nun kurulmasından sonra önemli ölçüde artış kaydetmiştir (Gürün, 2001: 40). Avrupa bölgesi dışında yapılan yatırımlar ise çoğunlukla, petrol gibi önemli madenlere sahip Güney Kore, Brezilya, Arjantin ve Meksika gibi ya da büyük iç piyasalara sahip az gelişmiş ülkelere yapılmıştır (Seyidoğlu, 2001: 559).

ÇUŞ’lar tek bir sanayi dalına bağlı kalmamıştır. Bir başka deyişle, çok bölümlü ve birden çok sanayi dalına bağlı şirket yapısı şeklinde örgütlenmişlerdir. Bu durum 1950’den sonra, ÇUŞ’ların hızlı bir dış gelişme sürecine girmelerini sağlamıştır (Özcan, 2011: 23). ÇUŞ imalat sanayi faaliyetlerine bu dönemden sonra yönelmiştir. Bunun nedeni, ÇUŞ’un geleneksel ihracat pazarlarının üçüncü dünya ülkelerindeki korumacı politika tehdidi ile karşı karşıya kalmasıdır. GÜ menşeli ÇUŞ’lar, bazı imalat süreçlerini ve ürünlerini 1960’ların sonlarında çevre ülkelere doğru kaydırmışlardır. Buradan elde ettikleri ürünleri sanayileşmiş ülkelere tekrar ihraç ederek imalatı yeni bir yabancı yatırım şeklini oluşturmuşlardır. Öte yandan, doğrudan dış yatırımlar 1980’li yıllara kadar ciddi kısıtlamalarla karşı karşıya kalmıştır. Örneğin, çoğu ülke, hizmet sektörünün belirli alanlarında ve imalat sanayinin bazı bölümlerinde, yabancı sermayeye kapalı tutularak, yerli sermayeyle ortaklık kurmak ve yeni teknoloji getirmek gibi bazı koşullar altında yabancı yatırımlara izin vermişlerdir (Gedikli, 2011: 118). Üçüncü dünya ülkelerindeki korumacı politikalar ÇUŞ’ları farklı alanlarda çalıştırmaya zorlamış ve kurumsal yapılarında değişikliklere yol açmıştır.

2.2.2.5 1973-1980 Dönemi

1973 yılından 1980 yılına kadar doğrudan yabancı yatırımlar artmıştır. Fakat aynı zamanda yatırımların artış hızında Petrol Krizinin neden olduğu gerilemeler de gözlemlenmiştir. Bu süreçteki yatırımların önemli bir kısmı Amerikan menşeli ÇUŞ'lara ait olsa da zamanla Japonya ve Batı Avrupa menşeli firmaların çok uluslu yatırımlarının, küresel pazarda güçlenerek Amerikan firmalarının etkinliklerini azalttıkları görülmüştür. Çin'in 1979 yılında giderek mevzuat değişikliği yapmış ve bu durum ise yabancı sermayeye karşı özendirici politikaları uygulamaya başlamıştır. Çin'e yapılan doğrudan yabancı yatırımların sayısını da artırmıştır. Petrol sahasında çalışan yabancı firmaların millileştirilmesi ve yabancı sermayeye karşı takınılan olumsuz politikalar sebebiyle bu dönemde, AGÜ'ye yapılan doğrudan yabancı yatırımlarda ciddi düşüşler yaşanmıştır (Gürün, 2001: 40-41; Seyidoğlu, 2001: 559). Bu dönemde, Amerikan menşeli ÇUŞ'ların yanı sıra Japon ve Batı Avrupa kökenli firmaların küresel pazarda yer almaları ve Çin'in kapalı ekonomisini dışa açması şeklinde önemli gelişmeler kaydetmiştir.

2.2.2.6 1981 ve Sonrası Dönem

1980'ler ile beraber, rekabet ve teknoloji transferi ciddi artışlar göstermiştir. ÇUŞ'ların bölgesel ve kültürel özellikleri pazar mücadelesinde önem kazanmıştır. (Kaymakçı, 2013: 228). 1980'e Kadar ki dönemde sadece ithalat ve ihracat aracılığı ile dış pazara giren firmalar, 1980'den sonra dış pazarda yatırım, satış ve üretim faaliyetlerini de kendileri gerçekleştirerek uluslararası faaliyetlerini arttırmış, böylece küresel şirketler haline gelmişlerdir (Gedikli, 2011: 119). Şirketleri, küreselleştirmeye iten nedenler, şirketlerin kazanmış oldukları deneyim, standartlaştırma ve seri üretimin maliyeti ve yeni pazarlara ve stratejik ortaklıklara girerek yeni fırsatların ortaya çıkmasıdır (Kazgan, 2000: 179). 1980'lerde ÇUŞ faaliyetleri daha karmaşık bir hal almıştır. Bu değişikliğe neden olan unsurların bazıları; artan rekabet ve teknoloji transferi, ulusal ekonomilerin dışa açılma eğilimleri ve uluslararası ekonomideki gelişmelerdir. Bu dönemde geleneksel yatırım modellerine yeni uygulamalar eklenmiş ve doğrudan yabancı yatırımlarda farklılıklar görülmüştür (Gürün, 2001: 41). 1980'lerden sonra, ekonominin serbestleştirilmesi ve şirketlerin uluslararası pazarlara uyarlanması bu şirketlerin küresel şirketler şeklinde faaliyet göstermelerini sağlamıştır.

1990'lı yıllarda özellikle GÜ ve şirketleri arasında yoğun bir ticari savaş yaşanmıştır (Kaymakçı, 2013: 228). Bu süreçte ÇUŞ'ların etkinlik sahaları genişlemiş, şubeleri ile beraber dünya ticaretinin büyük bir bölümüne egemen olmaya başlamıştır (Gürün, 2001: 43). 2000 yılı itibariyle, ÇUŞ'ların sayısı önemli ölçüde artmış ve böylece ÇUŞ'lar dünya ekonomisinde aktif aktörler haline dönüşmüşlerdir (Aksoy, 2006: 44).

2.2.3 Çok Uluslu Şirketlerin Özellikleri

ÇUŞ'un faaliyetlerinin yanı sıra, mülkiyetlerini de farklı ülkelere yaydığı görülmektedir. Ekonomik bütünleşme ve küreselleşmenin mühim aktörlerinden olan ÇUŞ, dünya ticaretinin yarısına hakimdir (Tekin, 2003: 1).

ÇUŞ'un önemli özelliklerinden biri dünyadaki ekonomiyi değiştirecek güce sahip olmasıdır. Bu gücünü ÇUŞ, sermayesinin birden çok ülkedeki girişimciye ait olması, aynı anda birden çok pazara hitap edebilmesi ve faaliyetlerini birden çok bölgeye yayabilmesi niteliklerinden almaktadır.

David ve Wheelen'e göre ÇUŞ'un belirgin özellikleri şöyledir (Tağraf, 2002: 37-38):

- ÇUŞ, dünya genelinde faaliyet yürütmektedir.
- ÇUŞ, yatırımlarının ve varlıklarının mühim bir oranını uluslararası alana kaydırmaktadır.
- ÇUŞ, yönetimleri küresel perspektif doğrultusunda karar almaktadırlar.
- Montaj fabrikalarından tamamıyla entegre fabrikalara değin farklı türlerde olacak biçimde ÇUŞ'ların üretimleri birçok ülkeyi içermektedir.

Şatıroğlu ise ÇUŞ'un niteliklerini daha geniş bir liste içerisinde toplamaktadır (akt. Özcan, 2011: 10-11):

- ÇUŞ'taki temel çalışma alanları mal ve hizmetin uluslararası ölçekte üretimi, dağıtımı ve pazarlanmasıdır. Bunun yanı sıra yatırım, teknoloji, yönetim ve organizasyon transferi de yapılmaktadır.
- ÇUŞ, birden fazla ülkede faaliyet göstermektedir.

- ÇUŞ, hem firma içinde, hem de kendi arasında dinamik ve esnek bir organizasyon yapısına sahiptir. Bu yapıyı ideoloji, sistem, gelişme düzeyinden bağımsız olarak uluslararası ölçekte dikey ve yatay bütünleşmeler sayesinde meydana getirmektedirler.
- ÇUŞ'lar faaliyet sahalarıyla ilgili rekabet koşullarını kendileri düzenlemiş veya aralarında anlaşarak yaratmışlardır.
- ÇUŞ'un temel esası, firma bütünlüğü ve ana ülkedeki mali çıkar ve kazançları dünya genelinde maksimize etmektir.
- ÇUŞ temelde, özel sermayeye dayalıdır.
- Ana vatan ile ÇUŞ arasında ortaklık veya politik, mali v ekonomik destek şeklinde organik ilişkiler vardır.
- Uzman hale gelen hizmet ve mallarla alakalı merkezi program ve planlar şirketin bütünlüğü bakımından uluslararası seviyede gerçekleştirilmektedir.
- Üstün ve modern teknolojilere sahiptirler.
- Finansal yapıları güçlüdür.
- Merkezi kararlarla kendilerine bağlı bulunan bütün uzantı ve kurumların yönetim ve çalışmalarını kontrol etmektedirler.

ÇUŞ'da dinamik ve esnek yapıda şirket veya şirketler grupları mevcuttur. ÇUŞ'taki ortak nitelikleri Ghoshal ve Bartlett şü şekilde sıralamaktadırlar (Gürün, 2001: 35-38):

- Gittikleri ev sahibi ülkelerdeki mali sorunlardan çok, kendi menfaat ve kârlarına odaklanmaları,
- Üretimin pek çok ülkede gerçekleştirilmesi ve toplam üretimde bunun payının büyük olması,
- Sermaye payının iki ya da daha fazla ülkeye yayılması,
- Uzun vadeli politika ve amaçlarının, köken ülkede bulunan ana merkez tarafınca belirlenmesi,
- Üst seviye yöneticilerin ana ülkede ki ana merkezden temin edilmeleri.

