

T.C.
BARTIN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI

DÜNYA EKONOMİSİNDE ÇOK ULUSLU ŞİRKETLERİN
EKONOMİK AÇIDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN
MARUF TURAN

DANIŞMAN
YRD. DOÇ. DR. AHMET KAMACI

BARTIN-2017

T.C.
BARTIN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI

**DÜNYA EKONOMİSİNDE ÇOK ULUSLU ŞİRKETLERİN EKONOMİK AÇIDAN
DEĞERLENDİRİLMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ




HAZIRLAYAN

Maruf TURAN

DANIŞMAN

Yrd. Doç. Dr. Ahmet KAMACI

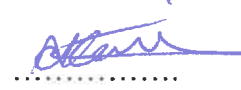
**“Bu tez/...../201.....tarihinde aşağıdaki jüri tarafından oybirliği/ oyçokluğu
ile kabul edilmiştir.”**

Jüri üyesi	İmza
Yrd. Doç. Dr. Senay SARAC	
Yrd. Doç. Dr. Ahmet KAMACI	
Yrd. Doç. Dr. Ramazan ARSLAN	

KABUL VE ONAY

Maruf TURAN tarafından hazırlanan “Dünya Ekonomisinde Çok Uluslu Şirketlerin Ekonomik Açidan Değerlendirilmesi” başlıklı bu çalışma 15.11.2017 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği /oy çokluğu ile başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Yrd Doç. Dr Ahmet KAMACI



(Danışman)

Üye

Yrd. Doç. Dr. Ramazan ARSLAN



Üye

Yrd. Doç. Dr. Sinay SARIG



Bu tezin kabulü Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun/...../2017 tarih ve
Sayılı kararıyla onaylanmıştır.

Yrd. Doç. Dr. M. Said Ceyhan
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

BEYANNAME

Bartın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tez yazım kılavuzuna göre Yrd. Doç. Dr. Ahmet KAMACI danışmanlığında hazırlamış olduğum “Dünya Ekonomisinde Çok Uluslu Şirketlerin Ekonomik Açıdan Değerlendirilmesi” başlıklı yüksek lisans tezimin etik değerlere ve kurallara uygun, özgün bir çalışma olduğunu, aksinin tespit edilmesi halinde her türlü yasal yaptırımını kabul edeceğimi beyan ederim.

..15../12../2017

Maruf TURAN

ÖN SÖZ

“Dünya Ekonomisinde Çok Uluslu Şirketlerin Ekonomik Açıdan Değerlendirilmesi” adlı tez çalışmasında ilk günden son güne kadar anlayışı, bilgisi ve tecrübesiyle desteğini hiç esirgemeyen değerli danışman hocam Yrd. Doç. Dr. Ahmet KAMACI’ya teşekkürü borç bilirim.

Lisans eğitimim ve yüksek lisans eğitimim boyunca bana verdiği destek ve tavsiyelerden, yapmış olduğu değerlendirme ve yönlendirme ile çalışmama ışık tutan Yrd. Doç. Dr. M. Said CEYHAN hocama teşekkür ederim.

Bütün eğitim hayatım boyunca yanımda olan, maddi ve manevi desteğini hiçbir zaman esirgemeyen, bana sonsuz sabır gösteren aileme teşekkürü bir borç bilirim. Bu süreçte varlığını her zaman hissettiğim ve benim için kıymetli olan abim Sıraç TURAN’a çok teşekkür ederim.

Maruf TURAN

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

Dünya Ekonomisinde Çok Uluslu Şirketlerin Ekonomik Açından Değerlendirilmesi

Maruf TURAN

Bartın Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

İktisat Anabilim Dalı

Tez Danışması: Yrd. Doç. Dr. Ahmet KAMACI

Bartın-2017, sayfa: xiii+83

Küreselleşme kavramı, son yıllarda sıkça tartışılan konulardan biri olmuştur. Bu konuda yapılan tartışmalarda küreselleşmenin çok boyutlu bir süreç olduğu sonucu çıkmaktadır. 1980'den sonra dünya ekonomisinde neoliberal politikalar ekseninde yaşanan değişim ve dönüşüm süreci birçok kişi tarafından küreselleşme olarak tanımlanmaktadır.

Çok uluslu şirketler, belli miktarda sermaye ve satış hâsılatına sahip merkezi belli yerde olan, çok sayıda faaliyette bulunan ve kâr amaçlı şubeler olarak tanımlanmaktadır.

Bu çalışmada çok uluslu şirketlerin bir olgu olarak ortaya çıkması ve bunların ekonomik güç itibarıyla ulus-devletlerin gayri safi yurt içi hâsılasına (GSYİH) etkisi araştırılmıştır. Başka bir deyişle çok uluslu şirketlerin ekonomik güçleri ile devletlerin yıllık milli gelirlerinin karşılaştırılması yapılmıştır. Özellikle Polonya, Belçika, Nijerya, Norveç gibi ülkeler ile karşılaştırıldığında aynı yıldaki Wal-Mart'ın işlem hacmi daha büyüktür. Wal-Mart'ın toplam geliri birçok ülkenin yıllık gelirine hemen hemen eşit olmaktadır. Macaristan, Kazakistan, Ukrayna gibi ülkeler örnek olarak verilebilir. İlk 100 Çok uluslu şirketin toplam gelirleri, ABD hariç bütün dünyadaki ülkelerin GSYİH'larından daha fazladır. Kısacası, çok uluslu şirketler dünyayı yönetmektedir.

Anahtar Kelimeler: Çok Uluslu Şirketler; Küreselleşme; GSYİH

ABSTRACT

M.Sc. THESIS

Maruf TURAN

Evaluation of The Multinational Companies Economically in The World Economy

Bartın University

Institute of Social Sciences

Economics Department

Thesis Advisor: Asst. Prof. Dr. Ahmet KAMACI

Bartın-2017, Page: xiii+83

Globalization concept has become one of the topics debated frequently in the last years. The debate in this issue is that globalization is a multidimensional process. The process of change and transformation experienced in the world economy neo-liberal policies since 1980 is defined as globalization.

Multinational companies are defined that have capital and sales revenue in particular matter and their central is settled in a certain place and make several activities as aimful agencies.

In this study, appearance of multinational companies as a matter of fact and their effect on nation states of gross national product as economic power is searched. In this work, economic power of the multinational companies and annual national income of nation states are compared. Especially, Wal-Mart trading volume of the countries in the same year like Poland, Belgium, Nigeria, and Norway are bigger. The total income of Wal-Mart is equal to annual income of many countries. These are countries like Hungary, Kazakhstan and Ukraine. The total income of multinational companies, except USA, is much more than all the world countries. In short, multinational companies rule the world.

Key Words: Multinational Companies; Globalization; GDP

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	II
BEYANNAME	III
ÖN SÖZ.....	IV
ÖZET.....	V
ABSTRACT	VI
ŞEKİLLER DİZİNİ	X
TABLolar DİZİNİ	XI
EKLER DİZİNİ	XII
KISALTMALAR DİZİNİ.....	XIII
GİRİŞ	1
BÖLÜM I	4
TEORİK VE TARİHSEL AÇIDAN KÜRESELLEŞME KAVRAMI	4
1.1. Küreselleşme Kavramına Genel Bir Bakış	4
1.2.Küreselleşmenin Tarihsel Gelişimi	6
1.2.1.Küreselleşmenin Birinci Dalgası	7
1.2.2.Küreselleşmenin İkinci Dalgası	8
1.2.3.Küreselleşmenin Üçüncü Dalgası	8
1.3.Küreselleşmenin Farklı Boyutları	9
1.3.1.Küreselleşmenin Ekonomik Boyutu.....	9
1.3.2.Siyasi Açidan Küreselleşme	10
1.3.3.Sosyo-Kültürel Açidan Küreselleşme.....	11
1.4.Küreselleşmeye Yönelik Yaklaşımlar	11
1.4.1.Aşırı Küreselleşme (Hiperglobalist)	13
1.4.2.Küreselleşme Karşıtları (Kuşkucular)	13

1.4.3.Dönüşümcüler (Transformationalists)	14
BÖLÜM II	16
ÇOK ULUSLU ŞİRKETLERE GENEL BİR BAKIŞ	16
2.1.Çok Uluslu Şirketlerin Teorik ve Kavramsal İçeriği	16
2.1.1.Çok Uluslu Şirketlerin Tanımı	16
2.1.2.Çok Uluslu Şirketlerle İlgili Bazı Kavramlar	18
2.1.2.1. Köken Ülke/ Ana Ülke (Origin Country).....	18
2.1.2.2. Ev Sahibi Ülke / Kabul Eden (Host Country)	18
2.1.2.3. Üçüncü Ülke (Third Country).....	18
2.1.2.4. Ana İşletme (Parent Company)	19
2.1.2.5. Yavru /Bağlı İşletme (Subsidiary Company).....	19
2.1.3. Çok Uluslu Şirketlerin Genel Özellikleri	19
2.1.4.Çok Uluslu Şirketlere İlişkin Teorik Yaklaşımlar.....	20
2.1.4.1.Lokasyon Teorisi	21
2.1.4.2.Uluslararasılaşma Teorisi	22
2.1.5.Çok Uluslu Şirketlerin Tarihsel Gelişimi.....	22
2.1.5.1. Ticaret Dönemi (1500-1850).....	24
2.1.5.2. Sömürgecilik Dönemi (1850-1914).....	24
2.1.5.3.Ayrıcalıklar Dönemi (1914-1945).....	25
2.1.5.4.Uluslararası Dönem (1945-1970 ve 1970-1990'lar)	26
2.1.6.Çok Uluslu Şirket Türleri.....	26
2.1.6.1.Tek Merkezli İşletmeler	27
2.1.6.2.Çok Merkezli İşletmeler.....	27
2.1.6.3.Dünya Merkezli İşletmeler.....	28
2.1.7.Şirketlerin Çok Uluslu Faaliyet Gösterme Nedenleri.....	28
2.1.7.1.Maliyetleri Düşürmek	29
2.1.7.2.Üretim Maliyetlerinin Farklı Oluşu	29
2.1.7.3.Vergi Oranlarındaki Farklılıklar	30
2.1.7.4.Teknik Bilgi Avantajı.....	30
2.2.Çok Uluslu Şirketlerin Pazara Giriş Şekilleri	30
2.2.1.İhracat	31
2.2.1.1.Dolaylı İhracat.....	32
2.2.1.2.Doğrudan (Dolaysız) İhracat	32
2.2.2. Sözleşmeye Dayalı Giriş Yöntemleri	33
2.2.2.1. Lisans Anlaşması	33
2.2.2.2.Franchising	34
2.2.2.3.Satın Alma ve Birleşme	34
2.2.2.4.Ortak Girişim (Joint Venture).....	34

2.3.Çok Uluslu Şirketlerin Etkileri.....	35
2.3.1.Çok Uluslu Şirketlerin Olumlu Etkileri.....	35
2.3.2.Çok Uluslu Şirketlerin Olumsuz Etkileri.....	36
BÖLÜM III	39
DÜNYADA VE TÜRKİYE’DE ÇOK ULUSLU ŞİRKETLERİN EKONOMİK AÇIDAN DEĞERLENDİRİLMESİ	39
3.1. Çok Uluslu Şirketler Üzerine Literatür İncelenmesi	39
3.2.Çok Uluslu Şirketlerin Dünyadaki Yeri ve Önemi	41
3.3.Türkiye’de Çok Uluslu Şirketler	53
SONUÇ.....	56
KAYNAKLAR	58
EKLER.....	66
ÖZGEÇMİŞ	83

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil		Sayfa
No		No
<hr/>		
1	: Uluslararası Ticaretin Dağılımı ve Pazar Kaynakları.....	43

TABLolar DİZİNİ

Tablo		Sayfa
No		No
1	: Üç Küreselleşme Döneminin Karşılaştırılması	6
2	: Küreselleşmenin Kavramlaştırılması: Üç Kavram	12
3	: Uluslararası Ticaretin Gelişimi	23
4	: Çok Uluslu Şirketlerin Olumlu ve Olumsuz Etkileri	37
5	: Çok Uluslu Şirketlerin Ülkelere Göre Dağılımı	44
6	: Uluslararası Sermayeli Şirketlerin Sermaye Büyüklüğü Açısından Ülkelere Göre Dağılımı (2014-2015)	46
7	: Uluslararası Sermayeli Şirketlerin Sermaye Büyüklüğü Açısından Sektörlere Göre Dağılımı (2014-2015)	46
8	: En Yüksek Gelir Elde Eden Çok Uluslu Şirketler (2016).....	48
9	: Dünya Ülkelerinin Gayri Safi Yurt İçi Hâsılları (2016/ Milyar-Dolar)	50
10	: Çok Uluslu Şirketlerin İstihdam Düzeyleri (2015-2016).....	52
11	: Türkiye'nin İlk 50 Şirket Sıralaması (2015).....	54
12	: Uluslararası Sermayeli Şirketlerin Sayılarının İllere Göre Dağılımı (İlk 10 İl)	55

EKLER DİZİNİ

Ek	Sayfa
No	No
Ek A: Uluslararası Sermayeli Şirketlerin Sermaye Büyüklüğü Açısından Ükelere Göre Dağılımı (2014-2015).....	66
Ek B: En Yüksek Gelir Elde Eden Çok Uluslu Şirketler (2016)	67
Ek C: Dünya Ülkelerinin Gayri Safi Yurt İçi Hâsılları (2016/ Milyar-Dolar).....	75
Ek D: Çok Uluslu Şirketlerin İstihdam Düzeyleri (2015-2016).....	78
Ek E: Türkiye'nin İlk 50 Şirket Sıralaması (2015).....	81

KISALTMALAR DİZİNİ

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AGÜ	: Az Gelişmiş Ülkeler
AR-GE	: Araştırma ve Geliştirme
ASEAN	: Güneydoğu Asya Ülkeleri Birliği
AGÜ	: Az Gelişmiş Ülkeler
BM	: Birleşmiş Milletler
ÇUŞ	: Çok Uluslu Şirketler
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
DTÖ	: Dünya Ticaret Örgütü
EFTA	: Avrupa Serbest Ticaret Birliği
GOÜ	: Gelişmekte Olan Ülkeler
GSYİH	: Gayri Safi Yurt İçi Hasıla
IMF	: Uluslararası Para Fonu
ILO	: Uluslararası Çalışma Örgütü
MAI	: Çok Taraflı Anlaşma
NAFTA	: Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması
OECD	: Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Teşkilatı
UNCTAD	: Birleşmiş Milletler ve Kalkınma Konferansı
WTO	: Dünya Ticaret Örgütü

GİRİŞ

Günümüzde isteyerek veya istemeyerek her konu ve olay için kullandığımız “küreselleşme” kavramı her alanda olduğu gibi çok uluslu şirketler (ÇUŞ’lar) için de kullanılmaktadır. Küreselleşme kavramını ekonomik alanda kullandığımız gibi sosyal yaşamımızda da kullanırız.

Tarihsel olarak eski zamanlara dayanan dünya ekonomisinde önemli yere sahip olan, git gide de daha önemli olan ÇUŞ’lar hem siyaset bilimciler hem de ekonomistler için önemli bir araştırma alanı oluşturmaktadır. Küreselleşme kavramı ile birlikte gelişen teknoloji sayesinde uluslararası ticaret yapan şirketler ortaya çıkmaya başlamıştır.

Küreselleşme sürecine bağlı olarak özellikle ülkeler arasında uygulanan liberalleşme politikaları ve uluslararası ticaretin gelişmesi ile dünya pazarına giren işletme sayılarında sürekli olarak artış görülmektedir. Güçlü teknolojik alt yapıya ve sermayeye sahip uluslararası şirketler geniş coğrafi alanlarda faaliyet göstermektedir. Bu uluslararası şirketler üretim için hammadde arayışına girmişlerdir. Hammadde bulmak için ülkelerde faaliyetler yapmaktadırlar. Çağımızda ÇUŞ’lar dünya ekonomisinin önde gelen aktörlerinden bir tanesidir. ÇUŞ’ların yaptıkları sermaye yatırımları ile faaliyet gösterdikleri ülkeleri etkilemektedir.

Son yıllarda ÇUŞ’lar ulus devletlerle güçleri bakımından kıyaslanır hale gelmiştir. Küreselleşmenin sağladığı tek pazar stratejisinde bilgi, kaynak, sermaye ve teknoloji en iyi kullananlardan biri de ÇUŞ’dur. Bu büyük yapılar birçok ülkenin ekonomilerinden büyüktür. ÇUŞ’lar kültürel farklılıklara uyum gösterirken amaçları aslında hedef pazarlarda belli bir alana sahip olmaktır.

ÇUŞ’ların en belirgin özelliklerine bakıldığında, en güncel teknolojik donanıma, yönetim adına yeterli bilgi birikimine, üretim faktörlerini en verimli şekilde kullanabilme yeteneklerine sahip olmaları gerekmektedir. ÇUŞ’lar, gittikleri ülkelere bu imkânları götürmüş ve gittikleri ülkeye o ülkenin ihtiyacına göre fırsatlar oluşturmuşlardır. ÇUŞ’lar gittikleri ülkelerde istihdam oluşturma, vasıflı işçi yetiştirme ve teknoloji transferi gibi yatırımlar yapmaktadır. ÇUŞ faaliyet gösterdikleri ülkelere ekonomik katkı sağlamalarına rağmen, bu şirketleri o ülkelerde hegemon bir aktör olarak görenler de bulunmaktadır.

Tezin Amacı

ÇUŞ'lar, sahip oldukları ekonomik güç itibariyle dünya ekonomisini şekillendirirler. Uluslar arası ilişkileri etkileyen ÇUŞ'lar küreselleşmenin itici gücünü oluşturan aktörlerdir. Bu yönüyle; dünya ekonomisindeki bütünleşme sürecinde uluslar arası iktisadi kuruluşlardan, ekonomik düzenlemelerden, sürdürülebilir kalkınmadan söz edilirken ÇUŞ'ları göz ardı etmek mümkün değildir.

Bu tez çalışmasında, ÇUŞ'ların Türkiye'de ve dünya ekonomilerindeki ekonomik etkileri incelenmiştir. ÇUŞ'ların güçlü olmadıklarını savunan yazarların aksine, bu şirketlerin uluslararası pazarlarda söz sahibi olduklarına vurgu yapılmıştır. Dünya ticaretinde önemli rol oynayan ÇUŞ'ların sayısı son yıllarda giderek artmıştır. Zirvede yer alan çok uluslu şirketlerin geliri birçok ülkenin yıllık milli gelirinden daha fazla olmuştur. Örneğin 2016 yılında Fortune Global listesinde ilk sırada yer alan Wal-Mart şirketinin geliri 482,1 milyar dolar iken; dünya sıralamasında yer alan Polonya, Irak, Cezayir, Katar, Kazakistan, Macaristan, Kuveyt gibi ülkelerin milli geliri Wal-Mart şirketinin gelirinden daha azdır. Örneğin, Polonya'nın GSYİH'sı 469,5 milyar dolardır.

Tezin Önemi

Son yıllarda çok uluslu şirketler ulus devletlerle ekonomik güç bakımından kıyaslanır hale gelmiştir. ÇUŞ'lar sahip oldukları güç itibariyle dünya geneline yayılmıştır. Ulus-devlet gücünü önemli ölçüde azalttığı düşünülmektedir. Bu şirketlerin gücü giderek artmış ve dünyayı yönetmeye başlamıştır. Bu açıdan, ÇUŞ'ların ekonomik açıdan hangi düzeyde olduğunun tespit edilmesini önem arz etmektedir.

Tezin Yöntemi

Bu tez nitel araştırma yöntemi kullanılarak yazılmıştır. Bu alanda çalışma yapmış ve kabul görmüş kitaplar, makaleler, sempozyumlar ve bildiriler taranarak tezde kullanılacak kaynaklar tespit edilmiştir. ÇUŞ'in ekonomik durumları ve dünyadaki bazı ülkelerin yıllık gelirleri uluslararası kabul görmüş kurumlardan alınarak tezde kullanılmıştır.

Bu tez üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, küreselleşme kavramı tanımlanarak tarihsel süreçte geldiği nokta açıklanmıştır. Küreselleşmenin geçirdiği evreler ayrıntılı olarak ifade edilmiştir. Küreselleşme kavramının, siyasi, sosyal ve ekonomik

boyutları açıklanmıştır. Uluslararası kabul edilmiş bazı ekonomi yazarlarının görüşlerine yer verilmiştir.

İkinci bölümde, tezin ana konusu olan ÇUŞ'lar açıklanmış ve tarihsel süreç ele alınmıştır. Daha sonra, bu şirketlere ilişkin bazı teorik yaklaşımlar ifade edilmiştir. ÇUŞ'lar dönemler itibariyle ele alınarak dünyada ÇUŞ'ların pazara giriş şekilleri anlatılmıştır.

Üçüncü bölümde ise, Çalışmada elde edilen bulgular ise şunlardır. İlk 100 ÇUŞ'in toplam gelirlerine ve istihdam düzeylerine (kişi sayılarına) bakılmıştır. İlk 100 ÇUŞ'in toplam gelirleri 12 trilyon 394 milyar dolardır. Bu gelire, ABD haricindeki tüm ülkelerin GSYİH'sından daha yüksek gelir düzeyine sahip olmuşlardır. Aynı zamanda bu şirketlerde yaklaşık 17 milyon kişi istihdam edilmektedir ki, birçok ülkenin nüfusu bu kadar büyüklükte değildir.

BÖLÜM I

TEORİK VE TARİHSEL AÇIDAN KÜRESELLEŞME KAVRAMI

Son dönemde hem günlük konuşmalarda hem de akademik alanda en çok popülerlik kazanan kavramlardan biri de küreselleşme kavramıdır. Küreselleşme, son dönemde dünyanın neresinde olursa olsun ekonomik, sosyal ve siyasal bütün değerlendirmelerde kilit bir kavram olarak görülmüştür.

1.1. Küreselleşme Kavramına Genel Bir Bakış

Dünyada birçok yeni oluşumlar meydana gelmekte ve bu oluşumlar çerçevesinde yeni terimler ve kavramlar ortaya çıkmaktadır. Ortaya çıkan bu kavramlar literatüre girmekte ve zamanla bu kavramların değiştiği bilinmektedir.

Son otuz yıla damgasını vuran küreselleşme süreci, son derece farklı şekillerde tanımlanmıştır. Bu nedenle tek ve mutlak bir tanım bulmak oldukça zordur. Küreselleşme sürecinin doğru algılanabilmesi için ona yüklenen farklı anlamlara bakmak gerekir. Farklı algılama ve yorumları, Yeni dünya düzeninden hoşnut olanlar ile olmayanlar şeklinde ikiye ayırmak mümkündür. Farklı bir açıdan bakıldığında, günümüze egemen olan iktisadi, siyasi ve kültürel dinamikleri açıklama yeteneği atfedilmiş kavramların en önemlisi küreselleşmedir. Küreselleşme, son otuz yılda en çok konuşulan kavramlardan biridir. Bu bağlamda küreselleşme ilk defa Bretton Woods adlı sistemin çökmesi ve teknolojik gelişmelerin yaşanmasından hemen sonra kullanılmıştır. Bu dönem itibariyle dünyanın ekonomik, siyasi ve sosyo-kültürel açıdan bütünleşmiş ve ülkeler birbirine bağımlı hale gelmiş ve var olan kavramlar açıklamakta yetersiz kalmıştır (Aykaç, vd.,2009:27).

Küresel kelimesi, kökeni itibariyle bugünden 400 yıl öncesine kadar gitse de, küreselleşme kavramı oldukça yeni bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Bugünkü tanımı itibariyle küreselleşme kavramı Türkçeye tercüme edildiğinde ilk kez 1961 yılında “*Webster Third New International Dictionary Of English Language Unabridged*” adlı sözlükte yer almıştır (Waters, 2001:2).

Devlet Planlama Teşkilatı (DPT, 2000:3) Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Raporunda küreselleşme tanımını şu şekilde yapmıştır. Küreselleşme ekonomik, siyasi ve sosyo-kültürel alanlardan sıyrılarak bazı ortak değerlerin sınır ötesini de aşarak dünyada

yayılmamasını ifade eden bir kavramdır. Ekonomik açıdan hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde benimsenen ekonomik sistemlerde ya da uygulanan ekonomik politikadaki farklılıklar gittikçe ortadan kaybolmaktadır.

Uluslararası Para Fonu IMF'ye (IMF, 2000) göre, küreselleşme kavramını ekonomi ile ilişkilendirerek şunları eklemiştir. Küreselleşme, özellikle ticaret ve finans yoluyla artan bütünleşmeyi ifade etmektedir.

World Bank (World Bank, 2002:2), küreselleşmeyi şu şekilde ifade etmektedir. Küreselleşme her şeyden önce taşımacılık giderlerinin düştüğünü ve ticaret önündeki engellerin kalktığını, teknolojik gelişme sağlandığını ve sermaye akımlarının hızlandığını bugün de ekonomiler ve toplumların giderek kaynaştığını ifade etmektedir (World Bank, 2002:2).

Sosyal bilim açısından yapılan tartışmalarda ise Giovanni Arrighi (Arrighi, 2000:279), küreselleşmeyi şu yönde ele almaktadır. Küreselleşme kavramının yapılan araştırmalarda kullanıldığını ve teorik analizlerde bize seslendiğini açıkça ifade etmiştir.

Robin Stryker'e (Stryker, 1998:2-3) göre, küreselleşmenin her yönüne değinerek iletişim devrimi, uluslararası ekonomik, fordist üretim yerine esnek üretim tarzını ve üçüncü dünya ülkeleri ile ekonomik alışveriş gibi konuları içeren çok boyutlu bir kavram olduğunu belirtmiştir.

Dani Rodrik'e (Rodrik, 1997:19-20) göre, küreselleşme kavramının, ekonomik büyümeye, refah kaynağı olarak toplumsal yapıya ve doğal çevreye olumlu etkisini ifade etmiştir.

