

**T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI**

DOKTORA TEZİ

**ULUSLARARASI DOĞRUDAN YATIRIMLARIN
TÜRKİYE EKONOMİSİNE ETKİLERİ
(UNİLEVER-TÜRKİYE ÖRNEĞİ)**

**Nazif ÇETİN
2502558707**

**Tez Danışmanı
Prof. Dr. Mustafa E. ERKAL**

İstanbul 2012



DOKTORA

TEZ ONAYI

ÖĞRENCİNİN

Adı ve Soyadı :NAZİF ÇETİN Numarası :2502558707
Anabilim/Bilim Dalı :İKTİSAT Danışman Öğretim Üyesi :PROF.DR.MUSTAFA E.ERKAL
Tez Savunma Tarihi : 02/03/2012 Tez Savunma Saati :14:30
Tez Başlığı :ULUSLARARASI DOĞRUDAN YATIRIMLARIN TÜRKİYE EKONOMİSİNE ETKİLERİ (UNİLEVER-TÜRKİYE ÖRNEĞİ)

TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği'nin 35. Maddesi uyarınca yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin **KABULÜ'NE** OYBİRLİĞİ / OYÇOKLUĞUYLA karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATI (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- PROF.DR.MUSTAFA E.ERKAL		Kabul
2- PROF.DR.M.ZEKİ DİNÇER		Kabul
3-PROF.DR.MUSTAFA DELİCAN		Kabul
4-PROF.DR.AHMET YÖRÜK		Kabul
5-DOÇ.DR.SEYHUN DOĞAN		Kabul

ULUSLARARASI DOĞRUDAN YATIRIMLARIN TÜRKiYE EKONOMİSİNE ETKİLERİ (UNİLEVER-TÜRKiYE ÖRNEĞİ)

NAZİF ÇETİN

ÖZ

Doğrudan yabancı yatırımlar (DYY) olarak da ifade edilen Uluslararası doğrudan yatırım (UDY) akışının, gelişmiş ülke (GÜ)'lerden gelişmekte olan ülke (GOÜ)'lere 1980'li yıllarla birlikte hız kazanan ulus ötesi hareketliliği, bu ülkelerde GSYH ve kişi başı milli gelir artışlarına da yol açmıştır. Know-how, inovasyon, renovasyon, teknolojik gelişmeler ve dijital yenilikler sonucu kaynakların etkin dağılımı ve üretim faktörlerinin daha verimli kullanılması üzerinde pozitif etki uyandıran UDY'ler, birçok ülke ekonomisinde yüksek oranlarda büyüme ve kalkınma yaşanmasını sağlamıştır. Ancak, Yabancı Sermaye ile kâr ve kaynak transferine gidildiği, yerli yatırımların olumsuz etkilendiği, haksız rekabet ortamı oluşturulduğu, ucuz işgücü arayışına gidildiği, spekülâtif amaçlı finansal faaliyetler ve arbitraj işlemleriyle kriz etkisi oluşturulduğu yönünde negatif değerlendirmeler de yapılmaktadır. Tüm bu tartışmalar sürerken, küresel oluşumların da talepleri doğrultusunda yapılan birtakım değişikliklerle UDY'ler, GOÜ'lerin ekonomi politikalarının vazgeçilmezleri arasındaki yerini almıştır.

UDY girişı ve UDY stok performansı çok da kötü olmayan Türkiye; genç nüfusu, stratejik konumu ve demokratik yapısıyla, pazar ekonomisi uygulayan bir ülke olmasına karşılık henüz hak ettiği uluslararası seviyenin çok gerisindedir. Bu çalışmada tüm bu gelişmeler göz önünde tutularak, Türkiye'deki UDY'ler, makroekonomik faktörler arası nedenselliklerle ele alınmakta ve uzun vadeli büyüme hedeflerine dönük bulguların elde edilmesi amaçlanmaktadır.

Türkiye'de, farklı dönemlerde yaşanan ekonomik ve siyasî kriz ve belirsizliklere rağmen *yatırım faaliyetlerini, 1950'ler itibariyle 60 yıldır kararlılıkla sürdüren ve Türkiye'deki başarılı UDY uygulamalarından biri* olarak görülen “Unilever - Türkiye” ise tezimizin alan çalışmasını oluşturmaktadır.

EFFECTS OF INTERNATIONAL DIRECT INVESTMENTS ON TURKISH ECONOMY (UNILEVER-TURKEY CASE STUDY)

NAZİF ÇETİN

ABSTRACT

After 1980, foreign direct investment (FDI) flows that are also termed as international direct investment (IDI) flows from developed countries to developing countries with the momentum gained transnational mobility and growth rates in these economies brought the GDP and national income per capita increases. As a result of know-how, innovation, renovation, technological developments and digital innovations, IDIs have positive impact on efficiency of resource and production factors utilization thus led to high levels of development and growth on economies of many countries. On the other hand there are negative evaluations in terms of profit and resource transfer by foreign capital, international competitive advantage which affects the domestic investor's negative, unfair competition, seeking cheap workforce, financial activities for speculative purposes and arbitrage transactions that cause negative impacts. While all of these disputations continue, with the changes in direction of global constitutions' demands, IDIs are among the indispensables of developing countries' economic policies.

Although Turkey which has a good IDI enterance and IDI stock performance, is a country that implementing market economy with its' strategic position, democratic structure and young population, it is still behind of the international level that it deserves. So in this study, by taking into consideration of all these conditions, IDIs in Turkey is handled with the causality between the macroeconomik factors and the findings for long term growth targets are aimed to be obtained.

Unilever, a company which makes successful investments as an IDI since 1950s (over 60 years) in Turkey regardless of the economical crisis and political instabilities in various periods, is handled as the case study in this thesis.

ÖNSÖZ

Özellikle GOÜ'lerde, tasarrufa dayalı sermaye birikimine gidilememesi ve yatırımların karşılanamaması sonucu etkin kaynak dağılımı da sağlanamamakta ve bu ülkelerde ekonomik büyüme ve kalkınma hedeflerinde sapmalar yaşanmaktadır. Böylelikle, küreselleşmenin arkasındaki itici güçler olarak da görülen ÇUŞ'lerce gerçekleştirilen UDY'ler, yaşanan bu gelişmelerin de etkisiyle yönünü yatırım açığı bulunan GOÜ'lere çevirmişlerdir. Türkiye'de ise bir taraftan tüketim eğiliminde görülen artışlar, diğer taraftan iddihar ya da gömüleme olarak tanımlanan yastıkaltı tasarruf alışkanlıkları nedeniyle sermaye birikimi sağlanamaması, etkin yatırımlara gidilememesinin önündeki önemli engellerden biri olarak görülmektedir.

Birçok GOÜ'de olduğu gibi Türkiye'de de yatırımlar üzerinde etkili olan negatif faktörler yanında, siyasi kaygılarla izlenen popülist birtakım politikaların da söz konusu olması UDY'lere dönük arayışı daha da artmıştır. Bir taraftan UDY'lerin makro ekonomik göstergeler üzerindeki pozitif etkilerinden söz edilirken, diğer taraftan kâr transferi, tüketim eğilimine teşvik ve çevre felaketleri üzerinde negatif etkileri bulunduğu yönünde değerlendirmeler yapılmaktadır. Dolayısıyla, Türkiye'de sermaye piyasasının gelişimi için, tüketim alışkanlıkları ve tüketici davranışlarında tasarrufa yönelik adımlarla birlikte, pozitif gelişme sağlayacak sosyo-ekonomik politikaların da geliştirilmesi gerekmektedir.

Bu çalışmada UDY'lerin Türkiye ekonomisine olan etkileri, büyüme ve kalkınma analizleriyle ele alınmakta ve UDY'lerin Türkiye'deki başarılı bir uygulaması olarak görülen "Unilever" in, Türkiye'deki yatırım politikalarıyla ilgili inceleme ve değerlendirmelere yer verilmektedir. Ayrıca, Unilever'de 24 yıldır süregelen çalışma hayatının gözlem ve birikimleri de bu çalışmalara yansıtılarak; bir nevi teori ile pratik, ilmi çalışmalar ile reel uygulamalardan oluşan bir harmanizasyon sağlanmaya çalışılmıştır. UDY'lerle ilgili global ve yerel yatırım politika ve uygulamalarına dönük analizlerle, kamu ve özel ekonomi politikaları açısından; bilimsel araştırmalar, yerli müteşebbisler, etkin yatırım ve kaynak dağılımına yönelik literatüre katkı sağlanması amaçlanmıştır.

Tez çalışmamızın her aşamasında, yapıcı müdahale ve eleştirileriyle tamamlayıcı katkıda bulunan ve beni bilimsel araştırmalara yönlendiren, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesinin Saygıdeğer Öğretim Üyeleri; Danışman Hocam **Prof. Dr. Mustafa E. Erkal**'a, çalışmalarla ilgili görüş ve önerilerinden fevkalâde istifade ettiğim tez izleme komitesinin diğeri üyeleri **Prof. Dr. Mustafa Delican** ve **Prof. Dr. Mithat Zeki Dinçer**'e, Değerli Jüri Üyeleri **Prof. Dr. Ahmet Yörük** ve **Prof. Dr. Seyhun Doğan** Hocalarıma sonsuz teşekkürlerimi arz ediyorum. Çalışma boyunca, teknik detaylar ve şekil şartlarıyla ilgili kontrol ve yönlendirmede bulunan, İktisat Fakültesi İşletme Bölümünün değerli öğretim üyesi **Yrd. Doç. Dr. Zekeriya Emre Erkal**'a ayrıca teşekkür ediyorum.

Çalışmalarında istifade etmeme imkân sağlanan İSAM Vakfı akademik araştırmalar kütüphanesi yönetici ve çalışanlarına teşekkürlerimi arz ediyorum. Tez çalışmalarını sürecinde ilgi, destek ve tahammül gösteren aileme sonsuz teşekkür ediyor, biricik kızım Hatice Merve ile sevgili oğullarım Muhammet Serhat ve Ahmet Tunahan'ı sevgiyle kucaklıyorum.

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa No</u>
ÖZ	iii
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ	v
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar LİSTESİ	xvi
ŞEKİLLER LİSTESİ	xvii
GRAFİKLER LİSTESİ	xviii
KISALTMALAR LİSTESİ	xix
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM	6
1. ULUSLARARASI SERMAYE HAREKETLERİ	6
1.1. ULUSLARARASI SERMAYE HAREKETLERİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ	6
1.1.1. Merkantilizm	7
1.1.2. Klasik Dış Ticaret Teorileri	12
1.1.2.1. Mutlak Üstünlük Teorisi	14
1.1.2.2. Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi	18
1.1.2.3. Faktör Donanımları Teorisi	21
1.1.2.4. Yeni Dış Ticaret Teorileri	24
1.2. ULUSLARARASI SERMAYE HAREKETLERİ, TANIMI, KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ VE SINIFLANDIRILMASI	24
1.2.1. Uluslararası Sermaye Tanımı ve Kavramsal Çerçeve	25
1.2.2. Uluslararası Sermaye Hareketlerinin Sınıflandırılması	27
1.2.2.1. Uluslararası Portföy Yatırımları	30
1.2.2.2. Uluslararası Doğrudan Yatırımlar	32
1.2.2.3. Diğer Yatırımlar	32

1.2.2.3.1. Diğer Kısa Vadeli Yatırımlar.....	33
1.2.2.3.2. Diğer Uzun Vadeli Yatırımlar	34
1.2.3. Uluslararası Sermaye Hareketlerinin Aktörleri	34
1.2.3.1. Çok Uluslu Şirketler.....	35
1.2.3.1.1. Çok Uluslu Şirketler ve Gelişmekte Olan Ülke Politikaları... 37	
1.2.3.1.2. Çok Uluslu Şirketler ve Ar-Ge Politikaları	39
1.2.3.2. Küreselleşme (Globalleşme)	42
1.2.3.2.1. Küreselleşmeyi Doğuran Faktörler.....	44
1.2.3.2.2. Küreselleşme ve Ekonomik Sürdürülebilirlik	46
1.2.3.2.3. Küreselleşme ve Çevre Politikaları	49
1.2.3.2.4. Küreselleşmenin Arkasındaki İtici Güçler.....	50
1.3. ULUSLARARASI DOĞRUDAN YATIRIMLAR	53
1.3.1. Uluslararası Doğrudan Yatırımlar ve Yeni Dış Ticaret Teorileri	54
1.3.1.1. Ürünün Hayat Devreleri Teorisi ve UDY'ler.....	55
1.3.1.2. S. Hymer - C.P. Kindleberger Teorisi ve UDY'ler.....	56
1.3.1.3. İçselleştirme Teorisi ve UDY'ler	56
1.3.1.4. Oligopolistik Tepki Teorisi ve UDY'ler	57
1.3.2. Uluslararası Doğrudan Yatırım Girişlerinin Sınıflandırılması	58
1.3.2.1. Yeni (Greenfield) Yatırımlar.....	58
1.3.2.2. Sınır Ötesi Şirket Birleşmeleri ve Satın Almalar	60
1.3.2.3. Özelleştirmeler Yoluyla Giriş Yapılanlar	64
1.3.2.4. Serbest Bölgeler Yoluyla Giriş Yapanlar.....	64
1.3.3. Uluslararası Doğrudan Yatırımların Dağılımı	68
1.3.3.1. Uluslararası Doğrudan Yatırımların Küresel Dağılımı	69
1.3.3.2. Uluslararası Doğrudan Yatırımların Bölgesel Dağılımı	71
1.3.3.3. Uluslararası Doğrudan Yatırımların Sektörel Dağılımı	76
1.3.4. Uluslararası Doğrudan Yatırım Stoklarının Küresel Dağılımı	78
1.4. ULUSLARARASI DOĞRUDAN YATIRIMLAR ÜZERİNDE ETKİLİ OLAN FAKTÖRLER.....	81
1.4.1. Ekonomik Faktörler	85
1.4.1.1. Piyasa Koşulları	86

1.4.1.2. Rekabet Koşulları.....	88
1.4.1.3. İstihdam ve Sosyal Politikalar.....	91
1.4.1.4. İşgücü Maliyetleri	93
1.4.1.5. Ekonomik Büyüme Beklentileri.....	94
1.4.1.6. Ev Sahibi Ülke Politikaları.....	96
1.4.1.6.1. Vergi Politikası Uygulamaları	98
1.4.1.6.2. Merkez Bankası Para politikaları.....	99
1.4.1.6.2.1. Para Politikası Araçlarının Etkinliği.....	102
1.4.1.6.2.2. Arbitraj ve Spekülasyon	102
1.4.1.6.2.3. Döviz, Faiz, Enflasyon Etkileşimi.....	104
1.4.2. Siyasi Faktörler	105
1.4.2.1. Yasal Mevzuatlar	107
1.4.2.2. Yönetim Biçimleri.....	108
1.4.2.3. Küresel Yapılanmanın Etkileri.....	109
1.4.3. Fiziksel Çevre Faktörleri	109
1.4.3.1. Fiziksel Çevre ve Pozitif Dışsallık.....	110
1.4.3.2. Fiziksel Çevre ve Negatif Dışsallık.....	111
1.4.4. Teknolojik Faktörler	112
1.4.4.1. Teknolojik Gelişmeler ve Ar-Ge.....	113
1.4.4.2. Teknik Altyapı (Ulaşım ve Haberleşme)	114
1.4.4.3. Dijital Yenilikler	114
1.5. ULUSLARARASI DOĞRUDAN YATIRIMLARIN EKONOMİK GELİŞMELER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ	115
1.5.1. Sermaye Birikimi Sağlanması	116
1.5.2. Milli Gelir ve GSYH Artışı Sağlanması	117
1.5.3. Ödemeler Dengesinin Sağlanması	119
1.5.3.1. Dış Ticaret Faktörleri Açısından.....	122
1.5.3.2. Bütçe Dengeleri Açısından	124

İKİNCİ BÖLÜM..... 125

2. ULUSLARARASI DOĞRUDAN YATIRIMLARIN TÜRKİYE EKONOMİSİ ÜZERİNDE ETKİLERİ..... 125

2.1. TÜRKİYE’DE ULUSLARARASI SERMAYE HAREKETLERİNİN GELİŞİMİ..... 125

2.1.1. Osmanlı Devleti Ekonomi Politikaları ve Uluslararası Sermaye Hareketleri (1800-1915) 127

2.1.1.1. Osmanlı Devletinde Azınlıklar ve Uluslararası Sermaye 128

2.1.1.2. Osmanlı Devleti Ekonomisinde Sermayenin Dış Kaynakları..... 130

2.1.1.2.1. Dış Borçlar..... 131

2.1.1.2.2. Yabancı Sermaye..... 133

2.1.2. Cumhuriyetin Kuruluş Yıllarında Ekonomik Kalkınma Politikaları ve Uluslararası Sermaye 135

2.1.3. Cumhuriyetin Kuruluş Yıllarında Türkiye’de Ekonomik Gelişme Politikaları ve Uluslararası Sermaye..... 139

2.1.3.1. 1930-1950 Yılları Arası Türkiye’de Ekonomik Gelişme Politikaları ve Uluslararası Sermaye 141

2.1.3.2. Türkiye’de 1950-1960 Arası Ekonomik Kalkınma Politikaları ve Uluslararası Sermaye 144

2.1.3.3. 1960-1980 Yılları Arası Türkiye’de Ekonomik Gelişme Politikaları ve Uluslararası Sermaye 146

2.1.4. Küresel Dönüşüm Sürecinde Türkiye’de Ekonomik Gelişme Politikaları ve Uluslararası Doğrudan Yatırımlar..... 148

2.1.4.1. 1980-2000 Arası Türkiye’de Ekonomik Gelişme Politikaları ve Uluslararası Doğrudan Yatırımlar 149

2.1.4.2. 2001-2011 Arası Türkiye’de Ekonomik Gelişme Politikaları ve Uluslararası Doğrudan Yatırımlar 152

2.2. TÜRKİYE’DE EKONOMİ POLİTİKALARI ÜZERİNDE AB ETKİSİ VE ULUSLARARASI DOĞRUDAN YATIRIMLAR..... 157

2.2.1. AB Üyelik Sürecinde Türkiye’de Ekonomik Gelişme Politikaları ve Uluslararası Doğrudan Yatırımlar 158

2.2.2.	AB Üyelik Sürecinde Türkiye’de Gümrük Birliği Politikaları ve Uluslararası Doğrudan Yatırımlar	161
2.2.3.	AB Üyelik Sürecinde Türkiye’de Bölge Kalkınma Ajansları ve Uluslararası Doğrudan Yatırımlar	162
2.2.4.	AB Üyelik Sürecinde Türkiye’de Kamu İktisadi Teşekkülleri ve Uluslararası Doğrudan Yatırımlar	165
2.3.	ULUSLARARASI DOĞRUDAN YATIRIMLARIN TÜRKİYE’DEKİ YERLİ YATIRIMLAR ÜZERİNDE ETKİLERİ.....	167
2.3.1.	Pozitif Etkenler	168
2.3.2.	Negatif Etkenler	171
2.4.	ULUSLARARASI DOĞRUDAN YATIRIMLARIN TÜRKİYE’DE EKONOMİK GELİŞMELER ÜZERİNDE ETKİLERİ.....	172
2.4.1.	Sermaye Birikimi ve Yatırımlar	174
2.4.1.1.	Tasarruflar	175
2.4.1.2.	Uluslararası Doğrudan Yatırımlar.....	177
2.4.1.2.1.	Özelleştirme Politikaları	181
2.4.1.2.2.	Şirket Birleşmeleri ve Satın almalar	184
2.4.1.2.3.	Serbest Bölgeler.....	185
2.4.2.	İşgücü ve İstihdam Politikaları	186
2.4.2.1.	Nitelikli İşgücü ve İstihdam	190
2.4.2.2.	İşgücü Verimliliği ve İstihdam.....	192
2.4.3.	GSYH ve Kişi Başı Milli Gelir Artışları	196
2.4.3.1.	Verimlilik Artışı Yoluyla GSYH Artışı Sağlanması.....	202
2.4.4.	Bütçe Dengeleri ve Cari Açıklar.....	203
2.4.5.	Dış Ticaret Faktörleri.....	204
2.4.6.	ÜFE ve TÜFE Oranları.....	209
2.4.7.	Ar-Ge Harcamaları ve Teknolojik Yenilikler	211
2.4.8.	Etkin Kaynak Dağılımı	214

2.5. TÜRKİYE’DE ULUSLARARASI DOĞRUDAN YATIRIMLARIN YOĞUNLAŞTIĞI SEKTÖRLER	216
2.5.1. Perakende Sektöründe Yoğunlaşan Uluslararası Doğrudan Yatırımlar	217
2.5.2. Hizmetler Sektöründe Yoğunlaşan Uluslararası Doğrudan Yatırımlar	221
2.5.3. Akaryakıt Sektöründe Yoğunlaşan Uluslararası Doğrudan Yatırımlar	223
2.5.4. Hızlı Tüketim Ürünleri Sektöründe Yoğunlaşan Uluslararası Doğrudan Yatırımlar	223
2.5.4.1. Uluslararası Doğrudan Yatırım Şirketlerinde İş Ortaklığı ve Dayanışma Politikaları	224

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM 225

3. TÜRKİYE’DE BAŞARILI BİR ULUSLARARASI DOĞRUDAN YATIRIM UYGULAMASI: “UNİLEVER - TÜRKİYE ÖRNEĞİ” 225

3.1. UNİLEVER GLOBAL: KURULUŞU VE GELİŞMESİ	225
3.1.1. Unilever Global’in Kuruluşu	227
3.1.2. Unilever Global’in Organizasyon Yapısı	229
3.1.3. Unilever Global’de Gelişme Politikaları	230
3.1.3.1. Pazar ve Rekabet Politikaları	231
3.1.3.2. Üretim ve Satış Politikaları	234
3.1.3.3. Ulus Ötesi Yatırım Politikaları	235
3.1.3.4. Unilever Global’de Finansal Performans	239
3.2. UNİLEVER TÜRKİYE: KURULUŞ VE GELİŞME POLİTİKALARI... 241	
3.2.1. Unilever Türkiye’nin Kuruluşu ve Gelişmesi	241
3.2.2. Unilever Türkiye’de Örgütsel Yapı	243
3.2.3. Unilever Türkiye’de İnsan Kaynakları Politika ve Uygulamaları	246
3.2.3.1. Hizmet İçi Eğitim Politikaları ve Performans Uygulamaları	249
3.2.3.2. Unilever’de Örgütsel Bağ ve Unileverlilik Kültürü	252
3.2.3.3. Sosyal Güvenlik ve İş Güvencesi Politikaları	252

3.2.3.4. İstihdam ve Ücretlendirme Politikaları	254
3.2.3.4.1. Yurtiçi İstihdam ve Ücretlendirme Politikaları	254
3.2.3.4.2. Yurtdışı İstihdam Politikaları	261
3.2.3.5. Ulus Ötesi Dijital İş ve İşlem Akışı Uygulamaları	262
3.2.4. Unilever'in Türkiye'de Tüketici Davranışları ve Tüketim Alışkanlıkları Üzerinde Etkileri	263
3.2.4.1. Tüketim Alışkanlıkları Üzerindeki Etkiler.....	264
3.2.4.2. Tasarruf Alışkanlıkları Üzerindeki Etkiler.....	266
3.2.5. Unilever Türkiye'de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Politikaları ve İş Ahlâkı İlkeleri	268
3.2.5.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri.....	269
3.2.5.1.1. Yenilenebilir Kaynaklar ve Sürdürülebilirlik	269
3.2.5.1.2. Sosyal Sorumluluk Projeleri Uygulamaları	273
3.2.5.2. İktisadi Ahlak ve Zihniyet Politikalarına Etkileri	276
3.2.5.2.1. Kayıt Dışı Ekonomi Üzerindeki Etkileri	279
3.2.5.2.2. Ekonomik Yolsuzluk ve Etik Dışı Üzerindeki Etkileri	281
3.3. UNİLEVER TÜRKİYE'DE ŞİRKET VE ÜRÜN GRUPLANDIRMA KATEGORİLERİ	282
3.3.1. Gıda ve Dondurma Ürünleri Kategorisi.....	283
3.3.1.1. Dondurma Ürünleri Kategorisi	285
3.3.1.2. Diğer Gıda Ürünleri Kategorisi.....	287
3.3.2. Ev Temizlik-Bakım ve Kişisel Bakım Ürünleri Kategorisi.....	288
3.3.2.1. Ev Temizlik ve Bakım Ürünleri.....	288
3.3.2.2. Kişisel Bakım Ürünleri	288
3.3.3. Unilever'de Profesyonel Ürünler Kategorileri	290
3.3.3.1. Unilever Food Solutions Ürün Grupları.....	291
3.3.3.2. Unipro Gıda (Pastacılık ve Endüstriyel) Ürün Grubu.....	293
3.4. UNİLEVER'İN TÜRKİYE PAZAR POLİTİKASI STRATEJİLERİ	294
3.4.1. Serbest Piyasa ve Rekabet Politikası Uygulamaları	295
3.4.1.1. Reklam Politikası ve Uygulamaları	297
3.4.1.2. Yönetim ve Denetim Profesyonelleri Uygulamaları.....	300

3.4.2. Unilever’de Rekabet ve Pazar Politikası Uygulamaları	300
3.4.2.1. Sektörel Karşılaştırmalar: Yabancı Bir Rakip Şirket Karşılaştırması	302
3.4.2.2. Sektörel Karşılaştırmalar: Yerli Bir Rakip Şirket Karşılaştırması	308
3.4.2.3. Sektörel Değerlendirmeler	313
3.5. UNİLEVER’İN TÜRKİYE PİYASALARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ ..	319
3.5.1. Unilever’in Türkiye Merkezli Yatırım Politikaları.....	320
3.5.1.1. Şirket Alım-Satım ve Birleşme Politikaları	322
3.5.1.2. Bölgesel Yatırım Politikaları.....	324
3.5.1.3. Sektörel Yatırım Politikaları	325
3.5.1.4. Konjonktürel Yatırım Politikaları	328
3.5.2. Unilever Türkiye’de Satın Alma ve Satış Politikaları	329
3.5.2.1. Tedarik ve Satın Almalar	330
3.5.2.2. Satış ve Pazarlama.....	332
3.5.2.2.1. Satış, Dağıtım ve Pazarlama Politikaları	332
3.5.2.2.2. Kalite Yönetimi ve Tüketici Güvenliği Politikası	334
3.5.3. Dış Ticaret Politikaları	336
3.5.4. İnovasyon ve Renovasyon Politikaları	338
3.5.4.1. Ar-Ge Çalışmaları ve İnovasyon.....	340
3.5.4.2. İnovasyon Uygulamaları	341
3.6. UNİLEVER YATIRIM POLİTİKALARI VE TÜRKİYE’DE EKONOMİK GELİŞMELER ÜZERİNDE ETKİSİ	342
3.6.1. Sermaye Birikimi ile Türkiye’de Ekonomik Gelişmeler Üzerinde Sağlanan Etkiler	345
3.6.2. GSYH Artışı İle Türkiye’de Ekonomik Gelişmeler Üzerinde Sağlanan Etkiler.....	348
3.6.3. Cari Açıklar ve Ödemeler Dengesi Açısından Türkiye’de Ekonomik Gelişmeler Üzerinde Sağlanan Etkiler.....	356
3.6.4. Teknolojik Gelişmeler İle Türkiye’de Ekonomik Gelişmeler Üzerinde Sağlanan Etkiler	357

3.6.5. Nitelikli İşgücü İle Türkiye’de Ekonomik Gelişmeler Üzerinde Sağlanan Etkiler	358
3.6.6. Etkin Kaynak Dağılımı İle Türkiye’de Ekonomik Gelişmeler Üzerinde Sağlanan Etkiler	360
3.6.7. Dış Ticaret Faktörleri ile Türkiye’de Ekonomik Gelişmeler Üzerinde Sağlanan Etkiler	363
3.6.8. Piyasalar Üzerindeki “Know-How” İle Türkiye’de Ekonomik Gelişmeler Üzerinde Sağlanan Etkiler	364
SONUÇ ve DEĞERLENDİRME.....	365
KAYNAKÇA	378
ÖZGEÇMİŞ.....	398

TABLolar LİSTESİ

Sayfa No

Tablo 1.1: A ve B ülkesinin Aynı Emekle Bir Günde Ürettiği Kumaş ve Buğday ..	15
Tablo 1.2: A ve B ülkelerinin Aynı Emekle Bir Günde Sadece Kumaş ve Sadece Buğday Üretmeleri Halinde Üretilen Buğday ve Kumaş Miktarı.....	16
Tablo 1.3: A ve B Ülkesinin Bir Günde Aynı Emekle Ürettiği Kumaş ve Buğday..	19
Tablo 1.4: OECD'ye Üye Bazı Ülkelerde Ar-Ge Harcamaları Oranı.....	41
Tablo 1.5: Yeni (Greenfield) UDY Projeleri Global Dağılımı (2009).....	60
Tablo 1.6: Uluslararası Doğrudan Yatırım Girişleri Dünya Toplamı (2000-2009) ..	70
Tablo 1.7: Uluslararası Doğrudan Yatırımların Bölgesel Dağılımı (2007-2009)	75
Tablo 1.8: İlk 20 Ülkede UDY Giriş, Çıkış ve Stok Miktarları (2009-2010).....	79
Tablo 2.1: Osmanlı Devletinin Dış Borçları (1881-1913)	132
Tablo 2.2: Osmanlı Devleti'nde Yabancı Sermaye Yatırımları	134
Tablo 2.3: II. Dünya Savaşı Sonrası Türkiye'de ABD Yardımları (1947)	143
Tablo 2.4: Türkiye'de 1950-1960 Arası Yabancı Kaynak Girişi (Milyon \$)	145
Tablo 2.5: UDY Girişlerinin Global Dağılımı (2000-2009)	178
Tablo 2.6: Türkiye'de Yıllara Göre İstihdam ve İşsizlik Oranları	187
Tablo 2.7: Türkiye'de Yıllık GSYH ve Büyüme Oranları (2000-2010).....	200
Tablo 2.8: Türkiye'de İhracat-İthalat ve Yıllık Dış Ticaret Farkları Dağılımı	207
Tablo 2.9: Türkiye'de Yıllık Gerçekleşen ÜFE – TÜFE Oranları.....	210
Tablo 2.10: OECD Ülkelerinde GSYH İçerisinde Ar-Ge Oranları (1999-2007) ...	213
Tablo 2.11: Forbes 500 listesi Global İş Dünyasının Ana Belirleyicileri (2009) ...	217
Tablo 2.12: Uluslararası Önemli Perakende ve Tedarikçilerin Ciroları (2009).....	218
Tablo 2.13: Türkiye'ye Giriş Yapan UDY'lerin Sektörel Dağılımı (2006-2011) ..	222
Tablo 3.1: Unilever Globalde Finansal Performans.....	240
Tablo 3.2: EFFIE 2011 Etkinliği Ödül alan Unilever Reklamları	299
Tablo 3.3: Global Bazı Şirketlerde Kuruluş ve Global Yapılanma	316
Tablo 3.4: Unilever'in 60 Yıllık Türkiye Yatırımları Kronolojisi (1952-2010).....	326
Tablo 3.5: İSO 500 Sanayi Kuruluşu İçerisinde Yer Alan Yabancı Şirketler.....	346
Tablo 3.6: GOÜ'lerde Uluslararası Doğrudan Yatırım/GSYH Oranı(2000-2010). 350	
Tablo 3.7: İSO 500 Sanayi Kuruluşu Sıralamasında İlk On Yabancı Şirket	352

ŞEKİLLER LİSTESİ

	<u>Sayfa No</u>
Şekil 1.1: Uluslararası Sermaye Hareketlerinin Sınıflandırılması.....	28
Şekil 2.1: Türkiye Perakende Piyasasında Yoğunlaşan UDY'ler(2003-2011)	220
Şekil 3.1: Unilever Dünya 2011 Global Yönetim Organizasyon Şeması.....	229
Şekil 3.2: Unilever Türkiye Yönetimi Organizasyon Şeması	244
Şekil 3.3: Unilever Türkiye'de Satış ve Dağıtım Organizasyon Rotası (2009)	333

GRAFİKLER LİSTESİ

Sayfa No

Grafik 1.1: UDY'lerin Sınır Ötesi Birleşme ve Satın alma Boyutları (2000-2010). 62	62
Grafik 1.2: Dünya'da Girişi Gerçekleşen Yıllık UDY Toplamları (2000-2011*) ... 69	69
Grafik 1.3: Bölgelerin UDY'lerden Aldıkları Pay (2009-2010 karşılaştırması) 72	72
Grafik 1.4: Batı Asya'da En Çok UDY Çeken Beş Ülke (2009-2010) 73	73
Grafik 1.5: GÜ ve GOÜ'lerin UDY'lerden Aldıkları Paylar (2000-2010) 74	74
Grafik 1.6: Türkiye'de UDY Stoklarının Sektörel Karşılaştırması (1990-2008) 76	76
Grafik 1.7: Uluslararası Doğrudan Yatırımların Sektörel Dağılımı (2009-2010) 77	77
Grafik 1.8: Gelişen ve Geçiş Ekonomilerinde UDY Giriş ve Çıkışları..... 80	80
Grafik 2.1: Türkiye'de UDY Girişlerinin Yıllık Dağılımı (1995- 2011*) 180	180
Grafik 2.2: Türkiye'de Kişi Başına Düşen GSYH Miktarı (2000-2010) 198	198
Grafik 2.3: Türkiye'de GSYH ve Reel Büyüme Oranları (2000-2010) 201	201
Grafik 2.4: Türkiye'de Yıllık Dış Ticaret Göstergeleri (2002-2011) 208	208
Grafik 2.5: Türkiye'de Gerçekleşen ÜFE-TÜFE Oranları- (2004-2011)..... 211	211
Grafik 2.6: Türkiye'de Önemli Perakende Aktörleri ve Satış Ciroları..... 219	219
Grafik 3.1: Unilever'de Yurtiçi İstihdam Oranları (2007-2011) 259	259
Grafik 3.2: Unilever Türkiye Yıllık Satış Cirosu (2004-2011) 351	351
Grafik 3.3: Unilever Türkiye'de Dış Ticaret Faktörleri (2007-2011) 363	363

KISALTMALAR LİSTESİ

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
A.e.	: Aynı Eser
A.g.e.	: Adı Geçen Eser
A.g.m.	: Adı Geçen Makale
AGÜ	: Az Gelişmiş Ülkeler
Ar-Ge	: Araştırma-Geliştirme
API	: Açık Piyasa İşlemleri
BTT	: Bizim Toplu Tüketim
ÇUŞ	: Çok Uluslu Şirketler
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
DİBS	: Devlet İç Borçlanma Senetleri
DİE	: Devlet İstatistik Enstitüsü
DTÖ	: Dünya Ticaret Örgütü (World Trade Organization)
DYY	: Doğrudan Yabancı Yatırımlar
FDI	: Foreign Direct Investment (Uluslararası Doğrudan Yatırım)
GE	: Geçiş Ekonomileri
GÜ	: Gelişmiş Ülkeler
GOÜ	: Gelişmekte Olan Ülkeler
GSMH	: Gayri Sâfi Milli Hâsıla
GSYH	: Gayri Sâfi Yurt İçi Hâsıla
ILO	: Uluslararası Çalışma Örgütü (International Labor Organization)
IMF	: Uluslararası Para Fonu (International Monetary Fund)
IT	: Information Technology
İK	: İnsan Kaynakları

İKV	: İktisadi Kalkınma Vakfı
İSO	: İstanbul Sanayi Odası
KİT	: Kamu İktisadi Teşebbüsleri
M&A	: Merger and Acquisitions (Birleşme ve Satın almalar)
MÜSİAD	: Müstakil İşadamları Derneği
NATO	: Kuzey Atlantik İttifakı
OECD	: Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (Organisation for Economic Co-operation and Development)
OPEC	: Petrol İhraç Eden Ülkeler Örgütü
ÖİK	: Özel İhtisas Komisyonu
P&G	: Procter&Gamble
TBMM	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
TCMB	: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası
TL	: Türk Lirası
TMSF	: Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu
TUDAV	: Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
TÜSİAD	: Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği
UDY	: Uluslararası Doğrudan Yatırımlar (Foreign Direct Investment)
UNIPRO	: Unilever Profesyonel Ürünler Grubu
UNCTAD	: Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (United Nations Conference on Trade and Development)
YASED	: Yabancı Sermaye Derneği
WIR	: Dünya Yatırım Raporu (World Investment Report)
WTO	: World Trade Organization (Dünya Ticaret Örgütü)

GİRİŞ

XVIII. Yüzyıla kadar etkili olan merkantilist düşüncenin zayıflamaya başlamasıyla birlikte, iktisat politikalarının oluşumu ve bu politikaların en önemli gelişmesi sayılan klasik dış ticaret teorileri ortaya çıkmıştır. Bu dönemde etkili olan coğrafi keşifler ve deniz aşırı sömürge arayışı içerisinde bulunan güçlü Avrupa devletlerinin ulus ötesi hareketlerinin hedefinde, zayıf, güçsüz ve geri kalmış ülkeler yer almıştır. Tarihsel süreçte sürekli bir biçimde sömürüye maruz kalan ülke ve bölgelerden en önemlisi, günümüzde dahi bütün dünyanın gözleri önünde hala açlıkla mücadele eden, iç karışıklıklar, savaşlar ve açlıktan ölümlerin sürdüğü Afrika kıtası olmuştur. Keşifler sonrası yüz binlerce Afrikalının ülkelerinden alınarak, köle statüsünde Amerika ve Avrupa'ya götürülmesi sonucu kendi ülkelerinde savunmasız bırakılan maden yatakları ve tabii kaynakların işletilmesi, batılı ülkelere, sermayenin ulus ötesi hareketi olarak değerlendirilerek meşrulaştırılmaya çalışılmıştır. Nitekim Avrupa'da yaşanan sanayi devrimine yol açan sermaye birikiminin arkasında, ulus ötesi sömürge politikalarının etkili olduğu görülmüştür.

Öncülüğünü “*Mutlak Üstünlük*” teorisiyle A. Smith (1723-1790) ve “*Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi*” ile D. Ricardo (1772-1823)'nin yaptığı klasik dış ticaret teorilerinin etkileri, zayıflayarak da olsa günümüzde hala devam etmektedir. Klasik iktisat tanımıyla, “kıt kaynaklarla sınırsız ihtiyaçların karşılanması” ilkesinden hareketle, en ilkel toplumlarda bile insanlar ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla, mevcut kaynakları en makul bir şekilde kullanmanın arayışı içerisinde olmuşlardır. Para, altın, gümüş v.b. değerli madenlerin takas işlemlerinde henüz kullanılmadığı dönemlerde dahi, gerek ulusal gerekse uluslararası alanda malın malla mübadelesi sağlanarak, bireysel ve toplumsal ihtiyaçların karşılanmasına yönelik yerel ve bölgelerarası ilişkiler tesis edilmiştir. Kurulan bu ilişkilerin ekonomik açıdan uluslararası boyutlara taşınmasının ardından, “mutlak üstünlük-mukayeseli üstünlük” teorilerini kapsayan uluslararası dış ticaret teorileri, daha sonra “faktör transferleri donanımı” ve sonrasında ise “sermayenin ulus ötesi hareketliliği” ortaya çıkmıştır.

Uluslararası sermaye hareketlerinin, merkantilist dönem sömürge politikalarından günümüz ekonomi politikalarının belirlenmesine kadar geçirdiği

aşama ve dönüşüm sürecindeki tüm dönemlerin değişmeyen en önemli ortak özelliği; “daha fazla kazanmak” ve “ kâr oranını yükseltmek”ten öteye geçmemektedir. Tarihsel süreçte, uluslararası yatırımların tanım ve kapsamının genişletilerek yeni sınıflandırmalara gidilmesine karşın, yüksek kâr ve büyüme hedefinden ödün verilmemesi, pozitif etkiler yanında negatif etkilerle de UDY’lerin tartışılan önemini bir kat daha artırmıştır.

Günümüz koşullarında maliyet analizlerinin önem kazanmasıyla birlikte rekabet ortamının daha da hareketlenmesi, yeni dış ticaret teorileri ile uluslararası sermayeyi konu alan yeni hipotezler ortaya atılmasına yol açmıştır. Özellikle faktör transferlerinin ön plana çıkması, uluslararası sermaye hareketlerini ve dolaylı olarak UDY’lerin önemini küresel boyutlara taşımıştır. Coğrafi sınırların, ekonomik ve siyasi açıdan öneminin zaten azalmakta olduğu, yönetim erklerinin kısmen ya da tamamen küresel güçlerle paylaşıldığı yeni dünya düzeninde, pazar ekonomisi/serbest piyasa koşulları uygulansa da bu kuralların küresel güçlerce belirlenmesi, tartışmaları çok daha farklı boyutlara taşımıştır.

UDY’lerin her geçen gün daha etkin ve daha geniş bir alana yayılması, yatırımlarla ilgili tanım ve kapsamın da değişmesini gerektirmiştir. UDY şirketlerinin kazançlarının yürürlükteki yasalar doğrultusunda kâr ve sermaye transferi yoluyla köken ülkelere aktarılmasındaki sınırlamaların kaldırılması GOÜ uygulamalarında da bazı farklılıklara yol açmıştır. Transferlere, bazı ülkeler sınırsız bir statü sağlarken, diğer bazıları kısmi veya kümülatif kısıtlamalar getirmiştir. UDY kazançlarının sağlandığı ülkelerde yeniden yatırıma dönüştürülmesi ya da sermaye transferi adı altında üçüncü ülkelere aktarılması, son yılların tartışılan ve yeni yasal düzenlemeler yapılmasına yol açan konuları arasında yer almıştır.

Ülke ve bölge ayrımı gözetmeksizin UDY’ler tarafından “*yeniden yatırıma dönüştürülen kazançlar*”ın, küresel yapılanma içerisinde yabancı mı yerli mi olduğu konularında ortaya çıkan karmaşık yapı, bazı tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Bu tür yatırımların UDY stoklarına dâhil edilip edilmemesi, yatırım stoklarının bölgelere ve ülkelere göre istatistikî dağılımındaki karmaşık yapı devam etmekte, kısmen veya tamamen transferinde kısıtlama bulunmayan bu kaynakların ilerleyen zaman içerisinde nasıl bir yapıya ulaşacağı ise merak uyandırmaktadır.

UDY'lerle ilgili girift ve karmaşık bir diğer konu ise "Doğrudan (Directly) Yatırımlar", "Portföy (Portfolio) Yatırımları" vd. hizmetler sektöründeki yatırımlar sınıflandırmasında ortaya çıkmaktadır. Yabancı bir şirket, köken ülkeden hedef yatırım ülkesine doğrudan sermaye transferi ve yatırıma yöneldiği gibi, nakdi olarak o ülkenin menkul kıymet borsaları ve hazine bonolarına da yatırım yapabilmektedir. Menkul kıymetlere aktarılan tutarlarla, bir işletmenin halka arz edilen hisselerinin belki de çoğunluğu yabancı kişi veya kurumların mülkiyetine geçebilmektedir. Örneğin, 2011 yılı boyunca Türkiye'de gerçekleşen yabancı hisse katılım bedelleri oranı % 65-70 aralığında seyretmektedir. Bu miktar, bir ortaklık hissesi olarak yer almasına karşın doğrudan değil de portföy yatırımı olarak değerlendirilmektedir. Dünyada ve Türkiye'de 1980 sonrası yoğunlaşan ve 2000'lerde yüksek artış yaşanan hizmetler sektörüne yönelik UDY'lerin ekonomiye sağladığı katma değer tartışılırken, üretim sanayi, ana sanayi ve gayrimenkullerle birlikte doğrudan yatırım olarak aynı kategoride değerlendirilmesi, konunun tartışılan bir başka yanı olarak ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışma ile UDY'lerin, GOÜ'lere yönelmesiyle bu ülkelerde sağlanan ekonomik gelişmeler ve bu gelişme boyutlarının ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. UDY aktörleri olarak da görülen ÇUŞ'lerin GOÜ'lerdeki büyümeden pay kapma çabaları, GOÜ yönetimlerinin ise doğrudan yatırım girişi avantajlarını değerlendirme çabası içerisinde olmaları, her iki tarafın bulunduğu ortak payda olarak değerlendirilmiştir. Ancak GOÜ piyasalarının çekiciliği yanında yüksek kâr sağlayan sektörlerin, UDY'leri, kısa zamanda yüksek büyüme alanları ve kâr beklentisine yöneltmesi, GOÜ piyasalarını ve ekonomi yönetimlerini endişelendirmekte ve yabancı sermayeye karşı oluşan taleplerin kısmen de olsa yerini kaygılara bırakmasına yol açmaktadır. Türkiye'de, portföy piyasası bir yana, hizmetler başta olmak üzere perakende, akaryakıt, otomotiv ve finans sektörlerinde yoğunlaşan UDY'lerin, kısa vadede ekonomik büyüme etkisi sağladığı ancak bu büyümenin yeterince katma değer sağlamadığı için sürekliliği konularındaki endişelerin giderilemediği görüşü yaygınlık kazanmıştır. Bu sektörler aynı zamanda hızlı nakit akışı döngüsünün yaşandığı sektörler olarak da dikkat çekmektedir. Bu çalışma ile Türkiye'de UDY'lerin yoğunlaştığı alanlarla ilgili incelemeler ve ortaya çıkan

bulgular ve ülke ekonomisi üzerindeki etkilerin boyutlarının ortaya çıkarılması ise bir diğere amaç olarak görülmüştür. Bu amaçla, ***Sınırlı düzeyde sermaye girişi gözlenen bu sektörlerde, kâr ve sermaye transferi boyutlarının oldukça yüksek miktarlarda gerçekleşmesine*** dikkat çekilmektedir.

Tez çalışmamızın ***birinci bölümünde***, uluslararası sermaye hareketlerinin tarihsel gelişimi ve sınıflandırmalara yer verilmiş ve sermaye hareketlerinin en önemli kolu olarak görülen UDY'lerle ilgili analizler yapılmıştır. Bu bağlamda, ÇUŞ'lerin küreselleşme politikalarıyla UDY politikaları birbirinin arkasındaki hızlandıran etkisi ve biri diğereinin itici gücü olarak görülmüştür.

Çalışmanın ikinci bölümünde, UDY'lerin Türkiye'deki ekonomik gelişmeler üzerindeki etkileri ele alınmıştır. Bu etkilerin daha net bir biçimde ortaya konulması amacıyla, Osmanlı Devleti'nin 1850'li yıllarından başlanarak son dönemlerine kadar yaşanan gelişmeler ve bu dönemdeki dış borçlar ve yabancı yatırım politikalarıyla ilgili analizler yapılmıştır. Türkiye Cumhuriyeti Devletinin kuruluşu ve gelişme döneminde izlenen yabancı sermaye politikaları ve 1980 sonrası küresel dönüşüm sürecindeki gelişmeler farklı dönemler halinde incelenmiştir. 1980-2000 dönemi, karma ekonomik modelden uzaklaşıp serbest piyasa ekonomisine dönüşün önem kazanmaya başladığı sürecin başlangıcı olarak değerlendirilerek ayrı bir başlık altında, 2000-2011 arası dönem de, Türkiye'de siyasi ve ekonomik açıdan yeniden yapılanma içerisine girilen bir sonraki dönem olarak ele alınmıştır. Bu dönemin en belirgin özelliği ise özelleştirmelerin hız kazanması ve UDY'lerdeki artışların önceki dönem karşılaştırmalarının çok üzerinde seyretmesidir. Hizmetler sektöründeki yoğunluk ve ardından Türkiye portföy piyasasıyla yönünü İMKB'ye çeviren yabancı sermayenin % 65-70 aralığında değişen ortalamaları, konunun farklı görünen bir diğere yönünü göstermesi açısından değerlendirmelerde esas alınmıştır.

Tez çalışmamızın üçüncü bölümünde ise Türkiye'de, ***1950'lerde başladığı yatırım faaliyetlerini 60 yıldır kararlılıkla sürdüren ve Türkiye'deki başarılı UDY uygulamalarından biri*** olarak görülen "***Unilever – Türkiye***" ile ilgili analiz ve değerlendirmelere yer verilmiştir. Unilever Holding, kendisine bağlı şirketler grubu altında birçok kardeş şirket ve iş ortağına sahip bulunan yapısı nedeniyle tez çalışmamız içerisinde "***Unilever Türkiye***" olarak ele alınmıştır. Unilever'in başarılı

bir UDY modeli olarak görülmesi ve çalışma konumuz içerisinde yer almasındaki en önemli etkenler; 60 yıllık Türkiye geçmişiyle üretime dönük yatırımlarda süreklilik sağlaması, Türkiye’deki varlığını, “*En Yerli Yabancı Şirket*” olarak tanımlaması, organik bağlar dışında işletmenin yabancılığını fark ettirmeyecek derecede yerleştiğinin ifade edilmesidir. Unilever’de ülke çalışanlarının istihdamı, yurtiçi tedariklere öncelik verilmesi ve Türkiye’nin bir ihracat ve yatırım üssü olarak görülmesi seçimimizin bir diğer nedeni olarak görülmüştür. Nitekim 2011 Ağustos ayında Unilever Dünya Başkan Yardımcısı Poul Polman’ın da açıklamaları doğrultusunda, “Rusya dâhil 36 ülkeyi kapsayan ve nüfusu 750 milyona ulaşan bölge ülkelerinin yönetiminin Türkiye’ye bağlanması”, Türkiye’nin, Unilever için aynı zamanda bir yönetim üssü olarak da görülmesi çalışmamızda alan konusu olarak Unilever’in seçilmesinde bir diğer etken olarak ortaya çıkmıştır. Unilever ile Türkiye arasındaki bu yakın bağ, diğer UDY işletmeleri tarafından da fark edilerek adeta bir referans niteliğine bürünmüştür. Ayrıca araştırmacının 24 yıllık çalışma hayatının Unilever Türkiye’de değişik departmanlarda gerçekleşmesine dayalı bu süreçte, piyasa oluşum ve gelişim faaliyetleri ile finansal işlem ve uygulamalardan edinilen birikimlerle, pratik ve teorik uygulamalar bir araya getirilerek inceleme metodlarının geliştirilmesinde etkili sonuçlara ulaşılmıştır. Bu gözlem ve izlenimlerden oluşan birikimlerle bilimsel verilere dayalı çalışmalar birleştirilerek; araştırmacılar, yatırımcılar ve dolayısıyla Türkiye’de ekonomik gelişme sağlayıcı çalışmalar açısından literatüre katkı sağlanması amaçlanmıştır.

Çalışmalar esnasında gerek yurtiçi gerekse yurtdışı literatür taramalarında, resmi kurum ve istatistikî araştırmalar yanında uluslararası kuruluşların araştırmalarındaki istatistikî veriler dikkate alınmıştır. Nitekim, UDY’lerin, Türkiye’deki ekonomik gelişmeler açısından fırsata dönüşen politikaları yanında tehdit olarak algılanan tesbitlere de yer verilmiştir. UDY’lerle ilgili güçlü ve zayıf yanlarla ilgili ulaşılan bulgular ortaya konularak bu doğrultuda izlenmesi gereken politikalar ayrıca belirtilmiştir. Farklı kaynaklardan elde edilen tüm bu verilerle ilgili global, bölgesel ve sektörel karşılaştırmalar yapılarak ortaya çıkan farklarla ilgili inceleme ve değerlendirmeler yapılmıştır. Sonuç olarak, Türkiye’deki UDY’lerin GOÜ’lere oranla yetersiz kalmasına dair tesbit ve bulgulara ise ayrıca yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. ULUSLARARASI SERMAYE HAREKETLERİ

İnsanlık tarihine baktığımızda, hâkim medeniyet havzalarının değişen yüzyıllarla birlikte bazı bölgelerden farklı diğer bazı bölgelere geçtiğini görürüz. 10'uncu yüzyılda Asya Pasifik'te odaklanan hâkim medeniyet havzası, 11'inci yüzyılda İslâm'ın da etkisiyle Doğu Akdeniz'e, daha sonra Rönesans'la birlikte ekonomik gelişmeler sonucu Avrupa'ya kaymış ve 18'inci yüzyıl Avrupa'sı, dünyadaki hâkim medeniyet havzası haline gelmiştir. Daha sonra bilhassa İkinci Dünya Savaşı sonrası bu hâkimiyetin Amerika kıtasına geçtiğini, 21'inci yüzyılda ise gelişmelerin yeniden Asya'ya doğru kaymakta olduğunu görüyoruz. Hızla gelişen dünyada, geçmiş yüzyıllarımızdan çok farklı olarak, her on-onbeş yılı geçmiş yüzyılların bir ya da ikisine bedel çok hızlı bir gelişme ve sürekli bir değişim dönemi olarak geçirdiğimiz bir dönem söz konusudur. Meselâ bir yüzyıl önce insanların adını dahi bilmediği araçlar, günümüz insan hayatının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Dünyadaki siyasi yapılanmayla ortaya çıkan globalleşmenin de etkisiyle, uluslararası organizasyonlar olarak kurulan Avrupa Birliği (AB), NATO, Birleşmiş Milletler (BM) vs. bu değişimin aynı zamanda siyasi öncüleri olarak görülmektedir.¹

1.1. ULUSLARARASI SERMAYE HAREKETLERİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Birbirinden farklı ve toplumsal dengeleri etkileyen boyutlarıyla ele alındığında, yeryüzünde yaşanan bu evreleri genel hatlarıyla üç farklı dönem olarak ele alıp incelemek mümkündür. İlk olarak, Feodal dönem içerisinde ticaret yollarının ve ticaret kervanlarının etkili olduğu süreç ve bu sürecin ardından Merkantilist dönemi de kapsayan *sanayi devrimi öncesi* dönemdir. İkinci olarak, özellikle Batı Avrupa'da başlayan ve dış ticaretin büyüme üzerinde etkili olduğu *sanayileşmeyle birlikte*, dünya devletlerinin gelişmiş, az gelişmiş ya da geri kalmış ülkeler olarak gruplandırıldığı dönemdir. Üçüncüsü ise, globalleşme süreci olarak açıklanan, çok

¹ Erol Yazar, *21.Yüzyıla Girerken Dünyaya Yeni Bir Bakış*, İstanbul, Müsiad Yayınları, t.y. ss. 7-9.

uluslu şirketler (ÇUŞ)'in ulus üstü-ötesi ya da uluslararası genişleme politikalarının sonucu olarak ortaya çıktığı ve adına *küreselleşme dönemi* denilen günümüz ekonomik yapılanmasını kapsayan dönemdir. Uluslararası sermaye hareketleri ile birlikte yabancı sermaye yatırımlarının yoğunlaşarak farklı kategoriler altında tanımlanıp sınıflandırılması, küreselleşme dönemi içerisinde etkinlik kazanmıştır.

Merkantilist döneme geçildiğinde, ulus devlet anlayışının yaygınlık kazanmaya başlaması, zengin devletler ve fakir devletler biçiminde bir gruplandırmayı da beraberinde getirmiştir. Merkantilizm sonrasında aynı zamanda *sanayi devriminin de etkisiyle*, geri kalmış ve gelişen sanayi devletleri kavramlarının etkin bir biçimde kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Tüm bu gelişmelerle birlikte siyasi bir yapılanmanın etkisiyle ortaya çıkan *günümüz ekonomik yapılanmasında ise*, GÜ'ler ve GOÜ'ler şeklinde gruplandırmalarda bulunulduğu, bu gruplandırmalar sonucunda milletlerarası bloklaşmaya gidildiği ve sonrasında küreselleşmeye dönük politikaların oluşmaya başladığı yeni bir dünya düzeni yapılanması ortaya çıkmaktadır.

1.1.1. Merkantilizm

Klasik doktrinden önce dünyada geçerli olan ekonomik ve siyasi düşünce akımı olarak da adlandırılan merkantilizm, XVI. yüzyıldan XVIII. yüzyıla kadar dünyada etkili olmuştur. Merkantilizm aslında gerçek anlamda bir doktrin veya ekol değildir. O dönem, birçok düşünürün yazılarında savunduğu, aynı zamanda ülkelerin ekonomi politikalarına da egemen olan bir dizi görüş ve uygulamadan ibarettir. Hemen belirtelim ki, söz konusu dönemlerde dünya ekonomisinin merkezini Batı Avrupa ve özellikle İngiltere oluşturmaktaydı. Amerika ve Avustralya henüz Avrupa'dan gelen göçlerin yerleşim alanları durumundaydı. Afrika, Uzak Doğu ve dünyanın öteki yöreleri ise genellikle İngiltere, Hollanda, Fransa, İspanya, Portekiz ve Belçika gibi Batı Avrupa ülkelerinin sömürgelerini oluşturuyordu.²

Merkantilist dönemle birlikte felsefi, siyasî ve ekonomik alanlarda farklı değişimler görülmüştür. Düşünce alanında ortaya çıkan en önemli değişim,

² Halil Seyidoğlu, *Uluslararası İktisat (Teori, Politika ve Uygulama)*, Geliştirilmiş 17.Baskı, İstanbul, Güzem Can Yayınları, 2009, s. 20.

Rönesans'la birlikte liberal düşüncenin canlanmaya başlamasıdır. Liberal düşünce sisteminde laiklik ve materyalist felsefe, siyasî değişimde ise milliyetçilik akımı ve millî ekonomiler ön plana çıkmıştır. Merkantilizmin İktisadî alanda ortaya çıkardığı değişimle birlikte gerçekleşen coğrafi keşifler, güçlü devletlerin ülke sınırları dışına çıkararak altın ve gümüş arayışına başladığı dönem olarak da tanımlanmaktadır. Bu dönemde milli devlet politikaları çoğunlukla ticari alanda yoğunlaşmış ve devletler ekonomide etkin ve belirleyici roller üstlenmişlerdir.

Merkantilizmde, GÜ olma koşullarının sermaye birikimine dayalı olduğu ve o dönemlerde bu birikimin nasıl sağlandığı, böylece açık şekilde ortaya çıkmaktadır.

Merkantilizmde var olan merkezîyetçi anlayışa göre; “devlet, kıymetli madenleri saklamalı, stoklar azaldığında ise altın miktarını aşağıdaki yollarla artırma yoluna gitmelidir” denilmektedir. Bunun için de;

- Değerli madenleri işletmek,
- Altın ve gümüşün ülkeden çıkışını önlemek ve
- Altın ve gümüşün özellikle sömürgelerden sağlanmasının gerekliliği belirtilmiştir. Birinci yöntem, başlangıçta sadece İspanyollar sahipti. Başka bir deyimle, para basma işini sadece İspanyollar biliyordu. Diğer ikisinin gerçekleşmesi ise ihracatın mümkün olduğu kadar artırılmasına ve ithalatın mümkün olduğu kadar azaltılmasına bağlıdır. Böylece, çok üretip az tüketilecek ve çok satıp az ithal edilecektir.³ **Merkantilistlere göre ekonomi politikalarının başlıca gayesi**, “büyük miktarlarda para, yani altın ve gümüş toplamaktır. Burada ortaya çıkan sorun ise, böyle bir gayenin gerçekleşmesi için hangi araçların kullanılacağıdır”. Merkantilistler bu hususta üç yöntem başvurabileceğini belirtmişlerdir; 1- Ülkede madenlerin rasyonel bir şekilde –yani Devlet veya Kral tarafından- işletilmesi; 2- Kıymetli madenlere sahip olan memleketleri –bilhassa sömürgeleri- zapt etmek; 3- Ticaret politikası tedbirleriyle memlekete kıymetli maden getirtmeğe çalışmaktır.⁴

David Hume ise bu durumun ülke zenginliğini sağlamanın geçici bir süre için söz konusu olacağını belirtmektedir. Hume’a göre: Merkantilizmde bir ülke'nin

³ Ali Özgüven, **İktisat Bilimine Giriş**, Gözden Geçirilmiş ve Geliştirilmiş 5. Baskı, İstanbul, Filiz Kitabevi, 1983, ss. 40-41.

⁴ Fritz Neumark, **İktisadi Düşünce Tarihi**, Çeviren: Mehmet Ali Özekan, İstanbul, İ.Ü. İktisat Fakültesi Yayınları, 1943, s. 71.

ihracat fazlası vererek altın stoku oluşturması, kendi kendini yok edici bir mekanizmayı harekete geçirir ve sonuçta bu fazlalıklar ortadan kalkar. Böylece bir ülkenin dış ticaret bilançosunda fazlalık oluşturması, dolayısıyla altın stoklarını büyütmesi, ancak geçici bir sonuçtur. Bir süre sonra altın-para akımı mekanizması harekete geçer ve fazlalıklar kendiliğinden ortadan kalkana dek işleyişini sürdürür.⁵

Merkantilist politikalar sonucu sermaye birikiminin artışına bağlı olarak oluşan fiyat artışının ortaya çıkardığı enflasyon yukarıda iki farklı görüşle açıklanmaktadır. D. Hume'ın ortaya attığı “lkelerin geçici zenginliğinin fiyat artışıyla sona ereceği görüşü geçerli bir görüş olsaydı bugün gelişmiş sanayi ülkelerinin zenginliklerinin sona ermesi gerekirdi. Oysa bu ülkeler her geçen gün daha da güçlü bir ekonomik görünüm ile uluslararası belirleyici konumlarını muhafaza etmektedirler. D.Hume'ın görüşlerinin gerçeği yansıtmasının bir nedeni de şudur. ”Bu ülkelerde ortaya çıkan fiyat artışları karşısında üretim açıkları ithalat yoluyla giderilmeye çalışılmakla birlikte öncelikle mübadele yoluna gidilerek süreç tamamlanmaktadır. Bu mübadeleler, çoğunlukla sermaye/teknoloji yoğun metotlarla düşük maliyetle üretilen sanayi mallarının yüksek fiyatlarla ihraç edilmesi karşılığında, emek yoğun ürünlerin düşük fiyatlarla ithal edilmesi şeklinde tamamlanmaktadır. Dolayısıyla gelişmiş ve GOÜ'ler dikkate alındığında süreç G'ler lehine işlemektedir. Kaldı ki söz konusu ülkelerde bu artışa bağlı olarak ithalatın artması karşısında dış ticaret açığı ortaya çıkacak olsa da bu durumdan üretici firmalar her halkrda kazançlı çıkacaklardır. Gerek duyulduğunda ucuz işgücü ithali yoluna gidilerek, gerek duyulduğunda yatırımların başka ülkelere kaydırılarak buralarda ucuz işgücü ve kaynak temini yoluna gidilmesi sonucunda yine kârların maksimum düzeyde tutulması sağlanmaya çalışılacaktır. Sermaye sahipleri açısından gerek yerel, gerek küresel boyutlarıyla her durumda alternatif bir diğer plan söz konusu edilebilmektedir. Bu durum aynı zamanda sömürü politikalarının dış ve i piyasalardaki boyutlarını da ortaya koymaktadır.

Avrupa'da denizaşırı sömürgelerden elde edilen birikimler merkantilizmin sömürgeci politikalarıyla yüksek kazançlara dönüşmüş ve böylece yoğun bir sermaye birikimi sağlanmıştır. Bu birikimler, Batı piyasasında mal ve hizmetlerde talep

⁵ Seyidoğlu, a.g.e., s. 22.

artışına yol açmış, talep artışı fiyatların yükselmesine neden olmuş ve bunun sonucunda de enflasyon eğilimi ile karşılaşılması kaçınılmaz hale gelmiştir. Piyasadaki nominal reel artışların yaşanmasıyla birlikte ortaya çıkan enflasyon farkı üretime yönelik kapitalin daha da artmasına ve böylece artan bu kapitalin zaman içerisinde uluslararası piyasalarda akışkan bir özellik taşıyarak yeni piyasa arayışlarına yönelişi gerekli kılmıştır. Bunun günümüzdeki tanımını ise uluslararası sermaye hareketleridir.

Avrupa'nın güçlü ordu ve donanmaya sahip krallık ve hükümdarları bu güçlerini kullanarak kendilerine sömürge ilan ettikleri bölgelerde bulunan değerli madenleri adeta yağmalayarak kendi ülkelerine aktarmakla kalmamış, bu ülkelerdeki iş gücünden istifade etmek için güç testinden geçirdikleri insanları da zorla ve köle statüsünde kendi ülkelerine getirmekten geri kalmamışlardır. Millî devlet politikalarının oluşmaya başladığı bu yüzyılda hükmeden-hükmedilen, güçlü-zayıf, gelişmiş-geri kalmışlık statülerinin dayandırıldığı kriterlerle birlikte bölge veya ülkeler arasındaki ekonomik eşitsizliğin bir başka nedeni de bu şekilde ortaya konulmuş olmaktadır. Dolayısıyla, Sömürge altında bulunan ülkelerdeki altın ve diğer değerli madenlerin sömürgeci ülkelere aktarılması konusunda merkantilistlerle ilgili yapılan tespitlerin birçoğu devletlerin ve hükümdarların servetlerini artırabilmeleri için ortaya konulan baskı ve politikalarından oluşmaktadır.

Karl Marx, ünlü eseri Kapital'de, emek gücünün kapitalizm öncesi ekonomilerde bir üretim faktörüne nasıl dönüştürüldüğünü şöyle açıklamaktadır: "Kölelik sisteminde, emek-gücünün satın alınmasına yatırılan para-sermaye, kölenin yaşamının faal dönemi boyunca, ancak yavaş yavaş yerine konan sabit sermayenin para biçimi rolünü oynar. Bu nedenle Atinalılar (kentliler) arasında, köle sahibinin, kölesini sınaî işlerde çalıştırmak suretiyle doğrudan doğruya ya da onu, öteki sanayi işverenlerine (örneğin madencilikte olduğu gibi) kiralamak yoluyla dolaylı olarak elde ettiği kazanç, yatırılan para sermaye üzerinden (aşınma payı ile birlikte) faizden ibaret olarak görünürdü. Tıpkı kapitalist üretimde sanayi kapitalistin, artı-değerinin ve sabit sermayesinin aşınma payının bir kısmını, faiz ve sabit sermayesinin yerine konması hesabına dâhil etmesi gibi. Köle piyasası, emek-gücü metaı ikmalini, savaş, korsanlık, vb. ile sürdürür ve bu yağmayı teşvik eden şey, dolaşım süreci değil,

başkalarına ait emek-gücünü, doğrudan doğruya zor kullanarak fiilen ele geçirmektir. Birleşik devletlerde bile, Kuzeydeki ücretli emek eyaletleri ile Güneydeki köle eyaletleri arasındaki tampon bölgenin, Güney için köle üreten bir kesim haline getirilerek, piyasaya sürülen kölenin, bizzat, yıllık üretimin bir ögesi haline gelmesinden sonra, bu uzun süre yeterli olmamış ve Afrika köle ticareti, piyasayı doyurmak için elden geldiğince devam ettirilmiştir.⁶

Merkantilizmin denizcilik politikası uluslararası ticareti kontrol altına almaya ve denizcilik hizmetleri dolayısıyla altın elde etmeye yönelikti. Kral veya hükümdarlar belirli deniz yollarının ticaret imtiyazını belirli şirketlere veriyorlardı. Bu şirketler de o yörede monopol (tek satıcı) veya monopson (tek alıcı) gücü oluşturarak yüksek kârlar elde ediyor, bu da dış ödeme fazlası doğurarak ülkeye altın girişini artırıyor ve kralların servetine servet katıyordu. Örneğin, İngiltere'nin Kuzey Amerika'daki sömürgeleriyle ticaret yapmak üzere 1600'lerde kurulan Hudson Bay Company, yine bu ülkenin Güney Doğu Asya'daki sömürgeleriyle ticaret yapan British Indian Company ve Hollanda'nın aynı yöredeki sömürgeleriyle ticarete bulunmak üzere özel imtiyaz ile kurulmuş Dutch East Indian Trading Company bu şirketlere örnektir.⁷

Merkantilist döneme altın para dönemi de denilmektedir. Ulus devletlerarasındaki ticaretin, altın para ya da diğer önemli maden olan gümüş ile yapıldığı bu dönemde, zaman zaman her iki para biriminin karışıklığa yol açtığı bilinmektedir. Her iki para birimi olan altın ve gümüş madenleri arasındaki konvertibilitenin zaman zaman ülkelerin bu madenlerdeki stok miktarları nedeniyle bir diğeri lehine bozulduğu durumlarda bazı ulus devletler bunu ticari bir fırsata dönüştürme yoluna gitmiş, bir madenle diğer maden satın alınıp farklı miktarlar elde edilerek avantaja dönüştürülmüştür. Kaldı ki günümüz ekonomi dünyasında da USD ve EURO arası konvertibiliteyi takip eden spekülâtörler, gerek devletlerarası para piyasalarını gerekse serbest piyasaları takip ederek, bazen de resmi kur takibi yapan banka ve finans kurumlarının bu zaafını takip ederek bunu bir ekonomik fırsata dönüştürmekte ve günümüz tanımıyla arbitraj uygulamasına gitmektedirler.

⁶ Karl Marx, Friedrich Engels, **Kapitalizm Öncesi Ekonomi Biçimleri**, Çeviren: Mihri Belli, Genişletilmiş 2. Baskı, Ankara, Sol Yayınları, 1977, ss. 165-166.

⁷ Seyidoğlu, **a.g.e.**, s. 21.

Liberal ekonominin başladığı dönem olarak adlandırılan ve aynı zamanda sanayi devriminin başladığı XVIII. Yüzyıl başlarına kadar etkisini devam ettiren merkantilizm, 1750'lerden itibaren zayıflamaya başlamış, bir ekonomik doktrin ya da teori haline gelmediği için varlığını daha fazla sürdürememiştir. Uluslararası ticaret politikaları ve iktisat teorilerinin oluşmaya başlaması merkantilizmin sonunu hazırlayan gelişmeler olarak görülmektedir.

1.1.2. Klasik Dış Ticaret Teorileri

Uluslararası dış ticaret teorisi kapsamında, ülkelerin birbirleriyle yaptıkları ticaretin nedenleri, kâr-zarar analizleri ve ülkeler arası göreceli fiyat hareketleri sonrası gerçekleşen ticari faaliyetlerle birlikte, bir pazar ekonomisi ve bu pazar ekonomisi sonucu da uluslararası piyasa oluşmaktadır. Uluslararası piyasanın oluşumu ile birlikte serbest piyasa koşullarında üretim yapılması önemli bir konu olmakla beraber, üretilen mallara pazar bulunması ve bu pazarlarda rekabet koşullarına uyum sağlanabilmesi daha da büyük önem taşımaktadır.

Merkantilist dönemde iktisat politikaları, daha çok bir devlet müdahaleciliğine dayanmakta ve bu müdahaleler sonrasında ihracatın yüksek tutulup ithalattan kaçınılması dış ticaret fazlası oluşturulması amaçlanırken, sanayi devrimi sonrası liberal politikaların ortaya çıkması ve merkantilist akımla liberal akım arasında bir çatışmanın yaşanmasının da etkisiyle, devlet müdahaleciliği zamanla en aza indirgenmiştir. İhracat yapabilmek için ithalat kaçınılmaz bir hale gelmiş, ancak sanayi ürünleri ile tarım ürünlerinin mübadelesinde, tarıma dayalı üretim yapan ülkeler aleyhine negatif bir takım olumsuzluklar yaşanmaya başlanmıştır.