2.2.4 Çok Uluslu Şirketlerin Türleri

ÇUŞ'un niteliklerine göre çeşitli biçimlerde sınıflandırılması mümkündür. ÇUŞ'un en yaygın sınıflandırması faaliyet yürüttükleri ülke ve türlerine göredir. Bu kapsamda üç temel grup ortaya çıkmaktadır:

- (1) Etnosentrik (ana ülke kökenli, tek merkezli),
- (2) Polisentrik (yabancı ülke kökenli, çok merkezli) ve
- (3) Geosentrik (dünya kökenli) şirketler.

ÇUŞ, bu üç grup içerisinde sadece birine dâhil olmak mecburiyetinde değildir. Şirketlerin bazıları diğer gruplara dahil olabilmektedir (Yavuz ve Sivrikaya, 2011: 16).

2.2.4.1 Tek Merkezli Şirketler

Tek merkezli şirketler “dağıtımlarda, finansmanlarda, insan kaynakları faaliyetlerinde, AR-GE çalışmalarında ve yeni fikirleri uygulamada köken ülkenin seçildiği işletme biçimidir” (Bolat ve Seymen, 2005: 64). Köken ülkeye dönük yönetsel tarz olarak bilinmekte olan firma çeşidinde, ev sahibi ve köken ülkede bulunan üst seviye yönetimler, köken ülkede yetişen bireylerden oluşmaktadır. Ana firma, kullanmış olduğu yönetsel tarzı -genelde bu yönetim tarzı ülkenin adıdır- diğerlerinden üstün görmekte ve diğer ülkeleri de bunu kullanmaya zorlamaktadır. Bu tarz firmalar, öncelikle kendilerini köken ülkedeki kanunlara yönelik sorumlu hissetmektedirler. Bu tarz şirketlerin üstün tarafları şöyledir: Köken ülkenin üstün bilgilere sahip olması, köken ülkedeki personelin teknik ve ticari açıdan kabiliyetli olması ve hızlı karar verebilmeleridir. Dezavantajlarıysa zamanla yeni görüş ve buluşların ortaya atılmasında yetersizlik, ev sahibi ülkelerde iyi karşılanmama ile köken ülke vatandaşı olmayan idareci ve uzman kişilerden faydalanamama şeklindedir (Gürün, 2001: 32-33). Çalışanların köken ülkelerden seçilmesi, şirketin içerisinde bilhassa yönetici düzeyinde belli bir uyumu yakalamayı sağlarken; ev sahibi ülke içerisinde tepki görme ve işgücünden faydalanamamaya da sebep olmaktadır.

2.2.4.2 Çok Merkezli Şirketler

Bu firma çeşidinde yönetsel egemenlik, tek merkezli olanların tersine belirli yerel merkezlerde toplanmaktadır. Yavru şirketlere özerklik veren bu şirket tarzı, ev

sahibi ülkelere dönük bir yönetim biçimi şeklinde kabul görmektedir. Ana şirket daha ziyade finansal konuları denetleyerek diğer hususlarda yavru şirketlerine yarı bağımsız bir statü sunsa da bu yönetim tarzında üst yönetimdeki kadrolar köken ülkedeki bireylerden meydana gelmekte ve diğer personellerin istihdamı ise ev sahibi ülkeden sağlanmaktadır (Seyidoğlu, 2001: 567). Personel ve yöneticiler genelde ev sahibi ülkeden seçilmekte ve yöneticilere personel üstünden mühim yetkiler verilmektedir. Köken ülkelerdeki ana merkez yöneticileri, yavru firmalar kâr yaptıkları müddetçe kendilerini geri planda tutmaktadırlar. Ev sahibi ülkelerde bulunan yavru şirketler bu ülkelerin milli piyasaları ve pazarlarının karşılanabilmesine dönük faaliyet gösterip ana şirketten bağımsız politikalar uygulanabilmektedirler (Gürün, 2001: 33). Çok merkezli şirket türünde, şubelere sunulan yarı özerklik statüsü, bu şubeler bazında yeni fikirlerin oluşmasını sağlayabilmektedir.

2.2.4.3 Dünya Merkezli Şirketler

Dünya merkezli şirketlerse “yönetimlerinde ev sahibi veya köken ülkenin baskınlık kurmadığı evrensel bir yönetim biçimidir.” Çalışma yürüttükleri ülkelerdeki toplumsal yapı ve ekonomiyle en fazla ilgilenen şirket türüdür (Yavuz ve Sivrikaya, 2011: 16). Yönetimsel kadroları milliyetten ziyade, başarı ölçütü dikkate alınarak oluşturulmaktadır. Köken ve yavru ülkelerdeki yönetenler güçlü işbirliği ve iletişim içerisindeyler. Kararlar, ana şirketçe dünya genelinde bulunan gelişmeler, ev sahibi ülkede bulunan vatandaşlar ve yavru şirketlerin ihtiyaçları doğrultusunda alınmaktadır. Bu şirket biçimini tek merkezlienden ayıran nokta, yavru şirketteki yöneticilerin başarı sağlamaları durumunda ana şirkete geçebilmeleridir. İki ülkeden meydana gelen uluslararası pazarlara değil dünyadaki tüm ülke pazarlarına hizmet veren bu firmalarda temel maksat yavru şirket ve ana şirketi bütünleştirip uyumluluklarını sağlamaktır. Ülkelerin hiçbirisiyle özel bir ilişki kurmayıp milliyetçilikten uzak kalan bu yönetimsel tarz, yabancı istihdamının en fazla olduğu, köken ülke haricindeki üretim miktarları ve girdilerin en yüksek olduğu, yabancı hissedarların en fazla olduğu ve büyüme bakımından ise köken ülke dışındakilere en çok bağlılığın olduğu bir yönetim şeklidir (Gürün, 2001: 34). Ana merkezle şubelerin arasında ileri seviye bir uyum hedefi olan bu şirketlerde, son derece güçlü bir iletişim şarttır. Hedeflenen uyumun

gerçekleştirilebilmesi ve merkezle şubenin iletişiminin sağlanabilmesi için firmaların, özellikle iletişim teknolojilerini yakından takip etmeleri ve uygulamaları gerekmektedir.

2.2.5 Çok Uluslu Şirketlerin Ekonomik ve Siyasal Hedefleri

ÇUŞ'ların dünya üzerinde etkisinin boyutlarını ifade etmek için kimi yazarlar, Soğuk Savaş'ın önemini kaybettiği 21. yüzyılda dünyadaki egemenliğin ÇUŞ'ların eline geçeceğinin altını çizmişlerdir. Dünya ölçeğinde bir ticari yapılanma yetisini sağlayan teknolojik yenilenme kapasitesine sahip olan ve şubeleriyle birlikte 38.000'i bulan ÇUŞ'ların dünya ticaretinin 2/3'sini yönettiğini belirtmişlerdir. En güçlü 86 firmanın toplam satışları, neredeyse şu anki uluslararası toplumu oluşturan ulus devletlerin ihracatından fazladır. Sadece ABD, Almanya, Japonya, Fransa, İngiltere, İtalya, Kanada, Hollanda ve Belçika'nın sayılabileceği 9 sanayileşmiş gücün ihracat hacimleri; Shell, Exxon, Toyota, Ford, Mitsubishi, Hitachi, CNN gibi dev ÇUŞ'ların toplam satışlarını geçebilmekte ve dünya ticaretinin %70'i bu ÇUŞ'lar arasında gerçekleşmektedir. Günümüzde birçok ulusal ekonomi ve toplumun kaderine hükümetler veya parlamentolar değil, New York, Chicago, Londra, Singapur, Hong-Kong, Tokyo, Frankfurt ve Paris'teki uluslararası finans piyasaları ve büyük ÇUŞ'lar tarafından karar verilmektedir. Uluslararası ticaret neredeyse ÇUŞ'lar arasındaki anlaşma, yatırım ve ittifakların bir alt ürünü haline gelmiştir (de Rivero, 2003, s.42).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ÇOK ULUSLU ŞİRKETLERİN KÜRESEL ÖLÇEKTE YAYILMA STRATEJİLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN GİRİŞİMCİLİK BAĞLAMINDA İNCELENMESİ

3.1 Çok Uluslu Şirketlerin Faaliyetlerini Uluslararası Alana Taşımalarında Etkili Olan Faktörler

Üretimlerin uluslararası bir düzeye gelmesini etkileyen en mühim etmen teknolojik gelişmedir. Özellikle haberleşme ağı ve ulaşımda ilerleme gösterilmesi, üretim süreçlerinin parçalanmasına ve üretim süreçlerinin dünyanın farklı yerlerine yayılmasına imkan tanımıştır (Taymaz vd., 2011: 63). Teknolojide meydana gelen gelişmeler, çok uluslu firmaların üretimlerini uluslararası sahaya taşımalarına ve üretim maliyetlerini düşürüp kârlarını ise maksimuma çıkartmalarına imkan tanımaktadır.

Üretimin uluslararası bir düzeye ulaştırılmasına etki eden diğer bir unsur ise, ulusal sınırların içinde faaliyet yürüten örgütlerin, iç pazarda talep açısından doyuma ulaşmasıdır. Yerel pazarlarda alıcısı olmayan ÇUŞ'lar, dışa açılarak yeni talep imkanlarından faydalanmak ve atıl kapasitelerini kullanarak kârlarını en çoklaştırmak için faaliyetlerini uluslararası düzeyde sürdürmektedirler (Özalp, 2004: 75). Üretimlerin uluslararasılaşmasının nedenlerinden bir diğeryse dünyanın tamamında yayılım gösteren serbestleşme hareketleridir. II. Dünya Savaşı'nın ardından ülkeler devlet müdahalelerini azaltıp; hem finans piyasalarında, hem ticarete serbestleşme yoluna gitmişlerdir. Bu bağlamda, dünyanın tamamında serbestleşme hareketlerinin garantörlüğünü üstlenip yöneticilik yapmakta olan ve bu hareketi kontrol eden ve destekleyen sistemin mimarıysa uluslararası kurumlar olmuşlardır (Özalp, 1998: 33).