Küreselleşmeye ekonomik açıdan değinen Şenses'e (Şenses, 2004:1) göre, küreselleşmenin mal ve hizmetlerin, üretim faktörlerinin, teknolojik birikimin ve finansal kaynakların ülkeler arasında serbestçe dolaşabildiğini ifade ettiğini ayrıca; bu piyasaların giderek daha bütünleşik hale geldiğini söylemektedir. Bu alanlarda Ulus devletlerin etkisinin giderek azaldığını ve ÇUŞ'ların etkin bir rol oynaması küreselleşmenin en önemli özelliği olmuştur.

Tartanoğlu (Tartanoğlu, 2002:201) ise, küreselleşmenin dikkate değer bir dili olduğunu vurgulamaktadır. Denilebilir ki, 1970'ten bu yana, gerek enformasyon teknolojisinde ilerleme, gerekse hava taşımacılığındaki yaygınlaşma, döviz kurlarındaki

spekülasyon, ve sınır ötesi sermaye akışlarında artış olsun, farklı görünen her şeyin sıradan bir katalogudur.

Küreselleşme algısı, tüm gelişmelerin yanlışlıklarına rağmen çok büyük etkiler oluşturabilmektedir. Küreselleşme ideolojisi bütün dünyada ekonomik, siyasi ve sosyo-kültürel alanda araçlarını yayma ve kurumlar üzerinde hegemonik güç olma özelliğine sahip bir kavramdır. Küreselleşme bu ideolojiden kendisine hegemonik güç oluşturan etmenlerin ortaya çıkmasını engellemekte ve buna yönelik mekanizmaları bertaraf etmektedir. Bu bağlamda küreselleşmeye son zamanlarda yenedünya düzeni, medeniyetler çatışması gibi tanımlamalar getirilmiştir.

1.2.Küreselleşmenin Tarihsel Gelişimi

Dünyada küreselleşmenin tarihsel gelişimi üç ana döneme ayrılmış olup; bunlar küreselleşmenin birinci dalgası, küreselleşmenin ikinci dalgası ve küreselleşmenin üçüncü dalgası olmak üzere üç başlık altında incelenmiştir.

Tablo 1 : Üç Küreselleşme Döneminin Karşılaştırılması

Temel önermeler	Birinci yayılma (1490'lar)	İkinci yayılma 1890'lar	Üçüncü yayılma 1990'lar
İtici güç	Merkantilizm	Birinci Sanayi Devrimi	-İkinci Sanayi Devrimi (Bilgi Çağı) -1970'lerde ÇUŞ'lar -1980'lerde iletişim devrimi -SSCB'nin yıkılmasıyla 1990'lerde batının rakibinin kalmaması
Yöntem	Önce fatihler ve kâşifler, sonra askeri işgal	Önce misyonerler, kâşifler, sonra ticari şirketler ve işgaller	Kültürel – ideolojik etki, böylece ülkenin her yanı (ekonomik, siyasa, sosyal) kendiliğinden etkileniyor.
Haklı gösteriş	Putperestlere Tanrı'nın dinini götürüyoruz	Beyaz adamın yükü uygarlaştırıcı görev beyazlar üstün ırktır	-En yüksek uygarlık düzeyi, -Uluslararası topluluğun iradesi, Piyasanın gizli eli, Küreselleşme herkesin çıkarıdır, Afganistan'a saldırarak demokrasi götürüyoruz
Sonuç	Sömürgecilik	Emperyalizm	Küreselleşme

Kaynak: Sivrikaya, 2012:21

Tablo 1'de özet halinde verilen küreselleşme dönemleri üç ana döneme ayrılarak küreselleşmenin tarihsel gelişimi incelenmiştir. Küreselleşme sürecinin ve küreselleşmenin arka planındaki olayların iyi bilinmesi gerekmektedir. Küreselleşmenin birinci ve ikinci

dalgalarında sanayi inkılâbı gerçekleşmiştir. Merkantilizm ile birlikte değerli altın, madenler ve verimli kaynaklar sayesinde pazar arayışı sonucunda sömürgeciliğe neden olmuştur. Üçüncü küreselleşme evresinde ise teknolojik devrimle ÇUŞ'lar dünya ekonomisinde önemli hale gelip, Batı'nın rakipsiz şekilde küreselleşme süreci ivme kazanmıştır.

1.2.1.Küreselleşmenin Birinci Dalgası

Küreselleşmenin bu dalgasında tarım devrimi vardır. Tarım devrimi ile beraber toprak, ana üretim aracı haline gelip, değer kazanmıştır. Burada toprağı zapt etmek ve onu korumak temel hedef olmuştur. Bu da birinci küreselleşme dalgasının esas amacı olmuştur. Tarım devrimi, din –tarım imparatorlukları aracılığı ile devletlerin içinde, köle köylüler ile toprak sahipleri ve din adamları arasındaki mücadeleye devletler arasındaki inançlara bağlı olarak ortaya çıkmıştır. Buda gösteriyor ki kendinden önceki dönemlerinin kalıntılarını bir sonraki döneme taşıyordu (URL-1, 2017).

Keşif yolculuklarından sonra dünya sistemi yeni bir nitelik kazanmış ve bu da küreselleşmenin birinci dalgasının başka bir dinamiği haline gelmiştir. Büyük keşiflerden sonra dünya pazarlarına entegre olma ve özel bir üretim ya da yaşam tarzına tabi olmak anlamına da gelmektedir (Kartal, 2007:259).

15. yüzyılın sonunda başlayıp 16. yüzyılda ağırlık kazanan “Coğrafi Keşifler” ise birinci küreselleşme dalgasının bir diğer dinamiği olmuştur. Coğrafi Keşifler sayesinde Batılılar önce Kuzey ve Güney Amerika'yı, daha sonra Büyük Asya, Afrika, Avustralya ve Yeni Zelanda'yı ele geçirmişlerdir. İlk önceleri bu yeni coğrafyalarda buldukları kaynakları kendi ülkelerine taşıyan Batılılar, daha sonra buralarda koloniler kurarak askeri, kültürel ve siyasal açıdan bu bölgeleri egemenlikleri altına almaya başlamışlardır. Bu durum aynı zamanda kurulu düzenlerinin gelişmesine de hizmet etmiştir. Bu yeni coğrafyalardaki serveti Avrupa'ya aktarırken, ihtiyaçları olan ucuz işgücünü de bulmuşlar ve buralardaki insanları (yerli halkı) köle olarak çalıştırmışlardır. Batı Avrupa, coğrafi keşifler sayesinde değerli madenlere (altın gibi) ve değerli mallara (ipek, baharat gibi) sahip olmuştur. Bu olay 16. yüzyıl ile 18. yüzyıl arasında zirveye ulaşmış ve Merkantalizm'in de başlangıcı olmuştur. Özellikle bu dönemde İngiltere, dünyanın çeşitli bölgelerini (Avustralya, Yeni Zelanda, Kuzey Amerika, Pasifik Adaları ve Hindistan) ele

geçirerek “Üzerinde Güneş Batmayan” bir imparatorluk kurmayı başarmıştır (Koçar, 2006:5-6).

1.2.2.Küreselleşmenin İkinci Dalgası

Küreselleşmenin ikinci dalgasında din tarım imparatorlukları yıkılmıştır. Yerlerine milliyetçilik ideolojileri etrafında ulus –devletleri doğmuştur. Bu dönemde savaşlar artık toprak kazanmak için değil, sanayiye ham madde temini sağlamak ya da üretilen mamulleri satmaya yönelik olmuştur. Bunun sonucu olarak pazar alanları bulmaya başlanmıştır.

Küreselleşme dalgasına dün olduğu gibi bugün de olumlu bakış açısıyla bakan ya da karşı çıkan görüşlerin temel mantığı oluşturulan artı değerın pazarlanmasıdır. Gelişen teknoloji ve sermayenin yeni coğrafi alanlara hızla aktarılması küreselleşme sürecini başlatmıştır. Dünya ekonomisinin 1870-1911 arasında yaşadığı “*Belle Époque*”a, kapitalizmin hızlı bir yayılma ve gelişme dönemine girdiğini ve bu sürece büyük ölçüde benzediği görülmektedir (Akkaya, 2004:101).

1.2.3.Küreselleşmenin Üçüncü Dalgası

Küreselleşmenin üçüncü dalgası, yeni küreselleşme dönemi olarak da adlandırılmaktadır. 1980 sonrasında gelişen olaylar, bu döneme damgasını vurmuştur. Örneğin, bu dönemde uluslararası kolektif eylem, bilgi ve iletişim teknolojilerine yeniden vurgu yapılmıştır. Bu dönemin başlarında neoliberalizmin açtığı sorunlara karşı dünyanın her yerinde giderek artan bir memnuniyetsizlik dalgası ortaya çıkmıştır. 1955’te Fransa’da kamu sektöründe ki bütçe kesintilerinden dolayı çalışanlar, grev haklarını kullanmışlardır. Güney Koreli işçiler işçi hareketlerini gözden geçirmeye ve hükümet uygulamalarına doğrudan meydan okumaya başlamıştır (Kalafatoğlu, 2013:154).

Hohnen, üçüncü küreselleşme dalgasının önemli farklılıklarını şu şekilde ifade etmektedir:

- Toplum yapısında büyük bir yenilenme söz konusudur. Televizyon ve internet gibi yeni buluşlar ya da iletişim araçları politikayı sürekli değiştirmektedir.
- Bu buluşlar davranışsal hareket konusunda bilinçaltımıza yerleşmekte ya da sorumluluğumuz noktasında bizi sürekli yeni perspektiflere zorlamaya çalışmaktadır.

- Aynı teknoloji sınırsız ekonomik büyüme için gerekli olan kaynaklar arasındaki temel çelişkilerle yüz yüze gelmemizi sağlamaktadır.
- İnsanlık geçmiş tarihlere göre daha fazla işsizlik sorunu ile yüz yüze kalmıştır (Ekiz, 2011:23).

1.3.Küreselleşmenin Farklı Boyutları

Dünya ekonomisi otuz yıla yakın ekonomik, siyasi ve sosyo-kültürel açıdan değişimlere uğramıştır. Küreselleşme olgusu, II. Dünya Savaşı'ndan sonra ağırlığını ortaya koyan ekonomik uygulamalara, daha sonra da liberal politikalara ve Keynesyen ekonomik politikalara dönüşmüştür. Bundan sonraki dönemde ise Monetarist (Paracı) iktisadi politikalara dönülmüştür. Aslında küreselleşme olgusu denildiğinde, uluslararası ticaret ile sınır ötesini aşan finansal kaynak akımları, artan dış yatırım, devasa şekilde büyüyen ÇUŞ'lar ve girişimci akla gelmelidir.

Küreselleşme süreci dünya ekonomik sisteminin yeniden yapılandırılmasına yol açmıştır. Geleceğe yönelik hedeflerin neler olduğu konusunda ülkeler üzerinde farklı sonuçlar doğurmuş ve yapılan tanımlamalardan farklı görüş ayrılıkları ortaya çıkmıştır.

1.3.1.Küreselleşmenin Ekonomik Boyutu

Küreselleşme kavramı daha çok ekonomi ile ilgilidir. Küreselleşmenin iktisadi yönüne dikkat çekmek isteyen bazı görüşler aşağıda açıklanmıştır.

Aktan ve Şen'e (Aktan ve Şen; 2012) göre, küreselleşme, ekonomik küreselleşme ve finansal faaliyetlerin küreselleşmesi olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. *Ekonomik küreselleşme*, ülke ekonomilerinin dünya ekonomileriyle bütünleşerek, dünyanın tek bir pazar haline geldiğini ifade eder. Başka bir deyişle, ülkeler arasında mal, sermaye, emek akışkanlığının artması sonucunda ülkeler arasındaki ekonomik ilişkinin giderek yoğunluk kazanması ve ülkelerin birbirlerine yakınlaşmasını ifade eder. *Finansal faaliyetlerin küreselleşmesi* ise sermayenin herhangi bir coğrafi alan içerisinde kalmaması ve daha düşük düzeyde risk, yüksek kazanç sağlamak için herhangi bir kısıtlama olmadan uluslararası alana kolayca yayıldığını göstermektedir.

Küreselleşmenin ekonomik boyutu üzerinde en çok konuşulan ve en çok tartışılan boyutu olma özelliğini korumaktadır. Ekonomik boyut, küreselleşmenin öbür boyutlarına kıyasla en eski dönemlere dayanmaktadır ve en derinleşmiş safhasını oluşturmaktadır.

Öyle ki günümüzde ekonomik alanda herhangi bir milliyetçilikten bahsetmek, tüm ekonomik, siyasal ve toplumsal düzlemde olanaksız gözükmektedir. Sosyalizm yaklaşımını benimseyen ülkeler yabancı sermayeyi cazip görmüş ve kendi ülkelerine yıkım getirmesi pahasına yabancı yatırımları teşvik etmekten kendilerini alamamışlardır (Köse, 2003:10:11).

Küreselleşmeye ekonomik açıdan yaklaşan başka bir çalışmada ise üretim, ticaret, sermaye ile işgücü önünde duran engellerin kalkması ve teknolojik ilerleme sayesinde bilgi toplumu çerçevesinde yaygınlaşması, tek pazarda buluşmasını sağlamıştır. Bu süreçte ekonomik verimlilik dünya ekonomisinde temel belirleyici hedef haline gelmiştir. Uluslararası alanda sermaye hareketliliği artmaktadır. Markaların bütün tüketici bireylere karşı örnek davranışlar sergilemesi beklenmektedir (Gürkan, 2001:1-2).

Ekonomik küreselleşme, küreselleşmenin en önemli bileşenlerinden birisidir. Bu bağlamda, çağdaş ekonomik küreselleşmenin özellikle üç alt bileşeni üzerinde durmak yararlı olacaktır. Bunlardan birincisi günümüz dünyasında uluslararası ticaretin kendine has niteliklerine kavuşmasıdır. Örnek verecek olursak, II. Dünya Savaşı sonrası dönemde, dünyanın Gayrisafi Yurt İçi Hâsılası (GSYİH) 6 kat artarken, dünya ticareti eşya ihracatı 20 kat artmıştır. İkinci bileşen ise mali piyasaların ve küresel sermaye akımlarının günümüzde benzersiz bir şekilde artış yaşanmasına yol açmıştır. Örneğin dünyada bir günlük döviz işlemi 1,5 trilyon ABD doları dolayında olmaktadır. Küreselleşmenin üçüncü bileşeni ise küresel üretimdeki radikal dönüşümü ifade etmektedir. Geleneksel ulus-devlet yapısının aksine, üretim faaliyetleri küresel arenada yerine getirilmekte ve üretimin farklı versiyonları farklı coğrafi alanlarda sonuçlandırılmaktadır (Bayar, 2009:27-28).

1.3.2.Siyasi Açıdan Küreselleşme

Siyasal anlamda küreselleşme, eskiden uluslararası sistemin temel aktörü olan ulus devletin üstünlüğünü sarsmıştır. Bunun sonucunda ulus devlet küreselleşme ile yetki ve otoritesini uluslararası kuruluşlara devretmeye başlamıştır. Bu süre zarfında uluslararası ilişkilerin artması, sorunların uluslararası alana taşınması ve sorunların çözümü için uluslararası işbirliğini zorunlu kılmıştır.

Kapitalizm, güçlü bir devlete ve istikrarlı bir çevreye sahip olmaya ihtiyaç duymaktadır. Küresel olarak egemen olan devletler özellikle Amerika, Amerika'nın Avrupalı ortakları, küreselleşmenin bu yüzyıldaki ilerlemesinde etkin rol oynamıştır. Bu

devletler kamu harcamalarının büyük bir kısmını az gelişmiş ülkelere ve yerel pazarlardaki birleşik sermaye birikimlerini korumak ve yükseltmek için askeri ve savunma faaliyetlerine ayırmışlardır. Birçok ülkeye askeri müdahalede bulunarak yasal/ meşru devletleri yerinden etmiş ve tüm dünyada en baskıcı rejimleri desteklemişlerdir. Örneğin 1970’lerde Şili, 1950’lerde İran bunlardan bazılarıdır (Farazmand, 1999:255).

1.3.3.Sosyo-Kültürel Açıdan Küreselleşme

Küreselleşme kavramı, farklı toplumsal değişme alanlarını tanımlamada kullanılmaktadır. Kavramın, şu ana kadar incelenen ekonomik ve siyasal boyutunun yanında sosyo-kültürel boyutu da bulunmaktadır.

Küreselleşmeye etki eden faktörlerden biri de kültürel bağlamda yaşanan sosyal değişimlerdir. Dünya genelinde özellikle birçok mal ve hizmetin yanında gıda ve giyim eşyaları da tüketilmektedir. Kısacası yaşam tarzları, tüketim alışkanlıkları ve amaçları birbirine benzerlik göstermektedir (Yeşil, 2010:29).

Özkan’a (Özkan, 2006:6) göre, kültür iki farklı şekilde ifade edilmektedir. Bunlardan ilki, baskın olan kültürün diğer bölgelere de entegre edilmesidir. Buna “Küresel Kitle Kültürü” denmektedir. İkincisi ise, birbirinden ayrı olan kültürlerin birbirleriyle iletişime geçmesidir. Son zamanlarda dünya genelinde kültürel birleşme yaşanmış, çoğulculuk en önemli özelliklerden biri haline gelmiştir.

XX. yüzyılın son çeyreğinden itibaren özellikle kitle iletişim araçlarının devasa nitelikte yaygınlaşmasıyla birlikte uluslararası ilişkiler – bağlantılı olarak kültürler arası ilişkiler- iç içe geçerek yoğunlaşmaktadır. Söz konusu yoğunlaşma, homojenliği ifade ettiği gibi, heterojenliği de içine alan bağlam içinde gelişmektedir. Önceki dönemlerden farklı olarak, sermayenin, yaşam tarzlarının, fikirlerin ve inançların daha hızlı akışkanlık göstermesi bir yana, hiç olmadığı kadar farklılıkların ve ötekinin kendisini temsil etmesi söz konusudur (Taylan ve Arklan, 2008:86).

1.4.Küreselleşmeye Yönelik Yaklaşımlar

Küreselleşmeyi süreç ve yaklaşımlar üzerine ele alınan çalışmalarda ikili, üçlü ve dörtlü sınıflandırmalar yapılmıştır. Küreselleşme alanında akademik çalışmalarda küreselleşmeye yönelik tutum ve davranışlar incelenmiştir. Örneğin Held ve Mcgrew’in çalışmalarında üçlü sınıflandırmalar yapılmıştır. Held ve Mcgrew akademik çalışmasında;

aşırı küreselleşme (Hiperglobalist), kuşkucu (Sceptic), evrimsel ya da dönüşümsel (Transformationalist) olmak üzere üç yaklaşımı olduğunu söylemektedir (Michael, 2003:4).

Tablo 2 : Küreselleşmenin Kavramlaştırılması: Üç Kavram

	Küreselleşme yandaşları	Küreselleşme karşıtları	İlimli küreselleşmeciler
Yeni olan ne	Küresel bir çağ	Ticaret blokları artmasına karşılık geçmiş dönemlerde daha zayıf küresel dönem	Geçmiştekine göre aşırı düzeyde küresel karşılıklı bağıtlık
Hâkim özellikler	Küresel kapitalizm, küresel yönetim, küresel sivil toplum	Karşılıklı bağıtlık giderek azalmaya devam etmektedir	Yoğun ve derin küreselleşme
Ulusal hükümetlerin gücündeki gelişmeler	Geriliyor ve aşınıyor	Güçleniyor ve çoğaltıyor	Yeniden yapılandırma
Küreselleşmenin itici gücündeki gelişmeler	Kapitalizm ve teknoloji	Devlet ve piyasalar	Modernitenin birleştirici güçler
Tabakalaşma kalıpları	Eski hiyerarşilerin aşınması	Giderek artan bir şekilde güney'in marjinalleşmesi	Dünya düzenin yeniden şekillenmesi
Takım motifleri	ABD ve BATI kaynaklı kültürün yayılması	Ulusal çıkar	Siyasal topluluğun transformasyonu
Küreselleşme kavramının anlamı	İnsani eylem çerçevesinin yeniden düzenlenmesi	Uluslararasılaşma ve bölgeselleşme	Belli bir mesafedeki eylemlerin ve bölgeler arası ilişkilerin yeniden düzenlenmesi

Kaynak: Özel, 2011:94

Tablo 2'de küreselleşmenin kavramlaştırılması konusunda farklı görüşlere yer verilmiştir. Bu 3 yaklaşımın temel dayanağı küreselleşmenin hâlâ hızlı bir süreç olduğudur.

1.4.1.Aşırı Küreselleşme (Hiperglobalist)

Aşırı küreselleşmeciler “radikal” olarak bilinmektedir. Başka bir ifadeyle insanlık tarihinde geleneksel ulus devletlerin özelliklerini yitirdiğini savunmaktadırlar. Küresel ekonominin çalışamaz hale geldiğini ya da yeni bir çağa girdiklerini ifade etmektedirler. Ekonomik entegrasyon uluslararası üretim, ticaret ve finans ağları oluştururken milli ekonomilerin yapılarının bozulduğunu vurgularlar. Sınırsız ekonomide, yerel hükümetler küresel güçler ya da güçlü kuruluşlar arasında işlemlerin yapılmasında bir mekanizma görevi üstlenir. Aşırı küreselleşmecilerin bazılarına göre, ekonomik küreselleşme yeni formlarda sosyal örgütler meydana getirdiklerini ve geleneksel milli hükümetlerin ele geçirildiğini söylemektedirler (Kürkçü, 2013:5-6).

Küreselleşme süreci birden fazla alanla ilintilidir. Günümüzde küreselleşme, pazar ekonomisi merkezli liberal düşüncenin tekelinde olduğu varsayılmaktadır. Bu bağlamda ekonomik ilişkilerin yaygınlaşması, toplumların birbirine daha bağımlı halde olması, serbest ticaret, doğrudan yabancı yatırımlar ve mali kaynakların serbest dolaşımı gibi günlük yaşantıyı yakından ilgilendirmektedir. Küreselleşme kavramı, liberal düşüncenin yeni bir kimlik kazanması olarak görülmektedir. Ekonomik ilişkiler küresel düzeyde sanayi inkılâbından sonra yoğunluk kazanmıştır (Ateş, 2006:26:27).

Aşırı küreselleşmecilere göre, piyasalar daha güçlüdür. Devletlerin hâkimiyetindeki bu gelişme, diğer kurumların birlikleri ve yerel/bölgesel hâkimiyetin artarak devam etmesidir. Aşırı küreselleşmeciler, dünya toplumunun, geleneksel ulus devletlerin yerini almakta olduğu ya da olacağı ve yeni toplumsal örgütlenme şekillerinin belirlemeye başladığı düşüncesindedirler. Ancak bu grup içinde yer alanlar homojen değildir. Örnek verecek olursak, neoliberaler, devlet gücü üzerinde piyasanın ve kişisel otonominin başarısını memnuniyetle karşılarken, aynı grupta yer alan Neomarksistler veya radikaller, çağdaş küreselleşmeyi baskıcı kapitalizmin öncüsü olarak görmektedirler. Bütün bu ideolojik farklılıklara rağmen bugün bile artan bir şekilde küresel ekonomik entegrasyonunun varlığı üzerinde fikir birliği mevcuttur (Kaya, 2009:5).

1.4.2.Küreselleşme Karşıtları (Kuşkucular)

Küreselleşme karşıtları kuşkucular olarak adlandırılmaktadır ve küreselleşmeye her koşulda ve şekilde kuşkulu gözle bakmaktadırlar. Küreselleşme karşıtlarına göre, evrendeki hiçbir şeyin yeni olmadığını varsayarak, küreselleşmenin de yeni bir olgu

olmadığını vurgulamaktadırlar. Küreselleşme karşıtlarının bir kısmı, küreselleşme olgusunu kapitalizm savaçısı olmayan yeni fonksiyon mantığı veya “*Jeo Ekonomik Emperyalizm*” olarak değerlendirmişlerdir. Örneğin küreselleşme karşıtlarından olan Chomsky’ye göre küreselleşme, kâr peşinde koşan devasa işletmelerin, totaliter kurumların tiranlığı olarak kabul edilmiştir. Kuşkuculara göre küreselleşme, bir entegrasyonu değil de farklı kültürleri ve uygarlıkları veya bölgeleri arasındaki çatışmaları beraberinde getirmektedir (Özerkmen, 2004:137).

Küreselleşme sürecinde gelişen bölgeselleşme hareketleri küreselleşmenin bir aşaması olarak değil de ancak alternatifi şeklindedir. Dünya küresel bir uygarlığa değil, bölünmeye doğru hareket etmektedir. Küreselleşme karşıtlarına göre, dünya ekonomisi içerisindeki eşitsizlik küresel uygarlıktan çok, köktencilik veya aşırı milliyetçi akımlarının ortaya çıkmasına sebep olur (Evin, 2012:67).

Kuşkuculara göre ÇUŞ’lar sürdürülebilirliklerini kendi ülkelerine borçludur. Çünkü ÇUŞ’lar, küresel değil, bölgesel düzeyde faaliyet göstermektedirler. Küresel düzeyde var olan şirketlerin nadir olduğunu düşünen kuşkucular, bunların çoğunun ulusal tabanlı olduğunu ya da üçlü bölgede ticaret yaptıklarını düşünmektedirler. 19. yüzyılın son çeyreğinde dünya ekonomisi, günümüze göre daha uluslararasıdır. Çünkü günümüzdeki mevcut dünya ticaretinin %85’i Kuzey Amerika, Avrupa ve Japonya arasında gerçekleşmektedir. Hegemonik küreselleşme söylemine rağmen sermaye daha çok gelişmiş ülkeler arasında hareket eden bir olgudur. Örneğin, 19.yüzyılın son zamanlarında doğrudan yatırımların %1,4’ü Afrika, %11’i Latin Amerika, %13’ü Asya tarafından, geri kalan kısmı ise gelişmiş ülkeler tarafından yapılmaktadır. Her ne kadar tek dünya pazarından söz edilse de küreselleşme denilen süreç belirli kapitalist bölgeler arasındaki ilişkilerin yoğunlaşmasıdır (Önalın, 2014:51).