Ülkelerin birbiriyle ticaret yapmalarının birçok nedeni vardır. Ancak bu nedenlerden ikisi diğerlerinden daha önemlidir. Bunlar ülkelerin üretimlerinin kendilerine yeterli olmaması ve bazı malların üretiminde uzmanlaşan ülkelerin kalite ve fiyat avantajına sahip olmalarıdır.⁸ Uluslararası ekonomik ilişkilerde bir gereksinim olarak görülen dış ticaretin ortaya çıkışının bir diğer nedeni de ihtiyaç nedeniyle özellikle tarım alanında görülmektedir. Bazı ülkelerin üstün ve avantajlı konuma sahip olmalarının arkasında ise, belirli ürünlerde uzmanlaşmış olmaları,

⁸ A.e., s. 521.

fiyat ve kalite avantajına sahip bulunmaları ve zengin hammadde kaynaklarının merkezinde yer alıyor olmaları etkili olmaktadır.

AGÜ'lerin ekonomisi çeşitli bakımlardan GÜ'lere bağlıdır. Bu bağlılık, bazı AGÜ'ler için tarihi sebeplere dayanır. Zira bu ülkeler siyasî bağımsızlıklarını kazanmadan önce sömürge veya yarı-sömürge döneminden geçmişler ve bunun ortaya çıkardığı ilişkilerden de tamamen kurtulamamışlardır. Ancak tarihleri boyunca siyasi bir bağımlılığa konu olmamış bulunan AGÜ'ler de, derece farkları ile ekonomik açıdan bağımlı durumda olabilmektedir. O halde bağımlılığı doğuran durumlardan biri de kapitalist ekonominin ve kurumlarının AGÜ'lere dışarıdan, bir zorlama olarak götürülmüş bulunmasıdır. Bu ülkeler, geleneksel bir ekonomik düzen içinde bulunurken GÜ'lerle ilişkilerinde kapitalist ekonominin mekanizmasını ve kurumlarını ithal etmek zorunda kalmışlardır.⁹

AGÜ'lerin, gerek coğrafi konumları nedeniyle tabii zenginliklerden yoksun olmaları gerekse yıllarca hükmedilen ülke statüsünde kalmaları nedeniyle dışa bağımlılıktan kurtulamamaları bu ülkelerde dış ticaret açıklarına da yol açmıştır. Bu açıkların giderilmesinde başvurulabilecek en kolay yöntem, dış borçlanma olarak görülmüştür. Uluslararası krediler ve dış borç politikası sonucu ekonomik durumu daha da kötüleşen bu ülkeler bir borç sarmalı içerisinde GÜ'lerin birer etki ya da sömürü alanı olmaktan kurtulamamışlardır. Dolayısıyla, bu kısır döngüyle birlikte coğrafi konum itibarıyla tabii kaynaklardan da yoksun kalmaları, bu ülkelerde dışa bağımlılığı sürekli kılmaktadır. Oysa tarihî süreçte güçlü konumda bulunan emperyalist ülkeler yayılmacı politikalar izleyerek, baskı ve sömürüleri altında bulunan ülkelerin kaynaklarını gelecek gözetmeden kendi ülkelerine aktarmakta, karşılığında ise bu ülkelerde sosyo-kültürel etkilerini artırıcı yaptırımlar dışında istihdam ve teknoloji sağlayıcı ekonomik yatırımlarda bulunmamaktadırlar.

Böylelikle, teknolojik gelişmelerden yoksun kalan AGÜ'ler, gerekli teknik altyapı veya donanımına sahip olmadıkları gibi bunu sağlayacak bilgi birikimine de ulaşamamakta ve gözle görülür bir ekonomik gelişme sağlayamamaktadırlar.

⁹ Cavit O. Tütengil, **Az Gelişmenin Sosyolojisi**, 4. Baskı, İstanbul, Belge Yayınları, 1984, ss. 86-87.

1.1.2.1. Mutlak Üstünlük Teorisi

Adam Smith, Mutlak Üstünlük teorisi ile ilgili ortaya koyduğu, Milletlerin Zenginliği (the wealth of nations) adlı eseri ile uluslararası ekonomi bilimine dış ticaret teorisi ve bilimi hüviyeti kazandıran bir iktisatçı olma unvanını elde etmiştir. Bu nedenle uluslararası iktisat biliminin kurucusu olarak tarihte yerini alan A.Smith için bazı kaynaklar, uluslararası iktisat biliminin babası ifadesini kullanmışlardır.

Ekonomik hayat mal ve hizmetlerin üretimi olduğu için, Smith'in önem verdiği faaliyet alanı üretimdir. Üretimin artırılması, emeğin verimliliğine (prodüktivitesine) prodüktivitenin artması ise iş bölümü, tam rekabet, ekonomik özgürlük, tasarruf ve sermaye birikimi ile mümkündür.¹⁰

Smith'e göre üretimde verimliliği artırmanın temeli iş bölümüne dayanır. Çünkü iş bölümü ile birlikte işgücü daha etkin bir biçimde kullanılmış olacaktır. Çalışma hayatında insanların belirli bir noktaya odaklanarak o alanda uzmanlaşmasıyla birlikte verimlilik artışı sağlanması kaçınılmazdır. İş bölümü ve uzmanlaşma aynı zamanda 21. Yüzyıl çalışma hayatının da vazgeçilmezleri arasında yer almaktadır. Dolayısıyla aradan geçen yıllara rağmen günümüz çalışma hayatında A.Smith'in politikalarının uygulanabilirliği ekonomi bilimi üzerindeki yetkinliğinin de bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

A.Smith, ferdiyetçilik (bireysellik) olarak görülen işbölümüne yöneltilen eleştirilere karşı, bireysel refah seviyesinin yükselmesiyle birlikte toplum refahının da yükseleceğini ve bunun ülke zenginliğine dönüşeceğini belirtmiştir. İş bölümü ile birlikte toplumsal barış ve dayanışma da oluşacaktır. Serbest piyasa koşullarının gerçekleşmesiyle birlikte, hem sermaye hem de emek faktörü kendisine en uygun alana yönelecek ve ekonomik denge kendiliğinden sağlanmış olacaktır.

Devlet, ekonomik alana müdahale etmemelidir. Bu müdahale hem iç ekonomide hem uluslararası ekonomide söz konusudur. Uluslararası iş bölümünden yararlanmak amacıyla mallar ülkeler arasında serbestçe mübadele edilmelidir.¹¹ Ancak bu işbölümünün insanlardaki mütakabiliyet esasını körelteceği ve insanları mekanik bir hale getireceği yönünde özellikle sosyalistler tarafından

¹⁰ Özgüven, a.g.e., s. 66.

¹¹ A.e., s. 65.

yoğun eleştiriler ortaya atılmıştır. İş bölümünün sağlanması aynı zamanda yeni tasarruf ve yatırımlara bağlıdır. Oysa bu tasarruf ve yatırımların nasıl sağlanacağı konusu işverenlerin daha çok kazanma hırsını ortaya çıkarabilecektir.

Mutlak üstünlük teorisinde, artan üretimin işbölümü ve uzmanlaşmayla üretim maliyetlerini aşağıya çekmesi etkili olmakta, iki ülke üzerinde yapılacak mübadele esasına göre iki ürün örnekleme sinin ele alınması ise diğer faktörlerin sabit kabul edilmesi dolayısıyla bir eleştiri olarak yöneltilmektedir.

Smith, ülkelerin birbirleriyle ticaret yapmaları halinde ticarete katılan ülkelerin tümünün bu ticaretten yararlı çıkacaklarını öne sürmüştür. Buna göre her ülke, *mutlak üstünlüğe sahip olduğu*, yani öteki ülkelere göre daha ucuza ürettiği malların üretiminde uzmanlaşıp, bu malları üreterek ihraç etmeli, buna karşılık öbür ülkelere göre daha pahalıya ürettiği malları ithal etmelidir. Böylece, uzmanlaşma sonucu ülkelerin üretimde sağlayacağı artışlar ticaret yapan ülkeler arasında paylaşılacağından, uluslararası ticaretten tüm katılanlar yararlı çıkacaklardır.¹²

Tablo 1.1: A ve B ülkesinin Aynı Emekle Bir Günde Ürettiği Kumaş ve Buğday

Ülkeler	Kumaş (m ²)	Buğday (ton)
A Ülkesi	100	80
B Ülkesi	40	120
İki ülkenin bir günlük üretimi	140	200

Kaynak: Zeynel Dinler, İktisada Giriş, Gözden Geçirilmiş 14. Baskı, Bursa, Ekin Kitabevi Yayınları, 2008, s. 523.

Yukarıda yer alan tablo 1.1 incelendiğinde, aynı birim emek gücü ile A ülkesi B ülkesinden 20 birim daha fazla kumaş üretmektedir. B ülkesi ise aynı birim emek gücüyle A ülkesinden 80 ton daha fazla buğday üretmektedir. Tablo 1.1'e göre, A ülkesi kumaşta, B ülkesi ise buğday üretiminde uzmanlaşmış ve mutlak üstünlük pozisyonundadırlar. Bu durumda ülkeler hem kumaş hem buğday üretmek yerine, mutlak üstünlüğe sahip oldukları ürünü üretirlerse yaptıkları ticaretten avantaj elde etmiş olacaklar ve refah düzeylerinde de artış olacaktır.¹³

¹² Zeynel Dinler, **İktisada Giriş**, Gözden Geçirilmiş 14. Baskı, Bursa, Ekin Kitabevi, 2008, s. 522.

¹³ Dinler, a.e., ss: 522-523.

A ve B ülkeleri örnekleri ele alınarak sadece uzmanlaşmış ve mutlak üstünlüğe sahip olunan ürün üretildiğinde ise Tablo 1.2’de görülen miktarlar ortaya çıkacaktır. Burada A ülkesi tüm emek gücünü kumaş üretiminde değerlendirdiğinde 200 m² kumaş, B ülkesi ise Buğday üretimine yönelerek 240 ton buğday elde etmektedir. A ve B ülkeleri ürettikleri ürünleri diğer ürünlerle mübadele edecek olurlarsa A ülkesi 80 ton buğday elde etmek yerine 120 ton ile mübadele edecek B ülkesi ise 40 m² kumaş üretmek yerine mübadele yoluna giderek 100 m² kumaş elde edebilecektir. Her iki durumda da ülkelerin sahip oldukları ürün miktarında artış sağlanmış olacak ve buna paralel olarak refah seviyesinde de artış olacaktır.¹⁴

Tablo 1.2: A ve B ülkelerinin Aynı Emekle Bir Günde Sadece Kumaş ve Sadece Buğday Üretmeleri Halinde Üretilen Buğday ve Kumaş Miktarı

Ülkeler	Kumaş (m ²)	Buğday (ton)
A Ülkesi	200	-
B Ülkesi	-	240
Günlük üretim Toplamı	200	240

Kaynak: Zeynel Dinler, İktisada Giriş, Gözden geçirilmiş 14. Baskı, Bursa, Ekin Kitabevi Yayınları, 2008, s. 523.

Mutlak üstünlük teorisinde temel alınan iki ülke üretim maliyetleri ya da hangi ülkenin söz konusu ürünleri ne kadarlık bir maliyetle ürettiği üzerinde durulurken, söz konusu ülkelerdeki gümrük vergileri, navlun giderleri, ulaşım ve taşıma maliyetleri göz ardı edilmektedir. Bu durum aynı zamanda mutlak üstünlük teorisine yapılan eleştiriler arasında yer almaktadır.

Bir diğer eleştiri ise serbest piyasa koşullarının küresel işletmelerin taleplerinin dikkate alınarak oluşması doğrultusundadır. GÜ’lerde üretilen malların diğer ülkelere pazarlanmasında talep edilen serbestlik, tersi söz konusu olunca; gümrük duvarları, kota uygulamaları, ürün sınırlandırmaları, v.b. engeller ortaya atılmaktadır. Dış ticaret politikalarında çoğunlukla ÇUŞ’ler söz sahibi olduğu için uluslararası mübadele sistemi de tabii olarak GÜ’ler lehine sonuçlanmaktadır.

¹⁴ A.e.

A.Smith'in Mutlak üstünlük teorisi ile Merkantilizm arasındaki en belirgin fark, Merkantilizmde ihracatın artırılıp ithalatın en aza indirgenmesi ve hazinenin sürekli dolu tutulması amaçlanırken taraflardan birinin kazanması hedeflenmekte ve diğer ülkelerin zarar etmeleri söz konusu olmaktadır. Ancak, Smith'in mutlak üstünlük teorisi ile uluslararası ticarete her iki tarafın kazançlı çıkması amaçlanmaktadır. Dolayısıyla merkantilistlerin dış ticarete sınırlama getirmeleri tezi bu noktada etkisiz kalmıştır.

Ancak bir başka açıdan bakıldığında mutlak üstünlük esas alınarak üretim faktörlerinin belirli alanlara kanalize edilmesi aynı zamanda ekonomik bir riskin ortaya çıkmasını da beraberinde getirmiş olacaktır. Söz konusu edilen A ülkesi, bir üründe mutlak üstün pozisyonda iken bu ürüne yöneldiğinde diğer ürünlerin üretimine ilgisiz kalınmakta ve bu yönde üretici yeteneğini adeta köreltici bir etkiye maruz kalmaktadır. Uzun vadede ele alındığında ticari ilişki içerisinde bulunduğu ülkede üretilen ürünler hayati öneme sahip olabilmekte ve süreklilik taşımayan bir noktada toplumsal riskleri artırıcı etkiler ortaya çıkmaktadır. Bunun en belirgin uygulamasının Afrika'da yaşanan günümüz ekonomik sorunlarının temelinde yaşandığını görmek mümkündür.

Görünüşte toprağı üzerinde özgür olan Afrika insanı, bu noktada Batı dünyasının acımasız oyununu ortaya koymak açısından önemlidir. Avrupalılar Afrika tarımını tek tipleşmeye zorlayarak bu kıtada üretilen ürünlerin Avrupa kıtasına zorunlu ihracatın koşullarını sağlayarak Batı pazarının ihtiyacını karşılamak üzere ayarlamalarda bulunmuşlardır. Buna göre, Nijerya pamuk üretimi için ayrılırken, Uganda kahve, Senegal yerfıstığı üretmeye zorlanmıştır. Köylüler ağır vergi yükü altında bırakılarak Batı pazarlarında para eden bu ürünleri ekmeye bir bakıma mecbur bırakılmışlardır. Çünkü köylüler kendilerine biçilen ağır vergi yükünün altından kalkmak için ticarî ürün yetiştirmek zorundadırlar! Batılıların kendi sanayi çarklarını işletmek üzere başlattıkları bu yöntem Afrika insanının kendi ihtiyacını karşılamak üzere yapa geldiğı geleneksel tarım anlayışını da yıkmıştır.¹⁵

Günümüzde dahi Afrika Kıtası'nda görülen açlık felaketi derinlemesine incelendiğinde geçmişten gelen ticari ilişkilerle belirlenmiş bir mutlak üstünlük

¹⁵ Osman Özsoy, "Afrika'da Oynanan Büyük Oyun", Haber7, 08.08.2011, (Çevrimiçi) <http://www.haber7.com/haber/20110808/Afrikada-oylanan-buyuk-oyun.php>, 09 Ağustos 2011.

özelliğine dayanmakta olduğu görülmektedir. Afrika'nın değerli madenlerini büyük ölçüde kendi ülkelerine transfer eden Batılı devletler II. Dünya savaşı sonrasında bu sömürgelerinden çekilirken kendi kurdukları iktisat teorileri zihniyetinin tohumlarını ekerek ayrılmışlardır. Yıllarca bu ülke kaynaklarının sömürsü yetmiyormuşçasına devamında da emeğini ve toprağını sömürmeye devam etmenin altyapısını oluşturma çabası içerisinde olmuşlardır.

Dolayısıyla kaynakları sömürülen ve sömürgeci ülkelere değerli kaynakları transfer edilen bu kara Afrika'sında özellikle sanayi ürünleri alanında üretim yeteneklerinin köreldiği ve düzelmenin ise sağlanamadığı bir buhran döneminin yaşandığı görülmektedir. Afrikalının ürettiği tarıma dayalı ürünlerin mübadeleyi karşılamadığı ve daha fazla üretmesi gerektiği, ama tüketimi engellenen bir yapı söz konusudur. Böylece çalıştığı halde kazanamayan Afrika'da, mutlak üstünlük teorisi GÜ'lerin mutlak üstünlüğüyle sonuçlanmaktadır.

1.1.2.2. Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi

A.Smith'in Mutlak üstünlük teorisinden sonra David Ricardo, Karşılaştırmalı üstünlük teorisi ile yeni bir teori ileri sürmüş ve Smith'e ilk eleştirisini de mutlak üstünlük teorisiyle yöneltmiştir. Ricardo'ya göre ülkelerin birbirleri ile ticaret yapabilmeleri için mutlak bir üstünlüğe sahip olmaları gerekmemektedir. Aksi halde "bir ülke her iki üründe de üstün durumdaysa aralarında ticaret gerçekleşmemesi gerekir ki, bu aynı zamanda uluslararası ticaretin kapsamını daraltır".

Uluslararası dış ticaret ilişkilerinde, bir ülkenin her iki üründe de mutlak üstünlüğe sahip olması tesadüf olarak değerlendirilmemelidir. AGÜ'lerle karşılaştırıldığında, gelişmiş sanayi ülkelerinin birçok üründe fiyat ve maliyet avantajını görürüz. Hem ileri teknoloji seviyesi hem işbölümü ve uzmanlaşmada kazanılan mesafe GÜ'lerin seçilmiş her iki üründe mutlak üstünlüğe sahip olduğunu da ortaya çıkarabilecektir. Bu nedenle Ricardo'nun karşılaştırmalı (Mukayeseli) üstünlük tezi Smith'in mutlak üstünlük tezini çürüterek bunun yerini almış ve günümüz dış ticaret ilişkilerinde hala geçerliliği söz konusu olan karşılaştırmalı üstünlük teorisi bu şekilde etkisini devam ettirmiştir.

Aşağıda, Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi konusunda Ricardo'nun kendisi tarafından verilen bir örnek ele alınmaktadır. Örnekte, İngiltere ve Portekiz'in kumaş ve buğday ürettikleri ve bu ülkelerin üretim koşullarının şöyle olduğu varsayılmıştır. Tablo 1.3'te yer alan örneğe göre İngiltere her iki malda da mutlak üstünlüğe sahiptir. Çünkü gerek buğdayı gerekse kumaşı Portekiz'den daha ucuza üretmiştir. Dolayısıyla, Mutlak Üstünlük Teorisi açısından bu durumda dış ticaret yapılmamalı, İngiltere daha ucuza mal ettiği için, her iki malı da kendisi üretmelidir. Oysa karşılaştırmalı üstünlük teorisine göre bu durumda da dış ticaret yapılabilir ve her ülke ticaretten kazanç sağlayabilir. Çünkü İngiltere iki malda da mutlak bir üstünlüğe sahip olmakla birlikte, bu mallardaki üstünlüklerinin derecesi aynı değildir. Tablodaki rakamların dikey yönde karşılaştırılmasından anlaşılacağı gibi, kumaş üretimindeki üstünlük 8 kat, buna karşılık buğday üretimindeki üstünlük 2 kattır. Bu bakımdan İngiltere kumaş üretmeli, buğdayı ise Portekiz'den ithal etmelidir. Başka bir deyişle, İngiltere kumaş üretiminde karşılaştırmalı (göreceli) üstünlüğe sahiptir.¹⁶

Tablo 1.3: A ve B Ülkesinin Bir Günde Aynı Emekle Ürettiği Kumaş ve Buğday

Ülkeler / Ürünler	Kumaş (m ²)	Buğday (ton)
İngiltere	80	40
Portekiz	10	20
İki ülkenin bir günlük üretimi	90	60

Kaynak: Zeynel Dinler, İktisada giriş, Gözden geçirilmiş 14. Baskı, Bursa, Etkin Kitabevi Yayınları. 2008. S. 524.

Her iki teorinin ortak özelliği, ortaya konulan varsayımların basitleştirilerek ele alınması noktasında birleşmektedir. ***Bu ortak özellikleri aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür.***

- Her iki teoride ilk olarak ve sadece iki devlet ele alınmaktadır.
- Her iki teoride temelde paranın bir değişim ya da değerlendirme aracı olarak ön plana çıkmasından çok malın malla değişimi ya da bir başka deyişle mübadele (trampa) esas alınmaktadır.

¹⁶ Seyidoğlu, a.g.e., s. 27.

- Navlun giderleri ve lojistik harcamaları dikkate alınmamakta ya da sıfır kabul edilmektedir.
- Her iki teori için yapılan analizlerde serbest piyasa ekonomisi dikkate alınmakta özellikle devlet müdahaleciliğine yer verilmemektedir.
- Tam rekabet koşullarının varlığının gerekliliği ön plana çıkmaktadır.
- Gümrük vergileri ve kotalar yok sayılmaktadır.
- Maliyet hesaplamalarında üretim faktörü olarak emek faktörü dikkate alınmakta, teknoloji v.d. faktörlerden söz edilmemektedir.

D. Ricardo'ya yöneltilen eleştiriler ve modeldeki aksaklıklar ise aşağıda belirtilmiştir.

- Ricardo modeli emek-değer teorisine dayanır.
- Ülkeler arası işgücü verimindeki farkın nedenlerini açıklamış değildir.
- İşgücü ülke içinde tam hareketli, ülkelerarasında ise tam hareketsizdir.
- Bir arz teorisidir, talep faktörüne yer verilmemiştir.
- Sabit maliyetlere ve tam uzmanlaşmaya dayanır
- Üretim aşamalara ayrılmamış, farklı ülkelerde yapılması incelenmemiştir.¹⁷

Her iki modele yöneltilebilecek en önemli bir diğer eleştiri de, üretim maliyetlerinin verilen birim miktara göre sabit kabul edilmesidir. Hâlbuki üretim miktarı arttıkça her birim miktar için sabit maliyetler azalacağından toplam maliyetlerde düşme eğilimi görülecektir.

Gerek mutlak üstünlük gerekse karşılaştırmalı üstünlük teorilerinde ortaya konulan üstünlüklerin markalaşma ve model ürünlerle çeliştiği de bir gerçektir. Ayrıca reklam ve tanıtım faktörü de ürünlerin fiyat ve kalite avantajını zaman zaman tersine çevirebilmektedir. Bazen çok kaliteli ve uygun fiyat özelliği taşıyan bir ürünün uluslararası piyasada tanınmamasına karşın, iyi bir reklam çalışması sonucu pek de üstünlük taşımayan ürünlerin pazarda tercih nedeni olarak ortaya çıktığı durumlarla karşılaşmak pekâlâ mümkün olabilmektedir.

Mukayeseli üstünlük teorisinin de benzer bir biçimde günümüz dünyasında yaşanan bazı örneklerle karşılaştırıldığında benzer girdapların bu teoride de karşımıza çıktığını görürüz. Günümüz Afrika insanının sefaletle süren yaşam

¹⁷ A.e., ss. 29-30.

koşullarının burada da tarıma dayalı ihracat ile sınırlı bulunması ve halkın açlıkla yüz yüze kalışı, mukayeseli üstünlük teorisinin de her iki ülke için aynı faydayı sağlamadığı sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Böylelikle klasik iktisat teorileri politikalarının eşit olmayan koşullardaki ülkeler arasında bir ticari ilişkiye dayandığı ve piyasa koşullarının bu teorilerin sahiplerince belirlendiğini bunun da GOÜ'lerin birçoğunda adil olmayan mübadele koşullarına dayandığını görmekteyiz. Dış ticaret faktörlerinin etkili olduğu ve GOÜ ekonomilerinin de dış borçlanmaya dayalı olduğu dönemler içerisinde, bu ülkelerin süregelen buhranlarla birlikte yaşaması da kaçınılmaz olmuştur.

1.1.2.3. Faktör Donanımları Teorisi

Gerek karşılaştırmalı üstünlükler gerekse mutlak üstünlükler teorisi içerisinde üretim maliyetleri hesaplanırken emek faktörü üzerinde durulmuştur. Bu teoriler uluslararası ticaretin belirlenmesi noktasında belirleyici özellikte olmasına karşın bazı eksik yanlarının bulunduğu doğrultusunda zaman zaman eleştiriler de almaktadır.

Geleneksel uluslararası ticaret teorisi, Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi'ne ve onun değişik bir yorumu olan Heckscher-Ohlin Modeli'ne dayanmaktadır. D.Ricardo tarafından geliştirilen Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi'ne göre "Her ülke göreceli olarak hangi malları daha ucuza üretiyorsa, o malların üretiminde uzmanlaşmalıdır. Heckscher-Ohlin Teorisi'ne göre, "Bir ülke hangi üretim faktörüne zengin olarak sahipse, üretimi o faktörü yoğun biçimde gerektiren mallarda karşılaştırmalı üstünlük elde eder, yani onları daha ucuza üretir ve o alanlarda uzmanlaşır". Diyelim ki, bir ülke, emeğe diğer üretim faktörlerine göre daha bol ve ucuza sahip olabiliyorsa bu ülkelerde emek yoğun, sermaye faktörüne daha fazla sahipse sermaye-yoğun mallar üretilmeli ve ihraç edilmelidir. Heckscher-Ohlin Teorisi'ne Faktör Donatımı Teorisi denmesinin nedeni de, teoride uluslararası ticaretin yapılışının nedenlerinin sözü edilen bu iki etkene dayandırılmasındandır.¹⁸

Fakat teorinin varsayımına göre, göreceli faktör fiyatlarında ortaya çıkan değişimler malların faktör yoğunluğu özelliklerini tersine çevirmemeli, yani

¹⁸ Seyidoğlu, a.g.e., s. 80.

sermayenin ucuzlaması emek yoğun mali sermaye yoğun duruma getirmemeli; emeğin ucuzlaması da sermaye yoğun olan mala emek yoğun bir nitelik kazandırmamalıdır. Eğer bu varsayım gerçekleşmezse, Faktör Donatımı Teorisi'nin öngördüğü, her ülkenin bol olarak sahip olduğu faktörün yoğun biçimde kullanıldığı mali ucuza üreteceği ve ihraç edeceği biçimindeki normal sonuç ortaya çıkmaz. Yine, malların faktör yoğunluğunun ters dönmesi durumunda, serbest mal ticareti yoluyla ticaret yapan ülkeler arasında faktör bedellerinin eşitlenmesi sonucuna da varılamaz.¹⁹

Gelişmiş ekonomilerin, her geçen gün daha önemli hale geldiğini düşündükleri dış ticarete artan rekabet koşulları ve maliyet artışlarını göz ardı etmedikleri bir gerçektir. Bu durum, ÇUŞ'leri dış ticaret karşısında farklı alternatifler üretmeye yöneltmiştir. İşte bilinen bu gerçek, birçok GÜ yatırımcısını; "GOÜ'lerle ticaret yapmak yerine bu ülkelere doğrudan yapılacak yatırımların maliyetleri düşürücü yönde etkide bulunacağı ve dış ticaretten daha avantajlı olacağı" gerçeği ile yatırım alanlarını bu ülkelerde genişletme ihtiyacı noktasına taşımıştır.

Heckscher-Ohlin faktör donatımı teorisi çerçevesinde emek/sermaye yoğun özellikli ülkelerin dikkate alınarak bu doğrultuda yatırımcıların sınır ötesine yönelmesi ile birlikte, dış ticaret politikalarının temelini oluşturan mutlak ve karşılaştırmalı üstünlük teorilerinin etkinliği azalmaya başlamıştır. Ülkeler hangi üretim faktöründe üstün konumdaysa, bu faktörü öncelikli ve yoğun bir şekilde kullanarak üretimini gerçekleştirmek durumundadır. Bu durum bu ülkelere aynı zamanda mukayeseli alanlarda üstünlük de kazandırmış olacaktır.

Ekonomik konjonktür gereği sermaye transferine yönelen yabancı yatırımcılar tecrübe ve bilgi birikimlerini, GOÜ'lerde kullanarak özellikle bölünmüş üretimin maliyetler üzerindeki etkisini dikkate almakta, uluslararası işbölümü ve uzmanlaşma konularında işbirliği içerisine girebilmektedirler. Bu işbirliği içerisinde bilgi artı değer olarak, işletmelerin yüksek kâr hedeflerine ulaşmalarında etkili olmaktadır. Bilgi teknolojileri, gerek insan kaynakları yönetiminde, gerekse yazılım programları ve dijital yenilikler alanında, eğitim, sağlık, sigortacılık, finansman ve

¹⁹ Seyidoğlu, a.g.e., ss. 84-85.

diğer hizmet sektörleri alanında yeni ve de gelişen sektörler olarak ortaya çıkmaktadır.

Faktör donanımı tanımının genişletilmesi W. W. Leontief'in ABD dış ticaret yapısına ilişkin ampirik çalışmalarının bir sonucu ve devamı olup neo-klasik çözümlemenin koyduğu sınırlamaların tartışmalı hale gelmesine yol açmıştır. Diğer ülkelere göre sermaye donanımı bakımından en zengin ülke olan ABD'nin emek yoğun mallar ihraç edip, sermaye yoğun mallar ithal ettiği biçiminde çelişkili bir sonuca varmıştır. Leontief'in bu beklenmeyen sonuca getirdiği açıklama, emeğin verimliliğine dayanmaktadır.²⁰Gerek ABD gerekse diğer sanayi ülkelerinin daha çok emek yoğun ihraç mallarının çokluğunun bu ülkelerdeki emek verimliliğine bağlı olduğu görülmektedir. İşgücünün uzmanlaşması da diyebileceğimiz nitelikli bir işgücü ile daha verimli üretim yapılabileceği ve maliyetlerin de böylece daha da düşürülebileceği görülmektedir. Bu durumda Leontief için varılan çelişkili değerlendirme de ortadan kalkmış olmaktadır.

Özellikle 1980'ler sonrasında yabancı sermayenin, GÜ'lerden GOÜ'lere doğru yön değişikliği görünümünde bir değişim süreci yaşadığı görülmektedir. Faktör analizlerinin bu yön değişikliği üzerinde mutlak bir şekilde etkili olduğu gerçeği göz ardı edilmemelidir. GÜ'lerde sosyal alanda her geçen gün genişleyen haklar, ortaya çıkan artışlar, işgücü maliyetlerini de dolaylı bir şekilde artırmakta ve bu artışlar sonrası küresel rekabet ortamı içerisinde bu ülke yatırımcılarının artan maliyet artışları karşısında rekabet gücü zayıflamaktadır. Bunun sonucunda ise yatırımcıların, faktör analizlerini de dikkate alarak üretimlerini daha düşük maliyetlere indirgeyebilecekleri ülkelere yönlendirmeleri yine kendilerinin çıkarları açısından kaçınılmaz hale gelmektedir. Bununla birlikte GOÜ'ler, yabancı sermayenin ülkeye çekilebilmesi için kendi aralarında rekabet içerisine zaten girmiş durumdadırlar. Sigorta ve vergi muafiyetleri, arazi tahsisi, gümrük ve kota muafiyetleri, elektrik-su-doğalgaz ücretlerinde indirim ya da muaf tutulmaları gibi teşvikler yabancı sermayeyi çekebilmek için ortaya konulan teşviklerin sadece bir kısmını oluşturmaktadır. Bu teşvikler belirlenirken şüphesiz yerli-yabancı ayırımına gidilmemektedir. Ancak yerli müteşebbisler, sınırlı sermaye birikimiyle yatırımlarını

²⁰ Cevdet Erdost, **Sermayenin Uluslararasılaşması ve Teknoloji Transferi**, Ankara, Savaş Yayınları, 1982, s. 22.

farklı alan ya da bölgelere kaydıramayacaklarından teşvikler için girişimde dahi bulunamayacaklar ve tüm bu fırsatlar yabancı yatırımcılara bırakılmış olacaktır.

1.1.2.4. Yeni Dış Ticaret Teorileri

Buraya kadar genel hatlarıyla incelenen gerek uluslararası işbölümü gerekse mübadele metotlarını içeren uygulamalarla açıklamaya çalıştığımız klasik dış ticaret teorilerinin, yabancı yatırımların tarihsel gelişim sürecinde geldiği aşama konusunda büyük bir etkiye sahip olduğu göz ardı edilemez. Ancak, ağırlıklı olarak statik faraziyelere dayanan klasik dış ticaret olgusunun, mevcut uluslararası yatırım, üretim ve günümüz dış ticaretinin açıklanmasında yetersiz kaldığı görülmektedir.

Özellikle uluslararası sermaye ve işgücü transferlerinin artmaya başlaması ve bunun sonucunda gelişmeye ve yayılmaya başlayan ÇUŞ'lerle ortaya çıkmaya başlayan yeni dış ticaret teorileri aynı zamanda UDY'leri konu edindiğinden, yabancı sermaye yatırımları konusu içerisinde detaylı bir şekilde incelenecektir.

1.2. ULUSLARARASI SERMAYE HAREKETLERİ, TANIMI, KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ VE SINIFLANDIRILMASI

Yabancı sermaye hareketlerinin ilk olarak genelde borçlanma mahiyetinde ortaya çıktığı savunulmaktadır. 18. Yüzyılda Batılı ülkelerin sanayi devrimiyle birlikte sanayiden gelen fonlar nedeniyle sermaye fazlasının, sermayesinin kıt, faiz oranlarının ise yüksek olduğu ülkelere doğru kayması, yabancı sermaye hareketlerini de hızlandırmıştır.²¹ Özellikle İngiltere'de gelişmekte olan sanayi için gerekli görülen hammadde, madenler ve petrol ürünlerinin çıkarılması ve Büyük Britanya İmparatorluğunu kurma çabaları sonucunda kendisine sömürü alanı olarak belirlediği ve çoğunlukla ada devletlerinde gerçekleştirdiği yatırımlar diğer Batı'lı ülkeler için de hareket noktasını oluşturmuştur. Her bir Avrupa ülkesi böylelikle kendi emperyal alanında yer alan diğer ülkelere yönelik sömürü politikaları oluşturmaya başlamış ve bir yandan değerli madenlerin transferini sağlarken diğer taraftan yatırımlar için kendilerine yeni alanlar belirlemeye çalışmışlardır. Tarihsel süreçte ele alınan tüm bu

²¹ Tuncay Hacaloğlu, "Yabancı Sermaye ve Türkiye'de Yabancı Sermaye Uygulaması", T.C. Başbakanlık DPT Teşvik ve Uygulama Başkanlığı, **Yayımlanmamış Uzmanlık Tezi**, Ankara, 1983, s.3.

faaliyetler cebir ve tahakküm içeren politikalar doğursa da ilgili dönemlerin özellikleri dikkate alındığında yabancı sermaye yatırımları olarak adlandırılmaktadır.

Yabancı Sermaye yatırımları, ele alınan konular itibariyle bir uluslararası iktisat konusu olması nedeniyle mikro açıdan yapılan incelemeleri ele almakla birlikte, birden fazla ülke arasındaki ilişkiler söz konusu olduğundan, ağırlıklı olarak makro açıdan incelemeleri gerekli kılmaktadır. Eğer bir tek ülkenin incelenmesi söz konusu edilmiş olsaydı kapalı bir ekonomi incelenmiş olacaktı ki bu durumda sermaye hareketlerinin incelenmesi söz konusu olmayacaktı. Ancak uluslararası iktisatta iki ve daha fazla ülke esas alınmakta ve böylece uluslararası iktisat daha geniş bir boyutta ele alınmış olmaktadır.

Sermayenin, uluslararası boyutlarda bir hareket kabiliyeti kazanması ve uluslararası/ötesi boyutlara taşınması durumunda UDY veya literatürdeki diğer tanımları ile DYY kavramlarıyla adlandırılması söz konusu olacaktır.

1.2.1. Uluslararası Sermaye Tanımı ve Kavramsal Çerçeve

Yabancı sermaye ya da diğer bir anlatımla uluslararası sermaye yatırımlarına geçmeden önce *Sermaye* ve *Yatırım* kavramlarının tanımlanması, konuya getireceği açıklık bakımından yarar sağlayacaktır.

Sermaye, ekonomi bilimine göre mal veya hizmet üretiminde kullanılan üretim araçlarıdır; emek, toprak ve müteşebbisin yanında bir üretim faktörüdür. İşletme bilimine göre ise sermaye, işletmenin ve üretim ve/veya pazarlama çabalarına uygun olarak sahip olduğu tüm maddi ve maddi olmayan varlıklardır.²² Üretim araçlarının kullanımı sonucu emeğin karşılığı ücret, toprağın karşılığı kira (rant) müteşebbisin yatırım teşebbüsünün karşılığının da kâr olarak karşılandığı bir üretim fonksiyonu şeması ortaya çıkmaktadır.

Yatırım ise oluşumu sağlanan sermaye birikiminin, belirli bir dönem hesabı yapılarak gelir getirici hedefler doğrultusunda taşınır ya da taşınmaz alanlara yönlendirilmesidir. Yatırımların sağlanabilmesi sermaye birikimi ile doğrudan orantılıdır. Sermaye birikiminin sağlanabilmesi için atıl bulunan birincil kaynak

²² Osman Altuğ ve Hanifi Ayboğa, *Örneklerle Uygulamalı Şirket Kuruluşları*, Birinci Basım, İstanbul, Yasa Yayınları, 1992, s. 194.

tasarruflardan oluşmakla birlikte, her tasarrufun sermaye birikimi olarak yatırıma dönüşebilmesi gibi bir durum da söz konusu değildir.

Yabancı sermaye, bir ülkenin karşılığını ödemeksizin dış ülkelerden sağladığı ekonomik kaynaklardır. Bu karşılığını ödememe sözü ile kastettiğimiz ya hiç bir zaman ödememek ya da şimdi ödememektir. Alınan ekonomik kaynakların karşılıkları hiç bir zaman ödenmezse bu çeşit yabancı sermaye “bağış” niteliğindedir. Eğer karşılık ileride geri ödenecekse buna dış borçlanma yoluyla alınmış yabancı sermaye denir.²³

DPT Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı DYY’ler (ÖİK) Raporuna göre; Yabancı yatırım, yatırılabilir kaynakların kişi ve kuruluşlar tarafından bir başka ülkeye taşınmasıdır. Bir ülke borsasında işlem gören şirket hisselerinin bir diğer ülke veya ülkelerin kuruluşları tarafından satın alınmasını ifade eden portföy yatırımları dışında kalan ve bir veya birden fazla uluslararası yatırımcının tamamına sahip olarak veya yerli bir veya bir kaç firma ile ortaklık halinde gerçekleştirdiği yatırımlar, DYY olarak tanımlanmaktadır.²⁴

Bir şirketin üretimini, kurulu bulunduğu ülkenin sınırlarının ötesine yaymak üzere ana merkezinin dışındaki ülkelerde üretim tesisi kurması veya mevcut üretim tesislerini satın alması doğrudan yabancı sermaye yatırımı olarak tanımlanır. Ayrıca belirtmek gerekir ki, yeni kurulan yabancı sermaye işletmeleri aynı veya farklı ülkelere ait birden fazla ÇUŞ tarafından da gerçekleştirilmiş olabilir (karma şirketler).²⁵Bu tanımlamalar, aynı zamanda bir başka işletme ile birleşmesi, bir işletme ile ortaklık kurulması, kiralanması vb bir takım farklı anlaşmaları içerecek şekilde detaylandırılabilir.

Bir başka tanımlamaya göre doğrudan yatırım, yeni kurulacak bir firma için kuruluş sermayesi sağlama, bu firmayı satın alma veya mevcut firmanın sermayesine katılma yoluyla, bir ülkenin firmaları tarafından diğer bir ülkeye yapılan teknoloji, know-how, işletmecilik bilgisi ile birlikte gelen yatırımdır.²⁶UDY’ler bu özellikleri

²³ Kenan Bulutoğlu, **100 Soruda Türkiye’de Yabancı Sermaye**, 1. Baskı, İstanbul, Gerçek Yayınevi, 1970, s. 5.

²⁴ DPT, “Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları”, **Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Özel İhtisas Komisyonu Raporu**, Ankara, 2000, s. 1.

²⁵ Seyidoğlu, **a.g.e.**, ss. 600-622.

²⁶ Rıdvan Karluk, **Türkiye’de Yabancı Sermaye Yatırımları**, İstanbul, Taştan Matbaası, 1983, s. 13.

ile diğer uluslararası ticaret ya da sermaye hareketlerinden farklı olarak üretime yönelik bilgi birikimleri ve marka model uygulamalarını, getirdiği teknoloji ile kontrol edebilmenin yanında ülkelerin de bu konudaki teknik bilgilerini artıracaktır.

UNCTAD World Investment Report 1999'a göre yabancı sermaye tanımı, "Bir ülkede yerleşik bulunan kişi ya da kurumların bir başka ülkeye sermaye transferi yapmasıdır." Bu yatırımlar, Doğrudan (Foreign Direct Investment: FDI) veya dolaylı yabancı sermaye yatırımları (yabancı portföy yatırımları) (Foreign Portfolio Investment: FPI) olarak yapılmaktadır.²⁷

1.2.2. Uluslararası Sermaye Hareketlerinin Sınıflandırılması

Sanayileşmelerini çok önceleri tamamlamış ve güçlü ekonomilere sahip batılı ülke işletmeleri, ekonomik büyüme ve kâr realizasyonu amacını öncelikli hedefler arasında tutmakta, yatırımlarını daha geniş alanlara yaygınlaştırmakta ve küresel bir görünüm içerisine girmektedirler. Yabancı sermaye yatırımları, Doğrudan yabancı sermaye yatırımları olarak gerçekleştiği gibi, bazen dolaylı portföy yatırımları veya bankacılık ve finansal yatırımlar olarak, bazen de sigortacılık, danışmanlık ve sağlık gibi hizmet sektörü alanlarında gerçekleşmektedir.

Uluslararası sermaye hareketlerine konu olan yabancı sermaye, bir başka ayrımla, özel yabancı sermaye akımları ve resmi sermaye akımları şeklinde sınıflandırılmaktadır. Resmi sermaye akımları devletten devlete veya uluslararası kuruluşlardan devlete olan sermaye hareketlerini kapsar. Bunun dışında kalan tüm diğer uluslararası sermaye hareketlerini kapsayan özel sermaye akımları ise, yabancı özel doğrudan sermaye akımları ve portföy yatırımlarından oluşur.²⁸ Ancak özel sermaye hareketleri bankalarda mevduat yatırımları olarak da görülebilmektedir. Hatta bankalara yönelen yabancı mevduatlar faiz, repo, döviz gruplarındaki hareketliliği göz önünde bulundurularak zaman zaman spekülative yatırımlara da dönüşmektedir. Kontrol dışı ortaya çıkan bu spekülative yatırımlar yer aldıkları ülke ekonomilerinde kısa vadeli giriş ve çıkışlarla kriz ve buhranlara da yol açmaktadır.

²⁷ UNCTAD, **World Investment Report 1999**, United Nations, New York, 1999, (Çevrimiçi) http://www.unctad.org/en/docs/wir1999_en.pdf, 15 Ağustos 2010.

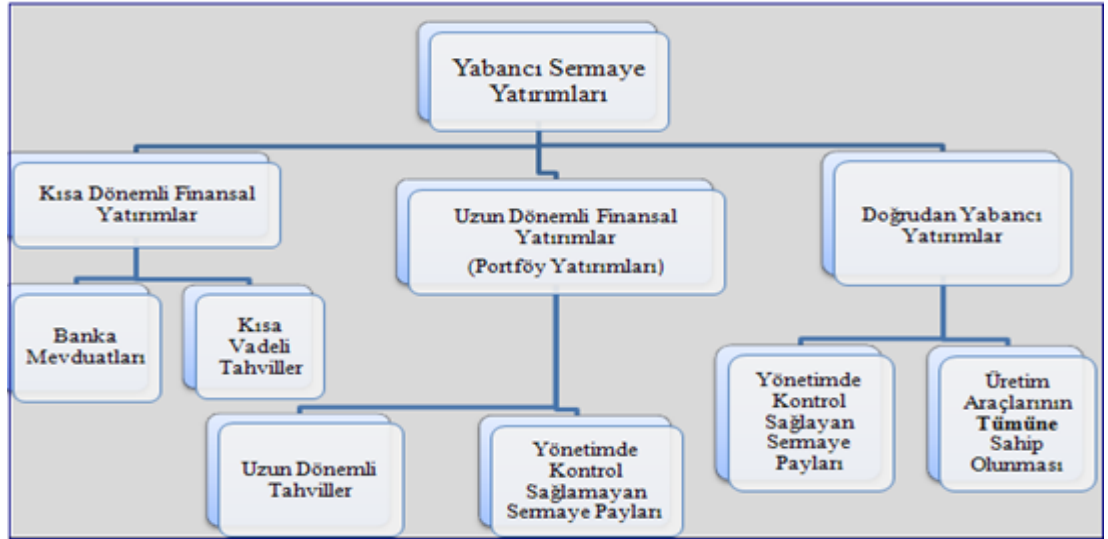
²⁸ Karluk, **a.g.e.**, s. 13.

IMF raporlarında Yabancı sermaye yatırımları, “Özel Yabancı Sermaye Yatırımları” olarak ele alınmış ve üç ana kategoride sınıflandırılmıştır.

1. Uluslararası Doğrudan Sermaye Yatırımları,
2. Portföy Yatırımları,
3. Diğer Yatırımlar,²⁹

Şekil 1.1’de yer alan BM Ticaret ve Kalkınma Fonu, UNCTAD 1999 raporunda yapılan uluslararası yatırım sınıflandırmalarının başında kısa dönemli finansal yatırımları görüyoruz. Bu yatırımlar, genel olarak banka mevduatları ve kısa vadeli tahvilleri kapsamaktadır. Portföy yatırımları genelde kısa vadeli yatırımlar olarak değerlendirilse de tahvil ve hisse senetlerini tümüyle kısa ya da uzun vadeli yatırım olarak değil de yatırımcıların vereceği karara göre değerlendirmek gerekir.

Şekil 1.1: Uluslararası Sermaye Hareketlerinin Sınıflandırılması



Kaynak: UNCTAD, World Investment Report, United-States, New York and Geneva, 1999, s. 465.

Kısa vadeli yatırımlar bazen sıcak para olarak adlandırılrsa da bu resmi bir tanımlama grubuna girmemektedir. Ancak literatürde sıklıkla kullanılan bir kavram olduğundan konumuz içerisinde özellikle spekülatif ve kısa vadeli portföy yatırımları bu kavrama örnek olarak gösterilmektedir.

²⁹ IMF, *Balance of Payments Statistics Yearbook*, Washington, 1999, s. 13, (Çevrimiçi) <http://www.imf.org/external/pubs/ft/bop/news/pdf/1299.pdf>, 17 Ağustos 2010.

Bir ÷lkeye yabancı sermayenin hangi yollardan geldiği yönünde yapılan değerlendirmelerde ise aşağıda belirtilen bazı sonuçlar elde edilmiştir. Bunlar;

- Yabancı sermaye ÷lkeye kredi olarak gelir. Bu durumda ÷lke borçlanır ve karşılığında faiz öder. Alınan kredi yatırımlar için kullanılırsa ve vadesi uzun, faiz oranı da düşük ve makul seviyelerde ise ÷lke bu borçlanmadan yarar sağlar, ekonomik büyümesi artar, işsizlik azalır.
- Yabancı sermaye ÷lkeye portföy yatırımı gayesiyle gelir. Borsada fiyat değişmelerinden ve döviz kuru hareketlerinden kâr sağlamak gayesiyle hisse senetleri veya devlet ve özel sektörün çıkardığı yüksek faizli tahvil ve bonoları satın alarak faiz geliri elde etmek için gelir. Tahvil ve bono satışlarıyla elde edilen meblağlar uzun vadeli ise ve yatırımlarda kullanılırsa ÷lkeye yarar sağlar, aksi halde yeniden borçlanmaya yol açar.
- Doğrudan yabancı sermaye olarak reel sektörde sabit sermaye yatırımı yapmak için gelir. Asıl istenen ve beklenen yabancı sermaye de budur. Bu tür yatırımlarla yeni fabrikalar kurulur, yeni teknolojiler getirilir, ekonomik büyümeye olumlu katkı sağlanır, istihdam artar, işsizlik azalır ve sonuçta vatandaşların refah düzeyi artmış olur. Yabancı sermaye girişi dediğimiz zaman asıl kastedilen de bu tür üretim ve istihdam artışı sağlayan doğrudan yabancı sermayedir. Reel sektöre girmeyip daha çok para ve tahvil piyasasına gelen yabancı sermayeden, saydığımız olumlu etkilerin hiç birisini beklemek mümkün değildir. Buralara gelen Yabancı sermaye kısa dönemde büyük kazançlar elde etmekte ve ÷lkede görülebilecek herhangi bir olumsuzluk karşısında hemen ÷lkeyi terk etmektedir. Onun için bu tür yabancı paralara “sıcak para” adı verilmektedir. Türkiye’ye gelen asıl yabancı para da budur. Yabancı para cari açığı kapatmak amacıyla da gelmektedir. Gerek bu yolla gerekse sıcak para olarak gelen yabancı paraların, yabancı sermaye olarak kabul edilmemesi gerekir. Çünkü bu paralar ÷lke içinde yatırıma dönüşmemekte finansal piyasalarında dolaşarak ÷lke içinde oluşturulan katma değerin dışarıya gitmesine yol açmaktadır.³⁰

Sıcak ya da spekülatif para da denilen kısa vadeli sermaye hareketleri, bir ÷lkede sıklıkla gerçekleşiyorsa, herhangi bir belirsizlik durumunda bu paraların çok

³⁰ Ahmet Gökçen, “Yabancı Sermaye Yatırımları”, Usiad Yayınları, 2009, (Çevrimiçi) http://www.usiad.com/index.php?option=com_content&task=view&id=262&Itemid=120, 18 Temmuz 2010.

kısa bir süre içerisinde ülke dışına çıkması ve bu durumun da ekonomide önemli sorunlara yol açması ihtimalleri, yetkililer tarafından titizlikle izlenmesi gereken bir konu olarak görülmek durumundadır.³¹Sıcak para kavramı, genel kabul görmüş bir tanım olmamakla birlikte, beklenen getiri oranları ve risklerdeki değişmelere hızlı tepki veren sermaye akımları olarak bilinir. Dolayısıyla sıcak paranın miktarından ziyade ani hareketi önemlidir. Bu bağlamda kısa vadeli sermaye hareketleri genellikle sıcak parayı ikame eden bir veri olarak kullanılmakta ise de aralarında önemli farklılıklar vardır. Kısa vadeli sermaye akımları reel sektör kredi işlemlerini de kapsamakta, ticari kredi benzeri kalemler sıcak para tanımına girmemektedir.³²

Reel sektörün kullandığı krediler, kredi veren kuruluşların denetimlerinin de etkisiyle çoğunlukla ticari ya da doğrudan yatırım amaçlı olarak değerlendirildiğinden, spekülasyon amaçlı kullanımlara yönelmedikçe sıcak para kategorisinde değerlendirilmemektedir.

Banka mevduatları içerisinde kısa vadeli yatırımlar olarak yer alan grup ise, genellikle kredi faiz oranlarının yüksek olduğu, gecelik ya da kısa vadeli repo işlemlerinden elde edilen faiz gelirleri veya döviz kurlarında yüksek dalgalanmaların ortaya çıktığı ve enflasyonun yüksek düzeyde seyrettiği ülkelerde sıklıkla görülür. Bu kategoride yer alan ülkeler aynı zamanda risk içerdiğinden yabancı yatırımcılar için pek cazip görülmemektedir. Çoğunlukla riskleri fırsata dönüştürme eğiliminde olan uluslararası spekülasyoncuların, kredi kuruluşları ve borsa ajanı yönlendirmeleriyle, bu grupta yer alan ülke piyasalarını yakından gözlemlediği ve belirli aralıklarla vur kaç taktiği uygulayarak bu ülkelerde istikrarsızlık oluşturduğu bilinen bir gerçektir.

1.2.2.1. Uluslararası Portföy Yatırımları

Yabancı portföy yatırımları, kısa dönemli giriş ve çıkışlarla girdikleri ülke ekonomileri üzerinde olumsuz bir takım dalgalanmalara yol açabileceği gibi, uzun vadeli girişlerle ekonomik istikrar üzerinde pozitif katkılar da sağlayabilecek özellik taşımaktadır. Ortaya çıkan bu karmaşık durum nedeniyle portföy yatırımlarının, ülke ekonomileri açısından faydalı mı olduğu yoksa olumsuz etkilere mi yol açtığı

³¹ Mehmet Alagöz ve Sinem Yapar, “Erken Uyarı Sinyali Olarak Sermaye Göstergeleri -Asya Krizi Örneği”, *İktisat İşletme ve Finans Dergisi*, Sayı. 247, 2006, s. 83.

³² TCMB, *Para Politikası Raporu, 2005-1*, s. 28, (Çevrimiçi) <http://www.tcmb.gov.tr/research/para/pol/ppr-nisan2005.pdf>, 19 Temmuz 2010.

konuları günümüzde hala tartışılmaya devam edilmektedir. Ülke ekonomilerindeki istikrar, sermaye hareketlerinin kısıtlanması, faiz ya da kâr payı uygulamaları, vergilendirme politikaları ile birlikte küresel aktörlerin değerlendirmeleri ve uluslararası kredi derecelendirme kuruluşlarının raporları ise yatırımcılar tarafından izlenen ve harekete geçilmesini sağlayan belirleyici faktörler olarak görülmektedir.

Portföy yatırımları uluslararası ve piyasalar arası yapılabilmektedir. Bir ülkenin ihraç ettiği hisse senedi ve tahvillerin yabancı yatırımcılar tarafından o ülkenin sermaye piyasasında ticaretinin yapılması uluslararası işlemlere örnektir. Aynı işlemin ülke sınırları dışında bir merkezde gerçekleşmesi piyasalar arası işlemlere örnektir.³³Portföy yatırımları, devletlerle devletlerarasında veya uluslararası kuruluşlarla devlet arasında tahvil, bono v.b. söz konusu olan resmi sermaye yatırımları kategorisinde olabileceği gibi, özel sermaye yatırımları kategorisinde değerlendirilen hisse senetleri veya kısa vadeli finansal yatırımlar olarak da değerlendirilmektedir.

Yabancı portföy yatırımları zaman zaman kısa vadede ülke kaynaklarının dışarıya aktarılması şeklinde negatif değerlendirmelerle gündeme gelmiş olsa da, özellikle GOÜ'ler açısından bir kaynak tahsisi olarak bazı darboğazlara girilmesi karşısında etkili bir finans kaynağı olarak da görülmektedir. GOÜ'lerde İthalat miktarının çoğunlukla ihracatın üzerinde gerçekleşmesi, dış ticaret ve bütçe açıklarına yol açmakta ve bu açıklar çoğunlukla dış borçlanma yolu ile giderilmeye çalışılmaktadır.

Uluslararası borçlanma faizlerinin yüksek seyretmesi, zamanla bu ülkelerin borç faizlerinin anaparanın üzerinde tahakkuk etmesi ve bu borçların finansmanını sağlayacak kaynak üretilmemesi nedeniyle yıllarca sürecektir ağır bir yük olarak kalmaktadır. Portföy yatırımı da olsa ülkeye giren yabancı kaynakların döviz girdisi olarak değerlendirilmesi, faizsiz sağlanan rezerv niteliği taşıması aynı zamanda dış borçlanma yerine ikame edilebilmesini de sağlamış olmaktadır. Portföy yatırımı olarak giren yabancı kaynakların kısa vadede çıkış yaparak krize yol açmaması ise siyasi iradenin uygulayacağı politikalarla doğrudan etkileşim halinde bulunmaktadır.

³³ İMKB, "Uluslararası Sermaye Hareketlerinde Portföy Yatırımları ve Türkiye", İstanbul, **İMKB Araştırma Yayınları No: 3**, 1994, s. 6.

Yabancı portföy yatırımlarındaki artışlar, her ne kadar sermaye piyasası için likidite sağlıyor olsa da bu yatırımların uzun vadeli girişler olması önemlidir. Uzun vadeye dayalı girişlerin bir nevi kaynak artışıyla yatırımların çeşitli alanlara dağılımının sağlanmasına da büyük etkisi bulunmaktadır. Ancak portföy yatırımları bir ülkeye her zaman reel sektöre yansıyacak şekilde girmeyebilmektedir. Üstelik spekülasyon amaç taşıyan sermaye girişlerinin kısa vadede ülke ekonomisi üzerinde canlandırıcı bir etkisi görülüyor olsa da uzun vadede yaşanan sürpriz giriş ve çıkışlarla reel ekonomi üzerinde olumsuz etkilere yol açmakta ve kalıcı bazı ekonomik tahribatlara neden olmaktadır.

Portföy yatırımları bir ülkeye birçok farklı yoldan ve farklı finansal faktör yolu ile girebilmektedir. Ülkelerin hisse senetleri piyasasına doğrudan veya yatırım şirketleri aracılığı ile girebileceği gibi bankalar aracılığı ile de girebilmektedirler. Bankaların mevduat faizlerini dikkate alarak bankacılık sektörüne yapılacak yatırımlar, portföy yatırımları kategorisinde değerlendirilebileceği gibi hazine bonoları veya devlet tahvilleri piyasasına girişler de portföy yatırımı olarak değerlendirilmektedir. Bu yatırımların uzun veya kısa vadelere göre sınıflandırılması ve fayda zarar analizlerinin ise ayrıca yapılması gerekmektedir.

1.2.2.2. Uluslararası Doğrudan Yatırımlar

Bir ülkeye dolaysız yollardan giren ve aynı zamanda doğrudan yabancı sermaye yatırımları olarak da adlandırılan bu yatırım grubunun, ulusal ve uluslararası literatürde kullanılan ortak kavramlar dikkate alındığında çoğunlukla uluslararası doğrudan yatırımlar (UDY) olarak ele alındığı görülmüştür. Bu nedenle çalışmamız içerisinde kısaltılmış haliyle UDY olarak kullanılacaktır. Bununla birlikte tez konusunun da UDY'ler olması nedeniyle burada kısaca değerlendirilmiş olup, uluslararası doğrudan yatırımlar ana başlığı altında detaylı bir şekilde ele alınacaktır.

1.2.2.3. Diğer Yatırımlar

Uluslararası sermaye hareketleri incelendiğinde gerek UDY'ler gerekse portföy yatırımlarının tanım ve kapsamına girmeyen diğer bazı yabancı yatırımlar da söz konusudur ki bunlar, yatırım ve kullanım alanlarına göre uzun ya da kısa vadeli özellik taşıyan yatırımlar olarak da değerlendirilmektedir.

1.2.2.3.1. Diğer Kısa Vadeli Yatırımlar

Kısa süreli sermaye, vadesi bir yıla kadar olan uluslararası sermaye akımlarıdır. Uygulamada bu tür sermaye yatırımlarının süresi çoğunlukla 30, 60 veya 90 gündür. Günümüzde kısa süreli mali yatırım araçları çok çeşitlenmiştir. Örneğin bunlardan bazıları şunlardır: hazine bonoları, finansman bonoları, mevduat sertifikaları, vadeli banka mevduatları, ihracat kredileri, prefinansman kredileri, muhabir açıkları, v.s. kısa vadeli uluslararası sermaye akımları resmi olmaktan çok özel niteliktedir. Bu tür sermaye akımları daha çok yüksek faiz oranlarından veya beklenen kur değişimlerinden yararlanmak gibi nedenlere dayanır.³⁴Bu tür akımlar kısa vadeli olduğundan, uzun dönemli ekonomik büyümeye katkıda bulunmaları da imkân dışı görünmektedir. Üstelik bu tür sermaye girişlerinin en büyük tehlikesi geçici fakat istikrarsız ve tutarsız bir kaynak bolluğu sağladıklarından, ödemeler dengesi ve kamu açıkları gibi sorunları geçici olarak gidermeleridir. Ayrıca sağladıkları geçici rahatlama nedeniyle, bu açıkların temelinde yatan ve yapısal önlemlerle kapatılması gereken öğelere, ekonomiyi yönetenlerin eğilmesini geciktirebilirler.³⁵

Kriz dönemleri analiz edildiğinde genellikle ortaya çıkan finansal krizlerin kısa vadeli sermaye hareketlerinden kaynaklandığı ortaya çıkmaktadır. Ancak birçok ülke vatandaşlarının da tıpkı yabancı yatırımcılar gibi piyasadaki hareketlilikle birlikte spekülasyon gelişmeleri takip ederek yaşanan bazı olumsuzlukları fırsata dönüştürdükleri gerçeği ile de karşılaşmaktadır. O halde kısa dönemli sermaye hareketinin piyasada ortaya çıkardığı negatif etkilerin sadece yabancı yatırımcılardan kaynaklanmadığı, aynı zamanda bizzat o ülke vatandaşlarının da kriz ve olumsuzluklar üzerinde etkili oldukları söylenebilir. Aradaki tek fark, yabancı kaynaklı yatırımların yurt dışı transferine karşın yerli yatırımcıların kaynaklarını ülke içerisinde tutuyor olmasıdır.

³⁴ Seyidoğlu, a.g.e., s. 323.

³⁵ Bayram Kont, "Sermaye Girişleri ve Makroekonomik Etkileri: Türkiye Deneyimi (1990-1996)", **İktisat Politikası (Seçme Konular, Para Politikası, Maliye Politikası ve Uluslararası İktisat Politikası)**, Edt: Vildan Serin, İstanbul, Alfa Basım Yayım, 1998, ss. 694-695.

1.2.2.3.2. Diğer Uzun Vadeli Yatırımlar

Uzun vadeli diğer yatırımlar genellikle kamu kurumları, bazen de özel kuruluşlar aracılığıyla başvuru kredi ve yatırım gruplarını kapsamaktadır. Bankalar, kamu sektörü ve özel şirketlerin uluslararası finans kuruluşlarından ve yabancı hükümetlerden aldıkları uzun vadeli krediler genelde proje finansmanında kullanılmak, makro dengeleri düzenlemek amacı taşıdığından ekonomi için daha da faydalı olması beklenir. Ayrıca, bu tür sermaye hareketleri, uzun vadeli oluşu nedeniyle kamu politikalarının etkinliklerini de bozmadıklarından daha istikrarlı bir yapısal özelliğe sahiptirler. Uzun vadeli oluşu, proje finansmanı ve ekonomik denge sağlayıcı amaçla kullanılmaları yanında, çoğunlukla reel sektörde değerlendirilmeleri nedeniyle bu kaynaklar hem ekonomik fayda sağlamaktadır hem de makro dengeleri bozucu etkilerinin görülmediği bir özelliğe sahiptir. Ayrıca bu tür yatırımların amacına uygun kullanılmaması durumunda, bunun maliyeti çok daha ağır olabilmektedir. Ancak, aşırı borçlanmanın makroekonomik dengeleri bozucu özelliğinin, ülke ekonomisini olumsuz yönde etkileyebileceği ihtimali göz ardı edilmemelidir.³⁶

Uzun süreli sermaye işlemleri, özel şirketler veya resmi kuruluşlar (hükümetler, uluslararası kurumlar veya öteki hükümet kuruluşları) tarafından gerçekleştirilmiş olabilir. Buna göre, Dünya Bankası veya IMF gibi uluslararası finansman kuruluşlarının ülkeye açtıkları krediler veya diğer devletlerden alınan ya da onlara sağlanan krediler birer uzun-süreli resmi sermaye işlemi niteliğindedir. Tabii olarak hükümet kuruluşlarının uluslararası sermaye piyasalarında tahvil satarak sağladıkları fonlar da yine bu grupta ele alınır. Bu tür sermaye işlemleri ödemeler bilançosunun sermaye hesabı bölümünde gösterilirken, bunların karşılığında yapılan faiz, kâr ve temettü (divident) ödemelerine cari işlemlerin hizmetler bölümünde (veya yatırım gelir ve giderleri hesabında) yer verilir.³⁷

1.2.3. Uluslararası Sermaye Hareketlerinin Aktörleri

GOÜ piyasalarında yeteri derecede gelişme sağlanamaması ve yeterli sermaye birikimine gidilememesi, tasarruf alışkanlıklarının gelişmemesi, Ar-Ge

³⁶ A.e.

³⁷ Seyidoğlu, a.g.e., s. 323.

çalışmalarına gereken önemin verilmemesi ya da istenilen düzeyde kaynak tahsisi sağlanamaması sonucunda teknolojik gelişmelerin yetersiz kalması ayrı birer etken olarak göze çarpmaktadır. Dolayısıyla Yabancı sermaye yatırımlarının tüm bu eksikliklerin giderilmesinde etkili olacağı görüşü, yabancı yatırımcıların sıcak karşılanmasını sağlamaktadır. Ayrıca GOÜ’lerde kaynak yetersizliği nedeniyle sık sık yaşanan krizlerin de etkisiyle ilk başvuru olan yöntem olarak, “dış borçlanmaya gidilmesi ve yüksek dış borç faizlerinin ülke ekonomilerinde ortaya çıkardığı kaos ve belirsizlik ortamı karşısında” yabancı sermaye yolu ile ülkeye giren yabancı kaynaklar daha cazip görülmektedir.

İktisadi faaliyetlerin birçok alanında yaşanan küreselleşme olgusu, finans piyasalarında da yaşanmaktadır. Finansal faaliyetlerin küreselleşmesi, uluslararası para ve sermaye piyasalarındaki küreselleşmedir. Başka bir ifade ile mali piyasalar arasında hareket eden parasal yabancı sermaye ile gittiği ülkeye fiziksel yatırım yapan doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının serbestleşmesidir.³⁸

1.2.3.1. Çok Uluslu Şirketler

Çok Uluslu Şirketler (ÇUŞ) bir ana merkezi bulunan ve bu merkeze bağlı olarak değişik ülkelerde üretim yapan şubelerden ve bağlı birimlerden oluşan işletmelerdir. ÇUŞ’ler üretim faaliyetlerini küreselleştirmiş olan dev kuruluşlardır. Aynı anda birçok ülkede üretim yaparlar. Büyük sermaye ve teknoloji gücünü temsil ederler. Çeşitli uyrukta işçi, mühendis, yönetici çalıştırırlar.³⁹

Zamanında emperyalizmin belirtisi olarak gösterilen ve korkuyla bahsedilen ÇUŞ’ler şimdi modernizmin ve refahın somut hali olarak kabul edilmektedirler. Tüm ülkeler kendi ulusal ekonomilerinin rekabet avantajlarını artırmak ve pazar elde edebilmek için çok uluslu girişimcilerin yatırımlarını ve teknolojilerini çekmeye çalışmaktadır. Sony, Kuzey Amerikalıların hayır dualarıyla Hollywood’un bir bölümünü satın alıyor; diğer yandaysa Microsoft, Japonlar ve Avrupalılar tarafından memnuniyetle karşılanıyor. Herkes Mercedes’in yatırım yapmasını istiyor ve hiç bir ülke CNN olmadan gerçekten kendisini modern hissetmiyor. Gerçek olan, pratikte

³⁸ Gülten Kazgan, **Küreselleşme ve Ulus Devlet- Yeni Ekonomik Düzen**, 3. Baskı, İstanbul, Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2002, s. 120.

³⁹ Seyidoğlu, **a.g.e.**, s. 622.

hiçbir ulusal ekonominin bazı çok uluslu girişimcilerle ilişki kurmadan küresel rekabette herhangi bir ihracat sektörüne sahip olmasının neredeyse imkânsız olmasıdır. Şüphe götürmeyen şey ise eğer Singapur, Hong Kong, İsviçre, Almanya, Güney Kore ve ABD kendi ekonomileri içinde rekabete dayalı bölümlere sahiplerse bunlar, sınırları içerisinde gerçekleşen çok uluslu işlemlerin bir sonucudur.⁴⁰

ÇUŞ'ler açısından önemli görülen ayrıntı yapılan yatırımların karşılığının alınabilirliği ve bunun sürekliliğidir. Büyüme potansiyeli bulunan ve gelişmeye açık görülen ülke gruplarının, sanayileşmeyle birlikte kalkınma sorunlarının da ortadan kaldırılması ÇUŞ'ler tarafından zor görünmemektedir. Ancak, bu ülkelere yapılacak yatırımların karşılığının alınabilirliği ve sürekliliği konularındaki endişelerin ortadan kaldırılmasının gerekliliği arayışı söz konusudur.

Dolayısıyla, ÇUŞ'ler siyasal rejim, gelişmişlik ve ulusal sınır tanımadan, faaliyet alanı bütün bir dünya olan kuruluşlardır. Şirketlerin temel faaliyetleri, büyük bir çeşitlilik gösterir. Bazılarında yurt dışında kurulan şubelerin amacı ana şirketin hammadde ihtiyacını karşılamaktır. Bazıları ise yurt dışındaki ucuz işgücünden veya başka etkenlerden yararlanılarak elde edilen üretimin ana ülke, yerel ülke veya üçüncü ülke piyasalarına pazarlanmasına yönelik olarak faaliyet gösterirler.⁴¹Tüm bu faaliyetlerinde ÇUŞ'lerin gözettikleri ilk ve en önemli faktör gerekli güven ortamının sağlanmış olmasıdır. Bu güvenlik finansal varlıkları kapsamakla birlikte aynı zamanda işletme ve çalışan güvenliği olarak da geniş bir kapsama dayanmaktadır.

Sonuç olarak ÇUŞ'lerin, bu endişelerinin giderilmesine yönelik politikalar çerçevesinde uluslararası kuruluşlar, konuyu küresel boyutta ele almakta; ekonomik, siyasi ve yasal mevzuatlar konusunda bir takım yenilikler için yoğun bir çaba içerisine girmektedirler. Bu çalışmalarla eşzamanlı denilebilecek düzeyde GOÜ'lerin birçoğunda benzer birtakım yasal düzenlemelerin yapıldığı, diğer bazı ülkelerde ise yapılmakta olduğu gözlenmektedir.

⁴⁰ Oswaldo de Rivero, **Kalkınma Efsanesi "21. Yüzyılın Bağımsız Yaşayamayan Ekonomileri"**, Çeviren: Ömer Karakurt, İstanbul, Çitlembik Yayınları, 2003, ss. 41-42.

⁴¹ Seyidoğlu, **a.g.e.**, s. 624.

1.2.3.1.1. Çok Uluslu Şirketler ve Gelişmekte Olan Ülke Politikaları

GÜ ekonomilerinde yaşanan doyumlukla birlikte, bu ülkelerdeki ekonomik büyüme oranlarının düşmesi yönündeki beklentilerin de etkisiyle, dünya ekonomik yapılanmasında yeni bir dönem başlamıştır. Bu yapılanma, aynı zamanda ekonomik bir dönüşüm süreci olarak ortaya çıkmış ve bu süreçle birlikte ÇUŞ'ler, yönünü GOÜ'lere çevirmiştir. Ancak bu yön değişikliği sadece ÇUŞ'lerin tek yanlı iradesi olmanın ötesine geçerek GOÜ'ler tarafından da ilgi ile karşılanmış ve çift yönlü bir ekonomik serbestiyet politikası halini almıştır. Bu ekonomik serbestiyet politikası gerek GÜ'ler gerekse GOÜ'ler açısından farklı bir takım değerlendirme ve beklentileri beraberinde getirmiş, her iki taraf açısından farklı görüş ve tartışmalar bu noktada yoğunlaşmıştır.