WTO, WB, IMF gibi uluslararası kuruluşların yönetilmesinde uygulanan politikaların sonucunda özellikle 1980'den sonraki dönem içerisinde çok uluslu firmaların dünya ekonomisinde etkinlikleri daha önce görülmeeyen bir düzeye ulaşmıştır. 1980'den sonra uygulanan serbestleşme çabaları; uluslararası seviyede sermaye hareketliliğinin ve ulusal iç pazarların serbest hale getirilmesi, özelleştirme faaliyetleri, sosyal devlet anlayışının ortadan kalkması ve rekabetçiliği sağlamak üzere inşa

edilmiştir. İç pazarın serbestleşmesiyle beraber uluslararası sahada faaliyet gösteren işletmelere yönelik özellikle GOÜ'ler açısından kar imkanları doğmuştur. Sosyal devlet anlayışının ortadan kalkmasıyla, emeğe dair hem piyasa dışı gelirler, hem de piyasa gelirleri kısıtlanmış, şirketlerde ciddi maliyet avantajları yakalanmıştır. Bu şartlar doğrultusunda ÇUŞ'lara yatırım imkanları sağlanmış ve bu imkanları kaçırmayan uygun zemini bulan firmaların yatırımları ise özellikle 1980'den sonra hızla yükselmiştir (Yaşgöl, 2002: 213).

Üretimlerin uluslararası bir düzeye yayılması ve küresel ortama eklemlenebilmesine temel teşkil eden bir diğer konu ise üretim girdileri ve hammadde fiyatlarının dünyada farklılık göstermesidir. Ticari işletmeler en temelde kâr hedefi gütmektedirler. Kâr sağlayabilmekse, firmaların satış gelirlerinden maliyetin düşülmesi sonucu net bir hasılanın kalmasını gerektirmektedir. Firmaların kârlarını artırmaları için satışlarını yükseltmeleri veya maliyetleri azaltmaları gerekmektedir. Uluslararası alandaki işletmelerde satış gelirlerinin artırılması adına en temel faktörün uluslararası piyasa yönelimleri olduğundan daha önce bahsedilmişti. Bunun yanı sıra ÇUŞ'lar kâr sağlayabilmek için maliyetin düşürülmesi maksadıyla da uluslararası sahada çalışmaktadırlar. Maliyetlerdeki en mühim kalem olan üretim girdilerinin fiyatları dünyada farklılık göstermesi sebebiyle uluslararası şirketler üretimin ucuza gerçekleştirileceği yerlerde faaliyetlerini sürdürmektedirler. Yine aynı biçimde mühim bir maliyet kalemi olan hammadde fiyatlarının da dünyada farklı fiyatlarda olması hammaddenin ucuza temin edilebileceği yerlere yönelmektedirler (Özalp, 1998: 36).

Üretim faaliyetlerini uluslararası boyuta taşıyan diğer bir konuya bilhassa GOÜ'lerde ciddi bir finansman gerektirmekte olan sanayi yatırımlarının kendini finanse edememesi sebebiyle dış finansmana gereksinim duyulmasıdır. Önceleri geniş ölçekte sanayileşme çabasına girmiş olan ve bağımsızlıklarına yeni kavuşan bu ülkeler, korumacı politikalar benimsemişlerdir. Fakat belirli bir gelişme sürecini tamamlamış olan bu ülkeler, bilhassa yüksek maliyetli olan sanayi yatırımlarında karşılaştıkları finansman güçlüğü nedeniyle kaçırdıkları fırsatları diğer ülkelere vermişlerdir (Özalp, 1998: 34). GOÜ'lerdeki bu durumu fırsata çevirenler ise uluslararası sahada faaliyet gösteren işletmeler olmuşlardır. Sermaye tedarik edilmesi karşılığında ucuz hammadde ve işgücü olanağı ile pazar fırsatlarının genişliği gibi pek çok fırsat yakalamış olan bu kuruluşlar uluslararası alanda üretim gerçekleştirebilmişlerdir.

3.2 Çok Uluslu Şirketlerin Girişimcilik Stratejileri ve Pazara Giriş Yöntemleri

Rekabette avantaj yakalayabilmek için ÇUŞ'lar birbirlerinden bağımsız pazarlama ve üretim yöntemleri ortaya koysalar da bu firmalar çalışmalarını uluslararası boyuta yönlendirirken temelde iki stratejiyi benimsemektedirler. Birincisi küresel stratejidir. Bu yöntemi benimsemiş olan firmalar, ulusal pazarları ayrı olarak değil birbirine entegre olmuş biçimde ele alarak tüm dünyayı tek pazar şeklinde düşünmekte ve yerel farklılıkları gözetmeksizin pazarlama yapmaktadırlar. Özetle küresel stratejiyi benimsemiş firmalar kültürel fark gözetmeksizin standart biçimde ürettikleri ürünleri yine yerel farklılık gözetmeksizin satışa sunmaktadırlar (Tağraf, 2008: 356).

Özünde küresel stratejiler fordist üretim yaklaşımının prensiplerini taşımaktadır. Fordist üretimin temelinde tüketenlerin talep yapılarının değişiklik göstermeyeceği ve çalışanların kabiliyetlerine göre üretim hattının bir kısımda yer alabilecekleri düşüncesi ile standart üretime odaklanılmaktadır. Fakat fordist üretim biçiminin benimsediği temel esaslar ilerleyen süreçle birlikte zafiyete uğramıştır. Nitekim 1960'ların sonuna gelindiğinde, GÜ'lerdeki iç piyasa kapasitelerinde doyum noktasına varılmasının bir sonucu olarak şirket kârlarının azalması ve GOÜ'lerde meydana gelen serbestleşme hareketleri ile firmaların sınır dışına açılması rekabeti artırmıştır (Hacısalıhoğlu, 2010: 27). Uluslararası firmalar, yükselen rekabetle beraber diğerlerinden ayrılıp öne çıkabilmek adına pazarlama ve üretim süreçlerine ulusal kültür değerlerini katmaya başlamışlar ve böylece fordist üretimin temel esaslarını da değişime uğratmışlardır.

Uluslararası şirketlerin çalışmalarını çeşitli ulusal pazarlara taşımalarında değerlendirebilecekleri ikinci bir strateji ise çok uluslu stratejidir. Bu strateji küresel stratejilerden farklı biçimde ülkelerin talepleri, beklentileri ve kültürel farklılıklarını göz önünde bulundurarak her ülkeye ayrı bir ticari strateji geliştirmeyi temel almaktadır (Tağraf, 2008: 356). Post-fordist üretim, çok uluslu stratejinin temelini teşkil etmektedir. Bu üretim fordist yaklaşımın tersine, kitlesel üretim yerine üretimin kalitesi ve çeşitliliğine vurgu yapmakta; işgücü piyasaları, tüketim kalıpları ve üretilen ürünlerde esnekliği vurgulamakta ve üretim tarzını farklılaştırmaktadır (Hacısalıhoğlu, 2010: 27). Bu üretim anlayışının işlevsel hale gelmesini temin eden ise yüksek teknolojidir. Bu alandaki gelişmeler üretim süreçlerinin parçalanmasına imkan verip üretimden elde edilen çıktıları farklılaştırarak esnek üretim tarzını oluşturmuştur.

Artan rekabet ortamı içerisinde uluslararası işletmelerin benimsedikleri yöntemlerin farklılaşmasının en mühim nedeni kültürlerin farklılığıdır. Belirtmiş olduğumuz üzere, kültür farklılığını gözetmeden standart pazarlama ve üretim anlayışına başvuran örgütler, ulusal pazarlardaki talep hacmi doyum noktasına varana kadar başarı sağlayabileceklerdir. Fakat ulusal talep doyum noktasına ulaştıktan sonra ise bu strateji çökecektir. Bu durumda üretim anlayışının pazara uyarlanması ve kültürel farklılıkları dikkate alması gerekmektedir.

Çok uluslu firmaların başarılı biçimde kültürel farklılıklar koruyabilmeleri ve uluslararası alanda başarılı olmalarında önemli hususlar vardır. Şirketlerin başarı ölçütü olan bu hususlar; hedeflenen pazarın seçilmesi, uygun bir pazara giriş yönteminin saptanması ve pazara uygun olan stratejilerin yaratılmasıdır. Bu bağlamda örgütler, yurtdışında yaptıkları pazar analizleri neticesinde çalışacakları hedef pazarı seçmelerinin sonrasında buralara en uygun ne şekilde girebileceklerini de düşünmektedirler (İlter ve Deveci, 2013: 69). Çok uluslu firmaların hedefledikleri pazara girmek için ele alabilecekleri pek çok giriş metodu bulunmaktadır (Karafakioğlu, 2000:185). Fakat firmalar pazara girme metodunu rastgele değil, farklı unsurları göz önüne alarak belli bir program kapsamında seçmelidirler (Özgen ve Özseven, 2012: 2). Çok uluslu firmalar hedef pazarlara dair giriş yöntemlerini belirlerken; kendi örgütsel yapılarının yanı sıra bu pazarların risklerini, kültürel farklılıklarını ve fiziki imkanlarını da göz önüne almalıdırlar (Günay, 2005: 90).

İşletmelerin neden farklı pazarlarda farklı stratejilerle giriş yaptıkları sorusunun yanıtı, aynı beceri ve kaynaklara sahip olan örgütlerin belirlemiş oldukları hedef pazarlardaki dinamiklerin farklı olmasıdır (Dunning, 1973'den akt. Günay, 2005: 90). Diğer bir deyişle ÇUŞ'lar, seçtikleri pazara yönelik giriş yöntemlerini ülke pazarlarındaki farklılıklara göre düzenlemektedirler. Çok uluslu firmaların hedef pazara girme metotları birbirlerinden farklı olsa da firmalar üç yaklaşımdan bir tanesini seçip giriş kararı vermektedirler (Cengiz vd., 2003: 20-21):

- i. **Tek tip yaklaşım:** Firmaların yabancı pazara girerken aynı metodu kullanmalarıdır. Örneğin; firma hedeflemiş olduğu pazarların tümüne ihracat metoduyla giriş yapıp pazar içi dinamikleri dikkate almamaktadır. Bu anlayış uzun vadede çok uluslu şirketi olumsuz etkileyebilmektedir. Firmalar uzun

vadede önlerine çıkan pazar olanaklarını yanlış bir metot seçtiklerinden ötürü değerlendiremeye bilmektedirler.

ii. Pragmatik yaklaşım: Firmaların hedef pazarlara öncelikle en düşük risk ihtiva eden giriş yöntemleriyle girerek zaman içerisinde bu metodun yetersizliğini ya da kârlılığını görmesi durumunda farklı bir stratejiye geçiş yapabileceğini ifade etmektedir. Bu giriş yönteminin firmalara sunmuş olduğu en ciddi avantaj, şirketin az bir risk ile pazara dair ayrıntılı bilgi toplamaksızın ve dolayısıyla kaynak ve zaman israfı olmaksızın kâr fırsatı sunmasıdır. Yalnız bu metot, her zaman şirketler tarafından seçilen en iyi metot olmamaktadır. Bu anlamda firmalar farklı bir strateji ile pazardaki olanakları daha iyi değerlendirebilmektedirler. Bu bakımdan ele alındığında seçilen giriş metodu, işler durumda olsa da en doğru olduğu anlamına gelmemektedir.