1.4.3.Dönüşümcüler (Transformationalists)

Giddens’in de yer aldığı ve kendilerini dönüşümcüler olarak adlandıran bu grup küreselleşme yaklaşımı çerçevesindeki küreselleşmeyi şu şekilde ifade etmektedir. Modern toplumların yeni dünya düzenini yeniden şekillendiren siyasal, sosyal ve ekonomik değişmelerin perde arkasındaki ana siyasal güç olarak görmektedir. Dönüşümcülere göre, ulusal hükümetlerin otoritelerini ve güçlerini yeniden yapılandırıldığını kabul ettikleri halde, hem aşırı küreselleşmecilerin “*Egemen Ulus-Devletin Sonunun Geldiği*” tezini, hem de

küreselleşme karşıtlarına göre “ *Hiçbir Şey Değişmedi*” tezlerini kabul etmemektedirler (Esgin, 2001:189).

Dönüşümselcilere göre, küreselleşme aslında çelişkilerle dolu tarihsel sürecinden dolayı bu değişim yönündeki silkelenenin doğrultusu tahmin edilemez, dolayısıyla belirsizdir. Aşırı küreselleşme ve kuşkuçulara ile mukayese edildiğinde dönüşümselcilerin geleceğe yönelik herhangi bir öngöründe bulunmak amacıyla küreselleşmenin yol haritasını çizme yeteneği yoktur. Küreselleşmeye küresel uygarlık bazında ya da küresel piyasa ölçüsünde bakmazlar. Dönüşümselci yaklaşım daha çok küreselleşmenin konjonktürel dalgalanma faktörlerini uzun dönemli tarihsel gelişim içerisinde şekillendiğini belirtmektedir. Dönüşümselciler, aşırı küreselleşme karşıtlarının tersine dünyayı tek bir toplum olarak görmemektedirler. Daha çok bazı devletlerin veya toplumlarının benzerliklerinin artan bir oranda olduğunu, ancak bazı toplumların ise yeni bir küresel düzeyde yer alarak gittikçe marjinalleştiklerini ifade ederler (Cebeci, 2011:372-373).

BÖLÜM II

ÇOK ULUSLU ŞİRKETLERE GENEL BİR BAKIŞ

Küreselleşme süreci ile ulusal sınırlar ortadan kalkmıştır. Dolayısıyla ürünlerin pazarı olarak herhangi bir bölge veya ülkeden ziyade, bütün dünyada ele alınmaya çalışılmıştır. Bu durum ÇUŞ'ların ortaya çıkmasını sağlamıştır. ÇUŞ'lar da küresel ekonomi ürünlerin pazarlanmasında birden çok ülkede etki alanı oluşturmuş ve kendi ülkesi dışında ürettiği malı yine küresel ekonomiye uygun olarak kendi sınırları dışında ürünlerini pazarlamışlardır.

2.1.Çok Uluslu Şirketlerin Teorik ve Kavramsal İçeriği

Küreselleşme sürecinde ekonomik aktör haline gelen ÇUŞ'lar, bir ya da birden fazla ülkede kazanç sağlayan ve ekonomik faaliyetlerde bulunan ve uluslararası sistemde üretim yapan firmalardır. ÇUŞ'lar sınır ötesinde ürünler üreterek, ürettiği ürünleri pazarlayan ve dağıtmaya çalışan firmalardır. Küresel stratejiler yaparak küresel hedeflerine ulaşmayı arzularlar. ÇUŞ'lar ekonominin her alanında sisteminin belirleyicileri olmuşlardır.

2.1.1.Çok Uluslu Şirketlerin Tanımı

ÇUŞ'lar, küreselleşme kadar gündemde olan ve üzerinde yoğun olarak tartışmalar yapılan bir konudur (Gerşil, 2004:148). ÇUŞ'ların kabul edilen mevcut bir tanımı bulunmadığı için, ÇUŞ'i farklı yönden tanımlama yoluna gidilmiştir (Tokol, 2001:1). Günümüzde küreselleşme sürecini hızlandıran ve yönlendiren ÇUŞ'lar uluslararası ticaretin en önemli aktörlerden birisidir.

ÇUŞ, yatırımları birden fazla ülkede olan ve üretim konusunda kararları tek bir merkezde alan ya da çeşitli merkezlere bağlı firma kararlarını etkiler. ÇUŞ'lar uluslararası alanda faaliyet gösteren kendi ülkeleri dışında en az bir yabancı ülkede faaliyet gösteren ekonomik birimlerdir. Ülkede kurulu şirketin üretim tesislerini yurt dışına taşımasıdır (Seyidoğlu, 2003:744-746).

Barnet ve Müller, ÇUŞ'ların tanımlanmasında yapı, mülkiyet v.s kriterleri baz almamış daha ÇUŞ'ların ahlaki boyutu ve Hedeflerini değerlendirerek tanımlamıştır Bu tanımlanmaya göre ÇUŞ'lar:

“Global şirket günün birinde geleceği sömürgeleştirmek için tasarlanan en güçlü insan örgütüdür. Tüm gezegeni fırsatlar için tarayarak kaynaklarını ülkeden ülkeye, endüstriden endüstriye kaydırarak eşsiz bir güç kuruluşu haline gelmişlerdir. Dünya yöneticileri global bir gelecek için akla yakın bir model geliştirenlerin ilkidir. Çalışanlar ve hükümetler hâlâ belli bir toprak parçası ile bağlı iken hareketliliklerinin avantajını kullanmaktadırlar. Bu nedenle gelecekle ilgili iddialarda bulunmak için şirket kâhinleri dünyanın tümünden çok önlerdedir” (Richard Barnett ve Ronald Müller, 1974:13).

Birleşmiş Milletler’e göre ÇUŞ’ların tanımı:

- Ekonomik işletme birimlerinin hem hukuki şekli hem de uğraşı alanlarına bakılmadan ikiden daha fazla ülkede faaliyet gösteren,
- İşletme birimleri arasında evrensel stratejiyi oluşturmak üzere, uyumlu ve ortak politikaların saptanmasına yol açan, bir ya da birden fazla karar alma merkezinin efektif kontrolüne dayalı bir karar alma sistemi altında, nüfusun sahiplik ya da birimler arasındaki diğer bağlar yoluyla kullanıldığı,
- Bilgi, kaynak ve sorumlulukları birimleri arasında paylaştığı ekonomik işletmelerden oluşur (Serinkan ve Yağcı, 2012:94).

ÇUŞ’lar, bütün dünya genelinde yoğun ilişkileri olan ve yüksek düzeyde gelişmiş özel bir uluslararası şirket kültürü vardır. ÇUŞ’ların karar alma veya yönetim süreçlerinde küresel bir bakış açısı mevcuttur.

Uhlen (Uhlen, 1998:232) ise ulus ötesi şirket ile çok uluslu şirket kavramlarının üzerinde durarak aradaki farklarını ortaya koymaya çalışmıştır. Bu yazar ÇUŞ kavramı yerine ulus ötesi (UÖŞ) şirket kavramını kullanmıştır. Çünkü çalışmalarında UÖŞ, belirli bir kaynaklı ve çok sayıda yabancı devlette faaliyette bulunmayı, faaliyette bulunduğu ülkelerde şube ve yabancı şirketi tanımlamıştır.

Vernon (Vernon, 1973:13) ise *“Sovereign At Bay’da”* çok uluslu şirketlerin tanımını şu şekilde yapmıştır. Vernon, 100 milyon doların altında satış hâsılatı olan ve ikiden fazla ülkede üretim faaliyeti olmayan şirketleri ÇUŞ olarak kabul etmez. Bundan anlaşılacağı üzere Vernon değerlendirmelerinde satış hâsılatı ve üretim merkezlerini ilk sıraya koyarak ÇUŞ’ların tanımını yapmıştır.

Jarblad'a (Jarblad, 2002:11) göre en büyük ÇUŞ'lar, küreselleşmenin ajanları olarak görülmektedir. Bu şirketler ürünlerini yurt dışında üretmektedir ve dağıtım işlemlerini yapmaktadırlar. Bu güçlü şirketlerin küresel ekonominin her alanına hâkim oldukları söylenebilmektedir. Öyle ki, teknoloji, finans, enerji, güvenlik, ticaret sektörü bunlardan bazılarıdır.

Harmancı'ya (Harmancı, 2004:11) göre, ÇUŞ'lar için şu yönde tanımda bulunmuştur. ÇUŞ'lar, küresel ekonomi tartışmalarının merkezinde yer almaktadırlar. ÇUŞ'lar aslında güç kullanarak işgücünü sömüren, doğal kaynakları yok eden veya faaliyette buldukları ülke ekonomisini ve halkının çıkarlarını düşünmeyen "*Kabadayılılar*" olarak nitelendirilmiştir.

2.1.2.Çok Uluslu Şirketlerle İlgili Bazı Kavramlar

Çok uluslu işletmenin merkezi, faaliyette bulunduğu ve kendisine hammadde, işgücü veya bilgi sağlamak için kullanılan bazı kavramlar vardır. Bu kavramlar şunlardır (Gökmen, 2010:14).

2.1.2.1. Köken Ülke/ Ana Ülke (Origin Country)

Köken ülke ya da ana ülke de denilmektedir. ÇUŞ'in menşeinin bulunduğu ülke demektir. Örneğin, Apple'ın ana ülkesi ABD, Volkswagen'in ana ülkesi Almanya'dır.

2.1.2.2. Ev Sahibi Ülke / Kabul Eden (Host Country)

Ev sahibi ülke için kabul eden kavramı da kullanılmaktadır. ÇUŞ'in yatırım yaptığı ülke demektir. Örneğin, General Motors'un Türkiye'de yaptığı ortak yatırım ev sahibi ülke Türkiye olacaktır.

2.1.2.3. Üçüncü Ülke (Third Country)

Üçüncü ülke kavramı köken ya da ev sahibi ülke dışında kalan kavramı ifade etmektedir. Çuş, gerek ürünlerini pazarlara sunduğu gerekse de personel ihtiyacını karşıladığı ülkelerden oluşmaktadır. Diğer bir deyişle, üretim faktörlerinin herhangi birinin o ülke üzerinden sağlanması ya da o ülkede uzman kişilerin şirket bünyesinde toplanmasıdır. Örneğin, Honda Motor, Türkiye şubesinde Japon ve Türk vatandaşlarının

dışında farklı uyruktaki ülke vatandaşlarını personel olarak istihdam etmektedir. Bunlar ayrıca üçüncü ülke vatandaşı olarak adlandırılmaktadır.

2.1.2.4. Ana İşletme (Parent Company)

Ana işletme, yatırım yapan asıl işletmedir. Ana işletmeler, yavru işletmelerin mülkiyetini ellerinde bulundurmamakla kalmaz, aynı zamanda onların yönetimini de ellerinde bulundurmaktadırlar

2.1.2.5. Yavru /Bağlı İşletme (Subsidiary Company)

Bu şirket türü, yabancı ülkelerde sahip olan şirketlere yavru veya bağlı işletmeler denir. Yavru işletmeler, genellikle ana işletmenin elinde bulunan teknoloji, ticari sırlar, yönetim bilgileri, ticaret unvanı ve diğer araçlardan yararlanma ayrıcalığına sahiptirler.

2.1.3. Çok Uluslu Şirketlerin Genel Özellikleri

ÇUŞ'lar, farklı ulusal ve yan kuruluş merkez büroları kapsamaktadır. Farklı hedefler peşinde koşan organizasyonların coğrafi olarak dağıldığı bir gruptan farklı iştirakleri içermektedir (Ghoshal & Bartle, 1990:603).

ÇUŞ'lar, küresel pazar alanlarını genişletmek amacıyla pazar paylarını ve kâr oranlarını artırmaya çalışmaktadırlar. Bu bağlamda rekabet üstünlüğü sağlamak için az gelişmiş ülkelerde kamu yetkilerini azaltmaya giderek kendilerine pazar alanları oluşturmaya çalışmaktadırlar. ÇUŞ'lar, bu hedeflere ulaşabilmek için pazara girmeden önce aşağıdaki politikaları izlemelidir.

ÇUŞ'ların temel politikaları şu şekildedir:

- Hükümet garantili ödeme olmadıkça, enflasyon, devalüasyon ve döviz kuru dalgalanmalarına karşı koruma olmadıkça, garantili bir yatırım getirisi olmadıkça pazara girmeyin
- Gerçek rekabetin bulunmadığı pazarlara girin,
- Kontrolün sizde olmadığı ortaklıklar kurmayın.
- Peşin ödeme yapmayın (Mert, 2008:369).

ÇUŞ'ların taşıdığı maddesel özellikler ve nitelikler şu şekilde sıralayabiliriz:

- ÇUŞ'lar birden fazla ülkede faaliyette bulunan ve uygulamada ise özel mülkiyetin devletler arasında dağıtımından çok faaliyetin dağılımı üzerine yoğunlaşmaya çalışmaktadırlar.
- Asıl faaliyet alanları bir ya da birden çok mal ve hizmetin uluslararası düzeyde üretimi, dağıtımı, pazarlaması olup, doğrudan yatırım ve teknoloji, yönetim ve organizasyon transferi yaparlar.
- ÇUŞ'a bağlı bulunan bütün kuruluş ve uzantıların faaliyet ve yönetimlerini merkezden gelen kararlar etkiler ve kontrol etmeye çalışır.
- ÇUŞ'ların son derece güçlü bir finans ya da sermaye yapıları bulunmaktadır.
- Modern ve üstün teknolojiye sahiptirler. Bunun uluslararası difüzyonu şirketin merkezi organlarınca ve şirketin evrensel stratejileri doğrultusunda yapılır. Bu bağlamda teknik araştırmalar genelde şirket sistemi içinde araştırma- geliştirme (AR-GE) birim ya da kuruluşlarca yürütülür.
- Uzmanlaşılın ürünlerle ilgili olarak merkezi plan ve programlar şirket bütünlüğü için uluslararası alanda yapılmaktadır.
- ÇUŞ'lar esas itibariyle özel sermayeye dayanan ve sermayenin sahipliği konusunda anonimleşmiş durumdadırlar.
- ÇUŞ'ların ana ilkesi ise şirket bütünlüğünü bozmadan ve ana ülkenin kâr/kazanç ve ekonomik çıkarlarını gözetererek küresel düzeyde en yüksek noktada tutmaya çalışır.
- ÇUŞ'ların faaliyetleriyle ilgili olarak rekabet koşulları monopol ve oligopol piyasaların evrimi hakkında kendi aralarında tekel oluşturmaya çalışmaktadırlar.
- ÇUŞ'lar yerel ve uluslararası ekonomik, siyasal ve sosyal güçleri bertaraf ederek, kapitalist sistemin günümüzdeki aşaması niteliğinde olup devam etmektedir.
- Son olarak da ÇUŞ'lar, esnek ve dinamik işletme ya da işletmeler grubu olup sadece çok uluslu değil, çok boyutluluğu ifade etmektedirler (Aksoy, 2004:2-3).

2.1.4.Çok Uluslu Şirketlere İlişkin Teorik Yaklaşımlar

Çok uluslu işletmelerin sermaye yatırımları ekonomik anlamda ülkelere getiri sağlamaktadır. Fakat bu işletmelerin asıl amaçları ucuz işgücünün bulunduğu yerlere doğru sermayelerini ve üretim faaliyetlerini taşımaktır. Rekabet ortamında ucuz işgücü bu gibi işletmeler için en önemli konudur. Bu nedenle çok uluslu işletmeler üretim faaliyetlerini

az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde gerçekleştirmeye başlamışlardır (Gürsan, 2008:37). Doğrudan yabancı yatırımların ülkeye girmesi için üç koşulun aynı anda gerçekleşmesi gerekmektedir. Bu durum OLI paradigması olarak adlandırılmıştır. Bunlar firmanın sahiplik avantajına sahip olması (Ownership), yabancı pazarın mekânsal avantajına sahip olması (Location) ve içselleştirme (Internalization) avantajına sahip olmasıdır (Özcan ve Sarı, 2010:66).

ÇUŞ'ların faaliyetleri ve ekonomik güçlerine paralel olarak geniş bir etki alanı oluşturdukları düşünüldüğünde, bu şirketlere yönelik geliştirilen yaklaşımlarda da son dönemlerde artışın doğal karşılanması gerekmektedir. Bununla birlikte ÇUŞ'lar, küreselleşme sürecinin temel aktörü olmakla birlikte, dünya çapında önemli ekonomik faaliyetlerde rol oynamaktadırlar. Bu sebepten dolayı ÇUŞ teorileri ortaya konulmuştur. Bunlar arasında en önemlileri lokasyon ve uluslararasılaşma teorileridir.

2.1.4.1.Lokasyon Teorisi

İlk teoriler aslında ekonomik ve coğrafi faktörler üzerinde odaklanıp neden Amerika şirketlerinin yatırım için Batı Avrupa'yı seçtiklerini ortaya koyan bir teoridir. Bu bağlamda ürün dönemi teorisine göre; bir firmada neyin ve neden önemli olduğunu; dolayısıyla firmaların neden yurtdışında üretim ve yatırıma başladığını açıklamaya çalışmıştır. Bunun için birçok ülkede yatırım yapılmaktadır. Buna göre üretimin daha düşük maliyetlerle gerçekleştirilmesine, yurtdışına üretim yapmaktansa içeriye doğru üretmenin tercih edilmesi ile tarife ve ticaret engellerinin etkilerinin üstesinden gelme ihtiyacı tarafından harekete geçilmiştir.

ÇUŞ, tanım gereğince birden fazla ülkede faaliyet göstermektedir. Bunu yapabilmek için o bölgede avantajlı durumda olması gerekir. Bir nevi konum avantajı ile ulaşım ve tarife maliyetlerinde tasarruf sağlar. Bu durum genelde yurt dışına gönderilemeyen mallarda yani ihraç edilmesi gereken mallarda önemli bir olaydır. Örneğin, Mc Donalds, Big Mac'lerini Kanada'da daha pahalıya satmaktadır ve bu nedenle Big Mac'lerinin çoğunu Kanada pazarında satmak için üretmektedir (Ruhl, 2016:1).

2.1.4.2.Uluslararasılaşma Teorisi

Uluslararasılaşma teorisi, birden fazla işletme tarafından yapılan üretimlerdir. Bu işletmeler değişik yerlerde ve aynı işletme tarafından yapılmasının nedeni ise, faaliyetleri tek bir işletme tarafından gerçekleştirilmesi sonucunda avantajlı hale gelmesidir.

Örneğimize dönecek olursak; Meksika'da bağımsız; yerel oto üreticileri bulunmamaktadır (URL-2,-1998). Meksika otomobil sanayisi üretimi Meksika sınırları içerisinde gerçekleştirilmesine rağmen bağımsız değildir. ÇUŞ'ların köken ülkesindeki yöneticilerin stratejileri, planları ve Ar-Ge (Araştırma-Geliştirme) çalışmalarının verileri doğrultusunda hareket etmektedirler. Bununla beraber Meksika otomobil sanayisi tamamen ülke içinde üretilmemektedir. Çeşitli otomobil sanayi üretimleri için başka ülkeden temin etmektedir. Uluslararasılaşmanın başka nedeni ise teknoloji transferinin yakın ilişkisidir (Çetin, 2006:29-30).

2.1.5.Çok Uluslu Şirketlerin Tarihsel Gelişimi

ÇUŞ'ların tarihsel gelişimine bakıldığında bugünkü niteliklerine ulaşınca kadar çeşitli dönemlerden geçmişlerdir. Yazarlar tarafından genellikle dört dönemde incelemişlerdir. Aşağıda farklı yazarların görüşlerine yer verilmiştir.

İktisatçılara göre, ÇUŞ'lar XV. ve XVI. yüzyıllarda ortaya çıktığı dönem olarak bilinmektedir. Özellikle bu yüzyılda ortaya çıkan İngiltere'deki çok uluslu şirketler, ülke kolonileri ile mal ticareti yaparak önemli hale gelmişlerdir. Sonraki dönemlerde ise kolonileşme azalmış ve çok uluslu şirketler sınırların dışına çıkarak işlemleri yürütmeye çalışmıştır ve II. Dünya Savaşı sonrasında ticaretin serbestleştirilmesi ile beraber günümüzdeki konumlarını alarak bu hale gelmişlerdir (Adams ve Coombes 2003:17).

İlk olarak Avrupa şirketleri ve daha sonra bazı Amerikan şirketleri birçok ülkede faaliyete başlamışlardır. II. Dünya Savaşı'ndan hemen sonra Amerikan şirketleri 1950'lerden sonra İngiliz ve Avrupa şirketleri faaliyet alanlarını genişletmeye çalışmışlardır. Japonya, Brezilya ve Güney Kore şirketleri gibi son dönemde kendi ülkeleri dışına çıkarak yatırıma yönelmişlerdir (Akgül, 2008:6).

ÇUŞ'ların tarihsel gelişimine baktığımızda, batıda sanayi devriminin ardından uluslararası alanda faaliyet gösteren güçlü sanayi şirketleri ortaya çıkmıştır. II. Dünya Savaşı'ndan sonra yoğunluk kazanmıştır. Bu dönemin genel özellikleri ise gelişmekte olan

ülkelerin kalkınma çabaları artmış, bu nedenle sanayileşmiş ülkelere hammadde sağlamaya çalışmak, çeşitli sanayi ürünü, sermaye mallarını ithal eder durumdan kurtulma arayışları olarak belirtilebilmektedir (Kıvılcım, 2013:12).

Uluslararası ticaret konusunda yaşanan tartışmalar uzun yıllar devam etmektedir. Bu tartışmaların ana konusu, bir ülkeden diğerine gerçekleşen yatırımlardır. Uluslararası ticaret faaliyetlerinin tarihsel gelişimi dört dönem başlık altında incelenecektir.

Tablo 3 : Uluslararası Ticaretin Gelişimi

DÖNEMLER	DÖNEMLERİN ÖZELLİKLERİ	İŞLETME VE POLİTİK SİSTEM ARASINDAKİ İLİŞKİLER
Ticaret Dönemi 1500-1850	Kişisel Arayışlar	İşletmelerin Mutlak Egemenliği
Sömürgecilik Dönemi 1850-1914	Sömürge İmparatorlukları	Sömürgeciliğe Ait Kurumlar
Ayrıcalıklar Dönemi 1914-1945	Yüksek Gümrük Vergileri Ulusal Sanayi Güçlendirme	Politik Ayrıcalıklar
Uluslararası Dönem 1945-1970 Ve 1970-1990'lar	Pazar Geliştirme Yüksek Rekabet	Çok Uluslu Şirketlerin Ortaya Çıkışı, Uluslararasılaşma ve Bunun Getirdiği Sınırlamalar. Hükümetlerin Birbirleriyle İlişkileri ve Özellikle Avrupa ve 3.Dünya Ülkeleri

Kaynak: Temizel vd., 2008:464

Tablo 3'te uluslararası ticaretin tarihsel dönemleri verilmiştir. Uluslararası ticaretin gelişimi dört başlık altında incelenmektedir. Her dönemin ayrı özellikleri bulunmaktadır. Uluslararası ticaretin gelişimi; ticaret sömürgecilik ayrıcalıklar ve uluslararası dönemleri olmak üzere başlıklar halinde sunulmaya çalışılacaktır.

2.1.5.1. Ticaret Dönemi (1500-1850)

Ticaret dönemi, Kristof Kolomb ve diğer kâşiflerin arayışları nedeniyle XIV. yüzyılın başlarında denizlere açılmasıyla başlamıştır. 1850'lerde sanayi inkılâbının ortaya çıkmasına kadar olan dönemi kapsamaktadır. Bu dönemde uluslararası ticaretin önemli bir dönemi başlatılmış olup; bankacılıkta önemli adımlar atılmaya başladı.

Büyük keşiflerle başlayan ticari dönem Avrupa'nın endüstri devrimi süresince devam etmiştir. Girişimci ticaretçiler çok geniş alanlarda seyahat etmişler ve egzotik eşyalar satın almışlardır. Bunlar değerli metaller, baharatlar, ipekler ve köleler gibi alışılmamış eşyalardır. Bu eşyaları ülkelerinde çok yüksek karlarla sattılar. Riskler çok büyüktü, başarı büyük oranla personel motivasyonuna ve denizciliğe ait hünelerine bağlıydı. Bu dönemde, İngiltere, Fransa ve Hollanda hükümetlerinin işletmelerine büyük imtiyazlar verildi (Dereli, 2005:61).

Bu dönem politik baskılar, ülkeler arası ilişkilerin yapısı, sermaye olanaklarının yeterli olmayışı geniş faaliyetlere imkân sağlamamaktaydı. Ancak Fransa, İngiltere, İspanya, Hollanda, İtalya ve Portekiz gibi işletmelere büyük ayrıcalıklar tanınmıştır. Bu dönemde kurulan büyük ticaret şirketleri ise şunlardır. East India Company, Dutch, Danish, Portuguese, French, Swedish East India Company, Hudson's Bay Company, The Ostend Company, The Muskovy Company gibi şirketlerdir (URL- 3, 1999).

İngiltere Bengal'dan (bugünkü adı Bangladeş) haşhaş satın alarak büyük ticari bir tekel oluşturmuştu. O tarihte haşhaş ticareti yasak olduğu için; şirket gemileri Çin'e haşhaş taşıması yapılmıyordu. Bu sebeple Çin'e gönderilen haşhaş Bengal'de üretilip Bengal'in başkenti Kalküta'ya satılmaktaydı (Uygun, 2010:9).

Bu dönem içerisinde tüccarlar, uzak kıtalara deniz seyahatleri yapmışlar ve deniz yolculukları sonunda takas işlemi veya satın alarak malları toplamışlar; ayrıca değerli madenleri, ipekleri ve köleleri ülkelere götürerek çok yüksek fiyata satmışlardır. Ticari faaliyetler sonucunda ortaya çıkan ilk büyük İngiliz, Fransız ve Hollanda ticaret filoları modern anlamda çok uluslu şirketlerin oluşmasına ön ayak olmuşlardır.