Sanayi devrimi öncesi Avrupa ülkeleriyle günümüz GOÜ'leri arasında, ilk bakışta bazı benzerlikler olsa da temelde birçok farklılık söz konusudur ki, bunlar;

- Büyük Sanayi öncesi Avrupa ülkelerinde ilerleme kümülâtif bir vetirenin sonucudur. GÜ'ler fikrî, ekonomik ve toplumsal bir verasete dayanarak gelişmişlerdir. Oysa GOÜ'lerde bu veraset eksiktir,
- Büyük sanayi öncesi Avrupa ülkelerinde burjuvazi sınıfının tasarruf zihniyeti ve teşebbüs ruhu ilerlemeye yardım eden en önemli unsurlar olmuştur. Bu unsurlar GOÜ'lerde mevcut değildir veya yetersizdir,
- Bugünkü GOÜ'lerde “orta sınıflar” ya hiç yoktur veya çok zayıftır. Oysa Büyük Sanayi öncesi Avrupa ülkelerinde durum çok farklıydı. Bu nedenle GOÜ'lerde ülkücü, cesur davranışlı ve mücadeleye azimli insanları yetiştirecek “şahsiyetçi” bir eğilime ihtiyaç vardır.⁴²

GOÜ'lerin GÜ'lere göre bazı faktörlerden yoksun olmalarına karşın avantajlı olduğu yönler de bulunmaktadır. Gelişmiş batılı ülkelerin geçirdiği evrelerle ilgili tecrübe ve birikimler, olumlu ve olumsuz olarak yaşadıkları deneyimlere bakarak, GOÜ'lerin benzer hatalara düşmeden gelişme ve sanayileşme sürecini daha da kısaltabilecekleri bu avantajlardan biri olarak görülebilir. Ancak, bu

⁴² Tütengil, a.g.e., s. 24.

ülkelerde yaşanan coğrafi koşullar bir yana; etnik ayrılıklar, demografik özellikler, ideolojik ayrılıklar, ülkenin bütünüyle gelişmesini engelleyen ya da sınırlandıran bir ilişkiler düzeninin varlığı, bölgesel az gelişmişliği doğuran en önemli nedenler olarak ortaya çıkmaktadır.

ÇUŞ'lerin GOÜ'lere yönelik sermaye yatırımlarının yanı sıra, bu ülkelere teknoloji transferi de yaptıkları yönünde ortaya konulan GÜ politikalarının birtakım haklı gerekçeleri yanında, bazı negatif etkilerinin olabileceği doğrultusunda tartışılan yanları da bulunmaktadır. ÇUŞ'ler ulus ötesi yatırımlara yöneldiklerinde elbette bir teknoloji transferi söz konusu olmaktadır. Ancak transfer edilen bu teknolojilerin çok ileri bir teknoloji olmadığı görülmektedir. Çoğunlukla GÜ'lerde kullanılmakta olan ve bu ülkelerin teknolojilerini yenileyerek ileri teknolojilere geçmeleri sonucunda, ellerinde atıl kalan eski teknolojilerinin imha edilmek yerine sınır ötesi ülkelere transferi öncelikle kendileri için bir kazanımdır. Bu nedenle eskiyen teknolojilerin transferinin sağlandığı GOÜ'lerin, gelişmiş sanayi devletlerinin eskiyen teknolojileri için adeta bir çöplük ve harabeye dönüştüğü yorumları da yapılabilmektedir.

GOÜ'lerin GÜ teknolojilerini herhangi bir değerlendirme ve eleştiriye tâbi tutmadan doğrudan transfer etmeleri, eğer bu teknolojiyi uzun dönemde sürdürülebilir bir ekonomik değere dönüştürebilecek beşerî ve teknik kaynaklar oluşturulmamışsa, bu ülkelerin zaten kıt olan kaynaklarının heba edilmesi ve toplumsal sistemlerin daha da bozulması anlamına gelecektir.⁴³

Yabancı sermaye için bazı kaynaklarda, potansiyel işletmeler terimi kullanılmaktadır. Potansiyel işletmeler, aynı zamanda gelişmeye açık ve yayılcı yapılarıyla piyasada yer alan ÇUŞ'ler olarak da adlandırılmaktadır. Yabancı sermayenin ya da ÇUŞ'lerin potansiyel olarak tanımlanması ve sınır tanımaksızın yayılcı eğilime sahip olması eleştirilerine karşılık, yerleşik firmaların ilk bakışta daha avantajlı olduğu yönünde* görüşler de ileri sürülmektedir. Ancak yabancı sermayenin, uluslararası tecrübe ve bilgi birikimiyle birlikte gelişmiş teknoloji,

* Yerli yatırımcıların piyasayı iyi tanıması ve piyasa özelliklerini iyi biliyor olması, tüketici tercihlerini yakından gözlemlemesi, ülke dilini konuşması, yasal mevzuatın yerli müteşebbisleri koruması gibi ayrıcalıklarla yabancı yatırımcılar karşısında avantajlı oldukları belirtilmektedir.

⁴³ Recai Coşkun, **Küreselleşme, Türkiye Eksenli Analizler**, İstanbul, Beta Basım Yayım, 2002, s. 124.

üretim faktörleri ve dilediği anda istediği sermayeyi sağlayabilecek güçte olması rekabet avantajının yabancılar lehine oluşmasına yol açmaktadır. Yabancı sermayenin çoğunlukla ÇUŞ'ler tarafından gerçekleştiriliyor olması ve küresel örgütlenmelerin desteğini sağlaması ise konunun, üzerinde tartışılan bir başka önemli boyutunu ortaya çıkarmaktadır.

Az gelişmiş ya da GOÜ'lerin ekonomik yapılarına bakıldığında bu ülkelerin kalkınma yolları ya da kalkınma koşulları adeta GÜ'lere bağımlılıkla eşdeğer olarak görülmektedir. Bu ülkelere bağımlılığı zorunluluk gibi gösteren bir mekanizma söz konusudur. Zaten GÜ ve GOÜ'ler arasındaki tarihsel ilişkinin ana nedeni geri kalmışlığa dayanmaktadır. GOÜ'lerin, GÜ'lere olan bağımlılığı arttıkça uluslararası alanda yer alan ÇUŞ sayısında da artış yaşanmıştır. Bu artışların üretim süreçlerinde daha da etkili olduğu görülmüştür. Dünya ülkelerinde yer alan ÇUŞ'lerin yatırım politikaları GOÜ'lerin bağımsız bir şekilde kalkınmalarına bir nevi imkân sağlamayacak şekilde oluşturulmaktadır. Zaman zaman bu bir baskı unsuru olarak da ortaya çıkabilmektedir. Buna dayalı olarak GOÜ'lerle GÜ'ler ve ÇUŞ'ler arasındaki bağımlılığın sürmesini sağlayacak anlaşmaların süreklilik taşıması küreselleşmenin de etkisiyle devam ettirilmek istenmektedir.⁴⁴

ÇUŞ'ler, yatırımlarında çok dikkatli ve seçicidir. İlgilendikleri tek şey büyük risk almadan en yüksek kâr oranını yakalayabilecekleri ulusal faktörlerdir. Onları cezbeden şeyler işçilerin teknik kapasiteleri ve üretkenlikleri, teknolojik kapasiteye sahip şirketlerle alt sözleşmeler yapabilmeleri, iyi altyapı, yurtiçi pazarların büyüklüğü, yasal güvenlik ve ülkenin siyasi istikrarıdır.⁴⁵

1.2.3.1.2. Çok Uluslu Şirketler ve Ar-Ge Politikaları

GÜ ekonomilerinde teknolojiler yenilendikçe, eskiyen teknolojiler için de bir arayış ihtiyacı doğmaktadır. Bu arayışta öncelik, GOÜ'lerin bu teknolojilere olan ihtiyacı olarak ortaya çıkmakta ve UDY'lerin doğmasında bir diğer etken olarak eskiyen teknolojiler için yeni alan arayışı etkili olmaktadır. İşletmeler açısından Ar-Ge çalışmalarının ne kadar önemli olduğu ve küresel rekabet ortamında

⁴⁴ Mustafa Delican, "The Web of Global Capitalism Increased Dependency of Third World Countries", **Sosyal Siyaset Konferansları**, 43-44. Kitap, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Yayın No: 4223, Fakülte Yayın No: 559, 2000. ss. 351-352.

⁴⁵ Rivero, **a.g.e.**, s. 42.

başarıya ulaşmanın önemi de bu şekilde kendini göstermiştir. Tüketici tercihlerinin kısa sürede ve uluslararası alanda belirlenmesi, yeni çıkan ürünlerin pazara zamanında ulaştırılarak tüketici ile buluşturulması, seri üretime geçilerek daha geniş bir pazar tüketicisine ürün sağlanması, ürün çeşitliliği, değişen dünya koşullarına eşzamanlı uyum sağlanması ve satış sonrası hizmetler üzerinde Ar-Ge'nin etkili olduğu bilinmektedir. Tüketici tercihleri üzerindeki etkiler ve dijital teknoloji kullanımı ile sağlanan gelişmeler de son zamanlarda üzerinde yoğun Ar-Ge çalışmalarının yürütüldüğü alanlar olarak görülmektedir.

OECD'ye üye ülkeler bazında yapılan Ar-Ge harcamalarına bakıldığında gelişmiş sanayi ülkelerinin Ar-Ge harcamaları ile doğru orantılı bir seyir izlediği görülmektedir. Gelişmiş sanayi ülkelerinde, teknolojinin sürekli olarak yenilenmesi Ar-Ge harcamaları konusunda bir gösterge olmakla birlikte aynı zamanda ölçümleme ve bir değerlendirme aracı niteliğindedir.

Ar-Ge harcamalarının, GÜ'lerde yüksek oranlarda seyretmesinin en büyük nedeni küresel boyutta bulunan ÇUŞ'lerin bu ülkelere bağlı işletmeler olmasından kaynaklanmaktadır. GÜ ekonomilerinin liberalizasyon yapısı dâhilinde serbest piyasa ekonomisi içerisinde yer alması, bu ülkelerde kamu sektörünün üretimden tamamen ya da kısmen çekilmiş olması, özellikle küresel yapı içerisinde yer alan ve küresel görünüm taşıyan ÇUŞ'lerin belirleyici konuma gelmeleriyle sağlanmaktadır.

Tablo 1.4'te yer alan GÜ'lerin Ar-Ge harcamaları içerisinde ABD, 144.820,70 milyar \$ ile Ar-Ge harcamalarına en büyük miktarı ayıran ülke konumundadır ve bu miktar ABD'nin GSMH' sinin % 2,82'sidir. GSMH'si içerisinde en yüksek oranı ise %2,98 ile Japonya ayırmaktadır ve Japonya'nın ayırdığı miktar 57.740,40 milyar \$ tutarındadır. Türkiye'nin Ar-Ge'ye ayırdığı tutar 339,80 milyon \$ ile OECD ülkeleri arasında en düşük miktar olarak görünmektedir. Bu miktar Türkiye'de GSMH'nin %0,14'ü olup kişi başına düşen tutar olarak 6 \$ dolaylarındadır. ABD'de kişi başı tutar 582 \$ olup Türkiye'ye en yakın ülke olan Japonyada kişi başı Ar-Ge harcamaları tutarı 77 \$' dır ve Türkiye'deki kişi başı oranın 13 katıdır. ABD'deki kişi başına harcanan tutar Türkiye'deki kişi başına harcama tutarının 97 katıdır.

Tablo 1.4: OECD’ye Üye Bazı Ülkelerde Ar-Ge Harcamaları Oranı

ÜLKELER	Ar-Ge Harcamaları (Milyon \$)	Ar-Ge Harcamalarının GSMH İçindeki Payı (%)	Kişi Başına Ar-Ge Harcamaları (\$)
Belçika	2.296,50	1,70	231
Kanada	6.839,60	1,35	261
Fransa	19.208,50	2,34	342
Almanya	26.743,50	2,88	431
İtalya	9.963,50	1,25	173
Japonya	57.740,40	2,98	469
İngiltere	18.485,80	2,25	323
İspanya	3.005,10	0,75	77
ABD	144.820,70	2,82	582
Türkiye	339,80	0,14	6

Kaynak: “OECD’ye Üye Ülkeler İstatistikleri”, Dünya’da ve Türkiye’de Sınâî ve Ticari Mülkiyet Hakları, **YASED Yayınları, No: 40**, İstanbul, 1992, s. 80.

Ekonomik açıdan bakıldığında da yine insan kaynaklarının işlevsel fonksiyonları yanında finansman, pazarlama ve bilişim kaynaklarının verimlilik üzerindeki pozitif etkileri aynı zamanda teknolojik bilgi birikiminin ve kaynak kullanımının optimum düzeyde gerçekleşmesini sağlayan özellikler olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bilgi birikimi ve bilişim kaynaklarının elde edilmesi Ar-Ge çalışmaları sonucunda ortaya çıkan gelişmelerdir.

Özellikle dijital alanda sağlanan gelişmelerin ortaya çıkardığı teknolojik bilgi birikiminin kullanımı esnasında gerek işletmeler gerekse ülkeler açısından her zaman olumlu gelişmelerden söz etmek mümkün olmamaktadır. Zaman zaman bazı kişi, kurum ya da işletmelerin, teknolojinin ürünü olarak görülen dijital bilgi birikimini kullanarak, rakip firmaların veya hedef konumundaki diğer işletmelerin alt yapılarını tahrip etmek amacıyla yönelik illegal eylem ve politikalar içerisinde girmeleri de söz konusu olabilmektedir. İşletmelerin kullanmakta olduğu teknoloji, geliştirmekte oldukları ürün yelpazesi ve formüller, planlanan reklam çalışmaları,

pazar politikaları, ürün geliştirme ve yenileme politikaları ile Ar-Ge projelerinin ele geçirilmesine yönelik bazı illegal çalışmalar da zaman zaman ortaya çıkabilmektedir.

Açık ve Sistematik bilgi yönetimi metotları, işletme performansını geliştirmede önemli yaklaşımlar olarak tanımlanmaktadır. Bu; ya işi çok daha etkin bir şekilde yapan bilgili insanlar aracılığıyla ya da entelektüel sermayeyi (beyin gücü) harekete geçiren diğer yollarla gerçekleştirilmektedir. Söz konusu metotlarda geçtiğimiz yıllarda önemli gelişmeler meydana gelmiş ve bu gelişmeler devam etmektedir. Rekabete dayalı bilgi-yoğun işlemleri yerine getirebilmede, işyerlerinde artan miktarlarda daha fazla bilgiye ihtiyaç vardır. Bu ihtiyaçları yerine getirmeye odaklanmış ve çok daha karmaşık olmuş ürünler ve hizmetlere olan ihtiyaçlar da artmaktadır. Küreselleşme baskıları, iş ve çalışma dünyasını geniş ölçüde değiştirmektedir. Nitekim bilgi yönetimi, hem ulusal hem de uluslararası alanlarda zengin ve fakirler arasında uçurumu azaltmada önemli rol oynamaktadır.⁴⁶

1.2.3.2. Küreselleşme (Globalleşme)

Küreselleşme, toplumsal boyutuyla ele alındığında ekonomik, siyasi ve sosyo-kültürel yönleriyle yerellikten bölgeselliğe, bölgesellikten globalleşmeye geçiş olarak tanımlanmakla birlikte ulus ötesi ya da ulus üstü olarak da adlandırılmaktadır. Coğrafi açıdan ele alındığında, dünyanın farklı ülkelerinde yaşayan farklı toplumların küresel bir yapılanma doğrultusunda etkileşim içerisine girmeleri kaçınılmaz görünmektedir. Her ne kadar küresel oluşumun siyasî ve toplumsal yönleri üzerinde duruluyor olsa da ekonomik faktörlerin esas belirleyici etken olduğu söz konusu edilmektedir. Ekonomik yapıları itibariyle belirli bir güce sahip olan ülkeler, siyasî ve sosyo-kültürel açıdan etki alanlarını genişletme faaliyetlerinde zaten pek fazla zorlanmamaktadırlar.

Küreselleşmenin hız kazanmasıyla birlikte birçok ülkenin, millî devlet geleneği politikasından uzaklaştığı ve hatta coğrafi sınırlar üzerindeki hassasiyetlerin de azalarak zayıfladığı görülmektedir. Liberalizmin belirleyici etkisiyle uluslararası ekonomik yapının belirlenmesi ve ekonomi politikalarının oluşumu da adeta piyasa

⁴⁶ Ziya Erdem, "Entellektüel Sermaye" nin Küresel Ekonomi İçerisindeki Yeri ve Önemi", **Sosyal Siyaset Konferansları (Prof.Dr. Haşmet Başar'a Armağan Özel Sayısı)**, 53. Kitap, İstanbul, İ.Ü. İktisat Fakültesi Yayını, 2007, s. 279.

güçlerinin iradesine bırakılmaktadır. Yeni dünya düzeninde ekonomi temel belirleyici halini almış ve uluslararası ekonomi politikaları, gelişmiş sanayi ülkeleri lehine belirlenir bir hale gelmiştir. Bu değişikliğe paralel olarak milli devlet geleneği ekonomik, siyasî, hukukî ve sosyo kültürel kurum ve kuruluşlarla gün geçtikçe geleneksel yapısından uzaklaşmakta, küresel yayılmanın da etkisiyle bir benzeşme ve aynılık içerisine girildiği görülmektedir. Sosyo kültürel açıdan yapılan değerlendirmelerde bu durumun zamanla kültürler arası bir çatışma noktasına geleceği ve bu mücadelenin, güçlü olanların tahakkümü ile sonuçlanacağı ifade edilmektedir. Sosyal bilimciler; siyasi açıdan güçlü ya da baskın, ekonomik açıdan ise gelişmiş ve küresel özellikteki yapılanmaların, uluslararası ilişkilerde belirleyici konuma geleceği, kültürlerinin de GOÜ'lerin kültürel yapıları üzerinde yönlendirici hatta yıkıcı etkiye sahip olacağı yönünde görüş belirtmektedirler.

Küreselleşmeyle kimliksizleşme, kimlik kaybı ve toplumların uyuşturulması arasında yakın bir ilişki vardır. Hayat tarzı, uluslar ötesi hale gelen kültürel semboller, davranış şekilleri, İngilizcenin yaygınlaşması, İngilizce düşünerek anadili kullanma eğilimi, yenen, içilen ve giyilen maddelerde standartlaşma bir başka ifadeyle toplumların McDonalddlaşması ister istemez kimlikte ve yaşam tarzında aşınma ve başkalaşmaya sebep olabilmektedir. Bu değişme veya daha doğrusu değiştirme süreci sadece kültürel değil; siyasi sonuçlar da doğurmakta; küresel gücün siyasi etkinliğini arttırmaktadır. Daha da tehlikelisi küresel güç ile baş edilemeyeceğine inanmaya başlayan aydınlar ve siyasetçiler teslimiyetçilik dışında herhangi bir alternatif düşünemez hale gelmektedirler. Küreselleşme adına uygulanan bu evrensel projeye karşı çıkmak sanki modernleşme sürecine karşı oluş gibi ele alınmakta ve bu psikolojik savaşın bir aracı olarak kullanılmaktadır. Sonuçta vatandaşlık şuuru zedelenmekte, mensubiyet duygusu aşınmakta, soyut bir “dünya vatandaşlığı” örtüsü altında milli çıkarlarla ve milli kültürle yabancılaşma doğmaktadır. Her şey ferdiyetçiliğe indirgenince, ferdin de içinde bulunduğu toplum ve millet gerçeği dışlanmaktadır ve bu durum küresel gücün çıkarına dönüşmektedir. Küresel güçler tarafından bu sonuçlar alındığına göre artık değişik ülkelere klasik bir

takım müdahalelerin yapılmasına, darbelerin gerçekleştirilmesine de ihtiyaç kalmamaktadır.⁴⁷

Millî devletlerin, bağımsız ve özerk yapılarının önemini kaybetmeye başladığı uluslararası yapılanma içerisinde yeni tanımlamalar, **Küreselleşme** ya da **Globalleşme** adı altında yapılmaya başlanmıştır. Bu küresel yapılanma içerisinde milli ekonomi politikaları yerine global ekonomi, millî kültür yerine global kültür kavramlarının kullanılmaya başlanması da küresel yayılmanın etkisinin görülmeye başladığının bir göstergesidir.

Sosyo-ekonomik açıdan bakıldığında, ülke yönetimleri; “serbest piyasa ekonomisinin koşullarına uyulması” konularında uluslararası kuruluşlardan gelen dış baskılarla sıklıkla karşılaşmaktadır. Buna karşılık iç politikada ise, halkın desteğini kaybetmemek adına bir yandan politik gücünü muhafaza etmeye çalışırken diğer yandan yerli yatırımcıları uluslararası rekabet koşullarına karşı koruma politikaları üretme çabası içerisinde görünmektedirler. Siyasî yönetimler, KOBİ’ler başta olmak üzere iç piyasada yer alan küçük yerli yatırımcılar yanında, tarım, hayvancılık v.d. alanlarda yer alan üreticilerin tepkisini çekmemek veya yüksek sesle dile getirmelerine yol açmamak için, adeta bir denge politikası uygulamak çabası içerisinde bulunmaktadırlar.

1.2.3.2.1. Küreselleşmeyi Doğuran Faktörler

Global ve bölgesel alanlarda, ekonomik ve ticari amaçlarla oluşumu sağlanan uluslararası kuruluşlar, zamanla kuruluş amacının ötesine geçerek siyasî birlikteliklere dönüşebilmekte ve bu yeni yapılanma şeklini de, kuruluş amacı ve genişlemenin koşulları arasına dâhil edebilmektedirler. Nitekim AB hükümet ve devlet başkanlarının katılımıyla genişleme kararı alınan “1993 Kopenhag Kriterleri”nin Üçüncü maddesinde, “Topluluk Müktesebatının kabulü” ile aşağıda belirtilen tam üyelik koşulları karara bağlanmıştır. Tam üyelik müzakerelerine başlanırken aday ülkelerin öncelikle;

- a) AB’nin siyasi birlik ile ekonomik ve parasal birlik hedeflerini kabul etmeleri,

⁴⁷ Mustafa E. Erkal, **Küreselleşme Etniklik Çok Kültürlülük**, İstanbul, Derin Yayınları, 2005, s. 214.

b) AB'nin aldığı kararlara ve uyguladığı yasalara uyum sağlamaları gerektiği şeklinde bağlayıcı kararlara yer verilmiştir.⁴⁸

Ekonomik açıdan ele alındığında küreselleşmenin esas varlık nedenini oluşturan faktörlerin ekonomik faktörler olduğu görülür. Özellikle 2. Dünya Savaşı sonrası ortaya çıkan kutuplaşmanın daha çok siyasi ve askeri yönü üzerinde durulurken küreselleşmeyle birlikte kıtalararası ya da kutuplar arası ilişkilerin ötesine geçilmiş ve bu yeni yapılanma içerisinde siyasî ve kültürel yapılanmanın da ekonomik yapının tesiri altına girdiği görülmüştür. SSCB'nin yıkılması, Doğu Almanya'nın sosyalizmden koparak Batı Almanya ile birleşmesi sonucu kurulan Birleşik Almanya örneklerinde de görüldüğü gibi, Marksist felsefenin çöküşü sonrası demokrasiye geçiş çabaları ile karşılaşmıştır. Bu geçişle birlikte liberal ekonominin kurum ve kuruluşlarının benimsenmeye başlanması, aynı zamanda ekonomik gelişmelerin siyasî yapılanma üzerindeki etkisi olarak da değerlendirilmektedir.

Dünyadaki bu değişimle birlikte küreselleşme çabaları da hız kazanmaya başlamıştır. Küreselleşmeyle birlikte sermayenin hareketliliği de hızlanmış ve GÜ yatırımcıları, kendileri için yeni pazar arayışına girmişlerdir. Ancak bu arayış, GOÜ yatırımcılarının küresel sermayeyle rekabetinde sınırlı kalmıştır. Sermaye transferi ya da sınır ötesi yatırımların GOÜ yatırımcıları ve sermayedarlar açısından sınırlı kalmasındaki bazı nedenler;

- Sınır ötesi sermaye transferi konusunda yeterli bilgi birikimine sahip olunamaması (know how),
- Uluslararası modern üretim metotlarıyla paralellik taşıyan gerekli teknolojik ve dijital yeniliklerin sağlanamamış olması,
- Uluslararası pazar tecrübesine sahip olunamaması,
- GOÜ'lerdeki siyasî istikrarsızlıklar nedeniyle uluslararası banka ve finans kuruluşlarından kredi ve benzeri teminat desteği sağlanamaması,
- Fabrika ve diğer üretim tesislerinin çağdaş uluslararası kriterlere uygun prosedürler doğrultusunda yenilenememesi (sürdürülebilirlik),

⁴⁸ AB Müktesebatı: 1993 Kopenhag Kriterleri, **İ.K.V. Yayınları**, (Çevrimiçi) www.ikv.org.tr/icerik.asp?konu=abtarihce&baslik=AvrupaBirliğininTarihçesi, 19 Şubat 2010.

- Emek-ücret faktörü ile ilgili gerek Uluslararası Çalışma Teşkilatı (ILO) gerekse diğer kuruluşların belirlediği çalışma koşulları (Sigorta, sendikal haklar, eğitim politikaları) ve işçi ücretleri konusunda uluslararası standartlara uyulmaması gibi nedenlerle küresel ve yerli yatırımcıların, eşit koşullarda yatırım avantajından yararlanmalarının sağlanamaması v.b. olarak açıklanmaktadır. Yerel yatırımcıların uluslararası rekabet ortamına girememeleri aradaki mesafenin her geçen gün GÜ yatırımcıları lehine açılmasına neden olmaktadır. Böylelikle, uluslararası piyasalardaki rekabet üstünlüğünün GÜ yatırımcılarında bulunmasının sürekliliği de sağlanmış olmaktadır.

1.2.3.2.2. Küreselleşme ve Ekonomik Sürdürülebilirlik

Günümüz dünyasında gelişen teknolojinin de etkisiyle, çevresel tahribatların ve bu tahribatlara yol açan etkilerin kısa sürede sonuçlandırılıyor olması dünya adına olumlu bir gelişme olarak değerlendirilmektedir. İnsan ve çevre arasında tarih boyu süregelen yakın ilişkiler, uluslararası literatürde de **“Sürdürülebilirlik”** olarak adlandırılmaktadır. Sürdürülebilirlik, birçok bilim dalınca sıklıkla kullanılan güncel bir kavram olmakla birlikte, gelişmelere odaklı olarak ele alındığında daha çok ekonomik yönüyle değerlendirilmektedir.

Küresel yayılmanın arkasındaki itici güçler ki bunlar, ÇUŞ’ler olarak bilinmekte ve çoğunlukla ekonomik amaç içeren bir temele dayanmaktadır. İktisat teorilerinin oluşumunun temelinde, yakın bir geçmişe kadar yüksek kâr ve düşük maliyet ya da kâr-zarar veya maliyet analizleri gözetilirken, yatırım politikaları da bu doğrultuda belirlenmekteydi. Güncel uygulamalarda ise ekonomik beklentiler yerini korumakla birlikte, sürdürülebilirlik ve sosyal politikaların da belirgin bir şekilde sürece dâhil edildiği görülmektedir.

Gerek bölgesel gerekse küresel bakımdan, ekonomik gelişmelere yol açan etkenler olarak değerlendirilen büyüme ve kalkınma politikaları, günümüzde daha kontrollü ve daha dengeli bir biçimde değerlendirmeye alınmaktadır. Bu değerlendirmeler, **“Sürdürülebilir Gelişme”** ya da gelişmenin sürdürülebilirliği olarak da adlandırılmaktadır. Küresel sürdürülebilirlik açısından sosyal politikalar oluşturulurken; içinde yaşadığımız toplumun gereksinimleri karşılanmakla birlikte, gelecek nesillerin yaşam kalitesi ve sağlıklı bir toplum oluşturabilmesinin dikkate

alınmaya başlaması, insanlığın geleceği açısından elbette sevindiricidir. Dolayısıyla küresel bir bakış açısıyla sürdürülebilir gelişme, gelecek nesillerin yaşam haklarını dikkate alarak günümüzün önemli konusu haline gelmiştir.

Sürdürülebilir gelişme sürecinde ÇUŞ'ler üretim planlamalarında, tabiatta var olan kıt kaynakları kullanarak tabiat yapısını daha fazla tahrip etmemek ve yenilenebilir kaynak oluşturmak arayışına yönelmişlerdir. Bu gerekçelerle birçok işletmenin faaliyet programı ve Ar-Ge çalışmaları, temel sürdürülebilirlik politikası doğrultusunda ele alınmaya ve geliştirilmeye başlanmıştır.

Ancak, sürdürülebilir gelişme politikaları, gelecek nesillere yaşanabilir bir dünyanın miras bırakılması noktasında örnek bir toplumsal yaklaşım olmakla birlikte, bugüne kadar (GÜ'lerin kâr amaçlı üretim faaliyetlerinde artış sağlanan dönemler) gündeme getirilmeyip, GOÜ'lerdeki kalkınma ve büyüme rakamlarının telaffuz edilmeye başlanmasıyla eşzamanlı olarak dile getiriliyor(!) olması ise ayrıca düşündürücü bulunmaktadır. Aynı zamanda uluslararası politikaların oluşumundaki çifte standardı da gözler önüne seren bu yaklaşım, geç kalınmış olmakla birlikte insanların ve dünyanın geleceği adına üzerinde dikkatle durulması gereken konulardır. Buna karşın tüm bu önleyici faaliyetlerle ilgili maliyet analizi yapılırken GÜ'lerin yol açtıkları tahribat nedeniyle paylarının çok daha yüksek tutulması gerekmektedir.

Sürdürülebilir gelişme anlayışının ne ölçüde gerçekleşip gerçekleşmediğini belirlemek için kimi ekonomik, sosyal ve ekolojik göstergeler kullanılmaktadır. Bu göstergelerden özellikle ekonomik ve sosyal olanların etkileşim içerisinde olduğu bir gerçektir ve bunlardan bazılarını aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür;

- Sosyal Güvenlik ve Refah: Hane halkı geliri, gelir paylaşımı, açlık sınırı altında kişi sayısı (cinsiyet bazında), sosyal güvence türü ve finansmanı.
- Gelişme İşbirliği: Kişi başına düşen kamusal gelişme yardımı
- UNCTAD'ın hazırladığı listedeki AGÜ'ler için gelişme yardımları.
- Eğitim ve Bilim: Okur-yazarlık oranı, kişi başı eğitim harcamaları, cinsiyete göre okula devam süresi.
- Uluslararası Ticaret ve Rekabet: Kişi başına düşen dış borç oranı, kişi başına düşen yatırımlar, anamal stoku, bütçe açığı ve rüşvetin yaygınlığı.

- İç Piyasa: Genel fiyat düzeyi, çevre için ayrılan teşvikler.
- İstihdam: İşsizlik oranı, yeni iş alanı oluşturma, cinsiyete göre ücretler.
- Araştırma, Geliştirme ve Teknoloji: Patent başvuruları, bilim insanlarının oranı, kişi başı araştırma ve geliştirme için özel ve kamu harcamaları.
- Üretim: Kişi başına düşen GSYH.
- Tüketim: Kişi başına tüketim giderleri.⁴⁹

Sürdürülebilirlik göstergeleri arasında sayılan ekonomik ve sosyal birçok maddenin aynı zamanda ülkelerle ilgili gelişmişlik seviyeleri açısından da ortaya konulabilecek göstergeler olduğu, ancak esas belirleyiciliğin ekonomik göstergelerde bulunduğu yönündeki görüşlerle de karşılaşılmaktadır. Ekonomi güçlü olduğu takdirde sosyal alanlarla birlikte hem ekolojik alanda hem de çevre ve insan sağlığı konularında gelişmeler kaydedilebilmektedir. Zaman zaman farklı coğrafyalarda meydana gelen deprem, sel, trafik kazaları, çocuk ölüm oranları ve diğer çevre felaketlerinde yaşanan tahribat ve bu tahribatlar sonrası yaşanan ölüm oranları, ekonomik gelişmişlik ya da milli gelir seviyesi ile doğrudan ilişkilidir. Eğitim, kültür ve sanat etkinlikleriyle birlikte hukuk, demokrasi ve insan hakları alanında kaydedilen gelişmelerin de ülkelerin gelişmişlik seviyeleri ile etkileşim içerisinde olduğunu söylemek mümkündür.

Özellikle 2000’li yıllar sonrasında dünyada yaşanan çevre felaketlerinin insan sağlığını ve yaşam koşullarını olumsuz etkilemeye başlaması ve bu olumsuzluğun coğrafi açıdan sınırlanamamasının da etkisiyle bölgesel çalışmalar yanında uluslararası küresel kuruluş ve işletmeler de sürdürülebilirlik politikalarının önemini yüksek sesle dile getirmeye başlamışlardır.

Faaliyetlerini 120 ülkede sürdüren, tüketime yönelik ürün yelpazesıyla de 180’e yakın ülkede her gün milyonlarca kişiye ulaşan, dünyanın en büyük hızlı tüketim ürünleri şirketlerinden biri olan Unilever, bu büyüklüğün ve sorumluluğun bir parçası olarak insana, çevreye ve geleceğe ilişkin üstlendiği sorumluluğu, “çevre faaliyetlerimiz-çevresel etkilerimizi azaltmak” başlıklı açıklama ile aşağıdaki şekilde dile getirmektedir. “Gelecek nesillerin hakkı olan dünyada yaşamaları için hayata

⁴⁹ Ayşegül Mengi ve Nesrin Algan, **Küreselleşme ve Yerelleşme Çağında Bölgesel Sürdürülebilir Gelişme- AB Türkiye Örneği**, Ankara, Siyasal Yayınevi, 2003, ss. 11-13.

geçirdiğimiz sürdürülebilirlik anlayışı, iş stratejimizin şekillendirilmesinde de büyük rol oynuyor. Daha açık bir ifadeyle, sürdürülebilir bir geleceği iş stratejimizin en büyük parçası olarak görüyoruz.” “Sürdürülebilirlik anlayışımızı geniş kitlelerle paylaşmak üzere çevreye duyarlı ürünler geliştirmeye devam ediyoruz. Daha az kaynak tüketen ve daha az atık sağlayan üretim sistemlerinin geliştirilmesine önem veriyoruz. Faaliyet gösterdiğimiz tüm alanlarda çevresel etkilerin en az düzeyde tutulabilmesi için yoğun çaba harcıyoruz.”⁵⁰

1.2.3.2.3. Küreselleşme ve Çevre Politikaları

Ekonomik açıdan her geçen gün farklı büyüme stratejileri geliştiren ÇUŞ’lerin kâr maksimizasyonu hedefi, öncelikler arasında ilk sıraları oluşturmakta ve bu durum bir işletme açısından gayet tabii karşılanmaktadır. İşletmelerin, üretim ve diğer faaliyetleri esnasında bölgesel, hatta kıtalararası yayılmacı politikalarla eş zamanlı ortaya çıkan çevre sorunları, her geçen gün daha farklı alanlarda ve negatif sonuçları ile karşımıza çıkmaktadır. Bu kuruluş ve işletmelerin tabiatta tahribata yol açabilecek, toplum sağlığını tehlikeye sokabilecek ve gelecek nesiller açısından onarılmaz düzeyde çevre kirliliğine neden olabilecek faaliyetlere yönelmesinin önlenmesi açısından kamu denetimleri aralıksız bir şekilde sürdürülse de kontrol dışı üretim ve kayıt dışı faaliyetlerin önlenmesi açısından küresel işbirliği ve kontroller ihtiyaç nedeniyle tümüyle ortadan kaldırılamamaktadır.

Prof. Dr. Ruşen Keleş’e göre “kent bilim terimleri sözlüğünde sürdürülebilir gelişme, “Çevre değerlerinin ve tabiat kaynaklarının savurganlığa yol açmayacak biçimde akılcı yöntemlerle, günümüz toplumları ve gelecek kuşakların hak ve yararları da göz önünde bulundurularak kullanılması ilkesinden özveride bulunmaksızın ekonomik gelişmenin sağlanmasını amaçlayan çevreci dünya görüşü” biçiminde tanımlanmaktadır. Sürdürülebilir gelişme kavramının anlamına bakıldığı zaman, iki temel kavram üzerinde durulması gerekmektedir. Bunlar, sırasıyla sürdürülebilirlik (sustainable) ve gelişme (development) kavramlarıdır. Sürdürülebilirlik, bir şeyin sürekli olmasını ifade etmektedir. Gelişme ise,

⁵⁰ “Unilever Türkiye 2008 Sürdürülebilirlik Raporu”, İstanbul, 2009, s. 16,(Çevrimiçi)http://www.unilever.com.tr/Images/Unilever_Surdurulebilirlik_Raporu_2008_tcm93-229417.pdf, 15 Temmuz 2010.

büyümeden farklı olarak, niceliksel bir değişimin, ilerlemenin ve iyileşmenin aynı zamanda niteliksel olmasını da anlatır.⁵¹

Çevre ve insan ilişkilerinin karşılıklı etkileşim içerisinde olduğunu dikkate alarak, çevrenin insanlara cömertçe nimetlerini sunması, insanların çevreyi korumasına bağlı olduğu gibi, ekonomik açıdan da maliyetlerin çok daha ötesinde hayati bir önem taşımaktadır. Çevre üzerindeki negatif etkiler, kısa vadede gözle görülüp fark edilebilir düzeyde olmayabilir ancak, gelişen teknoloji sayesinde bu etkilerin günümüz dünyasında kısa sürede sonuçlandırılabilmesi olumlu bir gelişme olarak değerlendirilmektedir.

Çevresel sorunlarla ilgili küresel politikalar belirlenirken sorunların küresel ölçekte ele alınması, çevre sorunlarının çözümüne ilişkin yolların bulunmasında küresel eylem ve stratejiler belirlenmesine de katkı sağlamaktadır. Böylece sınır ötesi çevre sorunlarından yola çıkılarak sınır ötesi eylemler, küresel örgütlenme, küresel yurttaşlık, küresel sınırlar gibi kavramlar gündeme gelebilmektedir. Her şeyin dünyadaki ekolojik sisteme ve onun sunduğu imkânlarla bağlı olduğu gerçeği, küresel bağımlılık duygusunun oluşmasında da etkili olmaktadır. Fiziksel çevre konusundaki bilinçlenme artışı ve çevresel faaliyetler karşısında hassas davranışlar sergilenmesi, çevresel tehlikelere karşı ülke yönetimlerinin bütünlük içerisinde ve birbirlerine bağımlı olarak hareket etmelerini de sağlamıştır.⁵²

1.2.3.2.4. Küreselleşmenin Arkasındaki İtici Güçler

1980'li yılların başından itibaren adım adım devreye giren serbest piyasa ekonomisiyle küreselleşme hareketi, yeni ekonomik düzenin adı olmuştur. Bu düzenin temel öğretisi ise:

- Evrensel düzeyde serbest piyasa ekonomisine geçiş,
- Bütün ülkelerin dünya pazarıyla bütünleşmesi,
- Mal-hizmet-sermaye hareketlerinin tam serbestleşmesi yoluyla küreselleşmenin gerçekleştirilmesi olmuştur.⁵³

⁵¹ Mengi ve Algan, **a.g.e.**, s. 3.

⁵² Necla Yıkılmaz, **Yeni Dünya Düzeni ve Çevre**, İstanbul, Sosyal Araştırmalar Vakfı Yayını 3, 2003, s. 75.

⁵³ Kazgan, **a.g.e.**, s. 70.

Küreselleşmenin bu kadar hızlı ve yaygın bir şekilde gelişmesinin kendiliğinden bir gelişme olarak değerlendirilmemesi gerekmektedir. Öncelikle ÇUŞ'lerin küreselleşmeyi sağlayan en büyük faktör olduğu ÇUŞ'lerle ilgili bölümde belirtilmişti. Her ne kadar küreselleşme ile birlikte ÇUŞ'lerin daha hızlı büyüdüğü ve yayıldığı ifade edilse de, küreselleşmenin arkasındaki itici güçlerin de ÇUŞ'ler olduğu gerçeği söz konusudur ki bir nevi biri diğeri için bir etken rolündedir.

Gelişmiş sanayi ülkelerinin üretim, hizmet ve sermaye pazarlarındaki devamlı liberalleşme için gerçekleştirdikleri sürekli baskının asıl amacı en yüksek geliri olan kesimini en fakir ve en kalabalık ülkelerin ÇUŞ'lerinin müşterileri haline dönüştürmektir. Bu bakış açısıyla 400 milyon yüksek gelirlili müşteriye veya ABD ve Avrupa'daki pazarlardan birinin büyüklüğüne eşit bir pazarı ele geçirme anlamına gelen Çin ve Hindistan pazarlarının açılması çok önemlidir.⁵⁴

Sanayileşmiş devletler aristokrasisinin günümüzde çok uluslu yeni aristokrasi yararına sürdürdüğü ekonomik diplomasi, sadece Hindistan ve Çin pazarlarına giriş hakkı kazanmakla sınırlı değildir. Bu çabaların bir diğeri amacı Latin Amerika, Asya ve Afrika ülkelerinde de milyonlarca yeni müşteri elde edebilmektir. Günümüz küreselleşmesinin altında yatan mantık da budur. Tüm bu süreç eğer fakir ülkelerde büyük bir işgücü oluşturabilseydi ve bu ülkelerin ihracatlarında ÇUŞ'lerin onlara yaptıkları satışa orantılı bir artış gerçekleştirmiş olsaydı endişelenecek bir mesele kalmazdı. Gerçekte ise tam tersi olmaktadır. Bugün neredeyse tüm AGÜ'ler ÇUŞ mallarının ithalatçısı durumunda ve birçoğu çok ciddi dış ticaret açığıyla boğuşmaktadır. Buna rağmen bu dengesizlik DTÖ toplantılarında tartışılmamaktadır. Çünkü bu yeni çok uluslu aristokrasi ve onların yararına çalışan hükümetlerin serbest ticaretle amaçladıkları şey ülkelerin kalkınmasına yardım etmek değil, yeni müşteriler bulmaktır.⁵⁵

Küreselleşmenin giderek daha fark edilir bir olguya dönüşmesinin arkasında birçok değişik etkenler bulunmaktadır. Ancak, burada dört ayrı öğeden söz edilecektir ki bunlar;

- Daha önce görülmemiş sayıda ülkenin serbest pazar ideolojisini benimsemesi,

⁵⁴ Rivero, a.g.e., s. 44.

⁵⁵ A.e.

- Ekonomik cazibe merkezlerinin giderek GÜ'lerden GOÜ'lere doğru kayması,
- Ekonomik serbestinin çift taraflı bir boyut kazanması,
- Teknolojik ilerlemelerin artan hızı ve dijital yenilikler.⁵⁶

AB'ye üye ülkelerin tamamına yakınının sanayileşmiş ülkeler içerisinde yer alıyor olması ve gelişmiş ekonomilere sahip olmaları, GOÜ'lerde, gelişmenin yolunun AB'ye üye olmaktan geçtiği anlayışını yaygınlaştırmıştır. Bu yaklaşımlar, küreselleşme politikalarının daha çok ülke tarafından benimsenmesini de sağlamıştır.

Ancak Küreselleşme Batı merkezli olarak ortaya çıksa da batı dünyası, homojen veya mono blok değildir. Yani sadece “Batı” yok, “Batılar” var, iş bu “Batılar”, her ne kadar birçok yerde kendi dış(lar)ına karşı büyük ölçüde bütünlük içerisinde hareket edebilmekte iseler de, kendi aralarında zaman-zaman çok derinlere inen, gizli çatışmalar da yaşamaktadırlar ki bu da küreselleşmenin mutlak anlamda tek-tip ve tek merkezli olmaması demektir ve yine bu da, küreselleşmenin, klasik kolonyalizm döneminin “küresel pazar kapma mücadelesinin günümüzdeki versiyonu olduğu anlamına gelmektedir. Tam da bu noktada, işbu “küresel pazar kapma mücadelesi”, karşımıza paradoksal olarak küreselleşmenin bir başka veçhesini çıkarmaktadır. Küreselleşme, bütün insanlığı tek bir vücut, tek bir millet, bütün arzı da tek bir vatan olarak tahayyül eden klasik kozmopolitizm teorisinin hilâfına, her birisi kendi menfaati için çabalayan hiper ulus-devletler ile – henüz tek örneği AB projesi olan - bir tür hiper ulus devlet niteliği taşıyan uluslar üstü devlet yapılanmalarından oluşan güç aktörleri arasında bir çatışmaya sahne olmakta, bu da küreselleşmenin, yeni bir ulus devletler çağı olarak okunabileceğini göstermektedir. Çünkü küreselleşme her ne kadar ulus-devletleri hedef alsada da, hedef alanların kendileri de ulus-devlet veya o nitelikte uluslar üstü devlet yapılanmalarıdır. O hâlde bu yaniyla küreselleşme, mutlak anlamda ulus-devletler çağının kapanmakta olduğu bir “mutlak dünya devleti çağı” değil, bir kısım ulus-devletlerin veya ulus-devlet olma mücadelesi veren devletlerin, daha büyük çaplı olanlarına yer açılması için kurban edileceği, çapı çok daha büyümüş bir “hiper ulus-devletler çağı” sürecidir.⁵⁷

⁵⁶ Coşkun, **a.g.e.**, ss. 13-17.

⁵⁷ Durmuş Hocaoğlu, “Ulus-Devletlerin Krizi ve Geleceği: I’”, **Ekopolitik.org, Ekonomi ve Politika Haber Analiz**, (Çevrimiçi) URL (HTM): [<http://www.ekopolitik.org/public/news.aspx?id=1077&pid=886>], 12 Temmuz 2007.

Ayrıca GOÜ'lerin bu hiper ulus devletleri GÜ'ler ve gelişmiş ekonomiler olarak görmesi ve bunun AB içerisinde sağlandığı düşüncesi sadece yakın geçmişe dayalı bir değerlendirme sonucuna göre mümkün olabilir. Çünkü Batı dünyasının gelişme merhalelerinin başlangıcı AB'nin kuruluşuna bağlanamaz. Bu gelişmelerin tarihi, sanayi devrimine hatta merkantilist döneme kadar uzanmaktadır.

1.3. ULUSLARARASI DOĞRUDAN YATIRIMLAR

Uluslararası sermaye hareketlerinin sınıflandırılması konularında yukarıda ele aldığımız başlıklar altında UDY'lerle ilgili farklı tanımlamalar yapılmış olmakla birlikte bu bölümde ayrıca genel bir tanımlama yapılacaktır. *Bu tanıma göre; “Karşılığı ödenmemiş ve ileride de ödenmeyecek olan, bir ülkede yerleşik veya farklı bir ülke vatandaşlığı bulunan kişi ya da kuruluşların bir diğer ülkede sermaye transferi yapılması yoluyla bir işletme veya tesis kurması, bir işletme ya da tesise ortak olması, bir işletme ya da tesisin kiralanması, özelleştirmeler yoluyla bir işletmenin satın alınması veya serbest bölgelerde bu ve benzeri yollarla yaptıkları yatırımlar”,* UDY'ler olarak değerlendirilmektedir.

UDY'ler, küresel yapılanma içerisinde ülkelerin değişik faktörleri göz önüne alınarak değerlendirildiğinde, ülkelerin konjonktürel yapılarına göre yeni yatırımlar şeklinde girdiği gibi zaman zaman satın alma ya da ortaklıklar halinde de girebilmektedir. Özellikle GOÜ'lerde söz konusu olan özelleştirmeler ve kurulan serbest bölge alanlarının da UDY'lerin girişinde etkili olduğu görülmektedir. UDY aktörleri, bazen lisans ve patentlerini kiraya vermek yoluyla yatırımlar üzerinde belirli oranlarda ortaklık hakkı elde edebildikleri gibi, bazen de söz konusu ülkelerde fason üretim yapılmasını sağlayıp merkezlerine çektikleri ürünlere isim ve markalarını vererek tedarikçilerin oluşumları üzerinde etkili olmaktadır.

Uluslararası sermaye hareketlerinin gelişim sürecinde ele alınan klasik dış ticaret teorileri ile ele alınan mutlak ve karşılaştırmalı üstünlük teorilerine göre uygun koşulların öngörüldüğü ülkeler tarafından üretilen ürünler dış ticaret yoluyla uluslararası hareketliliğe konu olmaktadır. Ancak artan maliyet ve rekabetin uluslararası boyutlara tırmanmasıyla birlikte dış ticaret faktörlerinin yerini büyük ölçüde UDY'ler almıştır. Bu da yeni dış ticaret teorilerinin ortaya çıkışının gerekliliğini sağlamış ve bu teoriler doğrultusunda yeni yatırım politikalarının

oluşumu söz konusu olmuştur. UDY'leri konu alan yeni dış ticaret teorileri, aşağıdaki bazı örneklerle özet olarak ele alınacaktır.

1.3.1. Uluslararası Doğrudan Yatırımlar ve Yeni Dış Ticaret Teorileri

Uluslararası ekonomik faaliyetlerin tabii akışı içerisinde henüz yakın bir geçmişe kadar, üretim fazlasının ihraç edilmesi, üretilmeyen ya da üretilmesi tercih edilmeyen malların ise ithal edilmesi yoluna gidilmekteydi. Kârlılık ve maliyet analizi hesaplamaları açısından uluslararası dış ticaret politikaları büyük önem taşımakta ve bu konularla ilgili politikalar üretilmekte, uluslararası ticaret hukuku ile ilgili mevzuatlar da bu doğrultuda belirlenmişti. Nitekim ÇUŞ'ler, sermaye transferi yerine, kendi ülkelerinde en uygun maliyetlerle üretimini gerçekleştirdikleri mamul maddeleri dış satım yoluyla ihraç edip en yüksek kâr oranıyla diğer ülkelere ulaştırmaya çalışmaktaydılar.

Oysa günümüz uluslararası ekonomik yapılanması içerisinde ÇUŞ'lerin yeni tanımı, yabancı sermaye ya da küresel sermaye, globalleşmenin yeni tanımı ise küreselleşme olarak yapılmaktadır. Küresel görünümdeki yabancı işletmeler, uluslararası platformda her ne kadar özerk ve bağımsız yanlarını ön planda tutarak, ulus üstü ya da ulus ötesi bir görünüm verme ve bu şekilde tanımlanma gayreti içerisinde olsalar da zaman zaman bir ülke kimliği ve aidiyet duygusu ile hareket etmekte ve diğer ülkeler üzerinde yönlendirici etkilerde bulunabilmektedirler.

Dolaysız yabancı sermaye yatırımlarının dünyada yaygınlaşması son 50-60 yıllık dönemde yoğunlaşan bir gelişmedir. O bakımdan, uluslararası ticaret teorileri analizlerinde de dolaysız yabancı sermaye yatırımlarına yer verilmiş değildir. Dolayısıyla konunun teorik yönden incelenmesi de yeni nesil iktisatçılara kalmıştır.⁵⁸

Uluslararası ticarete ÇUŞ'lerin yaygınlaşmasıyla birlikte, işgücü ve sermayenin ülkelerarası hareketliliği artmıştır. Bu gelişmelerin yaşandığı dünya ticaretinde, uluslararası üretim ve sermaye hareketlerini açıklamaya yönelik, yeni dış ticaret teorileri geliştirilmiş ve geliştirilen bu teorilerde, teknoloji olgusu da analizlere dâhil edilmiştir. Oysa Klasik ve Neo-Klasik teorilerde bu olgu ihmal

⁵⁸ Seyidoğlu, a.g.e., s. 607.

edilmiş veya veri olarak alınmıştır. Teknolojinin temel değişken olarak kabul edildiği en önemli teori ise, ürünün hayat devreleridir.⁵⁹

1.3.1.1. Ürünün Hayat Devreleri Teorisi ve UDY'ler

Uluslararası ticarete teknolojik gelişmelerin etkisi Raymond Vernon tarafından Ürünün Hayat Devreleri Teorisinde incelenmiştir. Bu *teoriye göre, herhangi bir ürünün hayat devresinde üç aşama vardır. Bunlar; yenilik, olgunlaşma ve standartlaşma aşamalarıdır.*⁶⁰

Yenilik aşamasında ürün ile ilgili üretim teknolojisi sadece üreten firmanın tekelinde bulunduğu için tekeli bir yapı söz konusudur. *Olgunlaşma* aşamasına geçildiğinde kullanılan teknoloji diğer firmalarca da elde edilmiş olduğundan üretici firma sayısında bir artış gözlenecek ve bu artışa paralel olarak kar marjında düşüş yaşanacaktır. Çünkü ilk üretimi sağlayan firmanın tekeli yapısı değişmiş, buna bağlı sağlanan tekeli kâr da azalmış olmaktadır. Üçüncü aşama olan *Standartlaşma* aşamasında gerek kullanılan teknoloji gerekse ürün ile ilgili saklı tutulan bilgiler, ÇUŞ'ler olarak adlandırdığımız uluslararası birçok firma tarafından da elde edilmiş olmakla kalmayıp iç piyasada yer alan firmalarca da elde edilmiş olmaktadır. Standartlaşma aşamasına geçildikten sonra üretim maliyetleri önem kazanmaya başlayacak ve kullanılan teknoloji ile birlikte ucuz iş gücü arayışı önem kazanacaktır.

Bu teoriye göre, ÇUŞ'lerin yerel şirketler karşısındaki üstünlüğünün nedeni, ona tekeli gücü sağlayan etkenlerdir. Tekeli üstünlüğü oluşturan bu etkenler yabancı şirkete özgüdür, piyasadaki öteki işletmeler bunlardan yararlanamazlar. Dolayısıyla tekeli üstünlüğü teoremi, yabancı sermaye yatırımlarını bu firmaların faaliyet gösterdikleri yabancı piyasalarda rekabetçi koşulların bulunmaması ile açıklar.⁶¹ GÜ'lerde söz konusu iş gücü maliyetlerinin yüksek düzeylerde seyretmesi sonucunda ÇUŞ'ler, iş gücünün daha ucuz olduğu GOÜ'lere yönelecek ve yatırımlarını bu ülkelerde yoğunlaştıracaklardır. Ürünün hayat devreleri teorisinde bir yandan yenilikçi firmalar tekeli üstünlüğünü koruyarak kar maksimizasyonunu

⁵⁹ Mevlüdiye Şimşek ve Sema Behdioğlu, "Türkiye'de Dolaysız Yabancı Sermaye Yatırımlarının Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi: Uygulamalı Bir Çalışma", Atatürk Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi, Cilt. 20, Sayı. 2, 2006, s. 48, (Çevrimiçi) <http://e-dergi.atauni.edu.tr/index.php/IIBD/article/view/3693>, 01 Temmuz 2010.

⁶⁰ A.e.

⁶¹ Seyidoğlu, a.g.e., s. 608.

kaybetmemeye çalışırken diğer taraftan standartlaşma aşaması ile ÇUŞ'ler tarafından doğrudan ya da diğer bir deyişle dolaysız yatırımlara yönelişler ortaya çıkmaktadır.

1.3.1.2. S. Hymer - C.P. Kindleberger Teorisi ve UDY'ler

Hymer- Kindleberger teorisinde, uluslararası alanda yapılan dolaysız yatırımların nedeni, piyasalardaki oligopolistik endüstriyel yapıdır. Teori, yatırımın yapıldığı ülke şirketlerinin daha avantajlı oldukları düşüncesine dayanır. Uluslararası yatırımlara girişen şirketler, risk ve belirsizlik ile karşı karşıyadırlar. Bu nedenle yabancı piyasalarda dolaysız yatırımda bulunacak şirketlerin, bu piyasalarda başarılı olabilmeleri için, ev sahibi ülke şirketleri karşısında bazı üstünlüklere sahip olmaları gerekmektedir. Bu üstünlükler özetle aşağıdaki şekilde sıralanabilir. Bunlar;

- Yatırım yapılan ülkenin mal piyasalarında tam rekabet şartlarını aksatan her türlü faaliyetler, yatırımcı şirketlere oligopolistik güç kazandıracaktır. Bu faaliyetlere; mal ve fiyat farklılaştırması, özel pazarlama ve reklam yöntemleri örnek olarak gösterilebilir.
- Yatırımcı şirketlerin patent haklarına sahip oldukları yeni teknolojileri, kolay sermaye temin edebilme imkânları, yöneticilerin bilgi ve yetenekleri gibi gelişmeler ise faktör piyasalarında tam rekabetten uzaklaşılmasına neden olmaktadır.
- Yatay ve dikey bütünleşmeler yolu ile dışsal ekonomiler sağlanması.
- Yabancı piyasalara girişte hükümet müdahalelerini en aza indiren ve şirketlerin elde ettikleri gelirlerin (kâr ve lisans ücreti gibi) transferini kolaylaştıran ev sahibi ülkenin politikalarıdır.⁶²

1.3.1.3. İçselleştirme Teorisi ve UDY'ler

Franklin R. Root'e göre, bir firmanın sahip olduğu özel bilgilerden tam olarak yararlanabilmesinin, o yeni bilgilerin başkalarının eline geçerek üretimde kullanılmasını önlemenin en etkin yolu, onu içselleştirmek, yani lisans anlaşmaları yerine bu bilgileri şirketin kendi üretiminde kullanmasıdır. Böylece şirketin dışa bağımlılığı ile birlikte, ileride ortaya çıkabilecek risk faktörleri de azaltılır. Yukarıda

⁶² Şimşek ve Behdioğlu **a.g.m.**, ss. 49-50.

değınilenler arasında yer alan şirket sırlarının korunması, şirketin marka ve unvanından yararlanmak, dikey ve yatay bütünleşme gibi faktörler bu kapsamda düşünülebilir.⁶³

ÇUŞ'ler zaman zaman telif hakkı ya da lisans anlaşmaları yaparak veya marka tescilleri yaptırarak ürünlerin patentini diğer ülkelerdeki yerli işletmelerle paylaşma yoluna da gidebilmektedir. Bu durumda bir takım sırların ve ürün formüllerinin açığa çıkarılması riski ile karşı karşıya olduklarını göz önünde bulundurarak, kendileri piyasalarda yer almakta, doğrudan yatırım yapabilmekte ve piyasaları kendi faaliyetleri doğrultusunda içselleştirme yoluna gidebilmektedirler.

Ar-Ge, finansman, yönetim profesyonelleri, satış ve pazarlama faaliyetleri tümüyle üretime yönelik faktörler olarak ele alınmaktadır. Dolayısıyla ÇUŞ'ler, yatırım faaliyetlerine başladıkları piyasalarda üretim faaliyetlerini kontrol altında tutmak için bu piyasalarla ilgili içselleştirme politikası üretme arayışına girmektedir.

1.3.1.4. Oligopolistik Tepki Teorisi ve UDY'ler

Oligopolistik tepki teorisinde piyasada yer alan işletme sayısı sınırlı sayıda olduğundan birbirlerinin faaliyetlerini yakından takip etmek durumundadırlar. F.T.Knickerbocker'e göre bir kaç büyük firmanın egemen olduğu bir piyasada (oligopol piyasa) firmaların birisinin kâr, fiyat, satış, yatırım v.s. gibi kritik konularda aldıkları bir karara, diğerleri de benzer bir kararla tepkide bulunurlar. Buna göre, benzer malı ihraç eden iki firmadan birinin yabancı piyasada doğrudan yatırım yaparak orada bir üretim üssü oluşturması, onun dış piyasayı ele geçirerek öbür firmanın ihracatının azalmasına yol açabilir. Çünkü bu firma, yabancı piyasada daha düşük maliyetle üretim yaparak, müşterilere yakın olduğu için onlara satış sonrası hizmetleri sağlayarak yeni bilgi, beceri elde ederek ve değişik mal ve hizmetler üreterek bir rekabet üstünlüğü sağlayabilir.⁶⁴Knickerbocker, ABD'ye bağlı ÇUŞ'lerle ilgili doğrudan yatırımları içerisinde de oligopol yapıda faaliyet gösterdiği hakkında bazı tesbitlerde bulunmuştur. Bu şirketlerin yurt içi oligopol yapıları, yurt dışı yatırım ve faaliyetlerinin belirlenmesinde de etkili olmakta ve iç piyasada olduğu

⁶³ Seyidoğlu, a.g.e., s. 609.

⁶⁴ Seyidoğlu, A.e.

gibi dış piyasalarda da birbirlerinin hareket kabiliyetlerini yakından izledikleri görülmektedir.⁶⁵

Oligopolistik piyasaların oluşmasındaki bir diğer etken ise, yabancı işletmelerin, gelişmeye açık gördükleri ticari kuruluşların geliştirilebilecek ürünlerinin göz önünde bulundurularak, bu işletmelerin satın alınması ya da birleştirilmesi politikaları ile az sayıda satıcının yer almasını sağlamaları sonrası ortaya çıkan bir etkidir. UDY kuruluşları, piyasada bulunan ve aynı kategoride üretim yapan bir işletmeye karşı rekabet politikası izleyerek enerjisini bu mücadeleye harcamak yerine bu ve benzer işletmeleri kendi bünyesine katarak tekelci politikaların oluşması çabası içerisine girdiği durumlar da söz konusu olabilmektedir.

ÇUŞ'lerle ilgili yukarıda açıklanan teorileri incelediğimizde UDY'lerin GÜ'lerden GOÜ'lere doğru yön değiştirmesinde etkili olan birçok gerekçenin var olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bu da UDY aktörlerinin ağırlıklı olarak ÇUŞ'ler olduğunu ortaya çıkarmaktadır.

1.3.2. Uluslararası Doğrudan Yatırım Girişlerinin Sınıflandırılması

UDY'ler, yatırım yapan ve yatırım yapılan ülkelerin konjonktürel yapılarına göre doğrudan yeni yatırımlar olarak yapılabildiği gibi, Şirket birleşme ve satın almalar gibi ortaklıklar yoluyla da yapılabilmektedir. Genellikle özelleştirmelerin UDY'ler üzerinde hızlandıran etkisi gösterdiği durumlar söz konusu olmakla birlikte kiralama, şube açma, yurtdışı yabancı ortaklıklar ya da yerli firma ortaklık girişimleri olarak da ortaya çıkmaktadırlar. Ayrıca bir diğer farklı yatırım türü ise serbest bölgelerin yol açtığı UDY yatırımlarıdır. Bu yatırım grupları ayrı ayrı ele alınacak olup bu doğrultuda analizler yapılacaktır.

1.3.2.1. Yeni (Greenfield) Yatırımlar

UDY'ler açısından yatırım yapılacak ülkelerle ilgili üretim faktörlerinin uygunluğu yanında, ekonomik göstergeler, dışa açıklık politikası, kar transferi ve yasal mevzuatları da büyük önem taşımaktadır.

⁶⁵Şimşek ve Behdioğlu a.g.m., s. 51.

Yabancı sermaye yatırımları içerisinde görülen en yoğun UDY türlerinden biri de yeni yatırımlardır. Yeni yatırımlar, sermaye yatırımlarının gerçekleşeceği ülkede yeni tesis kurarak faaliyette bulunacağı gibi, söz konusu yatırımcıların herhangi bir ülkede şube açması biçiminde de görülebilmektedir.

Yabancı yatırımcıların yeni yatırımlara yönelmesinin bir diğer nedeni ise ülke koşullarından kaynaklanan zorunlu yeni yatırımlar olma özelliği taşımasından kaynaklanmaktadır. Özellikle Çin ve Hindistan gibi kâr transferlerinin ülkenin iç hukukuna göre yasal olarak kısmen ya da tamamen engellenmesinden kaynaklanan zorunlu yeni yatırımlardır. Bu gibi durumlarda yabancı yatırımcılar legal olarak kâr ve yatırımlardan elde edilen diğer gelirlerini, köken ülke ya da diğer üçüncü ülkelere transfer imkânından yoksun bırakılmaları sonucunda buldukları ülkelerde yeni yatırımlara yönelmek zorunda kalmaktadırlar.

GOÜ statüsünde yer alan ÇİN gibi kalabalık bir nüfusa sahip ülkede yeni (Greenfield) yabancı doğrudan yatırım proje sayısı yüksek seyreden ülkelerde işgücünün düşük maliyetlerle elde ediliyor olması en büyük etken olarak yer almaktadır. Ancak bu da tek başına yeterli bir neden sayılmamalıdır. Üstelik Çin’de gerçekleşen yabancı yatırımlardan elde edilen kârların transferine izin verilmemesi ya da belirli koşullarda birçok kısıtlamalar getirilmiş olmasına rağmen bununla ters orantılı bir biçimde artan yabancı sermaye yatırımlarının birden çok nedeninin olabileceği bir gerçektir. Bu ve benzeri ülkelerin kalabalık bir nüfusa sahip olmaları, zengin hammadde kaynaklarına kolaylıkla ve ucuz fiyatlarla ulaşılabilmesi de yabancı yatırımların bu ülkelerde artarak devam etmesinde ortaya çıkan nedenler olarak değerlendirilmektedir.

Tablo 1.5’te yer alan 2009 yılında gerçekleşen yeni yatırımlar içerisindeki proje sıralamasında ilk sırada 1.220 projeye ABD’nin yer aldığı görülmektedir. Ardından 1.143 projeye Çin ikinci sırada yer alırken İngiltere 1.036 proje ile üçüncü sırada bulunmaktadır. İngiltere’den sonra 742 proje ile dördüncü sırada yer alan Hindistan’da ve diğer Asya ülkelerinde, dünyada yaşanan global ekonomik krize rağmen yeni UDY’lerin yüksek oranlarda seyrediyor olmasında bu ülkelerin GÜ’ler olması ya da büyüme oranlarının yüksek olarak seyrettiği GOÜ’ler olması etkili olmaktadır. Aynı tabloda Türkiye, 153 proje sayısı ile ancak yirmi beşinci sırada yer

alabilmekte ve Türkiye'den sonra gelen ülkeler ise Suudi Arabistan, İsviçre, Filipinler, Endonezya ve Şili olarak sıralanmaktadır.

Tablo 1.5: Yeni (Greenfield) UDY Projeleri Global Dağılımı (2009)

SIRALAMA	ÜLKELER	PROJE SAYISI	SIRALAMA	ÜLKELER	PROJE SAYISI
1	ABD	1.220	16	Huag Kong, Çin	253
2	Çin	1.143	17	Avusturalya	252
3	İngiltere	1.036	18	Polonya	222
4	Hindistan	742	19	Romanya	201
5	Almanya	470	20	İrlanda	176
6	Fransa	408	21	İtalya	166
7	Rusya	399	22	Japonya	161
8	BAE	394	23	Malezya	158
9	İspanya	387	24	Hollanda	155
10	Meksika	317	25	Türkiye	153
11	Singapur	309	26	Suudi Arabistan	141
12	Tayland	273	27	İsviçre	135
13	Brezilya	271	28	Filipinler	120
14	Vietnam	255	29	Endonezya	117
15	Kanada	254	30	Şili	112
GÜ'ler Toplamı		6.249	GOÜ'ler Toplamı		7.478
			Global Toplam		13.727

Kaynak: UNCAD, Dünya Yatırım Raporu 2010, Aktaran: **YASED**, (Çevrimiçi) <http://www.yased.org.tr/webportal/Turkish/haberler/basinbultenleri/Documents/UNCADWIR2010-tr-22-08-2010-son.pdf>. 25 Kasım 2010.

Unctad'ın kaynak gösterdiği Financial Times fDI Markets verilerine göre, 2009 yılında toplam 13.727 yeni (greenfield) projeden 6.249'unu GÜ'ler, 7.478'ini ise GOÜ'ler çekmiştir.⁶⁶ İlk bakışta GOÜ'lerin çektiği proje sayılarının GÜ'lerden daha fazla sayıda görülmesi GOÜ sayısından kaynaklandığı gibi projelerin hacmi de büyük önem taşımaktadır.

1.3.2.2. Sınır Ötesi Şirket Birleşmeleri ve Satın Almalar

Dönemsel özellikleri itibariyle ele alındığında, Soğuk savaş yılları sonrasının en belirgin bir özelliği de dev şirketlerin kendi aralarında birleşmeleri ve

⁶⁶ YASED, Uluslararası Doğrudan Yatırımlar Değerlendirme Raporu, İstanbul, **Yased Yayınları**, Ağustos 2010, (Çevrimiçi) <http://www.yased.org.tr/webportal/Turkish/Yayinlar/Documents/UDYRaporu2010-ilkyari.pdf>, 15 Eylül 2010.

inanılması güç bir güce ve büyüklüğe ulaşmalarıdır. Birleşen şirketler daha çok “Batı kapitalizmi içindeki” şirketlerdir. Aynı ülke içindeki (Almanya ABD gibi) şirketlerin birleşmeleri yanında Avrupa (AB) içi birleşmeler ve ABD içi birleşmeler de söz konusudur. Birleşmelerin esas ağırlık merkezi Batı kapitalizminin oluşturduğu ülkeler içinde ve arasındaki birleşmelerdir.⁶⁷

Özellikle soğuk savaş yıllarının sona ermesiyle birlikte iki ya da üç kutuplu dünya düzeninin küreselleşmeye yöneldiği yeni dünya düzeninde, şirket birleşmelerinin arkasında genellikle küresel yapılanmaların ve GÜ yönetimlerinin, itici güçler olarak yer aldığı gerçeği ile karşılaşmaktadır. Ulus ötesi yatırımlarda tek başına yatırım için yeterli finansman gücüne sahip olamayan ÇUŞ'ler, stratejik bazı anlaşmalarla ortaklıklar ve birleşmeler yoluyla müşterek hareket etme politikası izlemeye başlamışlardır.