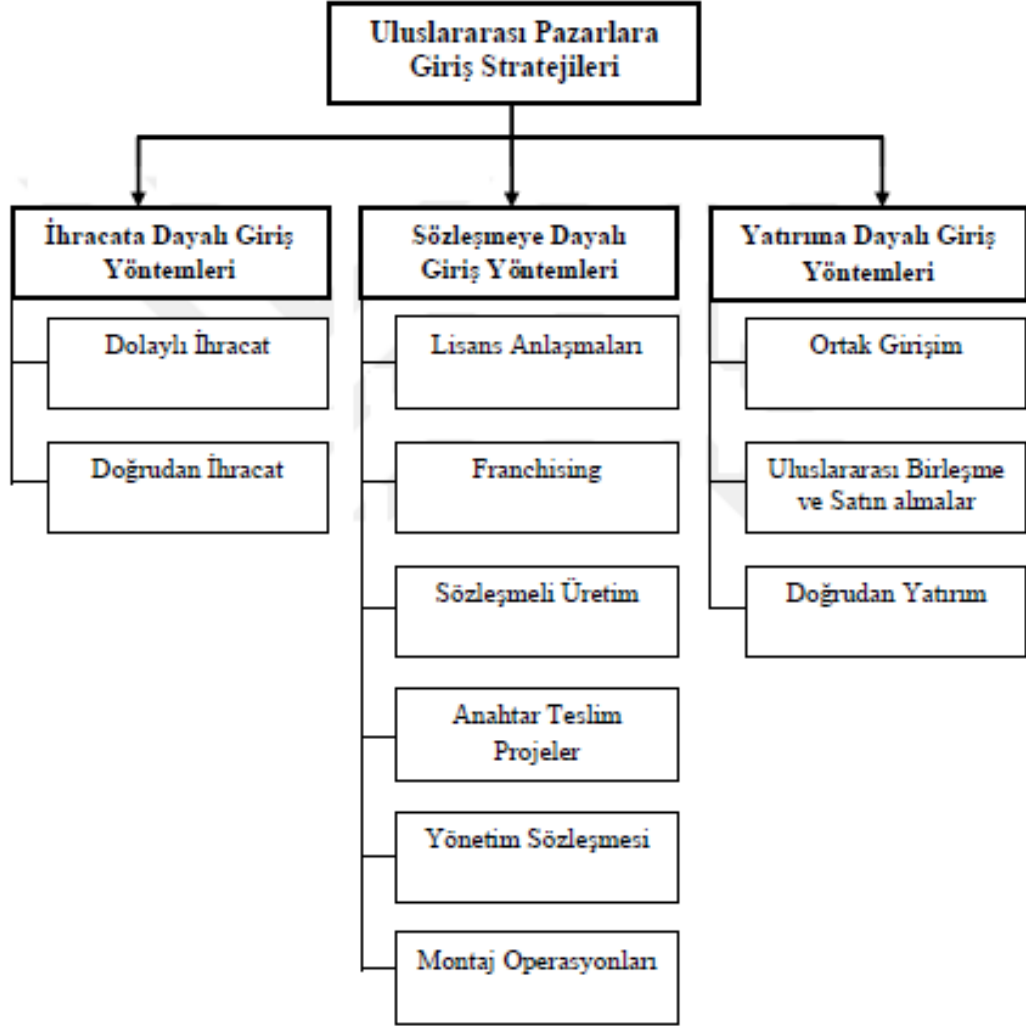
iii. Stratejik yaklaşım: Firmaların hedeflenen pazarlara girmede bütün alternatif metotları sistemli biçimde değerlendirerek karşılaştırmalarından sonra, en doğru metodu seçmelerini ifade etmektedir. Firmalar en doğru metodu seçmede pek çok unsuru dikkate almaktadırlar. Bunlar; olası karşılaşılabilecek risk düzeyi ile şirkette var olan kaynaklar şeklindeki hususlar biçiminde sıralansa da sonuçta şirket, en çok kâr yapan stratejiye yönelmektedir.

ÇUŞ'ların uluslararası pazarlara girme biçimleri farklı şekillerde sınıflandırılmaktadır. Araştırmacıların bazıları, pazara girme biçimlerini üretimin gerçekleştirildiği yere göre yurt içi ve yurt dışı şeklinde sınıflandırırken; diğerleri ise, pazara girme biçimlerini nitelik açısından hareketle üç başlıkta toplamaktadırlar (İlter ve Deveci, 2013: 74).

3.3 Nitelik Açısından Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri

Uluslararası pazarlara girme biçimleri Şekil 3'te görülebileceği gibi ihracata dayanan, sözleşmeye dayanan ve yatırıma dayanan giriş metotları olarak üçe ayrılmaktadırlar (Cengiz vd., 2003: 23). İhracata dayanan stratejilerse, dolaysız ve dolaylı ihracat şeklinde alt gruplara ayrılmaktadırlar. Sözleşmeye dayalı stratejiler ise montaj operasyonları, yönetim sözleşmesi, anahtar teslim projeler, sözleşmeli üretim, franchising, lisans anlaşmaları biçiminde altı başlıklardan oluşmaktadır. Son olarak

yatırıma dayalı stratejilerse, doğrudan yatırım, satın alım ve uluslararası birleşmeler ve ortak girişim şeklinde üç alt gruba ayrılmaktadırlar.

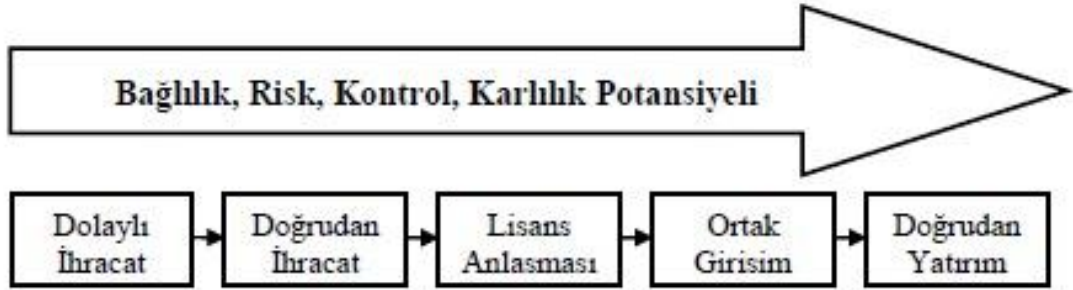


Şekil 2. Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri (Cengiz vd., 2003: 23)

Şekil 2’de gösterilen üç değişik metot, ÇUŞ’lara farklı düzeylerde ulusal pazar kontrol imkanı ve esneklik olanağı sunmaktadır. Her giriş biçiminin maliyet, esneklik, kontrol ve risk seviyesinin farklı olduğu unutmamalıdır. Örneğin; yatırıma dayanan giriş biçimi, firmalara çalışacakları ulusal pazarlar bünyesinde mülkiyet sağlayıp pazarın etkin biçimde kontrolünün imkanını sunmaktadır. Aynı zamanda bu yöntem, kaynak aktarımı gerektirmesi sebebiyle farklı metotlara yönelip pazara giriş olanağını da ortadan kaldırmaktadır.

Şekil 3’te değişik dış pazara girme metotlarının içinde kârlılık, kontrol, risk ve bağımlılık potansiyelleri gösterilmiştir. Dış pazara girme yöntemlerinin içerisinde kâr

potansiyeli en yüksek ve en basit olanı dolaylı ihracattır. Dolaylı ihracattan, doğrudan yatırımlara doğru hareket edildikçe, alternatif giriş stratejilerinin her biri için kârlılık, kontrol, risk ve bağımlılık potansiyeli yükselmektedir (İlter ve Deveci, 2013: 75).



Şekil 3. Dış Pazara Giriş Stratejilerinin Bağımlılık, Risk, Kontrol ve Kârlılık Potansiyelleri (İlter ve Deveci, 2013: 75)

Uluslararası pazara girişin temel yöntemlerinden biri olan ihracat; ÇUŞ'lara hem ulusal ekonomi, hem de uluslararası firma menfaatleri açısından birçok dezavantaj ve avantaj sunmaktadır. İhracatın getirdiği avantajlar şu şekildedir:

İhracat ÇUŞ'lara, diğer pazara giriş metotlarına kıyasla daha az riskle giriş imkanı vermektedir. Dış pazarların tanınmasına yardımcı olup ÇUŞ'ların buralarda faaliyet gösterdikleri alanlara temel teşkil etmektedir. Firmaların yönetsel yapıları ile ürettikleri hizmet ve malların bileşimlerinde fazla bir değişim yapmaksızın ölçek ekonomilerinden faydalanmalara imkan sağlamaktadır (Cengiz vd., 2003: 29). İhracat stratejisinin firmalar bakımından pek çok avantajının yanında dezavantajı da vardır. Örneğin; ulusal pazar içerisinde ihraç mallarına uygulanmakta olan kota ve tarifeler bu pazarlara giriş yapan firmalar, olumsuz etkilenmektedirler. Bu stratejinin doğası gereği, şirketler belirli bir taşıma maliyetini yüklenmektedirler (Koparal, 2004: 30). Bu stratejiyi seçen şirket, risk unsurunu en aza indirmenin yanı sıra kâr fırsatlarını da diğer yöntemlere kıyasla asgari düzeye çekmektedir.