2.1.5.2. Sömürgecilik Dönemi (1850-1914)

Bu dönem XIX. yüzyılın sonlarından ve I. Dünya Savaşı'nın başlangıcına kadar olan dönemi kapsar. Sömürgecilik döneminde büyük coğrafi keşifler tamamlanmış ve

devletlerin birbirleriyle olan ticari ilişkileri genişlemiştir. Bu dönemin en karakteristik özelliği ise sanayi inkılabı sonucunda büyük işletmelere dayalı fabrikalar kurulmuştur. Sanayi inkılabı ile kendi ülkeleri dışında faaliyette bulunan Avrupalı işletmelerde değişiklik yaşanmasına yol açmıştır (Erdoğan, 2006:6).

Bu yüzyıl, özellikle Endüstri İmparatorluğu'nun kurulmasını ifade etmektedir. Hammaddelerin daha ucuz ve güvenilir kaynaklardan temin edilmek istenmesi sanayi ürünlerinin dışarıdan gelmesini hızlandırmıştır. Bu sayede bu dönem içerisinde bazı sömürge imparatorlukları ortaya çıkmıştır. XIX. Yüzyılın ortalarında, yapılan deneyler sonucunda kimyasal karışım ve farklı sanayi ürünleri alanları oluşmuştur. Bu dönemde Afrika'daki madenler ticari kolonileri kendine çekmiştir (Dereli, 2005:61).

Çok uluslu İngiliz şirketleri başlangıç olarak oldukça avantajlı bir konuma sahip olmuşlardır. Bu ÇUŞ'lar, Kuzey ve Güney Amerika'ya yatırım için uygun alan belirleyip; belirli bir süre sonra Afrika, Avustralya ve Asya kıtası gibi yerleri de ilave etmişlerdir. 19. yüzyıldan sonra meydana gelen teknik gelişmeler, benzer ürünlerin çeşitlerini aynı işletme tarafından yurt içinde ve yurt dışında üretilmesini kolaylaştırmıştır (Borissova, 2011:24).

Sömürgecilik döneminde batılı şirketler deniz aşırı devletlere yaptıkları yatırımlar sonucunda risklere maruz kalmışlardır. Ancak yaptıkları bu yatırımların temel amacı şirketin faaliyetlerini genişletmek veya kâr amacı gütmek değil, gittikleri yerlerde politik üstünlük sağlamaktır. Sömürgecilik döneminde özellikle İngiltere'nin yatırımları artmıştır. İngiltere'yi takip eden Avrupa ülkeleri ise Almanya, Hollanda ve Fransa olmuştur (Serazhatdinova, 2007:40).

2.1.5.3. Ayrıcalıklar Dönemi (1914-1945)

Bu dönem, I.ve II. Dünya Savaşı (1914-1945) arasındaki dönemi kapsamaktadır. Dönemin temel özelliği ise I.ve II. Dünya Savaşlarının şirketleri olumsuz olarak etkilemesidir. ÇUŞ'lar I. Dünya Savaşı sonrasında dış ticarete engelleyici politikaların kaldırılmasıyla birlikte şirketler sayısal olarak artış göstermiştir. Bu dönemde, dış devletlere yapılan yatırımlar genel olarak tarım ve madencilik üzerine olmuştur. Otomobil sanayisinde yapılan yatırımlar önem kazanmıştır. Örneğin; İngiltere, Almanya ve Fransa'da çok uluslu şirketlerin sayısı otomotiv sektöründe artış olmuştur (Temizel vd., 2008:465).

1919-1939 yılları arasında imalatta yaşanan küresel yatırımlar, ABD’li çok uluslu şirketlerin sayısında artış olmuştur. Savaş dönemlerinde ÇUŞ’lar olumsuz olarak etkilenmiştir. Avrupa merkezli çok uluslu şirketlerin büyük bir kısmı devletlerin birbirine koydukları kota ve engeller nedeniyle faaliyetlerini kısmen ya da tamamen askıya almak zorunda kalmıştır (Aykaç vd., 2009:27).

2.1.5.4.Uluslararası Dönem (1945-1970 ve 1970-1990’lar)

Uluslararası dönemde ise; II. Dünya Savaşı’nın sona ermesi ile birlikte savaş döneminde atıl kalan uluslararası ticaret, Soğuk Savaş ile birlikte kutuplaşan dünyanın tercihlerine göre hareket etmeye başlamıştır. Tüm kararsızlık ve değişikliklere rağmen 1945-1970 yılları arasında küresel bir genişleme dönemi olmuştur. İşletmelerin dünya çapında yeni pazarlar ve üretici güçler aramaya başlamalarından ötürü bu periyoda “Global İşletme Yılları” da denilmektedir (Kaymakçı, 2013:228).

1950 ve 1960’lı yıllarda bilgisayar, internet ve enformasyon teknolojilerine dönüşüm ileri teknolojilerinin gelişmesine uygun bir ortam oluşturmuştur. Bu dönemde küreselleşmeyle beraber ulus devletlerin zayıflayan hegemonyası ortaya çıkmıştır. Ulus ötesi bir sermayenin doğmasıyla beraber, 1980 ve 1990’lar sermayenin aşırı birikmiş ve büyümenin yüksek olduğu dönem olarak da bilinmektedir. Bu yıllarda, emeğin sömürsünün de artan bir hızla devam ettiği bir ortam oluşmuştur (Şişman, 2016:2).

1960’lı yıllar aslında ÇUŞ’ların başlangıç yılları olmuştur. 1970’lerde ise dönüşümün gerçekleştiği ikinci dönem aralığını ifade eder. 1970 ve sonrasında ÇUŞ’ların gelişimi baş döndürücü olmuştur. Örnek verecek olursak; Amerikan merkezli ÇUŞ’lara ait Amerikan dışındaki yavru şirketlerin satışlarına bakıldığında, şirketlerin gelişimi kolaylıkla gözükmektedir. Bu dönemde petrol şokunun oluşturduğu fiyat artışlarından sıyrılmaya başlanmıştır ve 1970 yılında şirketlerin ciro artışları oldukça yükselmiştir. 1966 ve 1973 yılları arasında çok uluslu şirketlerin ortalama büyüme hızları %15,6 olurken, Amerikan mallarının toplam satışlarının artış oranı ise %7,1’dir (Balkanlı, 2002:16).

2.1.6.Çok Uluslu Şirket Türleri

ÇUŞ’lar, yönetim bakımından faaliyetlerini ülkelere göre farklı biçimde yaparlar. Bu açıdan ÇUŞ’lar; “*Tek Merkezli*”, “*Çok Merkezli*” ve “*Dünya Merkezli*” olmak üzere üç bölümde incelenmektedir. Şirketin bazı fonksiyonları; bir modelin özelliklerini

tanımlarken başka fonksiyonları başka bir modelin özelliklerini tanımlamamaktadır. Örneğin finansman yapısı “*Tek Merkezli*” iken pazarlama yapısı ise “*Çok Merkezli*” bir şirket yapısı olduğu düşünülebilir (Kutal, 1982:32).

Dünyanın çeşitli ülkelerinde ekonomik faaliyetlerde bulunup; ülkelerdeki doğrudan yabancı yatırımlar aracılığıyla çeşitli yatırımlar yapan ÇUŞ’ların yaptıkları bu işlemler bazı türlere ayrılmaktadır.

2.1.6.1. Tek Merkezli İşletmeler

Tek merkezli işletmeler, karar verme organının tek bir yerde veya merkezileşerek kurulmasını ifade etmektedir. Tüm kararlar ise merkezde yer alan tek kişi tarafından alınır. Merkeze bağlı firmalar ise merkez şirketin verdiği brifingleri uygulamak zorunda olup, bağımsız şekilde hareketleri sınırlandırılmıştır. Bu nedenle yabancı devletlerde bulunan bağlı şirketler sorumluluklarını azaltır. Bu şirketler herhangi bir sorunla karşılaştıklarında ana merkezdeki firma daha fazla risk almaya çalışmaktadır. ÇUŞ’lar tek merkezli bir yapıyı esas almaktadır. Bunun temel nedeni ise dünyada yaşanan küresel gelişmeler, teknolojik ilerlemenin hızlı olması ve iletişim ağında yaşanan değişimlerdir (Karabulut, 2016:50).

Tek merkezli işletmeler finans, pazarlama ve insan kaynakları olmak üzere üç temel politika üzerinde şekillenmektedir. Ana şirket yönetimi yavru şirketlerdeki yöneticilerin davranışları tarafından belirlenmektedir. Ayrıca ülke dışındaki işletmede uygulanan yöntemler veya işletmede tutulması gereken yol ana şirket tarafından uygulanır. Zorlayıcı bir nitelik taşımamasını ifade ederek, ana şirket bir yönetim biçimi benimsemiştir.

Ayrıca ana şirket yetişmiş, bilgili, deneyimli ve donanımlı kişilerden meydana gelmektedir. Ana şirket kullandığı yönetim biçimi ve örgüt yapısını diğer yöntemlerden üstün tutmaktadır. Yavru şirketlerin bu zorlayıcı yönetim biçimini uygulaması konusunda zorlamaya çalışır. Bu tip çok uluslu şirketler, Amerikan şirketi, Fransız şirketi gibi merkezinin bulunduğu ülke isimlerini kullanmaktadırlar (Ünlü, 2010:33-34).

2.1.6.2. Çok Merkezli İşletmeler

Çok merkezli şirket modelinde genel merkeze bağlı birkaç yerel merkez bulunmaktadır. Yerel merkezde, yönetim ve sorumluluk ürün çeşidine, pazarlara coğrafi dallara göre oluşturulur ve ayırımın bu tarzda yapılmasında devletin bulunduğu koşulları ve

mevcut kaynaklardan veya belirsizlik durumunda verilmesi gereken nihai kararların hızlı bir şekilde verilmesini sağlar (Taun ve Sağlar, 1998,27).

2.1.6.3.Dünya Merkezli İşletmeler

Bu şirket modelinde yönetimde ne köken ülkenin, ne de ev sahibi ülkenin baskın bir rolü yoktur. Şirket yönetimi evrensel bir nitelik taşır. Ev sahibi ülkedeki şubeler, daha bağımsız faaliyetlerde buldukları için ülkelerin ekonomik ve sosyal sorunlarıyla daha bütünleşmiş durumda olurlar. Yönetim kadroları liyakate göre yapılmaktadır ve herhangi bir milliyetçilik gözetilmeksizin yapılmaktadır. Hem köken ülke hem de ev sahibi ülkelerdeki yavru şirketlerdeki tüm yöneticiler, çok sıkı iletişim ve işbirliği içerisinde olmaktadır. Tek merkezli şirketlere göre en büyük farkları; yavru şirket yöneticilerinin başarılı oldukları zaman ana şirkette de görev alabilmelerinin mümkün olmasıdır. Dünya merkezli şirketlerinin en önemli özelliklerinden biri de; iki ülkeden oluşan uluslararası pazarlardan ziyade (Benetton ve Coca -Cola gibi örneklerde) tüm dünya ülkelerine hizmet verecek şekilde faaliyet göstermeleridir. Bu doğrultuda da reklam yapmalarıdır (Kutal, 1982:34).

Dünya merkezli şirketlerde, tüm yerel farklılıklar ortadan kalkmıştır. Bu bağlamda ana şirket hangi ülkenin olanakları ve pazar kaynakları iyi ise o ülkeye yatırım yapmaya çalışır. Yavru şirket ve ana şirket arasındaki ilişki ise oldukça yakın işbirliği çerçevesinde olur. Dünya merkezli şirketlere örnek olarak uluslararası finans kurumları örnek verilebilir (Ünlü, 2010:35).

2.1.7.Şirketlerin Çok Uluslu Faaliyet Gösterme Nedenleri

ÇUŞ'ların kendi ülkeleri dışında faaliyet göstermesi, çeşitli ekonomik veya politik baskı nedeniyle sorun oluşturmaktadır. Bu nedenle ÇUŞ'lar gün geçtikçe artan oranda ülke dışına yatırım yapmaya yönelirler. ÇUŞ'ların üretim için kullandıkları teknoloji, yerel şirketlerin kullandığı teknolojiye göre üstünlük sağlamaktadır. Yerel firmaya daha kolay şekilde sermaye temin etmeye çalışmaktadır.

Teknolojik gelişmeler ve uluslararası düzeydeki faaliyetlerin serbestleşmesi; son yıllarda üretim, tüketim ve finans alanında yeni sistemlere dayalı küresel ekonomiyi ortaya çıkarmaktadır. Ekonomik bütünleşmenin hızla artması yerel, ulusal ve bölgesel düzeyde önemli değişimlerinin meydana gelmesine neden olmuştur. ÇUŞ'ların sermaye ve üretim

alanında hızla küreselleşmeleri, kitle iletişim araçlarını kontrol edebilir duruma gelmelerini sağlamıştır. Bu nedenle bu şirketlerin meydana getirdiği ekonomik faaliyetler ve oluşturdukları tüketim kültürü toplumsal tepkileri belirleyici konumdadır. Bu tip şirketler ekonomik güçlerini ve coğrafi alanlarını hızla arttırmaktadırlar (Kelecioğlu, 2010).

2.1.7.1.Maliyetleri Düşürmek

ÇUŞ'lar; pazarlar arasındaki duvarların kalkmasıyla beraber ucuza alınan hammadde ile şirket maliyetlerinin düşmesinde büyük katkılar sağlamıştır. Globalleşen firmalar standartlarına uygun biçimde en düşük maliyetle girdiyi dünyanın neresinde bulunursa bulunsun elde etme olanağına sahiptirler. Küreselleşme ile beraber dağıtım maliyetleri de düşmüştür. Firmalar dağıtım ve üretim maliyetlerinin minimum olduğu noktalarda üretim yapmaya çalışmışlardır. Çok uluslu bir işletmenin piyasaya giriş tarzı ve faaliyetleri; genelde satıcı sayısının az olduğu piyasalara rekabeti de beraberinde getirir. Piyasa rekabeti, fiyatları düşürme stratejisi şeklinde olabileceği gibi reklam ve ürün farklılaştırılması ve ÇUŞ'ların yeni bir ürünü piyasaya sürmesi şeklinde de olabilir. Bu nedenle doğrudan yabancı yatırımlardan beklenen; düşük düzeyde ki veya kalitedeki malların, mal ve hizmet çeşidinin artmasına ve yeni ürünlerin piyasaya dâhil olmasına sebep olmaktadır. Piyasaların daha etkin şekilde kullanılması sanayi sektöründe ki performansın artmasıyla beraber tüketici refahının yükselmesini de sağlamaktadır (URL-4, 2016).

2.1.7.2.Üretim Maliyetlerinin Farklı Oluşu

İşletme yöneticileri; fiyatlama, kârlılık analizi ve harcamaların kontrolü gibi bir dizi amaçla ilgili olarak doğru karar verebilmek düşüncesiyle neyin ne kadar maliyet taşıdığını bilmek isterler (Küçük, 2005:3).

İşletmeler kâr sağlamak için satışlarını arttırmayı planlar. Maliyetlerini düşürme yoluna giderler. Ucuz işgücü ve hammadde maliyet kalemleri arasında ki en külfetli olanlarıdır. Bu iki kalemin düşürülmesi için şirketler, doğal kaynaktan yana sıkıntı vermeyen yerleri ve ucuz iş gücü olan bölgeleri tercih etmektedirler. Üretim maliyetlerini düşürücü etkisi olur. Özellikle az gelişmiş ülkelerde bu özellikler belirgin şekilde görülmektedir (Murtezaoğlu, 2008:14).

Dünya ticaret ve üretiminin önemli bölümünü gerçekleştiren bu şirketler tek bir ülkede yatırım yapmak yerine en düşük maliyetle ve parçalar halinde tercih ederek uluslararası tedarik ve pazarlama ağları geliştirir.

2.1.7.3.Vergi Oranlarındaki Farklılıklar

ÇUŞ'lar ve uluslararası alanda faaliyet gösteren işletmeleri yakından ilgilendiren başka konu ise yurt dışındaki faaliyetlerden dolayı vergilendirmeleridir. Ülkeler arasındaki vergi düzenlemeleri bakımından farklılık taşımakla beraber bazı ülkelerdeki vergi oranları diğer ülkelere kıyasla daha düşük düzeyde tutulmaktadır. Ödenecek vergiler, net gelir, nakit akımlarını ya da işletme kârlarını azaltacağından yatırım kararları ve döviz akımları işletme sermayesi denetim, yönetim açısından önem taşır. Bazı az gelişmiş ülkeler yabancı sermaye yatırımlarını kendilerine çekebilmek amacıyla kurumlar vergisi uygularlar. Bu ülkelerden bazıları; Kuveyt, Hindistan, Mısır, Cayman Adaları, Hong Kong'dur (Seyidoğlu, 2003:744-746).

2.1.7.4.Teknik Bilgi Avantajı

Şirketlerin üretim deneyimleri sonucunda elde ettikleri bazı teknik bilgiler vardır. Bu teknik bilgileri ürünün üretiminde, pazarlanmasında ya da firmanın yönetimiyle ilgili konularda kullanırlar. Şirketler, teknik bilgi avantajını yatay şekilde yayılanlar için önemlidir. Yavru şirketler, Ana şirketlerin ürettiği ürünlerin aynısını üretmek için ana şirketlerin üretim tekniklerinden yararlanır. Teknik bilgi avantajı daha çok imalat sanayide kullanılmaktadır. Küresel işletmeler, kaynaklarını daha etkin bir şekilde kullanmak için tedarikçiler ile bilgi paylaşması gerekir.

2.2.Çok Uluslu Şirketlerin Pazara Giriş Şekilleri

İşletmeler çeşitli nedenlerden dolayı sürekli büyümek isterler. Bu amaç içinse yerel pazarlarda yeni teknolojik gelişmelerin avantajlarından yararlanırlar. Çok uluslu işletmelerin küresel düzeyde yatırım ve ihracat faaliyetlerinde de önemli derecede farklılıklar olabilmektedir.

Çok uluslu işletmeler, uluslararası pazarlara girerken bir takım faktörleri göz önünde bulundururlar. Bu faktörleri maddeler halinde şu şekilde sıralayabiliriz.

- Ekonomik ve siyasi durum

- Pazarların büyüklüğü, özellikleri ve rekabet durumu
- Taşıma maliyetleri ve vergiler
- Kültürel yakınlıkları
- Finansal türevler
- Risk ya da kar potansiyeli
- Sermaye birikimi
- Devletlerin kısıtlamaları ve yasal zorunluluklar
- Teknolojik gelişim (URL-5, 2017).

2.2.1.İhracat

İhracat iki başlık altında incelenecektir.

- Dolaylı ihracat
- Doğrudan (dolaysız) ihracat

İhracat uluslararası pazarlarda faaliyette bulunan en eski yoldur. Yani mal ve hizmetlerin ulusal sınırların dışına çıkmasıdır. Başka bir deyişle mevcut müşterilerin ülke pazarında belirlenmesi, mal satışlarının yapılması ya da malların tüketiciye ulaşmasını sağlamaktadır. İhracat işletmelerin yurt dışında kendi dağıtım yollarını kurmadıkları zaman ürünün piyasaya sürülmesi ile sorumluluk üstlenemedikleri dolaylı ihracat, işletmelerin yurt dışındaki tüketicileriyle birebir ilişki içinde oldukları doğrudan (dolaysız) ihracat olmak üzere iki başlıkta toplanır.

İşletmelerin rekabet gücünün artırılması için dolaylı ihracat yapma nedenleri ise şunlardır:

- Rekabet gücünün arttırmak,
- Satış ve karlarını artırma yoluna gitmek,
- İstihdamın oluşturulmasını sağlamak,
- Dış piyasalarda kazanç sağlamak,
- İç pazardaki daralmayı sağlamak ya da bağımlılık oranını azaltmak,
- Dış ticaret açığının azaltılmasında öncü rol oynamak,
- İhracatla ilgili uzman kişi ve kuruluşlara ulaşmayı sağlamak

2.2.1.1.Dolaylı İhracat

Dolaylı ihracatta işletme, mallarını yurt içinde bulunan aracı işletmeler aracılığıyla yabancı işletmelere satmaktadır. İhracatın gerçekleşmesi durumunda, aracılardan sayısı ve çeşitliliği artmaktadır. İhracat yapmak isteyen şirketler, ürünlerini ihracat konusunda deneyimli aracılardan ile gerçekleştirirler.

Dolaylı ihracat, dış pazarlara bağımlılığı az olan ve ihracata yeni başlayan firmalar için uygun bir yöntem olmaktadır. Bu yöntemde ihracatçı firmanın aracı işletmelere bağımlılığı artmaktadır. Aracı firmalar ile çalışan işletmelerin müşterileri doğrudan iletişim kurması zorlaşmaktadır.

Dolaylı ihracatta rol oynayan aracı kurumlar aşağıda verilmiştir.

- Çeşitli komisyoncular
- Yerel tüccarlar
- Yabancılar ait tüccar veya temsilciler
- İhracatçı birlikleri ve kooperatifler
- Üretici şirkete bağlı olmayan veya mal ve hizmetleri dış pazarlara pazarlanmasını sağlayan ihracat şirketleri
- Birleşik ihracat yönetimi firmaları
- Genel ihracat şirketleri

2.2.1.2.Doğrudan (Dolaysız) İhracat

İşletme doğrudan ihracat yaparken herhangi bir yurt içi aracı olmadan ürünlerini direkt dış pazarlara ulaştırır. Dolaysız ihracat dolaylı ihracatla kıyaslandığında bazı avantajları vardır. Bu avantajların bazıları şunlardır:

- Pazarlama faaliyetleri üzerindeki kontrol gücü daha yüksektir.
- Daha yüksek kâr fırsatları
- Uluslararası pazarlama konusunda uzmanlık alanının geliştirilmesi

Doğrudan ihracata göre dolaysız ihracat daha fazla risk taşımaktadır. Yani daha fazla yüksek gelir imkânı ve uluslararası pazarlamayı kontrol etme amacı bu işletmeleri dolaysız ihracat yapmaya zorlar niteliktedir. Doğrudan ihracatta rol oynayan aracı kurumlar ise şunlardır:

- Yurt dışı satış büroları
- Yurt dışı satış şirketleri
- Yurt dışı distribütörleri ve acente kurumları
- Gezici satışlar
- Yabancı ülkelerdeki ithalatçılar ve toptancılar
- Yabancı ülke hükümetlerine bağlı kuruluşlar

2.2.2. Sözleşmeye Dayalı Giriş Yöntemleri

Sözleşmeye dayalı giriş yöntemleri, işletmelerin uluslararası pazara girişte kullandıkları stratejilerden olup ileriki aşamalarda gerçekleştirilmesi uygundur. Şirketler, yatırımlarını yurt dışındaki sözleşmelerle güvenceye alarak üretimlerini gerçekleştirmektedirler.

2.2.2.1. Lisans Anlaşması

Bir firmanın ürünlerinin ve adının yatırım yapılan ülkede üretilip satılmasında o ülkeden yasal izin almasıdır. Lisans anlaşması en fazla tercih edilen yoldur. Finansal türüleri zayıf olan firmalar için uygun bir yol olarak görülür. Riski az olması nedeniyle pazarlara düşük bir maliyetle girebilir ve sermayenin tehlikeye sokulmaması, ev sahibi ülkeye girişi yasaklandığı takdirde lisans anlaşması uygulanır.

Lisans anlaşmaları arasında sayılan çeşitli başlıklar şu şekilde sıralanabilmektedir: Paketler, buluşlar, formüller, süreçler, sanat eserleri, ticari isimler, markalar, lisanslar, kontratlar ve metotlardır.

Lisans veren işletme ve lisans alan işletmenin lisans anlaşması yoluyla üretim yapmadaki amaçları maddeler halinde aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Yenen, 2015:10).

- Malların pazarlamasında taktik ve stratejilerle rakip firmaya göre avantajlar elde etmesi,
- Lisans veren firmanın marka adının ve teknolojisini kullanılmasında kâr elde etmesi,
- Araştırma ve geliştirme, teknik bilgi paylaşımı,
- Lisans alan firmanın olduğu yerlerdeki pazarlardaki ekonomik gelişmenin sağlanmasıdır.

2.2.2.2.Franchising

Franchising, bir ana işletmenin belirlediği süre ve koşullarda, pazarda denenmiş veya kabul görmüş mal ve hizmetlerin bağımsız bir firmaya isim hakkı verilmesidir.

Sözleşmeye dayalı giriş yöntemi olan franchising, genellikle düşük sermayeli yatırımlarla dış pazara açılmak isteyen yatırımcıların pazara hızlı girişi için büyük ölçekli firmaların adlarını kullanması yöntemidir (Kazimov, 2009:19).

2.2.2.3.Satın Alma ve Birleşme

Şirket birleşmeleri, iki ya da fazla işletmenin yabancı ülkede gerçekleştirdiği ortaklığı ifade eden bir tanımdır. Bu birleşme sonucunda şirketler sahip olduğu bilgiyi paylaşarak ortak çıkar sağlar.

Diğer bir strateji olan satın alma, pazara daha hızlı girişi sağlamaktadır. Hisseleri halka açık olan şirketlerden pay satın almak ve işletmenin bütününe dâhil olma yöntemidir.

Uluslararası şirket birleşmelerinin bazı faydalı yanları aşağıda verilmiştir.

- Şirket birleşmeleri yurtdışındaki bir ülkede, Avrupa Birliği (AB) gibi yerlerde ve bölgelerde faaliyete geçmek oldukça kolaydır.
- Teknolojiyi içselleştirme yerine daha düşük maliyetle var olan teknolojiye ulaşmaya imkân sağlar.
- Uluslararası birleşmelerde iç ekonomilere oranla daha büyük ölçek ekonomileri elde edilebilir.

2.2.2.4.Ortak Girişim (Joint Venture)

Ortak girişim, iki ya da daha fazla ortaklık şeklinde birden fazla girişimcinin bir araya gelerek ortak yatırım yapmalarıdır. Başka bir ifadeyle üretici durumundaki işletmenin dış pazarda faaliyet gösteren işletmeyle ortaklık kurmasıdır. Anahtar teslimi projelerdeki gibi doğrudan yasaklanmış ülke pazarlarında faaliyet gösteren yöntemdir.