Dünyadaki UDY'lerde gözlenen yüksek düzeydeki artışlarda, sınır ötesi birleşme ve satın alma işlemlerinin önemli bir rolü olmuştur. 2004 yılı ile karşılaştırıldığında sınır ötesi birleşme ve satın alma işlemleri 2005 yılında % 88'lik bir artışla 716 milyar dolarlık bir hacme ulaşmış ve 916,3 milyar dolar olarak gerçekleşen UDY rakamlarında gözlenen artışın en önemli sebebi olmuştur. Sınır ötesi birleşme ve satın alma işlemlerinin 2005 yılı dünya toplam UDY rakamı içindeki payı %78 düzeyindedir.⁶⁸

Şirket birleşme ve satın alımları, 1990'larda GOÜ'lere yönelen yabancı yatırımlarda önem kazanmaya başlamıştır. 1997 yılında bu faaliyetlerin net yabancı yatırım akımına oranı, GOÜ'ler için yüzde 28'e yükselmiştir.⁶⁹

Yukarıda yer alan Grafik 1.1'de de belirtildiği gibi 2000-2010 arası UNCTAD verilerine baktığımızda, 2000 yılında birleşme ve satın almalar yoluyla dünya ölçeğinde girişi gerçekleşen UDY miktarı 905 milyar \$ seviyesine çıkmışken 2001-2007 yılları arasında sakin bir seyirle 400-600 milyar \$ arasında bir hareket gözlenmiştir. 2008'lere gelindiğinde ani bir yükselişle 1.023,00 milyar \$ seviyesine çıkmış olmasına rağmen ortaya çıkan dünya ekonomik bunalımı ile kendini gösteren

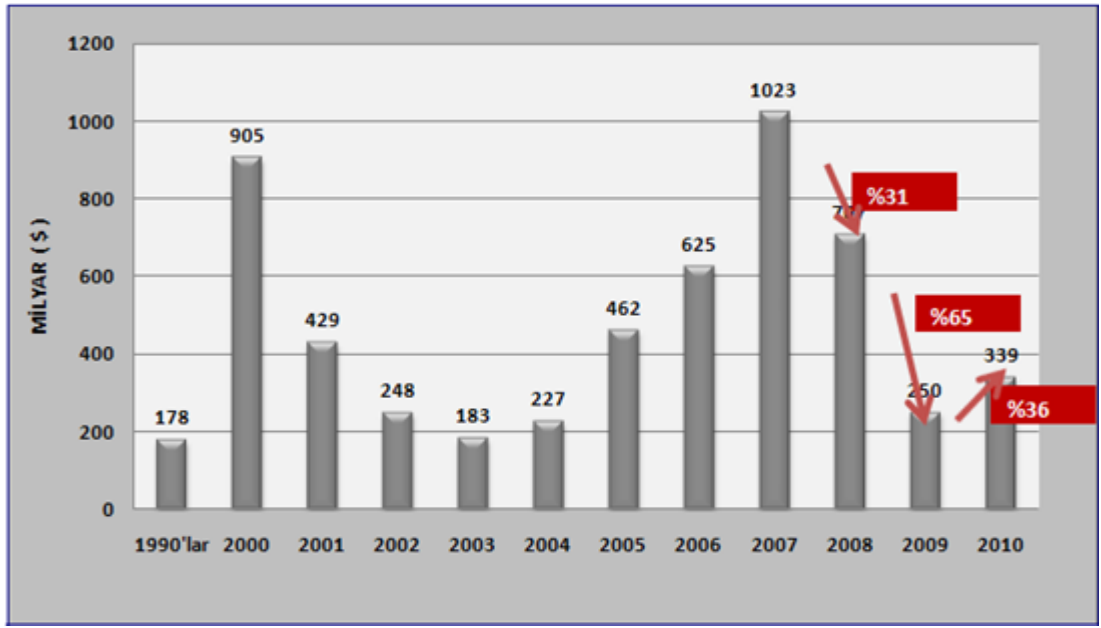
⁶⁷ Erol Manisalı, **Dünya'da ve Türkiye'de Büyük Sermaye**, İstanbul, Derin Yayınları, 2002, s. 163.

⁶⁸ T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı, “**Uluslararası Doğrudan Yatırımlar 2006 Yılı Raporu**”, Ankara, Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü, Haziran 2007, s. 4.

⁶⁹ DPT, **Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları**, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, 2000, ss. 18-19

global krizin de etkisiyle 2008’de %31’lik bir düşüşle 707 milyar \$’a ve 2009’da ise %65 oranındaki daha yüksek bir düşüşle 250 milyar \$ seviyesine kadar bir gerileme yaşanmıştır. Ancak 2010’da bir miktar toparlanarak %36 oranında bir artışla 339 milyar \$ seviyelerine yükselen bu grup UDY’lerin 2011 yılında artan oranda yükselmesi beklenmektedir.

Grafik 1.1: UDY’lerin Sınır Ötesi Birleşme ve Satın alma Boyutları (2000-2010)



Kaynak: UNCAD, Dünya Yatırım Raporu 2010, Aktaran: **YASED**, (Çevrimiçi) <http://www.yased.org.tr/webportal/Turkish/Yayinlar/documents/OzlemOzyigit%20sunum%20UNCTAD%20WIR2011-tr.pdf>, 08 Eylül 2011.

Dünya Bankası 1999 yılı verilerine göre (The World Bank 1999, ss. 60-61), Finansal krizden önemli ölçüde etkilenen Uzak Doğu Asya ülkelerinde şirket birleşmeleri ve satın almaları, 1996 yılında 1,1 milyar dolar iken, 1997 yılında önemli ölçüde artarak 5,6 milyar dolara yükselmiştir. Şirket birleşme ve satın almaları imalat sanayi, finans sektörü ve diğer sektörlerin yeniden yapılanmasına katkıda bulunmakta, daha iyi ve yeni teknoloji ve yönetim getirerek bu sektörlerdeki performansı artırmaktadır. 1980’lerin sonlarında ABD ve günümüzde piyasa ekonomisine geçiş sürecindeki ülkeler bu tür uygulamalara örnek olarak verilebilir.⁷⁰

⁷⁰ A.e.

Tayland ve Kore’de yaşanan finansal krize rağmen yabancı yatırımlardaki artışın nedeni, menkul kıymet fiyatlarındaki azalma, kurumsal yapıdaki iyileşme ve şirketlerin yeniden yapılanma süreçlerindeki hızlanma nedeniyle, şirket birleşme ve satın alımlarındaki artıştır. Bu faaliyetler, Tayland’da finans ve özellikle bankacılık ile çimento sektörlerinde yoğunlaşmıştır. Şili’de ise, geleneksel madencilik sektöründeki yatırımların yanı sıra, bankacılık ve enerji gibi hizmetler sektöründe faaliyet gösteren özel firmaların satın alınması, bu ülkeye yönelik yabancı yatırımların şekillendiği alanlar olmaktadır.⁷¹

Birleşme ve satın almalar yoluyla gerçekleşen yabancı yatırımlar böylece bir gerçeği daha ortaya çıkarmaktadır. Yeni yatırımlara gidilerek kurulacak tesislerle piyasaya adaptasyonu riskli gören yabancı yatırımcılar hazır bulunan tesislere, işletmelere, markalara ortaklık ya da satın alma yoluyla sahip olmayı kendileri açısından daha kârlı yatırımlar olarak görmektedirler. Bu durum istihdama herhangi bir katkı sağlamadığı gibi söz konusu ülkenin GSYH’si üzerinde de pek fazla bir etki uyandırmamaktadır. Dolayısıyla ÇUŞ’lerin yeni (Grenfield) yatırımlara yönelmek yerine birleşme ve satın almalara öncelik verdikleri ve bu alana yoğunlaştıkları görülmektedir. Bu gelişmelerin boyutlarını ve bu alandaki yoğunluğu ilerleyen bölümlerde yer alan tablo 1.6’da da detaylı olarak görmek mümkündür.

Dünya’da gerçekleşen toplam yabancı yatırımlar içerisinde, şirket birleşmeleri ve satın almalar yoluyla giriş yapan yatırımlar yıllar itibariyle dalgalı bir seyir izlese de genel olarak yüksek oranlarda seyretmektedir. Tablo 1.6’ya göre 2000 yılı içerisinde globalde girişi gerçekleşen toplam 1.402 milyar \$ tutarındaki yabancı yatırımlar içerisinde şirket birleşme ve satın alma gerçekleşen tutar 905 milyar \$ ile % 65’ler seviyesindedir. Devam eden yıllar içerisinde periyodik sıralama; %52 (2001) , %39 (2002) , %32 (2003) , %31 (2004) , %47 (2005) , %43 (2006) , %49 (2007) , %40 (2008) , %22 (2009) olarak seyretmektedir.

Birleşme ve satın alma işlemlerinde üretim sektörünün payı düşüş gösterirken, hizmetler sektörü çok büyük miktarda UDY çekmiştir. 2005 yılında dünya toplam birleşme ve satın alma işlem değerinin %55,4’ü hizmetler sektöründe

⁷¹ A.e.

gerçekleşmiştir. Bu alanda telekomünikasyon ve finans sektörlerinde bir yoğunlaşma olduğu görülmektedir.⁷²

1.3.2.3. Özelleştirmeler Yoluyla Giriş Yapılanlar

UDY'lerin GÜ'lerden GOÜ'lere yön değişikliğinde artışların yoğunlaştığı 1980'li yıllar sonrası bu ülkelerde, eş zamanlı bir şekilde özelleştirmelere de hız verilmiştir. Bunun iki önemli nedeninden söz etmek mümkündür ki bunlardan birincisi, UDY'lerin arkasındaki itici güçler olarak ele aldığımız küresel güçlerin bu konuda GOÜ'ler üzerindeki yoğun baskılarıdır. ÇUŞ'lerin ihtiyaçlarına uygun bir şekilde ortaya çıkan bir takım talepler, uluslararası alanda etkinlik sağlayan küresel güçler tarafından ülkelerin ilgili mercilerine iletilmektedir. İkincisi ise, tasarrufların yeterli seviyede gerçekleşmemesinin de etkisiyle yeterli sermaye birikimine ulaşamayan ülke yönetimlerinin, kendi iç piyasa uygulamalarını, bir an önce yabancı sermayenin arzuladığı uluslararası piyasa koşullarını uygun hale getirmek çabasına dayanmaktadır. Buradaki amaç, aynı zamanda UDY'lerden etkin pay sahibi olmak için ülke piyasalarının çekiciliğini kanıtlayabilmek ve daha fazla yabancı sermayeyi ülkesine çekebilmektir.

Nitekim GOÜ yönetimlerinin, çoğunlukla kamu iktisadi teşekküllerinin yer aldığı piyasa koşuluyla pazar ekonomisine uyum sağlanamayacağı görüşü ve AB'nin talepleri, yasal mevzuatlarda gerekli değişikliklerin yapılarak özelleştirme girişimlerinin hızlı bir şekilde başlatılmasında etkili olmuştur. Bu mevzuatlar gereği iç piyasada “ülke vatandaşlarının yararlanacağı tüm haklardan yabancıların da yararlanabileceğini sağlayan eşitlik koşulu ilkesi” ile yabancı ülke yatırımcılarının, tüm bu özelleştirmelerde yer alması sağlanmıştır. Bunun sonucunda ise sermaye stoku yeterli olup birikim sorunu yaşamayan yabancı yatırımcılar, bu avantajların yanı sıra uluslararası tecrübe ve bilgi birikimlerini de kullanarak kârlı olan özelleştirmelerde pay sahibi olma yarışına girişmişlerdir.

1.3.2.4. Serbest Bölgeler Yoluyla Giriş Yapanlar

Serbest Bölgeler, bir ülkenin siyasal sınırları içerisinde bulunmakla birlikte, özellikle gümrük uygulamaları gibi yasal kısıtlamaların dışında bırakılmış alanlardır.

⁷²A.e., s. 4.

Serbest bölge oluşturan ülkeler, bu bölgeleri yerli veya yabancı yatırımcılar açısından daha çekici kılmak amacıyla çeşitli vergi muafiyetleri tanımakta, bölgelerde dünya standartlarında iletişim ve haberleşme gibi altyapı imkânları sunmakta ve ihracata yönelik yapılan üretime çeşitli sübvansiyonlar sağlamaktadır. Serbest bölgelerdeki UDY'lerin bir bakıma firmaların kar maksimizasyonu amacından kaynaklandığı söylenebilir. Yurt içine satış veya hammaddeye yönelik gelen UDY'lerin dışında, serbest bölgelerdeki UDY'ler, genellikle GÜ'ler ile GOÜ'ler arasındaki ücret farklılıklarından faydalanmaya çalışan ÇUŞ yatırımlarından oluşmaktadır. Serbest bölgelerdeki yatırımların elektronik ürünler gibi kompleks malların emek-yoğun üretim süreçlerini içermesinin yanı sıra, tekstil ve ayakkabı gibi emeğin belirleyici maliyet olduğu sektörlerde yoğunlaşması bu yöndeki bir yaklaşımı destekleyici niteliktedir.⁷³

Serbest bölgelerin teşviklerle birlikte bazı ayrıcalık ve muafiyetler taşıması ev sahibi ülkeler açısından ele alındığında, çoğunlukla bölgesel kalkınma sağlamak ve bölgelerarası dengesizliği ortadan kaldırmak amacıyla yönelik olarak kuruldukları sonucuna ulaşılmaktadır. Serbest bölgelerin kuruluş amaçlarından biri de yabancı sermayeyi ülkeye çekebilmektir. Yabancı sermayenin serbest bölgelerde yapacağı yatırımlarla istihdam üzerinde etkili olmasının yanı sıra beraberinde getireceği teknoloji ve bilgi birikimi (know how) ile de dışsal etkide bulunabileceği politikaları etkili olmaktadır.

Serbest bölgelerin GOÜ'ler tarafından ihracata yönelik sanayileşmede veya döviz kazançlarını artırmada birer araç olarak kullanıldığı genel kabul görmüşse de, bu bölgelerdeki ÇUŞ'lerin serbest bölgelere neden geldiği konusunda fikir birliği bulunmamaktadır. Klasik literatür genellikle bu tür bölgelerin ev sahibi GOÜ' ye sağladığı veya sağlayacağı ekonomik faydalar üzerinde durarak bu bölgelerdeki UDY'ler için klasik açıklamalar getirirken, Marksist iktisatçılar daha çok kapitalizmin gelişme evrelerinde ve yaşadığı krizler sürecinde bu tür bölgelerin ortaya çıkışı ve ÇUŞ'lerin bu bölgelere ucuz emek için gelişi ile ilgilenmektedir.⁷⁴

⁷³ Lütfü Öztürk, Serbest Bölgelerdeki Doğrudan Yabancı Sermaye, “ Serbest Bölgelerdeki DYSY: Dünyadaki Uygulamalara Teoriler Işığında Bir Bakış”, Antalya, **Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, Temmuz 2004, ss. 112-114.

⁷⁴ **A.e.**

Serbest bölgelerin Yabancı yatırımcılar açısından cezbedici özelliği ise vergi ve sigorta indirimleri ya da muafiyetleri yanında işgücü maliyetleri, ulaşılabilir hammadde kaynakları, transit taşımacılığında uygun yer ve koşullara sahip bölgeler olması ve de pazara çabuk ulaşılabilme pozisyonlarının sağlanmış olmasıdır.

Serbest bölgelerin bazı kuruluş amaçları aşağıda yer almaktadır. Bunlar;

- Yabancı sermaye yatırımlarını ve dış ticareti artırmak,
- Yerli üreticilerin dünya piyasalarındaki fiyattan girdi temin etmelerini sağlayarak uluslararası rekabet güçlerine katkıda bulunmak,
- İhracata dönük sanayilerin gelişmesini teşvik ederek ihracatı artırmak,
- Döviz girdisi sağlamak,
- Yeni iş imkânları oluşturarak istihdam sorununa katkıda bulunmak,
- Gelişmiş üretim ve yönetim tekniklerinin yurtdışından ülkeye getirilmesi suretiyle ekonomik standartları yükseltmek.⁷⁵

Serbest Bölgelerin ülke ekonomisine sağladığı bazı katkılar ise şöyle sıralanmaktadır;

- İthal girdi kullanarak üretim yapan yerli firmalara gümrük vergisiz mal girişi imkânı sağlayarak, yurtdışındaki rakipleri ile aynı şartlarda üretim yapma imkânı sağlar,
- Sağlanan kolaylıklarla ülkenin ihracat imkânları ve döviz girdisi artar,
- Serbest bölgeye büyük partiler halinde getirilen mallar gerektiğinde küçük partiler halinde ithal edilerek depolama giderleri ve sadece ithal edilen mallar için gümrük vergisi ödeneceğinden üretim maliyetlerinin düşmesi sağlanır,
- Serbest bölgede oluşturulan doğrudan istihdamın yanında, bölgedeki üretim ve ticari faaliyetlerin ülke içindeki faaliyetlere olan etkisi sonucu dolaylı istihdam da sağlanır,
- Serbest bölge üretim faaliyetlerinde kullanılmak üzere, iç pazardan ihraç edilen hammadde, ara mal ve mamul malların üretim artışına katkı sağlanır,

⁷⁵Yüksel Akça, “Serbest Bölgeler ve Serbest Bölge Faaliyetlerinin Esasları”, Hazine Müsteşarlığı, Serbest Bölgeler Müdürlüğü, Ankara, 2001, ss. 2-3. (Çevrimiçi) www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/serbestbsayi9.doc, 10 Ocak 2010.

- Yabancı sermayeli firmalar risk faktörünün düşük, sağlanan avantajlar sonucu kârlılığın daha yüksek olduğu serbest bölgelerde daha kolay yatırımda bulunur. Böylece ülkeye yeni teknolojilerin girmesi hızlanır,
- Ülkede uygulanması düşünülen yeni ticaret ve ekonomi politikaları için deneme alanı olarak kullanılabilir.⁷⁶

Dolayısıyla serbest ticaret bölgeleri ÇUŞ'ler açısından aynı zamanda bulunmaz bir fırsat ve bir cennet olarak değerlendirilmiştir. Fuentes A. ve Ehrenreich B.(1983-8)'ye göre ÇUŞ'ler, işçi sınıflarının yüksek ücret ve gelişmiş sosyal güvenlik taleplerinden zaten kaçmaya çalışıyordu. Bu şirketler uluslararası rekabetin gelişimi açısından da kararlarını rasyonelize etmişlerdir. ÇUŞ'ler rekabet edebilmek için ulus ötesi hareketin gerekliliğini kaçınılmaz olarak görmekteydiler. Uluslararası rekabetin gelişimi fikri, çekirdek ülkelerde sendika ve işçi taleplerine karşı bir atak olarak da kullanılmıştır. Örneğin 1980'lerde Amerika'daki çoğu sendika toplumsal fayda ve ücretler açısından toplu iş sözleşmeleriyle bir takım imtiyazları kabul etmeye zorlanmıştır.⁷⁷

ÇUŞ'ler tarafından gerçekleştirilen UDY'lerin ücretlerdeki negatif değişim politikalarının Türkiye'ye yansması da benzer politikalarla özellikle 1980'ler sonrasında etkisini hissettirmeye başlamıştır. 1990'lı yıllar sonrasında GOÜ'lere yoğunlaşan UDY'ler ücret politikalarını daha katı uygulamalarla hayata geçirmişlerdir. Bu katı uygulamalar üzerinde özellikle demir perde ülkelerinde pazar ekonomisine geçiş ve ideolojilerin yıkılmaya yüz tutması sonucu sosyalizmin etkisinin giderek ortadan kalkmasının büyük etkisi olmuştur. Bu ülkelerde geçmişin aksine Batı ülkelerinden daha liberal politikalar izlenmeye başlanmış ve serbest piyasa koşullarının tüm kurum ve kuruluşları ve politikaları hızlı bir biçimde benimsenmiştir. Bu ülkelerde;

- Emek faktörünün düşük ücret seviyeleri,
- Sosyal güvenlik koşullarının gelişmemiş ve çok düşük seviyede bulunması,
- Rekabeti zorlayacak gelişmiş sanayi yatırımlarının henüz bulunmaması,

⁷⁶ A.e., s. 12.

⁷⁷ Mustafa Delican, "The Web of Global Capitalism Increased Dependency of Third World Countries", **Sosyal Siyaset Konferansları**, 43-44. Kitap, İstanbul Üniversitesi Yayın No: 4223, Fakülte Yayın No: 559, İstanbul, 2000, ss. 351-352.

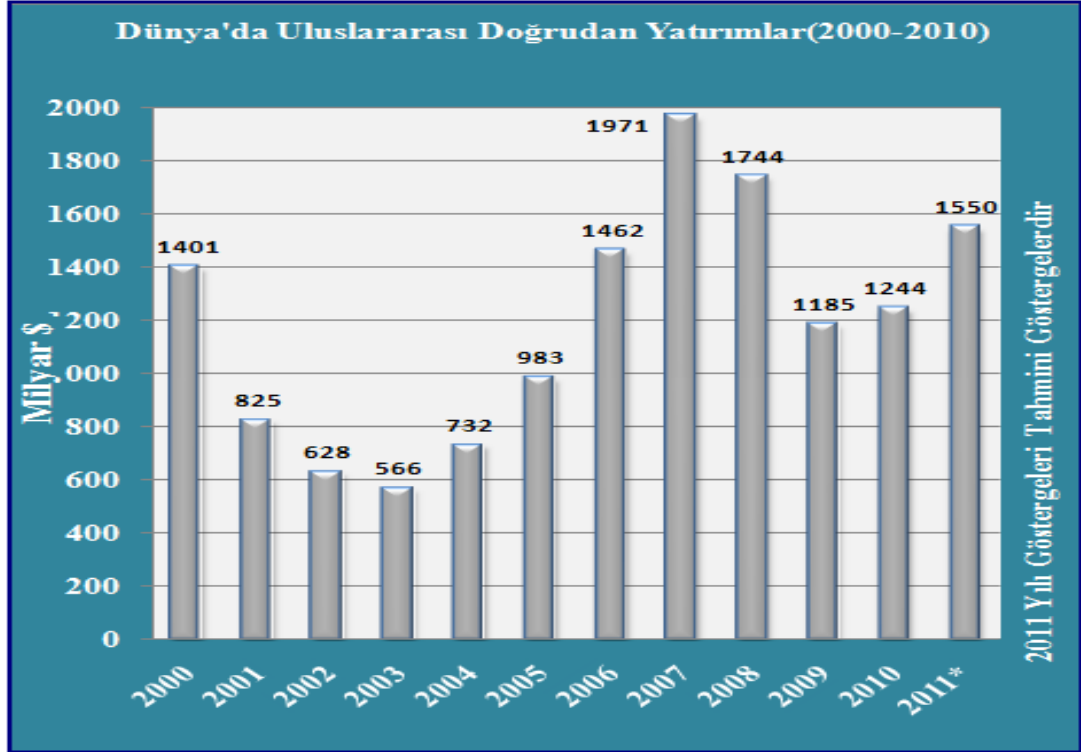
- Nüfusun kalabalık olması,
- Kontrol ve denetimlerin bulunmaması,
- Yüksek büyüme oranları,
- Teşvik ve muafiyetlerin yüksek düzeylerde tutulması gibi birçok neden UDY'leri cezbeden faktör olarak görülmektedir.

1.3.3. Uluslararası Doğrudan Yatırımların Dağılımı

UDY'lerin, "küresel (global)", "bölgesel (Regional)" ve "sektörel" dağılımında büyük değişim yaşandığı ve bu değişimin yeni uluslararası ekonomik yapılanmanın oluşumunda etkili olduğu görülmektedir. Bu önemli değişikliklerle ilgili uluslararası kuruluşların istatistiksel verileri değerlendirildiğinde; 1990'lara kadar GÜ'lerde yoğunlaşan UDY'lerin bu yıllar itibariyle GOÜ'lere doğru yön değişikliği, birinci önemli değişim süreci olarak göze çarpmaktadır. İkinci önemli değişim, daha önceleri çoğunlukla üretim alanlarında yoğunlaşan yabancı yatırımların hizmetler sektörüne yönelmiş olmasıdır. Üçüncü önemli değişim ise, bölgesel kuruluşların ve yapılanmaların yerini global ya da literatürdeki yeni tanımı ile küresel odaklı yapılanmaların almış olduğu küresel değişimdir. Bu önemli değişimleri alt başlıklar halinde inceleyebiliriz.

Grafik 1.2'de yer alan 2000-2011 arası Dünya'da gerçekleşen UDY toplamalarını ele aldığımızda 2000'li yıllar itibariyle periyodik artışların sürdüğü ve 2007 yılında en yüksek miktar olarak 1.971 milyar \$ olarak gerçekleştiği görülmüştür. 2008 yılında bir miktar düşerek 1.744 milyar \$ seviyelerine ve 2009'da bu düşüş daha da artarak 1.185 milyar \$'a kadar gerilemiştir. Bu düşüşlerin 2008 ortalarında etkisi görülen ve 2009'da tüm dünyayı etkileyen global krizden kaynaklanması, gelişmiş ve pek çok GOÜ ekonomisinde büyük dalgalanmalara yol açmıştır. 2010 yılına gelindiğinde % 5'e yakın bir artışla 1.244 milyar \$'a çıkmış olsa da kriz öncesinin % 15 gerisinde bulunan UDY'lerin, zirveye ulaştığı 2007'deki 1.971 milyar \$'ın % 35-40'ı oranındaki düşüş seviyesinin sürdüğü görülmektedir. Son olarak 2011 yılı UDY toplamalarının 1.500-1.600 milyar \$ arasında gerçekleşmesi beklenmektedir. Bu aynı zamanda 2009 global krizin etkilerinin de düzelmeye başladığının bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir.

Grafik 1.2: Dünya’da Girişi Gerçekleşen Yıllık UDY Topamları (2000-2011*)



Kaynak: UNCTAD, Dünya Yatırım Raporu 2011, İstanbul, Yased Yayınları, 26.07.2011, ss. 4-9, (Çevrimiçi) <http://www.yased.org.tr/webportal/Turkish/Yayinlar/Documents/OzlemOzyigit%20Sunum%20UNCTAD%20WIR2011-tr.pdf>, 15 Eylül 2011.

1.3.3.1. Uluslararası Doğrudan Yatırımların Küresel Dağılımı

UDY’lerin tablo 1.6’da da yer alan son on yıllık küresel dağılımını UNCTAD 2010 raporundaki verilerle değerlendirecek olursak en belirgin fark, gerçekleşen yatırımların 2000 yılında 1.402 milyar \$ gibi yüksek bir miktarda seyretmesine karşılık, 2001-2005 arası yıllarda periyodik olarak 825, 628, 566, 732 ve 986 milyar \$ olarak gerçekleşerek düşme eğilimine girmesidir. 2006 yılında 1.459 milyar \$ ile yeniden yükselişe geçen toplam UDY miktarı 2007 yılında 2.100 milyar \$ ile tarihi bir zirveye ulaşmış, 2008’de ise 1.771 milyar \$ ile yine yüksek miktarlarda seyretmiştir. 2009 yılına gelindiğinde dünyada gerçekleşen toplam UDY miktarının 1.114 milyar \$ ile yeniden düşme eğilimine girmesinde, bu dönemde dünyanın birçok ülkesinde baş gösteren ekonomik krizin etkili olduğu ortaya çıkmaktadır. Tablo 1.6’ya göre ayrıca, global ölçekteki UDY toplamı içerisinde

GOÜ ve GE'lerin payı % 18,80 olarak gerçekleşirken, ilerleyen yıllardaki oranlarda; 2001'de % 27.18, 2002'de % 29.83, 2003'de % 36.03, 2004'de % 44.01, 2005'de % 36.63, 2006'da % 33.52, 2007'de % 31.23, 2008'de % 42.50 ve 2009'da ise % 49,23 olarak periyodik artışlar gerçekleşmiştir.

Tablo 1.6: Uluslararası Doğrudan Yatırım Girişleri Dünya Toplamı (2000-2009)

Milyar \$	GÜ'lerde UDY		GOÜ ve GE'lerde UDY		Dünya'da Gerçekleşen Toplam UDY
	Toplamı	%	Toplamı	%	Toplamı
2000	1.138	81,20	264	18,80	1.402
2001	601	72,82	224	27,18	825
2002	441	70,17	187	29,83	628
2003	362	63,97	204	36,03	566
2004	410	55,99	322	44,01	732
2005	625	63,37	361	36,63	986
2006	970	66,48	489	33,52	1.459
2007	1.444	68,77	656	31,23	2.100
2008	1.018	57,50	753	42,50	1.771
2009	566	50,79	548	49,21	1.114

Kaynak: UNCTAD, World Investment Report 2010'dan Alınan Verilerle Hazırlandı, New York and Geneva, 2010, ss. 31-32...(Çevrimiçi)http://www.unctad.org/en/docs/wir2010_en.pdf, 14 Aralık 2010.

Kaynak: UNCTAD, World Investment Report 2010'dan Alınan Verilere Göre Hazırlandı, New York And Genova, 2010, ss. 31-32, (Çevrimiçi) http://www.Unctad.org/en/docs/wir2010_en.pdf, 14 Aralık 2010.

Dolayısıyla, GÜ'lere yönelik sermaye yatırımlarında her geçen yıl görülen düşme eğilimine karşılık GOÜ'lerde görülen artışların uluslararası yatırımcıların tercihlerinden kaynaklandığı ortaya çıkmaktadır. Yatırımcıların tercihlerini bu doğrultuda belirlemesindeki etkenler, daha fazla kâr etmek, daha hızlı büyümek, daha geniş ve daha kalabalık tüketici topluluklarına ulaşabilmek yanında ucuz işgücü, ucuz ve bol miktarda hammadde, vergi uygulamaları, yasal ve bürokratik uygulamalar v.b. etkili olduğu görülmektedir.

1.3.3.2. Uluslararası Doğrudan Yatırımların Bölgesel Dağılımı

Ekonomide makro ve mikro seviyede analizlere yer verilirken ekonomik faaliyetlerin yer alacağı mekânın da göz önünde tutulması ve kalkınmaya kaynak vazifesi görecekt faktörlerin sağlayacağı hâsılanın yükseltilmesinde mekân olarak ifade ettiğimiz yörelerin çeşitli açılardan değerlendirilmesi gerekmektedir. Yöre verilerinin bilinmesi ve üretimde etkin bir şekilde kullanılması, bir bakıma millî plânlamanın başarısını arttırır. Bölge gelişmesi ve planlaması konularına eğilme zorunluluğu millî plânlarda bu konunun ele alınmadığı için değildir. Aksine, millî planın daha başarılı kılınması amacına hizmet etmektedir. GOÜ'ler, belirli bir gelişmişlik düzeyine gelmeden bölge gelişmesini makro seviyede ve millî planlamanın kapsamı içine oturtmaktadırlar. Bu ülkeler, kaynak israfından kaçınmak ve ülke kalkınma hızından en az fedakârlık edecek şekilde kaynaklarını değerlendirmek ve sermaye-hâsıla katsayısını hesaba katmak zorunda kalmaktadırlar. Bölge seviyesindeki ekonomik gelişme ve dengesizliklerin azaltılması çalışmaları iki temel amacı dikkate almayı gerektirir. Bunlar;

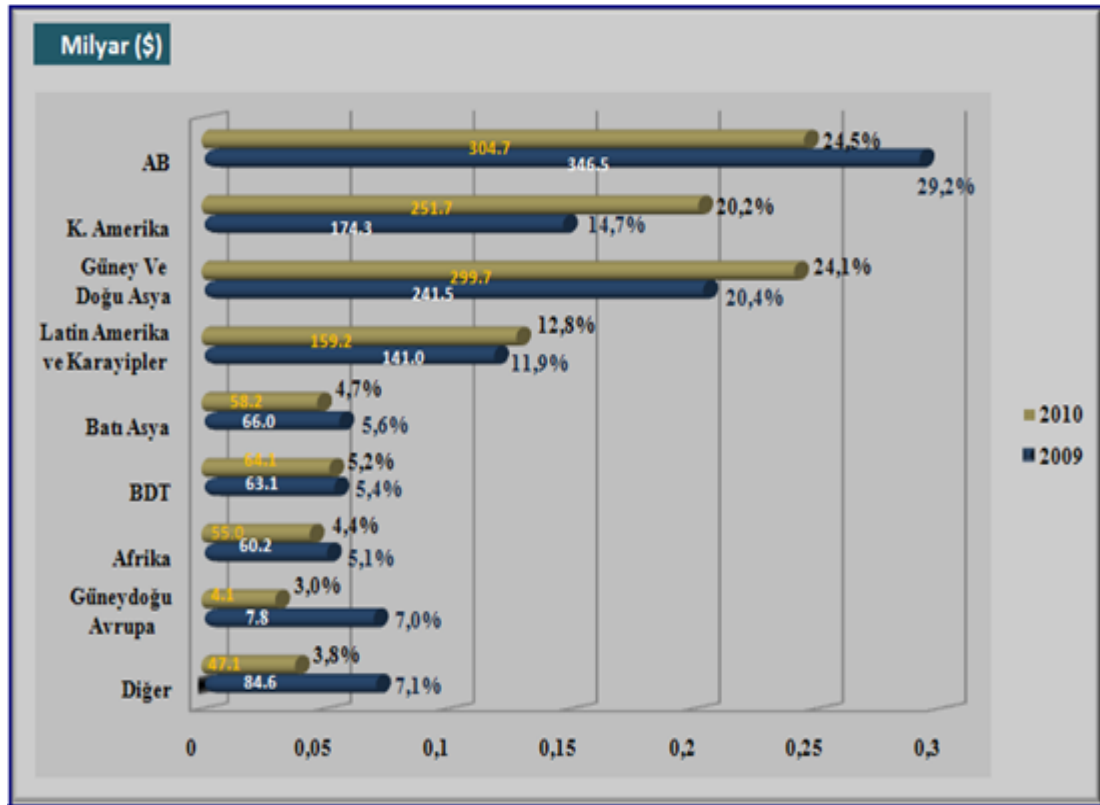
- Kaynak dağılımında etkinliği sağlamak,
- Gelir dağılımında adaleti temin etmektir. Bu iki temel amaç birbirleriyle çatışır gibi görünürse de, birbirini tamamlayıcı ve destekleyici bir niteliğe sahiptirler. Bu bakımdan, uzun vadede çözüme ulaştırılabilecek, fakat tedbirlerini bugünden ele alacak tarzda bölge gelişmesine yaklaşmak en uygun politika olarak görülmelidir.⁷⁸

UNCTAD 2011 Dünya yatırım raporundaki verilerle Grafik 1.3'te yer alan 2009-2010 yılı bölgesel UDY dağılımı karşılaştırmalarına bakacak olursak 2009 yılında AB üyesi ülkelerde gerçekleşen UDY oranının % 29,2 olduğu ancak bu oranın 2010 yılında daha da gerileyerek % 24,5'e düştüğü görülmektedir. 2000'li yıllarda AB ülkelerinin UDY'lerden aldıkları pay % 49,8 olarak açıklanmıştı. Kuzey Amerika'da ise 2009'da % 14,7 olan UDY'lerin 2010 yılında % 20,2'ye yükseldiği görülmüştür. Kuzey Amerika'da 2000 yılında gerçekleşen UDY oranı ise % 27,2'ler düzeyindedir. Güney ve Doğu Asya'da 2009 yılı UDY payı % 20,4 iken 2010'da %

⁷⁸ Erkal, Küreselleşme..., a.g.e., s. 330.

24,1 olarak gerçekleşmiş, Latin Amerika ve Karayiplerde ise 2009 yılı oranları % 11,9 iken 2010 yılındaki oran % 12,8 olarak gerçekleşmiştir. Türkiye'nin de içerisinde yer aldığı Batı Asya ülkelerinin UDY'lerden aldıkları pay 2009 yılında % 5,6 iken diğer bölgelerin aksine düşme eğilimi göstererek 2010 yılında % 4,7 olarak gerçekleşmiştir. BDT, Afrika ve Doğu Avrupa ülkelerinde de Batı Asya'dakine benzer biçimde bir gerileme söz konusu olmuştur. Bu gerilemede yaşanan global krizin de etkisiyle risk içeren bölgelerde yatırımların dondurulması amacı güdülmüş olabileceği akıllara gelmektedir.

Grafik 1.3: Bölgelerin UDY'lerden Aldıkları Pay (2009-2010 karşılaştırması)

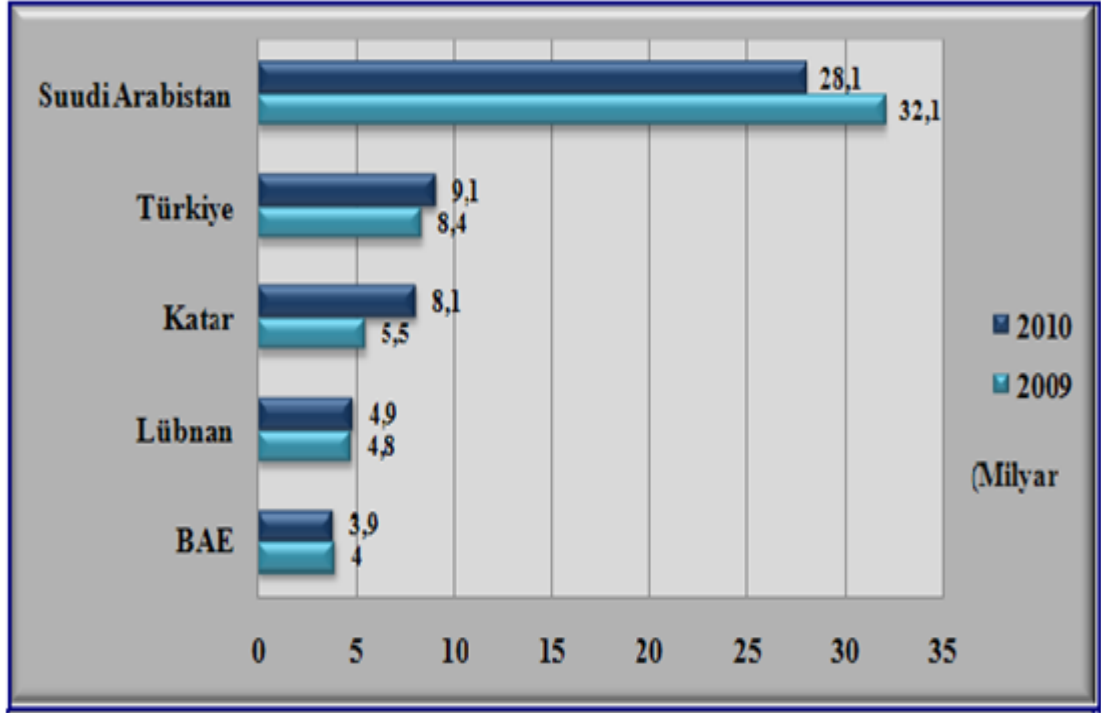


Kaynak: UNCTAD, Dünya Yatırım Raporu 2011, **Yased Yayınları**, 26 Temmuz 2011, s. 11, (Çevrimiçi) <http://www.yased.org.tr/webportal/Turkish/Yayinlar/Documents/OzlemOzyigit%20Sunum%20UNCTAD%20WIR2011-tr.pdf>, 15 Eylül 2011.

Batı Asya ülkelerinde gerçekleşen UDY yatırımlarının ülkeler bazındaki açılımını ele alacak olursak Grafik 1.4'e göre bu bölgede en çok UDY çeken beş ülke sıralamasında ilk sırayı Suudi Arabistan'ın aldığını görürüz. Türkiye'nin de ikinci sırada yer aldığı grafikte Lübnan üçüncü, Katar dördüncü, BAE ise beşinci sırada

bulunmaktadır. Bu ülkelerin 2009-2010 yılı karşılaştırmalarına göz atacak olursak Suudi Arabistan 2009'da % 32,1 iken 2010'da % 28,1'e düşmüştür. Türkiye ise 2009'da % 8,4 iken 2010'da % 9,1'e yükselmiştir.

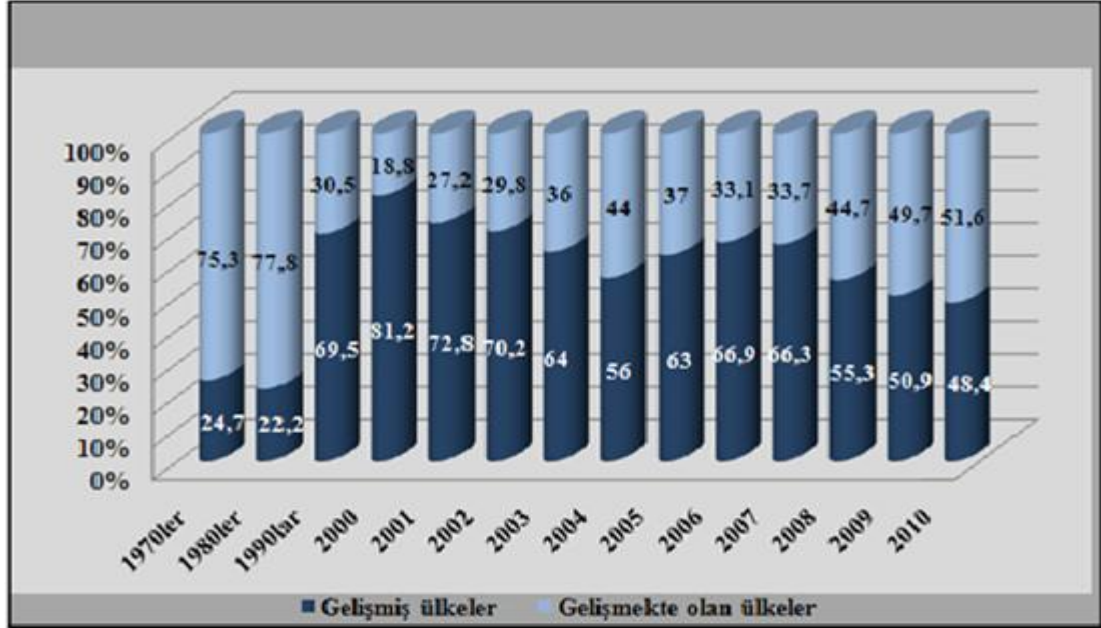
Grafik 1.4: Batı Asya'da En Çok UDY Çeken Beş Ülke (2009-2010)



Kaynak: UNTAD Dünya Yatırım Raporu 2011, **Yased Yayınları**, 26 Temmuz 2011, s. 12, (Çevrimiçi) <http://www.yased.org.tr/webportal/Turkish/Yayinlar/Documents/OzlemOzyigit%20Sunum%20UNCTAD%20WIR2011-tr.pdf>, 15 Eylül 2011.

UDY'leri gelişmişlik düzeylerine göre ele aldığımızda da yine yaklaşık oranları içeren bir oran ile karşılaşılmaktadır. Grafik 1.5'e göre, 2000 yılında GÜ'lerin UDY'lerden aldıkları toplam pay % 81,2'lerde seyrederken 2010 yılında bu oran % 48,4'e düşmüş, aynı dönemde GOÜ paylarına göz attığımızda bu oran 2000 yılında % 18,8 iken 2010 yılında % 51,6'ya yükselmiştir. Ayrıca 2009 yılı aynı zamanda global kriz yılı olarak değerlendirildiğinden, bu dönemde toplam UDY miktarında belirgin bir düşüş söz konusu olsa da oransal olarak GOÜ'ler lehine artış yaşanmıştır. 2009 yılında krizin de etkisiyle GÜ'lerdeki UDY oranı % 44 düşüşle 566 milyar \$ olarak gerçekleşirken, aynı dönemde GOÜ'lerde gerçekleşen UDY miktarı, % 27 düşüşle 548 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir.

Grafik 1.5: GÜ ve GOÜ'lerin UDY'lerden Aldıkları Paylar (2000-2010)



Kaynak: UNCTAD Dünya Yatırım Raporu 2011, **Yased Yayınları**, 26 Temmuz 2011, s. 10, (Çevrimiçi)<http://www.yased.org.tr/webportal/Turkish/Yayinlar/Documents/OzlemOzyigit%20Sunum%20UNCTAD%20WIR2011-tr.pdf>, 15 Eylül 2011.

Bölgeler arasında görülen gelişmişlik farklarının nasıl giderilebileceği özellikle ikinci dünya savaşından sonra öğretilen en çok tartışılan konulardan birisi olmuştur. Benzer biçimde karar vericiler, plancılar ve uygulayıcılar da bölgesel düzeydeki gelişmişlik farklarının giderilebilmesi için ulusal ve/ya da uluslararası düzeyde farklı politikalar, stratejiler ve planlar hazırlama ve uygulama konusunda kayda değer bir çaba içerisine girmişlerdir. Bu çabalara karşın, günümüzde gerek ulusal bağlamda ülkelerin içinde, gerek uluslararası bağlamda çeşitli devletlerarasında söz konusu eşitsizliklerin giderilebilmiş olduğunu ileri sürmek mümkün değildir. Tersine günümüzde yoksulluk ve açlık gibi olgulara da yol açan, bölgesel eşitsizlikler küresel düzeyde yaygın bir şekilde varlığını sürdürmektedir.

Son yıllarda Dünya’da gerçekleşen UDY hareketlerini bölgesel açıdan ele alacak olursak, gerek bu ülkelere giren gerekse de bu ülkelere çıkan UDY’lerde de gelişmişlik düzeylerine göre bir yön değişimi yaşanmaya başladığını görürüz.

Uluslararası sermaye hareketlerinde 2007’li yıllardan 2009’lara doğru küresel açıdan yaşanan ekonomik krizin de etkisiyle büyük düşüş yaşanmakla birlikte bölgesel oranlar yine de GOÜ’ler lehine oransal açıdan bir yükseliş trendinin

devam ettiğini ortaya koymaktadır. Tablo 1.7'ye göre 2007 yılında, GÜ'lerde 1.444.075 milyar \$ olarak gerçekleşen UDY'lerin Dünya toplamı içerisindeki oranı % 68.77 iken 2008'de bu oran % 57,5'e ve 2009'da ise % 50.79'a gerilemiştir. GOÜ ekonomileri ile Geçiş Ekonomilerinde ise tersine % 31.23, % 42.50 ve % 49.20 ile her geçen yıl artan oranda bir yükselmenin söz konusu olduğu görülmektedir. Bu ülkelerdeki Sermaye çıkışı hareketlerinde ise (UDY gönderen ülkeler kategorisi), GÜ'lerdeki sermaye çıkışının dünya toplamına oranı, 2007'de % 85, 2008'de % 82 ve 2009'da % 75 olarak seyrederken aynı yıllarda GOÜ ve geçiş ekonomilerindeki sermaye çıkışının dünya toplamına oranı % 13, % 15 ve % 21 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 1.7: Uluslararası Doğrudan Yatırımların Bölgesel Dağılımı (2007-2009)

GLOBAL GRUPLANDIRMALAR ÜLKE GRUPLARI / YILLAR	ÜLKELERE GİREN DYY			ÜLKELERDEN ÇIKAN DYY		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009
DÜNYA ÜLKELERİ TOPLAMI	2.099.973	1.770.873	1.114.189	2.267.547	1.928.799	1.100.993
1. GELİŞMİŞ EKONOMİLER	1.444.075	1.018.273	565.892	1.923.895	1.571.899	820.665
1.a. Avrupa	988.422	551.059	378.388	1.367.624	992.106	439.584
1.a.a. Avrupa Birliği	923.810	536.917	361.949	1.287.277	915.780	388.527
1.a.b. Diğer Gelişmiş Avrupa Ülkeleri	64.611	14.143	16.439	80.347	76.326	51.058
1.b. Kuzey Amerika	374.371	379.380	148.540	453.155	411.288	286.906
1.c. Diğer Gelişmiş Ülkeler	81.282	87.384	38.963	103.116	168.505	94.174
2. GELİŞEN EKONOMİLER	564.930	630.013	478.349	292.147	296.286	229.159
2.a. Afrika	63.092	72.179	58.565	10.622	9.934	4.962
2.a.a. Kuzey Afrika	24.785	24.098	18.285	5.545	8.751	2.637
2.a.b. Diğer Afrika Ülkeleri	38.307	48.081	40.279	5.077	1.182	2.326
3. Latin Amerika ve Karayip	163.612	183.195	116.555	55.975	82.008	47.402
3.a. Kuzey ve Orta Amerika	106.381	123.031	72.398	23.241	37.348	13.942
3.b. Karayip	57.231	60.164	44.157	32.734	44.659	33.459
4. Asya ve Okyanusya	338.226	374.639	303.230	225.550	204.344	176.795
4.a. Asya	336.922	372.739	301.367	225.511	204.220	176.709
4.a.a. Batı Asya	78.092	90.299	68.317	47.302	37.967	23.337
4.a.b. Güney, Doğu ve G. Doğu Asya	258.830	282.440	233.050	178.209	166.253	153.372
4.b. Okyanusya	1.303	1.900	1.863	38	124	85
5. KUZAY DOĞU AVRUPA VE CIS	90.968	122.588	69.948	51.505	60.614	51.170
5.a. Kuzey Doğu Avrupa	12.844	12.690	7.565	1.385	1.881	1.422
5.b. CIS	78.124	109.898	62.384	50.121	58.733	49.748

Kaynak: UNCTAD, "World Investment Report 2010", New York And Geneva, 2010, s. 31, (Çevrimiçi) <http://Stats.Unctad.org/FDI/>, 13 Aralık 2010.

Bölgesel açıdan incelemeler ele alınırken dikkat çeken en önemli sorun özellikle GOÜ'lerde görülen ve gelişmişlik farklarından kaynaklanan bölgelerarası dengesizlik faktörüdür. Yabancı yatırımların bölge faktörünü dikkate aldığı bir gerçek olmakla beraber bu ülkelerdeki yerleşik yatırımcıların da bölge faktörünü göz önünde bulundurduğu görülmektedir. O halde bölgesel gelişmişlik farkları ve bundan

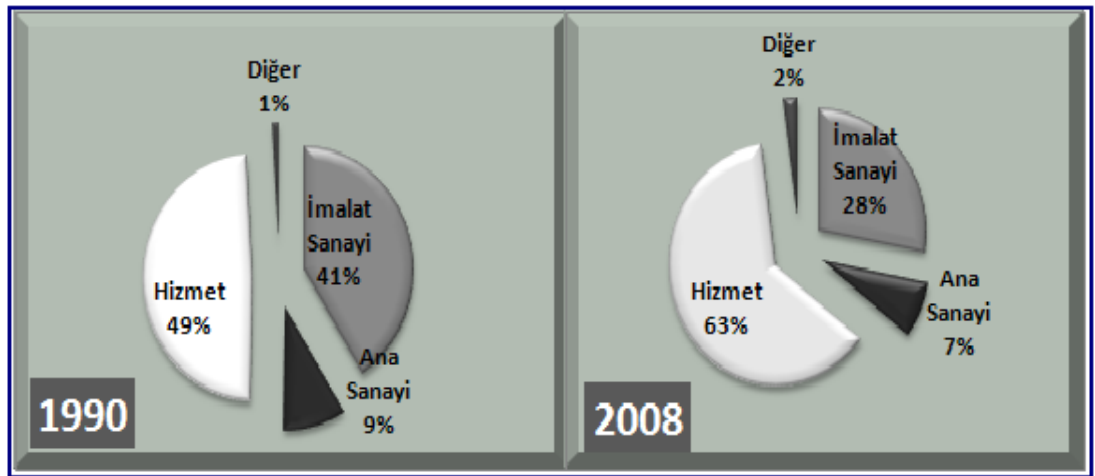
kaynaklanan bölgesel dengesizlik dünya ölçeğinde ortaya çıkan bir sorun olarak değerlendirilmelidir.

1.3.3.3. Uluslararası Doğrudan Yatırımların Sektörel Dağılımı

UDY'lerle ilgili GÜ'lerden GOÜ'lere dönük bir sermaye akışı yaşanırken bu sermaye akışının sektörel açıdan ortaya çıkardığı değişim ve dönüşüm de önemli boyutlara ulaşmıştır. Uluslararası sermayenin sektörel bazda ortaya çıkardığı bu dönüşüm özellikle GOÜ ekonomilerini derinden etkileyecek düzeyde bazı yapısal değişiklikleri beraberinde getirmiş ve bu ülkelerde yabancı sermaye yatırımlarının ülke kalkınması üzerindeki etkileri daha yoğun bir şekilde tartışılmaya başlanmıştır.

Grafik 1.6'da yer alan UNCTAD 2010 verilerine göre 1990 ve 2008 yılı UDY stoklarının sektörel dağılımı karşılaştırıldığında, 1990'lı yıllara kadar gerçekleşen doğrudan yatırım stokunun sektörel dağılımı içerisinde ana sanayi % 9,2, imalat sanayi % 41,1 ve hizmet sektörü % 48,8'lik oranlarda gerçekleşmiştir. 2008 yılına gelindiğinde hizmetler sektöründeki yoğunluk daha da artarak % 62,5 gibi yüksek bir orana ulaşmıştır. Aynı yıl ana sanayi yatırım stoku % 7,5, imalat sanayi stoku ise % 27,9 olarak daha da düşük oranlarda gerçekleşmiştir.

Grafik 1.6: UDY Stoklarının Sektörel Dağılımı ve Karşılaştırması (1990-2008)

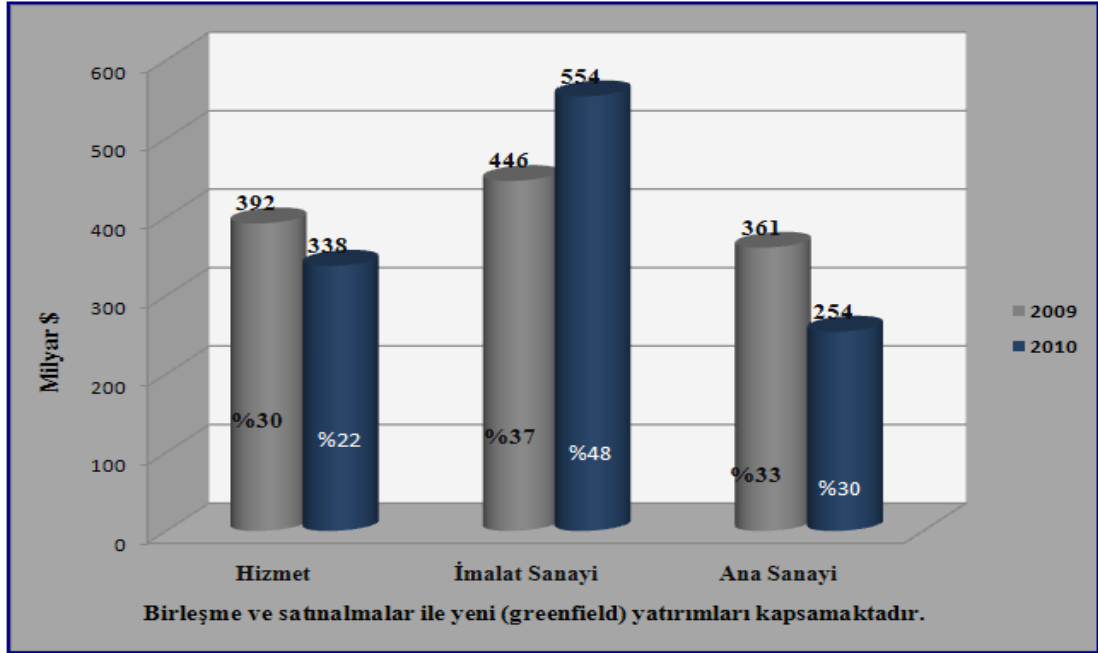


Kaynak: UNCTAD Dünya Yatırım Raporu 2010, **Yased Yayınları**, 22 Temmuz 2010, s. 13, (Çevrimiçi) <http://www.yased.org.tr/webportal/turkish/haberler/basinbul tenleri/documents/UNCTadWIR2010-tr-22-07-2010-son.pdf>, 01 Ağustos 2010.

Bu durum, üretime dönük yatırımlarla istihdam ve GSYH üzerinde pozitif etkiler ortaya çıkarmak yerine, hizmet sektöründe sağlanan kâr girdilerinin daha yüksek oranlarda kâr transferine yol açabileceği tartışmalarını da yoğunlaştırmıştır.

Grafik 1.7’de yer alan UNCTAD 2011 raporuna göre UDY projelerinin sektörel dağılımının 2009 ve 2010 yılı karşılaştırmalarında ise imalat sanayii yatırımlarının artmasına karşılık hizmetler sektörü ve ana sanayide düşme eğilimi görülmüştür. Hizmet sektörü yatırımları 2009 yılında 392 milyar \$ ile % 30 olarak gerçekleşirken 2010 yılında bu miktar daha da düşerek 338 milyar \$ ile % 22’lere gerilemiştir. 2009 yılında Ana sanayide 361 milyar \$ olarak gerçekleşen yatırımlar 2010’da 254’e gerilerken, imalat sanayinde 2009 yılında 446 milyar \$ olarak gerçekleşen UDY yatırımları 2010 yılında 554 milyar \$ seviyelerine yükselmiştir.

Grafik 1.7: Uluslararası Doğrudan Yatırımların Sektörel Dağılımı (2009-2010)



Kaynak: UNCTAD, Dünya Yatırım Raporu 2011, Yased Yayınları, 26 Temmuz 2011, s. 13, (Çevrimiçi) <http://www.yased.org.tr/webportal/Turkish/Yayinlar/Documents/OzlemOzyigit%20Sunum%20UNCTAD%20WIR2011-tr.pdf>, 15 Eylül 2011.

UDY stokunun her geçen gün hizmetler sektörü lehine artış göstermesinden GOÜ’ler negatif yönde etkilenmektedirler. Çünkü GÜ’ler, sanayi devrimini çok önceleri gerçekleştirmiş, ekonomik büyüme ve kalkınma reformlarını tamamlamış

olmaları dolayısıyla tabii bir şekilde hizmet sektöründe yoğunlaşmaya başlayacaklardır. Ancak GOÜ'lerdeki durum tersi bir görünüm sergilemektedir. GOÜ'ler henüz sanayi yatırımlarını tamamlayamadığından yeterli büyüme ve kalkınma seviyesinin altında yer almalarının da etkisiyle bir yandan işsizlik ve ücret düzeyleri ile mücadele ederken diğer yandan yabancı yatırımcıların hizmet sektörüne yönelik yatırımlarından dolayı sanayi yatırımlarına yönelik sermaye birikiminden yine yoksun kalmakta ve bu ülkelerin dışa bağımlılığı devam etmektedir. Bunun sonucunda da GÜ'ler ve GOÜ'ler arasındaki makas kapanmamakta ve bu ülkeler arasındaki ekonomik gelişme ve kalkınmışlık farkı artarak devam etmektedir.

GOÜ'ler, günümüz küresel ekonomik yapılanması içerisinde kurumsal hizmet geleneğini henüz sağlayabilmiş değildir. Oysa GOÜ ekonomilerinde yer alan ve belirli bir gelir düzeyinin üzerinde yaşam standardına sahip olan bir çoğunluğun var olduğunu gören UDY işletmeleri, yatırımlara yöneldikten sonra kısa bir süre içerisinde bu boşluğu analiz etmiş olmalı ki, bu elit kesim için sürekli gelişen ve genişleyen bir çözüm ve hizmet yelpazesi üretme çabası içerisine girmişlerdir. Grafik 1.6'da yer alan ve 1990'lardan 2008'lere hizmet sektörüyle ilgili yatırımların %48,8'den %62,5'e yükselmesi bu çabaların yabancı yatırımcılar açısından başarılı sonuç verdiği açık bir göstergesi niteliğindedir.

Uluslararası standartlarda gerekli yazılım ve donanıma sahip bulunan GÜ'ler, tüm dünyada web ortamı aracılığıyla hizmet alıp hizmet verebilme imkânına sahiptirler. Terminolojilerde, zamanında ve ihtiyaca göre gerekli değişiklikler yapılarak farklı ülke çalışanlarının kolaylıkla adaptasyon sağlayabileceği noktaya getirilmesi gereği, dijital bir hizmet sektörünün varlığını zorunlu hale getirmiştir. Dijital alanda sağlanan yenilik ve işlevlerin gelişimi, hizmet sektöründeki cazip ve yaygın bir talebi ortaya çıkaracak boyutlarda çekici bir özelliğe bürünmüştür.

1.3.4. Uluslararası Doğrudan Yatırım Stoklarının Küresel Dağılımı

UDY stokları, 2008 sonu itibariyle başlayıp 2010 yılına kadar süren ve etkileri hala devam eden global ekonomik krize rağmen 2009 yılı sonlarında 17,5 trilyon \$ seviyesini aşmış görünmektedir. UNCTAD 2010 verilerine göre 2009

yılında ABD 3.120,6 milyar \$ ile UDY stokundan en fazla pay alan ülke konumundadır. ABD'yi 1.133 milyar \$ ile Fransa, 1.125 milyar \$ ile İngiltere ve 906 milyar \$ ile 4. sırada bulunan Hong Kong ve Çin izlemektedir. Tablo 1.8'de yer alan UNCTAD 2011, Dünya Yatırım Raporu 2010 yılı verilerinde de ABD 3.451,4 milyar \$'a ulaşan UDY stoku ile yine ilk sırada yer almaktadır. Aynı yıl 228,3 milyar \$ UDY girişi ve 328,9 milyar \$ olarak gerçekleşen UDY çıkışında da ilk sırada ABD bulunmaktadır. 2009 yılı sıralamalarında ikinci sırada yer alan Fransa 1.008,4 milyar \$ ile 4. sıraya gerilemiş, ikinci sırayı 1.097,6 milyar \$ ile Hong Kong, Çin ve üçüncü sırayı ise 1.086,1 milyar \$ ile İngiltere almıştır. Brezilya, Macaristan ve Japonya'ya baktığımızda bu sıralamada 5 yıllık arayla daha fazla UDY stoku çekerek bir kaç basamak birden tırmanmış ve yüksek seviyede stok taşıyan ülkeler arasına girmişlerdir. Türkiye bu sıralamada 2005 yılında 28.sırada yer almaktayken 2009 yılında 77,7 milyar \$ ile 33. sıraya gerilemiştir.

Tablo 1.8: İlk 20 Ülkede UDY Giriş, Çıkış ve Stok Miktarları (2009-2010)

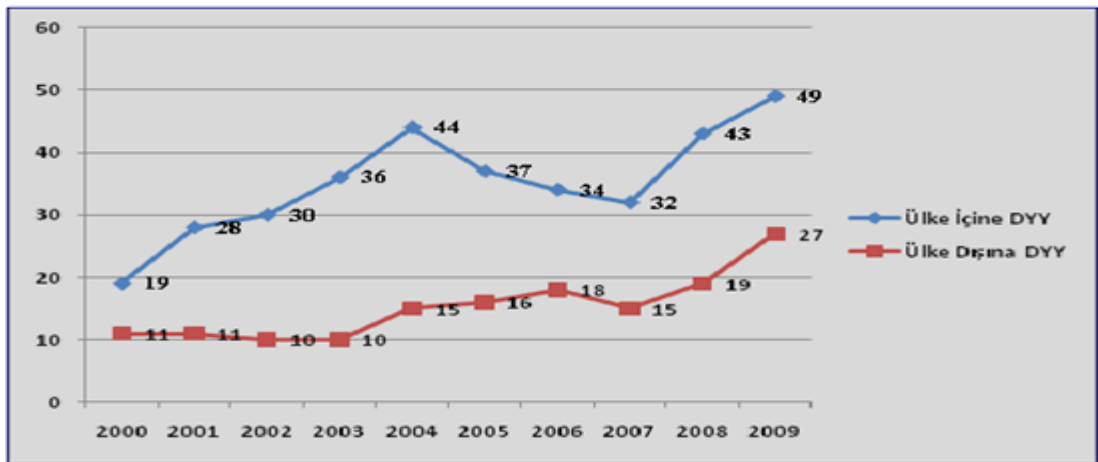
MİLYAR (\$)	UDY GİRİŞİ (2010)	GİRİŞ SIRA	UDY ÇIKIŞI (2010)	ÇIKIŞ SIRA	UDY STOKU (2010)	STOK SIRA (2010)	UDY STOKU (2009)	STOK SIRA (2009)
ABD	228,3	1	328,9	1	3.451,4	1	3.120,6	1
Hong Kong, Çin	68,9	3	76,1	4	1.097,6	2	912,2	4
İngiltere	45,9	7	-	-	1.086,1	3	1.125,1	3
Fransa	33,9	10	84,1	3	1.008,4	4	1.133,0	2
Almanya	46,1	6	104,9	2	674,2	5	701,6	6
Belçika	61,7	4	37,8	10	670,0	6	830,1	5
İspanya	24,5	15	21,6	14	614,5	7	670,6	7
Hollanda	-	-	31,9	11	589,8	8	596,7	8
Çin	105,7	2	68,0	5	578,8	9	473,1	10
Kanada	23,4	16	38,6	9	561,1	10	524,9	9
İsviçre	-	-	58,3	6	538,9	11	463,8	11
Avustralya	32,5	11	26,4	13	508,1	12	328,1	15
Brezilya	48,4	5	-	-	472,6	13	400,8	12
Singapur	38,6	9	19,7	16	469,9	14	343,6	14
Rusya Fed.	41,2	8	51,7	8	423,2	15	252,5	18
İsveç	-	-	30,4	12	348,7	16	304,5	17
İtalya	-	-	21,0	15	337,4	17	394,0	13
Meksika	18,7	18	-	-	327,3	18	309,5	16
İrlanda	26,3	13	17,8	19	247,1	19	-	-
Japonya	-	-	56,3	7	214,9	20	200,1	20
TÜRKİYE	9,1	27	1,8	21	186,0	23	143,8	39
Suudi Arabistan	28,1	12	-	-	-	-	-	-
Hindistan	24,6	14	14,6	20	-	-	-	-
Lüksemburg	20,4	17	18,3	18	-	-	-	-
Şili	15,1	19	-	-	-	-	-	-
Endonezya	13,3	20	-	-	-	-	-	-
Güney Kore	-	-	19,2	17	-	-	-	-

Kaynak: UNCTAD, Dünya Yatırım Raporu 2010 ve 2011, İstanbul, 01.08.2010 ve 26.07.2011, **Yased Yayınları**, 2011, ss. 4-9, (Çevrimiçi) <http://www.yased.org.tr/webportal/Turkish/Yayinlar/Documents/OzlemOzyigit%20Sunum%20UNCTAD%20WI%20R2011-tr.pdf>, 04 Ağustos 2010 ve 15 Eylül 2011, **TCMB**, (Çevrimiçi) <http://www.tcmb.gov.tr/uyp/uyyypmet.pdf>, 17.11.2011.

UDY stok miktarı açısından ilk 5 sırada yer alan ülkelerde görülen en önemli ortak özellik, tamamında UDY çıkışının giriş miktarından daha fazla miktarda gerçekleşmesidir. Yakın gelecekte bu çıkışların artmasıyla birlikte UDY stok sıralamasında da önemli değişiklikler olacağı görülmektedir. Çünkü sermaye hareketliliği GÜ'lerden GOÜ'lere doğru hızlı bir geçiş yapmakta ve GOÜ sayılarının çokluğunun da etkisiyle bu oran ilerleyen dönemde daha da artacak gibi görünmektedir.

Gelişmişlik kriterlerine göre ele alındığında GÜ'lerin; ABD, Fransa, İngiltere, Belçika, Almanya, İspanya, Hollanda sıralaması ile ülkelerin stok seviyelerine göre sıralandığı görülmektedir. GOÜ'lerin ise; Hong Kong, Çin, Brezilya, Singapur, Meksika ve Rusya olarak sıralandığını görüyoruz. GOÜ'ler global sıralama içerisinde %30'luk bir stok payına sahip iken Türkiye'nin stok payı binde oranlarda kalmaktadır. Türkiye'nin ortalamaların oldukça altında bir seviyede yabancı sermaye stoku çekmesinin ise bir takım siyasi ve ekonomik belirsizliklerden kaynaklandığı ifade edilmektedir. GOÜ'lerle ilgili bir diğer göze çarpan nokta ise yıllar itibariyle bakıldığında her geçen yıl artan oranlı yabancı sermaye girişlerinin yaşanıyor olmasıdır. Grafik 1.8'e baktığımızda 2000 yılında 264 milyar \$ ile % 18,8 olan GOÜ'lerde, 2004 yılında 322 milyar \$'lık UDY girişleri ile % 44'lere varan yükselme oranı, bu tarihten itibaren 2007 yılına kadar düşme eğilimi göstermiştir.

Grafik 1.8: Gelişen ve Geçiş Ekonomilerinde UDY Giriş ve Çıkışları



Kaynak: UNCTAD, "World Investment Report 2010", New York And Geneva, 2010, s. 3, (Çevrimiçi) <http://stats.Unctad.org/FDI/>, 13 Aralık 2010.

Bu tarih aralığında ABD ve Avrupa’da ekonomik büyüme oranlarının daha da düşmeye başlaması, 2008’lerden itibaren yaşanan global krize dayandırılmaktadır. GÜ’lerde krizin etkileri arttıkça ve negatif büyüme oranları ortaya çıktıkça sermayenin GOÜ’lere doğru hareketliliği hız kazanmış ve 2007 den itibaren bu ülkelerde UDY’ler yeniden artış trendine girmiştir.

1.4. ULUSLARARASI DOĞRUDAN YATIRIMLAR ÜZERİNDE ETKİLİ OLAN FAKTÖRLER

UDY’ler, AGÜ’ler için öncelikle yatırımlarını finanse edebileceği bir dış kaynak niteliğindedir. Ayrıca getirdiği gayri maddi varlıklar ve döviz ile birlikte sermaye birikimini hızlandıracaktır. *Dolaysız yabancı sermaye yatırımlarının sermaye birikimini hızlandırması “kaynak dağılımı etkinliğidir. Dolaysız yabancı sermaye yatırımlarının üretimi arttırması ise “üretim Etkinliği”*dir. Artan üretime bağlı olarak üretim faktörlerinin üretimden aldıkları paydaki değişim ise dolaysız yabancı sermaye yatırımlarının dağılım etkisidir. Kaynak kullanımının doğrudan “yabancıların” elinde olması, ev sahibi ülke için ülke kaynakları üzerindeki kontrol yetkisini sınırlandırarak bağımlılığı arttıracaktır. Bu etki, dolaysız yabancı sermaye yatırımlarının bağımsızlık etkisidir.⁷⁹

ÇUŞ’ler, doğrudan yatırımda bulunacakları ülkeler ve sektörler konusunda karar alırken, ev sahibi ülkelerle beklentileri arasındaki farklar bir diğer açıdan ele alındığında daha farklı yaklaşım ve tespitler ortaya çıkmıştır. Bu farklılıklardan bazılarını aşağıdaki şekilde açıklayabiliriz.

- ÇUŞ’ler optimum maliyet ve maksimum kâr amacını hedeflerken, ev sahibi ülkelerin önceliği milli ekonomilerinde meydana gelecek pozitif (kalkınma ve büyüme endeksli) değişikliklerdir.
- ÇUŞ’ler açısından bakıldığında kullanılan metot ve teknolojilerin saklı tutulması çabalarına karşın, ev sahibi ülkeler açısından, kullanılan teknolojilerin öğrenilmesi ve yaygın olarak kullanılması hedeflenmektedir.

⁷⁹ Ferit Kula, “Uluslararası Sermaye Hareketlerinin Etkinliği: Türkiye Üzerine Gözlemler”, C.Ü. İ.İ.B.F.Dergisi, Cilt. 4, Sayı. 2, 2003, ss. 143-144, (Çevrimiçi) <http://eskidergi.cumhuriyet.edu.tr/makale/193.pdf>, 25 Ağustos 2010.

- ÇUŞ'ler (Özellikle 1990'lar sonrasında) ağırlıklı olarak hizmetler sektörüne yönelirken, ev sahibi ülkeler, UDY'lerin sanayileşmeyi hedefleyen yatırımlara yönelmesini arzulamaktadır.
- ÇUŞ'ler yatırımlarını belirlerken üretim faktörlerinin bölgesel maliyetlerini dikkate alarak emek/teknoloji yoğun sermaye yatırımlarına yönelmeyi amaçlarken, ev sahibi ülkeler, özellikle işsizlik faktörünü göz önünde bulundurarak istihdama katkı sağlayacak alanlara yönelmesini ve emek yoğun üretim faktörlerinin kullanılmasını arzulamaktadırlar.