Yeni ekonomik düzen içerisinde küresel rekabetin gün geçtikçe yükseldiği bir ortamda, ülkelerin ihracat stratejilerinin önemi artmıştır. Bu kapsamda, firmaların ihracat metotlarıyla başarıya ulaşabilmeleri adına uluslararası pazarlarda tüketicilerin gereksinim ve istekleriyle beraber ekonomik şartlarını da bilmeleri zorunluluktur (Cengiz vd., 2003: 32-33).

İhracata dayalı dış pazara giriş stratejisi, firmaların kendi ülkeleri içerisinde ürettikleri hizmet ve malları uluslar arası pazarlarda imkan tanımaktadır. Ayrıca firmalar zamanla dış pazarlarda edindikleri deneyimlere dayalı olarak, yurt dışında faaliyette bulunan firmalarla sözleşme imzalayarak bağlı olarak işbirliği yapmış ve yurt dışındaki üretim hacimlerini artırmışlardır (Ekmekçi, 2013: 80). ÇUŞ'lar bu kapsamda sözleşmeye bağlı biçimde şirketlerle ortak girişim, montaj operasyonları, yönetim sözleşmeleri, anahtar teslim projeleri, sözleşmeli üretim, franchising ve lisans anlaşmaları şeklinde metotlarla bağlantı kurup dış pazarlarda üretim yapmaktadırlar.

ÇUŞ'ları ulusal firmalar ile müşterek girişim yapmaya yönlendiren pek çok sebep vardır. Bunlardan birincisi, AGÜ'lerde çalışan ÇUŞ yöneticileri tarafından belirtilmiş olduğu gibi siyasi kısıtlılıklardır. GOÜ ya da AGÜ'lerdeki hükümetler yerel şirketlerin korunması için yabancıların doğrudan mal sahibi olabilmelerine engel olmaya çalışmakta ve %100 doğrudan yatırımlara müsaade etmemektedirler. GOÜ'lerdeki şirketlerle ÇUŞ'un aralarında gerçekleştirilen müşterek girişimlere örnek olarak Türkiye'deki Sabancı Holding-Carrefour işbirliğinin ürünü olan CarrefourSA'yı göstermek mümkündür. Diğer önemli unsur ise, ulusal pazarda kontrolü elde tutabilmektir. Teknolojik bakımdan ÇUŞ'lar yerele nazaran daha üstündürler. Bu nedenle teknoloji transferi yapan bu şirketler, bilhassa telif ve patent korumasıyla alakalı kanuni düzenlemenin bulunmadığı ülkelerde teknolojinin taklidinin yapılmaması için buralara yönelip kontrolü elde tutmaya çalışmaktadır (Ulaş, 2004: 160). Kontrolün ve riskin tamamen yabancı şirkette olduğu bu tarz teknoloji edinme şeklinde yerel şirketler, üst düzeyde ÇUŞ'a bağımlı durumdadırlar. Ortak girişimlere dair anlaşmalar, GOÜ açısından teknoloji girişinin hızlanmasını sağlamakla beraber bilgi transferi ve teknolojik araçları da içermekte olup teknolojik kavrayışı ise tümüyle içermemektedir (Ulaş, 2004: 158).

ÇUŞ'ların ortak girişimlere yönelmesine neden olan diğer bir etmen ise yerel pazarlar içerisinde kültürel farklılıklarda farkından kaynaklanabilecek olası riskleri yok etmektedir. Çok uluslu firmalarla hedeflenen pazarların aralarındaki sosyokültürel mesafe arttıkça çok uluslu firmaların yerel pazarlarla alakalı bilgi edinme gereksinimi de artmaktadır. İyi bilgi sahibi olmadıkları pazarlarda ÇUŞ'lar, karar verme ve faaliyet yürütmede zorlanacaklardır. Bu belirsizliği ise ortak girişimlerle aşmaya çalışmaktadırlar (Ulaş, 2004: 158).

Doğrudan yatırımların birer türü olan uluslararası satın alma ve birleşmeler kavram olarak beraber kullanılmakta olsalar da farklılık arz etmektedirler. Birleşme, iki veya daha çok firmanın varlıklarını birleştirerek yeni bir şirket açıp ölçek ekonomisinden yararlanmak için ortaklık kurmalarıdır (Cengiz vd., 2003: 160). Diğer bir deyişle, iki veya daha çok firmanın tüm kaynaklarını birleştirip kanuni varlıklarını kaybetmeleri ve piyasaya yeni bir işletme olarak çıkmalarıdır (Dinçer, 2009). Satın alımlar ise, bir firmanın diğerinin tümünü veya belli bölümünü satın alıp bünyesine katmasıdır. Uluslararası satın alma işlemlerinde çoğunluk ve azınlık satın alma şeklinde iki tür bulunmaktadır. Azınlık satın alma da ise %10-%49 aralığında çoğunluk satın almadaysa %50-%100 aralığındaki pay satın alınmaktadır. Firmaların %10'dan az olarak gerçekleştirdikleri satın alım faaliyetleriye portfolyo yatırımına girmektedir (Kang ve Johansson, 2000: 5'den akt. Yaşgöl, 2002: 227-228).

Satın alım ve birleşmeler arasındaki farklılıklar şu şekildedir (Yaşgöl, 2002: 228);

- Bu iki faaliyetin toplamda %97'si satın alımken %3'ü birleşme olmaktadır.
- Şirket birleşmelerinin neticesinde kurulmuş yeni firma iki tarafın müşterek yönetimine tabi olmaktadır, satın alma sonucunda yönetim tek bir firmanın kontrolünde olmaktadır.
- Birleşmelerde satıcılar veya alıcılar yerine birleşenler bulunmaktadır.
- Birleşmeler neticesinde yeni bir şirket doğarken, satın alımda böyle bir şey söz konusu değildir.

Şirketlerin ihracat yöntemiyle yerel pazarlara erişmeleri ve hedeflenen pazar kapasitesinin yüksek olması koşuluyla yurt dışı menşeli üretim tesisleri ve montaj hatları kurmaları firmalara ciddi avantajlar sunmaktadır (Kotler ve Armstrong, 2011: 565). Bu kapsamda doğrudan yabancı yatırımlar, şirketlerin kendi ülkeleri dışında faaliyette bulunma amaçları olduğu yerel pazarlardaki firmaları satın almak, onlarla ortak çalışmak ya da sıfırdan bir üretim tesisi kurmayı ifade etmektedir (Griffin ve Pustay, 1996: 100).

Doğrudan yabancı yatırım faaliyeti yapanlar, yerel pazarlara yalnızca sermaye transfer etmekle kalmayıp üretim teknolojisi, pazarlama metotları, yönetim tarzı,

ekipman ve makine gibi birçok stratejik kaynak transferi de gerçekleştirmektedirler. Bu kadar stratejik kaynağı faaliyet yapmak istedikleri pazarlara aktaran şirketlerin bu kararı vermelerinde etkili olan birçok unsur vardır. Bu kapsamda, doğrudan yabancı yatırım stratejisi ÇUŞ'lara şu imkanları sağlamaktadır (İlter ve Deveci, 2013: 83):

- Kota ve tarife gibi dış ticarete kısıtlama getiren unsurlara takılmadan yerel pazarlarda faaliyet gösterme,
- Üretimin yapılacağı ülkede yabancı sermayeye dönük teşvik düzenlemesinden faydalanabilme,
- Hiçbir ortaklık kurulmaması nedeniyle kârın bütününe elde edebilme,
- Büyük pazarlara rahatça ulaşabilme,
- Taşıma giderlerinin büyük oranda yok edilmesi,
- Yerel pazarlarda bulunan arsa, hammadde, enerji ve ucuz iş gücünden faydalanabilmek.

Bu stratejiler topyekun ele alındığında, çok uluslu firmalara yerel pazarlar açısından en üst düzeyde esneklik imkanı vermekle beraber, en üst düzey riski de firmalara yükleyen strateji türünün yabancı yatırım stratejileri olduğu görülmektedir.

Diğer yandan doğrudan yabancı yatırımı tercih edip yerel pazara giren ÇUŞ'lar hiçbir ulusal şirketle ortaklığa girmediklerinden dolayı yabancı kültürlerle doğrudan karşılaşabilmekte ve kültürel çatışma da yaşayabilmektedirler. Bu nedenle ÇUŞ'lar, doğrudan yatırımların kültürel farklılıklarla uyum açısından sunmuş olduğu esneklik olanağından faydalanmak adına, hedef pazarlara girmeden önce yaptıkları pazar araştırmaları doğrultusunda yerel kültürlere ait değerleri doğru şekilde incelemelidirler.

Küresel düzeyde son zamanlarda ekonomik entegrasyonun arttığı görülmektedir. Ekonomik faaliyet ve uluslararası ticaret sahalarında serbestleşmenin kazandığı ivmeyle ÇUŞ'ların ehemmiyeti artmaya devam etmektedir. Ekonomideki yapı ve işleyişi köklü biçimde değiştiren de budur. ÇUŞ'lar aynı zamanda teknoloji transferindeki en mühim aktörlerdir. Teknolojileri ve sermayeleriyle geniş alanlarda gerçekleştirdikleri yatırımlar ilerleyen zamanlarda refah ve rekabet güçlerini artıracak aktörleri belirlemektedir.

3.4 Çok Uluslu Şirketlerin Yatırım Yapmasını Etkileyen Faktörler

Günümüzde ÇUŞ'lar, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını belirlemektedirler. Amaçları dünya üzerinde kârlı bölgelere girip daha çok kazanabilmektir. Bir firmanın yatırım gerçekleştireceği alanı, ülke dışına yayıp ana merkez yerinin haricindeki alanlarda üretim gerçekleştireceği tesisi kurması ya da kurulan işletmeyi satın alıp yerel bir firmayla ortaklığa girmesi doğrudan yabancı sermaye yatırımı olarak adlandırılmaktadır. % 100 tam sahip olma hakkı sunan yatırımlar, şirket birleşmesi, yerel bir şirketin satın alınması ve girişim ortaklığı şeklindeki yatırımlar doğrudan yabancı sermaye yatırımlarıdır (Ulaş, 2008: 78).