Ortak girişimin yerli ve yabancı firmalara sağladığı avantajlar şunlardır:

- Yerli teknoloji, daha yeni kaliteli teknolojiye yerini bırakır.

- Yerli işletmelerin sağladığı bilgi ve katkılarıyla yabancı işletmelerin pazarda daha kolay hareket etmesini sağlamaktadır.
- Maliyetlerde azalır.
- Kaynak temin etmesinin kolay olmasıdır,
- Teknolojik üstünlük sağlanmasıdır,
- Rekabetçi üstünlük sağlamaktadır.
- Yeni pazarlara ulaşmasında kolaylık sağlar.
- Ortaklıkla güçlerin birleşmesinde rakiplerine karşı güç haline gelmişlerdir.

2.3.Çok Uluslu Şirketlerin Etkileri

ÇUŞ'lar küreselleşmenin en önemli aktörleridir. Küresel pazarlarda ÇUŞ'lar siyasi, ekonomik ve sosyal alanları olumlu ve olumsuz olmak üzere birçok yönden etkilemektedir.

Küreselleşmenin ortaya çıkması ve gelişmesinde rol oynayan önemli faktörler, bilgi ve teknolojiye yaşanan hızlı gelişmelerdir. İletişimin kolaylaşması sonucunda sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş söz konusudur. Neoliberal politikaların benimsenmesi ve hızla yayılması uluslararası ticaret hacminin ve ÇUŞ faaliyetlerinin artmasına yol açmıştır.

Ayrıca, AB, Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması (NAFTA), Güneydoğu Asya Ülkeleri Birliği (ASEAN) gibi bölgesel bütünleşmelerin yanı sıra, Dünya Ticaret Örgütü'nün (WTO) evrensel boyuttaki düzenlemeleri ile Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB) ve Doğu Bloğunun yıkılmasının da küreselleşme üzerindeki etkisi oldukça fazladır (Aytuğ, 2011:49).

2.3.1.Çok Uluslu Şirketlerin Olumlu Etkileri

ÇUŞ'ların faaliyetleri, uluslararası ticaret ve yatırımlar aracılığıyla dünya ekonomisini birbirine yakınlaşmasını sağlamaktadır. Bu faaliyetler, gerek ana ülkelere gerekse ev sahibi olan ülkelere önemli yararlar sağlamaktadır. ÇUŞ'ların, tüketicilerin almak istedikleri ürün ve hizmetleri rekabetçi fiyatlarla sunup yatırımcılara adil getiriler sağladığında sağladığı yararlar daha da artmaktadır. Ticaret ve yatırım faaliyetleri aynı zamanda sermayenin, teknolojinin, insan kaynaklarının ve doğal kaynakların da verimli bir şekilde kullanılmasına katkı sağlamaktadır. Dünyanın farklı bölgelerinde teknolojik

transferlerini kolaylaştırmaktadır. Gerek biçimsel gerekse iş üzerine eğitim aracı olan bu şirketler, ev sahibi ülkelerdeki insan sermayesinin de gelişmesine yardımcı olmaktadır (URL-6, 2005).

ÇUŞ'ların ev sahibi ülkelerde, özellikle AGÜ ve GOÜ'lerde yaptıkları yatırım ile istihdam ve ekonomik kalkınma konularında olumlu etkileri olmaktadır. ÇUŞ'lar, gittikleri ülkeye sermaye, teknoloji ve yönetim bilgisini de beraber götürmektedir. ÇUŞ'lara mal ve hizmet tedarik eden yerli firmalar küresel pazarda faaliyet gösteren ÇUŞ'lar aracılığıyla bölgesel ve küresel piyasalara erişim olanağına kavuşabilir ve “yaparak öğrenme” yöntemiyle ihraç ürünlerini çeşitlendirebilirler. Eğer teknoloji transferi yoğun ise yerli şirketler küresel ölçekte rekabet edebilecek düzeye gelebilirler (URL-7, 2005).

2.3.2.Çok Uluslu Şirketlerin Olumsuz Etkileri

ÇUŞ'lar kendi ülkelerinde mal üretip dışarıya ihraç ederler veya dışarıda üretip yatırım yapılan ülkenin dağıtım kanallarında faydalanırlar. Bu nedenle yapılan yatırımın, sermaye ihraç eden ülkede yatırım, ihracat ve iş imkânlarını zarara uğratabileceği düşünülmektedir. Ancak ihracatın yapılamayacağı bazı ürün ve hizmetlerde, yabancı pazara girebilmek doğrudan yabancı yatırım ile mümkün olmaktadır (Türkmen, 2006:36).

ÇUŞ'lar bir ülkenin çok kaynaklılık ve çok değerlilik düzeylerini dikkate alarak yatırım yaparlar. Bu firmaların diğer ülkelerde yatırım yapmasının nedeni, yatırımın kendi ülkelerine göre daha kârlı olmasıdır. Ancak yatırım kararlarında kârlılığının yanında, yatırım riski de dikkate alınmaktadır. Bu riskler yatırımın yapılacağı ülkeye veya zamana bağlı olarak değişmekle beraber, ekonomik ve siyasi nitelikte olabilmektedir. ÇUŞ'ların üretimleri özellikle emek yoğun aşamalarını çevre ülkelerde yani az gelişmiş ülkelerde gerçekleştirmek amacıyla doğrudan yatırım temelinde fabrikalar ve üretim tesisleri kurmaktadır (Yula, 2007:42).

ÇUŞ'ların özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde yapmış oldukları yatırımlar sayesinde birtakım çevresel sorunlar meydana getirirler. Örneğin tarım ürünlerine, su ve doğal kaynaklar üzerinde çevresel tahribata yol açarlar. Çevresel tahribata yol açtıkları için de bu ülkelerin ekosistemleri üzerinde ciddi bir baskı oluştururlar. Biyoçeşitlilik ve doğal kaynakların tahribatıyla ekolojik dengenin bozulması çok uluslu şirketlerin kendi ülkelerinde yürürlüğe konan sıkı çevresel politikaları ev sahibi ülkelerde de uygulanması zorunluluğu bulunmaktadır. Bu durum iktisadi ilişkilerde itme-çekme

yaklaşımı olarak da bilinmektedir. Çok uluslu şirketlerin bu şekilde yatırımlarına “kirlilik cenneti” yaklaşımıyla az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere yoğun bir şekilde transfer edilmesinden dolayı “kirlilik ihracı” söz konusudur (Reyhan ve Mutlu, 2012:398).

Tablo 4 : Çok Uluslu Şirketlerin Olumlu ve Olumsuz Etkileri

ÇUŞ'ların Olumlu Etkileri	ÇUŞ'ların Olumsuz Etkileri
Dünya ticaret hacmini artırır.	Rekabet ve serbest girişimi azaltan oligopolistik kümeleşmeleri artırır.
Gelişmeyi finanse edecek yatırım sermayesinin birikmesine yardımcı olurlar.	Ev sahibi ülke içindeki sermayeyi artırır (yerel endüstrileri yatırım sermayesinden yoksun bırakır ancak ev sahibi ülkelere ihracat kararlarını da artırır).
Uluslararası borca fayda sağlayıp, borçlarını finanse ederler.	Borçlu yaratır ve zayıf olanı borcu sağlayana bağımlı hale getirirler
Serbest ticarete ve ticarete tarife gibi engellerin kaldırılmasına destek olurlar.	Ürünlerin üretimlerini tekelleştirerek ve dünya pazarlarında dağıtımlarını denetleyerek ele geçirilmelerini sınırlarlar.
Teknolojik yeniliklere yol açan araştırma ve gelişmenin altında imzaları vardır	İstikrar adına baskıcı rejimleri desteklerler.
Az gelişmiş ülkelere, gelişmiş teknolojileri tanıtır ve dağıtır	Az gelişmiş ülkelere uygun olmayan teknolojiyi ihraç ederler.
Pazarlama ustalıklarını ve kitlesel reklamcılık metotlarını dünya çapında yayarlar.	Uluslararası piyasalarda elde edilebilir hammaddelerin arzını sınırlarlar.
Milli gelir ve ekonomik gelişmeyi artırır, gelişmiş ülkelerin modernizasyonunu kolaylaştırır.	Yerel kültürleri ve ulusal farklılıkları yerlerine tüketici- yönelimi değerlerin baskın olduğu homojenize bir dünya kültürü bırakacak şekilde aşındırır.
Gelir ve refah yaratır.	Zengin ve fakir uluslararasıdaki uçurumu genişletirler.
Ticaret ve kara yardım eden düzenli bir ortamın korunması için devletlerarasında barışçı ilişkilerin savunucusu olurlar.	Yerel elitlerin refahını fakirlerin aleyhine genişletirler
Ulusal sınırların kaldırılması, uluslararası ekonominin kültürün ve uluslararası ticareti yönelen kuralların globalizasyonunu hızlandırır.	Ulusal egemenliğe başkaldırıp ulus devletin otonomisini tehlikeye atarlar

Kaynak: Ecevit, 2008:52

Tablo 4'e göre ÇUŞ'ların olumlu etkilerinden en önemlileri, dünya ticaret hacmini artırması, ticareti engelleyecek faktörlerin kaldırılması, istihdam yaratılması ve ülkelerin ekonomik büyümesini artırmasıdır. Olumsuz etkileri ise; oligopolistik bir yapı oluşturarak, dünya ticaret hacmini büyük şirketler etrafında toplanmasıdır.

BÖLÜM III

DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE ÇOK ULUSLU ŞİRKETLERİN EKONOMİK AÇIDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Küresel düzeydeki ekonomik bütünleşmelerin artması, piyasa ekonomisinin dünyanın her tarafında kabul görmesi ve uluslararası ticaret faaliyetlerinin serbestleşmesiyle ÇUŞ'lar önemli hale gelmiştir.

3.1. Çok Uluslu Şirketler Üzerine Literatür İncelenmesi

Lefebvre vd. (1998) çalışmalarında, Ar-Ge faaliyetlerini ve 200'den daha az çalışanı olan ve uzman satın alma sınıfında olan 101 Kanada firmasını temel alarak yaptığı araştırmada, Ar-Ge yoğunluğunun ihracat performansını etkilemediği sonucuna ulaşmıştır. Buna karşın, teknik düzeyde istihdam edilen işgücü oranı, bilimsel geçmiş ve dış ortaklarla kurulan Ar-Ge işbirlikleri gibi diğer teknolojik değişkenlerin olumlu ve pozitif etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Wakelin (1998), İngiltere'de 1000'den fazla imalatçı firma üzerinde yaptığı bir çalışmada, ihracat davranışları üzerinde yenilikçiliğin rolünü bulmaya çalışmıştır. Çalışma sonucunda ise, firma büyüklüğü ve ihracat payı arasında ters "u" ilişkisi olduğunu, yenilik ve yenilikçi olmayan firmaların ihracatlarının farklı yönde hareket ettiklerini belirtmiştir.

Guan ve Ma (2003) sanayi bölgelerinde İtalyan firmalarının ihracatçı davranışları üzerine araştırmalar yapmışlardır. Çalışmalarında, Ar-Ge çalışmalarının yoğunluğunun, firmaların ihracatçı olma ihtimalini arttırmadığını, satışlarında ise ihracat payı üzerinde bir etkisinin olmadığını sonucuna ulaşılmıştır.

Peng v.d. (2012) çalışmaları ise, Forbes Global 2000 paneline dayanmaktadır. Ayrıca çalışmada farklı 16 sektörden 48 ülkenin en büyük firmalarının 7 yıllık veri kümesi ele alınmıştır. Bir kıyaslama modeli oluşturularak, ev piyasası etkisi, çok uluslu firma etkisi ve ekonomik kalkınma etkisi şeklinde ayırım yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda ise, Forbes Global 2000'in halka açık şirket verilerinden 16 ülkeye ve 16 sanayiye ulaşılmıştır. Dört hipotez üzerinde durulmuştur. Bunlar; ev piyasası etkisi, çok uluslu firma etkisi, ekonomik kalkınma etkisi ve kapitalizm hipotezleridir.

Christiansen ve Kim (2014) çalışmalarında ÇUŞ'ı değerlendirme, satış, kâr ve varlık değerlerinin ortalamasına göre sıralamış ve Forbes Global 2000'in en güncel verileriyle çalışmışlardır. Çalışmada ise dünyanın en büyük 50 şirketinden 11'in devlete ait olduğunu belirtmişlerdir. Bu dağılımı ise şu şekildedir. Dünyanın en büyük 25 kamu iktisadi teşekkülünün on üçü Çin'de (Hong Kong, Çin dâhil) yer almaktadır. Ayrıca üçü Rusya, ikisi Brezilya ve üçü de OECD içinde yer almıştır. Forbes tarafından yapılan sıralamaya göre 2013 yılında ise dünyanın en büyük iki şirket ICBC ve China Construction Bank'tır.

Mounir Mossolly (2014), 2012 yılı için yaptığı çalışmada Pricewaterhouse Coopers danışmanlık hizmeti adına bir rapor yayınlamıştır. Bu rapora göre, küresel ticaretin büyük ölçüde değişim yaşamasından dolayı, sınır ötesi birleşme sonrasında entegrasyona olan gereksinim artmaktadır. Bu gereksinim ise küresel büyümedeki ve servet dağılımındaki değişimden kaynaklanmaktadır. Hazırlanan raporun diğer sonucu ise en büyük KOBİ'lerin (Küçük-Orta Ölçekli İşletmeler) %40'ının gelecek yıllarda küresel bir faaliyet göstermesi beklentisi olduğudur.

Kwiatkowsk ve Augustynowicz (2015), 2005-2014 dönemi için yapmış oldukları çalışmaların analiz sonuçlarına göre, Fortune Global 500 listesinde yer alan kamu iktisadi teşebbüsleri ikiye katlanmıştır. Ayrıca çalışmada Petrobas, Staoil gibi şirketlerin özellerine göre yakın rakipler olduğu ve birkaç yıl içinde ulusal meslektaşlarının daha da artacağı belirtilmiştir. Bütün bunların yanında cazip şirketler vurgusu yapılmış ve "*Yeni Nesil Devlete Ait İşletmeleri*" temsil ettiğini söylemiştir.

Elmas vd. (2011) yükselen ekonomilerin küresel ekonomideki yerini araştıran çalışmalarında, gayri safi yurt içi hâsıla (GSYİH) büyüklüğü, ihracat değerleri, ileri teknoloji ihracatı, net doğrudan yabancı yatırımlar, enerji kullanımı, toplam nüfus ve çok uluslu şirket sayıları gibi veri setlerini kullanmıştır. Çalışma sonucunda ise gayri safi yurtiçi hâsıla büyüklüğü bakımından dünyanın en büyük GSYİH'ye sahip 30 ekonomisinden ilk 11'inin yükselen ekonomi olduğu belirtilmektedir. Dünya ihracatı bakımından en büyük paya sahip olan 30 ülkeden 14'ünün yükselen ekonomi içinde yer aldığı söylenmektedir. Buna ek olarak yüksek teknoloji mal ve hizmetler üreten, ayrıca ileri teknoloji ihracatında bulunan 30 ekonomi içerisinde 11'inin, en fazla nüfusa sahip olan ilk 30 ülke içerisinde 14'ünün ve enerji açısından en büyük kaynağa sahip olan 30 ekonomiden 13'ünün yükselen ekonomiler olduğunu söylemiştir. Dünyanın en büyük 100 şirketine baktığımızda bu şirketlerin 16'sının yükselen ekonomilerde yer aldıkları görülür.

Yapılan çalışmada bulunan değerlere göre yükselen ekonomilerin küresel ekonomi içinde önemli olduğu vurgulanmıştır.

Ünlüöner ve Şener (2015) çalışmalarında ÇUŞ ve doğrudan yabancı yatırım kavramları hakkında geniş bir bilgiye yer vermiştir. Çok uluslu Türk şirketi olan Gübretaş'ın İran'ın Razi Petrochemical şirketinin liderlik yaptığı konsorsiyumla satın almasını söylemiştir. Çalışma sonucunda ise Gübretaş Şirketinin başarılı bir şekilde doğrudan yabancı yatırım yaptığını söylemiştir.

Esen ve Gürson (2016) yaptıkları çalışmada, Türkiye'de faaliyet gösteren 150 adet ÇUŞ'ların üst düzey yönetim yapılanması incelenmiştir. Uluslararası arenada faaliyet gösteren özel sermayeli ulusal ve devlet teşekküllerinin büyük oranda %87-88'nin Türk yönetici istihdam etmesi (etnosentrizm) normal bir durum olarak kabul etmiştir. Buna göre Türkiye de ÇUŞ'lar etnik merkezli yönetim biçiminde faaliyetlerini sürdürmektedirler. Kalan diğer %12-13'lük kısmın ise Türk işletmelerinde yabancı yönetici istihdam edildiği belirtilmiştir. Bunun başlıca neden ise arasında şirket birleşmeleriyle yapılan evliliklerdir. Türkiye'de faaliyet gösteren çok uluslu yabancı şirketlerin %65'i üst düzey yöneticilerini kendi ana ülkelerinden tercih ederken %31'lik kısım ise Türk vatandaşlarından yöneticileri tercih etmiştir.

Hoştut (2016) çalışmasında, Türkiye'deki, Fortune Global 500 sıralamasına girmiş otomotiv sektöründe faaliyette bulunan ÇUŞ'ların halkla ilişkiler departmanlarını incelemeye çalışmıştır. Sektörel bulgulara ve kurumsal yönlendirmelere ulaştıktan sonra bir sonraki aşamada farklı sektörlerde faaliyette bulunan ÇUŞ'ların halkla ilişkiler departmanlarını araştırmaya çalışmıştır. Çalışma sonucunda ise, şirketlerin halkla ilişkiler departmanında hangi sektörün yerel hangi sektörün küresel düzeyde olduğunu tespit etmiştir. Bu tespitlerine paralel olarak küresel ve yerel düzeyde uygulamalar önermiştir.

3.2.Çok Uluslu Şirketlerin Dünyadaki Yeri ve Önemi

Ulusal ekonomimim yeni küreselleşen ekonomiye entegrasyonu için önemli bir anahtar alan doğrudan yabancı sermaye yatırımları, sermaye ile birlikte yönetim becerisi “know-how” ve yeni teknoloji transferi sağlanması, pazarlama, ihracat ve istihdam olanakların artırması nedeniyle tasarruf açığı olan ve teknoloji üretmekte zorlanan ülkelerin kalkınmasında önemli işlevlere sahip olmaktadır (Çalışkan, 2003:1).

ÇUŞ'lar, yerel sınırlar arasında ürünleri üreterek bu ürünleri pazarlara dağıtır ve fikirleri, zevk ve teknolojileri dünyanın her tarafına yaymaya çalışırlar. Global düzeyde planlar ve stratejiler üretilip hayata geçirirler. Bu şekilde yapılan faaliyetlerin sağlıklı olabilmesi için doğru bir iletişim ve iletişim araçlarının varlığına ihtiyaç duyar. ÇUŞ'larda doğru bir iletişim varlığı ile ÇUŞ'lar küresel faaliyetlerde bulunurken değişen koşullara kolayca uyum sağlayabilirken ÇUŞ'lar bu doğrultuda kitlesel üretim teknolojileri ile büyük ilerlemeler gerçekleştirip ulusal refahlarını artırarak dünya çapında ekonomik ve siyaset kültürü belirleyen aktörler haline gelmişlerdir. Ayrıca küresel ekonomiye hizmet eden bu şirketler refah ve istihdam yaratarak yaşam standardını artırmıştır ve ülkelerin rekabet gücü dolayısıyla yaşam kalitesi global piyasaların istekleri doğrultusunda mal ve hizmetleri en elverişli biçimde sağlayan global firmaların varlığına bağlı olduğundan ÇUŞ'larda sürdürülebilir rekabet gücü ve yaşam standartlarının en önemi belirleyici olarak ifade edilmiştir (Taner, 2006:39).

Küreselleşme süreciyle birlikte ÇUŞ'ların ulaştığı boyutlar oldukça şaşırtıcıdır. Bu bağlamda çok uluslu şirketlerin dünya ekonomisi içindeki payı giderek gelişmiştir ve birçok ulus-devleti geride bırakarak devasa büyüklüklere ulaşan ÇUŞ'lar için “*Parlak*” nitelendirilmesi yapılmıştır. Dünyadaki tüm yatırımlara ÇUŞ'ların yön verdiği bilinmektedir. Yapılan bu çalışmada Washington'daki “Politik Çalışmalar Enstitüsü'nün” açıklanan bir raporunda, dünyanın en büyük 200 ÇUŞ'larının toplam satışı, dünyanın GSMH'nin %28,3 ünü oluşturduğu belirtilmiştir (Ekin, 1999:33-34).

Dünya ticaretinde uluslararası rekabet olarak bilinen uluslararası pazar paylaşımı hareketleri yoğunlaşmış durumdadır. Bu hareketlerin bir kısmı iç pazarın korunması şeklinde olurken bir kısmı da uluslararası pazarlara açılma yönünde ve sorunların aşılması yönündedir. Uluslararası pazarlara açılmanın başlıca etkileri aşağıda sıralanmaktadır:

- Uluslararası ekonomik entegrasyon hareketlerinin yapısı veya niteliği değişime uğramaktadır.
- Gümrük Birlikleri (AB, EFTA, NAFTA gibi), Mai (Çok Taraflı Anlaşma) Anlaşmaları ile ticarete sınırlamalar getirmektedir.
- Çeşitli dış pazarlara yönelen bir firmanın iç piyasadaki rizikosunu azaltacaktır.
- Yüksek bir gümrük duvarıyla korunan iç piyasanın dışına çıkmak isteyen bir işletme, rekabet ortamının dinamikliğiyle karşılaşarak ürünlerini daha verimli hale getirmeye çalışacak ve bu durum iç piyasadaki başarısını etkileyecektir.

- Endüstriyel alandaki işbirliği, teknoloji transferi, yönetim, bilgi paylaşımı ve oluşturduğu ortam, özellikle gelişen ülkelerin kalkınmasında ihracata yönelik ortak girişimleri de söz konusudur.
- Firmalar arası ortak girişimler dış pazar fırsatlarının değerlendirilmesi açısından işletmelere kolaylık sağlar (Timur ve Özmen, 2009: 212).

ÇUŞ'lar, küreselleşmenin en önemli oyuncularını olmakla birlikte, küreselleşme sürecini hızlandıran dinamiklerin başında gelmektedir. Küreselleşme sürecinin hız kazanmasıyla, bu şirketlerin faaliyet alanları, rekabet şekilleri, örgütsel yapıları ve yönetim anlayışları değişime uğramıştır. ÇUŞ'lar, sahip oldukları güçlü ekonomik yapıları sayesinde artık sadece yerel ülkede veya çok sınırlı bir uluslararası çevrede gösterilen faaliyetin ve mücadelenin ötesinde, küresel pazarda ve küresel rakiplerle mücadele zorunluluğu başlamışlardır (Aktaş, 2010:50).

Şekil 1'de Forbes tarafından yayınlanan Global 2000 listesinde, uluslararası ticarete ÇUŞ'ların dağılımı ve pazar kaynakları verilmiştir.

Şekil 1 : Uluslararası Ticaretin Dağılımı ve Pazar Kaynakları



Kaynak : URL-8, 2016

Şekil 1’de ÇUŞ’ların uluslararası arenadaki dağılımlarına bakıldığında, ABD’de 540 şirket olduğu görülmektedir. Çin’de 2016 yılında şirket sayısı 200 iken, Birleşik Krallık’ta 92 ve Almanya’da 50 şirket bulunmaktadır. Kanada’da 53 şirket bulunurken, Türkiye’de ise 11 şirket vardır. Haritada yer alan sol alt kısım ise, hangi ülkenin ne kadar ÇUŞ’a sahip olduğunu gösterir. Örneğin sol alt köşede yer alan hafif sarı renk ise, kutuda yer alan 500’den fazla şirketin ABD’de olduğunu göstermektedir. Hemen onu altındaki açık kahve renk 101-500 Çin olduğunu gösterir.

ÇUŞ’ların mevcut pazarlardan sıyrılarak küresel bir çevrede rekabete girmesi önemli bir olay olarak düşünülebilir. Bu süreçte ÇUŞ’lar bir takım fırsatlar sunarken, bazı risklerle de karşı karşıyadır. Bu yüzden ÇUŞ’larda doğru bir süreç yönetimi ve doğru stratejilerin uygulanması gerekir. Kısa bir sürede marka haline gelen ÇUŞ’lar uluslararası arenada arzu ettikleri son noktadır.

Tablo 5’de ÇUŞ’ların ülkelere göre dağılımı verilmiştir.

Tablo 5 : Çok Uluslu Şirketlerin Ünelere Göre Dağılımı

Üneler	1954-2010 (Birikimli)	2011	2012	2013	2014	2015	1954-2015 (Toplam)
AB Üneleri	13467	1749	1532	1348	1296	1256	20648
Almanya	4193	590	484	416	377	431	6491
Hollanda	1791	184	172	157	142	145	2591
İngiltere	2109	184	170	161	137	149	2910
İtalya	800	113	107	102	98	86	1306
Diğer AB Üneleri	4574	678	599	512	542	445	7350
Diğer Avrupa Üneleri (AB Hariç)	2934	447	419	345	322	343	4710
Afrika Üneleri	475	131	151	206	305	390	1658
Kuzey Amerika	1219	187	151	134	112	147	1950
ABD	1035	159	114	105	91	123	1627

Tablo 6 : Devam Ediyor.