Yatırımlarını farklı ülkelerde ve değişik bölgelerde gerçekleştiren çok uluslu birçok işletme bütçesinin, bazı ülke bütçelerinin de üzerinde gerçekleşmesi ÇUŞ'leri uluslararası ilişkilerde daha önemli bir noktaya taşımıştır. Bu gelişmeler aynı zamanda küreselleşmeye giden yolu açan gelişmeler olmuştur.

Geçmişte yabancı sermaye sadece;

- Sermaye açığını kapatmak,
- Üretimi artırmak,
- İşsizliğe çözüm getirmek,
- Üretim maliyetlerini düşürmek; ucuz işgücü, taşıma giderlerinden tasarruf sağlamak, düşük vergi avantajlarından faydalanmak,
- Ucuz hammadde kullanmak ve
- Döviz rezervlerini genişletmek gibi nedenlerle cazip bulunuyordu.

Günümüzde ise, yabancı sermaye yatırımlarından beklenenler daha da artmıştır.

Yukarıdaki faktörlere ilave olarak;

- Ülke içinde sağlıklı bir rekabet ortamı sağlamak,
- Ülkeye yeni teknolojileri kazandırmak,
- Know-how getirmek,
- Gelişmiş ve sermaye ihraç eden ülkelerin politik ve ekonomik desteğini sağlamak,
- Promosyon,
- Dışa açılmak,
- Çevreyi korumak ve

- İnsan kaynaklarının geliştirilmesi gibi nedenler yanında eğitimle insan kaynaklarını yönlendirmek ve istihdam açığını gidermek olarak ele alınmaktadır.⁸⁰

Yabancı sermaye kuruluşları ya da ÇUŞ'ler, yatırım faaliyetlerinde bulunmak istedikleri hedef ülkelerle ilgili olarak öncelikle bir takım araştırmalarda bulunmanın gerekliliğini göz önünde bulundurmaktadırlar. Hedef ülkelere yapılacak yatırımlarla ilgili incelemeler sonucu aşağıda belirtilen bazı önemli özellikleri de göz önünde bulundurmaktadırlar. Bu özellikler;

- Ekonomik ve siyasi istikrar açısından kurum ve kuruluşların demokratik işleyişinin fonksiyonel olarak sağlanmış olması,
- Gelişme potansiyeli yüksek görülen ülkeler olmaları,
- Genç ve kalabalık nüfusa sahip ülkeler olmaları bakımından nüfusun demografik yapısı yanında, coğrafi konum olarak da nüfus yoğunluğu bulunan ülkelere komşu olunması,
- Zengin ve kolay işlenebilir maden ve hammadde kaynaklarına düşük maliyetlerle ulaşılabilmesi,
- İşgücü potansiyeli bulunan ve işgücü maliyetlerinin ucuz olduğu ülkeler dikkate alınmakla birlikte, diğer yandan sendikal faaliyetler ve sosyal hakların etkili olup olmadığı bakımından izlenen politikaları ve yasal mevzuatı göz önünde bulundurmaktadırlar. Ayrıca sendikal faaliyetlerin yaygın ve etkili olduğu alanlarda yatırım yapmaktan uzak durmakta ya da kontrol edilebilir sendikal örgütlenmeleri tercih etme yoluna gitmektedirler.

GÜ'lerde pazar ekonomisinin doyuma ulaşarak üretim ve tüketime elverişliliğinin zayıflamaya başlaması, bu ülke yatırımcılarını yeni ve farklı arayışlara yöneltmiştir. Çünkü bu ülkelerde hedeflenen büyüme oranlarına ulaşılmasının imkânsızlığı görülen GÜ piyasalarında Pazar ekonomisinin canlı tutulabilmesi zorlaşmaktadır. Bunun yanında UDY'lerin büyümeye elverişli GOÜ'lere yönelmesinin birçok nedeni bulunmaktadır. Bunlardan bazıları aşağıdadır;

- GÜ'lerde sosyal haklardaki artışların maliyetler üzerindeki etkisi,

⁸⁰ Suna Oksay, "Çok Uluslu Şirketler Teorileri Çerçevesinde Yabancı Sermaye Yatırımlarının İncelenerek, Değerlendirilmesi", **Dış Ticaret Dergisi**, Yıl:3, Sayı:8, Ocak 1998. ss. 4-5, (Çevrimiçi) <http://www.econturk.org/Turkiyeekonomisi/oksay3.pdf>, 19 Eylül 2010.

- Aktif nüfus yoğunluğunun azalması ve GÜ'lerde yaşanan nüfusun tüketici eğiliminin zayıflamaya başlaması,
- Faktör analizlerinin dikkate alınarak emek/teknoloji yoğun yatırımların öneminin anlaşılması ve ucuz işgücünün maliyetler üzerindeki etkisi,
- Dış ticaret politikalarının maliyetlere ve dolayısıyla rekabete olumsuz etkileri yanında doğrudan yatırımların hem pazara yakınlık hem de küresel yayılmanın pozitif etkileri bakımından daha cazip hale gelmesi,
- Yenilenen teknoloji ile birlikte eskiyen teknolojilerin GOÜ'lerde değerlendirilebilir özellikte bulunması da, yatırım tercihlerinin yön değişikliğinde etkili olmuştur.

Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı UNCTAD'in 2009 yılı verilerine göre, 2007 yılında dünyadaki UDY girişleri toplamı tarihi bir rekorla 1.979 milyar \$ olarak gerçekleşmişti. Ancak, 2008 yılında % 14'lük bir düşüşle 1 trilyon 697 milyar \$ seviyesine gerilemesinde, dünyada yaşanan global ekonomik krizin etkilerinin söz konusu olduğu belirtilmiştir. Global ekonomik krizin etkisiyle 96 ülkeden alınan öncül verilere göre, 2009 yılı ilk çeyreğinde söz konusu ülkelere yapılan UDY girişlerinde 2008 yılının aynı dönemine göre % 44'lük bir düşüş yaşandığı görülmüştür. Diğer taraftan, UDY girişlerinde beklenen iyileşmenin 2010 yılında yavaş gerçekleşmesi, ancak 2011 yılında hız kazanması beklentileri söz konusudur.⁸¹ Her ne kadar kriz dönemlerinin genel bir yapıyı tümüyle değerlendirmek için geçerli olamayacağı görüşü söz konusu olsa da kriz dönemlerinin yabancı sermaye hareketleri üzerinde bir takım etkilere yol açtığı bilinmektedir. Kaldı ki bu dönemde yaşanan global kriz, dünya ekonomisini ciddi anlamda sarsan bazı negatif etkiler yaşanması ile sonuçlanmıştır.

UDY'lerin yatırımda buldukları ülkelerde istihdamdan üretime, milli gelirden büyümeye ve toplumsal refah düzeyinden sosyal bilinçlenmeye birçok alanda etkide bulunduğu bir gerçektir. Farklı birçok etkilerinin yanında çoğunlukla ekonomik etkileri üzerinde durulan UDY'ler hakkında ortaya konulan olumlu ya da

⁸¹ T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı, "Uluslararası Doğrudan Yatırımlar", Ankara, Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü, 2009 Yılı Raporu, Haziran 2010, s. 1, (Çevrimiçi) <http://www.yoikk.gov.tr/dosya/up//UDY-2009%20Rapor.PDF>, 15 Temmuz 2010.

olumsuz yaklaşımların, çoğunlukla politik yapılanmalar doğrultusunda oluşup şekillendiği görülmektedir.

1.4.1. Ekonomik Faktörler

Üretimin uluslararasılaşması, uluslararası ticaretin yapısı üzerinde iki önemli etki oluşturmaktadır. Bunlardan birincisi, uluslararası üretimin artması ya da aynı anlamda olmak üzere uluslararası firmaların faaliyetlerinin genişlemesi, mal akımlarının niteliğini değiştirmiştir. Mal akımlarının giderek artan bir bölümü, her ne kadar uluslararası düzeyde gerçekleşse de, uluslararası firma alanı içindeki ticaretle ilgilidir. Yavru firmadan ana firmaya, ana firmadan yavru firmalara, yavru firmalardan yavru firmalara ihracat sonunda, uluslararası firma alanı içindeki akımlar, ülkeler arası akımlardan çok daha büyük boyutlara ulaşmıştır. İkinci etkisi, uluslararası ticaretin konusu olan malların niteliklerini değiştirmesidir. Uluslararası firma alanı içindeki akımlar giderek artan bir biçimde ara malları, montaj ürünleri ve yedek parçaları kapsamaktadır.⁸²

Yabancı sermaye, geçmişte ekonomi literatüründe çok tartışılmış bir konudur. Yabancı sermayeyi savunanlar daha çok serbest girişimcilik ve piyasa mekanizmasından (laissez faire doktrini) yana olanlardır. ÇUŞ'lere karşı çıkanlar ise ekonomik faaliyetler üzerinde hükümet denetimini savunurlar. Uygulamada her iki görüşü de haklı çıkaracak pek çok örnek olmakla birlikte, "ÇUŞ'ler ile ev sahibi ülkenin ekonomik çıkarları bağdaştırılabildiği sürece, yabancı sermaye yatırımları ülke yararınadır. Bugün dünya ülkelerindeki duruma bakıldığında, bu konudaki tartışmaların bir yana bırakıldığı ve hemen hemen tüm ülkelerin uluslararası sermayeyi kendilerine çekebilmek için bir yarış içerisine girdikleri görülmektedir."⁸³

UDY'lerin giriş ve yaygınlaşmasında etkili olan ekonomik faktörleri analiz ettiğimizde ilk olarak piyasa koşullarının uygunluğunun, ardından da serbest piyasa ekonomisi koşullarının uygulanabilirliğinin dikkate alındığı göze çarpmaktadır. Dolayısıyla bu faktörlerle ilgili değerlendirmeler ayrı ayrı aşağıda ele alınmaktadır.

⁸² Erdost, **a.g.e.**, s. 148.

⁸³ Seyidoğlu, **a.g.e.**, s. 622.

1.4.1.1. Piyasa Koşulları

Ekonomik yapıları itibariyle AGÜ'ler ve GOÜ'lerle ilgili yapılan araştırmalar, bu ülkelerde yeterli sermaye birikiminin sağlanamadığını ve kendi öz kaynaklarıyla daha uzun yıllar sağlanma imkânının bulunmadığı sonucunu ortaya çıkarmıştır. Bu görüş, aynı zamanda “yüksek kâr amacı ile hareket ettikleri” doğrultusunda eleştiriler yöneltilen yabancı yatırımcıların da ileri sürdüğü bir yaklaşım ve savunma gerekçesidir. Bazı görüşler ise; “AGÜ'lerde sermaye birikiminin sağlanamamış olmasının en önemli nedenlerinden birinin, teknolojik gelişme sağlanamaması ve buna bağlı olarak da sanayileşmeye geçilememesi”nden kaynaklandığını ileri sürmüşlerdir. Üretim faktörlerinin modernize edilip geliştirilememesi, verimli ve etkin bir kapasite kullanım oranının gerçekleştirilememesi, bu ülkelerin özellikle sanayi mallarında dışa bağımlılıktan kurtulamamalarının da bir nedeni olarak gösterilmektedir.

Günümüzde birçok endüstride önem taşıyan eksik rekabet, ölçek ekonomileri, firmalar arası stratejik etkileşim, teknolojik yenilikler, Ar-Ge faaliyetleri gibi gerçek durumları modellere dâhil eden ve bu modellere dayanarak stratejik ticaret politikası önerileri üreten bu literatürün yeni ticaret teorilerine yaptığı katkının önemi büyüktür. Stratejik ticaret politikalarının en önemli katkısı, gerçek hayatta gözlenen müdahaleci yaklaşımlara analitik bir çerçeve kazandırması olmuştur. Stratejik ticaret politikalarının en güçlü önermesi, oligopolcü piyasalarda fiyatın marjinal maliyetin üzerinde olmasıyla, devletlerin tek yanlı olarak ticarete müdahale etme eğiliminin ortaya çıkmasıdır. Ancak, bu güçlü önerme diğer bir önerme ile bir anlamda yumuşatılmaktadır: Bir ülkenin ulusal refahını artıran bir stratejik ticaret politikası uygulaması durumunda, bu ülkenin ticaret yaptığı diğer ülke bundan zarar görmektedir. Bu açıdan bakıldığında, bir ülkenin yararı diğer ülkenin zararına gerçekleşiyorsa devletlerin ticaretin serbestleştirilmesine yönelik adımlar atmaları beklenebilir. Nitekim GATT görüşmeleri ve DTÖ' nün aldığı kararlar, gümrük vergilerinin düşürülmesi ve ticaretin önündeki tarife ve tarife dışı engellerin kaldırılması yönünde bir eğilimi dünya ticaretine egemen kılmıştır. Ancak, buna rağmen ülkeler çok daha karmaşık korumacılık yöntemleri geliştirmektedirler. 1970'lerde ortaya çıkan 'yeni korumacılık' politikaları GATT sistemini aşmayı

başarmıştır. Çevre, çalışma ve teknik standartlar gibi ticarete teknik engeller ve koruma önlemleri gibi görünmeyen engeller başvuru araçları arasındadır. Bu uygulamalar GATT çerçevesindeki son tur olan Uruguay'da varılan anlaşmayla geniş ölçüde azaltılma yoluna gidilmiştir. Bununla beraber, gerek DTÖ anlaşmasında, gerek AB'nin rekabet politikasında yer alan devlet yardımlarının stratejik amaçla kullanılmasını yasaklayan hükümlere karşın bu uygulamaların çok yaygın bir biçimde uygulanmaya çalışıldığının yüzlerce örneğini DTÖ ve AB kaynaklarında görmek mümkündür. Diğer yandan, ülkeler kendi firmalarının uluslararası pazarlardaki paylarını artırmak ve böylece bu pazarlarda oluşan rantları ülkelerine transfer etmek için çeşitli teşvik yöntemleri geliştirmektedirler. Stratejik ticaret politikası, işte bu yöntemlerin bilimsel analizi için uygun bir analitik çerçeve sağlamaktadır.⁸⁴

GÜ'lerin sanayi ürünlerinin yüksek fiyatları karşısında, ağırlıklı olarak tarıma dayalı geleneksel üretim metotlarıyla elde ettikleri tarımsal ya da hayvansal ürünlerle rekabet edebilme imkânı bulunmayan AGÜ'lerde, dış ticaret ve buna bağlı olarak ortaya çıkan bütçe açıkları her geçen gün büyümekte ve borçlu ülkeler listesindeki sayı gün geçtikçe artmaktadır. Bu kısır döngü sonucu, AGÜ'lerde ithal zorunluluğu kapsamında bulunan ürünler dış borçlarla ikame edilmeye çalışılmaktadır. Alınan dış borçlara karşı yapılan ödemelerin zaman zaman faiz ödemelerini dahi karşılamak için yetersiz kalması, bu borçların çoğunlukla yeni bir borçla kapatılması girişimi ile sonuçlanmaktadır. AGÜ'lerin böylelikle adeta bir borç sarmalı içerisinde bocalaması sonucu sermaye birikimi sağlanamamakta, buna bağlı olarak da bu ülkelerde sanayileşme gerçekleşmemektedir.

Ev sahibi ülkeler her ne kadar kendi ülke çıkarlarını dikkate alarak bir takım çaba ve girişimlerde bulunuyor olsalar da yabancı sermaye, kendi amaçlarını öncelikli hedefler olarak hayata geçirmek istemektedir. Yabancı sermaye öncelikle yatırım yaptığı ülkeleri bir basamak ya da geçiş hattı olarak dikkate almakta ve bu ülkelerde yapacağı yatırımlar sonucu ürettiği mallar için pazar arayışı ve rekabet alanında zorlanmak istememektedir. Gereksinim duyduğunda diğer üçüncü ülkelere

⁸⁴ İtir Özer, "Stratejik Ticaret Politikaları", **Uluslararası Ekonomi ve Dış Ticaret Politikaları** 2(3), 65-102: 2007, ss. 93-94, (Çevrimiçi) http://www.uedtp.org.tr/dtmadmin/upload/EAD/KonjokturIzlemEDb/dergi/2007_sonbahar/3.pdf, 19 Temmuz 2010.

sermaye, işgücü ve teknoloji transferi sağlayabilmenin yanında kâr transferlerine izin verilmesinin mevzuatta yer alıp almadığını da göz önünde bulundurmaktadır.

Yabancı yatırımcılar açısından bakıldığında ise bir yandan (nüfus artış hızındaki yavaşlamanın da etkisiyle) GÜ piyasalarındaki daralma sonrası ortaya çıkan talep yetersizliği, diğer yandan genişleyen sosyal haklar ve işgücü maliyetlerinin artan etkisi, uluslararası yatırımcıları birtakım farklı arayışlara yöneltmiştir. GOÜ'lerdeki ucuz işgücü ile birlikte hammadde kaynaklarının bolluğu ve ucuzluğunun da etkisiyle, bu ülkeler hızlı büyümeye en elverişli pazarlar olarak görülmekte ve ÇUŞ'lerin yeni yatırım alanları arayışında belirleyici olarak göze çarpmaktadır. Sermaye ihraç eden ülkeler, yüksek kâr amacı hedeflerken bu tür teşebbüsleri de serbest piyasa koşullarının gereği olarak değerlendirmekte ve bunun tabii bir yaklaşım olduğunu ileri sürmektedirler.

Tüketici kitleler açısından ele alındığında ise, iç piyasada tüketici tercihlerine uygun talepleri karşılayacak düzeyde bir gelişme sağlanamaması (renk, model, dizayn, kalite, lezzet, görsellik vb), iç piyasada uygun hammadde ve sürdürülebilir kaynakların yeterli miktarda bulunmaması, iç piyasadaki üreticilerin yenilik (inovasyon) ve model arayışları, tüketicinin arzu ve istekleri (moda) karşısında hızlı hareket kabiliyetine sahip olamaması gibi farklı birçok neden söz konusu edilmektedir. Bazen kısa vadede bir avantaj olarak görünen fiyat ya da kalite faktörlerinin orta ve uzun vadede bu avantajlarını kaybettiği durumlarla karşılaşmakta ve tüm bu eksiklikler öncelikle dış ticaret yoluyla giderilmeye çalışılmaktadır. Dış ticaretin maliyetlerde ortaya çıkardığı artışlar rekabeti uluslararası bir boyuta taşımakta ve maliyet avantajının elde edilmesi amacıyla doğrudan yatırımlara gidilmektedir.

1.4.1.2. Rekabet Koşulları

Avrupa Birliği'nin temel ekonomik hedefi, üye ülkeler arasında tüm engellerden arındırılmış bir iç pazar oluşturmaktır. Bu hedefe ulaşmak için Topluluğun kullandığı en temel ve etkili araç rekabet kuralları olmuştur. Topluluğun Rekabet Politikası, rekabeti bozduğu kabul edilen faaliyetleri engelleyerek, piyasa güçlerinin hâkim olduğu bir ekonomik ortam oluşturmayı ve bunu sürdürmeyi hedeflemektedir. Dolayısıyla Topluluğun Rekabet Politikasını dört ana başlık altında

incelemek mümkündür. Bunlar; teşebbüslerde uygulanan rekabet kuralları, birleşme ve devralmaların denetlenmesi, kamu tekelleri ve imtiyazlı haklara sahip teşebbüsler, devlet yardımlarının izlenmesi ve denetlenmesinden oluşmaktadır.⁸⁵

AB'nin Rekabet Politikaları içerisinde yer alan başlıklardan, "Devlet yardımlarının izlenmesi ve denetlenmesi" ile ilgili olarak 2008-2009 yıllarında global piyasalarda yaşanan kriz esnasında birçok Avrupa ülkesinde söz konusu olan müdahaleler ve krizden çıkamayan ÇUŞ'lere yönelik devlet yardımları göz ardı edilmiştir. Üye devletlerin sınır tanımayan kamu desteği, yardımlar ve hatta satın almalarına karşılık, henüz üye olmayan ve aday statüsünde bulunan ülkelere yönelik müdahalelerin gerçekleştiği boyutlar dünya kamuoyunda tartışılan konular arasında yer almaktadır.

Rekabet yoğunluğu, aynı sektörde yer alan işletmelerin buldukları sektör içerisindeki pozisyonları değerlendirip izleyecekleri stratejilerin belirlenmesi açısından da önem taşır. Ancak, burada yerli ve yabancı işletmeler açısından ortaya konulan farklı görüşler söz konusudur. Yabancı işletmelerin uluslararası bilgi birikimi ve uygulanan teknoloji açısından üstünlükleri olması yanında, yerli işletmelerin de piyasayı iyi tanımasını, yerel tüketici davranışlarını iyi gözlemleyebilmeleri gibi bazı avantajlarının olacağı göz ardı edilmemelidir.

İkame ürünlerin etkileri açısından yerli ve yabancı işletmeler farklı birtakım stratejiler belirlemekle birlikte, çoğunlukla birbirine benzeyen sonuçlar doğuran davranışlar sergilemektedir. Öncelikle birçok GOÜ yönetimi, yerli işletmelerle yabancı işletmelerin eşit koşullarda değerlendirilmesi konusunda yasal mevzuatlarını güncellemiş durumdadır. Dolayısıyla işletmeler arasında yerli-yabancı rekabetinden çok sektörel rekabet söz konusu olmaktadır. Bu durumda her ne kadar işletmeler diğer işletme ürünlerine karşı alternatif ürünlerle piyasada yer almaya çalışıyor olsa da, potansiyel işletmeler, farklı gelir gruplarını etkilemek açısından farklı fiyat ve farklı kalitede ikame değeri bulunan alternatif ürünlerle de piyasada varlık gösterme gereği duymaktadırlar.

Alıcıların pazarlık güçleriyle ilgili günümüz piyasa koşullarının değerlendirilmesi sonrasında, gerek fiyat gerekse kalite açısından tüketiciler

⁸⁵ İKV, **AB ve Bölgesel Kalkınma**, İktisadi Kalkınma Vakfı Yayınları, s. 8, (Çevrimiçi) www.ikv.org.tr/icerik.asp?konu=abtarihce&baslik=AvrupaBirliğininTarihçesi=18 Nisan 2010.

açısından göreceli olarak tercih edilen ürünlerin yer aldığı işletmeler tercih edilmektedir. Burada marka bağımlılığının etkili olduğu piyasalar olabileceği gibi, gelir düzeyi sınırlı bölgelere yönelik maliyeti düşük ürünler de öngörülmektedir. İşletmeler, bir yandan bölgelere göre reklam stratejileri belirleyip kendi ürünlerine talep oluşturmak doğrultusunda alıcıları etkileme çabası içerisine girerken, diğer taraftan tüketicilerin cazip karşılayacağı farklı indirim, promosyon, kampanya ve aktiviteler üzerinde çalışmalar yapmaktadırlar.

Tedarikçilerin pazarlık güçleri dikkate alındığında ise çoğunlukla sektörde yer alan işletme sayıları, hammadde stok ve kapasiteleri etkili olmaktadır. Tedarikçiler açısından piyasanın oligopol piyasa olup olmadığı ve burada tam rekabet koşullarının oluşması önem taşır. Dolayısıyla ÇUŞ'ler, çoğunlukla farklı ülkelerdeki tedarikçilerle ilgili fiyat analizi yapmakla birlikte dış tedarik hizmetlerindeki maliyetleri de göz önünde bulundururlar. Bir diğer ayrıntı ise ödeme koşullarının tedarikçiler tarafından dikkate alınmasıdır. Güçlü işletmelerin, finansman ve sermaye sorunları bulunmadığından, çoğunlukla peşin ödeme vb. açılardan fiyat avantajları yakalayarak maliyetleri aşağıya çekebilme imkânına sahip olmaları ise bir diğer averaj olarak görülmektedir.

Batılı ülke ve kuruluşların neredeyse tamamı rekabet yanlısı olduklarını ifade etseler de uygulamada bunun böyle olmadığı ile karşılaşılmaktadır. Batılı işletmelerin kendi çıkarları doğrultusunda politikalar belirlemeleri bir yana, kendilerine rakip gördükleri işletmeleri piyasada etkisiz hale getirerek tekeli güç oluşturma çabaları da gözden kaçmamaktadır. Bu nedenle tekeli bir yapılanma içerisinde ortalamaların üzerinde bir kazanç elde etmek düşüncesiyle gelirlerini daha da artırma arzusu içerisine girmektedirler.⁸⁶

Potansiyel rakiplerin tehditlerine gelince, bazı firmalar açısından sektöre yeni işletmelerin girmesi avantaj olarak görülürken yeterli sayıda üretici firmanın bulunduğu bir sektörde, yeni işletmelerin üretime katılma çabaları pek de sıcak karşılanmamaktadır. Potansiyel firmaların sektöre girmesini istemedikleri yeni işletmelere karşı her durumda uygulayabilecekleri ve etkili olabilecekleri bir politikaları mevcuttur. Bu tür girişimlere karşı, rekabet kurulunun haksız rekabeti

⁸⁶ Refik İsa Bikun, **İş Ahlakı**, Çeviren: Ahmet Yaşar, No: 10, İkinci Baskı, İstanbul, İgiad Yayınları, 2011, s. 69.

önleyici yaptırımları söz konusu olsa da, farklı uygulamalarla piyasadan bazı işletmelerin çekilmeleri ile sonuçlanan negatif durumlar ortaya çıkabilmektedir.

UDY'lerin, ev sahibi ülke ekonomilerinin kalkınmalarına olumlu katkılarının yanında, agresif büyüme ve yüksek kâr hedefine yönelik hedeflerle yeni politikalar üretme çabaları, özellikle rekabet koşulları açısından bazı olumsuzluklara zemin hazırlamaktadır. Ancak, benzer durumun yerli yatırımcılar için de geçerliliği, söz konusu edilen faktörlerin serbest piyasa ekonomisinde faaliyet gösteren tüm işletmeler söz konusu olduğu da bir gerçektir. Ayrıca yasak ve yaptırımlarda bulunulmasının, serbest piyasa koşullarına müdahale olarak görüleceği ve bu durumun yabancı sermayeyi ürküten bir etki doğuracağı da bir diğer yaklaşım olarak görülmektedir.

1.4.1.3. İstihdam ve Sosyal Politikalar

İstihdam ve sosyal politikalar, AB müktesebatında aynı başlık altında yer almaktadır. AB'ye üye ülkeler arasında sosyal politikalar ve istihdam konularında tam bir bütünlük sağlanamamış olsa da, çalışma hayatının ve yaşam koşullarının düzenlenmesine yönelik politikalar sürekli gündemde tutulmaktadır.

AB müktesebatının Sosyal Politika ve İstihdam başlığının yasal çerçevesine bakıldığında, Avrupa Topluluğu'nu kuran antlaşmanın (Roma Antlaşması) son derece sınırlı sayıda ekonomik hüküm içermekte olduğu görülmektedir. İstihdam konusunu düzenleyen 125-130. maddeler Avrupa Topluluğu'nu kuran Antlaşmada 8. Başlık, Sosyal Politika'yı düzenleyen 136-148. maddeler ise 11. Başlık altında ayrı olarak düzenlenmiştir. Öte yandan, Amsterdam Antlaşması'nda değişikliğe uğrayan Topluluk temel ilkelerine dair 2. ve 3. madde ile cinsiyet, ırk veya etnik köken, din, inanç, engellilik, yaş veya cinsi tercihe dayanan ayrımcılıkla mücadele etmeye ilişkin 13. madde konuya ilişkin diğer başlıca hükümlerdir. Birincil mevzuatı teşkil eden Avrupa Topluluğu'nu kuran Anlaşma'daki söz konusu hükümlerin yanı sıra, üye ülkelerin, iş sağlığı ve güvenliği, iş hukuku, kadın-erkek eşitliği, sosyal diyalog, istihdam ve sosyal koruma politikaları arasında uyum sağlanması amacıyla tüzük ve direktifler çıkarılmaktadır. Nitekim Avrupa istihdam ve sosyal politikasının amacı, aktif, katılımcı ve sağlıklı bir topluma ulaşmak amacıyla yaşam kalitesinin iyileştirilmesidir. Bu politikanın kapsamına, işsizlerden yaşlılara, özürllülerden sosyal

olarak dışlanan ve ayrımcı muameleye maruz kalan bütün Birlik vatandaşları dâhil edilmektedir.⁸⁷

GÜ'lerde bulunan yatırımcılar, gelişen bir takım sosyal güvenlik sistemi politikaları ve sendikal hakların maliyetler üzerindeki etkilerini göz önünde bulundurarak yatırımlarını farklı bölgelere yönlendirmeye başlamışlardır. Bu durum bir takım çelişkileri de ortaya çıkarmıştır ki ilk çelişki, GÜ'lerde yaygınlaşan sosyal politikalara karşılık, yatırımcıların aşama aşama sosyal politikalardan uzaklaşma çabalarına yönelmeleridir. İkinci bir çelişki, GÜ'lerin sosyal politikalar konusunda GOÜ'ler üzerindeki baskı ve politikalarına karşın, yatırımcıların bu ülkelerdeki sosyal ve sendikal haklarla ilgili gelişmelerin kendilerini etkileyecek boyutta maliyetlere etkilerini dikkate alarak yatırım alanlarını belirleme çabalarıdır. Yabancıların, yatırıma yöneldikleri ülkelerde tercih edilme avantajının arkasına sığınarak maliyetlere etki edebilecek sosyal güvenlik, sigorta muafiyetleri, vergi indirimi ve muafiyetleri, kalkınmada öncelikli bölgelere sağlanan imtiyazlarla ilgili teşvik ve kazanımlardan azami seviyede istifade etme çabaları ise bir diğer çelişki olarak görülmektedir. Altyapı yatırımlarının kamu tarafından tamamlanmış olması, Elektrik, su, iletişim vb. giderleri, kısmen ya da tamamen kamunun üstlenmesi, arazi tahsisi, kâr transferi ve diğer ticari sınırlamaların kaldırılması doğrultusunda gösterilen çabalar da bu çelişkileri ortaya koymak bakımından önem taşımaktadır.

GOÜ'lerde uzun vadeli düşünüldüğünde kamu maliyesinin ve sosyal güvenlik sisteminin günümüzde uygulanan politikalarla kendi çarkını döndürebilme gücünün gün geçtikçe zayıflayacağı muhakkaktır. Yabancı yatırımcıların sınır tanımayan kâr maksimizasyonu politikalarının da etkisiyle kamu maliyesi üzerine yüklenen ağır sosyo-ekonomik yükün, kamu idarelerince kaldırılabilmesi riskinin er ya da geç ortaya çıkaracağı olumsuzluklar ihtimal dışı görülmemelidir. Ayrıca, üye ülkelerde artan yabancı düşmanlığı ile birlikteırka dayalı milliyetçilik duygularının her geçen gün ön plana çıkmasına karşın, GOÜ'lere uygulanan baskılar, Batı dünyasındaki çifte standardın açık bir biçimde görülmesini sağlamaktadır.

⁸⁷ İKV, **AB Müktesebatı, İKV Yayınları** s. 17, (Çevrimiçi) [www.ikv.org.tr/icerik.asp?konu=abtarihce&baslik=Avru pa Birliĝinin Tarihçesi](http://www.ikv.org.tr/icerik.asp?konu=abtarihce&baslik=Avru+pa+Birliĝinin+Tarihçesi), 19 Şubat 2010.

1.4.1.4. İşgücü Maliyetleri

Sermayenin uluslararası hareket kabiliyetinin hızlı bir şekilde artmasıyla birlikte gerek kalifiye işgücü gerekse vasıfsız işgücünün maliyetler üzerindeki etkileri önem kazanmaya başlamıştır. Uluslararası sermaye kuruluşları, maliyetlerin yükselmesine yol açan dış ticaret yerine doğrudan yatırım tercihinde bulunmakta ve burada elde ettiği maliyet avantajını, yüksek ücretler ödeyerek kaybetmek istememektedirler. Bu avantajları korumak adına yeni politikalar geliştirilmekte ve gerekli durumlarda işgücü ithaline de gidilebilmektedir. Bu durum, bazen de hizmet satın alınması ve global literatürde "thirdparty"e (üçüncü grup) yönelik bir işgücü talebi olarak da söz konusu olabilmektedir.

İşgücü maliyetleri, yabancı yatırımcıların yatırım belirleme doğrultusundaki kararları üzerinde etkin bir biçimde belirleyici olmakla birlikte, işgücü üzerindeki vergi kesintileri, sigorta primi, harçlar ve işgücü maliyetlerini artıran diğer kesintiler de önemli ölçüde belirleyici özellik taşımaktadır. Bu nedenle yabancı sermaye dernekleri ve küresel örgütlenmeler, siyasi iradenin bu dengeleri dikkate alması beklentisini sıklıkla dile getirerek yasa yapıcıların yönlendirilmesi üzerinde etkili olmaktadır.

Maliyetlerin aşağıya çekilmesi için işgücü ücretlendirmeleri her ne kadar tek başına bir sebep olarak gösterilemeyecek olsa da işletmeler tarafından en kolay başvurulacak bir yöntem olarak dikkate alınmaktadır. Ancak işgücü maliyetinden çok işgücü verimliliği, uluslararası yatırımcıların önemle üzerinde durdukları bir faktör olarak değerlendirilmektedir. Mesleki beceriler, teknik ve dijital cihaz kullanma teknikleri, yabancı dil, performans kültürü, işle ilgili birikim ve donanımlar ayrı ayrı üzerinde durulan konular arasında yer almaktadır.

Bir diğer önemli ayrıntı ise gereksiz kalifiye istihdamına gidilmeden, paket programlar ve uluslararası standart sistemler kullanılarak, uzmanlık gerektiren işgücünün asgari düzeyde tutulması ve yetişmiş insan gücüne fazla ücret ödeme gerekçesinin asgari seviyeye indirilmesi politikasıdır. Bununla birlikte özellikle 2010'ların gelişmeye açık vizyonu olarak görülen ve UDY aktörlerinin arayışı ile ortaya çıkarılan işgücü ithali yerine gelişmiş teknoloji ve dijital uygulamalarla işlerin

işgücünün ucuz olduğu ülkelere kaydırılmasıdır ki bu yöntem, günümüz UDY yatırımlarının sıklıkla başvurdukları bir uygulama olarak karşımıza çıkmaktadır.

Uluslararası sermaye kuruluşlarının işgücü maliyetlerini düşürmek amacıyla diğer yatırımcı firmaların ücret politikalarını göz önünde bulundurarak belirlediği ücret skalası doğrultusunda ücretlerde indirim gitme politikası ise zaman zaman kazanılmış haklardan geriye dönüş olarak da kendini göstermektedir. Dolayısıyla UDY'ler yatırımlarını gerçekleştirdikleri ülkelerde bir yandan doğrudan ve dolaylı bir şekilde istihdama katkı sağlarken diğer taraftan da işgücü maliyetleri gerekçeleri ile en düşük ücret uygulamalarına yönelmekte ve sosyal adalet ve sosyal haklar politikalarından geriye dönmektedirler.

Gelişen Teknoloji içerisinde değerlendirilen mekanik gelişmeler, işgücüne olan talebi azaltmakta ve bu durum işgücü arzı fazlalığı ortaya çıkarmakta ve bu da ücretlerin negatif hareketliliğini beraberinde getirmektedir. Bu aynı zamanda UDY'lerle birlikte istihdam sorununun çözümünün sağlanabileceği yönündeki görüş ve tezleri de çürütmektedir. Ayrıca yabancı sermayenin gün geçtikçe teknoloji yoğun sermaye yatırımlarına yönelmesinin işgücüne olan talebi azalttığı ve bunun da ücretlerde bir azalmaya yol açtığı gözden kaçmamalıdır.

Böylelikle UDY'lerin kendi anavatanlarından ya da bir diğer ifadeyle köken ülkelerinden kaçışının bir nedeni de, artan sosyal haklar ve sosyal güvenlik uygulamalarından uzaklaşarak daha fazla kâr elde etmek arzularını gerçekleştirmeye dayalı gerekçelere dayanmaktadır.

1.4.1.5. Ekonomik Büyüme Beklentileri

Ekonomik büyüme kavramı, günümüz dünya devletlerinin bütünü tarafından üzerinde önemle durulan ve kendi kendine yetebilmenin zorunlu önkoşulu olarak ortaya çıkan bir politika olarak karşımıza çıkmaktadır. Ekonomik büyümenin sağlanabilmesi sermaye birikiminin sağlanmasıyla doğrudan ilişkilidir. Büyümenin önkoşulu yatırımlar kullanılacak sermaye birikiminin sağlanması olarak görülmektedir. Ancak, GOÜ'lerde gelir seviyesinin düşük olması, tüketim alışkanlıklarının gün geçtikçe artmasının da etkisiyle tasarruf eğiliminin zayıflaması sonucu sermaye birikimine gidilememesi, yatırımların da ülke içerisinde

karşılanamamasına yol açmakta ve yabancı sermaye gereksinimi kaçınılmaz hale gelmektedir.

Yabancı sermayenin ülke ekonomileri üzerinde büyümeye yönelik etki oluşturduğu konusunda henüz bir fikir birliği (consensus) sağlanamamıştır. Gerek siyasetçiler, gerek akademisyen ve bilim adamları gerekse iş dünyası arasında farklı görüşler ortaya konulmakta ve tartışmalardan farklı sonuçlar çıkmaktadır. Ancak bu tartışmaların devam ettiği bir ortamda yabancı sermaye için öncü konumunda bulunan küresel yapılanma ve ÇUŞ'lerin talepleri dikkate alınarak birtakım mevzuat değişikliklerine gidilmekte, kısıtlayıcı yasalar birer birer yürürlükten kalkmaktadır.

Ekonomik büyüme rakamları genel anlamda bir ülkede yıllık GSYH' deki büyüme baz alınarak tespit edilmektedir. Büyüyen ekonomilerin mi yabancı sermayeyi çektiği yoksa yabancı sermayenin mi büyüyen ekonomilere yöneldiği tartışılmakla birlikte yabancı sermaye her iki durumda da kazanan taraf olma avantajını sürdürmektedir. UDY'lerin, yatırım için genellikle GOÜ ekonomilerini tercih etmelerinin altında da bu gerçek yatmaktadır. Gelişen ekonomilerin geliştikleri oranda hatta kendi birikimleriyle daha da fazla büyüme oranı elde etmek için, kısaca büyüyen ülke ekonomisi ile birlikte büyümek için ya da farklı bir anlatımla büyüyen bir ekonomiden pay almak için UDY'lerin bu pazarları tercih etme yoluna gittikleri görülmektedir. GOÜ ekonomilerinin büyüme hedeflerinin, UDY'lerin katılımıyla daha yüksek oranlarda gerçekleşmesi bu olguyu haklı kılan bir nedendir. Bu, bir noktada karşılıklı etkileşimden doğmaktadır da denilebilir. Ancak büyümenin yavaşlaması ya da durması veya beklenmedik bir kriz karşısında nasıl bir seyir izleyeceği konusundaki belirsizlikler tartışılan konular olarak gündemdeki yerini korumaktadır. Dolayısıyla UDY'lerin her koşulda büyümenin motoru olduğu görüşü ise böylelikle tam bir netlik kazanamamıştır.

UDY'lerin, büyüme trendi içerisinde olan ülkelere yönelik hareketliliği şüphesiz yüksek kâr oranı beklentisi ile ortaya çıkmaktadır. Bu beklentilerin GOÜ ekonomilerinin beklentileri ile ne kadar özdeşleştiği konusu önem taşımaktadır. Burada "reel olarak büyüyen GOÜ ekonomileri midir, yoksa bu ülkelerde yatırım yaparak GSYH üzerinde pozitif bir artış ortaya çıkmasını sağlayan yabancı yatırımlar mıdır" sorusu akla gelmektedir. Büyüme içerisinde olan bir ülkeye yönelen yabancı

yatırımcılar büyümenin yavaşlaması veya büyümenin durağanlaşması ya da daha hızlı ve yüksek oranda bir büyüme göstergesi içerisinde giren yeni ülkeler söz konusu olduğunda kalıcılığını sürdürecektir mi, yoksa esnek bir politika izlenerek daha fazla kâr beklentisi içerisinde büyümeye aday yeni ülkelere mi geçecektir. Bu geçiş söz konusu ülke ekonomileri üzerinde nasıl bir etki bırakacak ve nasıl bir sonuç ortaya çıkaracaktır. İşte bu konular tartışmaların devam etmesinde ve bir fikir birliğinin oluşmamasında en büyük etken olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ekonomik büyümenin sağlanabilmesi için yatırımların artan oranda devam etmesi yanında aynı zamanda sürdürülebilir olması gerekir. Yatırımların sürdürülebilirliğinin temel kaynağı tasarruflardır. GOÜ'lerde genellikle gelir düzeyinin düşük seyri veya gelir dağılımındaki bozukluklar nedeniyle adil bir gelir dağılımının sağlanamaması sonucu ya tasarruf edilememekte ya da tasarruflar yatırıma yönelik değerlendirilememektedir. Dengesiz gelir dağılımı sonucu toplumun belirli kesimlerinde yoğunlaşan birikimlerin çoğunlukla ihtiras, gösteriş ve tüketim çılgınlığı içerisinde amaçsızca kullanılması bir yana, alışılmışın ötesinde gelenek ve göreneklerin de etkisiyle tasarrufların yastık altına yönelmesi ve iddihar (gömüleme) gibi yöntemlerle atıl kalması, yatırımlarda hedeflenen sonuçların alınamaması açısından da bir engel olarak görülmektedir. GOÜ ekonomilerinde büyüme sağlanabilmesi amacıyla iç kaynakların yatırımlar için yetersiz kalması da yabancı yatırımlara olan bağımlılığı artıran nedeler arasında yer almaktadır.

1.4.1.6. Ev Sahibi Ülke Politikaları

Hiç bir yabancı yatırımcının, yatırım alanlarını belirlerken ev sahibi ülke yönetimlerinin beklentilerini öncelikli olarak dikkate alması beklenmemelidir. Ev sahibi ülkeler tarafından ortaya konulan cazip teşvikler ve sunulan avantajlar belki de zaman zaman yabancı yatırımcılar tarafından göz önünde bulundurulabilmektedir. Ancak bu uygulamalarla yabancı sermayenin kendi çıkar ve avantajlarından ödün vermesi sonucu çıkarılmamalıdır. Amaçlar ve beklentiler farklı olmakla birlikte UDY'lerin yurtdışı yatırımlarından vazgeçmedikleri gibi, ev sahibi ülkeler de UDY'lerden ümidini kesmemektedirler. Dolayısıyla *birlikte kazanmak* ortak noktasında buluşulması gelişmiş ve GOÜ'lerin bir araya gelmelerinde etkili olmaktadır.

Küreselleşmenin tabii bir sonucu olarak ortaya çıkan yabancı sermaye yatırımlarını önkoşulsuz kabullenmenin de, önyargılı bir karşı duruş sergilemenin de dışında kalınarak ülke çıkarları açısından değerlendirilip buna uygun uzun vadeli politikalar üretilmelidir. Ülke içerisindeki üretimin ihtiyaçları karşılayacak düzeyde gerçekleşmemesi, dış ticaret (ithalat) yolu ile ihtiyaçların karşılanmasına yol açmakta ve bu da maliyetleri daha da yükseltmektedir. Yabancı da olsa sermaye, üretimini bir ülkede gerçekleştirerek diğer sektörleri de harekete geçirmekte (hızlandıran etkisi) ve günümüzde hemen her ülkenin öncelikli sorunları arasında yer alan işsizlik sorununa kısmen de olsa çözüm ve katkı sağlamaktadır. Üretim faktörleri içerisinde yer alan emek faktörünün birikimi veya depolaması yapılamayacağından, üretime yansıtılmadığı her geçen gün ülke ekonomisi açısından kayıp olarak değerlendirilmelidir. Oysa ülkede yapılacak yatırımlar yabancı da olsa emek faktörü açısından pozitif gelişme ile sonuçlanacak, hem emek hem de toprak açısından ekonomik açıdan katma değer sağlanmış olacaktır.

Başlangıç hedefleri yüksek kârlılık oranlarına ulaşmak olarak görülen yabancı yatırımcıların bu öncelik ve yaklaşımlarına karşın, **GOÜ'lerin öncelik** ve beklentilerinden bazılarını aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür;

- Yabancı yatırımların emek yoğun sermaye yatırımları olması ve istihdam sorununa sağlayacağı katkı ile yüksek işsizlik oranlarının aşağılara çekilmesi,
- Yabancı yatırımların ekonomik kalkınmışlık düzeyine katkı sağlayacak alanlarda yoğunlaşması ve yüksek büyüme rakamlarına ulaşılmasının hedeflenmesi,
- GSYH'deki pozitif değişikliklerle milli gelirin artması ve refah seviyesinin yükselmesinin sağlanması,
- Yabancı yatırımların bölgesel ve sektörel dağılımının optimum bir şekilde sağlanmasına yöneliktir ki, bu aynı zamanda bölgesel kalkınmışlık düzeyi farklarını yabancı yatırımlarla aşmak beklenti ve arzusuna dayanmaktadır.

Ev sahibi ülkeler açısından bakıldığında, henüz yakın bir tarihe kadar dışa kapalı bir ekonomi modeli uygulamaya çalışan demir perde ülkelerinde dahi yabancı sermaye, üstelik cazip birtakım teşvik ve ayrıcalıklarla davet edilmeye çalışılırken,

yabancı sermayeye karşı duruş sergilenen ülkelerin ise bu politikalarından her geçen gün değişikliğe gidildiği görülmektedir.

1.4.1.6.1. Vergi Politikası Uygulamaları

Uluslararası dış ticaret politikalarının etkinliğinin azalmasının birçok önemli nedeni bulunmaktadır. Bunlardan en önemlisi yüksek gümrük vergileri, harçlar rüsumlar ve ithal mallarının sınıflandırılarak belirli kategorilerin özel tüketim vergileri kapsamına alınmasıdır. Uygulanan yüksek vergi politikaları UDY aktörlerinin, yeni alternatif arayışı içerisinde doğrudan yatırımlara yönelmelerinde en büyük etken olarak ortaya çıkmıştır. Ancak yüksek vergi oranları kadar vergi mevzuatının da üzerinde önemle durulmakta ve zaman zaman yabancı kurum ve kuruluşlar tarafından birtakım değişiklik talepleri dile getirilmektedir.

Vergi mevzuatı bir bütün olarak ele alındığında UDY'ler global ya da küresel açıdan araştırmalar yapıp bilgi depolarken ve buna göre yatırım yapacağı ülkeleri belirlerken, GOÜ'lerde yer alan vergi daireleri ve gelir idarelerinin araştırmaları yerel ya da ulusal düzeyde sınırlı kalmaktadır. Birçok ülkede vergilendirme konularında UDY'lere karşı sıkı takip ve önlemler alınırken bazı ülkelerde daha esnek yaklaşımlar ortaya konulmaktadır. GÜ'lerden GOÜ'lere yönelen ÇUŞ'lerin böyle bir tercihte bulunmalarının arkasındaki bir neden de bu sıkı takip ve kontrole birlikte uygulanan ağır vergi cezalarıdır.

Ülkelerin vergi politikalarını yabancı yatırımcılar açısından dikkate alırsak, bir yandan ağır vergi yükü karşısında ürkererek geri çekilme riski karşısında vergi indirimlerine gidilmesi, diğer taraftan kamu açıklarının vergi gelirleri artırılarak giderilmeye çalışılması, kamu maliyesinin bir çelişkisi olarak görülmektedir. Diğer taraftan çifte vergilendirme, verginin uygulanabilirliği vb. küresel çözüm bekleyen belirsizlikler, hem ulusal hem de uluslararası alanda gündeme gelmektedir.

Yabancı yatırımcıların vergi konularında da bazı farklı uygulamalar içerisine girdikleri görülmektedir. Yabancı yatırımcılar buldukları ülkelerde sıklıkla yasalara bağlılıklarını dile getirerek yasal olmayan yollardan uzak durmaya çalışırken, diğer yandan daha az vergi ödemek için değişik yöntem arayışlarına gitmektedirler. Buldukları ülkelerdeki vergi yasaları en ince detayına kadar araştırılmakta ve daha az vergi ödeme yolları aranmaktadır. Dolayısıyla yabancı

yatırımcılar vergi kaçırmak gibi bir yaklaşım içerisinde girmemekte, ancak vergiden kaçınmak için sürekli bir araştırma içinde buldukları dikkatlerden kaçmamaktadır. Zaman zaman kurumsal yapı değişikliklerine (A.Ş., LTD. ŞTİ., KOLL. ŞTİ. gibi) gidilmesi, mülkiyet edinmek yerine kira ve leasing yönteminin tercih edilmesi, sendikasıız çalışanlar tercih edilerek, ücretlerin düşürülmesi, mesai saatleri dışına çıkılması vb. yöntemlerle kontrol alanı dışına çıkılması, başvuru legal yöntemler olarak dikkat çekmektedir. Vergi indirimi kapsamında kalkınmada öncelikli yörelerin tercihi, vergilendirmeyi aşamalı olarak düşüren ya da muafiyet sağlayan sektörel ya da bölgesel teşvikler, vergiden düşülebilen eğitim ve sağlık giderleri, yurtiçi ve yurtdışı seyahatler, aktivite, promosyon ve lansman giderleri, pazarlama ve reklam harcamaları, vergiden kaçınmanın örnek uygulamaları arasında yer almaktadır.

1.4.1.6.2. Merkez Bankası Para politikaları

UDY'lerin, GÜ'lerden GOÜ'lere yönelişi, bu ülkelerde aynı zamanda yeni finans piyasalarının oluşumunu da sağlamaktadır. UDY'ler, özellikleri gereği direkt yatırımlara yönelmekle birlikte finans piyasalarındaki gelişmeleri de yakından izlerler. Portföy yatırımlarına yönelen yabancılar ise piyasalardaki değişimi dikkate alarak; fonlardan dövizde, dövizden hisse senedi, tahvil, hazine bonoları, repo, faiz vd. resmi ve özel finansal araçlara kısa aralıklı geçişlerle birlikte, uluslararası piyasa karşılaştırmaları yaparak spekülasyon bazı girişimlerde de bulunmaktadır. Yabancı fonların, spekülasyon amaçlı strateji gereği finans piyasalarında dolaşımı, yerli yatırımcılar ve bireylerin de başvurduğu yöntemlerdir. Dolayısıyla bu tür uygulamaların yabancılara has bir tutum olmaktan öte genel bir yaklaşım olarak ifade edilmesi daha doğru olacaktır. Bütün bu olumsuzluklar karşısında Merkez Bankaları, kendi bünyesinde risk kanallarını araştırarak uluslararası düzeydeki uygulamalar çerçevesinde para politikalarına yön verme çabası içerisinde hareket etmektedir.

Diğer taraftan başvuru bir diğer uluslararası spekülasyon yöntem ise *arbitraj*'dir. Arbitraj, iki malın ya da finansal varlığın aynı anda alınıp satılmasına dayanan işlemlerle kâr elde edilmesidir. Farklı yatırım araçları arasında yer ve zaman farkıyla oluşan getiri farklarıyla gerçekleştirilen çeşitli arbitrajlar söz konusudur. *En yaygın arbitraj türü ise iki ülkedeki faiz farklarından kâr elde etmektir.* Bu farktan

yararlanma işlemi, değişik para birimleri arasındaki değişimi, yani döviz işlemi gerektirdiğinden buna *faiz-kur arbitrajı* da denilmektedir.⁸⁸

Merkez Bankalarının, para politikası hedefleri çerçevesinde kullandıkları üç temel para politikası aracı bulunmaktadır. Bu araçlar, açık piyasa işlemleri (APİ), reeskont ve zorunlu karşılıklar politikasıdır. Bunlar arasında en yaygın kullanılan ve operasyonel anlamda en etkili para politikası aracı ise APİ'dir.⁸⁹ Bunun yanında, kur hedefiyle birlikte döviz rezervleri de büyük önem taşımaktadır. Ancak yeterli döviz rezervine sahip olmayan ve kur hedeflemelerinde sapma yaşanan ülke Merkez Bankaları, bu tür spekülasyon girişimleri sonucu ortaya çıkan olumsuzlukları sadece izleyerek beklemede kalmakta ve ülkede ortaya çıkan istikrarsızlık ve finansal krizlere karşı çözüm bulma noktasında çaresiz kalabilmektedir.

Ancak, döviz kuru hedeflemesinin olumlu yönü ile birlikte sakıncalarının olduğu bazı durumlar da söz konusudur. Döviz kuru hedeflemesi uygulayan bir ülke, iç ve dış şoklara karşı para politikası ile tepki verebilme imkânını kaybetmektedir. Ayrıca, döviz kuru hedeflemesi uygulayan ülkelerde fiyatlardaki atalet nedeniyle enflasyonist gelişmeler devam etmektedir. Bu da iç ve dış enflasyonun farklılaşmasına yol açmakta ve bu rejimi uygulayan ülkedeki spekülasyon atak ihtimalini artırmaktadır. Döviz kuru hedeflemesi rejimi, başlangıçta hızlı bir sermaye girişine yol açmakta ancak, böyle bir ortamda spekülasyon atak sonucu devalüasyon kaçınılmaz olmaktadır. Dövizle aşırı borçlanmış olan firmalar ve bankalar ödeme gücüne düşerek, ciddi finansal krizler yaşamaktadırlar.⁹⁰

Finans piyasalarına özellikle kısa vadeli aralıklarla girip çıkarak piyasaların hareketliliğine yol açan yabancı kaynaklarla ilgili resmi tanımlamalarda görülmesi de, literatürde *sıcak para* ifadesi kullanılmaktadır. Sıcak para girişi, bir ülkede enflasyon, fiyat istikrarsızlıkları, faiz oranlarında değişiklik vb. sorunlara yol açtığı gibi, ülkeden çıkışıyla da devalüasyon, döviz darboğazı, repo ve faiz oranları değişiklikleriyle krizlere varan birtakım istikrarsızlıklara yol açabilmektedir.

⁸⁸ Selim Somçağ, **Türkiye'nin Ekonomik Krizi**, İstanbul, 2006, s. 28.

⁸⁹ Timur Önder, **"Para Politikası: Araçları, Amaçları ve Türkiye Uygulaması"**, Ankara, Piyasalar Genel Müdürlüğü, Uzmanlık Yeterlilik Tezi TCMB, Mayıs 2005, s. 266, (Çevrimiçi) <http://www.tcmb.gov.tr/kutuphane/TURKCE/tezler/timuronder.pdf>, 25 Temmuz 2010.

⁹⁰ Merih, Paya, **Para Teorisi ve Para Politikası**, 4. Baskı, İstanbul, Filiz Kitabevi, 2007, s. 182.

Sıcak para, uluslararası faiz farklılıkları ve döviz kurlarında değişme ihtimali yanında vergi oranlarında değişiklikler, enflasyon, diğer ekonomik sorunlar ve siyasi istikrarsızlıklar gibi faktörlere de son derece duyarlıdır. Yakın geçmişte birçok ekonomik krizden sorumlu tutulan sıcak para fonları, girdikleri ülkenin dış ödemeler bilançosunu olumlu etkilerken, çıktıklarında da ülkenin dış dengesini bozucu etki yapmaktadır.⁹¹

Hangi nedenle olursa olsun, yabancı fonların aniden ülkeden kaçmaya başlaması, ev sahibi ülkenin de artan döviz talebini karşılayacak dış rezerve sahip bulunmaması yahut IMF gibi kuruluşlardan finansman sağlayamaması, yoğun sermaye çıkışının bir döviz krizine dönüşmesine de neden olmaktadır. Döviz piyasasında başlayan panik, mali piyasalara olan güveni sarsarak yatırımcıların bankalardaki mevduatlarını geri çekmeye ve ellerindeki menkul değerleri satmaya başlamaları ile banka ve borsa krizi biçiminde genişlemektedir.⁹²

Kur rejimleri bazı özellikler taşımalıdır. Her şeyden önce, kur rejimi, iç ekonomik dengeleri zorlamadan, döviz hareketlerini düzenleyebilmeli; döviz piyasalarında büyük dengesizliklere yol açmamalıdır. Ayrıca, döviz rejimleri belirsizlik kaynağı olmamalıdır. Kurlardaki ani ve sert hareketler; bunların olabileceğine ilişkin beklentiler, ciddi istikrarsızlık kaynakları olarak ekonomiyi olumsuz etkiler.⁹³Bu tür krizlerin önlenmesi için öncelikle para politikası araçlarının etkin kullanımı ve döviz rezervleri stokunun yeterli düzeyde tutulması yanında istikrarlı bir kur politikası hedeflenmelidir. Ancak rezerv ve kur politikaları izlenirken ülke parasının değer kaybının önlenmesi yanında aşırı değer kazanmasının olumsuz bazı sonuçlar doğuracağı da unutulmamalıdır. Günümüzde GÜ ve GOÜ konumundaki birçok ülkede ulusal paranın aşırı değerlenmesini engelleme çabası içerisinde hareket edilmekte, aksi bir durumun ihracatın azalması ve ithalatın da artmasına yol açacağı görülmektedir. Bu durumda üretmek yerine ithal etmek daha avantajlı görülerek, yatırımlar yavaşlayacak ve istihdam negatif etkilenecektir. Buna paralel bir şekilde fiyat istikrarsızlığı oluşarak ödemeler dengesi de bozulacaktır.

⁹¹ Halil Seyidoğlu, **Ekonomik Terimler Ansiklopedik Sözlük**, 2. Baskı, İstanbul, Güzem Can Yayınları, 1999, s. 533.

⁹² Seyidoğlu, 2009, **a.g.e.**, s. 560.

⁹³ Paya, a.g.e., 166.

1.4.1.6.2.1. Para Politikası Araçlarının Etkinliği

Para politikası, paranın miktarını, maliyetini ve firmalar ile hane halklarının beklentilerini etkileyerek, temel amaçlara ulaşmaya yönelik oluşturulan stratejiler bütünü olarak tanımlanmaktadır.⁹⁴ Para politikasının temel amacı ise fiyat istikrarını sağlamaktır. Dolayısıyla bir yandan büyüme amaçlı politikalar üretilirken diğer taraftan ücretlerin işgücü ve istihdam politikaları üzerindeki etkileri, dış ödemeler dengesinin sağlanması doğrultusunda hareket edilmesi, kısa vadeli sermaye hareketleri ve spekülasyon amaçlı giriş ve çıkışlara karşı aktif politikalar üretilmesi fiyat istikrarı açısından önem taşımaktadır.

Merkez Bankaları operasyonel hedefler çerçevesinde para politikası araçlarını farklı şekillerde ve çeşitlendirerek belirlemektedirler. Bunlar; açık piyasa işlemleri (APİ), döviz ve efektif alım-satımları, reeskont işlemleri ve zorunlu karşılıklar olmakla birlikte bunlar içerisinde en çok kullanılan APİ işlemleridir.⁹⁵

Uluslararası sermaye hareketlerinin yoğun olarak yaşandığı dışa açık ekonomilerde para politikası araçlarının kullanımında merkez bankalarının bağımsız hareket edebilme serbestiyeti bulunmamaktadır. Sermaye hareketlerinin serbest bırakılması söz konusu ise sabit döviz kuru ile birlikte bağımsız para politikasının uygulanması söz konusu olamamaktadır.

1.4.1.6.2.2. Arbitraj ve Spekülasyon

Küreselleşmeyle birlikte GOÜ'lerde yaşanan yüksek enflasyon oranlarının da etkisiyle ortaya çıkan dış ticaret açıkları, ödemeler dengesinin bozulması ve bütçe açıkları gibi negatif göstergeler, kısa vadeli ve spekülasyon sermaye tarafından fırsat olarak görülürken, GOÜ'ler için rizikolar içeren açık pozisyonlara yol açmaktadır.

Bir ülkeye giriş yapan fonların yerli paraya çevrilmesiyle ortaya çıkan harcama genişlemesi sonucu dış açıkların büyümesi, dışarıdan daha fazla sermaye çekme gereksinimini de artırmaktadır. Ancak bu etkiyle döviz fiyatları sermaye girişlerinin beslediği döviz rezerviyle reel olarak düşerken, artış oranının içerideki

⁹⁴ TCMB Bilançosu **Açıklamalar, Rasyolar ve Para Politikası Yansımaları**, Ankara, 2006, s. 5, (Çevrimiçi) <http://www.tcmb.gov.tr/yeni/evds/yayin/kitaplar/tcmbbilancokitabi.pdf>, 25 Eylül 2010.

⁹⁵ TCMB Bilançosu, **Açıklamalar, Rasyolar ve Para Politikası Yansımaları**, Ankara, 2006, ss. 12-13, (Çevrimiçi) <http://www.tcmb.gov.tr/yeni/evds/yayin/kitaplar/tcmbbilancokitabi.pdf>, 25 Eylül 2010.

yüksek nominal faizlerin çok altında kalması sağlanır; Bu şekilde dış sermayenin reel getirisi de yükselmektedir. Aynı zamanda reel faizlerin yükselmesine neden olan bu artışlar sonucu *faiz arbitrajı* fon artışının da kaynağı olur. Makro dengelerin bozulmasına yol açan spekülasyon girişimleri, aynı zamanda kamu ve özel nitelikli borç senetlerine yönelik dış fon akışlarını da artırmaktadır. Çünkü bu fonların getirisi de beklenti dışı bir düzeyde yüksek getiriler sağlamaya başlar. Böylelikle bu şekilde bir kaynak arayışına yönelmiş bulunan GOÜ'lerdeki kamu maliyesi ve özel girişimler bir borç sarmalı içerisine girmeye başlamış olmaktadır. Bunun sonucunda ülke parasının da değerlendirilmesiyle ithal mallarının ucuzlaması ve ihracat mallarının da artan yabancı paraya dayalı olarak rekabet gücünü kaybetmesiyle dış ticaret farkları daha da artmaktadır. Bu da cari işlemler açığının artmasına ve ilgili ülke parasının devalüe edilmesine kadar gitmekte ve ekonomik krizler kaçınılmaz olmaktadır. Kısa vadeli dış borçların artması yanında, döviz rezerviyle ödeme gücünün de azalması, uluslararası kredi derecelendirme ve reyting kuruluşlarının o ülke için kredi ve borç verilebilme güvenilirliğinin negatife dönüştürülme uygulamalarına yol açması da kriz etkisi oluşturmaktadır. Böylece aşağı yönlü bir hareketle yerel para biriminden kaçış ve dövizle yöneliş sonucu yurt dışına sermaye çıkışı, reel ekonomide ortaya çıkan devalüasyonla birlikte yüksek faiz artışlarına gidilmesine yol açmaktadır.⁹⁶

Spekülasyon, ekonomik bir varlığın fiyatı hakkında düşüş ve artışa yönelik tahminler doğrultusunda alınıp satılarak kâr edilmesi eylemidir. Bir başka ifadeyle spekülasyon, *fiyat-faiz-döviz kuru değişimi* beklentisiyle kâr sağlamaktır.⁹⁷ Sermaye piyasasına yönelik hareketlerin ya hisse senetleri fiyatları üzerinde oynamaya, ya faiz hadlerinin reel anlamda yüksekliğinin cazibesine kapılıp bono ve tahvillere gelişi, ya da *özelleştirme sendromu*'na kapılan ülkelerdeki kamu şirketlerine ortak olmak veya tümünü ele geçirmek üzere hisselerini satın alması; -aynı durum özel şirketler için de geçerlidir- işlemleri sonucu yabancı şirket, çoğunluk hisselerini ele geçirirse dolaysız yatırım söz konusu olmaktadır.⁹⁸

⁹⁶ Gülten Kazgan, **Küreselleşme ve Ulus Devlet- Yeni Ekonomik Düzen**, 3. Baskı, İstanbul, Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2002, ss. 189-190.

⁹⁷ İdris Akkuzu, **"Sıcak Para", Ekonomik Kurumlar ve Kavramlar Sözlüğü**, Ankara, Maki Basın Yayın, 2008, s. 1032.

⁹⁸ Gülten Kazgan, **Tanzimat'tan 21. Yüzyıla Türkiye Ekonomisi "Birinci Küreselleşmeden İkinci Küreselleşmeye"**, 3. Baskı, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2006, ss. 172.

Arbitraj, iki malın ya da finansal varlığın aynı anda alınıp satılmasına dayanan işlemlerle kâr elde edilmesidir. Farklı yatırım araçları arasında yer ve zaman farkından oluşan getiri farklarından yararlanılarak arbitraj faaliyetleri gerçekleştirilir. En yaygın arbitraj türü, iki ülkedeki faiz farklarından kâr elde etmektir. Bu farktan yararlanma işlemi, değişik para birimleri arasında değişim yani döviz işlemi gerektirdiğinden buna “faiz-kur arbitrajı” da denilmektedir.⁹⁹ Arbitraj işlemi, döviz karşılığında farklı bir dövizin alınıp satılması işlemidir. Bu işlem sonucunda alınan ya da satılan bu dövizlerin karşılıklarının farkına göre kâr ya da zarar gerçekleşir.¹⁰⁰ İçerideki bankalar, şirketler, KİT’ler de faiz arbitrajının kârlı gözüktüğü durumlarda, dışarıdan borçlanma yoluyla kısa vadeli sermaye girişlerini teşvik edebiliyor; dış piyasalarda para ve sermaye piyasalarında yatırım yapabiliyor.¹⁰¹ Açıktır ki, her ne kadar sermaye giriş ve çıkışlarını uyarayan reel faiz hadleri farkları “faiz arbitrajı” diye tanımlanıyorsa da spekülative bir öge olarak burada beklentilere içerilmiştir. Devalüasyon, bazen de revalüasyon beklentilerinin ortaya çıkardığı belirsizlikler ve tahminlerin işe karışıyor olmasıyla, olağan faiz arbitrajı dışında kalan spekülative bir ögenin varlığını gündeme getirir.¹⁰²

1.4.1.6.2.3. Döviz, Faiz, Enflasyon Etkileşimi

Mali piyasalarda fiyatlar, piyasa üzerinde etki doğuracak tüm bilgileri yansıtma eğilimindedir. Buna göre, piyasa faizleri de beklenen enflasyon oranını içerir. Faiz oranı ile enflasyon arasındaki ilişkiler, Amerikalı iktisatçı Irvin Fisher tarafından yapılan öncü çalışmalar dolayısıyla Fisher Etkisi veya Fisher Paritesi olarak bilinmektedir. Fisher etkisi aslında bir arbitraj örneği sağlar ve bu arbitraj aynı ekonomi içinde reel varlıklarla nominal varlıklar arasındadır. Fisher etkisinin ifade ettiği arbitraj şöyledir; “Beklenen enflasyon oranının yüksek olduğu, fakat faiz getirilerine (nominal) tam olarak yansıtılmadığı durumlarda kişiler mali varlıklardan çıkıp fiziki mallara (altın, gümüş) yönelirler, başka bir deyişle, parasal varlıklarıyla fiziki mallar satın alır stok yaparlar. Tersine, beklenen enflasyon oranının düşük

⁹⁹ Selim Somçağ, **Türkiye’nin Ekonomik Krizi, Oluşumu ve Çıkış Yolları**, İstanbul, 2006 Yayınevi, 2007, s. 28.

¹⁰⁰ TCMB Bilançosu Açıklamalar, Rasyolar ve Para Politikası Yansımaları, Ankara, 2006, s. 116, (Çevrimiçi) <http://www.tcmb.gov.tr>, 25 Eylül 2010.

¹⁰¹ Kazgan, Tanzimattan 21. Yüzyıla..., a.g.e., s. 172.

¹⁰² A.e., s. 175.

olduğu ve bu düşüşün faizlere yansımadağı durumlarda ise mali varlıklara yatırım tercih edilir ve böylece de mal stoku yaparak erişilecek olandan daha yüksek getiriler elde edilir. Fisher etkisinin geçerli olduğı durumda mali varlıklar getirisi tam olarak beklenen enflasyon oranını yansıtır ve böylece reel getiriyi artırma imkânı kalmaz.¹⁰³

1.4.2. Siyasi Faktörler

Yabancı yatırımcılar, diğler ülkelerde yatırım yapmak istediklerinde bu ülkelerin öncelikle risk içermeyen ülkeler olmalarını ve kendi varlıklarının sürekliliğı açısından güven bunalımı yaşamak istemedikleri ülkeler olmalarını göz önünde tutmaktadırlar. UDY'lerde bulunacak olan ÇUŞ'ler, bu güvencenin ayrıca bir takım uluslararası kuruluşlarca kendilerine sağlanmış olması koşulu ile de yatırım politikalarını belirlemek istemektedirler. Bu noktada ev sahibi ülke yönetimlerinin yoğun istek ve çabaları yeterli görülmemekte, AB, Dünya Bankası, OECD, UNCTAD ve diğler küresel oluşumların ortaya koyduğu ekonomik ve siyasi kriterlere uygunluk koşullarının sağlanmış olması üzerinde de hassasiyetle durulmaktadır. GOÜ'ler açısından öncelikli hedef, uluslararası boyutlarda ele alınan uyum politikaları doğrultusunda iç hukuk sistemlerinde de global standartlara uygun değışiklikler yapılmaya çalışılmaktadır.

Dünya ticaretinin serbestleşmesi ve artırılması yönünde çalışmalar yapan OECD ve BM, konu ile ilgili yoğun bir çaba içerisinde. Ekonomik ve siyasi bütünleşmeyi hedef alan AB de üye ülkeler arasındaki sorunları OECD modelini esas alarak gidermeye çalışmaktadır.¹⁰⁴ OECD'nin kuruluş amacı zaten bu bağlamda serbest piyasa ekonomisi koşullarının sağlanmış olması, demokrasiye gönül vermiş, kurum ve kuruluşların demokratik teamüller doğrultusunda oluşmuş olması özelliklerini dikkate almaktadır. Bununla birlikte OECD'nin kuruluş amaçları arasında, üye ülkelerdeki yüksek büyüme ve kalkınma oranlarıyla ekonomik gelişmenin istenen seviyeye çıkarılması, milli gelirin artırılarak halkın yaşam seviyesinin yükseltilmesi, uluslararası ekonomik ilişkilerin geliştirilmesi ve yatırımların koordine edilmesi gibi birçok amaç bulunmaktadır.

¹⁰³ Seyidoğlu, 2009, **a.g.e.**, ss. 114-115.

¹⁰⁴ Selda Aydın, "Küreselleşme ve Vergisel Boyutu", İstanbul, **Yaklaşım Dergisi Yıl 9, Sayı. 100**, s. 141, Temmuz 2001.