Yatırım yapmanın dört ana nedeni bulunmaktadır. Bunlar stratejik açıdan önemi olan kaynakların kullanılabilmesi, rasyonel olarak dış üretimi tekrar yapılandırabilmek, yeni pazarlara erişmek ve doğal kaynaklara sahip olmak şeklindedir. Son üç neden temelde aktif değerlendirmeyi içermektedir. Diğer bir ifadeyle, yatırım gerçekleştiren firmanın temel amacı eldeki aktifleri kullanıp ekonomik gelir kazanmaktır. İlk neden ise, firmanın eldeki aktiflere yenisini ekleme arzusudur (Dunning, 1988: 426).

GÜ'lerin piyasalarındaki azalan satışlar risk faktörünü en aza düşürmek için ÇUŞ'ları farklı ülkelerin piyasalarına kaydırmaktadır. Örneğin; Amerika ve Batı Avrupa'da satışların yavaşlaması ile Nestle, 2001 senesinde önemli riskler ile yüzleşmiştir. Firma, bu problemi Latin Amerika, Doğu Avrupa ve Asya'ya satış yaparak çözmüştür. ÇUŞ'lar faaliyet sahalarını GOÜ'lere yönlendirip maliyeti azaltabilmektedirler. İşletmelerin maliyet unsurunun yanı sıra yatırım kararlarına etki eden birtakım faktörler vardır. Bunlar politik etmenleri, talep ve tedarik faktörleridir (Ulaş, 2008: 81).

ÇUŞ'ların yatırım stratejileri açısından en temel faktör istikrarlı bir yatırım ortamının bulunmasıdır. Bu noktada yatırım kararının mühim bir bileşeni olarak ev sahibi ülkeye dair risk algıları öne çıkmaktadır. Politik istikrar, ÇUŞ'ların yatırım kararlarının temel belirleyenlerindendir (Dökmen ve Aysu, 2010: 3031).

Ulusal sınırlar dışındaki meydana gelen avantajlardan faydalanabilmek ve yeni piyasalara erişebilmek ÇUŞ'ların amaçlarındanıdır. Firmalar, iç piyasalar doyduğu için kâr ve satışlarını kendi ülkelerinde artıramamakta ve bu nedenle dışarıya açılmaktadırlar. Bu yüzden ülke dışı imkanları değerlendirmeye çalışmaktadırlar. Bu

anlamda firmaları yabancı ülkelerdeki fırsatları değerlendirmeye yönelten sebeplerden biri kâr ve satış hacminin önemli bir kısmının ülke dışından temin edilmesidir. Bir diğer nedense, firmaların ülke içerisinde büyüyüp ülkenin dışına çıkmasıdır. Firmaları ulusal sınırları dışında bulunan kaynaklara ulaşmaya yönelten ise mali imkanların artışıdır (Murtezaoğlu, 2008: 18).

ÇUŞ'ların temel gayesi, dünya genelinde kârlarını artırabilecek ve ekonomik faaliyetlerinin bütünlüğünü sağlayarak bir organizasyon oluşturmaktır. Ekonomik koşullar, doğrudan yabancı yatırımların önemli bir belirleyenisidir. Bu koşullar ÇUŞ'lar açısından öneme sahip olmakla beraber tek başına yeterli değildir (Dökmen ve Aysu, 2010: 3030):

ÇUŞ'ların yatırım kararlarının farklı belirleyenleri söz konusudur (Aktan ve Vural: 2004).

- (1) Uluslararası sahada oluşan arbitraj olanaklarından yararlanabilmek,
- (2) Elleriindeki üstün teknolojiler vasıtasıyla yerel firmalar üstünde avantaj sağlamak,
- (3) Farklı ülkelerde faaliyette bulunma sebebiyle meydana gelen riskleri minimize edebilmektir.

Ulusal gelir hacmi ve nüfusun büyüklüğü açısından ele alınan pazar büyüklüğü, ekonomik koşullar bakımından yabancı yatırımları etkileyen önemli bir husustur. en fazla etki etme gücüne sahip unsurdur (Lim, 2001: 12). Psikolojik unsurlar geçmişten kaynaklanan birtakım endişelerle gelecekte negatif sonuçlar beklenmesine neden olmaktadır (Tekin, 1988: 232).

SONUÇ

Küreselleşme süreciyle beraber malların, fikirlerin, hizmetlerin kısacası tüm ticaretin serbestçe dolaşımı mümkün hale gelmiştir. Ticaretin serbestleşmesiyle beraber bu ticareti gerçekleştiren ÇUŞ'ların gücü kümülatif bir şekilde artmış ve uluslararası platformda ÇUŞ'lar ana aktör haline gelmişlerdir. Klasik realizm görüşü, küreselleşmeyle beraber yerini neoliberal görüşe bırakmıştır. Klasik realizme göre, uluslararası alanda ana aktör olan devlet olgusu giderek zayıflarken, küreselleşme süreciyle beraber ulus devletlerin belirgin sınırları da giderek kaybolmuştur. Klasik realizmden, liberal ve neoliberal dünya görüşü önem kazanmıştır. Neoliberal anlayışta, devletlerin çatışmacı ve güç dengesi siyaseti yerine karşılıklı bağımlılığa dayalı olduğu daha barışçıl bir anlayış ve özel sektörün ekonomik hayatta egemen olduğu fikri savunulmaktadır. Uluslararası platformda ise devletin dışında, sivil toplum kuruluşları, uluslararası örgütler ve ÇUŞ'lar liberalizmin aktörleri olarak görülmektedirler.

Bu çalışmanın ana parametresi olan ÇUŞ'lar, sınır tanımadan tüm dünyayı pazar haline getirerek sadece ekonomik anlamda değil, siyasi ve kültürel anlamda da önemli bir güce sahip olmuşlardır. Öyle ki tüm dünyaca kabul görmüş ÇUŞ'lar günümüzde ekonomik açıdan birçok devletten daha güçlüdürler. ÇUŞ'lar yatırım yaptıkları ülkenin ekonomisinden, siyasetine ve hatta sosyo-kültürel hayatına kadar birçok alanda söz sahibidirler. ÇUŞ'lar, günümüzün küreselleşen dünyasında moda, modernite, modernizasyon gibi kavramların içini doldurarak insanların tüketim algılarını da değiştirmişlerdir. ÇUŞ'lar kendilerine en çok kar sunabilecek ülkelere yatırım yapmakla beraber, çoğunlukla demokratik ve liberal anlayışa sahip ülkelere yatırımlarını yöneltmektedirler.

Küreselleşme ile beraber artan ticari ilişkiler, ticarete uzmanlaşmaya ve sınır ötesi küresel ticaretin gelişmesine katkıda bulunmuşlardır. Küresel ticaretin sağladığı fırsatlar sayesinde, ÇUŞ'lar daha da gelişerek dünyanın birçok farklı noktasında ticari ve siyasi faaliyette bulunmaya başlamışlardır. Ayrıca, ÇUŞ'lar anavatanları dışındaki ülkelerin politika yapıcılarının siyasi kararları üzerinde de etkili olmuşlardır. Teknolojinin inanılmaz boyutlara ulaşması, internet kullanımının artması, sosyal medyanın geniş kitlelere ulaşması ve iletişim olanaklarının gelişmesiyle beraber toplumlar arasındaki etkileşim sınır tanımaz hale gelmiştir. Bu iletişim sonucunda

ekonomik, siyasi, bilimsel ve kültürel değerler kesişmiş ve ÇUŞ'lar ise yeni politika açılımları belirlemeye başlamışlardır.

ÇUŞ'lar daha fazla kazanma arzusu ile girişimcilik ve inovasyon stratejilerini en iyi şekilde uygulamış ve böylece birçok ülkeye yayılmışlardır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin yeterli siyasi ve ekonomik olgunluğa erişememiş olmasından dolayı ÇUŞ'lar, bu ülkelerden yeterli teşvik alarak ve imkânlarından yararlanarak daha rahat yatırım yapar hale gelmişlerdir. Gelişmekte olan ikinci ve üçüncü dünya ülkelerinde işsizlik, alt yapı eksikliği, teknolojik anlamda yetersizlik ve çevresel sorunlar gibi birçok etmenden ötürü bu ülkeler ÇUŞ'ların yatırımlarına muhtaç durumdadırlar. ÇUŞ'ların ciddi servetler kazanması ve ticaret hacimlerinin giderek artması kendi aralarında ise rekabetin artmasına neden olmuştur. Bu rekabet ortamının giderek ısınması ise şirketler arasında çatışmalara yol açmıştır. Artan rekabetin bir sonucu olarak şirketlerin daha kaliteli ve daha ucuz malları piyasaya sürmesi ise, tüketici açısından olumlu bir ortam yaratmıştır. ÇUŞ'lar arasındaki rekabetin bir diğer olumlu yanı ise tüketicinin isteklerinin çeşitlenmesinden ötürü, söz konusu şirketler mal ve hizmetlerini tüketicilere ulaştırırken daha yenilikçi ve inovatif fikirleri üretim ve pazarlama biçimlerine dahil eder olmuşlardır. Gelişmekte olan ülkeler ÇUŞ'ların yatırımlarını çekerek sahip oldukları işsizlik sorunu başta olmak üzere yetersiz teknolojik alt yapılarını güçlendirmeyi de amaçlamaktadırlar.

Bahsedilen bu fikirler doğrultusunda küreselleşmenin, ÇUŞ'ların ve girişimcilik kavramlarının günümüzde birbiri ile ilişkili olan son derece önemli öğeler oldukları yadsınamaz bir gerçektir. ÇUŞ'lar ekonomik ve siyasi fayda sağlamak için yeni ve farklı fikirler geliştirme çabası içerisindeyler. Bu doğrultuda ÇUŞ'lar geliştirdikleri yenilikçi ve özgün fikirler sayesinde günümüzde ve gelecekte küresel ekonominin liderleri olmaya devam edecek gözükmektedirler. Bu liderliğin getirmiş olduğu avantajlar sayesinde ÇUŞ'lar; hem köken ülkelerinin, hem de yatırım yaptıkları ülkelerin siyasi ve ekonomik hayatlarında tartışmasız bir yere sahiptirler. Çok uluslu şirketler, özellikle gelişmemiş ya da gelişmekte olan ülkelere yatırım yaparlarken söz konusu ülkelerin kaynaklarından maksimum düzeyde fayda sağlamayı amaçlamaktadırlar. Çünkü gelişmemiş ya da gelişmekte olan ülkeler, ÇUŞ'ların yatırımlarına büyük ihtiyaç duymaktadırlar. Bu ihtiyaçlar doğrultusunda ise yatırım yapacak ÇUŞ'lara önemli teşvikler sağlamaktadırlar.