Ülkeler	1954-2010 (Birikimli)	2011	2012	2013	2014	2015	1954- 2015 (Toplam)
Kanada	184	28	37	29	21	24	323
Orta Ve Güney Amerika, Karayipler	138	20	21	25	18	22	244
Yakın Ve Ortadoğu Ülkeleri	4799	1424	1643	1369	2264	2985	14484
Diğer Asya	1777	334	304	317	328	373	3433
Çin Halk Cum.	387	53	55	71	96	93	755
Güney Kore Cum.	168	16	29	28	25	14	280
Diğer	1222	265	220	218	207	266	2398
Diğer Ülkeler	291	37	39	30	39	30	466
Toplam	25000	4329	4260	3774	4684	5546	47593

Kaynak: URL -9, 2016

Tablo 5'e göre, 1954-2015 yılları arasında toplam 45793 ÇUŞ mevcuttur. Bu şirketlerin 20648'i AB ülkelerinde yer almaktadır. AB ülkeleri arasında da, Almanya 6491, İngiltere 2910, Hollanda ise 2591 ÇUŞ'a sahiptir. Bu üç ülke, AB ülkeleri arasında en fazla ÇUŞ'a sahip olan ülkelerdir. 2015 yılında kurulan 5546 ÇUŞ'un ise 2985'i Yakın ve Ortadoğu ülkelerinde, 1256'sı AB ülkelerinde ve 373'ü ise Diğer Asya ülkelerinde yer almaktadır.

ÇUŞ'ların uluslararası piyasalardaki geniş tecrübeleri ve dünya genelindeki satış ve pazarlama paylarının yüksek olması ev sahibi ülkelerle ihracat imkânını arttırmaktadır. Bu durum ana ülkeye döviz girişi sağlamaktadır. ÇUŞ'ların ihracatları arttırması ve ülkeye döviz girdisi kazandırması, ev sahibi ülkenin de sermaye birikiminin artmasına yardımcı olmaktadır. Ayrıca çok uluslu şirketlerin ev sahibi ülkelerdeki kurdukları üretim tesisleri o ülkenin üretim kapasitesinin artmasını da sağlamaktadır. ÇUŞ'lar, ülkelerin ekonomik kalkınmasında rol oynamakta ve her geçen gün sayılarını arttırmaya çalışmaktadırlar.

Tablo 6’da ise uluslararası sermayeli şirketlerin sermaye büyüklüğü açısından ülkelere göre dağılımı verilmiştir.

Tablo 7 : Uluslararası Sermayeli Şirketlerin Sermaye Büyüklüğü Açısından Ülkelere Göre Dağılımı (2014-2015)

Ülkeler	2014					2015				
	Sermaye Tutarı (Dolar)									
	<50.000	50.000-200.000	200.000-500.000	>500.000	Toplam	<50.000	50.000-200.000	200.000-500.000	>500.000	Toplam
AB Ülkeleri	1002	132	64	98	1296	979	144	54	79	1256
ABD	71	11	2	7	91	104	11	2	6	123
Diğer Afrika Ülkeleri	51	4	0	0	55	46	2	0	0	48
Toplam	3447	801	239	197	4684	4.187	989	194	176	5546

kaynak : URL-10, 2016

Tablo 6’a göre kayıtlı olan sermayesi 500 Bin ABD dolarının üzerinde olan 176 tane uluslararası sermayeli şirketin¹, 79’u AB ülkelerinde yer almaktadır. Bu ülkeler içerisinde Hollanda ise 19 şirketle ilk sıradadır.

Tablo 7’de ise uluslararası sermayeli şirketlerin sermaye büyüklüğü açısından sektörlere göre dağılımı verilmiştir.

¹ Uluslararası Sermayeli Şirketlerin Sermaye Büyüklüğü Açısından Ülkelere Göre Dağılımı Ekte Devamı Gösterilmiştir.

Tablo 8 : Uluslararası Sermayeli Şirketlerin Sermaye Büyüklüğü Açısından Sektörlere Göre Dağılımı (2014-2015)

Sektörler	2014					2015				
	Sermaye tutarı (\$)									
	<50.000	50.000-200.000	200.000-500.000	>500.000	Toplam	<50.000	50.000-200.000	200.000-500.000	>500.000	Toplam
Tarım, avcılık, ormancılık ve bahçecilik	52	11	3	4	70	33	11	3	0	14
Madencilik ve taşocaklığı	15	0	2	1	18	14	8	3	1	26
İmalat sanayi	250	67	26	32	375	307	95	25	25	452
Gıda ürünleri, içecek ve tütün imalatı	5	5	1	1	12	11	2	0	1	14
Tekstil ürünleri imalatı	24	8	4	2	38	41	19	1	1	62
Kimyasal madde ve ürünleri imalatı	36	11	0	2	49	21	7	3	4	35
B.Y.S makine ve teçhizat imalatı	19	9	2	5	35	15	7	2	3	27
Motorlu kara taşıtı, römork, yarı-römork imalatı	4	0	2	4	10	16	3	1	0	20
Diğer, imalat	162	34	17	18	231	203	57	18	16	294
Elektrik, gaz ve su	98	15	9	17	139	130	12	12	17	171
İnşaat	244	73	25	14	356	329	119	28	13	489
Toptan ve perakende	1565	419	115	72	2171	1768	482	71	69	2390
Oteller ve lokantalar	70	21	5	5	101	86	20	4	1	111
Ulaştırma, haberleşme, depolama hizmetleri	400	75	12	14	501	467	88	1888	11	584
Mali aracı kuruluşların faaliyetleri	4	1	3	4	12	8	2	0	6	16
Gayrimenkul kiralama ve iş faaliyetleri	571	83	33	24	711	783	121	23	27	954

Tablo 7: Devam Ediyor

Sektörler	2014					2015				
	Sermaye tutarı (\$)									
	<50.000	50.000-200.000	200.000-500.000	>500.000	Toplam	<50.000	50.000-200.000	200.000-500.000	>500.000	Toplam
Diğer toplumsal, sosyal ve kişisel hizmet faaliyetleri	178	36	6	10	230	262	31	7	6	306
Toplam	3447	801	239	197	4684	4187	989	194	176	5546

Kaynak: URL-11, 2016

Tablo 7'ye göre, 2015 yılında kayıtlı sermayesi 500 bin ABD dolarının üzerinde olan 176 tane uluslararası sermayeli şirket kurulmuştur. Bu şirketlerden 69'u perakende ve toptancılık alanında, 27'si ise gayrimenkul kiralama alanındadır. 13 tanesi inşaat sektöründe ve 11 tanesi de ulaştırma haberleşme ve depolama hizmetlerinde yoğunlaşmaktadır.

Tablo 8'de ise en yüksek gelir elde eden ilk 10 ÇUŞ'a yer verilmiştir.

Tablo 9 : En Yüksek Gelir Elde Eden Çok Uluslu Şirketler (2016)

Sıra	Şirket	Sektör	Gelirler	Karlar (Milyar)	Merkez Ülke
1	Wal- Mart	Perakende	482,130	14,694	ABD
2	State Grid	Enerji	329,610	10,201	Çin
3	China National Petroleum	Enerji	299,271	7,091	Çin
4	Sinopec Group	Enerji	294,344	3,595	Çin
5	Royal Dutch Shell	Enerji	272,156	1,939	Hollanda
6	Exxon Mobil	Enerji	246,204	16,150	ABD

Tablo 10 : Devam Ediyor.

Sıra	Şirket	Sektör	Gelirler	Karlar (Milyar)	Merkez Ülke
7	Volkswagen	Otomotiv	236,600	-1,520	Almanya
8	Toyota Motor	Otomotiv	236,592	19,264	Japonya
9	Apple	Teknoloji	233,715	53,394	ABD
10	Bp	Enerji	225,992	-6,482	Britanya

Kaynak: URL-12, 2016

Tablo 8'e göre Fortune Global 2016 yılı verilerine göre dünyanın en yüksek gelir elde eden ilk 100 ÇUŞ'a² ver yerilmiştir. Tabloda değişik ekonomik sektörlerde faaliyet gösteren bu şirketler göze çarpmaktadır. Bu bağlamda Wal-Mart'ın toplam geliri birçok ülkenin milli gelirinden daha fazladır. Wal-Mart perakende sektöründe faaliyet göstermektedir. Wal-Mart'ın toplam geliri 2016 yılında 482,1 milyar dolardır. Wal-Mart'ın toplam geliri, örneğin, Polonya, Belçika, Tayland, Nijerya, İran, Avusturya, Norveç, Mısır, İsrail, Danimarka, Singapur, Malezya, Güney Afrika ülkelerinden yıllık gelir bazında daha fazla gelire sahiptir. Wal-Mart'ın toplam geliri, yıllık gelirleri toplanan bazı ülkelerin gelirine eşit olduğu görülmektedir. Örneğin, Kazakistan, Macaristan, Kuveyt, Ukrayna, Zimbabve gibi ülkelerin GSYİH'na eşittir. Çalışmada Wal-Mart'ın geliri toplam 192 ülkenin GSYİH'dan daha fazladır. Örneğin, Tayland, Nijerya, İran, Norveç, Mısır, Singapur, Filipinler, Güney Afrika, Pakistan, Portekiz, Şili, Finlandiya, Yunanistan, Çek Cumhuriyeti, Peru, Romanya gibi dünya ülkelerinin yıllık geliri kadar olduğu görülür.

Çalışmada dikkat çeken başka bir nokta ise ilk 100 ÇUŞ'ların toplam gelirleri 12 trilyon 394 milyar dolardır. ÇUŞ'ların toplam gelirleri, ABD hariç bütün dünya ülkelerin gayri safi yurt içi hâsılasından daha büyüktür. Tabloda 39 Amerikan şirketi bulunurken, Çin'in ise 17 şirketi bulunmaktadır. Apple, 2016 yılında en fazla kâr elde eden şirket olarak göze çarpmaktadır. Apple şirketinin toplam kârı ise 53,3 milyar dolardır. Apple şirketinin yıllık geliri birçok ülkenin yıllık gelirinden daha fazladır. Örneğin, Ürdün, Gana,

² Çok uluslu şirketlerin devamı ekte gösterilmiştir.

Tunus, Litvanya, Tanzanya, Türkmenistan, Bahreyn, Azerbaycan, Letonya, Uganda, Kamerun, Kongo, Estonya, Uruguay, Bulgaristan gibi dünya ülkelerinin yıllık geliri kadar kâr elde ettiği görülür. Çalışmada dikkat çeken başka bir nokta ise Meksika merkezli Pemex şirketi olmuştur. Pemex şirketi, 2016 yılında 44,9 milyar dolar zarar etmiştir. Pemex şirketi 132 ülkenin yıllık gelirinden daha fazla zarar etmiştir. Örneğin, Afganistan, Bosna Hersek, Senegal, Moğolistan, Nepal, Arnavutluk, Çad, Madagaskar, Moldova, Tacikistan, Honduras, Ermenistan, Botsvana, Mozambik, Yemen, Somali gibi dünya ülkelerinin yıllık gelirleri kadar zarar ettiği görülmektedir. İlk 100 çok uluslu şirketin toplam kârı ise 676 milyar dolardır. İlk 100 ÇUŞ'un toplam kârı ise 195 ülkenin yıllık gelirinden daha fazladır. Örneğin, İsviçre, Suudi Arabistan, Arjantin, İsveç, katar, Kazakistan, Macaristan, Kuveyt, Fas, Ekvator gibi ülkelerinin yıllık gelirlerinden daha fazla olduğu görülür.

ÇUŞ'lar sahip oldukları güçlü sermaye yapısı, gelişmiş teknolojik altyapıları, geniş faaliyet alanı gibi ekonomik kapasiteleri sayesinde ev sahibi ülkelerdeki, özellikle GOÜ'deki, üretim biçimi ve üretim hacmi gibi ekonomi politikalarını kendi ihtiyaçlarına göre şekillendirmekte ve girdikleri piyasalarda tekeli güç haline gelebilmektedirler. Örneğin, mevcut teknolojilerini diğer şirketlerle paylaşmayarak rekabeti engelleyebilir ya da sermaye piyasalarındaki hisseleri toplayıp, kendi ülkelerindeki ya da ülkeleri dışındaki şirketlerle birleşip veya rakip şirketi blok halinde satın alıp rakiplerini piyasadan atma gücüne sahip olmaktadır. Göreceli olarak daha düşük maliyetle üretim yapabildikleri ve kârlarını maksimize edebildikleri dünyanın her yerinde üretim yapabilen ÇUŞ, dünyadaki ekonomik ve siyasi yapılanmalar üzerinde de söz sahibi olan aktörler halindedirler (Kutay, 2014:56).

Tablo 11 : Dünya Ülkelerinin Gayri Safi Yurt İçi Hâsılları (2016/ Milyar-Dolar)

Sıra	Ülke	GSYİH (milyar \$)
1	ABD	18.569
2	Çin	11.199
3	Japonya	4.939
4	Almanya	3.466
5	Birleşik Krallık	2.618
6	Fransa	2.465
7	Hindistan	2.263
8	İtalya	1.849

Tablo 9: Devam Ediyor.

Sıra	Ülke	GSYİH (milyar \$)
9	Brezilya	1.796
10	Kanada	1.529
11	Kore Cumhuriyeti	1.411
12	Rusya	1.283
13	İspanya	1.232
14	Avustralya	1.204
15	Meksika	1.045
16	Endonezya	932,259
17	Türkiye	857,749
18	Hollanda	770,845
19	İsviçre	659,827
20	Suudi Arabistan	646,438

Kaynak : URL-13, 2016

Tablo 9'da ülkelerin 2016 yılına ait GSYİH³ değerleri verilmiştir. ABD, 18 trilyon 569 milyar dolarlık GSYİH'sıyla dünya ekonomisinde en fazla yıllık gelire sahip ülkedir. Çin ekonomisi ise 11 trilyon 199 milyar dolarla ikinci sırada yer almaktadır. Türkiye ise yaklaşık 858 milyar dolarla dünyanın ilk yirmi ekonomisi arasında yer almaktadır. Tabloda yer alan Andorra, Aruba, İngiliz Virgin Adaları, Cayman Adaları, Kanal Adaları, Curacao, Eritre, Faroe, Adaları, Cebelitarık Libya, Monako, San Marino, Porto Riko gibi ülkelerin GSYİH değerlerine ulaşamamıştır.

Tablo 10'da ise ÇUŞ'ların istihdam düzeylerine yer verilmiştir.

³ Ülkelerin Gayri Safi Yurt İçi Hâsılların (GSYİH) Devamı Ekte Gösterilmiştir.

Tablo 12 : Çok Uluslu Şirketlerin İstihdam Düzeyleri (2015-2016)

Sıra	Şirket	İstihdam Düzeyleri (Kişi Sayıları)	
		2015 YILI	2016 YILI
1	WAL-MART	2.200.000	2.300,000
2	STATE GRID	921,964	927,839
3	CHINA NATIONAL PETROLEUM	1.636.532	1.589.508
4	SINOPEC GROUP	897,488	810,538
5	ROYAL DUTCH GROUP	94,000	90,000

Kaynak: URL-14,2016

Tablo 10'a göre perakende sektöründe faaliyet gösteren Wal-Mart 2015 yılında 2,2 milyon kişi istihdam etmektedir. 2016 yılında ise 2,3 milyon kişi istihdam⁴ etmiştir. Wal-Mart, bir yılda sadece çalışan personel sayısını 100.000 kişi artırmıştır. Wal-Mart, 2016 yılında çalışan kişi sayısı ile ülkelerin istihdam ettirdikleri çalışan sayısı karşılaştırıldığında şunları söyleyebiliriz. Wal- Mart, 2016 yılında çalıştırdığı personel sayısı, Nauru, Tuvalu, Kiribati, Belize, Liechtenstein, Malta ve Estonya gibi birçok ülkenin nüfusundan daha çoktur. Tabloda istihdam oranını artırmayan tek şirket Tayvan merkezli Hon Hai Precision Industry şirkettir. Bu şirket teknoloji alanında faaliyet göstermektedir.

Tablo 10'da göze çarpan başka özellik ise China Mobile Communications şirketinin 2015'de 274347 kişinin istihdamını sağlarken 1 yıl sonra bu sayının 162304 kişi azalarak 274347 kişiye düşürmesidir. Sinopec Group enerji şirketinde de 1 yıl içinde istihdam oranının 86950 kişi azaldığı görülmektedir.

İlk 50 çok uluslu şirketin toplam çalışan veya istihdam sayılarına baktığımız zaman 16.758.000 kişinin istihdam edildiğini görmekteyiz. Tablo 10'da yer alan 50 ÇUŞ'un toplam istihdam sayısı dünya genelinde toplam 11 ülkenin nüfusu kadardır. Bu ülkeler, Sao Tome ve Principe, Kiribati, Tonga, Gambiya, Orta Afrika Cumhuriyeti, Arnavutluk,

⁴ Çok Uluslu Şirketlerin İstihdam Düzeylerinin Devamı Ekte Gösterilmiştir.

Ermenistan, Moğolistan, İzlanda, Kıbrıs ve Monaco'dur. Bu 11 ülkenin toplam nüfusu 16 milyondan daha azdır.

3.3.Türkiye'de Çok Uluslu Şirketler

Türkiye'de yabancı sermaye yatırımları 6224 sayılı Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunu ile 6326 sayılı Petrol Kanununa tabi iken 6224 sayılı kanunun değişen yatırım biçimleri ve karışıklığının yetersiz kalmasında 12.02.1986 tarihli ve 86/10353 sayılı kararname ekinde "Yabancı Sermaye Çerçeve Kararı" ile 25.05.1986 tarihli, 1917 sayılı resmi gazete yayınlanan "Yabancı Sermaye Çerçeve Kararı" hakkında tebliğ çıkarılmıştır

1980 yılında hükümet, önceliğini, özel sektörün yapacağı ihracata yönelik bir ekonomik ve yapısal düzenleme programlarına vermiştir. Bu durum ekonomide bir dönüm noktası oluşturmuştur. 24 Ocak kararları olarak bilinen bu dönüşüm ekonomide esnek kur politikasının, ihracat teşvik politikasının, faiz oranlarının ve birçok parametrenin değişmesini de beraberinde getirmiştir. İthalat üzerindeki miktar kısıtlamaları ve gümrük vergilerinin indirilmesi bu dönüşüm paketinde yer alan başlıca yenileşme hareketi olmuştur. Bunlar içerisinde en önemli yenileşme ise 1983 yılında çıkarılan Türk Lirasının tam konvertibiliteye geçmesidir (Adanır, 2010:71).

1990 sonrası dönemde, gerek bütün dünyada gerekse de Türkiye'nin rakibi sayılacak Çin, Brezilya, Polonya ve çeşitli Doğu Asya ülkelerinde, Latin Amerika ve Doğu Avrupa gibi ülkelerde yatırım teşvikleri artmıştır (Koçtürk ve Eker, 2012:40).

Tablo 11'de Türkiye'nin ilk 50 şirketine yer verilmiştir. Bu şirketlere ilişkin analiz sonuçları, istihdam sayısı ile ülkelerin yıllık geliri karşılaştırılması yapılmıştır. Ayrıca şirketlerin istihdam sayıları ile ülkelerin nüfus sayılarına bakılmıştır.

Tablo 13 : Türkiye'nin İlk 50 Şirket Sıralaması (2015)

SIRA	ŞİRKET	SEKTÖR	ÇALIŞAN KİŞİ (İSTİHDAM)	CİRO (MİLYAR TL)
1	TÜPRAŞ	ENERJİ-PETROL	4735	36,983
2	OMV PETROL OFİSİ	ENERJİ PETROL	993	30,921
3	TURK HAVA YOLLARI	ULAŞTIRMA	28676	28,752
4	OPET PETROLCÜLÜK	ENERJİ PETROL	786	18,485
5	BİM BİRLEŞİK MAĞAZALARI	PERAKENDE	30232	17,428
6	FORD OTOSAN	OTOMOTİV	16676	16,746
7	SHELL & TURCAS PETROL	ENERJİ-PETROL	815	15,354
8	TÜRK TELEKOM	TELEKOMÜNİKASYON	34147	14,522
9	ARÇELİK	ELEKTRİK-ELEKTRONİK	26337	14,166
10	TURKCELL	TELEKOMÜNİKASYON	16500	12,769

Kaynak: URL-15, 2015

Tablo 11'de Türkiye'nin en büyük 50 şirketi⁵ yer almaktadır. Capital dergisinin 2015 yılında yayınladığı verilere göre artık yurt dışındaki en büyük şirketleri Tüpraş olmuştur. Tüpraş'ın faaliyet sektörü enerji ve petrol olurken 36 milyar dolarla zirveye çıkmıştır. Tüpraş'ta 4.735 kişi istihdam edilmektedir. Türkiye'nin İlk 50 çok uluslu şirketinde toplam istihdam edilen kişi sayısı 480.433 kişidir. Örneğin, Türkiye'nin ilk 50 çok uluslu şirketinde istihdam edilen kişi sayısı, Kiribati, Palau, Cebelitarık, Kuzey Mariana Adaları, Tavalu, Seyşeller, San Marino ve Nauru gibi birçok ülkenin nüfusundan daha fazladır.

Türkiye'nin ilk 50 şirketinin yaklaşık değeri 150 milyar dolarlık bir işlem hacmi bulunmaktadır. Türkiye'nin ilk 50 şirketi dünya ülkelerinin gayri safi yurt içi hâsıla oranlarına bakıldığında 159 ülkenin yıllık gelirinden daha fazladır. Örneğin, Kazakistan, Macaristan, Kuveyt, Fas, Sudan, Ekvator, Sudan, Angola, Slovakya, Küba, Sri Lanka, Etiyopya, Umman, Uruguay, Özbekistan, Bulgaristan, Panama, Bolivya, Türkmenistan, Bolivya, Bahreyn, Ürdün, Tunus, Slovenya, Lübnan, Gana, Hırvatistan birçok ülkenin yıllık gelirinden daha fazla olduğunu görülmektedir.

⁵ Türkiye'nin İlk 50 Şirket Sıralaması Devamı Ekte Gösterilmiştir.

Tablo 14 : Uluslararası Sermayeli Şirketlerin Sayılarının İllere Göre Dağılımı (İlk 10İl)

İller	Şirket Sayısı (1954-2015)	Toplam Uluslararası Sermayeli Şirket Sayısı İçindeki Payı (%)	Şirket Sayısı (2015)	Toplam Uluslararası Sermayeli Şirket Sayısı içindeki Payı (%)
İstanbul	28782	60,5	3537	63,8
Antalya	4715	9,9	343	6,2
Ankara	2683	5,6	204	3,7
İzmir	2237	4,7	141	2,5
Muğla	1576	3,3	54	1,0
Mersin	1379	2,9	361	6,5
Gaziantep	860	1,8	270	4,9
Bursa	646	1,4	14	0,3
Aydın	617	1,3	47	0,8
Hatay	512	1,1	137	2,5
Diğer iller	3586	7,5	438	7,9
Toplam	47593	100	5546	100

Kaynak: URL-16, 2016

Tablo 12’de görüldüğü üzere 1954-2015 döneminde, 47.593 tane uluslararası sermayeli şirketin %60’ı İstanbul’dadır. İstanbul’u takip eden iller Antalya ve Ankara olmuştur. Antalya 4.715 ve Ankara 2.683, İzmir’de 2.237 şirket bulunmaktadır. Öte yandan Türkiye toplamına bakıldığında zaman, İstanbul toplam uluslararası sermayeli şirket sayısı içindeki yaklaşık payı %63,8’dir.

SONUÇ

Küreselleşme kavramının tanımı konusunda yazarlar arasında farklı görüşler vardır. Bu farklı görüşlere rağmen, birçok yazara göre küreselleşme, kaçınılmaz bir olgudur ve önemini günden güne hissettirmektedir. Küreselleşme kavramı birçok olumlu ve olumsuz nedenleri yapısında barındırmaktadır. Olumlu ve olumsuz nedenleri içinde barındırması sebebiyle devletlerin ortak bir bakış açısı yoktur. Çünkü küreselleşme olgusu bazı ülkeler için olumlu sonuçlar doğururken bazı ülkeler içinse olumsuz olabilmektedir.

Küreselleşme kavramının önem kazanmasıyla, ÇUŞ'lar ortaya çıkmıştır. II. Dünya Savaşı'ndan sonra ülkeler arasındaki sorunların önemli ölçüde çözülmesi ve üretim sistemlerinin daha da gelişmesi sonucu ülke ölçeğinde faaliyet gösteren büyük şirketler, sınır ötesi faaliyetlere başlayarak ÇUŞ kimliğine bürünmeye başlamışlardır. Çağımızda bu şirketler küreselleşme kavramının dünya çapındaki etkisiyle birlikte çok büyük kârlar elde edecek duruma gelmişlerdir. Dünyadaki bazı şirketlerin geliri birçok devletin GSYİH'sinden daha çoktur.

ÇUŞ'lar , belli miktarda sermaye ve satış hâsılatına sahip merkezi belli bir yerde olan, çok sayıda faaliyette bulunan kâr amaçlı şubelerdir. ÇUŞ'lar güçlü bir yapıya sahiptir. Gelişmiş teknolojileri ile bu şirketler dünya ekonomisinin nabzını tutan kuruluşlardır. ÇUŞ'lar ekonominin değişen koşullarına kolayca adapte olurlar. Dünya ticaretini şekillendirmede sahip oldukları güçlü yapıları sayesinde küresel ekonominin en önemli oyuncularını arasında yer alırlar. ÇUŞ'ların dünya ekonomisinde üstlendikleri roller ve faaliyetler gün geçtikçe artmaktadır. ÇUŞ'ların bu kadar önem kazanması, bu firmaların sahip olduğu varlıkları en verimli şekilde kullanmasından kaynaklanmaktadır. Farklı ülkelerdeki faaliyet alanlarından, diğer ülkelerdeki aynı pazarları kontrol etmek isterler.

ÇUŞ'ların dışa açılmalarındaki temel faktör kâr oranlarındaki artıştır. Bu şirketler gittikleri ülkelerde yerli üreticilere birçok alanda sıkıntı çıkarmaktadır. Yaşanan küresel ekonomik krizlerde ve az gelişmiş ülkeler bağlamında yaşanan emek sömürsünde de aktif rol oynayan ÇUŞ'lar, mevcut konumları itibariyle süreci kendi lehlerine çevirmeyi başarmışlardır. Dolayısıyla mevcut küreselleşme süreci bu temelde gelişme göstermektedir.