Ulus-devletin gücünün aşındırılması iki boyutta incelenebilir. Bunlardan *birincisi* ulus-devletin ekonomik düzlemdeki yerini daha çok ulus-üstü kurumlara devretmesidir. Burada küresel çaplı kuruluşların aldığı kararlar etkili olmaktadır. Çoğunlukla bölgesel işbirliği anlaşmalarına dayalı olduğu bilinen bu kararların aynı zamanda ulus devletinin karar alma, uygulama ve denetleme gücünü aşındıran bir işlevi olduğu görülmektedir. Ulus-devletin gücünün aşındırılması sürecinin *ikinci boyutu* ise yerel yönetimlerin giderek güçlendirilmesidir. Yerel yönetimlerin giderek güçlenmesi, bir diğer ifadeyle merkezi devletin yetki, sorumluluk ve imkânlarının kendi içindeki alt birimlere devredilmesi yoluyla merkezi devlete olan bağılıklar azalmıştır. Bu şekilde, ulus devletinin gücünün tepeden ve tabandan aşındırılması sağlanarak ulus-devletin sadece bir ara-örgüt haline dönüşmesi süreci başlamıştır. Küresel boyuttaki bu tarz bir yeniden yapılandırmadaki amaç; Mal, hizmet ve sermaye için küresel pazar kurulurken, yerel yönetimlerin doğrudan doğruya bu pazarla ilişki kurmasının sağlanabilmesidir. Böylelikle ulus-devlet; ulus-pazar, ulusal sermaye ve emeğe yönelik ekonomik işlevleri, yetki ve sorumlulukları açısından en aza indirgenmiş bir örgüt haline gelecektir. Ulus-devletin geçmişte ulus-pazarı ve emeği koruma, yerel girişimciye öncelik verme, ekonomiyi yerel ihtiyaçları karşılama yolunda güçlendirme gibi işlevleri sona erecek; uluslararası sermaye hiçbir dirençle karşılaşmadan dilediği gibi küresel pazara ulaşabilecektir. Küçük boyuttaki yerel yönetimlerin güçlü uluslararası sermayenin baskısına direnmesi çok zordur. Böylece şirketler büyürken küçük çaplı yerel yönetimler bu küresel şirketlere bağlı hale geleceklerdir.¹⁰⁵

Uluslararası ticaret geliştikçe ÇUŞ'lerin kazanç ve sermayeleri de önem kazanmaya başlamıştır. Küresel oluşumların etkisi arttıkça uluslararası işletmelerdeki örtülü kazanç ve örtülü sermaye konusu önem taşımaya başlamaktadır. Tüm bu gelişmeler ve bu değişim doğrultusunda uluslararası kuruluşların taleplerine uygun bir şekilde iç hukukta da değişiklikler gerçekleştirilmektedir.

¹⁰⁵ Kazgan, Tanzimattan 21. Yüzyıla, **a.g.e.**, ss. 34-35.

1.4.2.1. Yasal Mevzuatlar

Türkiye’de 17.06.2003 tarihinde Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren 4875 sayılı “DYY’ler Kanunu” ile “Yabancı Yatırımcı” ve “DYY” tanımları yeniden yapılmıştır. 4875 sayılı DYY’ler; yabancı ülkelerin vatandaşlığına sahip olan gerçek kişiler ile yurt dışında ikamet eden Türk vatandaşlarının yanı sıra, yabancı ülkelerin kanunlarına göre tüzel kişiler ve uluslararası kuruluşlar yabancı yatırımcılar olarak tanımlanmaktadır.¹⁰⁶

Madde-2/b bendine göre;

b) Doğrudan Yabancı Yatırım: Yabancı yatırımcı tarafından,

1) Yurt dışından getirilen;

- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankasınca alım satımı yapılan konvertibl para şeklinde nakit sermaye,
- Şirket menkul kıymetleri (Devlet tahvilleri hariç),
- Makine ve teçhizat,
- Sinaî ve fikrî mülkiyet hakları,

2) Yurt içinden sağlanan;

- Yeniden yatırımda kullanılan kâr, hâsılat, para alacağı veya malî değeri olan yatırımla ilgili diğer haklar,
- Tabiat kaynaklarının aranması ve çıkarılmasına ilişkin haklar, gibi ekonomik kıymetler aracılığıyla;
- Yeni şirket kurmayı veya yeni şube açmayı, Menkul kıymet borsaları dışında hisse edinimi ya da menkul kıymetler borsalarından en az % 10 hisse oranı ya da aynı oranda oy hakkı sağlayan edinimler yoluyla mevcut bir şirkete ortak olmak olarak ifade edilmektedir.¹⁰⁷

Yabancı yatırımlarla ilgili iç hukukta yer alan yasaların yanı sıra uluslararası hukukta da bu konuda bazı düzenlemeler yapılmıştır. Ancak sorunun sadece yasal düzenlemelerle giderilmesi ile yetinilmemekte, uluslararası kuruluşların bu konuda

¹⁰⁶ T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı, “Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu”, Yabancı Sermaye Raporu, Ankara, 2005, s. 1.

¹⁰⁷ TC. Resmi Gazete, “Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu”, Sayı:25141. Madde 2/b Resmi Gazete, 17.06.2003,

yetkilendirilmiş kurulları da zaman zaman ortaya çıkan anlaşmazlıklarda arabuluculuk yönünde girişimlerde bulunmaktadırlar.

Bu kurumlardan biri de “Dünya Bankası Sınır Ötesi Yatırım Grubu”dur. Dünya Bankasının yeni bir yatırım düzenleme girişimi olan “Sınır Ötesi Yatırım grubu”, Dünyada UDY’leri etkileyen ülke ekonomilerinde ve sektörlerdeki nicel göstergeler sunar. Bu girişim grubu, kanun ve tüzüklerdeki düzenlemeler ve uygulamaları karşılaştırarak, işletmelerin yatırımlarla ilgili karşılaştığı erişim, arsa, sanayi ve ticari anlaşmazlıklarda arabuluculuk işlevi de görmektedir.¹⁰⁸

1.4.2.2. Yönetim Biçimleri

Bir ülkede uygulanan siyasal sistem, ekonomik yapının belirlenmesi ve maliye politikalarının oluşumu üzerinde doğrudan belirleyici olmaktadır. Demokratik yönetim sistemlerinin varlığı ve buna bağlı olarak serbest piyasa ekonomisiyle birlikte korumacılığın boyutları, uluslararası sermaye akımlarından özellikle doğrudan yatırımlar üzerinde etkili olmaktadır.

GOÜ’lerde siyasî otoriteler, yabancı yatırımcılar açısından cazip görülebilecek bölgesel ve sektörel birtakım teşvikler ya da muafiyetler uygulayarak ülkelerine UDY girişi sağlamaya çalışmaktadırlar. Uygulanan bu politikalar yabancı sermaye yatırımlarında artışa yol açtığı gibi gelişmesini ve yaygınlaşmasını da sağlamaktadır. GOÜ’lerde, ekonomik öncelikler göz önünde bulundurularak, yabancı sermayeyi cezbedecek radikal kararlar yanında hukuksal alanda da AB kriterleri doğrultusunda değişikliklere gidilerek yasal mevzuattan kaynaklanan kısıtlamalar yabancı yatırımcılar lehine kaldırılmaktadır. Bununla birlikte gelişmekte olan çoğu ülke tarafından farklı ve cazip teşviklerle davet edilmeye çalışılan yabancı sermaye kuruluşlarına, sınırsız serbest dolaşımının yanında farklı imtiyazlar, ayrıcalıklar ve teşvikler de sunulmaktadır.

Bu imtiyaz ve ayrıcalıkların, rekabet avantajını ve üstünlüğünü yabancı yatırımcılar lehine artıracığı ve bunun yerli yatırımcıların aleyhine olacağı yanında, GOÜ’lerin ekonomik çıkarlarını ve millî politikalarını zedeleyeceği doğrultusunda görüş ve eleştiriler de söz konusu edilmektedir.

¹⁰⁸ The World Bank, **Investing Across Borders 2010**, s. 198, (çevrimiçi) <http://iab.worldbank.org/~media/FPDKM/IAB/Documents/IAB-report>, 29 Mayıs 2011.

1.4.2.3. Küresel Yapılanmanın Etkileri

Küresel yapılanmanın etkisi altında bulunan birçok uluslararası kuruluşun politikaları arasında, dünya devletlerinin demokrasi kültürünü benimsemiş olması ve insan hak ve özgürlükleri söz konusu edilirken, devletlerarası ilişkilerde demokrasi dışı ya da karşıtı uygulamalar her nedense pek dikkate alınmamaktadır. ABD ve Batılı ülkelerin siyasi ve dış politika hedeflerinde genellikle çıkar ilişkilerinin bulunduğu gözlenmektedir. Birçok Afrika, Orta Doğu ve Asya ülkesinde demokrasi dışı uygulamaların süregelmesinde de GÜ politikalarının etkili olduğuna dair izlenimler söz konusudur.

GÜ'ler ve bu ülkelerin küresel aktörleri konumundaki ÇUŞ'ler, üçüncü dünya ülkelerindeki çıkarlarını göz önünde bulundurarak, gerekli gördüklerinde bu ülkelerde tam donanımlı ve güçlü lider ve diktatörlerin varlığını da arzu edebilmektedirler. Çünkü genellikle AGÜ'lerde ya da ekonomik açıdan büyüme görülen ancak, sosyo-ekonomik açıdan kalkınma sağlayamayan bazı üçüncü dünya ülkelerinde devlet, tüm sosyal ve ekonomik faaliyetlerin merkezi halindedir ve endüstrileşme devlet tarafından gerçekleştirilmektedir. NICs'de, devlet, bankacılık sistemi, kamu harcamaları, yatırımlar ve iş piyasasını denetleyen kurumlarla ekonominin "mükemmel yükselişi"ni bu liderler ele geçirmiş durumdadırlar. Dolayısıyla bu ülkelerde devlet, aynı zamanda yabancı sermaye tarafından cazip görülen iklim ve alt yapıyı sağlama çabası içerisinde. Bu spesifik olarak özellikle ihracat odaklı sanayileşme için uygun görünen bir Robber-Baron girişimi ve merkezi planlama birliğinin de bir türüdür.¹⁰⁹

1.4.3. Fiziksel Çevre Faktörleri

Fiziksel çevre faktörlerini içsel ve dışsal çevre faktörleri olarak iki başlık altında inceleyebiliriz. Dışsal olanlar genellikle müdahale edilemeyen ve kendiliğinden ortaya çıkan coğrafi koşullara bağlı ortaya çıkan iklim koşulları, arazi yapısı gibi tabii koşullar olarak değerlendirilmektedir. İçsel olan çevre faktörleri ise işgücü, sermaye, müteşebbis gibi ekonomik faktörler içerisinde finansman, üretim, istihdam ve piyasa yapılarını kapsamaktadır.

¹⁰⁹ Delican, **a.g.m.**, s. 352.

1.4.3.1. Fiziksel Çevre ve Pozitif Dışsallık

Fiziksel çevre faktörlerini dışsallık açısından ele aldığımızda kendiliğinden olarak da değerlendirilen coğrafi koşullara pek fazla müdahale edilebilmesi söz konusu olmasa dahi etkilerinin ortaya çıkaracağı zararlar açısından birtakım önlemlerin alınması söz konusu olabilmektedir. Örneğin bir bölgede belki de yağmurun yağdırılması ya da önlenmesi söz konusu olmayabilir ancak, ormanların korunarak bölgenin yağmur alması ya da yağmurların tabiat felaketlerine yol açması engellenebilir. Buna bağlı olarak alt yapı yatırımlarının ve çalışmalarının yapılmış olması çevrede oluşabilecek zararlı etkilerin ortaya çıkmaması üzerinde etkili olabilmektedir.

Dışsal etkiler her ne kadar işletmelerin doğrudan kendilerinin etkisiyle olmasa da kendi dışında ortaya çıkan faktörlerdir. Bu faktörlerin maliyetler üzerinde öncelikle büyük etkisi bulunmaktadır. Lojistik faaliyetlerin yerleşim ve üretim faaliyetlerinin aksamasına meydan vermeyecek şekilde dizayn edilmiş olması da genel olarak yabancı işletmeler açısından dikkate alınmaktadır.

Ayrıca turizm yatırımları da pozitif dışsallık etkisi ortaya koyan önemli bir sektör olarak değerlendirilmektedir. Turizm, bir ülkenin diğer ülke vatandaşlarınca dünya genelinde tanınması açısından büyük önem taşımaktadır. Yabancı yatırımcıların turizm yatırımlarına yönelmeleri, aynı zamanda kendi ülkelerinde yaşayan insanların tercihlerinin biliniyor olması, yabancı ajanslarla ortak noktalarının bulunması, tur organizasyonları ile ilişkilerin geliştirilmesi, taşımacılık ve ulaşım alanlarındaki gelişmeler üzerinde de etkili olmaktadır.

Turizmi Teşvik Kanunu, teşvik belgesi, Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunu, Vergi Kanunlarında Turizm Teşvik Tedbirleri ile Seyahat Acenteleri ve Seyahat Acenteleri Birliği Kanunu gibi mevzuatın çıkarılması sonucu turizm yatırımlarında görülen yüksek artışlar,¹¹⁰ aynı zamanda bir ülkeye turistik amaçlarla giren yabancı ülke vatandaşlarının kendilerini daha rahat ve güvende hissetme psikolojisi açısından da etkili olmaktadır. Bu artışlar turizm yatırımlarının daha da gelişmesine, dolayısıyla diğer bazı sektörlerin de harekete geçmesine katkı sağlamakta ve adeta

¹¹⁰ Mithat Z. Dinçer, **Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm**, İstanbul, Filiz Kitabevi, 1993, s. 118.

çarpan etkisi sağlamakta ve bu hareketlilik piyasa açısından sürükleyici etkiler ortaya çıkarmaktadır. Tüm bu gelişmelerin pozitif dışsallık açısından sağlanan bir gelişme olarak ele alınması gerekir.

1.4.3.2. Fiziksel Çevre ve Negatif Dışsallık

GOÜ'lerin sermaye birikimi oluşumunda yetersiz tasarruf ve birikimler nedeniyle UDY'lere duyulan gereksinim, bu ülkelere yönelen sermaye üzerinde yeterli derecede kontrol ve denetimin sağlanmasına imkân tanımamaktadır. Yabancı sermayeyi ürkütmemek, yatırım tercihlerinde diğer ülkelere yönelmelerine yol açacak baskı ve yaptırımlardan kaçınma politikalarının da etkisiyle özellikle kirliliğe ve tahribata yol açan bazı sektörlerde kontrolsüz üretim ve dağıtım faaliyetleri söz konusu olmakta ve bu da bir takım çevre felaketlerinin ortaya çıkmasında birer etken olmaktadır. Bu etkiler toprak, su ve hava kirliliği olarak ortaya çıkmakla birlikte, ülkede bulunan kaynakların kullanımının sürdürülebilirlik ve yenilenebilirlik prensiplerine uyulmadan sorumsuzca tüketilmesine kadar gidebilmektedir. Ancak, tahribat ve kontrolsüz üretimin bütünüyle yabancı sermayeden kaynaklanmadığı ve yerli işletmelerin de bu kapsam dışına çıkarılamayacağı gerçeğinin de göz ardı edilmemesi gerekmektedir.

ÇUŞ'ler açısından bakıldığında pozitif ancak yatırımın gerçekleştiği GOÜ'ler açısından ele alındığında ise negatif etkileri görülen bir diğer dışsallık türü de soğuk savaş sonrası ortaya çıkan dışsallıktır.

Büyük ve güçlü Batı devletlerinin büyük şirketleri, arkalarındaki devletlerin yollarını açması ile “dışsallıklar sağlamaktadırlar”. Soğuk savaş sonrasında Amerikan ve Amerikan bağlantılı büyük şirketlerin Kazakistan'daki iş bağlantıları, ABD'nin desteği ile olmuştur. Büyük devletlerin bölge politikaları ve stratejik anlaşmaları, büyük şirketlerin açılan yoldan daha rahat yürümelerini, “yani dışsal yararlar sağlamalarına” imkân vermektedir.¹¹¹

Çevresel negatif etkiler bazen ülke sınırlarının tamamen dışından kaynaklanabilmekte ve birçok ülkede çevre felaketlerine yol açabilmektedir. Bu nedenle son yıllarda BM ve küresel diğer bir takım örgütlenmeler bu konuda tüm

¹¹¹ Manisalı, a.g.e., s. 163.

dünyada uygulanabilirliği sağlanmaya çalışılan yaptırımlar ve arayışlar içerisinde girmektedirler.

1.4.4. Teknolojik Faktörler

Teknoloji, ekonomik ve sosyal gelişmenin motoru sayılabilir, bu açıdan GOÜ'lerde yeni teknoloji üretmek amacıyla yapılacak Ar-Ge çalışmaları büyük öneme sahiptir. Ancak ülkelerin buna ayırabilecek kaynaklarının sınırlı olması GÜ'lerde üretilen teknoloji transferini zorunlu kılmaktadır. Özellikle Türkiye benzeri dışa dönük ekonomi politikaları izleyen ülkeler açısından, dış pazarlarda rekabet gereği sanayi kesiminde en ileri teknolojinin seçimi zorunlu hale gelmektedir. Aksi halde diğer ülkelerin sınaî ürünleri ile rekabet edebilecek kalite ve fiyatta bir üretim gerçekleştirilememektedir. Bu noktada yabancı sermaye yatırımları ile teknoloji transferi, en iyi ve yaygın yol olarak karşımıza çıkmaktadır. Çok geniş Ar-Ge imkânlarına sahip olan yabancı yatırımcılar, tabii olarak maliyetleri en aza indirerek kârlılıklarını arttırmak ve diğer firmalara karşı oligopolistik avantaja sahip olmak amacıyla geliştirdiği teknolojiyi de beraberinde getirecektir. Yabancı yatırım şirketleri her ne kadar ana merkezlerine oranla teknoloji transferlerinde en son teknolojiyi getirmeseler de, geldikleri ülkede teknolojiye önemli bir boyut kazandırmaktadırlar. Küresel piyasalarda artan rekabet, teknoloji yoğun ürünler ve yeniliğine ihtiyaç duyulan üretim işletmelerini doğurmaktadır. Bu pazar rekabeti içerisinde şirketlerin ayakta kalabilmeleri için teknoloji tabanlı işletmelere sahip olmaları zaruridir.¹¹²

Teknoloji ihracı ya da teknoloji transferi gelişmiş sanayi ülkeleri açısından da zorunluluk taşıma özelliğine sahiptir. Dolayısıyla teknoloji transferi amaç olmaktan çıkmakta ve GÜ ekonomilerinin dinamizmi ve işleyişinin bir gerekliliği olma özelliğine bürünmektedir. Bu ülkelerde sürekli bir gelişme ve yenilenme özelliği taşıyan teknolojik gelişmelere, nitelik açısından bilginin teknolojiye dönüşümü de sağlanarak sermaye birikimi sağlanmasında etkili olmaktadır.

¹¹² Yesim Çilesiz ve Okan Mısırlı, **Türkiye'de Yabancı Sermaye; Kârlılık, Yoğunluk ve Teknoloji, "500 Büyük Sanayi Kuruluşu Çerçevesinde İnceleme-Dünyada ve Türkiye'de Yabancı Sermaye Yatırımları ve Beklentiler"**, İstanbul, YASED Yayınları, 1998, s. 6.

Ancak, sermayenin uluslararası özelliğe bürünmesiyle birlikte teknolojik bağımlılık daha farklı bir noktaya gelmektedir. Bir yandan teknolojinin üretilmesi, diğer yandan teknoloji transferinin sermaye hareketiyle birlikte gerçekleşmesi, teknoloji için daha geniş bir tanımlama yapmanın gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır.

Böylece teknolojiye olan bağımlılık, GOÜ'lerin sorunu olmakla birlikte aynı zamanda üretilen veya yenilenen teknolojinin sermaye hareketiyle diğer ülkelere transferiyle GÜ'leri de kapsayacak şekilde daha geniş bir anlam taşımaktadır.

1.4.4.1. Teknolojik Gelişmeler ve Ar-Ge

UDY'lerin, GOÜ'lere yönelik sermaye transferi ile birlikte teknoloji transferini de gerçekleştirdikleri görülmektedir. Ancak teknoloji transferinin yapıldığı bölgelerde işgücünün yapısına göre emek ya da sermaye yoğun teknolojiler doğrultusunda eşzamanlı planlamalar da yapılmaktadır. Yatırımlar çoğunlukla ÇUŞ'ler tarafından gerçekleştirilmekte olup diğer ülkelerde yenilenen teknolojiler dolayısıyla atıl durumda kalan eski teknolojiler bir şekilde yeni yatırım bölgelerinde kullanılmak durumundadır. İlgili Ülke tarafından bunun tercih edilmeyen bir durum olması yabancı yatırımcılar açısından önem taşımamaktadır.

Hem ayrıca yeni teknolojilerin üretilmiş olması transferi için yeterli değildir. Teknoloji transferi yapılacak ülkelerin, teknolojiye adaptasyon hızı, eğitim seviyesi, çalışanların teknik kapasitesi, mevcut alt yapılar, finans ve ticaret sistemleri önemli rol oynamakta ve transferlerde etkili olmaktadır. Bu durum sonucunda özetle söylemek gerekirse her teknoloji her ülke için çözüm sağlayamayabilmektedir.¹¹³

Avrupa Birliği komisyon çalışmalarına göre teknoloji transferinin gerçekleşmesi dört farklı noktadan ele alınmaktadır. Bu noktalar;

- Fiziksel objeler ve ekipmanlar (Technoware),
- İnsan kaynağı, yetenekler ve öğrenme (Humanware),
- Tasarım, taslak gibi bilgi tabanları (Infoware) ,
- Üretilen teknolojinin kullanımını sağlayan bağlantılar (Orgaware).

¹¹³ İlker Atalay, "Teknoloji Transferi Nedir, Nasıl Yapılır." 12 Mart 2003, s. 1, (Çevrimiçi) <http://www.ilkeratalay.com/articles/teknolojitransferi.php>, (Avrupa Birliği Komisyonu Ref:032/03-Final Çalışması), 28 Ocak 2011.

1.4.4.2. Teknik Altyapı (Ulaşım ve Haberleşme)

Uluslararası gelişmişlik düzeyleri bakımından GÜ'lerin ekonomik büyümesinin arkasındaki faktörler; İşgücü, sermaye ve tabii kaynaklarla birlikte, yenilenen teknolojiler ve teknik altyapıda sağlanan ilerlemeler olarak görülmektedir.

GOÜ'lerin bilimsel ve teknik altyapılarında gerçekleştirdikleri gelişmeler, uluslararası yatırımcıların tercihlerini bu ülkelerden yana kullanmaları konusunda büyük bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Telefon ve diğer haberleşme araçlarının yanı sıra data hatlarının uluslararası düzeyde geliştirilerek hız ve yük donanımlarının sağlanması da büyük bir etkiye sahiptir. Ulaşım ve nakliye kanallarıyla, yurtiçi ve yurtdışı ana artellere bağlantı sağlanmış olması da dikkate alınan önemli faktörler olarak ortaya çıkmaktadır.

1.4.4.3. Dijital Yenilikler

Son yıllarda özellikle dijital alanlarda gerçekleştirilen yeniliklerle dijital teknoloji ve bilgi sisteminin genel olarak farklı sektörlerde gelişmeler sağlanması yanında, özellikle ekonomik alanda başarının anahtarı konumuna geldiği de görülmektedir. İletişim alanlarını kapsayacak şekilde geniş bir alanda etkili olan bu durum uluslararası literatürde, “üçüncü sanayi devrimi” olarak da adlandırılmaktadır.

Uluslararası düzeyde dijital alanda sağlanan yenilikler aynı zamanda bilgi teknolojileri gelişimini de büyük ölçüde etkilemektedir. Gerek bilgi gerekse üretim teknolojilerinde GOÜ'lere gerçekleşen teknoloji transferiyle birlikte bu teknolojiyi uygulamaya koyacak insan faktörünün de göz ardı edilmemesi gerekir. Teknolojiyi elde etmek, teknolojiye sahip olmak, teknolojik kapasitede ilerlemeler sağlamak ne kadar önemliyse, teknolojiyi kullanabilmek ve yenilenen teknolojinin üretim faktörlerine uygulanabilirliğini sağlamak da bir o kadar önemlidir. Gelişmiş teknolojilerin ürün geliştirme ve üretim safhasında uygulanabilirliği açısından yetişmiş insan gücüne sahip olmanın ve bu gücün, teknolojik faktörü verimli bir şekilde kullanabilmesi üzerinde önemle durulması gerekmektedir.

Özellikle iletişim teknolojileri alanında sağlanan gelişmeler dünyanın bir köşesindeki ekonomik hareketliliğin bir başka köşesinde anında hissedilip tepkilerin ortaya çıkması üzerinde etkili olmaktadır. İnternet kullanımının yaygınlaşması, uydu

üzerinden saniyelik zaman dilimlerinde gerçekleşen haberleşmeler, dışa kapalı ya da dünyadaki ekonomik gelişmelerin dışında kalınmasını imkânsız kılmaktadır. Sanal ortamda gerçekleşen bir takım spekülâtif haberleşmelerde dahi, bir ülke ya da bölge ekonomisinin her an için kırılğan bir yapı sergilemesi kaçınılmaz hale gelebilmektedir. Küresel yapılanma içerisinde süper ekonomik güce sahip olan GÜ'lerin global örgütlenmeler, kurum ve kuruluşlar üzerindeki gözle görülür etkileri zaman zaman dünyanın değişik bölgelerinde bulunan GOÜ'lerin ekonomileri üzerinde yıkıcı tahribatlara yol açarak bölgesel ya da küresel krizlere yol açabilmektedir. Son 20 yıllık dönem içerisinde Rusya, Arjantin, Meksika, bazı Asya ülkeleri, Hindistan, Türkiye, Yunanistan, Portekiz, İzlanda ve diğer bazı ülkelerde yaşanan ekonomik krizler söz konusu olmakla birlikte, 2008 yılının sonlarından başlayarak günümüze kadar etkileri devam eden ABD ve AB gibi GÜ'leri de içine alan küresel krizler dünya ekonomik yapılanmasını yeniden şekillendirmektedir. Ayrıca ortaya çıkan ekonomik krizlerle ilgili uluslararası sermaye hareketlerinin ve dolayısıyla ÇUŞ'lerin ve küresel yapılanmaların etkide bulunduğu da bir gerçektir.

1.5. ULUSLARARASI DOĞRUDAN YATIRIMLARIN EKONOMİK GELİŞMELER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

ÇUŞ'ler, GÜ ekonomilerindeki büyüme oranında ortaya çıkan durağanlık sonrası yönünü büyümeye elverişli ekonomiler olarak gördükleri GOÜ'lere çevirmişlerdir. UDY tercihlerinin, GOÜ'lerden yana belirlenmesindeki temel etken; Bu ülke ekonomilerindeki yüksek büyüme oranı beklentilerinin, ekonomide yer alan aktörlere de yansması ve bu büyümeden pay alınması amacına dayanmaktadır.

GOÜ ekonomileri açısından dikkate alınan temel amaç ise, bu ülkelerde tasarrufların yetersiz oluşu ve tasarruf alışkanlıklarının yatırıma yönelik değerlendirilememesi sonucu sermaye birikimi sağlanamaması ve bu açığın UDY'lerle karşılanma gereğine dayanmaktadır. Bu ülkelerde UDY girişiyle sağlanan ekonomik büyüme ve kalkınma, aynı zamanda global rekabet gücü elde etmek açısından da önem taşımaktadır.

UDY'lerin büyüme üzerindeki etkileri, diğer etkenlerden bağımsız bir şekilde düşünülmemelidir. Aynı zamanda ulusal ekonomi politikalarının doğru bir

şekilde uygulanabilirliğinin sağlanması da büyüme etkisi oluşturabilmektedir. Yabancı yatırımlar her ne kadar büyüme etkili dış kaynaklar olarak görülseler de negatif etkide buldukları da tartışılmaktadır. Yabancı sermayeyi ulusal ekonomi çıkarına hareket etmeye yöneltebilecek etkenler, uzun vadeli yatırım politikalarına dayandırılmaktadır. Aksi halde bu işletmelerin asıl amacı tabii olarak diğer işletmeler gibi en yüksek kâr'ı sağlamak ve transfer etmek politikasından öteye geçmemektedir.

1.5.1. Sermaye Birikimi Sağlanması

Dünya nüfusunun üçte ikisinin sayısız sosyal ve ekonomik zorluklar içerisinde, insanlıkla bağdaşmayan ağır yaşam koşullarının hüküm sürdüğü geri kalmış ülkelerde kalkınmanın önündeki en büyük engel, sermaye birikiminin yetersizliği olarak görülmektedir. Fiziksel sermaye, kalkınmada yeni iş imkânları sağlamakta yaşamsal öneme sahip olmakla birlikte daha da önemlisi fiziksel ve beşeri sermayenin iç içe işleyişi, kalkınma ve büyümenin temel girdisi olarak görülmektedir.¹¹⁴

UDY'ler, sermaye birikimi ile ekonomik büyüme üzerinde pozitif katkı sağlamakla kalmayıp, bu ülkelerde bağımsız hareket ederek serbest piyasa ekonomisi koşullarının sağlanmasına yönelik liberalizasyon politikalarının uygulanabilirliğini de dikkate almaktadırlar. GOÜ'lerde doğrudan yatırımlarla birlikte üretim artışına paralel bir şekilde kaynak dağılımı üzerinde de UDY etkisi görülmektedir. Ülke kaynaklarının kullanımında uluslararası yatırımcıların kontrol etkilerinin bulunması, ulusal yönetimlerin kontrol yetkilerini sınırlandırarak ülke kaynakları üzerinde bağımlılık etkisini ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla UDY'lerin bağımsızlık etkisine karşın ulusal ekonomi aktörlerinin bağımlılığı kaynak dağılımının da ÇUŞ'ler lehine oluşmasına yol açmaktadır. Bunun en belirgin göstergesi çeşitli nedenlerle ortaya çıkan global veya bölgesel ekonomik krizler, kırılmalıklar ve spekülasyon dalgalarında ülke ekonomilerinin ciddi bir şekilde olumsuz etkilenmelerine karşın ÇUŞ'lerin fazla etkilenmemeleri şeklinde kendini göstermektedir.

GOÜ'lerde yeterli sermaye birikimine ulaşamamasının en önemli nedenlerinden biri de toplumsal alışkanlıkların temel düzeyine indirgenmektedir.

¹¹⁴ Tuncer Bulutay, "Türkiye Ekonomisinde Büyüme ve Bölüşüm Sorunları", Ankara, **işletme Finans Dergisi**, Sayı. 230, 2005, s. 5.

Toplumda oluşan benlik duygularının milli duyguların ötesine geçmesi, ferdin bireysel çıkarlarını kolektif çıkarların üzerinde tutma alışkanlığına dönüşmektedir. Bu noktada tek bir neden olarak görülmemekle birlikte tüketim amaçlı alışkanlıklar etkili olmaktadır. Ayrıca sadece tasarruf sağlanmasıyla sorun aşılabileceği sonucu çıkarılmaması gerekir. Sosyal tabakalaşma içerisinde gelir düzeyi yüksek kesimlerin zaman zaman ortaya çıkan yerel veya global kriz, ekonomik bunalım ya da buhran dönemlerinde yatırımlarını askıya alarak finansal alanlara yöneldiği durumlar da söz konusu olabilmektedir. Hatta daha da ileri gidilerek ülke dışındaki piyasalarda arbitraj v.b. spekülatif bir takım yollara da başvurulabilmektedir. Tüm bu nedenlerden dolayı sermaye birikiminin sağlanması sorun olmaya devam etmektedir. Dolayısıyla sermaye birikiminin sorun olmayı sürdürdüğü ülkelerde farklı arayışlara girilmektedir ki bu arayışlardan biri de yabancı sermaye yatırımlarıdır.

Nitekim bu yolla ev sahibi ülkeler kalkınmalarını sürdürmek üzere tasarruflarının üzerinde yatırım imkânına üstelik de borçlanmaksızın kavuşmuş olmaktadır.¹¹⁵

1.5.2. Milli Gelir ve GSYH Artışı Sağlanması

Bir ülkede milli gelir hesaplamaları yapılırken öncelikle GSYH ve GSMH kavramlarının tanımlanması gerekmektedir. GSYH, cari yıl içerisinde üretilmiş nihai mal ve hizmetlerin toplam değeri olarak ifade edilmektedir. Ancak bu değer, piyasa fiyatları üzerinden hesaplanmış olmak durumundadır. Bir diğer GSYH tanımı da gelir esas alınarak yapılan tanımdır. Gelir esas alınarak yapılan tanıma göre GSYH hesaplamalarında ücret, faiz, rant ve kâr'dan oluşan üretim faktörlerinin cari yıl içerisinde esas alınmasıdır. Başka bir deyişle, ülkenin coğrafi sınırları içinde yerli veya yabancı kaynaklar tarafından yapılan tüm üretim GSYH kapsamına girer.

Oysa GSMH, ülke içinde veya dışında olsun, yalnızca ulusal kaynakların gerçekleştirmiş olduğu üretimi kapsar, yabancı kaynakların ülkedeki üretimini dışarıda bırakır. O halde görülmektedir ki, GSYH'ye ulusal faktörlerin dış dünyadan sağladıkları gelirler eklenir ve bundan ülkedeki yabancı faktörlerin kazanıp yurt dışına gönderdikleri faktör gelirleri çıkartılırsa GSMH elde edilir. Bu ise GSYH ile

¹¹⁵ Çilesiz ve Okan, **a.g.e.**, s. 3.

GSMH arasında ancak net dış âlem faktör gelirleri ölçüsünde bir fark olması demektir.¹¹⁶

Dolayısıyla milli gelir, ülkedeki ulusal üretim faktörlerinin yurt içi ve yurt dışı üretimi sonrası elde edilen gelirler toplamı olarak tanımlanabilir. Bu tanım doğrultusunda, Türkiye’de üretim yapan bir İngiliz firmasının kendi ülkesine gönderdiği kazançları İngiltere milli gelirine, İngiltere’de üretim yaparak kazancını Türkiye’ye gönderen bir Türk firmasının kazancı da Türkiye’nin milli gelirine eklenmektedir sonucu çıkarılmaktadır.

O halde, kazançları köken ülke milli gelirine eklenen bir yabancı sermaye kuruluşunun milli gelir üzerinde hiç mi etkisi yoktur diye sorulabilir. Aksine tüm bu yabancı işletme girdilerinin buldukları ülkelerden tedariklerinin sağlanması, istihdam edilecek işgücünün ağırlıklı olarak yatırım yapılan ülkeden karşılanması, yabancı firma kazançlarının ve ticari faaliyetlerinin vergilendirilmesi sigorta ve diğer sosyal güvenlik harcamaları, yerli yatırımlar üzerinde know-how ve benzeri yönlendirici etkiler ve daha birçok özellikler ülke milli geliri üzerinde, yabancı sermaye yatırımlarının katkısı bulunduğunu ortaya koymaktadır.

Aksini düşünerek, yatırımların diğer ülkelerde gerçekleşmesi ve işgücünün bu ülkelerde istihdamının sağlanması sonrasında da milli gelire katkı sağlanmış olacaktır. Ancak bu oran kendi ülkelerinde istihdam edilmeleri durumunda milli gelire sağlayacakları katkı yanında çok küçük ölçekli bir katkı olarak kalacaktır. İstihdam edilen işgücünün buldukları ülkelerde yaptıkları ulaşım, eğitim, sağlık, kira, gıda, giyim ve diğer tüketim harcamaları ile birlikte işgücü ücretlerinden mahsup edilen sigorta primleri, vergiler, elektrik, su, doğalgaz v.b. harcamalar, o ülke ekonomilerinde özel veya kamu alanlarında etkili olacak ve bu ülke milli gelirlerine etkileri daha yüksek oranda gerçekleşmiş olacaktır.

Yabancı sermaye yatırımları, yatırımın yapıldığı ev sahibi ülke ekonomisi üzerinde çeşitli ekonomik etkiler ortaya çıkartır. Bunlar, üretim, istihdam, gelir, fiyat, ödemeler dengesi, ekonomik gelişme ve genel refah gibi etkilerdir. Bu etkilerden bazıları ülke ekonomisine katkı sağlarken, bazıları da ekonomiye külfet yüklemektedir. Aynı şekilde bazı etkiler, yatırımın yapıldığı anda ortaya çıkarken, diğer bazılarından nesiller sonra sonuç

¹¹⁶ Seyidoğlu, 2009, a.g.e., ss. 469-470.

alınabilmektedir. Büyüme etkisinin ölçülmesi genellikle milli gelir artışından kaynaklanan reel artışlara bağlı olarak yapılır. Dolayısıyla, UDY'lerin temel etkisi, ev sahibi ülkenin milli gelirine olan net katkısıdır. Milli gelir etkisiyle çok yakından ilgili olarak doğrudan yatırımların ev sahibi ülkenin ödemeler dengesi üzerinde ortaya çıkardığı etki de oldukça önem taşımaktadır. Ev sahibi ülkenin milli gelirine doğrudan yatırımın katkısı var mıdır? Bu sorunun cevabı evet olacaktır. Çünkü yabancı sermaye ülke içinde üretimde bulunmaktadır. Bu üretim miktarı şüphesiz ülkenin gayrisafi milli hâsılasına dâhildir. Burada dikkat edilecek nokta, yabancı sermayenin üretimde kullandığı tüm girdileri kendisinin üretilip üretilmediğidir.¹¹⁷ O halde kişi başı milli gelir artışına bağlı olarak ülkede refah düzeyinin de arttığını kabul etmek gerekir. UDY'lerin büyüme yanında kalkınma etkisi de sağladığı görülmektedir. Milli gelirdeki bu artışların aynı zamanda ülkede gerçekleşen üretim ve yatırımlardaki artışlarla sağlanmakta olduğunun da göz ardı edilmemesi gerekmektedir.

Temel makro ekonomik göstergeler arasında tanımlanan GSYH göstergeleri, aynı zamanda ülke ekonomisinin büyüklüğü açısından da etkili bir gösterge olarak kabul edilmektedir. GSYH'de ortaya çıkan büyüme grafiği sürdürülebilir özellikte ise ve istikrarlı sonuçlar ortaya çıkarıyorsa bundan en çok UDY'ler etkilenecektir. GOÜ'lerde ekonomik performans etkilerini inceleyen yatırımcılar, GSYH'de görülen büyüme performansını öncelikle dikkate almaktadırlar. Çünkü bu göstergeler aynı zamanda o ülke vatandaşlarının satın alma gücünü de belirleyen faktörler olarak değerlendirilmekte ve yabancı yatırımların üretim, satış ve cirolarının hacmini doğrudan etkilemektedir.

1.5.3. Ödemeler Dengesinin Sağlanması

Bir ülkede bir yıl içerisinde hesaplanan, dış gelirler ve dış giderler olarak da tanımlanan miktarların hesaplanması sonrası ulaşılan sonuca göre “dış ödemeler dengesi” ya da “dış ödemeler bilançosu”na ulaşılmaktadır. Ödemeler bilançosuna göre ortaya çıkan “eksi” ya da “artı” kayıtlar o ülkenin milli geliri ve GSMH'si üzerinde etkili olmaktadır. Dış ödemeler dengesi açığı ya da fazlası olarak literatürde

¹¹⁷ Rıdvan Karluk, “Türkiye'de Yabancı Sermaye Yatırımlarının Ekonomik Büyümeye Katkısı”, **Ekonomik İstikrar, Büyüme ve Yabancı Sermaye**, Ankara, TCMB, İnsan Kaynakları Genel Müdürlüğü Eğitim Müdürlüğü, Şubat 2001, s. 101, (Çevrimiçi) <http://www.tcmb.gov.tr/yeni/evds/yayin/kitaplar/kitap2/kitap2monu.html>, 15 Eylül 2010.

yer alan kayıtlar, ülkedeki büyüme ve kalkınma oranlarının belirlenmesinde, ayrıca bir gösterge olarak değerlendirilmektedir.

Ekonomik gelişme plan ve programlarında, dış ekonomik ilişkiler büyük rol oynarlar. Bu ilişkilerin sistemli bir biçimde plan modeline sokulmaları ekonomik planlamanın en zor konularından biridir. Dış ekonomik ilişkilerle ilgili sistematik bir sınıflandırma yapacak olursak bu sınıflandırmayı aşağıdaki şekilde sıralayabiliriz;

- a) Ülkelerarası mal hareketleri “İthalat – İhracat”,
- b) Ülkelerarası harcama hareketleri “İthalat ve İhracatın tersi olan ödemeler”,
- c) Hizmet hareketleri,
- d) Faktör hareketleri “Sermaye ve emek dâhil her çeşit faktör hareketleri”,
- e) Dış yardımlar, hibeler,
- f) Bilgi, teknoloji ve “know – how” hareketleri.¹¹⁸

Genel planlama modeli içerisinde dış ödemeler dengesini bir model çerçevesinde formüle edecek olursak;

Et: t zamanında ihracat vektörü,

Dt: İhracat dışında döviz kazanan bütün aktivitelerin toplam döviz geliri vektörü,

Mt: İthalat vektörü,

Ht: İthalat dışında kalan döviz harcamaları vektörü açıklamalarıyla formüle edildiğinde **Dış Ödemeler Dengesi**, $Et + Dt = Mt + Ht$ şeklinde gösterilebilir.¹¹⁹

Dış ödemeler bilançosu ya da dış ödemeler dengesi (balance of payments), ülkelerin belirli bir dönem içerisindeki dış ekonomik ve mali ilişkilerinin durumunu gözler önüne serer. Ülkenin mal, hizmet ve sermaye akımları gibi işlemler dolayısıyla dış dünyadan sağladığı gelirlerin dışarıya yaptığı ödemelere eşit olup olmadığını ortaya koyar. Bir ülkenin dış ödemeler bilançosundaki dengesizlik ya da denge, o ülkenin uluslararası ödeme gücündeki iyileşme ya da bozulmaları yansıtır. Dolayısıyla bu durum, çoğu kez ülkenin uluslararası alandaki ekonomik ve mali itibarının bir göstergesi olarak yorumlanır. Dış ödemeler dengesi, uygulanan ekonomik ve mali politikaların bir sonucudur. O bakımdan hükümetlerin ekonomik

¹¹⁸ Ahmet Kılıçbay, **İktisadi Planlama**, Yayın no: 3621/531, İstanbul, İ.Ü. İktisat Fakültesi Yayını, 1990, s. 487.

¹¹⁹ A.e., s. 490.

politikalarındaki başarılarının bir göstergesi olarak değerlendirilmesi de gayet tabiidir.¹²⁰

Dış ödemeler dengesi göstergeleri ülkelerin mali ve ticari istikrarı ve bu istikrarın dış dünyadaki yansımaları açısından büyük önem taşıdığı gibi diğer ülkelerle yapılan karşılaştırmalarda ve bu ülkelerle etkileşimlerde de etkili sonuçlar doğurmaktadır. Ülke ekonomisinin gelişmesine ve büyümesine yapacağı katkılar bakımından bu ülkelerde satışa çıkarılan hazine bonoları, hisse senedi piyasaları ve bono alımlarıyla birlikte bu ülkelerdeki sigorta ve banka mevduatlarına etkileri açısından da dış ödemeler dengesi bir istikrar unsuru olarak karşılanmaktadır.

Yabancı sermaye yatırımları açısından ele alındığında, dış ödemeler dengesinin ayrı bir öneme sahip olduğu görülür. Özellikle UDY'ler konusunda, birçok küresel kuruluş ve ülkeyle ilgili periyodik yıllık göstergeler arasında, ödemeler bilançosuyla ilgili kısa ve uzun vadeli ekonomik gelişme raporları da yayımlanmaktadır. Yabancı yatırımcılar, yatırımlarını gerçekleştirmeden önce uluslararası kuruluşların yayınladığı bu raporları titizlikle incelemektedirler.

Doğrudan yatırımlar, ev sahibi ülkenin ödemeler bilançosu üzerinde çeşitli etkiler ortaya çıkarmaktadır. Öncelikle fabrika kurmak için ülkeye gelen ilk kurucu yatırım sermayesi, bir defaya mahsus olmak üzere ev sahibi ülkenin ödemeler bilançosuna olumlu katkıda bulunur. Doğrudan yatırım, üretime başladığı zaman gerek ihracat, gerekse ithal ikamesi şeklinde ödemeler bilançosuna katkıda bulunmaya devam eder. Diğer taraftan doğrudan yatırım gerçekleştiren şirketler, üretimini devam ettirebilmek için hammadde ve diğer girdileri ithal etmek zorundadırlar. Bu ithalat, şüphesiz ev sahibi ülkenin ödemeler bilançosunda olumsuz bir etki oluşturur. Ayrıca yabancı şirketin yabancı üretim faktörlerine ödemiş olduğu faktör gelirleri, ev sahibi ülkenin dış dengesini de olumsuz yönde etkilemektedir. Yine, yabancı şirket tarafından mahalli olarak yatırılan yüksek gelir, marjinal tüketim meyline de bağlı olarak ev sahibi ülkenin ithalatını uyarabilir. Son olarak yabancı şirket, ev sahibi ülkede üretimini durdurduğu zaman yine bir defaya mahsus olmak

¹²⁰ Seyidoğlu, 2009, a.g.e., s. 310.

üzere ülkeye getirmiş olduğu sermayeyi ülke dışına çıkaracağı için ödemeler bilançosu üzerinde olumsuz bir etkide bulunabilir.¹²¹

Dış ödemeler bilançosu kalemleri arasında yer alan faktörler çeşitlilik taşımakla birlikte bunlardan önemli olan bazı kalemler kısaca ele alınırsa, dünya ekonomisinin şekillenmesi üzerindeki etkilerinin daha iyi anlaşılması da sağlanmış olur. Bunlar; dış ticaret kalemleri (ihracat-ithalat), uluslararası hizmet gelirleri, uluslararası nakliye, turizm, uluslararası yatırımlar ve net dış faktör gelirleri, telif hakları ve lisans gelirleri, banka ve sigortacılık alanlarındaki yatırımlar vd. olarak özetlenmektedir. Bunlar *dış ticaret faktörleri* açısından etkiler ve *bütçe dengeleri açısından etkiler* olmak üzere iki başlık halinde açıklanmakla yetinilecektir.

1.5.3.1. Dış Ticaret Faktörleri Açısından

Dış ticaret teorileri 18. Yüzyıl itibariyle ortaya çıkmaya başlamış, mutlak üstünlük ve karşılaştırmalı üstünlük teorileriyle ilk örnek uygulamaları tartışılmaya başlanmıştır. Bunlardan ilki A. Smith'in ortaya attığı mutlak üstünlük teorisidir.

Smith, ülkelerin birbirleriyle ticaret yapmaları halinde ticarete katılan ülkelerin tümünün bu ticaretten yararlı çıkacaklarını öne sürmüştür. Buna göre her ülke, ***mutlak üstünlüğe sahip olduğu***, yani öteki ülkelere göre daha ucuza ürettiği malların üretiminde uzmanlaşıp, bu malları üreterek ihraç etmeli, buna karşılık öbür ülkelere göre daha pahalıya ürettiği malları ithal etmelidir. Bu şekildeki bir uzmanlaşma sonucunda ülkelerin üretimde sağlayacakları artış, ticaret yapan ülkeler arasında paylaşılacağından, uluslararası ticaretten tüm katılanlar yararlı çıkacaklardır.¹²²

Dış ticaret teorilerinin ikincisi ise D. Ricardo'nun ileri sürdüğü karşılaştırmalı (Mukayeseli) üstünlük teorisidir. Ricardo, Smith'in mutlak üstünlük teorisi ile ilgili bazı eleştiriler getirerek, "uluslararası dış ticaret ilişkileri"nde, bir ülkenin her iki üründe de mutlak üstünlüğe sahip olmasının tesadüf olarak değerlendirilemeyeceğini ileri sürmüştür. AGÜ'lerle karşılaştırıldığında, GÜ'lerin

¹²¹ Rıdvan Karluk, "Türkiye'de Yabancı Sermaye Yatırımlarının Ekonomik Büyümeye Katkısı", **Ekonomik İstikrar, Büyüme ve Yabancı Sermaye**, Ankara, TCMB, İnsan Kaynakları Genel Müdürlüğü Eğitim Müdürlüğü, Şubat 2001, s. 102, (Çevrimiçi) <http://www.tcmb.gov.tr/yeni/evds/yayin/kitaplar/kitap2/kitap2monu.html>, 15 Eylül 2010.

¹²² Dinler, **a.g.e.**, s. 522

birçok sanayi ürününde fiyat ve maliyet avantajı görülür. Hem ileri teknoloji seviyesi hem işbölümü ve uzmanlaşma ile kat edilen mesafe GÜ'lerin, seçilmiş her iki üründe mutlak üstünlüğe sahip olduğunu da ortaya çıkarabilecektir. Bu nedenle Ricardo'nun karşılaştırmalı üstünlük tezi Smith'in mutlak üstünlük tezini çürüterek bunun yerini almış ve günümüz dış ticaret ilişkilerinde hala geçerliliği söz konusu olan karşılaştırmalı üstünlük teorisi bu şekilde etkisini devam ettirmiştir.

Gelişen ekonomiler açısından bakıldığında, son derece önemli bir yeniden yatırım kaynağı da "Dış Ticaret" olmuştur. Gelişen ekonomilerin kendi tabii kaynaklarından büyük ihrac endüstrileri oluşturulmuş ve ihracattaki süratli gelişme sermaye teçhizatı ithal etmekte ve harekete geçme esnasındaki dış borçları ödemekte kullanılmıştır. Şurası da unutulmamalıdır ki, bu türlü ihracat sektörlerinin inkişafı hızlı bir sermaye teşekkülünü bizatihi garanti edemez. Pek çok hallerde iddihar edilen kıymetlerin (Hindistan'dan işlenmemiş altın ithalinde olduğu gibi) veya verimsiz istihlak harcamalarının finansmanı için de ayrıca yine döviz kullanılmıştır.¹²³

İhracat artışının büyümeye neden olması, temelde ülkede üretilen mal ve hizmetlere olan talep artışına bağlı olarak reel GSYH artmasından kaynaklanmaktadır. İhracat artışı ile birlikte; ekonomideki faktör verimliliğinin artması, ölçek ekonomilerinden ve pozitif dışsallıklardan elde edilen kazançların artması, döviz sıkıntısının hafiflemesi ile ara malların ithalatının kolaylaşması, ihracat sektörlerinin üretim maliyetlerinin düşürülmesi ve yeni teknolojilerin sağlanmasına yönelik politikalar uygulamaya teşvik edilmesi gibi faktörler de ihracatın büyümeye olumlu katkılarda bulunmasını sağlamaktadır. İhracat artışının büyümeye neden olmasının yanında, büyümenin de ihracat artışına neden olması da mümkündür. Özellikle büyümenin verimlilik artışlarına yol açarak birim maliyetlerini düşürmesi sonucunda ihracat artış gösterebilmektedir.¹²⁴

Uluslararası sermaye hareketleri sonucu UDY'lerin ulus ötesi yaygınlaşmasındaki en büyük neden gerek lojistik gerekse kotalarla sınırlanan dış

¹²³ W. W. Rostow, **İktisadi gelişmenin Merhaleleri**, Çeviren: Erol Güngör, İstanbul, Devlet Kitapları MEB. Basımevi, 1970, s. 43.

¹²⁴ Erdal Demirhan ve Selçuk Akçay, "İhracat Artışı ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Seçilmiş MENA Ülkeleri İçin Ampirik Kanıt", Sayı. 230, Ankara, **İşletme Finans Dergisi**, 2005, s. 124.

ticaret maliyetlerinin her geçen gün yükselmesi ve artan rekabet koşullarının etkisi olarak görülmektedir. Dolayısıyla UDY'ler hem GÜ hem de GOÜ'ler açısından dış ticarete oranla daha cazip karşılanmaktadır. Yatırımlarla birlikte ülke içerisinde farklı alanlarda ortaya çıkan hareketliliğin farklı sektörlerde bir canlanma oluşturacağı ve kalkınmaya pozitif etki sağlayacağı görüşü ileri sürülmektedir.

1.5.3.2. Bütçe Dengeleri Açısından

UDY'ler, yatırım gerçekleştirdikleri ülkelerin GSMH' sinde artışlar yaşanmasında etkili olmuşlardır. Bu aynı zamanda ilgili ülke ekonomilerinde ortaya çıkan büyüme olarak da tanımlanmaktadır. Ancak bu büyüme ile birlikte ödemeler dengesinde bazı sorunlar da yaşanmaya başlanmıştır. Özellikle kısa vadeli ve spekülative amaçlı sıcak para giriş-çıkışları zaman zaman ülke ekonomilerinde krizlere varan olumsuzlukları da beraberinde getirmektedir. Spekülative ve kısa vadeli sıcak para dolaşımı ile birlikte arbitraj işlemlerinin de yoğun taarruzu altında kalan kırılğan ekonomilerde makro ekonomik finansal dengenin sağlanabilmesi için reel faiz oranlarının ülke parasının yabancı paralar karşısında aşınmasını önlemek amacıyla yüksek tutulması politikası uygulanmaktadır. Bu uygulama ile ulusal paranın değerinin yabancı paralar karşısında yüksek tutulması, dış ticaret açığının önlenmesi için olumlu bir para politikası olarak görülse de değerlendirilen ulusal paranın fonlara ve yatırımlara yönelmeyip ithal mallarına ve tüketim çılgınlığına dönüşmesi o ülkede cari işlemler dengesini sarsmakta ve yüksek düzeyde cari açıkların ortaya çıkmasına yol açmaktadır.

Özellikle GOÜ'lerde yaşanan bu cari açıkların giderilmesi için uygulanan bir yöntem de dış borçlanmaya gidilmesi olarak kendini göstermektedir. Ancak uzun vadede geri ödemeler ve dış borçların faiz giderleri bir kompleks halini almakta ve adeta borç çevrilemez duruma gelinebilmektedir. Böylelikle bu ülkeler açısından bütçe açıkları kaçınılmaz hale gelmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

2. ULUSLARARASI DOĞRUDAN YATIRIMLARIN TÜRKİYE EKONOMİSİ ÜZERİNDE ETKİLERİ

UDY'lerin Türkiye'deki ekonomik gelişmeler üzerindeki etkilerine başlarken, öncelikle uluslararası sermaye hareketlerinin Türkiye tarihçesi genel hatlarıyla incelenerek, Osmanlı Devleti'nden Cumhuriyete geçiş yıllarındaki yabancı sermaye yatırımlarının gelişimi ele alınacaktır. Cumhuriyetin kuruluşu yıllarındaki yabancı sermaye yatırımları ve günümüz Türkiye'sindeki yabancı sermaye yatırımları dönemsel özelliklerle değerlendirmeye alınmaktadır. Genel bir tarihçenin ardından, seçilmiş makro ekonomik faktörler üzerindeki UDY etkilerinin büyüme ve kalkınmaya yansımaları sonucu ortaya çıkan ekonomik gelişmeler ele alınarak, Türkiye'de UDY'lerin yoğunlaştığı alanlar ve Türkiye ekonomisine UDY'lerle sağlanan katma değerle ilgili değerlendirmeler yapılacaktır.

2.1. TÜRKİYE'DE ULUSLARARASI SERMAYE HAREKETLERİNİN GELİŞİMİ

Aynı ülkede yaşayan insanlar arasında gerçekleşen mal ve hizmet değişimine ulusal ticaret, farklı ülkelerde yaşayan insanlar arasında gerçekleşen mal ve hizmet değişimine ise uluslararası ticaret adı verilir.¹ Tarihin her döneminde insanlar kendi ülke sınırları içerisinde karşılayamadıkları veya yeterli olmayan emtia ve ihtiyaçlarını sınır ötesi diğer ülkelerden karşılama yoluna gitmişlerdir. Tarihsel süreç içerisinde XIX. yüzyıl öncesine gidildiğinde bazı ülkelerin veya toplulukların ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla diğer toplumlarla ekonomik anlamda alışveriş işlemlerine yöneldiği, bazı ülkelerin ise ihtiyacı olmadığı halde diğer topluluk veya ülkelerin ellerinde bulunan değerli varlıkları cebir yoluyla da olsa elde etme politikası izlediği görülmektedir. Bu amaçla yıllar boyu süren savaş ve kıyımların yaşandığı, gücü esas alan uygulamalar literatüre sömürü veya müstemleke politikası

¹ Havva Tunç, *Uluslararası Ticaret Para ve Finans*, İstanbul, Alfa Kitabevi, 2004, s. 2.

olarak geçmiştir. Bu politikaları izleyen ülkeler ise tarihe sömürgeci ülkeler olarak geçmişlerdir.

Sosyo-ekonomik açıdan bakıldığında da, her ne kadar farklı yapılanmalar içerisinde farklı rejim ve uygulamalar da söz konusu olsa, farklı dini inançlara bağlı topluluklar da olsalar, farklı dil, farklı gelenek ve farklı yaşam tarzlarına sahip ülkeler olsalar da; Bu farklar, insanları, toplumları ve ülkeleri, ekonomik gereksinimlerini karşılamak amacıyla bir araya gelmekten alıkoymamıştır.

Günümüz uluslararası yapılanması içerisinde hâkim grupta yer alan ülkeler, çoğunlukla ekonomik bakımdan da güçlü devletler ve küresel örgütlenmeler olarak görülmektedir. Bu nedenle içinde bulunduğumuz dönemde dünya devletlerinin bölgesel ya da küresel yapılanmasında, genellikle ekonomik yapının belirleyiciliği ön planda göze çarpmaktadır. Ancak, yeni dünya düzenindeki bu ekonomik belirleyiciliğin ülkelerin siyasî, sosyo-kültürel hatta dini yapılarıyla etkileşim içerisinde gerçekleştiği de dikkatlerden kaçmamaktadır. Aksi söz konusu olsaydı, belki de bir tek İslâm ülkesi de olsa AB içerisinde görmek mümkün olurdu.

1800'lü yıllardan Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşuna kadar geçen süre içerisinde Osmanlı Devleti'nde öncelikle dış borçlanmaya gidilmiş ardından da stratejik öneme sahip alanlarda (maden ocakları, demir yolları, limanlar v.b.) yabancılara tanınan bir takım imtiyazlarla gerçekleşen sermaye girişleri yaşanmıştır. Cumhuriyetin kuruluşu sonrası izlenen devletçi politikalarla, yabancı sermayenin belirli koşullara bağlanması ve yapılan kamulaştırma çalışmaları yabancı yatırımlarda bir geri çekilme endişesi ortaya çıkarmıştır.

Türkiye'de yabancı sermayeyle ilgili ayrıntılı ilk düzenleme **18 Ocak 1954** tarih ve 6224 sayılı yabancı sermayeyi teşvik kanunu ile yapılmıştır. Bu yasayla kazanılmış haklar korunmak üzere, **17 Haziran 2003** tarih ve 4875 sayılı yasayla tüm sınırlamalar kaldırılmıştır. T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığının bu tarihte yayınlanan duyurusu ile "Ülkemizde, yatırım ortamının iyileştirilmesi ve bürokrasinin azaltılmasına yönelik çalışmaların bir parçası olarak hazırlanan, 4875

sayılı “UDY’ler Kanunu”, yabancı yatırımcının haklarının toplu bir halde ifade edildiği, rehber bir belge olma niteliği de taşımaktadır”²denilmektedir.

2.1.1. Osmanlı Devleti Ekonomi Politikaları ve Uluslararası Sermaye Hareketleri (1800-1915)

1800-1830 yılları arasında Türkiye sanayisi, Tanzimat Fermanı ve bu dönemde yapılan diğer anlaşmalarla adeta çökertilmiştir. 1856’lardan sonra ise borçlanmaya mecbur bırakılarak hem sömürülmüş hem de güdümlü bir hal ile bağımsızlık arasında savaşın sürdüğü bir ülke haline getirilip parçalatılmıştır. Buna karşı olarak ortaya çıkan sosyalizm cereyanı da, 1917’de Rusya’da komünizmin kurulmasıyla Asya ve Doğu Avrupa’yı pençesine alarak dünyanın çeşitli bölgelerine yayılmış durumdadır. Hem Batıda ortaya çıkan vahşi kapitalizm hem de komünizm Türk dünyasına büyük zararlar vermiştir. 1810’da İşkodra’da Müslümanların tezgâh sayısı 600’den 1830’da 40’a, Tırnova’da 2000’den 200’e düşmüştü. Bursa’da 25.000 okka ipek dokuma 1.000 okkaya, Üsküdar’da 2.750 kumaş tezgâhı 25’e, 350 kemha tezgâhı 4’e inmiş ve Yerli Üreticiler, kısmen, ithal malların satıcısı olmuştur. Günümüz Türkiye’sindeki durum da bundan çok farklı olarak düşünülmemektedir.³

Osmanlı Devleti ekonomisi ile Batılı ülke ekonomilerinin 1800’lü yıllara kadar birbirine yakın performans izlemesinin gerileme dönemi ile birlikte Batılı ülkeler lehine gelişme gösterdiği görülmektedir. Bu durum elbette kendiliğinden ortaya çıkan bir gelişme olarak görülmemelidir. Batılı ülkeler, Osmanlı Devleti’nin fetih politikalarına karşı kendi hükümlerlik haklarını koruyabilmek için Osmanlı’ya karşı birlikler oluşturma çabası içerisine girmişlerdir. 1800’lü yıllardan itibaren siyasi amaçlarla sürdürülen mücadele politikalarıyla birlikte ekonomik mücadeleler de etkili olmaya başlamıştır. Batılı ülkeler, merkantilist dönem politikaları sonucunda edindikleri servet birikimleriyle sömürü politikalarına pek de yabancı sayılmazlardı. Özellikle de Osmanlı Devleti’nde üretim fazlasının oluşması karşısında liberal kapitalist politikanın, “bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler” felsefesini izleyen

²T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Basın Duyurusu, “Doğudan Yabancı Yatırımlar ile ilgili Mevzuat”, 17.03.2003, (Çevrimiçi) <http://www.hazine.gov.tr>, 01 Ağustos 2011.

³Turan Yazgan, **Türk Dünyasında Dün, Bugün, Yarın**, İstanbul, Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı Yayını, 2010, ss. 210-211.

Batılı güçler, zaten göz diktiği Osmanlı Devleti üzerinde siyasi baskılarını gün geçtikçe daha da artırmışlardır.

Osmanlı devletinde tanzimatla birlikte görülmeye başlayan batıyla bütünleşme ve batının sanayileşmesinin örnek alınarak gelişme sağlanmaya çalışılması politikaları, zamanla batıya eğitim görmek ve batının sanayileşme mucizesini keşfetmek amacıyla öğrenci gönderilmesiyle devam etmiştir. Batıya gönderilen öğrencilerin çoğunluğunun yıllar sonra derin bir batı hayranlığı içerisinde; yetiştiği ülkenin milliyetine, ananelerine, manevi ve kültürel değerlerine yabancılaşan bir yapıda geri dönmesi birçoklarının ise ülkesine dönmeyip, Avrupa yaşam tarzını benimseyerek batıda kalmasıyla sonuçlanmış ve bu konuda ortaya konulan çabalar heba olmuştur.

2.1.1.1. Osmanlı Devletinde Azınlıklar ve Uluslararası Sermaye

Osmanlı Devletinin siyasi, ekonomik ve kültürel alanlarda gerileme sürecine girdiği dönem ve Batı Avrupa ülkelerinin sanayi devrimleri aynı dönemlere rastlamaktadır. Osmanlı Devleti'nin 18. Yüzyıl itibariyle girdiği savaşıardan toprak kaybı ile çıkması, devletin kurumlarının dinamizmini de kaybetmeye başlamasına yol açmıştır. Osmanlı'daki gerileme ile Batı'daki ilerleme aynı yüzyıllara rastlar. Sanayi devrimi öncesi, 16. ve 17.yüzyıllarda Osmanlı Devleti, sanayi, bilim ve teknoloji gibi her alanda Batı Avrupa ile aynı düzeyde, hatta bazı alanlarda Batıdan daha ileri durumdaydı. Ancak 18. ve 19. Yüzyıllarda Batı Avrupa'nın sanayi devrimlerini gerçekleştirerek birçok alanda makineli üretime geçmesi, Osmanlı Devletinin bu sürecin dışında kalması ve aynı dönemde geleneksel kurumlarındaki bozulma sonucu dinamizmini kaybetmesi siyasi, ekonomik ve askeri güç dengesinin Osmanlının aleyhine, Kapitalist Batının ise lehine değişmesinin temel nedenleridir. Batı Avrupa'nın sanayi devrimini bir kaç yılda hazırlamadığını, Osmanlının da birdenbire gerilemeye başlamadığını, bu oluşumu hazırlayan etkenlerin geçmiş yüzyıllardan itibaren etkisini göstermeye başladığını ifadeye gerek yoktur.⁴

⁴ Hüseyin Şahin, **Türkiye Ekonomisi, Tarihsel Gelişimi-Bugünkü Durumu**, Yenilenmiş 10. Baskı, Bursa, Ezgi Kitabevi Yayınları 2009, ss. 2-3.

Batı Avrupa'daki sanayileşme sürecinin henüz başlangıç yıllarında, Osmanlı Devleti'nde tasarrufa imkân sağlayacak sermaye birikiminin sağlanamadığı görülmektedir. Bunun birçok nedeni vardır ki bunlardan en önemlileri; Osmanlı tebaa'sının süregelen savaşlar nedeniyle ticaret hayatında yer almaması, Osmanlı Devletinin sömürgeci bir yapıya yönelmemesi ve kaynak kullanımını yerinde sağlaması etkili olmuştur. Osmanlı Devletinde ticaret hayatını elinde bulunduran gayrimüslim tebaa'nın ise birikimlerini sosyal hayatta değerlendirmemeleri hatta buradaki kazançlarının diğer Batılı Ülkelere göç ya da transferi gibi nedenler de sermaye birikiminin oluşmasını ve yatırıma dönüşmesini engellemiştir.

Osmanlı ekonomisinin dış ticaret politikaları ile başlayan Avrupa macerası, kaynak sıkıntısıyla karşılaşıldığında dış borçlanmaya dönüşmüştür. Dış borçlanma, Osmanlı'da sanayileşmeyi hedefleyen yatırımlar için amaçlanıp gerçekleştirilse de, kısa vadede geri ödemeler ve ağır faiz yükü altında ortaya çıkan fasit daire, verimli bir sonuç alınmasını engellemiştir. Sonrasında ise serbest ticaret anlaşmaları sonucu artan dış borçlara karşılık, yabancı sermayeye kapılar sonuna kadar açılmaya başlamıştır. Demiryolları ile başlayıp, banka ve limanlara yabancı ortaklıklarla devam eden yabancı sermaye girişi, Düyunu Umumiyenin kurulmasıyla birlikte Osmanlı maliyesinin denetiminin yabancıların etkisi altına girmesini de beraberinde getirmiştir. İlerleyen zaman içerisinde maden ocaklarında gerçekleşen yabancı ortaklıklar ve bunların işletme, sevk ve idaresi yabancıların insafına bırakılmıştır.

Azınlıkların, Osmanlı Devleti'ne karşı maddi ve manevi bağlılıklarının zayıflamasında kapitalist Batı ülkelerinin ve Rusya'nın çabaları etkili olmuştur. Batılı emperyalist ülkeler, Osmanlı Devleti ile yaptıkları anlaşmalarda; siyasi, mali, yargısal ve dini ayrıcalıklar sağlayan hükümler yerleştirme çabası içinde olmuşlardır. Osmanlı yurttaşı olan zengin gayrimüslim tüccarlar ve iş adamları bir Batı ülkesinin de yurttaşlığını kazanmışlar, çifte pasaportlu olmanın nimetlerinden olabildiğince yararlanmışlardır. Gayrimüslim azınlıklar Osmanlı Devletinin son dönemlerinde, önemli mali ve yargısal ayrıcalıklar elde etmişlerdi. Türklerin verdikleri bazı vergileri vermiyorlardı, askerlikten de muaftılar. Yukarıda açıklanan sosyal işbölümünün işleyişine vergi ve askerlik ayrıcalığı da eklenince Osmanlı Devletinin asli ögesi olan Türklerin giderek fakirleşmesi karşısında gayrimüslim azınlıkların

nasıl zenginleştikleri daha kolay anlaşılır. Ancak, gayrimüslimler zenginleştikçe devletle olan bağları zayıflamıştır. Onlar, Batı kapitalizminin Anadolu'daki temsilcileri olmuşlardır. Avuçları içinde oluşan sermaye birikimini ülkenin sanayileşmesinde kullanmak yerine, çabuk ve büyük kazanç sağlayan alanlarda kullanmışlar, dışarıya aktarmışlar veya kendi milli devletlerini kurmak amacıyla seferber etmişler,⁵hatta zaman zaman bir ihanet çemberinin içerisinde yer almışlardır.

Tüm bu gelişmeler bir yana gayrimüslim azınlıklar savaş yıllarında dahi hiç bir şekilde savaşlarda yer almayıp, ticari alanda etkili tek faktör konumuna gelerek daha da gelişip büyüme sağlarken, Osmanlı Devleti'nin asli unsurları savaşlarda şehit olarak çoğunlukla geri dönememiş ve bunun sonucunda da ticaret ve zanaatta hâkimiyet azınlıklara geçmiştir.

Osmanlı'da yabancı sermaye, Osmanlı Devleti'nin Avrupa'ya hammadde üreten ve Avrupa'nın mamullerine muhtaç geri kalmış bir pazar olarak kalmasına neden olmuştur. Avrupa için hammadde üreten, bunları taşıyan, iç ve dış ticaretini yürüten en büyük işletmeler de yabancıların kurdukları şirketlerdi. Yabancıların ticaretini kolaylaştırmak için demiryolları ve bankalar, yabancılara hammadde üretmek için çiftlikler ve maden ocakları yabancı sermaye ile kuruluyor ve yabancılar tarafından işletiliyordu. Sonunda, borçlanma veya doğrudan yatırım olarak ülkeye giren yabancı sermaye ülkenin hem üretimini, hem ticaretini, hem de maliyesini denetim altına almayı başarmıştır.⁶

2.1.1.2. Osmanlı Devleti Ekonomisinde Sermayenin Dış Kaynakları

Osmanlı Devleti'nde, özellikle 1800'lü yıllar itibariyle ülke içerisinde yeterli sermaye birikiminin sağlanamaması, dış kaynaklı sermaye arayışını gündeme getirmiştir. Dış kaynaklı sermaye kaynakları iki başlık altında toplanmaktadır. Bunlar, dış borçlar ve yabancı sermaye olarak ortaya çıkmaktadır. Son zamanlarda bunlara ilave olarak gayrimüslim tebaa'dan alınan borçlar söz konusu ise de içeriden yapılan bir borçlanma niteliği taşıdığından dış borçlardan hariç tutulmuştur.

⁵ A.e., ss. 5-6.

⁶ Geyikdağı, a.g.e., s. 14.