KAYNAKÇA

- Aça, M. (2004). “Küreselleşmecilerin Ulus-Devletlere Son Verme ve Ulusal Kimliklerini Yok Etme Girişimleri: Türkiye Örneği”, Editörler: AÇA. M. ve H. Durgut, Küreselleşen Dünya ve Türk Kimliği, Toplumsal Dönüşüm Yayınları, İstanbul, s.s.58-86.
- Aksoy, S. (2006). *Küreselleşme ve Çok Uluslu İşletmeler Çerçevesinde Türkiye’de Özelleştirme*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir
- Aktan, C.C., Şen, H. (2011). Globalleşme, Ekonomik Kriz ve Türkiye, TOSYÖV Yayınları, Ankara.
- Aktan, C.C., Vural, İ. Y. (2004). *Globalleşme: Fırsat mı, Tehdit mi?* İstanbul: Zaman Kitap. Ss.1-380
- Ataman, M., Yıldırım, C. (2005). Madalyonun iki yüzü: Altan ve Üstten Küreselleşme. *Bilgi Dergisi*, 7(2). 1-22.
- Aydemir, C., Kaya, M. (2007). “Küreselleşme Kavramı ve Ekonomik Yönü”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 6, Sayı 20, s.s.260-282.
- Aytaç, Ö., İlhan, S. (2002). Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif. *International Small Business Journal*. 20: 101-120.
- Bayar, F. (2009). “Küreselleşme Kavramı ve Küreselleşme Sürecinde Türkiye”, *Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi*, Dışişleri Bakanlığı Yayınları, Sayı 32, s.s.25-34.
- Berger, P. L. (2013). “Küresel Kültürün Dört Yüzü”, Çev., Şahin Gürsoy ve İlhan Çapcıoğlu, Editörler: Gürsoy, Ş. ve İ. Çapcıoğlu, Küreselleşme Ulus-Devlet ve Din, Platin Yayınları, Ankara, s.s.1-16.
- Bolat, T., Seymen O. A. (2005). Çokuluslu İşletmelerin Kavramsal Açidan İncelenmesi. O. A. Seymen ve T. Bolat, (Ed). *Küreselleşme ve Çok Uluslu İşletmecilik* içinde (53-68). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Bozkurt, V. (2000). *Küreselleşmenin İnsani Yüzü*. İstanbul: Alfa Yayınları.

- Bulut, Ç., Fiş, A., Aktan, B., Yılmaz, S. (2008). Kurumsal Girişimcilik: Kavramsal Yapı Üzerine Bir Tartışma. *Journal of Yaşar University*, 3(10): 1389–1416.
- Büyükbaş, H., Ören, K. (2005). “Küreselleşme, Birleşmiş Milletler ve Uluslararası Sosyal Düzen Arayışı”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl 2005, Sayı 13, s.s.103-121.
- Canbay, B. (2007). *Küreselleşmenin Gelişmekte Olan Ülkeler Üzerindeki Etkileri Ve Türkiye’nin Ulusal Stratejisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Candan, N. (2012). *Küreselleşmenin 1990 Sonrası Vergi Politikalarının Dönüşümüne Etkisi: Türkiye Örneği*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Manisa: Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Castells, M. (2005). Ağ Toplumunun Yükselişi Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür. Ebru Kılıç (çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cengiz, E., Gegez, E., Arslan, M., Pirtini, S. (2003). Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri. 1. Baskı, İstanbul: Der Yayınları.
- Covin, J. G., Miller, D. (2013). International Entrepreneurial Orientation: Conceptual Considerations, Research Themes, Measurement Issues And Future Research Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice Journal*. 38(1): 11-44.
- Çalışkan, A., Akkoç, İ., Turunç, Ö. (2011). Örgütsel Performansın Artırılmasında Yenilikçilik Ve Girişimciliğin Aracılık Rolü. *S.D.Ü. İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 16(3): 363–401.
- Çeken, H., Ökten, Ş., Ateşoğlu, L. (2008) Eşitsizliği Derinleştiren Bir Süreç Olarak Küreselleşme ve Yoksulluk. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 9(2). 79-95.
- Çelik, O. (1999). Küreselleşme Sürecinde Firmalar Arası Stratejik İşbirliği. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 54(01).
- Çetin, B. N. (2008). “Siyasi Küreselleşme Bağlamında Ulus Devlet Tartışmaları”, Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları Dergisi, Yıl 2008, Cilt 7, Sayı 1, s.s.177-182.

- Çetin, C. (2006). *Küreselleşme Ve Küresel Ekonomi İçerisinde Türkiye'nin Konumu*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çınar, İ. (2009). "Küreselleşme, Eğitim ve Gelecek", *Kuramsal Eğitimbilim Dergisi*, Yıl 2009, Cilt 2, Sayı 1, s.s.14-30.
- Dinçer, C. (2009). "Pazarlamada Halkla İlişkilerin Önemi ve Rolü: Kobiler Üzerine Bir Araştırma". Kilis 7 Aralık Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi AKAD Dergisi. Cilt.1, Sayı.1, Kasım, ss.38-46.
- Dökmen, G., Aysu, A. (2010). Hükümet İstikrarının Doğrudan Yabancı Yatırımlar Üzerindeki Etkisi: Gelişmekte Olan Ülkelere İlişkin Ampirik Bir Çalışma. *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, Cilt: 18, No: 5. ss. 3028-3037
- DPT (1995). *Dünyada Küreselleşme ve Bölgesel Bütünleşmeler (Özel İhtisas Komisyonu Raporu)*. Ankara: DPT Yayınları.
- DPT (2000). *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyonu Raporu*. Ankara: DPT.
- Dunning, J., Baker, J.C., Ryans, John K., Howard, D. G. (1988). *The Future of Multinational Enterprise?. International Business Classics*. Lexington Books: USA
- Faiz, E. (2013). *Uluslararası Girişimcilik Yöneliminin Proaktiflik Boyutu: Küresel Doğan İşletmeler Üzerine Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gedikli, A. (2011). Çok Uluslu Şirketler ve Doğrudan Yabancı Yatırımların Gelişmekte Olan Ülkelerin Kalkınması Üzerine Etkileri. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6(1). 96-146.
- Giddens, A. (1994). *Modernliğin Sonuçları*. (E. Kuşdil, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Giddens, A. (1999). Küreselleşmenin İkilemleri. *Sosyal Demokrat Değişim Dergisi*. 12

- Glavas, C., Mathews, S. (2014). How International Entrepreneurship Characteristics Influence Internet Capabilities For The International Business Processes Of The Firm. *International Business Review*. 23(1): 228–245.
- Griffin, R.W. and Pustay, M.W. (1996). *International Business: A Managerial Perspective*. 1. Edition. Massachusetts: Addison-Wesley Publishing.
- Günay, N. (2005). “Türkiye’de Hazır Giyim ve Konfeksiyon Endüstrisinde Uygulanan Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri: Sorunlar ve Çözüm Yolları”, *Ege Akademik Bakış Dergisi*, Yıl 2005, Cilt 5, Sayı 1, s.s.89-97.
- Gürkan, Ö. (2001). Küreselleşme ve Yeni Uluslar arası Ekonomik Düzen. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(Bahar). 1-15.
- Gürün, F. (2001). *Globalleşme ve Çok Uluslu Şirketlerin İnsan Kaynakları Yönetimine Etkileri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Hacısalihoglu, Y. (2010). Küreselleşme Mekansal Etkileri ve İstanbul. 1.Baskı. İstanbul: Akademik Düzey Yayınları.
- Harvey, D. (2010). Postmodernliğin Durumu Kültürel Değişimin Kökenleri. Sungur Savran (çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- İçli, G. (2001). “Küreselleşme ve Kültür”, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Yıl 2001, Cilt 25, Sayı 2, s.s.163-172.
- İlter, B., Deveci, A. (2013). "Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri", Şafak Aksoy ve Gülfidan Barış (Ed.). Uluslararası Pazarlama içinde. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları No:2921, ss.68-90.
- Kar, M., Arıkan, H. (2003). *Avrupa Birliği Ortak Politika ve Türkiye*, İstanbul: Beta Yayınları, ss.4-65
- Karafakioğlu, M. (2000). Uluslararası Pazarlama Yönetimi. 3. Baskı. İstanbul: Beta Yayınları.
- Kaymakçı, O. (2013). Küresel Ekonomide Çok Uluslu Şirketler ve Türkiye’deki Yansımaları. *CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1). 224-249.

- Kaypak, Ş. (2011). Küreselleşme Sürecinde Sürdürülebilir Bir Kalkınma İçin Sürdürülebilir Bir Çevre. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13 (20). 19-33.
- Kevin, S., Wang, Y. (2011). Entrepreneurial Orientation, Learning Orientation And Innovation In Small And Medium Enterprises. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 24: 563–570.
- Knight, G. A., Çavuşgil, S. T. (2004). Innovation, Organizational Capabilities, And The Born-Global Firm. *Journal of International Business Studies*, 35(2): 124-141.
- Koçar, F. (2006). *Küreselleşme Sürecinin Türkiye Ekonomisini Etkileme Kanalları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kohli, A. K., Jaworski, B. J. (1990). Market Orientation: The Construct, Research Propositions And Managerial Implications. *Journal Of Marketing*. 54:1–18.
- Kongar, E. (2002). *Küresel Terör ve Türkiye*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Koparal, C. (2004). "Ülke Dışı Faaliyetler", İnan Özalp (Ed). Uluslararası İşletmecilik içinde. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları No:1576, ss.73-92.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2011). Principles of Marketing. 14. Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Köse, H. Ö. (2003). “Küreselleşme Sürecinde Devletin Yapısal ve İşlevsel Dönüşümü”, *Sayıştay Dergisi*, Yıl 2003, Sayı 49, s.s.3-46.
- Lim, E. G. (2001). Determinants of, and the Relation Between. Foreign Direct Investment and Growth: A Summary of the Recent Literature, *IMF Working Paper*, WP/01/175, ss.2-27
- Lumpkin, G. T., Dess, G. G. (2001). Linking Two Dimensions Of Entrepreneurial Orientation To Firm Performance: The Moderating Role Of Environment And Industry Life Cycle. *Journal of Business Venturing*, 16(5): 429–451.
- Moorman, C. (1995). Market Organizational Processes : Culturel Antecedents and New Product Outcomes. *Journal Of Marketing Research*. 32(3): 318–335.