Çalışmada, ÇUŞ'lar ve ulus devletlerin ekonomik güç bakımından karşılaştırılması yapılmıştır. Çalışmada, veriler kullanılarak yapılan karşılaştırmalı analiz sonuçları

ÇUŞ'ların toplam gelirleri, kârları, istihdam sayıları (kişi sayıları) ve ülkelerin gayri safi yurt içi hâsıllarına bakılmıştır. Bu amaçla ÇUŞ'ların ekonomik açıdan değerlendirilmesinde aşağıdaki bulgular elde edilmiştir:

- Çalışmada ÇUŞ'ların toplam gelirleri 12 trilyon 394 milyar dolardır. Bu şirketlerin toplam gelirleri, ABD hariç bütün dünya ülkelerinden daha fazladır.
- Ekonomik güç bakımından perakende devi olan Wal-Mart'ın toplam geliri birçok ülkenin yıllık gelirinden daha fazladır. Örneğin, Polonya, Belçika, Nijerya, İsrail gibi ülkelerin yıllık gelirlerinden daha fazladır. Dünya ekonomisinde Wal-Mart'ın toplam geliri 482,1 milyar dolar olarak bulunmuştur.
- Çalışmada dikkat çeken başka nokta en çok kâr eden ve en çok zarar eden iki şirketin Apple ve Pemex şirketleri olduğudur.
- İlk 100 ÇUŞ'in toplam kârı ise 676 milyar dolardır. İlk 100 çok uluslu şirketin toplam kârı ise 195 ülkenin yıllık gelirinden daha fazladır. Örneğin, İsviçre, Suudi Arabistan, Arjantin, İsveç, katar, Kazakistan, Macaristan, Kuveyt, Fas, Ekvator gibi ülkelerin yıllık gelirlerinden daha fazla olduğu görülmüştür.
- En fazla istihdam sağlayan şirket unvanına sahip Wal-Mart şirketinin istihdamı Nauru, Tuvalu, Kiribati, Belize, Liechtenstein, Malta, Estonya gibi ülkelerin toplam nüfusu kadardır.
- Türkiye'nin ilk 50 şirketi yaklaşık olarak 150 milyar dolarlık bir ciroya sahiptir. Bu da Kazakistan, Macaristan, Kuveyt, Bulgaristan, Panama, Bolivya, Türkmenistan, Bolivya, Bahreyn ve Hırvatistan gibi dünya ülkelerinin yıllık gelirinden daha fazladır.

Bu çalışmada, dünya ekonomisinde ÇUŞ'ların ekonomik büyüklükleri oldukça dikkat çekicidir. Öyle ki, bu şirketler, birçok ulus devletten daha fazla gelire sahiptir. ÇUŞ'lar, küresel ekonominin taleplerini temsil eden küresel oyuncularlardır. Bu bağlamda ÇUŞ'ların, dünya ekonomisine yön verdiğini ve kapitalizmin dünyadaki öncülüğünü yaptıkları yadsınamaz. Küresel sistemin bir parçası olan ÇUŞ'ların aynı zamanda sermayenin aktif taşıyıcıları olduğu ifade edilebilir.

KAYNAKLAR

- Adanır, N. D. (2010). Dünyada ve Türkiye'de Uluslararası Doğrudan Yatırımlar:1995-2008. Yayınlanmamış *Yüksek Lisans Tezi* .Isparta, Süleyman Demirel Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İktisat Anabilim Dalı.
- Akgül, Z. (2008:6). Çok Uluslu İşletmelerde İşletme Sermayesi Yönetimi. Yüksek Lisans Tezi. Ankara, Gazi Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İşletme Ana Bilim Dalı.
- Akkaya, Y. (2004). Küreselleşme Versus Sendikasılaştırma ve Yoksullaştırma. *Çalışma ve Toplum* . (3), 93-122.
- Aktan, ve Şen. (1999). <http://www.belgeler.com/blg/29fn/globallesme> 19 Ekim 2017 tarihinde <http://www.canaktan.org/yeni-trendler/globallesme/ekonomik-global.htm> adresinden alındı.
- Aktaş, H. M. (2010). Küreselleşme Sürecinde Çok Uluslu Şirketlerin Rolü: Soğuk Savaş Sonrası Dönem. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul. İstanbul Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı.
- Aksoy, İ. (2004). Çok Uluslu Şirketlerde Kriz Yönetimi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi .İzmir, Dokuz Eylül Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İşletme Ana Bilim Dalı.
- Arrigh, G. (2000). Globalization And Historical Macrosociology. *Sociology For The Twenty-First Century. Continuities And Cutting Edges* . , USA, Chicago Univ. Press 273-286.
- Ateş, D. (2006). Küreselleşme: Ne Kadar Boyutlu? *Doğuş Üniversitesi Dergisi* , 7 (1), 25-38.
- Aykaç, M., Parlak, Z., ve Özdemir, S. (2009).Küreselleşme Sürecinde Rekabet Gücünün Arttırılması ve Türkiye'de Kobi'ler. *İstanbul Ticaret Odası Yayınları* . Yayın No.2008-24. İstanbul.
- Aytuğ, H. K. (2011). Küresel Rekabetin İşletmelerin Üretim ve İstihdam Yapısı Üzerindeki Etkileri. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi* , 2 (2), 45-77.
- Balkanlı, A. O. (2002). Küresel Ekonominin Belirleyicileri Faktörleri Üzerine. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* , 21 (1), 13-26.
- Bank, W. (2002) Globalization, Growth And Poverty, A World Bank Policy Research Report, Oxford University Press, New York, 1-174.
- Bayar, F. (2009). Küreselleşme Kavramı ve Küreselleşme Sürecinde Türkiye. *Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi* (32), 25-34.
- Borissova, O. (2011). Çok Uluslu İşletmelerde Bir İnsan Kaynakları Stratejisi Olarak Kültürel Farklılıkların Yönetimi Ve Bu Süreçte İletişimin Rolü. Yayınlanmamış *Yüksek Lisans Tezi* .İzmir. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı.

- Cebeci, İ. (2011). Küreselleşme Yaklaşımları Kapsamında Küreselleşme Sürecinin Taihsel Değerlendirilmesi. *Sosyoloji Konferansları Dergisi*. 361-385.
- Christiansen, H. And Y. Kim (2014), State-InvestedEnterprises in the Global Marketplace: Implications for a Level Playing Field, *OECD Corporate Governance Working Papers*, No. 14, OECD Publishing, Paris.
- Chris Adams; Richard Coombes (2003), Global Transfer Pricing: Principles And Practise, Lexisnexis: UK, Aktaran Talha Erhan Özcan (2011), Çok Uluslu Şirketlerde Stratejik Planlama. İstanbul. Kadir Has Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme MBA S.17
- Çalışkan, Ö. (2003). Dünya Yatırım Raporu-2002 Çerçevesinde Doğrudan Yabancı Yatırımlar Üzerine Değerlendirmeler. *DTM Dergisi* .(27), 80-106
- Çetin, R. (2006). Globalleşen Dünyada Çok Uluslu Şirketlerin Gelişmekte Olan Ülke Ekonomileri Üzerindeki Etkileri (Türkiye Örneği). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi .İsparta Süleyman Demirel Üniveristesisi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İktisat Bölümü
- Derele, B. (2005). Çok Uluslu İşletmelerde İnsan Kaynakları Yönetimi. İstanbul Ticaret Üniveristesisi Sosyal Bilimler Dergisi (7), 59-81
- Devlet Planlama Teşkilatı, (2000). Küreselleşme Özel İhtisas Komisyonu Raporu:Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Raporu. Ankara DPT.
- Ekin, N. (1999). Küreselleşme ve Gümrük Birliği. İstanbul Ticaret Birliği Odası Yayın No: 47 .
- Ekiz, C. (2011). Hangi Küreselleşme. *Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* . 18-25
- Elçin, A. (2012). Küreselleşmenin Tarihçesi.1-17
- Elmas, B., Esen, Ö., ve Yurttañıkımaz, Z. Ç. (2011). Yeni Dünya Düzeniyle Başlayan Değişim; Yükselen Ekonomilerin Çağı. 10. *Uluslar Arası Finans Sempozyumu* .
- Erdođdu, A. (2006). Çok Uluslu Şirketlerde Bilgi Yönetimi. Yayınlanmamış *Yüksek Lisans Tezi* .İstanbul. Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Bilgi ve Belge Yönetimi Anabilim Dalı
- Esen, Ş.,ve Gürson, N. G. (2016). Uluslararası Şirketlerde Üst Düzey Yönetici Sağlama Politikaları: Türkiye'de Faaliyet Gösteren 150 Şirket Üzerinde Bir Araştırma. *Jomelips* , (1)1,104-112
- Esgin, A. (2001). Ulus-Devlet ve Küreselleşmeye İlişkin Bazı Tartışmalar. *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi* , 25 (2), 185-192
- Evin, H. (2012). Yeni Denen Eski Bir Oyun: Küreselleşme. *Elektronik Siyaset Bilimi Araştırmaları Dergisi* , 3 (1), 61-80
- Farazmand, A. (1999). Küreselleşme ve Kamu Yönetimi. *Mülkiye* , 25 (22), 245-278
- Gerşil, G. S. (2004). Küreselleşme ve Çok Uluslu İşletmelerin Çalışma İlişkilerine Etkileri. *Sosyal Bilimler Dergisi* , 6 (1), 53-77

- Ghoshal, S., And Bartle, C. A. (1990). The Multinational Corporation As A İnterorganizational Network. *The Academy Of Managent Review* , 15 (4), 603-626
- Gürkan, Ö. (2001). Küreselleşme ve Yeni Uluslararası Ekonomik Düzen. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi .(3), 1-15
- Gürsan, E. (2008). Çok Uluslu İşletmelerin Örgüt Kültürü ve Örgütsel İletişime Etkisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi .İzmir, Ege Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı
- Harmancı, M. (2004). Çok Uluslu Şirketler ve Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları. *Türkiye Kalkınma Bankası A. Ş.*
- Hoştut, S. (2016). Çok Uluslu Şirketlerde Halkla İlişkiler Uygulamaları. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi* , 14(1), 1-22.
- IMF .((2000). Globalization: Threat or Opportunity? 15 Ekim 2017 tarihinde IMF: <https://www.imf.org/external/np/exr/ib/2000/041200to.htm> Adresinden Alındı
- Jarblad, A. (2002). The Global Politic Economy of Transnational Corporations: A Theory of Asymetric Interdependence. *Lulea University of Technology,C. Extended Essay* , 47.
- J. Guan, N. M. (2003). Innovative Capability And Export Performance Of Chinese Firms. *Technovation* . 23(9), 737-747
- Kalafatoğlu, Ş. T. (2013). Küreselleşme Karşıtı Hareket. Ankara Üniveritesi Sosyal Bilimler Dergisi , 4 (1), 143-195
- Karabulut, M. (2016). Çok Uluslu İşletmelerde Sermaye Bütçelemesi: Türkiye'de Faaliyet Gösteren Çok Uluslu Bir İşletme Üzerine Karşılaştırmalı Analiz. Yayınlanmamış *Yüksek Lisans Tezi* . İstanbul, Beykent Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İşletme Anabilim Dalı.
- Kartal, Z. (2007). Kavramsal ve Tarihsel Yönleri İle Küreselleşme. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 8 (2), 251-264
- Kaya, M. (2009). Küreselleşme Yaklaşımları. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi* (13),1-16
- Kazımov, E. (2009). Küreselleşme Sürecinde Çok Uluslu Şirketler ve Bu Bağlamda Azerbaycan'da Tütün Sigara Sektörünün Analizi. Yayınlanmamış *Yüksek Lisan Tezi* .İzmir, Ege Üniveritesi.Sosyal Bilimler Enstitüsü.İşletme Anabilim Dalı.
- Kelecioğlu, M. A. (2010). Çok Uluslu İşletmelerin Dünya Ticaretindeki Etkinliği.
- Kıvılcım, F. (2013). Küreselleşme Olgusu ve Çok Uluslu Şirketlerin Küreselleşme Süreci Üzerindeki Rolü. *Ekonomi Bilimler Dergisi* , 5 (2), 1-16
- Koçar, F. (2006). Küreselleşme Sürecinin Türkiye Ekonomisi Etkileme Kanalları. *Yüksek Lisans Tezi.İzmir*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı
- Köse, H. Ö. (2003). Küreselleşme Sürecinde Devletin Yapısal ve İşlevsel Dönüşümü. *Sayıştay Baş denetçisi SAYIŞTAY DERGİSİ* (49), 3-46

- Kwiatkowsk, G., & Augustynowicz, P. (2015). State-Owned Enterprises In The Global Economy – Analysis Based On Fortune Global 500 List. Joint International Conference.1739-1749
- Kutal, G. (1982). Endüstri İlişkileri Açısından Çok Uluslu Şirketler. 11 28, 2016 tarihinde <http://docplayer.biz.tr/1411548-Prof-dr-gulten-kutal.html> adresinden alındı
- Kutay, N. (2014). Küreselleşme Sürecinde Çok Uluslu Şirketler ve Yoksulluk Olgusu. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi . İstanbul. İstanbul Ticaret Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Uluslararası Ticaret Anabilim Dalı
- Küçük, E. (2005). Yeni Üretim Ortamında Genel Üretim Maliyetleri ve Kayseri'deki Bazı Uygulamalara İlişkin Bir Araştırma". *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* (25), 1-23
- Kürkçü, D. D. (2013). Küreselleşme Kavramı ve Küreselleşmeye Yönelik Yaklaşımlar. *The Turkish Online Of Designe Art And Communication* , 3 (2),1-11
- Lefebvre, É., Lefebvr, L. A., & Bourgault, M. (1998). R&D-Related Capabilities As Determinants Of Export Performance. *Small Busi ness Economics* 10(4), 365-377
- Koçtürk, O.Murat., Eker, M. (2012). Dünyada ve Türkiye'de Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve Çok Uluslu Şirketlerin Gelişimi. *Tarım Ekonomisi Dergisi*. 18(1), 35 - 42
- Michael, B. (2003). Theirising The Politics Of Globalisation: A Critique Of Held Et Al.'S " Transformationalism. *Journal Of Economics And Social Research* , 4 (2), 3-17
- Murtezaoğlu, M. D. (2008). Çok Uluslu Şirketler be Finansal Raporlama Sorunları- Bir Uygulama. Yayınlanmamış *Yüksek Lisans Tezi* .İstanbul, İstanbul Üniversitesi.Sosyal Bilimler Enstitüsü. İşletme Anabilim Dalı.
- Mounir Mossolly (2014). Global Projects: A Conceptual Review on Execution Attitude in Multinational Corporations 28th IPMA World Congress, IPMA 2014, 29 September – 1 October 2014, Rotterdam, The Netherlands.
- Önalın, H. (2014). Küreselleşme ve Eleştirileri. Yayınlanmamış *Yüksek Lisans Tezi* .Malatya, İnönü Üniversitesi.Sosyal Bilimler Enstitüsü.Sosyoloji Anabilim Dalı.
- Özcan, B., ve Sarı, A. (2010). Doğrudan Yabancı Yatırımların Belirleyicileri Üzerine Bir Analiz:OECD Örneği. *Ekonometri ve İstatistik Dergisi* .(12), 65-88.
- Özkan, A. (2006). Küreselleşme Sürecinin Medya ve Kültür Üzerindeki Etkileri. Tasam: Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi. Stratejik Rapor No:15. 3-31.
- Özerkmen, N. (2004). Uluslararası Eşitsizliği Derinleştiren Bir Süreç Olarak Ekonomik Küreselleşme. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Dergisi* , 44 (1), 135-148
- Peng, S.S., Huang, D.S., Yang, T.H. and Sun Y.C. (2012). Who's in The Forbes Global 2000? The Role of Home Market, Multinational Firm, Economic Development, and State Capitalism. P. 2-38

- Rodrik, D. (1997). Sense and Nonsense in The Globalization debate. *Foreign Policy* (107), 19-37
- Reyhan, H., ve Mutlu, A. (2012). Türkiye'de Çok Uluslu Şirketlerin Yatırımlarının Geleceği: Çevresel ve Doğal Kaynak Yatırımlarının Üzerinde Bir Değerlendirme. Turkey International Conference On Eurasian Economics
- Ruhl, K. J. (2016). The Ownership-Location-Internalization Framework. *Multinationals Nd The Globalization Of Production* .1-3
- Serazhatdinova, G. (2007). Globalleşme Sürecinde Çok Uluslu Turizm Şirketlerinin Yeri ve Türkiye'nin İstihdamı Üzerindeki Etkileri. Yayınlanmamış *Yüksek Lisans Tezi* .İstanbul, İstanbul Üniversitesi.Sosyal Bilimler Enstitüsü. Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Serinkan, C., ve Yağcı, Z. (2012). Çok Uluslu İşletmelerin Faaliyet Şekilleri ve Organizasyon Yapıları. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi* , 1 (2), 91-117
- Seyidoğlu, H. (2003). *Uluslararası İktisat Teori ve Politika Uygulamaları*. İstanbul: Güzem Can Yayınları
- Sivrikaya, D. (2012). Küreselleşme Sürecinde Çok Uluslu Şirketler İle Sivil Toplum Kuruluşlarının İktisadi Etkileşimleri. Yayınlanmamış *Yüksek Lisans Tezi* .Ordu, Ordu Üniversitesi.Sosyal Bilimler Enstitüsü. İktisat Anabilim Dalı
- Richard Barnett ve Ronald Müller, Global Reach Power of The Multinational Corporations, New York: Simon and the Schuster, . Aktaran Sinem Ünal'dılar Çok Uluslu Şirketlerin Uluslararası Aktörler Olarak Siyasi ve Ekonomik Rollerini sayfa:6
- Robin Stryker (1998) *International Journal of Sociology and Social Policy, Volume 18, Number 2,3,*
- Şenses, F. (2004). Neoliberal Küreselleşme Kalkınma İçin Bir Fırsat mı, Engel? mi? *Erc Working Paper In Economic* , 4 (9), 1-27
- Şişman, D. (2016). Ulusötesi Şirketlerin Küresel Kriz Sürecindeki Konumları. 1-19. 2. *Üretim Ekonomi Kongresi* .
- Tağraf, H. (2008). Küresel Stratejilerden Çok Uluslu Stratejilere Geçiş: Küresel Düşün Yerel Davran. *KMU İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* (14). 1 -19
- Taner, D. (2006). Türkiye'de İletişim Tekeli ve Türk Telekomünasyon A.Ş'nin Özelleştirilmesi. Yayınlanmamış *Yüksek Lisans Tezi*. İsparta.Süleyman Denirel Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Maliye Anabilim Dalı.
- Tartanoğlu, A. (2002). Küreselleşmenin Dili. *Mülkiye Dergisi* , 25(229), 201-20
- Taylan, H. H., ve Arklan, Ü. (2008:91). Medya ve Kültür: Kültürün Medya Aracılığıyla Küreselleşmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi* , 10 (1),85-97
- Temizel, H., Turan, E., Temizel, M. (2008). Küresel İşletmecilikte Ülkelerin Sosyo- Kültürel Yapılarından Kaynaklanan Sorunlar. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Sayı* .(19), 459-474.

- Timur, N. ve Özmen, A.(2009), Stratejik Küresel Pazarlama, Eflatun Yayınevi, Ankara. Aktaran Sinem Kalender (2013), İşletmelerin Uluslararası Pazarlara Girişte Karşılaştıkları Engellerin İhracat Performansı Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Dış Ticaret Sermaye Şirketleri Üzerine Bir Araştırma. Edirne. Trakya Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İşletme Anabilim Dalı.
- Tokol, A. (2001). Çok Uluslu Şirketler ve Endüstri İlişkilerine Etkileri. *Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri* , 3 (2), Issn 2148-9874.
- Tuan, A., ve Sağlar, J. (1998). Çok Uluslu Şirketlerin Muhasebe Yapıları ve Muhasebe Uygulamalarını Etkileyen Yapısal Faktörler. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 5(5),25-43
- Türkmen, S. Y. (2006). Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve Türkiye Açısından Bir Değerlendirme. Yayınlanmamış *Doktora Tezi* .İstanbul, Marmara Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.İşletme Anabilim Dalı
- Uhlen, A. (1988). Transnational Corporations as Global Political Actors: A Literature Review, *Cooperation and Conflict*. 23 (4), 231-247
- Uygun, E. (2010). Çok Uluslu Şirketlerden Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışı ve Çevre Politikaları. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi . İstanbul, Kadir Has Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Uluslararası ilişkiler ve Küreselleşme Anabilim Dalı
- URL-1. (2017,Ağustos 7). Üçünü Küreselleşmeye Getirecek. 15 Ocak 2017 Tarihinde https://www.kongar.org/Aydinlanma/2002/306_Ucuncu_Kuresellesme_Ne_Getirecek.Php Adresinden Alındı.
- URL-2. (1998). Çok Uluslu Şirket Teorileri Çerçevesinde, Yabancı Sermaye Yatırımlarının İncelenerek, Değerlendirilmesi, Kasım 11, 2016 Tarihinde <http://menadoc.bibliothek.uni-halle.de/menalib/content/pageview/1645221>
- URL-3.(1999). Seventeenth-Century Imperialism. Kasım 18, 2016 Department <http://www.nipissingu.ca/departments/history/muhlberger/2155/17thimp.Htm> Adresinde Alındı
- URL-4.(2016). Ekonomik Küreselleşme: Küresel Çağda Ekonomi Çok Uluslu Şirketler. Kasım 28, 2016 <http://documents.tips/documents/kuresellesme-cok-uluslu-sirketler.Html> Adresinden Alındı
- URL-5.(2017). Dış Pazarlara Giriş Yolları ve Stratejileri Nelerdir İhracatta Dış Pazarlara Giriş Yolları ve Stratejileri. Haziran 28, 2017 <http://www.susbitkileri.org.tr/tr/Sikca-Sorulan-Sorular/Dis-Pazarlara-Giris-Yollari-ve-Stratejileri-Nelerdir> Adresinden Alındı
- URL-6. (2005). Çok Uluslu Şirketlerin Sorumlulukları: ILO ve OECD Bildirgeleri. Mart 1,2017 <http://www.canaktan.org/ekonomi/cok-uluslu/sorumluluk.htm> Adresinden Alındı
- URL-7.(2005). Çok Uluslu Şirketlerin İktisadi Etkileri.Mart 3,2017 <http://www.canaktan.org/ekonomi/cok-uluslu/etkileri.htm> Adresinden Alındı

- URL-8.(2016, Mayıs 25) <https://www.forbes.com/sites/steveschaefer/2016/05/25/the-worlds-largest-companies-2016/#74a3c20045a6> Adresinden Alındı
- URL-9.(2016). Uluslararası Doğrudan Yatırımlar 2015 Yılı Raporu 29 Haziran 2017 tarihinde <https://www.ekonomi.gov.tr/portal/content/conn/UCM/uuid/dDocName:EK-231834> Adresinden Alındı
- URL-10. (2016). Uluslararası Doğrudan Yatırımlar 2015 Yılı Raporu 29 Haziran 2017 tarihinde <https://www.ekonomi.gov.tr/portal/content/conn/UCM/uuid/dDocName:EK-231834> Adresinden Alındı
- URL-11. (2016). Uluslararası Doğrudan Yatırımlar 2015 Yılı Raporu 29 Haziran 2017 tarihinde <https://www.ekonomi.gov.tr/portal/content/conn/UCM/uuid/dDocName:EK-231834> Adresinden Alındı
- URL-12.(2016). w.w.w.fortune.com 5 Temmuz 2017 Adresinden Alındı
- URL-13. (2017). <http://data.worldbank.org/data-catalog/gdp-ranking-table> Temmuz, 2017 Tarihinde Alındı
- URL-14. (2016). <http://fortune.com/global500/2016/> Adresinden Alındı
- URL-15. (2015). <https://www.capital.com.tr/listeler/capital-500>. 5 Temmuz 2017, Adresinden Alındı
- URL-16. (2016). Uluslararası Doğrudan Yatırımlar 2015 Yılı Raporu 29 Haziran 2017 tarihinde <https://www.ekonomi.gov.tr/portal/content/conn/UCM/uuid/dDocName:EK-231834> Adresinden Alındı
- Ünaldılar, S. (2005). Çok Uluslu Şirketlerin Uluslararası Faktörler Olarak Siyasi ve Ekonomik Rollerini. Yayınlanmamış *Yüksek Lisans Tezi*. İzmir. Kadir Has Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ünlü, Ö. (2010). Çok Uluslu İşletmelerde Nakit Yönetimi ve Kuramsal Bir Uygulama. Yayınlanmamış *Yüksek Lisans Tezi*. İzmir, Dokuz Eylül Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı.
- Ünlüönen, M., ve Şener, C. (2015). Türkiye'de Çok Uluslu Şirketlerin İncelenmesi: Gübretaş Örneği. *Bankacılık ve Finansal Araştırmalar Dergisi*. (1),7-22
- Vernon, R. (1973). „Sovereignty at Bay.
- Wakelin, K. (1998). Innovation And Export Behaviour At The Firm Level. *Research Policy*, .829-871
- Waters, M. (2001). Globalization. *Second Edition* .
- Yenen, S. (2015). Çok Uluslu İşletmelerin Bilgi Sistemlerinde Bilginin Depolanmasının Ve İletilmesinde Teknik Bilgi Analizi. Yayınlanmamış *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul, Haliç Üniversitesi.Sosyal Bilimler Enstitüsü. Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Anabilim Dalı.

Yeşil, S. (2013). Kültür ve Kültürel Farklılıklar: Liderlik Açısından Teorik Bir Değerlendirme. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. 12(44), Issn:1304-0278. 53-81.