2.1.1.2.1. Dış Borçlar

Osmanlı Devleti'nin dış borçları, ülke kaynaklarını yabancılara aktarmanın bir aracı niteliği taşımış; alınan borçlar yeniden üretimde kullanılamamıştır. Daha çok hükümetin cari giderlerinde kullanılan dış borçlar, bir yandan birikimli olarak artmış, diğer yandan da kamu gelirlerinin önemli bir kısmına yabancılardan doğrudan el koymasına yol açmıştır. Osmanlı'nın ödeme imkânı kalmadığını bildirmesi üzerine 1881'de Muharrem Kararnamesiyle kurulan ve Osmanlı temsilcilerinden oluşan Düyun-u Umumiye idaresi dış borç, anapara ve faizlerini karşılamak üzere vergi gelirlerine el koyabiliyordu.⁷Düyun-u Umûmiye'nin kuruluşu aynı zamanda Osmanlı Maliyesinin, Yabancılardan denetimine verilmesini sağlayan izin anlamına gelmekteydi. Bu izin verilmesi sonrasında Osmanlı Devleti, kendi gelirlerinin denetimini sağlayamaz duruma getirilmiş, Batı'ya sağlanan serbest ticaret anlaşmalarıyla da gümrük ve ticaret vergileri yabancılardan onayı olmaksızın artırılmamış buna karşılık dışarıya satılacak hammadde ve tarım ürünleri için ise yüksek gümrük duvarları örülmeye başlanmıştır.

1913 yılına gelindiğinde ise Osmanlı Devleti'nin neredeyse tamamını Avrupa'ya borçlandığı dış borçlarının toplam tutarı 131 milyon Osmanlı Lirasına tekabül ediyordu. Tablo 2.1'e göre Osmanlı Devletinin 1881-1913 yılları arası dönemde gerçekleşen dış borç dağılımına bakıldığında, her dönem için en çok borçlu olunan ülke olarak Fransa göze çarpmaktadır. Fransa'ya olan toplam borçların diğer borçlara oranı 1881 yılında % 40, 1898 yılında % 45 ve 1913 yılına gelindiğinde ise yaklaşık % 50 dolaylarındadır. İngiltere'ye olan toplam borçlarda aynı dönemler için oranlar, % 29, % 11 ve yaklaşık % 7'dir. İlginç olan bir diğer nokta ise, İngiltere'ye her geçen dönem borçlanma oranları düşerken Almanya'ya olan borçlanmada artış gözlenmesidir. Bu da siyasi bağların ekonomi üzerindeki etkisinin henüz o dönemlerde de etkili olduğunun söz konusu olmasıdır. Almanya ile Osmanlı Devleti'nin müttefik bağlarının böylece etkide bulunduğu görülmektedir. Almanya'ya 1881 yılında % 4,7 olan dış borç oranı 1898'de yaklaşık üç kata yakın artış göstererek % 12,2 olmuş ve 1913'lere gelindiğinde ise iki katına yakın bir

⁷ Yakup Kepenek ve Nurhan Yentürk, **Türkiye Ekonomisi**, 14. Basım, İstanbul, Remzi Kitabevi, 2003, s. 11.

artışla % 20,1 oranlarına yükselmiştir. Osmanlı Devletinin toplam borç miktarı, 1881 yılında 91.82 milyon Osmanlı Lirası iken 1898 yılında 78 milyon Osmanlı Lirasına düşmüş, ancak 1913 yılında bir anda % 68 oranında artış göstererek 131 milyon Osmanlı Lirası seviyelerine yükselmiştir. Bu artışın gerileme dönemine rastlaması, ayrıca düşündürücüdür.

Tablo 2.1: Osmanlı Devletinin Dış Borçları (1881-1913)

(Milyon) Osmanlı Lirası ve % Oranları	1881		1898		1913	
Fransa	36,72	40,0%	35,00	44,9%	65,00	49,5%
İngiltere	26,52	29,0%	8,50	10,9%	9,00	6,9%
Almanya	4,32	4,7%	9,50	12,2%	26,30	20,1%
Belçika	6,61	7,2%	14,00	17,9%	14,40	11,0%
Hollanda	6,97	7,6%	3,50	4,5%	3,90	3,0%
İtalya	2,41	2,6%	1,00	1,3%	1,30	1,0%
Avusturya Macaristan	0,89	1,0%	1,50	1,9%	1,70	1,3%
Yerel Yatırımcılar	7,28	7,9%	5,00	6,4%	9,40	7,2%
TOPLAM	91,82	100,0%	78,00	100,0%	131,00	100,0%

Kaynaklar: V. Eldem, Osmanlı İmparatorluğunun İktisadi Şartları Hakkında Bir Tetkik, (s. 188); C. Morawitz, Les Finances de la Turquies (s. 237), **Aktaran:** Geyikdağı V. Necla, Osmanlı Devleti'nde Yabancı Sermaye 1854-1914.

Blaisdell'e göre, "borçlandır, kazan" ticaretinin sermayedarlar açısından tablosunu şöyle çizmek gerekir: 1865-1875 yılları arasında İstanbul'da, sırf hükümete borç vermek için çok sayıda kredi kurumları kuruldu. 1875 yılına kadar süren bu borçlanma çılgınlığı, sermayedarlar ve aracılar için son derece kârlı bir faaliyet olmuştur. İstikraz (borçlanma)'ların ortalama ihraç fiyatı % 58 ve bundan da % 6-7 oranında komisyon düşülüyordu. Yani 100 borçlanılıp ele 50 lira geçiyordu.⁸

⁸ A.e., s. 28.

2.1.1.2.2. Yabancı Sermaye

Osmanlı Devleti'nde sermayenin ikinci dış kaynağı yabancı sermaye yatırımlarıdır. Eldeki verilere göre, yabancı sermaye, çok büyük ölçüde bankacılık ve sigortacılık ve ticaret gibi hizmet kesimleriyle, ulaştırma, yani demiryolları ve elektrik ve su gibi altyapı alanlarında yoğunlaşmıştır. Yabancı sermayenin adı geçen sektörleri seçmesinin nedenleri arasında, adı geçen sektörlerde kısa dönem kârlarının yüksekliği kadar yabancı sermayenin kendi niteliği de sayılabilir. XIX. Yüzyılın ikinci yarısında, yabancı sermayenin GOÜ'lere daha çok bu alanlarda gittiği görülmektedir. Özetle o yıllarda yabancı sermaye GOÜ'lerde sanayi üretimine yönelmiyor. Kaldı ki o yıllar dayanıklı tüketim ürünleri sanayilerinin doğum yıllarıdır ve kendi iç pazar gereksinimlerinin karşılanması, tabii olarak önceliklidir.⁹

19. Yüzyıl sonlarında ve 20. Yüzyıl başlarında Osmanlı Devleti'nin dağılacağına kesin gözüyle bakan yabancılar, Osmanlı mirasının paylaşımında ortaya çıkacak fırsatları kaçırmamak için siyasi nedenlerle, uygun zamanda ve ortamda bu ülkede bir mevcudiyet göstermek için de sermaye getirmişlerdi. Uzmanlar, ehil olmayan hükümeti ve üretime örgütlenmemiş halkıyla bu ülkenin kaderinin ekonomiye hâkim olan yabancı sermaye sahiplerinin eline kalacağını belirtiyordu. Bu duruma tanık olan yabancı temsilciler hükümetlerini, Osmanlı topraklarında yatırım yapmaya teşvik ediyordu.¹⁰

Osmanlı Devletinde birinci dünya savaşı öncesi verilere baktığımızda gerçekleşen yabancı sermaye yatırımlarının ağırlıklı olarak demiryollarında yoğunlaştığı görülmektedir. Bu dönemde demiryollarında yoğunlaşan yabancı sermaye yatırımı miktarı Tablo 2.2'de görüldüğü gibi 53.310,00 Osmanlı Lirası ile toplam yabancı sermayenin yaklaşık % 23 lük bir kısmını oluşturuyordu. Yabancı yatırımlar içerisinde sırasıyla; elektrik tramvay ve su % 2,4, liman ve rıhtımlar % 2, sanayi % 2,8, ticaret % 1,1, madenler % 1,5, bankacılık ve sigortacılık alanlarındaki yatırımlar ise % 3,5 olmak üzere toplam yabancı sermaye miktarı 84.660,00 dolaylarındadır. Aynı dönemdeki Osmanlı dış borçlarının toplamı ise 149.480,00 ile

⁹ A.e., s. 11.

¹⁰ Archibald J.Dunn, **Turkey and Its Future**, Effingham Wilson, Londra, 1905, s. 58-61 ve Feis, **Europe the World's Banker**, s. 317. Aktaran: Necla V. Geyikdağı, **a.g.e.**, ss. 92-93.

% 63 lük bir miktara ulaşmış ve yabancı sermaye ve dış borçlar toplamı 234.140,00 Osmanlı Lirasına ulaşmıştır.

Osmanlı'da görülen bir diğer borçlanma grubu ise yerel yatırımcılar olarak karşımıza çıkmaktadır. 1913 yılına gelindiğinde kayıtlara geçen yerel yatırımcılara olan borç tutarı 9,4 milyon Osmanlı lirası olarak görülmüyordu. Ancak, yerel yatırımcılar olarak adlandırılan bu gruplar, çoğunlukla ticaretle uğraşan ve Osmanlı tebaa'sından sayılan azınlık grupları içerisindeki Ermeniler, Rumlar ve Yahudilerden oluşmaktadır. Çünkü Osmanlı'da, Müslüman tebaa'nın ticaretle uğraşması pek sık görülen bir uygulama değildir.

Tablo 2.2: Osmanlı Devleti'nde Yabancı Sermaye Yatırımları

Yabancı Yatırım Türü	Toplam Tutarı	Yıllık Net Getirisi	Toplam Yabancı Sermayeye Oranı	Getiri Oranı
Demiryolları	53.310,00	1.040,00	22,8	1,95
Elektrik, Tramvay, Su	5.700,00	170,00	2,4	2,98
Liman ve Rıhtım	4.710,00	160,00	2,0	3,40
Sanayi (Reji dahil)	6.500,00	560,00	2,8	8,62
Ticaret	2.660,00	-	1,1	-
Madenler	3.580,00	230,00	1,5	6,42
Banka ve Sigorta	8.200,00	890,00	3,5	10,85
Devletin ödediği demiryolu km güvencesi	-	420,00	-	-
Toplam	84.660,00	3.470,00	36,2	4,10
Devlet Borçları (Dış)	149.480,00	13.000,00	63,8	8,70
Genel Toplam	234.140,00	16.470,00	100,00	7,03

Kaynak: Yerasimos, S., Azgelişmişlik Sürecinde Türkiye, C. 2, İstanbul, Gözlem Yayınevi, 2003, s. 12. (Veriler I. Dünya Savaşı Öncesine Aittir)

Sanayi devrimini yaşayan ülkelerde, buhar gücü ve makineler kullanılıyor ve iş bölümü uygulanıyordu. Eski üretim tarzında çalışan iş yerleri, bu ülkelerde de yok olmaya mahkûmdu. Bu nedenle, 19. Yüzyılın ortalarından itibaren sanayi devriminde İngilizleri izleyen diğer Avrupa ülkeleri yüksek gümrük vergileri

uygulayarak gelişmekte olan endüstrilerini korumaya alıyorlardı. ABD'nin İngiltere'den hemen sonra sanayi devrimini gerçekleştirmesinde korumacılığa erken başlamasının rolü görülebilir. John D. Daniels & Lee H. Radebaugh' a göre; "Henüz 1792'de, ABD maliye bakanı Alexander Hamilton, yeni hayata geçirilen endüstrilerin GÜ'lerdekinden korunması gerektiğini savunmuştur." Jeffrey G. Williamson'a göre ise; " Aynı ticaret politikası Almanya'da iktisatçı Friedrich List'in etkisiyle 1870'te Osmanlı Devleti'nin de dâhil olduğu on Asya ve Ortadoğu ülkesinde gümrük tarifeleri % 5 ile üç büyük Avrupa devletinin bile ortalamasından birkaç puan düşükken, Avrupa'nın diğer çevre ülkelerinde % 12 civarında, Latin Amerika'da % 15'e yakın ve ABD'de % 40'ın üzerindedir".¹¹

Avrupa ve ABD'nin 19. Yüzyıl politikalarında da kendi ülkelerinde korumacılığa gereken özenin gösterilmesi ve yüksek gümrük duvarlarının örülmesi bir yana Osmanlı Devleti daha o dönemlerde serbest ticarete zorlanmaya başlanmıştır. Avrupa'da üretilen ucuz sanayi mallarıyla, Osmanlı Devleti ile birlikte diğer Anadolu Asya ve Doğu kökenli ülkelerin geleneksel üretim tarzı ile ürettikleri malların rekabet etmesi beklenemezdi. Bunun sonucunda ortaya çıkan dış borçların artmasının da etkisiyle Osmanlı Devleti yoğun bir şekilde kapitülasyonlara maruz kalmış ve Avrupa'nın küresel görünüm içeren şirket ve ortaklıklarının doğrudan yatırımlarına bir takım imtiyazlarla birlikte boyun eğmek zorunda bırakılmıştır. Dolayısıyla sanayi devrimi ile başlayan küreselleşme çok daha eskilere dayanmaktadır. Ancak bu süreç Batılı ülkeler açısından yatırım atağıyla "Sanayi devrimi" olarak sonuçlanırken, Osmanlı Devleti açısından hem siyasî hem de ekonomik bir çöküş olarak sonuçlanmıştır.

2.1.2. Cumhuriyetin Kuruluş Yıllarında Ekonomik Kalkınma Politikaları ve Uluslararası Sermaye

Osmanlı Devleti'nin kuruluşundan başlayarak, yabancılara tanınan ekonomik, ticari ve yasal ayrıcalıkların tümüne kapitülasyonlar deniliyordu. Birinci Dünya Savaşı başında Osmanlı Devleti kapitülasyonları tek yanlı olarak kaldırdığını duyurmuştu. Lozan'da kapitülasyonlar uzun tartışmalardan sonra tümüyle kaldırıldı.

¹¹ Necla V. Geyikdağı, **Osmanlı Devletinde Yabancı Sermaye (1854-1914)**, İstanbul, Hil Yayın, 2008, ss. 60-61.

Yabancı uyruklu ortaklıklar ve kişiler, ülkenin yasalarına göre faaliyet gösterecek, yasalar da yeniden düzenlenecek ve özellikle yargıç güvencesi sağlanacaktı.¹²

Türkiye Cumhuriyeti Devleti, Osmanlı Devleti'nin mirası üzerine kurulmuş bir Cumhuriyettir. Müspet ve menfi yanlarıyla devralınan bu mirasla birlikte geçiş dönemi, Ülkenin birçok cephesinde devlete bağlı düzenli düzensiz ordu birlikleriyle beraber doğrudan halkın da meşru müdafası ile uzun yıllar süren savaşlarla eş zamanlı olarak gerçekleşmiştir. Böylesine şiddetli savaşlar, ordu birliklerinin yanında çoğunlukla halkın da katıldığı topyekûn çarpışmalar haline gelmiş ve dört bir yandan kuşatılan Anadolu topraklarının bağımsızlık mücadelesine sahne olmuştur.

Türkiye'de, Cumhuriyet'in kuruluşunu gerçekleştiren kadrolar batılılaşmadan yanaydı. Batı medeniyetine ulaşmak, batıların önüne geçmek ise hedef olarak alınmıştı. Batılılaşmadan yana olanlar Batının siyasi, askeri ve ekonomik gücünün kapitalizmden, sanayi kapitalizminden doğduğuna inanıyorlardı. Ancak bu yol daha kısa bir zamanda, daha kestirmeden gidilerek aşılacaktı. Batının birtakım kurumları ve kuralları alınarak ekonomik ve toplumsal gelişme daha kısa zamanda gerçekleştirilecekti.¹³

Birinci Dünya savaşı ile birlikte yaşanan kurtuluş savaşlarının ardından Osmanlı Devleti'nden Türkiye Cumhuriyeti'ne geçiş için ilk adımlar atılmaya başlamıştır. Ancak köklü bir değişikliği gerekli kılan bu gelişmelerin başında mülkiyet sorunu ve sermaye birikiminin sağlanması ile ilgili özel mülkiyet konuları büyük önem taşımaktadır. Henüz kuruluş yıllarında ülkenin ekonomi politikalarının belirlenmesi, kurumsal anlamda yeni bir yapılanmayı ve yasal düzenlemelerin yapılmasını da gerekli kılmaktaydı. Tüm bu çalışmalar devam ederken yabancı sermaye yatırımları ve yabancı müteşebbislerle ilgili konular, bazen umumi bazen de

* Celalettin Arif Bey'in, "Zonguldak Ereğlisi'nde kömür madenleri aramak ve işletmek için Osmanlı yönetiminden alınmış imtiyazları vardır. Osmanlı Devleti'nin yenik düştüğü 30 Ekim 1918 Mondros mütarekesinden sonra 1919 Yılı'nda İtalya'ya gitmiş ve daha önceden bu havza ile ilgilenen İtalyan kapitalistleriyle ortaklığa girişmiştir. 16 Mart 1920'de İstanbul'un işgalinden sonra toplanan ve Misâk-ı Millî'yi ilan eden İstanbul Meclis-i Mebûsan'ı, Celalettin Arif Bey'i Meclis Başkanı seçmiştir. Meclis-i mebûsan'ın dağıtılmasından sonra Anadolu'ya geçmiş ve Ankara'da toplanan BBMM'ye katılmıştır. Önce Meclis İkinci Başkanlığına, sonra Meclis Adalet Komisyonu Başkanlığına ve Adalet Bakanlığı görevlerine seçilmiştir. Eylül 1920'de asker ve sivillerden kurulu bir İtalyan grubu Ereğli'ye gelerek çalışmaya başlamak istemiştir. Bundan sonra konu TBMM'ye taşınmıştır.

¹² Kepenek ve Yentürk, **a.g.e.**, s. 34.

¹³ Şahin, **a.g.e.**, s. 30.

münferit hadiselerle henüz Birinci Cumhuriyet Meclisinde görüşülmeye başlanmıştır. Dolayısıyla TBMM henüz kurulmadan Yabancı sermaye yatırımlarıyla ilgili gelişmeler, bu mecliste zaman zaman çok sert tartışmaların ve ithamların konu edilmesine yol açmış ve meclisi mebusanda bulunan milletvekillerini karşı karşıya getirmiştir. Birinci mecliste doğrudan ülkeyi temsile vekil kılınmış milletvekilleri arasında yaşanan bu tartışmalar farklı zamanlarda ve uzunca bir süre mecliste gündem oluşmasına yol açan mevzular olarak gündemde kalmıştır.

Bu mevzulardan en önemlisi; meclis ikinci başkanı aynı zamanda adalet bakanı ve adalet komisyonu başkanı olan Celalettin Arif Bey*, Çorum mebusu Ferit bey, İktisat Bakanı Mahmut Celal Bey (Celal Bayar) ve diğer mebuslar ile birlikte bilahare, Mustafa Kemal Paşa'nın da müdahil olduğu birçok mebusun mecliste tartışılmasına yol açan Ereğli havzasından bir maden ocağının alınmış imtiyazının İtalyanlar tarafından işletilmesi konusunda yapılan anlaşmadır.

Celalettin Arif Bey'in, bir vekâletname ile imtiyaz gereği haklarını İtalyan Terni Company'ye devretmesi, kendisinin Ankara'da toplanan Birinci Büyük Millet Meclisi İkinci Başkanlığı ve Adalet Bakanlığı sırasına rastlamaktadır. Celalettin Arif Bey 14 Ağustos 1920'de, 841 - 1885 sayılı vekâletname ile Terni Şirketi'nin ajanları olan Orlandude ve Biyenkotto'ye imtiyazdaki hakları kullanma yetkisini devretmiştir.¹⁴

Birinci BMM'de uzun ve hararetle tartışmalar sonrasında konunun çok farkı boyutları ile ortaya çıkan belirsizlikler içerisinde nihayet İktisat Bakanı Mahmut Celal Bey Meclis'te konu ile ilgili bir açıklamada bulunur.

İktisat Bakanı Mahmut Celal bey'in açıklaması şöyledir. “Efendiler bir gün Zonguldak mutasarrıfından bir telgraf aldım... Bir İtalyan miralayının tahtı idaresinde muhtelif rütbede zabıt ve mühendislerden ibaret 25 kişilik bir İtalyan heyet-i seferiyesinin inşaatta bulunmak üzere havzaya geldiklerini ve kendilerinin bir takım hukuk ve imtiyazata istinat ettiklerini bildirdi ve bizden yani İktisat Vekilinden talimat istedi... Mutasarrıf lâzım gelen malumatı ve vesaiiki buraya gönderdi ve tetkik

¹⁴ TBMM Zabıt Ceridesi, Ferit Bey (Çorum Milletvekili), 26 Şubat 1921 günü Büyük Millet Meclisinde Konuşma, TBMM, Zabıt Ceridesi, Devre 1, Cilt 8, II. Baskı, s. 431. Aktaran: Yahya Sezai Tezel, “**Birinci Büyük Millet Meclisinde Yabancı Sermaye Sorunu- Bir Örnek Olay**”, t.y. s. 242, (Çevrimiçi) <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/42/430/8756.pdf>, 27 Mart 2010.

ettim efendiler... Tetkikatımız sonucu anladık ki, böyle bir imtiyazata muvafakat edildiği takdirde... o...havza-i fahmiyeden... el çekmek lâzım gelirdi... İstinat edilen hukuk çürük idi... çürük olmasa dahi bunu imza etmemeğe ve icra etmemeğe karar verdim ve o yolda mahalline tebligat yaptım... Oraya gelen heyet çekilip gittiler.”¹⁵

Daha sonra konuyu BBMM'nin gündemine taşıyan Çorum Vekili Ferit Bey, “Riyâset-i Celileye” sunduğu öneride konuyu yazılı dilekçeyle Meclise iletmıştır.

“Celalettin Arif Bey tarafından, işletilmesine Terni kumpanyası başmühendisi Mösyö Biyenkotto'ya vekâlet verilmiş olan Ilısu havzası dâhilindeki maden işletme ve şimendifer inşası ruhsatnamesinin keenlemyekün yani yok sayılmasının tahtı karara alınmasını teklif ederim”. 24 Şubat 1337, Çorum, Ferit.¹⁶

Yukarıdaki yazılı başvuru sonrasında meclis kürsüsünde “ ben mesaili vataniyede indelicap memleketimin bir cüzünü kopartacak bir mesele ile karşılaşsam, ne hukuk-u esasiye, ne hukuk-u şahsiye, ne kavanini saireyi tanımam. Ancak selâmeti memleketi tanırım” diyen Çorum Vekili Ferit Bey'in, bu konuda ısrarının gerekçesi şudur. Konu ne Celalettin Arif Bey'in ne de mirasçılarının haklarının çiğnenmesi konusu değil, doğrudan doğruya ülkenin en önemli maden havzalarından birinde bir İtalyan nüfuz bölgesi oluşturma meselesidir. Ferit Bey, yabancı sermaye konusundaki görüşünü ise, “daima ecnebler bir yere girerse orda mikrop gibi kesbi faaliyet etmiş, bu memleketi tahrip etmiştir...”diyerek açıklamıştır.¹⁷

Birinci BMM'de bu tartışmalar yaşanırken gelişmeleri yakından izleyen Mustafa Kemal Paşa, konunun mecliste oylanmasını ve vatandaşlarla ecnebler açısından değerlendirmeler yapılarak yasal prosedüre bağlanmasını ifade eder.

Reis Mustafa Kemal Paşa; “Müsaade buyurursanız bir şey arz edeyim. Şimdi burada, umumi bir şekilde bırakılması, diğer bir fikir de... doğrudan doğruya ve bilvasıta verilmesi hakkında... sıra ile reye koyayım (Ecanib) kelimesinin kaldırılmasını tensib buyuranlar ellerini kaldırsın. (olamaz sadaları). O halde (Ecanib)kelimesi kaldı...”¹⁸Böylece kanun, aşağıdaki şekilde mecliste onaylanmıştır.

¹⁵ A.e., ss. 401-402.

¹⁶ A.e., s. 433.

¹⁷ A.e., ss. 430-431.

¹⁸ TBMM Zabıt Ceridesi, Devre 1, Cilt 2, II. Baskı, s. 128-131. Aktaran: Tezel, a.g.e., s. 246.

“Madde. 1: İstanbul’un işgal tarihi olan 16 Mart 1336 – (1920)’den itibaren Büyük Millet Meclisinin tasvibi haricinde İstanbul’ca akdedilmiş veya edilecek muahedat ve mukavelat ve ukudat ve intikalatı ve ruhsatnameleri ile mütarekeden sonra akdedilmiş bilcümle muahedâtı hafiyeye ve doğrudan doğruya veya bilvasıta ecanibe verilmiş imtiyazât ve maadin ferağ ve intikalâtı ile ruhsatnameleri keenlemyekündür(yok hükmündedir).”¹⁹

Bu dönemde yerli zenginlerin, bağımsız kalkınma yolunun savunucusu oldukları söylenebilirse de, kanımızca ülkenin ekonomi politikasının belirlenmesine yönelmelerinde kısa dönemli çıkar anlayışı dışında tutarlı bir kapital devrim politikası anladıklarını söylemek yanlış olur. Belki de, bağımsız kapitalist kalkınma yolu, üretken bir sınıf olmayan ve egemen sınıfların desteği ile ayakta duran bürokrat kadronun idealist özlemi olmuştur. Meclisteki tartışmalarda, bu kadrodan olan iktisat bakanının, % 10’luk bir hisse payı ve bilinmeyen bir ücret karşılığı önemli bir maden imtiyazını yabancılara satan bir işbirlikçi yerli kapitaliste karşı, yerli madenci iş adamlarının çıkarının savunucusu olması ilginçtir.²⁰

2.1.3. Cumhuriyetin Kuruluş Yıllarında Türkiye’de Ekonomik Gelişme Politikaları ve Uluslararası Sermaye

Birinci Meclisin kuruluşu aynı zamanda Birinci Dünya Savaşının yapıldığı yılların ardından sağlanmıştı. Türkiye Cumhuriyeti Devleti’nin resmi olarak henüz kuruluşu gerçekleşmemişti ancak, Osmanlı Devleti Hükümetinin de resmi işlevlerini bağımsız bir şekilde yerine getirebilme hüviyeti elinden alınmış durumdaydı. Böylesine zor bir dönemden geçilirken bir yandan içeride diğer yandan dışarıda yoğun baskı ve yıldırma politikaları güdülmekteydi. Türk halkına karşı adeta dünya bir bütünlük içerisinde hareket eder duruma gelmişti. Bu zorluklarla mücadele edilirken diğer yandan Lozan Barış antlaşması görüşmeleri sürdürülmektedir

Lozan Barış Antlaşması, dışa bağımlılığı daha önce belirtilen ekonominin dış ilişkilerinde yeni düzenlemeler getiriyordu. Lozan’da Türkiye’nin amacı siyasi ve ekonomik bağımsızlığı tüm öğeleriyle sağlamak biçiminde özetlenebilir. Lozan

¹⁹ DÜSTUR, 3. Tertip, Cilt 1, s. 16, Kanun No: 7, 7 Haziran 1336-1920, Aktaran: Tezel, **a.g.e.**, s. 247.

²⁰ Yahya Sezai Tezel, “Birinci Büyük Millet Meclisinde Yabancı Sermaye Sorunu- Bir Örnek Olay”, t.y. s. 251, (Çevrimiçi) <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/42/430/8756.pdf>, 27 Mart 2010.

Bariş Antlaşması'nın ekonomik ve mali hükümlerinin “olağanüstü” bir biçimde Türkiye'nin yararına düzenlendiği değerlendirilmesi, o günün koşullarında bir abartma sayılmamalıdır. Lozan'da üzerinde durulan ekonomiye ilişkin başlıca konular şunlardır;

1. Kapitülasyonların kaldırılması,
2. Yabancılara verilen ayrıcalıklar sorunu,
3. Osmanlı borçları,
4. Gümrük düzenlemeleri,
5. Savaş zararları,
6. Nüfus değişimi
7. Musul sorunu.²¹

Yukarıdaki ekonomiye yönelik kararları ele aldığımızda tüm bu kararların yabancıların haklarını düzenlemeye yönelik kararlar olduğu sonucuna ulaşırız. Bu kararlar öncesi 1923 Şubat ayında İzmir'de toplanan Türkiye İktisat Kongresinde ise, ülke içerisindeki ekonomik yapılanma doğrultusunda yasal ve kurumsal açıdan yeniden yapılanma konusunda gelişmeler sağlandığı görülmektedir. Dolayısıyla Türkiye Cumhuriyeti Devleti kurulurken ekonominin içeriye dönük kararlarına İktisat Kongresinin, dışa dönük kararlarına ise Lozan Antlaşmasının ekonomik içerikli koşullarının temel oluşturduğu gerçeği ile karşılaşırız. Bu süreç içerisinde yaşanan zor koşulların da etkisiyle ekonomide korumacı politikaların uygulandığı ve bu gelişmeler sonrasında Türkiye Cumhuriyeti'nin ekonomik yapılanmasında ulusalcı bir yaklaşımla devletçiliğin etkili olduğu görülmektedir.

Cumhuriyet kurulduğunda, daha doğrusu 1924'te, yabancı sermayenin denetiminde 7 demiryolu, 6 maden çıkarma yetkisi, 23 banka, 12 sanayi girişimi, 35 ticaretle uğraşan ortaklık ve 11 belediyelere hizmet veren ortaklık olduğu öne sürülmüştür.²²Bu dönemde her ne kadar fazla sayıda bir yabancı sermaye girişinin söz konusu olmadığı ileri sürülse de belirli oranlarda girişler olduğu görülmektedir.

Ancak Osmanlı döneminden farklı olarak yabancı sermaye girişleri bağımsız değil, Türk vatandaşları ile ortaklıklar kurularak gerçekleştirilmiştir.

²¹ Kepenek ve Yentürk, **a.g.e.**, s. 34.

²² Taner Timur, **Türk Devrimi ve Sonrası**, Ankara, Doğan Yayınevi, s. 80, Aktaran: Kepenek ve Yentürk, **a.g.e.**, s. 41.

Yabancı sermayenin, 1920-1930 yılları arasında kurulan 201 Türk anonim şirketinden 66'sında yer aldığı saptanmıştır. Yabancı sermayeli ortaklıkların toplam sermaye (73 milyon) içindeki payı %43 (31,5 milyon TL) dolayındadır. Yabancı sermayeli ortaklıklar, sanayi, dokuma, gıda, çimento, elektrik ve havagazı kollarında yoğunlaşmıştır.²³

Dönemin sermaye kaynakları (Cumhuriyetin kuruluşu) ve bunların kullanımına ilişkin politikalar, çok önemli üç oluşumu ya da uygulamayı da beraberinde getiriyor. İkinci Dünya savaşı sonrasına dek uygulanan bu politikalara üçlü denge de diyebiliriz. *Bunlar, denk bütçe; para miktarının artırılmaması ya da kararlı tutulması çabası ve dış ekonomik ilişkiler dengesinin sağlanmasıdır.*²⁴

2.1.3.1. 1930-1950 Yılları Arası Türkiye'de Ekonomik Gelişme Politikaları ve Uluslararası Sermaye

Türkiye'de Cumhuriyetin kuruluşu sonrası, özellikle 1929'lu yıllarda yaşanan büyük bunalımın etkisiyle yeni yatırımların çekilebilmesi bir yana, var olan yatırımların da göçü söz konusudur. Bu dönem içerisinde, ekonomide ağırlıklı olarak devletçi politikalar izlenmesinin de etkisiyle, Türkiye'de yatırım yapmak için zaten isteksiz olan yabancı sermayenin ülkeye girişinde oldukça durağan bir dönem yaşanmış, yaşanan bu durağan süreç ekonomik bunalımın toplumun tüm katmanları tarafından belirgin bir şekilde hissedilmesi ile uzun yıllar devam etmiştir.

II. Dünya savaşının yaşandığı 1939-1945 arası dönemlerin Türkiye ekonomisi üzerindeki etkilerini ele aldığımızda, her ne kadar Türkiye, 2. Dünya savaşına katılmamış olsa da savaşın etkilerinden en çok etkilenen ülke olmuştur. Çünkü katılmadığı bir savaşta her an girebileceği endişesi ile savunma harcamalarına yönelmek durumunda kalmıştır.

İkinci Dünya Savaşı yıllarında ABD'nin, Batı Avrupa'da birçok ülke ekonomisinde görülen darboğaz nedeniyle bazı yardımlarda bulunmuştur. Bu yardımların toplamda 15 milyar \$ dolaylarında gerçekleştiği ifade edilmektedir. Aynı yıllarda Türkiye ve Yunanistan'a da yardımda bulunulmuş ancak bu yardımların

²³ A. Gündüz Ökçün, **1920-1930 yılları Arasında Kurulan Türk Anonim Şirketlerinde Yabancı Sermaye**, Ankara, SBF, 1971. Aktaran: Kepenek ve Yentürk, **a.g.e.**, s. 41.

²⁴ **A.e.**

Avrupa'ya yapılan yardımlardan çok düşük kaldığı, Yunanistan'a yapılan miktarın ise Türkiye'ye yapılan yardımın üç katı olarak gerçekleştiği görülmektedir.

Truman döneminde yapıldığı için Truman Doktrini olarak da adlandırılan yardım planına göre Türkiye'ye yapılacak yardım tutarının, Türkiye'nin itirazına rağmen 100 milyon \$'la sınırlı olacağı belirtilmiştir. Yardım tasarısı kongrede uzun tartışmalardan sonra Yunanistan'a 300 milyon dolar, Türkiye'ye 100 milyon dolar verilmesi şeklinde "Yunanistan ve Türkiye'ye Yardım Yasası" adıyla 22 Nisan 1947 tarihinde Senato tarafından, 9 Mayıs 1947 tarihinde Temsilciler Meclisi tarafından kabul edilmiş ve 22 Mayıs 1947 tarihinde Başkan Truman'ın onaylamasının ardından yürürlüğe girmiştir. Yasada malî yardımın yanı sıra; malzeme, hizmet ve bilgi yardımı yapılmasına da karar verilmiştir. Yasa gereğince her iki ülkenin de Amerikan Hükûmeti'nin bilgisi ve onayı olmadan yardımı amacı dışında kullanması ve yardımı üçüncü bir ülkeye devretmesi yasaklanmıştır. Yardımın nasıl kullanılacağı konusunda yardım ve amacına uygun kullanılıp kullanılmadığının denetimi için her iki ülkeye de Amerikan askerî ve sivil personeli gönderilmesine karar verilmiştir. Her iki ülke hükümetlerine de yardımın yerinde ve amacına uygun kullanılıp kullanılmadığını denetleyecek olan Amerikan personeline gerekli bilgiyi sağlama sorumluluğu verilmiştir. Dolayısıyla yapılan yardımların amacına uygun olarak kullanılıp kullanılmadığıyla ilgili denetleme işlemlerinin ABD tarafından yapılması kararlaştırılmış ve yapılacak yardımların Türkiye'nin kalkınma projeleri doğrultusunda kullanılmasına yönelik Türkiye tarafından dile getirilen tüm taleplere, ABD tarafından itiraz edilmiştir.²⁵

Türkiye üzerinde bir yandan Rusya'nın tarih boyunca süregelen emelleri ve İkinci Dünya Savaşı sonrası dönemde daha da artan baskıları söz konusu iken, diğer taraftan da Rusya'ya karşı, Türkiye'de oluşturulmaya çalışılan ekonomik, siyasi ve askeri yapılanma üzerinde ABD'nin etkileri dikkate alındığında, Türkiye'nin istikrarlı bir gelişme ve kalkınma düzeyine ulaşmasını beklemek pek mümkün görünmemekteydi. Truman yardımlarının Türkiye'nin II. Dünya savaşı süresince savaşa girecekmiş gibi yaptığı savunma harcamalarına oranı çok düşük miktarlarda kalmakla birlikte Yunanistan'a aynı dönemde yapılan Truman yardımı miktarının

²⁵ Yavuz Güler, **II. Dünya Harbi Sonrası Türk–Amerikan İlişkileri (1945-1950)**, Cilt 5, Sayı 2, Kırşehir, G.Ü. Eğitim Fakültesi Yayını, 2004, ss. 209-218.

300 milyon \$ tutarında olması ABD'nin müttefikleri arasında nasıl bir ayırım yaptığının da açık bir göstergesidir.

Truman Doktrini olarak adlandırılacak olan ve Türkiye'ye yapılan 100 milyon \$'lık Amerikan yardımının kullanım alanı Tablo 2.3'te belirtilmiştir.²⁶Tablodan da görüldüğü gibi, Amerikan yardımının Türkiye'de yatırıma imkân veren herhangi bir ekonomik yönü bulunmamaktadır. 1945 yılı II. Dünya Savaşının son bulduğu tarih olmasına rağmen 1947 yılında, yani savaşın bitiminden 2 yıl gibi bir süre sonra 48,5 milyon \$ Kara Kuvvetleri, 26,75 milyon \$ Hava Kuvvetleri, 14,75 milyon \$ Deniz Kuvvetleri ve 10 milyon \$ da mühimmat ve otoyolların gelişimi için olmak üzere toplam 100 milyon \$ olarak verilen yardımların ekonomik anlamda Türkiye'ye pek fazla bir katkısının olduğunu ifade etmek mümkün görünmemektedir. Ayrıca Yunanistan'a yapılan yardımlarla karşılaştırıldığında aradaki farkı da ayrıca görmek gerekir.

Tablo 2.3: II. Dünya Savaşı Sonrası Türkiye'de ABD Yardımları (1947)

Kullanım Alanı	Toplam Yardım Tutarı (\$)
Kara Kuvvetleri	48.500.000
Hava Kuvvetleri	26.750.000
Deniz Kuvvetleri	14.750.000
Mühimmat Takviyesi	5.000.000
OtoyollarınGeliştirilmesi	5.000.000
TOPLAM	100.000.000

Kaynak: George MCGHEE, ABD-Türkiye-NATO-Ortadoğu, Çeviren: Belkis Çorakçı, Ankara, Bilgi Yayınları, 1992, s.90, **Aktaran:** Yavuz Güler, II. Dünya Harbi Sonrası Türk-Amerikan İlişkileri(1945-1950), Cilt 5, Sayı 2, Kırşehir, G.Ü. Eğitim Fakültesi Yayını, 2004, s. 218.

Dolayısıyla 1939- 1945 arası dönem savaş yılları olarak geçtiğinden, uluslararası yatırımlarda fazla bir gelişme sağlanmadığı gibi savaş sonrasında da

²⁶ George MCGHEE, ABD-Türkiye-NATO-Ortadoğu, Çeviren: Belkis Çorakçı, Ankara, Bilgi Yayınları, 1992, s. 90, Aktaran: Yavuz Güler, a.g.e., s. 218.

ekonomik anlamda ciddi bir yabancı yatırım görülmemektedir. Çünkü GOÜ'lerde yatırımda bulunan ABD ve Batı Avrupalı işletmeler, yaşanan belirsizlik nedeniyle bu dönemdeki yatırımlarını askıda tutmak düşüncesi içerisinde hareket etmişlerdir. Kaldı ki savaş sonrası tüm Avrupa savaşın tahribatlarını ve ekonomik etkilerini ortadan kaldırmak için bir yatırım seferberliği başlattığı bir dönemde Türkiye'ye reva görülen jandarma rolü düşündürücü olmaktan öteye geçmemektedir.

2.1.3.2. Türkiye'de 1950-1960 Arası Ekonomik Kalkınma Politikaları ve Uluslararası Sermaye

1948'den sonra dış sermaye kullanımı, Türkiye ekonomisinin işleyişinde vazgeçilmez temel bir öge olmuştur. 1923-1947 döneminde ekonomik kalkınmasını kendi öz kaynakları ile gerçekleştirmeye çalışan Türkiye 1948'den sonra yoğun bir biçimde yabancı kaynaklara açılmıştır. Dönem süresince daha fazla dış kaynak kullanımı, kuşkusuz üretim ve gelir artışını olumlu yönde etkilemiştir. Fakat ekonominin dış kaynaklara bağımlılığının artması dış borçların süratle büyümesine ve başka olumsuz gelişmelere neden olmuştur.

Tablo 2.4'te yer alan bilgiler arasında 1950-1960 döneminde Türkiye'ye giren yabancı sermaye miktarları görülmektedir. Bu dönemde, borç ertelemeleri dışında, toplam 2.311 milyon \$ yabancı sermaye girişi olmuştur. Gerçekleşen bu dış kaynakların 1.416 milyon \$'ı resmi kredi ve bağış, geri kalan 895 milyon \$ ise özel yabancı sermayedir. Resmi kredi ve bağışların 1.107 milyon \$'ı ABD tarafından sağlanmıştır. Bunun 728,2 milyon \$'ı bağıştır. Dolayısıyla elde edilen verilerde de görüldüğü gibi bu dönemde, ABD dış ticarete de Türkiye'nin en önemli partneri haline gelmiştir.

Tablo 2.4: Türkiye’de 1950-1960 Arası Yabancı Kaynak Girişi (Milyon \$)

Yabancı Kaynak Giriş Statüsü	Toplam Tutar
1. Proje Kredileri	72,00
2. Program Kredileri	1.112,00
3. Uluslararası Kuruluşların Kredileri (IMF, ECU, OECD)	95,00
4. PL 480	137,00
I. Resmi Kredi ve Bağışlar Toplamı	1.416,00
1. Yabancı Özel Yatırımlar	101,00
2. Özel Ticari Krediler	210,00
3. Özel Satıcı Kredileri	584,00
II- Özel Yabancı Sermaye	895,00
GENEL TOPLAM	2.311,00

Kaynak: M. Singer, 1977, s.392. **Aktaran:** Hüseyin Şahin; **Türkiye Ekonomisi, Tarihsel Gelişimi-Bugünkü durumu**, Yenilenmiş 10. Baskı, Bursa, Ezgi Kitapevi Yayınları, 2009, s. 124.

Ulus-devletin ve ulusal ekonominin temellerinin atıldığı, iki büyük dünya olayının (Büyük Ekonomik Bunalım ve İkinci Dünya Savaşı) yaşandığı 1923-1945 yılları arasında, Türkiye önemli çapta ekonomik gelişmeyi, arka planda yurtiçinde de yaşanan çok sayıda siyasal, toplumsal badireye rağmen gerçekleştirebildi. Bu dönemde izlenen devletçilik politikaları, gerek imalat sanayinde gerek diğer alanlarda üretimin rizikosunu yaymak yoluyla kârlılığını artıran bir öge olarak da etkin bir rol oynadı. Halktan toplanan vergilerle (kısmen de enflasyonla) karşılanan yatırım giderlerinin rizikosu bütün halka yayıldığı, tek bir firmada kalmadığı için, rizikosu yüksek alanlarda yatırımların yapılmasını da mümkün kıldı. Özel kesimin henüz gelişmediği 1950’li yılların başına kadar, KİT’ler tek parti döneminde siyasal çekişmeye de konu olmadan varlıklarını sürdürdüler. Çok partili düzende iktidara gelen sağ partiler döneminde de 1979’a dek değinilen çok sayıdaki yararlar nedeniyle yeni KİT’lerin kurulmasına katkı devam etti. İkinci Dünya Savaşı sonrasında özellikle imalat sanayindeki KİT’lere ilk tepki ABD’li uzmanlardan geldi.²⁷

²⁷ Kazgan, Tanzimattan 21. Yüzyıla, a.g.e., ss. 71-73.

Türkiye Ekonomisinin temel taşlarını oluşturan KİT'ler, 1960'lı yıllara dek gelişme ve sanayileşme alanında gerek istihdam, gerek teknoloji, gerekse altyapı alanında özel sektör yatırımcılarına öncülük etmesine rağmen, kapasite artırımına gidilememesi ve bu sektörlerin geliştirilip genişletilememesi nedeniyle zarar eden kamu kuruluşları haline gelmiştir. Farklı siyasal iktidarlar döneminde, çalışan sayısının gereğinin üzerinde artırılması ve siyasi rant amacına yönelik atama ve kadrolaşmalarla zaman içerisinde çalışan sayısının daha da artmasıyla ters orantılı bir şekilde üretimin ve verimliliğin düşmesine yol açan olumsuzluklar yaşanmıştır.

2.1.3.3. 1960-1980 Yılları Arası Türkiye'de Ekonomik Gelişme Politikaları ve Uluslararası Sermaye

1950-60 arası dönemde plansız büyüme politikalarının ortaya çıkardığı dışa bağımlılık ve enflasyonda yaşanan artış eğiliminin de etkisiyle 1960 sonrasında, ekonomi politikalarında bir takım revizyonlara gidilmiştir. Ancak, bu çalışmalar, TBMM'nin özgür iradesiyle oluşmuş bağımsız bir ekonomi politikası olmaktan uzak bir şekilde askeri vesayet politikalarıyla gerçekleşmiştir. Ayrıca bu dönem, ekonomide kamu müdahalesinin henüz sürmekte olduğu bir dönem olma özelliği de taşımaktadır. Bir yandan KİT'ler diğer yandan kamu otoritesine bağlı vesayet altında piyasada faaliyetlerini sürdüren özel sektör veya kamu ortaklığı bulunan özel sektör yatırımları söz konusudur. Piyasada gerektiğinde kamu müdahalesinin kaçınılmaz bir uygulama olarak görüldüğü süreç henüz devam etmektedir.

Piyasa mekanizmasının tam etkinlikle çalışabilmesinin koşulları belirlenince, Devletin varlık ve ekonomiye müdahale nedeni de ortaya çıkmaktadır. Piyasa mekanizmasındaki aksaklıkları gidermek, böylelikle en etkin üretim ve bölüşüm sürecinin belirlenmesine katkıda bulunmaktır. Bu çerçevede devletin ekonomiye müdahale nedenleri aşağıdaki şekilde açıklanmaktadır;

- Ekonomik eşitsizlik sorununa müdahale,
- Piyasanın üretmediği sosyal veya kamu mallarının üretimi,
- Serpinti veya çevresel etkiler,
- Piyasa arz-talep oranlarına göre üretim,
- Ekonomik büyümenin istikrar içinde sağlanması,

- Büyüme hızının gerçekleştirilebilmesi için gerekli katsayıları ve sermaye oluşum hızını düzenlemek, olarak belirlenirken (e) ve (f) maddelerindeki yükümlülükler de yine Keynesci bir öge olma özelliği taşımaktadır.²⁸

1961 Anayasası'yla bu plansız büyüme dönemine son vermek amacıyla Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) kurulmuş ve bu kurum 1961 yılından itibaren ilk 5 Yıllık Kalkınma Planını yürürlüğe koymuştur. Bu kalkınma planında dış kaynaklara bağımlılığın azaltılması hedeflenmiş, fakat tam tersi, ilgili dönemde dış kaynak gereksinimi daha da artmış, buna karşın UDY'lerde planlanan seviyede bir sermaye girişi sağlanamamıştır.²⁹ Planlı dönem 1963 yılında başlar. Bu dönemde yabancı sermayenin ihracata ve turizm sektörüne kaydırılmasına ağırlık verilmiş, kalkınmanın finansmanında yabancı sermayeye olan ihtiyacın I. II. III. IV. V. ve VI. Beş Yıllık Kalkınma Planlarında yer alması sağlanmış, yabancı sermayeyi teşvik politikasında, yabancı sermaye girişinin kolaylaştırılması ve özellikle de Türkiye ekonomisine katkısının artırılması amacı gözetilmiştir. İzin verilen yabancı yatırımların gümrük muafiyeti ve yatırım indiriminden faydalanması, transfer edilen teknolojinin ülke koşullarına uygun hale getirilmesi, araştırma laboratuvarları kurmalarının sağlanmasıyla birlikte makine, imalat, kimya, elektronik sektörlerinde ara mallar ve yatırım girdilerine öncelik verilerek, "Türkiye ekonomisinin ekonomik açıdan gelişmesine katkı sağlamak" prensibi ortaya konulmuştur.³⁰

Türkiye, 1963 yılında planlı döneme girerken, ülkenin sosyo-ekonomik potansiyelini değerlendirmek ve bu potansiyeli orta dönemli planlarla en iyi şekilde yönlendirebilmek için, amaç ve hedeflerin önceliklerini tespit eden 15 yıllık perspektif plan hazırlama gereği duyulmuştur. I. ve II. Beş Yıllık Kalkınma Planları, 1963-1977 perspektif planına göre hazırlanmış olup; I. Beş Yıllık Kalkınma Planı, temel altyapı yatırımlarına, istihdam sorununa ve yeniden düzenleme konularına ağırlık verirken, II. Beş Yıllık Kalkınma Planı, özellikle sanayi sektörünün ekonomide sürükleyici sektör niteliği kazanması ilkesini benimsemiştir. III. Beş

²⁸ Kemal Saybaşı, **Türkiye'de Planlı Ekonomik Kalkınma Döneminde Devletin Ekonomiye Müdahalesi (1963-1985)**, Ankara, Birey ve Toplum Yayınları, 1986, ss. 15-17.

²⁹ Tuğrul Görgün, "Doğrudan Yabancı Yatırımların Tarihsel Gelişimi Çerçevesinde Yatırımların Geliştirilmesinde Etkin Kurumsal Yapılanmalar", Ankara, **T.C. Başbakanlık DTM (Uzmanlık Tezi)**, 2004, s. 48.

³⁰ Ramazan Uludağ, **Türkiye' de Yabancı Sermaye Uygulaması**, Ankara, 1991, s. 23.

Yıllık Kalkınma Planı ise, gelir seviyesinin arttırılmasını, sanayileşmenin özellikle ara ve yatırım malı üreten sektörlerde hızlandırılmasını ve dış kaynaklara bağımlılığın azaltılmasını amaçlamıştır.³¹Türkiye’de planlı kalkınma dönemlerinin başladığı yıllar olarak belirtilen 1961 sonrasını ele aldığımızda, yabancı sermayeyi teşvik amacıyla çıkarılan yasalarla birlikte kanun ve tüzüklerle sağlanan teşvik ve kolaylıklara rağmen, yabancı sermaye girişinde beklentileri karşılayacak hedeflere ulaşamamıştır.

Toplam yabancı özel sermaye girişi, ilk üç plan döneminde (I-II-III. Beş Yıllık Kalkınma Planı), sırasıyla 115, 183 ve 362 milyon \$ olarak gerçekleşmiştir. Buradan yabancı özel sermayenin ekonomiyi giderek daha çekici ya da kârlı bulduğu söylenebilir. Nitekim aynı dönemlerde yapılan kâr transferlerine bakıldığında, I.KP. Döneminde 64, II. KP. Döneminde 168, III. KP. Döneminde ise 346 milyon \$ kâr transferi yapılmıştır. Dolayısıyla kâr transferi/getirilen yabancı sermaye oranının; I. KP döneminde % 55,7, II. KP döneminde % 91,8 ve III. KP döneminde % 95,6 olmak üzere giderek arttığı görülmüştür. Yabancı özel sermaye girişine yakın miktarda dışarıya kâr transferi yapılması, yabancı özel sermayenin ülkenin sermaye birikimine net sayısal katkısının giderek azaldığı ya da ortadan kalktığı anlamına gelir. Bununla birlikte sermayenin sayısal büyüklüğünden çok niteliği, kullanıldığı alt sektörler, harekete geçirdiği yerli sermaye ve kullanılan üretim teknolojisi, ekonomik gelişme açısından aynı ölçüde önemlidir.³²

2.1.4. Küresel Dönüşüm Sürecinde Türkiye’de Ekonomik Gelişme Politikaları ve Uluslararası Doğrudan Yatırımlar

Türkiye’de geçiş dönemi olarak da adlandırılan bu dönem, aynı zamanda liberalizasyon süreci olarak adlandırılmaktadır. Bu süreçle birlikte milli ekonomi politikalarında büyüme stratejilerinin izlenmesi, aynı zamanda dışa bağımlı bir ekonomik yapılanma modelinin oluşmasına yol açmıştır. GOÜ’lerin ekonomik

³¹ T.C. Başbakanlık DPT, “**Beş Yıllık Kalkınma Planları**”, (Çevrimiçi) [http://www.dpt.gov.tr/Portal Design/ PortalControls/ Web ContentGosterim.aspx?Enc=51C9D1B02086EAFBBBBF5A539A4A36E6C](http://www.dpt.gov.tr/PortalDesign/PortalControls/WebContentGosterim.aspx?Enc=51C9D1B02086EAFBBBBF5A539A4A36E6C), 29 Mayıs 2010.

(*) Konvertibl: Bir ülke parasının, döviz piyasalarında başka bir ülke parası ile serbestçe değiştirilebilmesi ve uluslararası ticari işlemlerde değişim aracı olarak kullanılabilmesidir.

³² Kepenek ve Yentürk, **a.g.e.**, s. 168.

büyüme politikalarının hedefinde sermaye birikiminin sağlanması esas alınmış, risk içeren görüş ve yaklaşımlara rağmen sorunun, ancak yabancı sermayenin bu ülkelere çekilmesiyle aşılabileceği belirtilmiştir. Milli ekonomilerde tasarrufların yetersiz oluşu, iç piyasada yeterli sermaye birikiminin sağlanamaması, yabancı sermayenin bu açığı finanse ederek adeta ikame edici özelliğe bürünebileceği doğrultusunda görüşler oluşmasıyla sonuçlanmıştır.

90'lı yıllara damgasını vuran küreselleşme süreci ile uluslararası ticaretin giderek artması, şirketler hukuku, fikri ve sınaî mülkiyet hakları alanlarının hem ulusal yasalar hem de çok taraflı anlaşmalar ile düzenlenmesini bir zorunluluk haline getirmiştir. Dünya Ticaret Örgütü'nün kurulması ile sonuçlanan müzakerelerin en önemli tartışma konularından birini fikri hakların korunması oluşturmuş ve Ticaretle Bağlantılı Fikri Haklar Anlaşması, DTÖ Kuruluş Anlaşması'nın ayrılmaz bir parçası haline getirilmiştir.³³

2.1.4.1. 1980-2000 Arası Türkiye'de Ekonomik Gelişme Politikaları ve Uluslararası Doğrudan Yatırımlar

Türkiye'de, 1980 yılından sonra görülen yabancı sermaye girişlerinin artışında temel faktör, 24 Ocak 1980 tarihinde alınan ekonomik istikrar kararlarıdır. Türkiye'nin dışa açık bir politika izlemeye başlaması, ülkede politik ve ekonomik istikrarın yeniden sağlanmasıyla beraber uygulanan yabancı sermaye politikaları bu tarihlerden sonra güven vermeye başlamıştır.³⁴

Kalkınma için gerekli sermaye birikimi, yurt içi kaynakların yetersizliği nedeniyle dış borçlanma ve yabancı sermaye girişiyle sağlanmaya çalışılan Türkiye'de, 1980 yılına kadar kayda değer bir artış görülmeyen yabancı sermaye izinleri, 1980'de 97 milyon \$'dan, 1981'de 337 milyon \$'a yükselerek büyük bir sıçrama kaydetmiştir. 1986'da yapılan mevzuat değişikliği ile 364 milyon \$ olarak gerçekleşen ve ikinci büyük sıçrama yaşanmasına yol açan yabancı sermaye izinleri, 1987'de 655 milyon \$'a çıkmış ve 1992'deki mevzuat değişikliğiyle de ilk kez, 2 milyar \$ sınırı aşılmış ve nihayet 1995'te 3 milyar \$ sınırına gelinmiştir. 1997-1999

³³ İKV, AB ve Bölgesel Kalkınma, “AB Müktesebatı, Şirketler Hukuku”, s. 7, (Çevrimiçi) <http://www.ikv.org.tr/pdfs/sirketler-hukuk.pdf>, 23 Kasım 2010.

³⁴ Karluk, a.g.e., s. 104.

döneminde ortalama 1,7 milyar \$ tutarında izinlerle 1999 yılı sonuna kadar verilen izinlerin toplamı 25,6 milyar \$'a ulaşmış, fiili giriş bazında ise Türkiye'ye gelen UDY, 1980 yılında 35 milyon \$ iken, 1990'da 1 milyar \$'a yaklaşmıştır. 1990'lı yıllarda Türkiye'ye gelen yabancı sermaye, yıllık ortalama 1 milyar \$ civarında seyretmektedir. 1999 sonu itibariyle, Türkiye'de faaliyette bulunan ve toplam sermayesi 823,2 trilyon TL olan mevcut 4950 adet yabancı sermayeli şirketin, yüzde 46,1'i imalat sanayi, yüzde 52,5'i hizmetler, yüzde 0,3'ü tarım ve yüzde 1'i ise madencilik sektöründe faaliyet göstermektedir.³⁵

Türkiye'de para piyasanın genişlemesini öngören politikalarla birlikte 1981 yılında çıkarılan sermaye piyasası kanunu ve 1982 de kurulan SPK sonrasında 1983 yılında menkul kıymet borsalarının kuruluşunu öngören kararname sonrasında 1984 yılında resmi gazetede yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. İMKB'nin kurulması ile birlikte sermaye piyasasında sağlanan gelişmelerle yüksek büyüme oranlarına ulaşılmış olsa da beraberinde enflasyonda yaşanan yükseliş hızının önüne geçilememesi, hedeflerde sapmalara yol açmıştır.

Merkez Bankası 1987 yılında açık piyasa işlemleri yapmaya başlamış, bu dönemde modern anlamda para ve döviz piyasalarının kurulmasında öncü rol üstlenmiş ve bu amaçla 22 Ekim 1987 tarihinde Banka bünyesinde Para Piyasaları ve Fon Yönetimi Genel Müdürlüğü kurulmuştur. 1989 yılına gelindiğinde, 32 Sayılı Karar ile ekonomik birimlerin döviz ile işlem yapmalarına izin verilmiş ve Türk parası konvertibl(*) ilan edilerek görece daha esnek bir döviz kuru rejimine geçilmiştir.³⁶ 7 Ağustos 1989 tarihli 32 sayılı kararname ile aynı zamanda, uluslararası sermaye üzerindeki miktar kısıtlamaları da kaldırılmış ve yabancıların Türkiye'de menkul kıymet piyasasından alım yapabilmelerine izin verilmiş, özelleştirme programlarına hız verilmiştir. 1980'lerde Türkiye'deki UDY girişleri 500 milyon \$'ın altındayken, 2000'li yıllarda bu girişler 20 milyar \$ seviyesini aşmıştır. Bu süreçte, Türkiye'de özel sektör odaklı büyüme stratejisi ile sağlanan makroekonomik istikrar ve gerçekleştirilen yapısal reformların yanı sıra, yatırım

³⁵ DPT, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, “Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları”, Ankara, T.C. Başbakanlık DPT, Özel İhtisas Komisyonu Raporu, 2000, s. 9.

³⁶ TCMB, **Dünden Bugüne TCMB**, Ankara, TCMB Yayınları, 2008, s. 10, (Çevrimiçi) http://www.tcmb.gov.tr/yeni/iletisimgm/dundenbugune_TCMB, 09 Haziran 2011.

ortamının iyileştirilmesine yönelik özel sektörün beklentileri doğrultusunda uygulamaya konulan politik tedbirlerin önemli katkısı olmuştur.³⁷

Türkiye 1990'lı yıllara, sermaye ithali yolu ile mal ve hizmet ithalatını devam ettirme ve yapay refah görüntüsünü sürdürme gayreti içinde girdi. Döviz-faiz arbitrajı ile kısa vadeli yabancı sermaye ülkeye çekilmeye çalışıldı³⁸

21 Nisan 1994 tarihinde Merkez Bankası Kanunu'nun Hazineye kısa vadeli avans hesabını düzenleyen maddesinde değişiklik yapılarak, Hazinesinin Merkez Bankası kaynaklarını kullanımına sınırlamalar getirilmiştir. 1997 yılında ise Merkez Bankası ile Hazine arasında imzalanan bir protokol ile 1998 yılından itibaren Hazinesinin Merkez Bankasından kısa vadeli avans kullanmaması konusunda uzlaşmıştır. Böylece 1995-1999 yılları arasında, döviz kurundaki dalgalanmaları azaltmayı ve döviz piyasalarındaki spekülasyon hareketleri önlemeyi amaçlayarak, Merkez Bankasının, finansal piyasalarda istikrarı sağlamaya yönelik politikalar izlemesi sağlanmıştır.³⁹

Türkiye'de 1991 yılını izleyen 8 yıllık dönem içerisinde 91, 94, 98 ve 99 olmak üzere tam dört kriz yaşandı ki bu krizlerin ortak özelliği çoğunlukla finansal alanlarda yaşanan krizler olmasıdır. 1985-1990 yılları arası TL'nin konvertibl olması, sermaye hareketlerine kazandırılan serbestlik, dış ticaret politikalarında esneklik politikaları gibi nedenlerin bu krizler üzerinde etkili olmadığını söylemek gerçekçi bir yaklaşım olmayacaktır. Özellikle kısa vadeli yabancı sermaye giriş çıkışlarının, sadece portföy yatırımlarına etki etmekle sınırlı kalmadığı görülmüştür.

Özellikle kriz dönemlerinde yüksek devalüasyon ile birlikte hisse fiyatları düşüşü, yabancıların şirket hisselerini neredeyse "metelik" karşılığı ele geçirmesine yol açmaktadır. 1994 krizinde gıda sanayinin önemli bir bölümü, 1999 krizi ve onu izleyen krizlerde bankalar, aracı kurumlar, tur ve otelcilik şirketleri vb. yabancıların eline geçmiştir. İstikrarsız ekonomide Borsa, beklenen işlevi yerine, sermayenin yabancılara geçmesini sağlamaktadır. 1998'deki krizi tetikleyen portfolyo

³⁷ İbrahim Çanakçı, "30 Yılda Türkiye Ekonomisinde Yaşanan Değişim", İstanbul, Uluslararası Yatırımcılar Derneği Insight YASED 30. Yıl Özel Sayısı, 2010, s. 21.

³⁸ Şahin, a.g.e., s. 221.

³⁹ TCMB, **Dünden Bugüne TCMB**, Ankara, TCMB Yayınları, 2008, s. 10, (Çevrimiçi) http://www.tcmb.gov.tr/yeni/iletisimgm/dundenbugune_TCMB, 09 Haziran 2011.

yatırımlarından 6 milyar \$ tutarındaki çıkış Türkiye'ye girip çıkan fonların istikrarsızlığa yol açmasına verilebilecek önemli bir örnektir.⁴⁰

1997 yılında Doğu Asya'da yaşanan finansal kriz yalnızca bölgeyi etkilemekle kalmamış, küreselleşmenin etkisi ile birlikte krizin yansımaları Doğu Asya'nın dışına taşarak özellikle GOÜ'ler ile geçiş ekonomisi olarak adlandırılan ülkelere de ağır maliyetler getirmiştir. Bazı ülkeleri derinden etkilemiş olmasına karşın, dünya ekonomisini etkileyen ve 1998 yılında en üst noktasına ulaşan kriz, son 30 yılda yaşanan dört ekonomik durgunluğun en hafifi olmuştur. Gelişmekte olan ülkelerin sermaye piyasalarındaki kaçış daha güvenilir olan gelişmiş ülke menkul kıymetler borsaları yönünde olmuş, bu da başta ABD olmak üzere gelişmiş ülkelerdeki tüketim harcamalarına ivme kazandırarak bu ülkelerin büyüme hızlarını olumlu katkılarda bulunmuştur.⁴¹

2.1.4.2. 2001-2011 Arası Türkiye'de Ekonomik Gelişme Politikaları ve Uluslararası Doğrudan Yatırımlar

Birçok GOÜ'de ekonomik büyüme ve UDY artışı için, yapısal ve kurumsal reformlar başlangıç noktasını oluşturmaktadır. Sadece teşvik tedbirlerine başvurmak yeterli olmamaktadır. Bu çerçevede Türkiye, enflasyonun aşağı çekilmesi, istikrarlı ve sürdürülebilir bir büyüme ortamının sağlanması, kamu açıklarının düşürülerek kamunun mali piyasalar üzerindeki baskısının azaltılması ve makroekonomik istikrarı kalıcı kılacak yapısal reformların hayata geçirilmesine yönelik olarak uygulayacağı kararlı politikalar sonucunda, UDY'ler bakımından cazip bir merkez haline gelebilecektir. Nitekim ABD tarafından 1994 yılında 2000'li yıllar için geliştirilen "Yükselen 10 Büyük Pazar" stratejisinde Türkiye, Çin'den sonra ikinci sırada yer almaktadır. Bu stratejiye göre Türkiye'nin 1998 yılında 45 milyar \$ yatırım çeken Çin'in gerisinde, 29 milyar \$ çeken Brezilya'nın önünde olması gerekmektedir. Yani, Türkiye'nin yılda 30 ila 50 milyar \$ arasında bir rakamı yabancı yatırım olarak çekmesi gerekmektedir. Ancak, Öngörülen yıllık 25-30 milyar

⁴⁰ Kazgan, Tanzimattan 21. Yüzyıla..., a.g.e., s. 172.

⁴¹ DPT, **Türkiye'nin Dış Ekonomik İlişkileri**, Ankara, T.C. Başbakanlık DPT, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyonu Raporu, 2000, ss., 19-20.

\$ yabancı yatırıma ulaşmak için öncelikle ekonomik ve siyasi istikrarın sağlanması gerekmektedir.⁴²

2000 yılında uygulamaya konulan ekonomik istikrar politikası 3 temel hedefe dayanmaktaydı ve bu hedefler; Sıkı bir maliye politikası ile kamuda dengenin sağlanması, sınırları belirlenmiş bir kur politikası sonucu fiyatlar genel düzeyinin ya da fiyat istikrarının sağlanması, gelir politikasının enflasyonla uyumlu bir hale getirilmesi sonrasında enflasyonun kontrol altında tutulması yoluyla ekonomik istikrarın oluşturulması amaçlanmıştır. Öncelikle kur politikasının IMF'in önerileri ile uygulamaya geçirilmesinde özel sektörün iradesi ya da inisiyatifi dikkate alınmamış ve ardından bankalar yurtdışından yüksek oranlarda döviz borçlanması yoluna gitmişlerdir. Bankaların yüksek oranlı borçlanmaları iç piyasada genişleyen bir kredi mekanizmasını harekete geçirmiş ve bu da enflasyonla mücadele hedeflerini sarsmıştır. Kısa vadeli yabancı sermaye stokundan ciddi miktarda geri çekilmenin yaşanması, özelleştirmeler konusunda ortaya konulan çekinceler, bankaların döviz pozisyonlarını düzeltme çabaları sonrası döviz talebinin artmasına faiz oranlarının da yükselmesine yol açmıştır. Sonuç olarak Kasım 2001'de % 1000'ler seviyesine ulaşan faizler, her ne kadar piyasaya likidite aktarımı yapılarak % 100'ler seviyesine çekilmişse de kısa bir süre sonra % 1000 faiz seviyeleri yeniden görülmeye başlamıştır. Bütün bunlar bir yana ekonomi politikaları IMF güdümünde dış kaynaklı politikalarla belirlenirken, iç piyasadaki talepler bütünüyle göz ardı edilmiş, esnaf, çalışan ve iş dünyasının tepkileri sokağa taşmaya başlamıştır. Bütün bu gelişmeler sonrasında 2001 Türkiye ekonomik krizinin yaşanması kaçınılmaz bir hale gelmiştir. 2001 krizinin yaşanmasındaki en büyük etkenlerden biri de finans kuruluşları olmuştur. Bankaların tefeci rolüne büründüğü bu dönemde bankalar faiz oranlarını yükselmiş, döviz kurlarındaki yüksek artışlar ekonomik dengeleri sarmıştır. MB para politikasında yapılması gereken değişiklikler siyasi kaygılar dikkate alınarak zamanında yapılamamıştır.

Bu bağlamda merkezi yönetim borç stokunun GSYH'ye oranı 2000 yılında yüzde 38,2 iken 2001 yılında yüzde 74,1'e yükselmiştir. 2001 krizi sebebiyle kamu

⁴² DPT, **Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları**, Ankara, T.C. Başbakanlık DPT, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Özel İhtisas Komisyonu Raporu, 2000, ss. 16-17.

bankalarına, TC Merkez Bankası'na ve TMSF'ye ihraç edilen DİBS'lere ilişkin olarak 2002 sonrası dönemde 67,5 milyar TL'si anapara 74,5 milyar TL'si faiz olmak üzere toplam 142 milyar lira geri ödenmiştir. Kriz sonrasında ise 4749 sayılı Kamu Finansmanı ve Borç Yönetiminin Düzenlenmesi Hakkında Kanun ile 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu gibi kamu mali yönetiminde reform mahiyetinde yasal düzenlemeler yapılmış, Merkez Bankası politika uygulamaları bakımından bağımsız bir yapıya kavuşturulmuş, bankacılık sektörünün bilanço yapısı güçlendirilmiş ve sosyal güvenlik sisteminde kapsamlı bir reform gerçekleştirilmiştir. Son dokuz yıllık dönemde kamu maliyesinde sağlanan iyileşme ve yapısal reformlar alanında kaydedilen ilerleme sayesinde Türkiye bir yandan 2001 kriziyle oluşan yükü üzerinden atarken, diğer yandan hızlı ve istikrarlı bir büyüme sağlamıştır.⁴³

Türkiye’de bu dönemde 2001-2005 yıllarını kapsayan Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı ve 2007-2013 arası yılları kapsayan Dokuzuncu Kalkınma Planı olmak üzere iki ayrı kalkınma planı söz konusudur. Özellikle sekizinci beş yıllık kalkınma planında “Türkiye’nin Dış Ekonomik İlişkileri” ve “Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları” başlıklı iki ayrı “Özel İhtisas Komisyonu Raporu” yayınlanmıştır. Bu raporlar üzerinde hassasiyetle durulması ve bu amaçla kurulan ihtisas komisyonları ile hükümetin ekonomi politikaları üzerinde gerek dış ticaretin gerekse yabancı sermayenin üzerinde ne derece önemle durulmakta olduğu da ortaya çıkmaktadır.

Sekizinci beş yıllık kalkınma planında, küreselleşme ve bilgi teknolojilerindeki yeniliklerle beşeri kaynak sorununun çözümüne yönelik politikalar ele alınmıştır. Üretimde verimliliğin sağlanması için ileri teknolojilerin uygulanması ve bu uygulamalar için nitelikli insan kaynağının varlığının gerekliliği ele alınmıştır. İleri teknoloji için Ar-Ge’nin önemi üzerinde durulmakta ve bunu sağlamanın ancak nitelikli insan gücünün sağlanması ile mümkün olabileceği üzerinde durulmaktadır. Nitelikli işgücünü gerçekleştirememiş olan ülkelerde bilgi teknolojilerinden ve dolayısıyla bilgi ekonomilerinden beklenen faydanın elde edilmesi mümkün değildir.

⁴³ İbrahim H. Çanakçı, “Ekonomiyi Güçlendirdik Devlet Yüksek Faiz Ödemekten Kurtuldu”, **Zaman Gazetesi**, 21.02.2011, (Çevrimiçi)<http://www.zaman.com.tr/haber.do?haberno=1096552&title=haber-yorum-ibrahim-halil-canakci-ekonomiyi-guclendirdikdevlet-yukse-faiz-odemekten-kurtuldu>, 25 Mayıs 2011.