- Murray, J. Y. Gao, G. Y. Kotabe, M., Zhou, N. (2007). Assessing Measurement Invariance of Export Market Orientation: A Study of Chinese and Non-Chinese Firms in China. *Journal Of International Marketing*. 15(4): 41–62.
- Murtezaoglu, M. D.. (2008). *Çok Uluslu Şirketler ve Finansal Raporlama Sorunları-Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Narver, J. C., Slater, S. F. (1990). The Effect Of A Market Orientation On Business Profitability. *Journal Of Marketing*. 20-35.
- Nasution, H. N. Mavondo, F. T. Jekanyika, M., Oly, N. (2011). Industrial Marketing Management Entrepreneurship : Its Relationship With Market Orientation And Learning Orientation And As Antecedents To Innovation And Customer Value. *Industrial Marketing And Management*. 40: 336-345.
- Oviatt, B. M., McDougall, P. P. (1994). Toward a Theory of International New Ventures. *Journal of International Business Studies*, Vol: 25, Issue: 1, ss. 45-64
- Oviatt, B. M., McDougall, P. P. (2005). Defining International Entrepreneurship And Modeling The Speed Of Internationalization. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 29(5). 537–553.
- Özalp, İ. (1998). Çokuluslu İşletmeler: Uluslararası Yaklaşım. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları No:1022.
- Özalp, İ. (2004). Uluslararası İşletmecilik. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları No:1576.
- Özcan, T. E. (2011). *Çok Uluslu Şirketlerde Stratejik Planlama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özgen, H., Özseven, M. (2012). "İşletmelerin Uluslararası Pazarlara Giriş Biçiminin Seçiminde Yerel Pazar Faktörlerinin Etkileri Üzerine Adana İlinde Bir Araştırma". *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. Cilt. 21, Sayı.1, ss.1-20.

- Seyidoğlu, H. (2001). *Uluslararası İktisat Teori Politika ve Uygulama*. İstanbul: Güzem Yayınları.
- Seyidoğlu, H. (2003). Uluslararası Mali Krizler, IMF Politikaları, Az Gelişmiş Ülkeler, Türkiye ve Dönüşüm Ekonomileri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 4(2): 141-146.
- Seymen, O. A., T. Bolat (2005). “Küreselleşme Olgusuna Kavramsal Bir Bakış”, Editörler: SEYMEN, O. A. ve T. Bolat, Küreselleşme ve Çok Uluslu İşletmecilik, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, s.s.3-31.
- Steger, M. B. (2006). Küreselleşme, Çev., Abdullah Ersoy, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Şaylan, G. (2002). *Değişim, Küreselleşme Ve Devletin Yeni İşlevi*. İstanbul: İmge Yayınları.
- Tağraf, H. (2002). Küreselleşme Süreci ve Çok Uluslu İşletmelerin Küreselleşme Sürecine Etkisi. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 3, Sayı: 2, ss.33-47.
- Tağraf, H. (2008). "Küresel Stratejilerden Çok Uluslu Stratejilere Geçiş: Küresel Düşün Yerel Davran". Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi. Yıl.10, Sayı.14, Haziran, ss.348-366.
- Talas, M., Y. Kaya (2007). “Küreselleşmenin Kültürel Sonuçları”, Türklük Bilimi Araştırmaları Dergisi, Sayı 22, s.s.149-162.
- Taner, O. (2004). *Dünyada Ve Türkiye’de Küreselleşme Ve Yoksulluk Süreci*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Taymaz, E, Voyvoda, E., Yılmaz, K. (2011). "Uluslararası Üretim Zincirlerinde Dönüşüm ve Türkiye’nin Konumu", TÜSİAD 40 Ekonomik Araştırma Forumu Çalışma Raporları Serisi. İstanbul: TÜSİAD-Koç Üniversitesi, Aralık.
- Tekin, A. G. (2003). Kapitalizmin İpini Çok Uluslu Şirketler mi Çekecek? *Ekonomistler Bülteni*.
- Tekin, S. (1988). *Dünyada ve Türkiye’de Yabancı Sermaye Yatırımları ve Beklentiler*. İstanbul: YASED.

- Temizel, H., Turan, E., Temizel, M. (2008). Küresel İşletmecilikte Ülkelerin Sosyo-Kültürel Yapılarından Kaynaklanan Sorunlar. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (19). 459-474.
- Thirlwall, A.P., Pacheco-López, P. (2010). Ticaret Liberalizasyonu ve Ulusların Fakirliği. Levent Kösekahyaoğlu (çev.). Ankara: Alter Yayıncılık.
- Tireli, M. (2009). *Küreselleşme ve Yoksulluk: Birleşmiş Milletler (UNDP) ve Dünya Bankası Göstergeleri Işığında Bir Analiz*. Sosyal Yardım Uzmanlık Tezi. T.C. Başbakanlık Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü.
- Törenli, N. (2003). *Enformasyon Toplumu ve Küreselleşme Sürecinde Türkiye*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Turan, S., Aykoç, E. (2002). Küreselleşme: Dünü, Bugünü, Yarını/Globalization: Its Past, Present, Future. *Trakya Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar Dergisi C Serisi*, 2(1). Aralık, 128-145.
- Türkan, A. (2005). Küreselleşmenin İstihdam Üzerine Etkisi. *İlim Yayma Dergisi*, 1(1). Yaz, 51-52.
- Ulaş, D. (2004). "Çok Uluslu Şirketlerin Ortak Girişim Stratejisini Kullanma ve Sonlandırma Nedenleri". Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi. Cilt.59, Sayı.2, ss.158-160
- Ulaş, D. (2008). AB'ye Yönelen Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve Çok Uluslu İşletmelerin Üretim Yeri Seçim Kararları, Ankara: *Avrupa Çalışmaları Dergisi*, Cilt: 8, No: 2, ss.77-95.
- Wallerstein I. (1998). *Ulusal ve Evrensel: Dünya Kültürü Diye Bir Şey Olabilir mi? Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi*, Der. Anthony D. King, Çeviren: Gülcan Seçkin, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Yaşgöl, S. (2002). "Küreselleşme, Çok Uluslu Şirketler ve Şirket Birleşmeleri: Dünya İlaç Endüstrisi Örneği", Küreselleşme: İktisadi Yönelimler ve Sosyo-politik Karşıtlıklar. Alkan Soyak (Drl.). İstanbul: Om Yayınevi, ss.211-261.

- Yavuz, C., Sivrikaya, D. (2011). Küreselleşmenin Aktörlerinden Çokuluslu Şirketler ve Yönetişim. Isparta: *II. Uluslararası Davraz Kongresi*.
<http://earsiv.odu.edu.tr:8080/xmlui/handle/11489/589?show=full>
- Zahra, S., George, G. (2002). International Entrepreneurship: The Current Status of the Field and Future Research Agenda. *Strategic Entrepreneurship*, 255–288.
- Zengingönül, O. (2005). “Nedir Bu Küreselleşme? Kaçabilir miyiz? Kullanabilir miyiz?” *Siyasa Dergisi*, Yıl 2005, Sayı 1, s.s.85-106.
- Zhou, K.Z. Tse, D.K., Li, J.J. (2006). Organizational changes in emerging economies: drivers and consequences. *Journal Of International Business Studies*.37: 248–263.

EKLER

Ek 1: Orjinallik Raporu



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YÜKSEK LİSANS TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-Soyadı	Orhun Alp ÖZCAN
Öğrenci Numarası	151218108
Enstitü Anabilim Dalı	SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Programı	Girişimcilik ve Yenilik Yönetimi
Danışmanın Unvanı, Adı-Soyadı	Doç. Dr. Burcu ÖZCAN
Tez Başlığı (Türkçe)	Çok Uluslu Şirketlerin Küresel Ölçekte Yayılma Stratejilerini Etkileyen Faktörlerin Girişimcilik Bağlamında İncelenmesi

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 78 sayfalık kısmına ilişkin, 02/07/2018 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orjinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 3 'tür.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç,
- 2- Kaynakça hariç
- 3- Alıntılar hariç/dâhil
- 4- 5 kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Yukarıda bilgileri verilen öğrencinin doktora tezi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu tarafından belirlenen azami benzerlik oranlarını aşmadığını ve tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

Doç.Dr. Burcu ÖZCAN
Danışmanın Adı-Soyadı
(İmzası)

Dr. Öğrt. Üyesi Atilla YÜCET
Anabilim Dalı Başkanı
(İmzası)

Lisansüstü tezler, savunma öncesinde **intihal program raporu** ile birlikte enstitüye teslim edilir.

İntihal raporu ile ilgili olarak etik kurallar dâhilindeki benzerlik oranları ilgili Enstitü Yönetim Kurulu tarafından belirlenir. (Enstitü Yönetim Kurulu tarafından tezin, intihal kapsamı dışında değerlendirilmesi için TURNITIN'den alınan raporda "benzerlik oranı"nın, "alıntılar hariç" en fazla %10, "alıntılar dâhil" % 30'u geçmemesi şeklinde kabul edilmiştir).

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı-Soyadı : Orhun Alp ÖZCAN
Doğum Tarihi : 12.06.1992
Doğum Yeri : Yüreğir
Medeni Hali : Bekar
Sürücü Belgesi : B-sınıfı
Telefon : 0543 607 37 68 e-posta : orhunalp_10@hotmail.com

ÖĞRENİM DURUMU

Lisans : 2011-2015 T.C. Dumlupınar Üniversitesi-İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü Kütahya
Lise : 2006-2010 Özel Hisarcıklıoğlu Lisesi Kayseri
Yabancı Dil : İngilizce
Bilgisayar : MS Office Programları
Staj : Avrupa Birliği Bakanlığı Basın Müşavirliği-Stratejik Düşünce
Enstitüsü