Yula, M. S. (2007). Gelişmekte Olan Ülkelerin Kalkınmasında Çok Uluslu Şirketlerin Etkileri: Arjantin Brezilya, Meksika vee Türkiye Örneği (1980-2005). Yayınlanmamış *Yüksek Lisans Tezi* . Kars, Kafkas Üniveristesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İktisat Ana bilim Dalı

EKLER

Ek A: Uluslararası Sermayeli Şirketlerin Sermaye Büyüklüğü Açısından Ükelere Göre Dağılımı (2014-2015)

Ükeler	2014					2015				
	Sermaye Tutarı (Dolar)									
	<50.000	50.000-200.000	200.000-500.000	>500.000	Toplam	<50.000	50.000-200.000	200.000-500.000	>500.000	Toplam
AB Ükeleri	1002	132	64	98	1296	979	144	54	79	1256
Almanya	286	51	23	17	377	345	50	14	13	431
Hollanda	102	13	12	15	142	97	22	7	19	145
İngiltere	113	8	4	12	137	109	21	7	12	149
İtalya	71	11	7	9	98	64	9	6	7	86
Diğer AB Ükeleri	430	49	18	45	542	355	42	20	28	445
Diğer Avrupa Ükeleri (AB Hariç)	265	29	10	18	322	273	46	12	12	343
Kuzey Afrika Ükeleri	180	49	19	2	250	266	60	13	3	342
Diğer Afrika Ükeleri	51	4	0	0	55	46	2	0	0	48
Kuzey Amerika	90	12	2	8	112	125	12	3	7	147

Ek A: Devam Ediyor.

Ülkeler	2014					2015				
	Sermaye Tutarı (Dolar)									
	<50.000	50.000-200.000	200.000-500.000	>500.000	Toplam	<50.000	50.000-200.000	200.000-500.000	>500.000	Toplam
ABD	71	11	2	7	91	104	11	2	6	123
Kanada	19	1	0	1	21	21	1	1	1	24
Orta ve Güney Amerika, Karayipler	14	1	2	1	18	16	2	2	2	22
Yakın ve Ortadoğu Ülkeleri	1573	518	120	53	2264	2194	649	95	47	2985
Diğer Asya	237	54	21	16	328	271	70	15	17	373
Diğer Ülkeler	35	2	1	1	39	17	4	0	9	30
Toplam	3447	801	239	197	4684	4.187	989	194	176	5546

Ek B: En Yüksek Gelir Elde Eden Çok Uluslu Şirketler (2016)

SIRA	ŞİRKET	SEKTÖRLER	GELİRLER	KÂRLAR (MİLYAR)	MERKEZ ÜLKE
1	Wal- Mart	Perakende	482,130	14,694	ABD
2	State Grid	Enerji	329,610	10,201	ÇİN
3	China National Petroleum	Enerji	299,271	7,091	ÇİN

Ek B: Devam Ediyor.

SIRA	ŞİRKET	SEKTÖRLER	GELİRLER	KÂRLAR (MİLYAR)	MERKEZ ÜLKE
4	Sinopec Group	Enerji	294,344	3,595	Çin
5	Royal Dutch Shell	Enerji	272,156	1,939	Hollanda
6	Exxon Mobil	Enerji	246,204	16,150	ABD
7	Volkswagen	Otomotiv	236,600	-1,520	Almanya
8	Toyota Motor	Otomotiv	236,592	19,264	Japonya
9	Apple	Teknoloji	233,715	53,394	ABD
10	Bp	Enerji	225,992	-6,482	Britanya
11	Berkshire Hathaway	Finansal	210,821	24,083	ABD
12	Mckesson	Toptan	192,487	2,258	ABD
13	Samsung Electronics	Teknoloji	177,440	16,532	Güney Kore
14	Glencore	Enerji	170,497	-4,964	İsviçre
15	Industry and Commercial Bank Of China	Finansal	167,227	44,098	Çin
16	Daimler	Otomotiv	165,800	9,345	Almanya
17	United Health Group	Sağlık Hizmeti	157,107	5,813	ABD
18	Cvs Health	Yiyecek ve İlaç Mağazaları	153,290	5,237	ABD

Ek B: Devam Ediyor.

SIRA	ŞİRKET	SEKTÖRLER	GELİRLER	KÂRLAR (MİLYAR)	MERKEZ ÜLKE
19	Exor Group	Finansal	152,591	825	İtalya
20	General Motor	Otomotiv	152,356	9,687	ABD
21	Ford Motor	Otomotiv	149,558	7,373	ABD
22	China Construction Bank	Finansal	147,910	36,303	Çin
23	At&T	Telekomünikasyon	146,801	13,345	ABD
24	Total	Enerji	143,421	5,087	Fransa
25	Hon Hai Precision Industry	Teknoloji	141,213	4,627	Tayvan
26	General Electric306	Otomotiv	140,389	-6,126	ABD
27	China State Construction Engineering	Mühendislik ve İnşaat	140,159	2,251	ABD
28	America Source Bergen	Toptan	135,962	-135	ABD
29	Agricultural Bank Of China	Finansal	133,419	28,735	Çin
30	Verizon	Telekomünikasyon	131,620	17,879	ABD
31	Chevron	Enerji	131,118	4,587	ABD

Ek B: Devam Ediyor.

SIRA	ŞİRKET	SEKTÖRLER	GELİRLER	KÂRLAR (MİLYAR)	MERKEZ ÜLKE
32	E.On	Enerji	129,277	-7,764	Almanya
33	Axa	Finansal	129,250	6,231	Fransa
34	Allinaz	Finansal	122,948	7,339	Almanya
35	China Of Bank	Finansal	122,337	27,136	Çin
36	Honda Motor	Otomotiv	121,624	2,870	Japonya
37	Japan Post Holdings	Finansal	118,762	3,548	Japonya
38	Costco	Perakende	116,199	2,377	ABD
39	Bnp Paribas	Finansal	111,531	7,426	Fransa
40	Fannie Mae	Finansal	110,359	10,954	ABD
41	Ping An Insurance	Finansal	110,308	8,625	Çin
42	Kroger	Yiyecek ve İlaç Mağazaları	109,830	2,039	ABD
43	Société Générale	Finansal	107,736	4,438	Fransa
44	Amazon.Com	Teknoloji	107,006	596	ABD
45	China Mobil Communications	Telekomünikasyon	106,761	10,144	Çin

Ek B: Devam Ediyor.

46	Saic Motor	Otomotiv	106,684	4,741	Çin
47	Walgreens Boots Alliance	Yiyecek ve İlaç Mağazaları	103,444	4,220	ABD
48	Hp	Teknoloji	103,355	4,554	ABD
49	Assicurazioni Generali	Finansal	102,567	2,252	İtalya
50	Cardinal Health	Toptan	102,531	1,215	ABD
51	Bmw	Otomotiv	102,248	7,065	Almanya
52	Express Scripts Holding	Sağlık Hizmeti	101.752	2,476	ABD
53	Nissan Motor	Otomotiv	101,536	4,364	Japonya
54	China Life Insurance	Finansal	101,274	4,170	Çin
55	J.P. Morgan Chase	Finansal	101,006	24,442	ABD
56	Gazprom	Enerji	99,464	12,882	Rusya
57	China Railway Engineering	Mühendislik ve İnşaat	99,435	983	Çin
58	Petrobras	Enerji	97,314	-8,450	Brezilya
59	Trafigura Group	Toptan	97,237	1,236	Singapur
60	Nippon Telegraph & Telephone	Telekomünikasyon	96,134	6,145	Japonya
61	Boeing	Hava Taşımacılığı	96,114	5,176	ABD

Ek B: Devam Ediyor.

SIRA	ŞİRKET	SEKTÖRLER	GELİRLER	KÂRLAR (MİLYAR)	MERKEZ ÜLKE
62	China Railway Construction	Mühendislik ve İnşaat	95,652	1,106	Çin
63	Microsoft	Teknoloji	93,580	12,193	ABD
64	Bank Of America Corp.	Finansal	93,056	15,888	ABD
65	Eni	Enerji	92,985	-9,743	İtalya
66	Nestlé	Gıda Tüketici Ürünleri	92,285	9,423	İsviçre
67	Wells Fargo	Finansal	90,033	22,894	ABD
68	Hsbc Holdings	Finansal	89,061	13,522	Britanya
69	Home Depot	Perakende	88,519	7,009	ABD
70	Citigroup	Finansal	88,275	17,242	ABD
71	Siemens	Elektronik, Elektrikli, Teçhizat	87,660	8,338	Almanya
72	Tesco	Yiyecek ve İlaç Mağazaları	87,633	209	Britanya
73	Carrefour	Yiyecek ve İlaç Mağazaları	87,474	1,087	Almanya
74	Philips 66	Enerji	87,169	4,227	ABD

Ek B: Devam Ediyor.

SIRA	ŞİRKET	SEKTÖRLER	GELİRLE R	KÂRLAR (MİLYAR)	MERKEZ ÜLKE
75	Banco Santander	Finansal	84,885	6,618	İspanya
76	Lukoil	Enerji	84,677	4,765	Rusya
77	Crédit Agricole	Finansal	84,099	3,900	Fransa
78	Enel	Enerji	83,926	2,436	İtalya
79	Hitachi	Elektronik, Elektrikli, Teçhizat	83,584	1,434	Japonya
80	Électricité De France	Enerji	83,202	1,317	Fransa
81	Dongfeng Motor Group	Otomotiv	82,817	1,480	Çin
82	Ibm	Teknoloji	82,461	13,190	ABD
83	Valero Energy	Enerji	81,824	3,990	ABD
84	Hyundai Motor	Otomotiv	81,320	5,675	Güney Kore
85	Anthem	Sağlık Hizmeti	79,157	2,560	Abd
86	Procter & Gamble	Ev Ürünleri	78,756	7,036	Abd
87	Robert Bosch	Otomotiv	78,323	3,542	Almanya
88	Basf	Kimyasallar	78,147	4,423	Almanya
89	Engie	Enerji	77,520	-5,122	Fransa

Ek B: Devam Ediyor.

SIRA	ŞİRKET	SEKTÖRLER	GELİRLE R	KÂRLAR (MİLYAR)	MERKEZ ÜLKE
90	Duetsche Telekom	Telekomünikasyon	76,793	3,610	Almanya
91	China Resources National	Perakende	76,574	2,489	Çin
92	Softbank Group	Telekomünikasyon	76,697	3,950	Japonya
93	State Farm Insurance Cos.	Finansal	75,697	6,229	ABD
94	Alphabet	Teknoloji	74,989	16,348	ABD
95	China Southern Power Grid	Enerji	74,697	2,223	Çin
96	Comcast	Telekomünikasyon	74,510	8,163	ABD
97	Target	Perakende	73,785	3,363	ABD
98	Pemex	Enerji	73,514	-44,904	Meksika
99	Pacific Construction Group	Mühendislik ve İnşaat	73,047	3,205	Çin
100	Airbus Group	Hava Taşımacılığı	71.493	22,991	Hollanda
			Toplam 12.394	Toplam 676,466	

Ek C: Dünya Ülkelerinin Gayri Safi Yurt İçi Hâsılları (2016/ Milyar-Dolar)

Sıra	Ülke	GSYİH (milyar \$)	Sıra	Ülke	GSYİH (milyar \$)
1	ABD	18.569	41	Kolombiya	282,463
2	Çin	11.199	42	Şili	247,028
3	Japonya	4.939	43	Finlandiya	236,785
4	Almanya	3.466	44	Bangladeş	221,415
5	Birleşik Krallık	2.618	45	Portekiz	204,565
6	Fransa	2.465	46	Vietnam	202,616
7	Hindistan	2.263	47	Yunanistan	94,559
8	İtalya	1.849	48	Çek Cumhuriyeti	192,925
9	Brezilya	1.796	49	Peru	192,094
10	Kanada	1.529	50	Romanya	186,691
11	Kore Cumhuriyeti	1.411	51	Yeni Zelanda	185,017
12	Rusya	1.283	52	Irak	171,489
13	İspanya	1.232	53	Cezayir	156,080
14	Avustralya	1.204	54	Katar	152,469
15	Meksika	1.045	55	Kazakistan	133,657
16	Endonezya	932,259	56	Macaristan	124,343
17	Türkiye	857,749	57	Kuveyt	114,041
18	Hollanda	770,845	58	FAS	101,445
19	İsviçre	659,827	59	Ekvator	97,802
20	Suudi Arabistan	646,438	60	Sudan	95,584
21	Arjantin	545,866	61	Ukrayna	93,270
22	İsveç	511,000	62	Angola	89,633
23	Polonya	469,509	63	Slovakya	89,552
24	Belçika	466,366	64	Küba	87,133
25	Tayland	406,840	65	Sri Lanka	81,322
26	Nijerya	405,083	66	Etiyopya	72,374
27	İran	393,436	67	Dominik Cumhuriyeti	71,584
28	Avusturya	386,428	68	Kenya	70,529
29	Norveç	370,557	69	Guatemala	68,763
30	Birleşik Ara Emirlikleri	348,743	70	Myanmar	67,430
31	Mısır	336,297	71	Özbekistan	67,220
31	Mısır	336,297	72	Umman	66,293
32	Hong Kong Sar (Çin)	320,912	73	Lüksemburg	59,948
33	İsrail	318,744	74	Kosta Rika	57,436
34	Danimarka	306,143	75	Panama	55,188
35	Filipinliler	304,905	76	Uruguay	52,420
36	Singapur	296,966	77	Bulgaristan	52,395
37	Malezya	296,359	78	Hırvatistan	50,425
38	Güney Afrika	294,841	79	Lübnan	47,537
39	İrlanda	294,054	80	Belarus	47,433
40	Pakistan	283,660	81	Tanzanya	47,431

EK C: Devam Ediyor.

Sıra	Ülke	GSYİH (milyar \$)	Sıra	Ülke	GSYİH (milyar \$)
82	Macao SAR, (Çin)	44,803	119	Jamaika	14,027
83	Slovenya	43,991	120	Batı Şeria Ve Gazze	13,397
84	Litvanya	42,739	121	Nikaragua	13,231
85	Gana	42,690	122	Mauritius	12,164
86	Tunus	42,063	123	Burkina Faso	12,115
87	Ürdün	38,655	124	Arnavutluk	11,927
88	Azerbaycan	37,848	125	Brunei Darusselam	11,400
89	Sırbistan	37,745	126	Moğolistan	11,160
90	Türkmenistan	36,180	127	Mozambik	11,015
91	Côte d'Ivoire	36,165	128	Haiti	10,949
92	Kongo	34,999	129	Makedonya	10,900
93	Bolivya	33,806	130	Ermenistan	10,547
94	Bahreyn	31,859	131	Namibiya	10,267
95	Letonya	27,677	132	Ekvator Ginesi	10,179
96	Paraguay	27,441	133	Madagaskar	9,991
97	Yemen	27,318	134	Çad	9,601
98	El Salvador	26,797	135	Bahamalar	9,047
99	Uganda	25,528	136	Güney Sudan	9,015
100	Kamerun	24,204	137	Benin	8,583
101	Estonya	23,137	138	Raunda	8,376
102	Honduras	21,517	139	Haiti	8,023
103	Nepal	21,144	140	Kongo	7,834
104	Trinidad Ve Tobago	20,989	141	Nijer	7,509
105	İzlanda	20,047	142	Isle Of Man	7,428
106	Kamboçya	20,017	143	Tacikistan	6,952
107	Kıbrıs	19,802	144	Moldova	6,750
108	Zambiya	19,551	145	Lihtenştayn	6,664
109	Afganistan	19,469	146	Kosova	6,650
110	Papua Yeni Gine	16,929	147	Kırgız Cumhuriyeti	6,551
111	Bosna Hersek	16,560	148	Gine	6,299
112	Zimbabwe	16,289	149	Somali	6,217
113	Lao Pdr	15,903	150	Guam	5,734
114	Botsvana	15,275	151	Malavi	5,442
115	Senegal	14,765	152	Moritanya	4,635
116	Georgia	14,333	153	Fiji	4,632
117	Gabon	14,214	154	Barbados	4,588
118	Mali	14,045	155	Togo	4,400

Ek C: Devam Ediyor.

Sıra	Ülke	GSYİH (milyar \$)	Sıra	Ülke	GSYİH (milyar \$)
156	Karabağ	4,173	180	Samoa	786
157	Virgin Adaları	3,765	181	Vanuatu	774
158	Swaziland	3,727	182	Vincent ve Grenadinler	771
159	Sierra Leone	3,669	183	Amerikan Samoası	641
160	Surinam	3,621	184	Komorlar	617
161	Maldivler	3,591	185	Dominika	525
162	Guyana	3,446	186	Tonga	395
163	Burundi	3,007	187	Sao Tome Ve Principe	351
164	Grönland	2,237	188	Mikronezya	322
165	Lesotho	2,220	189	Palau	293
166	Liberya	2,101	190	Marshall Adaları	183
167	Belize	1,765	191	Kiribati	166
168	Orta Afrika Cumhuriyeti	1,756	192	Nauru	102
169	Cabu Verde	1,617	193	Tuvalu	3 4
170	Antigua Ve Barbuda	1,449	194	Andorra
171	Timur Leste	1,442	195	Aruba
172	Sejšeller	1,427	196	İngiliz Virgin Adaları
173	St.Lucia	1,379	197	Cayman Adaları
174	Solomon Adaları	1,202	198	Kanal Adaları
175	Gine -Bissau	1,126	199	Curacao
176	Grenada	1,016	200	Eritre
177	Gambiya	965	201	Faroe Adaları
178	Kuzey Mariana Adaları	922	202	Fransız Polinezyası
179	St.Kitts ve Nevis	917	203	Cebelitarık

Ek C: Devam Ediyor.

Sıra	Ülke	GSYİH (milyar \$)
204	Kore, Dem. Halk Temsilcisi
205	Libya
206	Monaco
207	Yeni Kaledonya
208	Porto Riko
209	San Marino
210	Sint Maarten (Hollanda Bölümü)
211	St. Martin (Fransız Bölümü)
212	Suriye Arap Cumhuriyeti
213	Turks Ve Caicos Adaları
214	Venezuela

Ek D: Çok Uluslu Şirketlerin İstihdam Düzeyleri (2015-2016)

SIRA	ŞİRKET	İSTİHDAM DÜZEYLERİ (KİŞİ SAYILARI)	
		2015 YILI	2016 YILI
1	WAL-MART	2.200.000	2.300,000
2	STATE GRİD	921,964	927,839
3	CHİNA NATIONÄL PETROLEUM	1.636.532	1.589.508
4	SİNOPEC GROUP	897,488	810,538
5	ROYAL DUTCH GROUP	94,000	90,000
6	EXXON MOBİL	83,700	75,600
7	VOLKSWAGEN	592,586	610,076

Ek D: Devam Ediyor.

SIRA	ŞİRKET	İSTİHDAM DÜZEYLERİ (Kişi SAYILARI)	
		2015 YILI	2016 YILI
8	TOYOTA MOTOR	344,109	348,877
9	APPLE	97,200	110,000
10	BP	84,500	79,800
11	BERKSHİRE HATHAWAY	316,000	331,000
12	MCKESSON	74,400	68,000
13	SAMSUNG ELECTRONİCS	307,000	319,000
14	GLENCORE	106,831	102,388
15	DAİMLER	279,972	284,015
16	INDUSTRIAL ve COMMERCIAL BANK OF CHİNA	462,282	466,346
17	DAİMLER	279,972	284,015
18	UNİTEDHEALTH GROUP	170,000	200,000
19	CVS HEALTH	177,800	199,000
20	EXOR GROUP	318,562	303,247
21	GENERAL MOTORS	216,000	215,000
22	FORD MOTOR	187,000	199,000
23	CHİNA CONSTRUCTION BANK	372,321	369,183
24	AT&T	243,620	281,450
25	TOTAL	100,307	96,019
26	HON HAI PRECİSİON INDUSTRY	1.060.000	1.060.000
27	GENERAL ELECTRIC	305,000	333,000
28	CHİNA STATE CONSTRUCTION ENGINEERİNG	247,672	241,474

Ek D: Devam Ediyor.

SIRA	ŞİRKET	İSTİHDAM DÜZEYLERİ (KİŞİ SAYILARI)	
		2015 YILI	2016 YILI
29	AMERİSOURCE BERGEN	13,500	17,000
30	AGRICULTURAL BANK OF CHİNA	505,627	508,726
31	VERİZON	177,300	177,700
32	CHEVRON	64,700	61,500
33	E.ON	249,966	56,490
34	AXA	96,276	98,279
35	ALLIANZ	147,425	142,459
36	BANK OF CHİNA	308,128	310,042
37	HONDA MOTOR	204,730	208,399
38	JAPAN POST HOLDİNGS	221,000	250,876
39	COSTCO	153,500	161,000
40	BNP PARİBAS	179,603	181,551
41	FANNİE MAE	7,600	7,300
42	PİNG AN INSURANCE	235,999	275,011
43	KROGER	400,000	431,000
44	SOCIETE GÉNERALE	153,836	151,149
46	CHİNA MOBİLE COMMUNICATIONS	274,347	436,651
47	SAIC MOTOR	92,484	92,780
48	WALGREENS BOOTS ALLIANCE	213,000	302,500
49	HP	302,000	287,000
50	ASSICURAZIONİ GENERALİ	78,333	76,191
2016 Yılı Toplam İstihdam Sayıları: 16.758.779 Kişi			

Ek E: Türkiye'nin İlk 50 Şirket Sıralaması (2015)

SIRA	ŞİRKET	SEKTÖR	ÇALIŞAN KİŞİ (İSTİHDAM)	CİRO (MİLYAR TL)
1	TÜPRAŞ	ENERJİ- PETROL	4735	36,983
2	OMV PETROL OFİSİ	ENERJİ PETROL	993	30,921
3	TURK HAVA YOLLARI	ULAŞTIRMA	28676	28,752
4	OPET PETROLÇÜLÜK	ENERJİ PETROL	786	18,485
5	BİM BİRLEŞİK MAĞAZALARI	PERAKENDE	30232	17,428
6	FORD OTOSAN	OTOMOTİV	16676	16,746
7	SHELL & TURCAS PETROL	ENERJİ-PETROL	815	15,354
8	TÜRK TELEKOM	TELEKOMÜNİKASYON	34147	14,522
9	ARÇELİK	ELEKTRİK- ELEKTRONİK	26337	14,166
10	TURKCELL	TELEKOMÜNİKASYON	16500	12,769
11	ENKA İNŞAAT	İNŞAAT	22452	12,384
12	EREĞLİ DEMİR ÇELİK	DEMİR-ÇELİK	12659	11,914
13	ENERJİSA ENERJİ A.Ş.	ENERJİ- PETROL	9125	11,864
14	DOĞUŞ OTOMOTİV	OTOMOTİV	2494	10,889
15	ANADOLU EFES BİRACILIK	GIDA-İÇECEK	17442	10,205
16	MERCEDES BENZ TÜRK	OTOMOTİV	6106	9,947
17	TOFAŞ OTO FABRİKA	OTOMOTİV	7072	9,920
18	OYAK RENAULT	OTOMOTİV	6248	9,894
19	MİGROS	PERAKENDE	21762	9,390
20	VODAFONE	TELEKOMÜNİKASYON	3335	9,928
21	VESTEL ELEKTRONİK	ELEKTRİK-ELEKTRONİK	16690	9,250
22	POLİMEKS İNŞAAT	İNŞAAT	28694	8,665
23	JTI TÜTÜN ÜRÜNLERİ PAZARLAMA	TÜTÜN	478	8,088
24	KİBAR DIŞ TİCARET	DIŞ TİCARET	52	7,670
25	HYUNDAİ ASSAN OTOMOTİV	OTOMOTİV	2502	7,630
26	LC WAİKİKİ MAĞAZACILIK	PERAKENDE	30000	7,480
27	SELÇUK ECZA	İLAC	5864	7,480
28	ŞİŞECAM	CAM -SERAMİK	21049	7,415
29	İÇDAŞ ÇELİK ENERJİ	DEMİR- ÇELİK	4,630	6,881

Ek E: Devam Ediyor.

SIRA	ŞİRKET	SEKTÖR	ÇALIŞAN KİŞİ (İSTİHDAM)	CİRO (MİLYAR TL)
30	COCA COLA İÇECEK	GIDA- İÇECEK	10,353	6,723
31	AYGAZ	ENERJİ -PETROL	1394	6,419
32	İÇTAŞ İNŞAAT	İNŞAAT	2900	6,378
33	İSTANBUL ALTIN RAFİNERİSİ	KUYUMCULUK	268	5,892
34	İĞDAŞ İSTANBUL GAZ DAĞITIM	ENERJİ PETROL	2105	5,677
35	OTOKOÇ	OTOMOTİV	2037	5,180
36	THY OPET	ENERJİ PETROL	433	5,038
37	BSH EV ALETLERİ	ELEKTRİK- ELEKTRONİK	7113	4,661
38	PEKTİM	KİMYA	2471	4,532
39	ŞOK MARKETLER	PERAKENDE	12905	4,461
40	TOYOTA OTOMOTİV	OTOMOTİV	2864	4,303
41	UNİLEVER	HIZLI TÜKETİM	5793	4,089
42	BOSCH SANAYİ VE TİCARET	OTOMOTİV	7985	3,941
43	CARREFOURSA	PERAKENDE	12116	3,932
44	HAYAT KİMYA	HIZLI TÜKETİM	3708	3,588
45	TİRYAKİ AGRO GIDA	TARIM	628	3,507
46	PEGASUS HAVA TAŞIMACILIĞI	ULAŞTIRMA	4967	3,488
47	İNDEKS BİLGİSAYAR	BİLİŞİM	500	3,384
48	GÜNEŞ EKSPRES TAŞIMACILIK	ULAŞTIRMA	2584	3,379
49	ÇALIK ENERJİ	ENERJİ-PETROL	1496	3,367
50	MEY İÇKİ	GIDA- İÇECEK	586	3,282
Toplam istihdam sayıları: 480 433			Toplam: 478 milyar TL (Yaklaşık 150 milyar \$)	

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı soyadı : Maruf TURAN

Doğum yeri ve tarihi : Mardin-1990

Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi : Bartın Üniversitesi

Yüksek Lisans : Bartın Üniversitesi (İktisat ABD)

Bildiği Yabancı Diller :

Bilimsel Faaliyet/Yayınlar :

Aldığı Ödüller :

İletişim

E-Posta Adresi : marufturan369@gmail.com

Tarih : 15.12.2017