Bu nedenle eğitim, bilgi toplumuna dönüşmede ve bilgi ekonomilerinin üretim alanlarında faaliyet gösterebilmesinde oldukça önemlidir. Bu nedenle Ar-Ge için ayrılan kaynakların artırılması, yeterli sayıda araştırmacıların yetiştirilmesi, özellikle mesleki eğitimin sanayi politikalarıyla uyumlu olarak desteklenmesi gerekmektedir.⁴⁴

Dokuzuncu beş yıllık kalkınma planında (2007-2013), “Sürdürülebilir büyüme” veya “İstikrarlı büyüme” konuları ile “Gelir dağılımındaki Eşitsizlik” sorunları ana temayı oluşturmaktadır. Kamu hizmetinde kalitenin ve etkinliğin artırılması, beşeri sermayenin gelişmesine yönelik eğitim sisteminin geliştirilmesi ve istihdamın artırılması şeklindeki ekonomik ve sosyal gelişme hedefleri ile kamu hizmet politikasının verimliliği, nitelikli insan gücünün yetiştirilmesi ve istihdam sorunları ele alınmıştır. İstihdamda ara eleman temini konusunda yaşanan sıkıntılar ve buna duyulan ihtiyaç ele alınmaktadır.

Ayrıca AB – Türkiye ortak girişimiyle ortaya konulan “Bölgesel Kalkınma Ajansları” projesi de yine bu dönemde ele alınan kalkınma projelerinden biri hatta belki de en önemlisi olma yolundadır.

Türkiye’de Ekonomik alanda ihtiyaç duyulan ara eleman yetersizliği söz konusudur. Mesleki-Teknik eğitim sisteminin, işgücü piyasasının ihtiyaç duyduğu nitelikte olmaması, mevcut eğitim programlarının ilgili birimlerle ve iş birliği içinde yenilenememesi ve donanım eksikliğinden kaynaklanmaktadır. Ara eleman sıkıntısının giderilmesinde önem taşıyan mesleki-tekniik eğitim programlarının işgücü piyasasının talepleri doğrultusunda değerlendirilmemesi mesleki-tekniik eğitim mezunlarının istihdam edilebilirliğini azaltmakta ve bunun sonucunda da mesleki eğitime olan talep düşmektedir.⁴⁵

Türkiye için gerek sekizinci beş yıllık kalkınma planının DYY’ler konulu özel ihtisas komisyonu çalışmalarında gerek uluslararası kuruluşlarca ortaya konulan tahmini rakamlar ve de ABD’nin 1994’lü yıllarda 2000 yılı ve sonrası için öngördüğü yıllık 30-50 milyar \$ aralığındaki UDY tahminlerinde ortaya konulan

⁴⁴ DPT, **Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı**, Ankara, 2000, ss. 73-74, (Çevrimiçi) <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/viii/plan8str.pdf>, 05 Mart 2011.

⁴⁵ DPT, **Dokuzuncu Kalkınma Planı**, Ankara, 2006, s. 40, (Çevrimiçi) <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan9.pdf>, 03 Aralık 2009.

rakamlara karşılık, gerçekleşen yabancı yatırımlar Türkiye'deki UDY hedeflerinde hayal kırıklığı meydana getirmiştir. Türkiye'nin sahip olduğu ekonomik kapasite ve avantajlara rağmen ülkeye çekebildiği UDY'lerin hedefin çok çok altında kalması ekonomik yapı ile de bağdaşmamaktadır. Tabii ki bunun birçok nedeni söz konusu olmakla birlikte özellikle siyasi alanda görülen kaygılar, ekonominin bu biçimde şekillenmesini de beraberinde getirmektedir.

Yabancı yatırımların, ev sahibi ülkede öncelikle siyasal, sosyal ve ekonomik alanlarda istikrar araması, bu faaliyetlerin başlangıcından beri değişmeyen bir karakteridir. Bu faktörler uluslararası yatırımcının sadece satış hâsılatı ve kârını değil, aynı zamanda uluslararası piyasalardaki ve özellikle gidilen ülkelerdeki varlığını ve bu varlığın devamını etkilemektedir. Ekonomik, siyasi, psikolojik ve moral değerler konusundaki istikrar ve güvence, bir ülkenin yabancı yatırımcılar için çekiciliğini artırmaktadır. Yabancı yatırımcının görmek istediği, istikrara giden yolda kalıcı bir biçimde atılan adımlardır. Yabancı yatırımcılar tarafından Türkiye dünyanın en cazip yatırım noktalarından biri olarak kabul edilmektedir. Türkiye, bu önemli potansiyelini içinde bulunduğu istikrarsız koşullar nedeniyle değerlendirememekte, ülkeye gelebilecek yatırım miktarının ancak otuzda birini çekebilmektedir. Son dönemde atılmış olan somut adımların uygulamaya konulması ve yatırım ortamının eksikliklerinin giderilmesi sonucunda, Türkiye özlenen ölçüde yabancı yatırım çeken bir ülke haline gelecektir.⁴⁶

Sonuç olarak Türkiye'de, Cumhuriyetin kuruluşundan bu yana ekonomik gelişmeler açısından büyüme ve kalkınmanın önünde engel teşkil eden ve süreklilik taşıyan önemli sorunlardan biri de dış ticaret açıklarıdır. Bir diğer negatif faktör ise sermaye birikimi alanında yaşanan sorunlar ve karşılaşılan güçlükler olmuştur. Her iki sorunun hem dışsal hem de içsel nedenleri vardır ve bu nedenler ayrı ayrı ele alınarak çözüm arayışına gidilmelidir.

⁴⁶ DPT, **Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları**, Ankara, T.C. Başbakanlık DPT, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Özel İhtisas Komisyonu Raporu, 2000, s. 19.

2.2. TÜRKİYE’DE EKONOMİ POLİTİKALARI ÜZERİNDE AB ETKİSİ VE ULUSLARARASI DOĞRUDAN YATIRIMLAR

AB’nin, ekonomik, siyasi hatta hukuki alanlarda üye ülke politikaları üzerindeki belirleyici etkisi göz ardı edilmemelidir. Ekonomik alandaki müdahaleler için serbest piyasa ekonomisi koşulları açısından tam bir serbestiyet sağlanmış olunması, siyasi alandaki müdahaleler için demokratik teamüllerin dışına çıkılmaması, hukuki alandaki müdahaleler açısından ise insan hak ve özgürlükleri söz konusu edilmesi üzerinde hassasiyetle durulan konulardır.

Türkiye ile ilgili benzer politikalar üzerindeki AB hassasiyeti belirgin bir biçimde göze çarpmaktadır. Oysa Türkiye’nin henüz tam üyeliği gerçekleşmemiş olmasına rağmen ortaya konulan bütün bu hassas politikaların temelinde bir AB önyargısının olduğu göz ardı edilmemelidir. Kaldı ki henüz yakın bir geçmişte AB’ye üyeliği onaylanan ülkelerle ilgili uygulamalar dikkate alındığında bu önyargı daha da belirgin bir şekilde kendini ortaya çıkarmaktadır. AB’nin, üye ülkelere karşı birtakım müeyyidelerinin bulunması normal karşılanabilir ancak henüz üyeliği gerçekleşmeyen bir ülkeye karşı daha esnek bir politikasının Türkiye’nin beklentileri arasında yer almasının olağan karşılanması gerekmektedir. Oysa uygulanan politikalara bakıldığında tersine bir durum göze çarpmakta ve bu da Türkiye’nin endişelerinde haklı olduğunu ortaya çıkarmaktadır.

Diğer taraftan Avrupa Birliğinde Devlet yardımlarının kurallara bağlanmış olduğu görülmektedir. AB rekabet politikası çerçevesinde **“Devlet Yardımları”**, Avrupa Topluluğunu kuran Anlaşma’nın 87(1). Maddesinde **“...bir üye devlet tarafından veya devlet kaynakları vasıtası ile herhangi bir şekilde yapılan ve belirli teşebbüsleri veya belirli malların üretimini kayıtarak rekabeti bozan veya bozmakla tehdit eden uygulamalar.”** olarak tanımlanır ve bu tanım kapsamında yer alan “...her türlü yardımın üye devletlerarasındaki ticareti etkilediği ölçüde ortak pazarın işleyişi ile de bağdaşmayacağı” kabul edilir. Bununla birlikte daha sonraki maddelerde bu genel kurala bazı istisnalar getirilmiştir.⁴⁷

⁴⁷ DPT, **Devlet Yardımları Raporu**, Ankara, T.C. Başbakanlık DPT, Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013), Özel İhtisas Komisyonu Raporu, 2007, s. 73, (Çevrimiçi) www.dpt.gov.tr/DocObjects/Download/3219/oik682.pdf, 03 Aralık 2009.

İlk bakışta AB açısından “devletlerin özel işletmeciliğe yardımcı olma ihtimallerinin, uluslararası rekabeti bozucu bir müdahale olarak değerlendirilmesi belki anlaşılabilir bir politika olarak açıklanabilir. Ancak, birliğin geçmişine bakıldığında GÜ’lerin tüm bu yardımları ve kamu desteğini aldığı bir gerçektir. Günümüzde böyle bir kısıtlamanın GÜ’ler açısından meşru bir uygulama olarak görülmesi olağandır ancak GOÜ’ler açısından böyle bir kısıtlamaya gidilmesi topluluk içerisinde de Gelişmiş ve GOÜ gruplandırmasının varlığını devam ettirecek ve gelişmişlik farklarının kapanması söz konusu dahi olamayacaktır. Böyle bir durumda eşit rekabet koşullarının oluşması da mümkün görünmemektedir.

2.2.1. AB Üyelik Sürecinde Türkiye’de Ekonomik Gelişme Politikaları ve Uluslararası Doğrudan Yatırımlar

Türkiye’nin AB’ye üyelik sürecinin, UDY’ler üzerinde ne tür etkiler uyandıracığı, UDY’lerin bu geçişte ne tür etkide bulunacakları, yakın geçmişte AB’ye üyelik statüsü kazanan ülkelerle ilgili model analiz çalışmaları ile daha net bir şekilde anlaşılmaktadır. Bu ülkelerden İrlanda ve Çek Cumhuriyetinde üyelik sonrası dış ticaret hacminin arttığı ihracat artışıyla birlikte UDY’ler açısından da gelişmeler yaşandığı ve ekonomik büyüme oranlarında artışlar olduğu ortaya çıkmıştır. Benzer durum Güney Kıbrıs’ın üyeliğinde de yaşanmıştır.

İrlanda’da GSYH’nin 1992-1998 yılları arasındaki % 7,4 düzeyindeki büyüme oranı, ABD’nin ve Avrupa Birliği ülkeleri ortalamasının, sırasıyla % 1,9 ve % 3,1 düzeyinde olan GSYH’lerinin çok üzerindedir (Gorg ve Ruane, 2000: 405-422). İrlanda’da, Avrupa Birliği’ne üye olmadan önce enflasyon ve işsizlik oranları çok yüksekti. Ülkenin Avrupa Birliği’ne üye olmasıyla birlikte, büyüme oranı artmış, ekonomik sorunları, enflasyon ve işsizlik düzeyi azalmıştır (Merriden, 1998: 26-29). Ülkede, işsizlik ve enflasyon oranlarının azalması, üretimin, dış ticaretin ve gelirlerin artması bir başarı tablosu çizmiştir (Barry, 2003: 901-915). Ülkenin, Avrupa Birliği’ne üye diğer ülkeler arasından, UDY’ler için tercih edilme nedenleri, beceri düzeyi yüksek ama nispeten ucuz işgücü, gelişmiş alt yapı özellikleri, devletin yabancı yatırımcıya sunduğu mali ve finansal teşvikler olarak belirtilebilir (Barry ve Bradley, 1997; 1798-1811). Ülkedeki yabancı sermayeli

şirketler, toplam ihracatın yaklaşık yarısını gerçekleştirmektedirler. İrlanda'ya yapılan UDY'ler, yüksek değer sağlayan yatırımlardır (Merriden, 1998: 26-29). İrlanda'da yabancı sermayeli şirketler, toplam çalışanların yaklaşık yarısını istihdam etmekte ve toplam üretiminin yaklaşık % 80'ini gerçekleştirmektedirler.⁴⁸

Çek Cumhuriyetinde de benzer gelişmeler yaşanmıştır. Ancak Çek Cumhuriyeti, üyelik süreciyle birlikte ekonomik yapılanmasında reform çalışmaları yapmış ve radikal değişikliklere gitmiştir.

Çek Cumhuriyeti'nin ihracatı 1994'de, GSYH'nin yaklaşık % 60'ı düzeyindeydi. Ülkeye yapılan UDY'lerin tutarı, GSYH'nin % 2'si düzeyindeydi (Lauter ve Rehman, 1999: 35-53). Çek Cumhuriyeti, Avrupa Birliği'ne üye olmaktan en çok faydalanan ülke konumundadır. Ülkenin batı ve doğu Avrupa'daki finans merkezleri arasında olması, küresel şirketlerin teknoloji ve alt yapı geliştirme projeleri için bu ülkeyi seçmelerine neden olmaktadır. Makine endüstrisindeki yabancı sermayeli şirketlerin ülkeye yaptığı yatırımlar dikkat çekmektedir. Çek Cumhuriyeti ayrıca, Batı Avrupa'ya Hindistan ve Güney Doğu Asya'dan daha yakın olması nedeniyle dış kaynaklardan tedarik projeleri geliştiren ülkeler için birinci tercih konumundadır. Avrupa Birliği'ne üye olduktan sonra ülkeye yapılan UDY'ler, ülkenin GSYH' sinin % 10'una ulaşmıştır ve bu oranın gelecekte artması beklenmektedir (MM, 2003: 32-33). İrlanda ile benzer özellikler gösteren ülke, ihracat ağırlıklı yabancı doğrudan yatırımların merkezi haline gelmiştir (Barry vd, 2003: 554). Çek Cumhuriyeti'nin 2004 yılında büyümesi, ihracatı ve yatırımları artmaya devam etmiş, enflasyon kontrol altına alınmış, ülkenin bütçe açığının ve kamu borçlarının, UDY'lerin katkıları nedeniyle önemi azalmıştır (Editor, 2004: 4).⁴⁹

AB'ye tam üyeliğin gerçekleşmesiyle birlikte benzer gelişmelerin Türkiye'de de yaşanması kaçınılmazdır. Türkiye, gerek Orta Doğu gerekse Orta Asya ile komşulukları ve ortak bir kültürel yapıya sahip olmasıyla birlikte bu bölgelerle Avrupa arasında adeta bir geçiş noktasındadır ve coğrafi konumu itibariyle stratejik bir noktada olmasıyla da ayrıca önem taşımaktadır. Bununla birlikte

⁴⁸ Tuğba Karabulut ve Oğuz Demir, "Türkiye'nin AB müzakere Sürecine Girmesinin Yabancı Sermayeli Şirketler Üzerindeki Etkilerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma Sayı. 7, İstanbul, ", **İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi**, 2005, s. 8, www.iticu.edu.tr/Arastirma-Uygulama/AB.../yab.sermayeetkileri.doc, 13 Temmuz 2011.

⁴⁹ **A.e.**, s. 10.

bölgesinde sahip olduğu lider konumu, gelişmiş ve büyüyen bir iç piyasaya sahip olması, serbest piyasa koşullarında dinamik yapıya sahip bir özel sektör ve gün geçtikçe daha da gelişen alt yapısıyla UDY'lerin aradığı yatırım özelliklerine sahip bir ülke konumunda yer almaktadır.

Türkiye'de UDY'lerle ilgili yasal mevzuatlar konusunda da AB'nin ve dolayısıyla uluslararası yatırımcıların beklentileri doğrultusunda gerek 1983 yılında gerekse 2003 yılında gerekli değişiklikler yapılarak tüm negatif riskler ortadan kaldırılmış durumdadır. Yasal değişikliklerle birlikte aşağıda belirtilen noktalar AB mevzuatına uyumlu hale getirilmiştir.

- Yatırım serbestisi ve Milli muamele, (Türk vatandaşları ile eşit muamele)
- Kamulaştırma ve Devletleştirme, (kamu menfaati gerektirirse karşılığı ödenerek),
- Transferler, (Kâr, tasfiye, lisans, temettü, dış kredi ve faizleri v.d.)
- Yabancı personel istihdamı,
- Uyuşmazlıkların çözümü ve nakit dışı sermayenin değer tespiti ve diğer liberal hükümler, uluslararası yatırımcılar açısından cazip bir dayanak oluşturmuştur.⁵⁰

Görülüyor ki, Türkiye'de Avrupa ile bütünleşme doğrultusunda gerek ekonomik gerek siyasi alanlarda reform niteliğinde liberal değişiklikler yapılmakta ve büyüme ile birlikte bir kalkınma ekonomisi politikası uygulanmaktadır. Buna karşın zaman zaman Avrupa'nın bazı hükümet ve devlet başkanları, her fırsatta Türkiye'nin tam üyelik taleplerine karşı bir muhalefet şerhi getirmekte ve bu doğrultuda beyan ve düşüncelerini açıklamaktadırlar.

Türkiye'nin siyasi ve ekonomik bütünleşme ile ilgili geleceğini büyük ölçüde AB içerisinde görmesi vazgeçilmez gibi görünse de AB'ye üyelik girişimleri sonuçsuz kalmaya devam eden ya da sonuçsuz bırakılan bir Türkiye, sadece AB'ye olan kapılarını açık tutarak, çok daha büyük gelişmeler sağlayabileceği alternatifleri göz ardı etmemeli, yeni imkânlar araştırmalı ve kalkınmaya yönelik milli politikalar

⁵⁰ T.C.Resmi Gazete, "Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu", 4875No'lu Kanun, Sayı. 25141, Ankara, 17.06.2003.

geliştirmelidir.⁵¹Unutmamak gerekir ki Türkiye, demokrasi ile yönetilen bir ülke olmanın yüzüncü yılına doğru yol almaktadır. Demokrasi kültürü ise Avrupa ülkeleri için ortak bir ülküdür. Türk Milleti, Batı Dünyasının sanal ve siyasi mülahazalarıyla her ne kadar savaştı bir millet olarak tanıtılsa da, şeffaf geçmişi ve asırlardır izlediği politikalarla tüm dünyaya nasıl bir barışçılık dersi verileceğini açıkça göstermiştir.

2.2.2. AB Üyelik Sürecinde Türkiye’de Gümrük Birliği Politikaları ve Uluslararası Doğrudan Yatırımlar

Türkiye’nin AB’ye tam üye olması, ekonomik kalkınma açısından son derece önemlidir. Şu ana kadar, birçok topluluk üyesi ülkede olduğu gibi, Türkiye’de de UDY’lerde küçümsenmeyecek bir artışın gerçekleşeceği aşikârdır. Özellikle AB üyesi ülkelerden Türkiye’ye yönelik UDY’lerde meydana gelecek gözle görülür bir artış, AB sürecinde Türkiye’ye büyük güç sağlayacaktır. Bu artış, tam üyeliğin gerçekleşmesi durumunda ise rekor düzeylere ulaşacaktır. AB’ye yeni giren ülkelerin üyelik sürecinde AB ülkelerinin bu ülkeler üye olmadan önce buralarda yaptıkları UDY etkisi oldukça fazla olmuştur.⁵²

AB’ye tam üyelik noktasında Türkiye’ye karşı sürekli yeni engeller çıkarılmasının dünya kamuoyu nezdindeki karşılığı bir güven bunalımı ile sonuçlanmaktadır. Türkiye’nin Kopenhag kriterlerini sağlama politikaları doğrultusunda yeterince ilerleme sağlayamaması yönünde topluluk üyeleri tarafından eleştiriler dile getiriliyor olsa da bu konuda Türkiye’nin büyük çaba içerisinde olduğu bilinmektedir. Ancak, Türkiye’nin tam üyeliğinin AB’yi olumsuz yönde etkileyeceği, ayrıcalıklı üyelik, Türk vatandaşlarına serbest dolaşım hakkının sınırlandırılması doğrultusunda bazı AB’ye üye ülke yöneticileri tarafından ortaya konulan yaklaşımlardan görüleceği gibi henüz topluluk içerisinde de bir fikir birliği oluşmamış görünmektedir. İşte bu nedenle uluslararası yatırımcıların Türkiye’ye yönelik yatırım gerçekleştirmekte isteksiz ya da kararsız kalmalarına pek de şaşırılmaması gerekmektedir.

⁵¹ Nazif Çetin, “AB’nin Doğuşu Organları ve Türkiye ile Sosyo Kültürel İlişkileri Üzerine Bir İnceleme”, İstanbul, İ.Ü. S.B.E. **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, 1991, s. 128.

⁵² Yılmaz Güven, “Türkiye’de 1980 Sonrası Dönemde Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Sektörel Analizi ve Ekonomik Kalkınmaya Etkisi”, Eskişehir, **Osmangazi Üniversitesi, İİBF Dergisi**, Nisan 2008, s. 90, http://iibf.ogu.edu.tr/dergi/dergi/2008-1/2008_1_5.pdf, 15 Haziran 2011.

Müzakere süreci içerisinde Türkiye'ye yapılacak yardımlar için henüz onay çıkmaması, gümrük birliğine geçişin kısıtlanarak kısmen sağlanması, Türkiye'nin ihraç ürünlerine kotalarla getirilen sınırlamalar, Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarına serbest dolaşım hakkı sağlanamaması ve devam eden vize uygulamaları, UDY'ler tarafından Türkiye'ye karşı ortaya konulan çekincelerin sadece belirli bir kısmıdır.

2.2.3. AB Üyelik Sürecinde Türkiye'de Bölge Kalkınma Ajansları ve Uluslararası Doğrudan Yatırımlar

Bölgeler ve yöreler arası sosyal ve ekonomik gelişmişlik farkları, farklı gelişmişlik seviyesinde olan birçok ülke için bir gerçektir. Sorun sadece gelişmemiş veya GOÜ'lerin sorunu değildir. GOÜ'ler, kaynak israfından kaçınarak ve ülkenin kalkınma hızından en az fedakârlık ederek kaynaklarını değerlendirmek, sermaye-hâsıla katsayısını hesaba katmak zorundadırlar. Kamu sektörü için emredici, özel sektör için yol gösterici ve teşvik edici politikalar, yöreler arası dengesizlikleri gidermede kullanılmaktadır. GOÜ'ler, kamu kaynaklarının dağılımında etkinliği ve en yüksek hâsılayı sağlamak isterler. Bunun yanında, gelir grupları ve yöreler arası sosyal adaleti gerçekleştirmekten de sorumludurlar. Bunlar birbirine ters gözükse de sosyal ve ekonomik bir gerçektir.⁵³

AB'de de benzer şekilde bölge kalkınma ajanslarının kurulması ve bu ajansların politikalarının belirlenmesi gibi birçok uluslararası çalışma gözlenmektedir. Ancak tüm bu uluslararası kuruluşlar, sadece ekonomik amaçlı örgütlenmeler olmaktan çıkmış aynı zamanda siyasi bir takım amaçları da faaliyet alanları kapsamına almışlardır. AB'nin faaliyetleri arasında yer alan bölge kalkınma ajanslarını da bu doğrultuda ele almak gerekmektedir.

Son yıllarda AB'nin dayatması olarak gündemde tutulan, belki de demokratikleşmenin bir gereği olarak(!) pek de tartışılmadan benimsenen ve 14 Temmuz 2009'da yasalaştırılan bölge kalkınma ajansları, ABD, İngiltere, Almanya ve Polonya gibi birçok ülkede kurulmuştur. Türkiye'de aynı bölgede bulunan bir kaç ili birlikte kapsayan 26 bölge kalkınma ajansı gerçekleştirilmiştir. Henüz sonuçları ortaya çıkmamakla beraber, birçok soru işareti bulunmaktadır. DPT'nin

⁵³ Mustafa E. Erkal, "Bölgesel Azgelişmişlik ve Kalkınma Ajansları", **Yeniçağ Gazetesi**, 16.05.2010, (Çevrimiçi) <http://www.yg.yenicaggazetesi.com.tr/yazargoster.php?haber=13270>, 17 Mayıs 2010.

eşgüdümünde faaliyet gösterirken, mahalli ve iç kaynakları harekete geçirirken, uluslararası fonlardan ve bilhassa AB fonlarından da istifade edileceği anlaşılmaktadır. Yabancı fonların bir ülkeye, hele ki o ülkenin sermaye-hâsıla katsayısı düşük, az gelişmiş yörelere gelme beklentisinin olmaması düşünülemez. Bu kuruluşların kâr amacı gütmemesi ve sadece kamu yararını hesaba katması da beklenmemelidir. Bu kadar aşırı iyimser olmak, ülke çıkarlarını göz ardı etmekle eş anlamlı olarak değerlendirilmektedir.⁵⁴ Bölgesel bir kuruluşun AB'nin insafına terk edilmesi, merkezi idareden tamamen bağımsız politikaların AB'de yer alan komisyonlarla yürütülmesi karşısında verimli sonuçlar alınması beklentilerinin, hayal olmaktan öteye geçmeyeceği muhakkaktır.

AB'nin BKA'ların yönetimini bölgesel ve yerel yönetimlerin kontrolünde tutmak istemesi diğer taraftan merkezi yönetimin gücünü sınırlamayı da amaçlamaktadır. Kaldı ki küresel kuruluşlar etki alanını genişlettikçe etkide buldukları alanlardaki yönetim gücünü daraltmaya çalışmaktadırlar. Bu aynı zamanda ÇUŞ'lerin arzuladıkları bir politikadır. Çünkü merkezi yönetimi etki altına almakta zorlanan ÇUŞ'lerin yerel yönetimleri etki altına almaları daha kolay sağlanabilmektedir. Bu durumun sağlanması, ulus devlet anlayışının zayıflaması ve ulus devletin gücünün aşındırılmasını gerekli kılmaktadır.

Son yıllarda AB üyeliği gerçekleşmemesine rağmen, AB tarafından dayatılan bölge kalkınma ajansları ortaya çıkmıştır. Uygulanan ekonomi politikalarında ciddi devletlerin hesaba kattığı milli ve ekonomik bağımsızlık, kamu yararı gibi hususların göz ardı edilmesi, dış dayatmalarla özelleştirme ve serbest piyasa yöntemlerinin öne çıkarılması, dengesizlikleri azaltıcı değil; daha da arttırıcı olmaktadır. Ayrıca bölgesel kalkınmayla ve dengesizlikleri gidermeyle ters düşen liberal politikaların 1980 sonrası gündeme oturması DPT'yi bir ölçüde fonksiyonlarını yerine getiremez duruma sokmuştur.⁵⁵

Türkiye'de üzerinde önemle durulan bölgesel kalkınma, yıllar boyu ele alınan tüm kalkınma politikalarında yer alan öncelikli bir konu olma özelliği taşımaktadır. Gerek İzmir iktisat kongresinde, gerek 5 yıllık kalkınma planı döneminde ve diğer bölgelerarası dengesizlik, bölgesel az gelişmişlik faaliyetlerinde

⁵⁴ A.g.m.

⁵⁵ A.g.m.

konunun önemle ele alınmasına karşılık istenilen hedeflere ulaşmak pek mümkün olamamıştır. Bu konuda bazen politik kaygıların etkili olması, bazen siyasi popülizmin ön plana çıkması bazen de güvenlik kaygılarının ön plana çıkması başarılı bir sonuç alınmasının önündeki engeller olarak görülmüştür. Bölgesel kalkınma ile ilgili en son yapılan çalışmalar “Bölge Kalkınma Ajansları (BKA)”ların kurulması ile gerçekleşmiştir.

BKA’ların kuruluş kanununda belirtilen amaç; “Kamu kesimi, özel kesim ve sivil toplum kuruluşları arasındaki işbirliğini geliştirmek, kaynakların yerinde ve etkin kullanımını sağlamak ve yerel potansiyeli harekete geçirmek suretiyle, ulusal kalkınma plânı ve programlarda öngörülen ilke ve politikalarla uyumlu olarak bölgesel gelişmeyi hızlandırmak, sürdürülebilirliğini sağlamak, bölgeler arası ve bölge içi gelişmişlik farklarını azaltmak üzere oluşturulacak kalkınma ajanslarının kuruluş, görev ve yetkileri ile koordinasyonuna ilişkin esas ve usulleri düzenlemektir.” Bölgesel gelişme hedefine yönelik olarak; bölgedeki kamu kurum ve kuruluşları, özel kesim, sivil toplum kuruluşları, üniversiteler ve yerel yönetimler arasında işbirliğini geliştirmek ve ajansı yönlendirmek üzere kalkınma kurulu oluşturulur.⁵⁶ Bu kanunla birlikte BKA’ların Yönetim Kurulları; Tek ilden oluşan bölgelerde vali, büyükşehir belediye başkanı, il genel meclisi başkanı, sanayi odası başkanı, ticaret odası başkanı ile kalkınma kurulu tarafından özel kesim ve/veya sivil toplum kuruluşlarından seçilecek üç temsilciden; birden fazla ilden oluşan bölgelerde il valileri, büyükşehir belediye başkanları veya büyükşehir olmayan illerde il merkez belediye başkanları, il genel meclisi başkanları ve her ilden birer kişi olmak kaydıyla ticaret ve sanayi odası başkanlarından oluşur. Ajansı, yönetim kurulu başkanı temsil eder. Yönetim kurulunun başkanı validir. Yönetim kurulu ilk toplantısında üyeleri arasından bir başkan vekili seçer.⁵⁷

Türkiye’de daha önceki planlı kalkınma dönemlerine baktığımızda genellikle bölgelerarası dengesizlik, eşitsizlik, orantısız gelişme düzeyleri üzerinde durularak politikalar üretilmiştir. Ancak AB’nin BKA politikasına baktığımızda

⁵⁶ T.C. Resmi Gazete, 5449 no ve 25.01.2006 Tarihli BKA’larla İlgili Kanun, Ankara, **T.C. Resmi Gazete, Sayı. 26074**, 08.02.2006, s. 1, (Çevrimiçi) <http://www.doka.org.tr/files/mevzuat/Kanun.pdf>, 15 Mayıs 2011.

⁵⁷ **A.e.**, s. 4.

rekabetçi bir politika izlendiği izlenimi ortaya çıkmaktadır. Türkiye’de henüz proje geliştirme aşamasından öte pek fazla uygulama alanı bulamayan yatırım projelerinin AB değerlendirme kriterlerine göre uygulamaya geçişine onay verilmesi ve finansal açıdan desteklenmesi de rekabetçi bir mantıkla hareket edildiğinin bir göstergesidir. Uygulama alanı bulan projeler ve AB tarafından ortaya konulan bölgesel kıstaslar aynı zamanda UDY’lerin de yakın takibi altındadır. Bölgede söz konusu hayata geçirilecek yatırımların uluslararası boyutlarda rekabet gücüne sahip olmadığı düşünüldüğünde yabancı yatırımcıların bu sahalar içerisinde yer alma arzusu değerlendirilerek rekabet edilebilirlik gücü de tartışılması gereken bir konu olma özelliği taşımaktadır.

BKA’larla ilgili yapılan tartışmalardan biri de bu ajansların merkezi bir statüde mi kalacağı yoksa yerel özerklik statüsüne mi çekileceği konusundaki belirsizliktir. Başlangıçta ve kuruluş aşamasında Başbakanlık bünyesinde DPT’nin bağlı olduğu bakanlığa bağlı olacağı ve DPT’nin belirleyici olacağı belirtilen yapıları ile AB’nin özerk bir yapıya kavuşturulması isteğinin çelişkisi dikkat çekmektedir. BKA’lar, Merkezi yönetime bağlı bir taşra teşkilatı gibi mi hareket edeceği, merkezi yönetimden bağımsız özerk yapıda ve bölgesel yapılanma içerisinde mi hareket edeceği yoksa AB güdümünde ve AB’nin istekleri dışına çıkılmadan mı hareket edileceği konularına henüz tam bir açıklık getirilememiştir. Ancak, topluluğun onaylamadığı herhangi bir girişimin gerek proje aşamasında gerekse yatırım aşamasında söz konusu teşviklerden yararlanamayacağı gerçeği göz ardı edilmemelidir.

2.2.4. AB Üyelik Sürecinde Türkiye’de Kamu İktisadi Teşekkülleri ve Uluslararası Doğrudan Yatırımlar

Türkiye’de KİT’lerden dolayı sıklıkla AB tarafından serbest piyasa ekonomisine müdahale olarak görülüp eleştirilen ve stratejik önemine bakılmaksızın süregelen bir özelleştirme furyası içerisinde AB gibi üye devletlerin birçoğunun karşı çıktığı Türkiye AB üyeliğinin tartışmaları arasında AB tarafından bölge yararına politikalar üretileceği Türkiye’de endişe ile izlenen bir süreç olmaktan öteye geçmemektedir. Dolayısıyla Türkiye’nin üyelik müzakerelerinin farklı gerekçelerle

sürekli aksatılması, gümrük birliği ve vize muafiyeti gibi konularda uygulanan standart dışı uygulamalar dikkate alınarak BKA'lar üzerindeki AB etkisinin analizi iyi yapılmalı ve gerek proje gerekse uygulama alanı bulan yatırımlar merkezi idarenin yakın takibi ve kontrolü dışına çıkarılmamalıdır.

- Türkiye'nin 40 yıla yakın süredir sürdürmekte olduğu kalkınma planı çerçevesinde bölgesel yapılanmalar BKA'lar ile terk edilmiş mi olacaktır,
- Ticaret ve Sanayi odalarının BKA'lar üzerindeki etkileri, bu oluşumlara katkıları özel sektörün kamuya bir müdahalesi olmayacak mıdır,
- Avrupa'da 1950'lerde başlayan Türkiye'de ise 2005'lerde kurulmuş ve henüz proje aşamasında bulunan BKA yapılanması içerisinde AB üyesi ülkelerle nasıl bir rekabet izlenebilecektir,
- YK üyelerine herhangi bir ücret ödenmemesine karşın, üyelerin katılım sağlamaları güven bunalımına yol açıp açmayacağı konuları BKA'larla ilgili belirtilen endişeler olarak dikkate alınmak durumundadır.

Unutulmaması gerekir ki BKA'lar, kalkınmayı hedefleyen çeşitli devlet fonlarına ve bu fonların kullanımına göre üretilen projeler doğrultusunda kredi taleplerini karşılamaktadırlar. Kimin ya da hangi kurumun, hangi kriterleri dikkate alarak neye göre bunun kararını vereceği açıklık kazanmadığı gibi, Türkiye'de 1980 sonrası uygulanan bölgesel teşvik politikalarını akıllara getirmekte yarar vardır. İlgili döneme ait bölgesel teşvikler incelendiğinde, farklı bölgelerde kaba inşaat halinde terk edilmiş proje harabeleri, göstermelik projelerle kredi taleplerinin karşılanması, başlanıp da tamamlanamayan ve kaderine terk edilen projeler konusunda yaşanan negatif deneyimlerin günümüz BKA yapılanmasındaki politikalarla karşılaştırılması gerekir.

Öyleyse, Avrupa'daki bölgesel yapılanmalar dikkate alınarak BKA'lar üzerindeki politik ve ekonomik destekle birlikte ortaya çıkacak politik müdahalelerin önünün alınması ve politik çıkarlara mesafeli bir yapılanma sağlanması gerekmektedir. Ayrıca rekabet politikası yerine bölgelerarası dengesizlikleri giderecek doğrultuda dengeli bir gelir dağılımı sağlayacak politikalar üretilmesi uzun vadede bölgesel kalkınma ajanslarının daha da gelişmeci sonuçlar doğurmasını da sağlayacaktır.

Bölgesel Kalkınma Ajansları'nın temel kuruluş nedenleri; bölgesel stratejilerin uygulanması, yerel ve bölgesel girişimciliği destekleme, alt yapı hizmetlerinin sunulmasına yardımcı olma, özel sektörün yakın geleceği için yerel-bölgesel çözümler araştırma ve bölgesel talepleri karşılayacak yeni ürün ve hizmet üretimi için finansal garantiler ve çözümler arama şeklinde özetlenmektedir.⁵⁸

Özel sektör yatırımlarının öngörüsü içerisinde hareket edilerek gerekli alt yapı çalışmalarının tamamlanması, UDY'lerin bu bölgelere yönelik yatırımlar için harekete geçmelerini de sağlamış olacaktır. GÜ'lerden GOÜ'lere yön değiştiren UDY'ler zamanla bu ülkelerde büyüme oranlarının azalan oranda gerçekleşmesini göz önünde bulundurarak uzun vadeli hedefler doğrultusunda yeni yatırım alanları belirleme çalışmalarından sonuç almak isteyeceklerdir.

Ayrıca ÇUŞ'lerin talepleri doğrultusunda UDY'ler için yeni uygulama alanları ve yeni piyasalar oluşturulması, aynı zamanda AB, IMF, UNCTAD vb. küresel oluşumların farklı açıdan üstlendikleri roller olarak değerlendirilmektedir.

2.3. ULUSLARARASI DOĞRUDAN YATIRIMLARIN TÜRKİYE'DEKİ YERLİ YATIRIMLAR ÜZERİNDE ETKİLERİ

Uluslararası literatürdeki tanımı ile “Yerli Sermaye” bulunduğu ülkede yerleşik olarak faaliyet gösteren, “Yabancı Sermaye” ise buldukları ülkeden bir başka ülkeye direkt yatırım transferinde bulunan potansiyel firmalar olarak adlandırılırlar. Ayrıca herhangi bir ülke yerli sermaye için köken ülke, yabancı sermaye için ise hedef ülke olarak değerlendirilmektedir. Yerleşik firmaların potansiyel firmalardan ev sahibi ülke firmaları olmaları açısından birçok avantaja sahip oldukları ileri sürülmekle birlikte teknolojik birikim, yeterli sermaye, uluslararası deneyim, Ar-Ge gibi birçok alanda potansiyel firmaların rekabet üstünlüğünü elinde bulundurduğu görülmektedir.

UDY'ler, Türkiye'de çoğunlukla verimsiz çalışan yerli yatırımlar üzerinde olumsuz bir takım etkilerinin olduğu yönünde eleştirilmektedir. Ancak bu durumun

⁵⁸ KTO, “Bölgesel Kalkınma Ajansları ve Türkiye”, Sayı, 117/76, Konya, **Konya Ticaret Odası Araştırma Raporu**, 2006, s. 1, (Çevrimiçi) <http://www.kto.org.tr/dosya/rapor/kalkinmaajans.pdf>, 19 Ocak 2011.

bütün yerli işletmeleri piyasanın dışına iteceği sonucu çıkarılmamalıdır. Ayrıca bu mantıkla hareket edilmesi ile birlikte verimsiz çalışan işletmeler açısından, kurumsallaşmış yerli işletmeler de potansiyel bir tehlike olarak görülmesi gerekir. O halde verimsiz çalışan yerli işletmeler açısından sorun, kurumsal yapıya geçememek olarak da görülebilir. Küreselleşen bir dünya ekonomisi içerisinde rekabet koşullarının sadece iç piyasadaki yapılanma anlayışı girdabından çıkarılarak global dünya düzeninde ve uluslararası yapılanma içerisinde değerlendirilmesi gerekir.

UDY'ler yatırım alanlarını belirlerken öncelikle bir fizibilite çalışması yapmakta ve ekonomideki potansiyel yapıyla ilgili tüm öngörülerini ortaya koymaktadırlar. Uluslararası yatırım danışmanlıkları, yatırım ajansları ve küresel kuruluşlar aracılığıyla hedef ülkedeki sektörel yapıyı ve makroekonomik faktörlerle ilgili göstergeleri göz önünde bulundurarak girişimlerini ortaya koymakta ve bu yatırım anlayışı içerisinde işletme sayısı yoğunluğu, endüstrinin kalabalıklaşması, ulaşım-haberleşme ve diğer altyapı hizmetlerinin yeterli olup olmadığı üzerinde dikkatle durulmaktadır.

Yabancı yatırımcıların üzerinde önemle durdukları bir diğer konu da bilgi birikimidir. Know-how anlayışı içerisinde yeni buluşlar ve yeni üretim teknolojilerinin düşük maliyet etkisiyle birlikte verimlilik artışının sağlanmasıdır. Bilginin değerlendirilmesiyle faktör analizi yapılarak emek / teknoloji yoğun yatırım seçenekleriyle bazı tercihler ortaya konulmakta ve ÇUŞ'lerin sürdürülebilir bir büyüme performansına sahip olmalarında bu birikimler büyük önem taşımaktadır.

Oysa Türkiye'de tasarruf ve tüketim gibi yatırım alışkanlıklarının da çoğunlukla alışlagelmiş bir geleneksel yapılanma üzerine etkili olmaya devam ettiği görülmektedir. Bu gibi durumlarla bölge, şehir ya da taşra ayrımı olmaksızın her yerde karşılaşmak mümkündür. Bu durum kurumsallaşamamanın tabii bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla böylesi bir mantık çerçevesinde rekabet üstünlüğü sağlamak da oldukça zor görünmektedir.

2.3.1. Pozitif Etkenler

Agosin ve Mayer (2000) GOÜ'lere ait çalışmasında, Asya ülkelerinde içselleme etkisini ve Latin Amerika ülkelerinde ise dışlama etkisini ortaya koymuştur. UDY'lerle ilgili geleneksel görüş, yurtdışı ve yurtiçi yatırımların

birbirlerinin tamamlayıcısı olduklarıdır. UDY'ler, yurtiçi yatırımların yoğun olduğu bir sektöre yönelikse, yerli firmalar rekabetten zarar görmemek için sermaye stoklarını güncelleyecekler veya artıracaklardır. Buna sermayenin derinleşmesi denmektedir. Yabancı yatırımlar, yerli yatırımın az olduğu sektörler için, ilgili sektörde oluşacak rekabet yerli firmaları pozitif yönde etkileyecektir (De Mello 1999). UDY'ler, faktör piyasasına yönelik etkileriyle de yerli yatırımları olumlu etkilemektedir. Özellikle yabancı yatırımcıların mal ve girdilere yönelik talepleri ve böylece hem faktör sahiplerinin hem de yerli firmaların gelirlerini artırır (Cardoso ve Dornbusch 1989). Ancak diğer taraftan yabancı yatırımlar, ücretleri ve yurtiçindeki girdilerin fiyatını artırır. Bu durum girdi kullanımının ve istihdamın azalmasına neden olur (Apergis, Katrakılıdıs ve Tabakıs, 2006: 385). Yabancı yatırımların en önemli etkilerinden birisi de, ülkenin büyümesi üzerindeki olumlu etkileri ve böylece ortaya çıkacak olan ekonomik iklimdir. UDY'lerin, alıcı ülkedeki pozitif dışsallıklar ve spillover etkisi yerli firmaların yatırım güdüsünü artıracaktır (Kim ve Seo 2003). Onlara göre yabancı yatırımlar yüksek oranlı riskli bölgelerde yapılabilir ve yerli yatırımın sınırlı kaldığı yeni endüstrinin kurulmasına yardımcı olabilmektedir. İktisat literatüründe yabancı sermaye yatırımlarının yurtiçi yatırımı olumlu etkilediğine yönelik birçok çalışma yapılmıştır. Apergis, Katrakılıdıs ve Tabakıs (2006), 30 ülkenin yer aldığı panel çalışmada tek değişkenli model bağlamında yabancı sermaye yatırımlarıyla yurtiçi yatırım arasında tamamlayıcılık ilişkisi bulmuş buna karşın, çok değişkenli model bağlamında ise ikame ilişkisi elde etmiştir. Driffield ve Hughes (2003), yabancı sermaye yatırımlarının tamamlayıcılık ve yön ekonomisi oluşturma özelliğini vurgulamıştır. 1948-66 dönemine ilişkin çalışmada Van Loo (1977), Kanada'da yabancı sermaye yatırımının yurtiçi yatırım üzerindeki etkisini incelemiştir. Buna göre 1 \$'lık doğrudan yatırım, doğrudan etkiyle toplam 1,40 \$'lık artışa neden olmaktadır.⁵⁹

UDY'ler buldukları ülkelerde gerçekleştirdikleri faaliyetler esnasında genellikle bilgi ve teknolojileri saklı tutmak, yerli işletmeler ise yabancıların sahip oldukları bu bilgi ve üretim tekniklerine ulaşmak için çaba içerisindedirler.

⁵⁹ Bilgili, Düzgün ve Uğurlu, **a.g.e.**, s. 131.

Kindlberger'e göre GÜ'lerden AGÜ'lere yapılan dolaysız yabancı sermaye yatırımlarının etkileri "toplamı sıfır olmayan bir oyun"dur.(non-zero-sumgame) Yani dolaysız yabancı sermaye yatırımları kısa dönemde ortaya çıkabilecek bazı problemlere rağmen, uzun dönemde hem yatırımcı hem de ev sahibi ülkeye kazandıracaktır. Dolaysız yabancı sermaye yatırımları diğer uluslararası sermaye hareketlerinden farklı olarak marka, teknoloji, işletmecilik bilgisi gibi "maddi olmayan varlıkların" (intangible assets) transferini ve yatırımcıya yatırımını kontrol etme yetkisini de içerir. Ayrıca getirdiği gayri maddi varlıklar ve döviz ile birlikte sermaye birikimini hızlandıracaktır. Dolaysız yabancı sermaye yatırımlarının sermaye birikimini hızlandırması diğer taraftan da "kaynak dağılımı etkinliği"dir (resource allocation efficiency). Dolaysız yabancı sermaye yatırımlarının üretimi arttırması ise "üretim etkinliği"dir.(production efficiency) Artan üretime bağlı olarak üretim faktörlerinin üretimden aldıkları paydaki değişim ise dolaysız yabancı sermaye yatırımlarının dağılım etkisidir.⁶⁰

Yabancı yatırımcılar her ne kadar bilgiyi gizlemeye çalışsa da piyasada yer alan tedarikçilerle ticari ilişkiler, tüketim taleplerine karşılık fason üretim temini, ulaşım, nakliye, dağıtım v.b. kurulan ticari ilişkilerle KOBİ'ler olarak bilinen işletmeler üzerinde pozitif katkılarda bulunmakta ve adeta hızlandıran etkisi uyandırmaktadırlar.

1960'lardan itibaren henüz UDY'lerin yoğunluk kazanmadığı ve ağırlıklı olarak dış ticaret faktörlerinin karşılaştırmalı üstünlük analizleri ile ülkeler arası ticari ilişkilerin yoğun olduğu dönemlerde Türkiye'den yurtdışına ve özellikle de Almanya'ya işçi göçünün yaşandığı bir dönem söz konusu olmuştur. Yurt dışına çalışmak için gönderilen işçiler sadece kazançlarından tasarrufa ayırabildikleri miktarları kaldı ki bunu da Türkiye'de değerlendirmek istediklerinde ülkeye bir katkıdan söz edilebilmekteydi. Hâlbuki Türk işçilerin Almanya'da aileleriyle birlikte yaptıkları tüketim harcamaları söz konusu olduğunda Alman ekonomisine nasıl bir hareketlilik sağladıkları ve bunun değişik sektörler üzerindeki pozitif katkıları küçümsenemeyecek boyutlarda gerçekleşmektedir. Dolayısıyla yurt dışına işçi göndermekten çok, yurtdışı sermayedarların Türkiye'de yatırıma yönelmesi ile

⁶⁰ Kula, a.g.e., s. 143.

çalışanlar vergilerini burada ödeyecekler, sigorta primlerini burada yatıracaklar, tüketim, eğitim, sağlık ve gayrimenkul harcamalarını burada yapacaklardır. Tüm kazançların Türkiye ekonomisi içerisinde dolaşımında bulunmasıyla sağlanan katma değer daha da artacaktır. Böylece iç piyasada oluşan canlılık aynı zamanda ekonomik büyümeye ve dolaylı olarak kalkınma ile sonuçlanmış olacaktır. Ancak, emek faktörü verimli bir şekilde değerlendirilerek işsizliğin azaltılması için üretime dönük yatırımların artırılması gerekir. Dış ticaret faktörleri içerisinde ihracat geliştirilerek dış ticaret açığına yol açmayacak şekilde önlem alınması gerekmektedir.

2.3.2. Negatif Etkiler

Yukarıda yapılan teorik açıklamaların aksine, UDY'lerin, yurtiçi yatırımlar üzerinde bir takım olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Yerli ve yabancı yatırımcılar arasında büyük teknolojik farklılık varsa ve emek piyasasında yeterince kalifiye eleman yoksa eksik rekabetin olduğu piyasalarda yabancı yatırımlar yurtiçi yatırımı piyasadan çıkmaya zorlayacaktır (Kokko, 1994; Aitken ve Harrison, 1999). Yabancı yatırımların bir diğer olumsuzluk, ödemeler bilançosu üzerindeki etkiden dolayı, yurtiçi yatırımları azaltmasıdır. UDY'ler, ithalatı artırır ve ticareti olumsuz etkiler. Bu, yurtiçinde oluşacak verimlilik avantajlarının kaybolmasına, sermaye mallarının fiyatının yükselmesine ve yurtiçi yatırımın azalmasına neden olur (Apergis, Katrakılıdıs ve Tabakıs, 2006: 387). İktisat literatüründe yabancı sermaye yatırımlarının yurtiçi yatırımı olumsuz etkilediğine yönelik birçok çalışma yapılmıştır. Agosin ve Machado (2005), yabancı yatırımların yurtiçi yatırım üzerindeki etkisinin hiçbir suretle, teorik ve ampirik olarak olumlu ve elverişli olmadığını ortaya koymuştur. Onlara göre, yabancı sermayeyi çekmeye yönelik basit politikalar optimal olmayacaktır. Backer ve Sleuwaegen'a(2003) göre, mesleki tercih modelleri bağlamında, yerli girişimcilerin mal ve emek piyasasındaki tercihleri ile yabancı yatırımlar yerli girişimcilerin müteşebbis gücünü azaltmaktadır.⁶¹

UDY'lerde yatırımların etkilerini “etkinlik” (efficiency), “dağılım” (equity) ve “egemenlik” (sovereignty) olarak üç başlık altında toplayabiliriz. Kaynağın kullanımının doğrudan “yabancıların” elinde olması, ev sahibi ülke için ülke

⁶¹ Bilgili, Düzgün ve Uğurlu, **a.g.e.**, s. 131.

kaynakları üzerindeki kontrol yetkisini sınırlayarak bağımlılığı arttıracaktır. Bu etki aynı zamanda dolaysız yabancı sermaye yatırımlarının bağımsızlık etkisi olarak da tanımlanmaktadır.⁶²Dolayısıyla bağımsız hareket etme yetisine sahip bir yatırım aktörünün öncelikle kâr hedefine dönük hareket edebileceği kuşkusuzdur. Kâr hedefine dönük işletme politikası her noktada ülke menfaati ile sonuçlanmamaktadır. Gerek sektörel gerekse bölgesel serbestiyet içerisinde yatırım yapma kararı alan UDY'ler, böylece etkin kaynak dağılımı politikası dışına çıkararak tercihlerini yüksek kâr beklentisi ile bağımsız olarak belirleme yoluna gidebilmektedirler.

2.4. ULUSLARARASI DOĞRUDAN YATIRIMLARIN TÜRKİYE'DE EKONOMİK GELİŞMELER ÜZERİNDE ETKİLERİ

UDY'ler, ülkelerin kalkınma sürecinde önemli bir role sahiptir. Bu yatırımlar bir taraftan sermaye birikimine yaptığı katkı, diğer taraftan GÜ'lerdeki teknolojilerin başka ülkelere aktarılması biçiminde çok sayıda ülkenin refah düzeyinin GÜ'ler düzeyine hızla yaklaşmasına yardım etmiştir. Başka ülke ve bölge pazarlarına erişim, yabancı sermaye yatırımlarında önemli bir teşvik olmasına rağmen bu yatırımlar açısından önem arz eden temel husus yatırımların verim düzeyidir. Esasında, iktisat yazınında da önemli bir yer tutan bu tespit, ülkeler arasındaki sermaye akımlarını açıklayan temel dinamiktir. Bu dinamik sonucu sermaye, verimin düştüğü GÜ'lerden verim artışı görülen ülkelere yönelmektedir. Açıktır ki bu durum, hızlı gelişme ihtiyacında olan, ancak yurt içi tasarrufları yetersiz bulunan Türkiye gibi ülkeler için önemli bir fırsat oluşturmaktadır. Fakat bu fırsattan yararlanılabilmesi için ülkelerin uygun üretim veya yatırım iklimini oluşturması gerekmektedir. Bu bağlamda, makroekonomik ve siyasi istikrarın tesisi, hukuki ve kurumsal altyapının dünya standartlarına çıkarılması, beşeri ve fiziki altyapının geliştirilmesi gibi faktörler büyük önem taşımaktadır.⁶³

⁶² Kula, **a.g.e.**, s. 144.

⁶³ Durmuş Yılmaz (T.C. Merkez Bankası Başkanı), “**Ekonomik Kalkınmada Yabancı Yatırımların Rolü ve Türkiye Ekonomisi**”, İstanbul, Uluslararası Yatırımcılar Derneği Insight YASED 30. Yıl Özel Sayısı, 2010, s. 19.

Ekonomik büyüme, bir ülkenin üretim kapasitesinin artışıdır. Ekonomik büyümenin en önemli belirleyicisinin yatırım olduğuyula ilgili geniş bir konsensüs vardır. Yatırım, sermaye stokunda bir dönemden diğerine meydana gelen artış olarak tanımlanmaktadır. Neo klasik büyüme modelinde, büyümenin kaynakları teknolojik gelişme, işgücünün artışı ve azalan getiriye sahip sermaye birikimidir. Bu bağlamda sermaye stokundaki artış büyümeyi olumlu etkileyecektir. Buna karşın yeni büyüme modelleri teknolojiyi, bilgi birikimini, beşeri sermayeyi vs. bir üretim faktörü olarak ele almış ve içsel bir değişken kabul etmiştir. Kısacası çağdaş büyüme modelleri sermaye faktörüne göre belirlenmiştir. Ancak buradaki sermayenin özellikleri tanımlanmamıştır. Buna göre sermaye hem yerli hem de yabancı sermayeden oluşabilmektedir. Görülmektedir ki, ekonomik büyüme, yurtiçi yatırım ve yabancı sermaye yatırımı arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Söz konusu ilişkinin büyüklüğü ve yönü konusunda herhangi bir uzlaşım bulunmamaktadır.⁶⁴

Yabancı yatırımların büyüme üzerinde önemli bir takım etkileri bulunmaktadır. Özellikle içsel büyüme modeli çerçevesinde büyümede bilginin rolünün ele alınması, ilgiyi büyümedeki yabancı yatırımın rolünün analiz edilmesine yoğunlaştırmıştır. Bunun nedeni, yabancı yatırımın yatırımcı ülkeden ev sahibi ülkeye yönelik üretim ve yönetsel bilginin transferiyle ortaya çıkan yayılma etkisidir. Yabancı yatırımlar gittikleri ülkelere yeni bilgiler getirerek, büyümenin kaynaklarından birisi olan GOÜ ve GÜ arasındaki bilgi boşluğunun azalmasına yardımcı olur. Böylece büyümeyi olumlu etkiler (Romer 1993: 548). İktisat literatüründe birçok çalışma yabancı yatırım ve büyüme arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Ancak, elde edilen bulgular itibariyle net bir sonuç elde edilmemiştir. Yapılan çalışmaların bazıları, yabancı yatırımların büyüme üzerinde önemsiz bir etkisinin olduğunu ortaya koymuştur. Singh (1988) 73 ülke için yaptığı çalışmasında, yabancı yatırımların büyüme üzerinde ya çok az etkisinin olduğunu ya da hiçbir etkisinin olmadığını ortaya koymuştur. Fry (1992), Türkiye'nin de yer aldığı 16 GOÜ üzerinde yaptığı analizde ekonomik büyüme üzerindeki etki açısından yurtiçi yatırımla, yabancı yatırımlar arasında fark bulmamıştır. Borensztein vd. (1995) ve

⁶⁴ Faik Bilgili, Recep Düzgün ve Erginbay Uğurlu, "Büyüme, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve Yurtiçi Yatırımlar Arasındaki Etkileşim" Sayı. 23, 2007/2, Kayseri, **Erciyes Üniversitesi SBE. Dergisi**, 2007, s. 128, (Çevrimiçi) http://sbe.erciyes.edu.tr/dergi/sayi_23/sayi_23.htm, 19 Aralık 2010.

Kumar ve Pradhan (2002) GOÜ için yaptıkları çalışmalarda yabancı yatırımların büyüme üzerindeki pozitif etkisini bulmuşlardır. Kim ve Seo (2003) e göre, toplam yabancı yatırım, hem yurtiçi yatırım hem de ekonomik büyüme üzerinde pozitif ancak istatistiksel olarak anlamsız etkiye sahiptir.⁶⁵

Bulutay'ın da belirttiği gibi, İktisadi gelişmeler sonrası ortaya çıkan birtakım faktörler bulunmaktadır. Bunlar;

- 1- *Sermaye Birikimi ve Yatırımlar,*
- 2- *Beşeri Sermaye ya da Nitelikli İşgücü,*
- 3- *Kaynakların düşük verimli alanlardan yüksek verimli alanlara transferi,*
- 4- *Teknolojik Gelişmeler ve Dijital Yenilikler.*⁶⁶

Bu faktörlerle birlikte aşağıdaki makroekonomik faktörler de UDY'lerle doğrudan etkileşim içerisinde büyüme ve kalkınmaya yol açan ekonomik gelişmelerdir ki bunlar yukarıdaki faktörlere ek olarak aşağıdaki başlıklarla değerlendirilecektir.

- 5- *Milli Gelir,*
- 6- *Dış Ticaret Faktörleri,*
- 7- *Enflasyon,*

2.4.1. Sermaye Birikimi ve Yatırımlar

Günümüzde birçok sosyal değişimin ve gelişmenin sebebi olarak daha çok ekonomik faktörler gösterilir. Endüstrileşme ve sanayileşme, ticari kapitalizm ve mali kapitalizm süreçlerinden sonra gerçekleşmiş bir gelişme olarak kabul edilir.⁶⁷ Bu nedendir ki birçok sanayileşmiş Avrupa ülkesinin sermaye birikimi, merkantilist döneme dayanmaktadır. Çünkü bu dönemin ekonomi politikalarının temelini gelişmiş ticaret filolarına sahip olmak ön koşulu oluşturmaktadır. Gelişmiş bir ticaret filosu denizlerde hâkimiyet sağlamanın ön koşulu olarak görülmekte, sonrasında ise uluslararası ticareti kontrol altına almak bu ülkeler açısından denizcilik ve keşif politikası adı altında sürdürülen altın arayışına, dolayısıyla da güce dayalı denizaşırı bir sömürüye yelken açmaya dayandırılmaktadır.

⁶⁵ A.e., s. 132.

⁶⁶ Bulutay, a.g.m., s. 11.

⁶⁷ Mehmet Eröz, *İktisat Sosyolojisine Başlangıç*, İstanbul, İ.Ü. İktisat Fakültesi Yayınları, 1977, s. 40.

Ekonomik gelişmelerin en önemli göstergeleri büyüme ve kalkınmada sağlanan gelişmelerdir. Büyüme ve kalkınmanın öncelikli koşulu ise kaynak tahsisidir. Bir ekonomide sermaye birikiminin sağlanması ancak kaynak tahsisi ile gerçekleşir. Sermaye birikimi sağlanmadan teknolojik gelişme veya teknoloji transferi de, nitelikli insan gücü de etkili olamamakta, tarım ve diğer sahalardan sanayiye işgücü transferi sağlanamamaktadır. Bu nedenle sermaye birikimi oluşumu önkoşul olarak değerlendirilmek durumundadır. Türkiye’de, sermaye birikimi sağlanması için iki farklı seçenek söz konusudur. Bunlar iç ve dış (yerli ve yabancı) kaynaklardan sağlanabilecek sermaye birikimi olarak belirtilmektedir.

Sermaye birikiminin oluşumunda en etkili faktörler içeride tasarruflar dışarıda ise Yabancı sermaye yatırımlardır. Burada ilk olarak iç piyasada sermaye birikiminin oluşmasını sağlayacak tasarruflar ele alınacaktır.

2.4.1.1. Tasarruflar

Tasarruf, bağımsız bir biçimde ele alındığında ekonomik bir kavram olarak tanımlanmakla birlikte, tasarruf alışkanlıkları, gelenekler, örf-adet, toplumsal yaşam biçimi ve diğer sosyolojik faktörlerle etkileşim içerisinde. Toplumun farklı kesimlerince farklı yollarla elde edilen kazançlar da farklı şekillerde değerlendirilir ve bu değerlendirmelerde alışkanlıkların etkili olduğu görülür. Tüketim alışkanlıklarının toplumun yaşam biçimlerine göre şekillenmesi sonucunda bazen bölgesel bazen de daha geniş alanlarda benzerlik veya farklılık taşıdığı gözlenir. O halde tasarruf ve tüketim alışkanlıklarını hem ekonomik hem de sosyal davranışlar olarak ele almak durumundayız.

Temel olarak ülke kalkınması, yatırımlara ve üretim kapasitesinin artmasına bağlı olmakla birlikte üretilen mallara pazar bulunması da bir o kadar önem taşır. Yatırım kapasitesi ise, gelirin ne kadarının tasarruf edildiğine ve sermaye birikimine dâhil edildiğine bağlı bulunmaktadır. Ülke içinde yapılan tasarrufların yetersiz kaldığı durumlarda dış tasarruflara başvurulur ki, bu tasarruflar yabancı sermaye olarak ülkeye giriş yapmış olurlar. Türkiye’de yeteri kadar sermaye birikimi bulunmadığından, yabancı sermayenin girişi daima teşvik edilmeye çalışılmıştır. Zaman zaman yabancı sermaye girişlerine tepkiler olsa da, bu teşvikler sürekli bir

biçimde devam etmiştir.⁶⁸İç piyasada oluşan bu tasarruf kalemlerini iki ayrı başlık altında incelemek mümkündür;

a) **Özel tasarruflar**

Özel tasarruflar, firma düzeyinde söz konusu olabileceği gibi ferdi düzeyde yapılan tasarruflar olarak da adlandırılabilir. Ferdi düzeyde ortaya çıkan tasarrufların değerlendirilme biçimi, ekonomiye kazandırılabilir olup olmamasıyla ilgilidir. Tüketici bireyler tarafından yapılan tasarruflar bankalar ya da bono-tahvil-hisse senedi gibi finans piyasalarında değerlendirilmekte olduğunda bunu ekonomiye kazandırılmış tasarruflar olarak değerlendirmek durumundayız. Ancak bu tasarruflar İddihar (gömüleme) olarak da adlandırılan yastık altında değerlendirilen türden tasarruflardan oluşuyorsa bu tasarrufların uyutulan ve ekonomiye kazandırılmamış tasarruflar kapsamına girdiği sonucu çıkarılmaktadır.

Firma düzeyinde ortaya çıkan tasarruflarda ise firmanın, yıllık tüm gelir gider hesapları yapıldıktan sonra oluşan bilanço çerçevesinde kâr paylarının ortaklara dağıtılması şeklinde değerlendirilebileceği gibi yeniden yatırıma dönüştürülmesi durumu da söz konusu olmaktadır. Bu elbette ki firma ortaklarının veya yönetim kurulunun kararı sonrası ortaya çıkan bir durumun söz konusu olmasına bağlıdır.

Tasarrufların yetersiz kalması durumunda genellikle sermaye hareketlerine uygulanan tam serbestiyet sonrası sıcak para girişlerinde artışlar ortaya çıkmaktadır. Sıcak para, genellikle hisse senedi piyasalarında kendisine spekülâtif ortam arayan bir nitelik taşır. Yatırımlarda yetersiz bulunan tasarrufların bu türden kısa vadeli kaynaklarla ikame edilmeye çalışılması orta ve uzun vadede negatif sonuçları da beraberinde getirmektedir. Türkiye’de özellikle 1990’lı yıllarda uygulanan yüksek faiz oranlarıyla bağlantılı olarak yoğunluk kazanan döviz girişleri kur yapısını büyük ölçüde etkilemiş ve TL’nin artan değeri karşısında dış ticaret dengelerinde de ithalat lehine bozulma eğilimi gözlenmiştir.

b) **Kamu tasarrufları**

Kamu tasarrufları, özel tasarruflardan farklı olarak kamu bütçelerinde oluşan yıllık harcama kalemlerinden yapılan tasarruflardan oluşmaktadır. KİT’lerin oluşumundan vazgeçilmekte olup var olan KİT’lerin de özelleştirilmekte olduğu

⁶⁸ Gökçen, **a.g.m.**, İstanbul, 2009, (Çevrimiçi) http://www.usiad.com/index.php?option=com_content&task=view&id=262&Itemid=120, 07 Mart 2011.

durum dikkate alındığında, bu tasarrufların yatırıma dönüştürülmek yerine farklı kalemlere aktarılması veya açık bulunan bütçe kalemleri ile denkleştirilmesi sonucunda bütçe açığı oluşmasının engellenmesine yönelik değerlendirilmesi de bir yöntem olarak kullanılabilir.

Gerek özel gerekse kamu alanında yeterli tasarruf oluşturulamaması veya oluşan tasarrufların yatırıma dönüştürülerek yeniden ekonomiye kazandırılmaması sonrasında GOÜ'lerde ve dolayısıyla Türkiye'de ortaya çıkan yatırım açıklarının giderilememesi büyüme üzerinde de negatif etkilere yol açmaktadır. Yatırım açıkları aynı zamanda işsizlik oranlarının yüksek oranlara ulaşmasına neden olmakta ve istihdam sorununa yol açmaktadır. Milli gelir seviyesinin dünya ortalamalarının altında seyretmesine ve toplumsal refah seviyesinde pozitif artışlar yaşanmasının önündeki engel de yine yatırım açıklarına dayandırılmaktadır.

GOÜ'lerde iç tasarruflardan elde edilecek kaynakların yeterli birikime yol açmamasının da etkisiyle ortaya çıkan yatırım açıklarının farklı alternatiflerle giderilmesi yoluna gidilmektedir. Bu alternatif yatırım politikalarından biri de, UDY veya diğer tanımla DYY'ler olarak görülmektedir.

Yabancı sermaye, sermaye yetersizliği içinde bulunan, hele yatırım sermayesi eksikliği çeken ülkeler için ciddi önem taşımaktadır. Türkiye'de son yıllarda, kamu kesiminin de çok cüzi miktarlardaki alt yapı yatırımları hariç, yatırım yapılmadığından ve özel kesimin de yatırım sermayesinin, kalkınmanın sağlanmasında, işsizliğin azaltıl-masında, dış ticaret ve cari açığın azaltılmasına yeter düzeyde olmamasından, yabancı sermaye daha da önem taşımaktadır.⁶⁹

2.4.1.2. Uluslararası Doğrudan Yatırımlar

GOÜ'lerde çoğunlukla kalabalık genç nüfusa sahip olmalarına karşılık optimum yatırım seviyesine ulaşılabilmesi açısından gerekli olan sermaye birikimine sahip olunamaması durumu söz konusudur. GOÜ'lerde görülen bu ortak görünüm özelliği Türkiye'de de aynı şekilde ortaya çıkmakta ve makroekonomik faktörleri bu açıdan olumsuz etkilemektedir. Türkiye'de tasarrufların yetersizliği, tüketim alışkanlıkları ve kamu dengelerindeki bozulmalar sonucu ülke içerisinde yatırıma

⁶⁹ Gökçen, **a.g.m.**, İstanbul, 2009, (Çevrimiçi) http://www.usiad.com/index.php?option=com_content&task=view&id=262&Itemid=120, 07 Mart 2011.

dönüşebilecek yeterli sermaye birikimine ulaşılamaması, uluslararası sermayeye duyulan ihtiyacı had safhaya çıkarmış hatta bir zorunluluk haline getirmiştir.

Nitekim 2000 sonrası UDY dağılımlarının yer aldığı Tablo 2.5’te, UDY’lerin dalgalı bir seyirle hem global hem de Türkiye’deki gelişmelere paralel, artma veya düşme eğiliminde olduğu görülür. 2007 itibariyle GÜ’lerde gerçekleşen UDY girişlerinde periyodik bir azalma söz konusu iken GOÜ’lerdeki artışlar sürmüştü ve buna bağlı olarak Türkiye’de de artış yaşandığı görülmüştür. Türkiye’ye UDY girişinde 2004 yılına kadar her ne kadar düşme eğilimi görülse de 2004’te 2.779 milyon \$ olarak gerçekleşen toplam yabancı yatırımlar, 2005 yılında 10.010 milyon \$’a yükselmiş ve bir yıllık süre içerisinde Türkiye’ye giriş yapan UDY miktarı üç kat artmıştır. İlerleyen yıllarda bu artışlar devam ederek, 2006’da 20.223 milyon \$, 2007’de 22.023 milyon \$ ve 2008’de 18.148 milyon \$ seviyelerine çıkmıştır. Bu miktarlar bazı Asya ülkeleri karşılaştırmalarında ve GOÜ ortalamalarının altında görünse de, Türkiye’nin önceki yıllardaki performansı ile karşılaştırıldığında yüksek miktarlar olarak değerlendirilmesi gerekmektedir.

Tablo 2.5: UDY Girişlerinin Global Dağılımı (2000-2009)

YILLAR	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Gelişmekte Olan Ekonomiler	256.465	214.696	176.063	183.912	291.919	330.130	434.366	564.930	630.013	478.349
Geçiş Ekonomileri	7.025	9.514	11.273	19.910	30.411	31.101	54.669	90.968	122.588	69.948
Gelişmiş Ekonomiler	1.137.976	601.070	440.778	361.917	410.067	624.565	970.098	1.444.075	1.018.273	565.892
Türkiye	980	3.352	1.081	1.693	2.779	10.010	20.223	22.023	18.148	7.611
Dünya Toplamları	1.401.466	825.280	628.114	565.739	732.397	985.796	1.459.133	2.099.973	1.770.873	1.114.189

Kaynak: UNCTAD, World Investment Report 2010, New York and Geneva, 2010, (Çevrimiçi) <http://stats.Unctad.org/FDI/>, 13 Aralık 2010.

Yabancı yatırımların ev sahibi ülkede, öncelikle siyasi, sosyal ve ekonomik istikrar araması, bu faaliyetlerin başlangıcından beri değişmeyen bir karakteridir. Bu faktörler uluslararası yatırımcının sadece satış hâsılatı ve karını değil, aynı zamanda uluslararası piyasalardaki ve özellikle gidilen ülkelerdeki varlığını ve bu varlığın devamını da etkilemektedir. Ekonomik, siyasi, psikolojik ve moral değerler konusundaki istikrar ve güvence, bir ülkenin yabancı yatırımcılar için çekiciliğini artırmaktadır. Yabancı yatırımcının görmek istediği, istikrara giden yolda kalıcı bir biçimde atılan adımlardır. Yabancı yatırımcılar tarafından Türkiye, dünyanın en cazip yatırım noktalarından biri olarak kabul edilmektedir. Türkiye, bu önemli potansiyelini içinde bulunduğu istikrarsız koşullar nedeniyle değerlendirememekte, ülkeye gelebilecek yatırım miktarının ancak otuzda birini çekebilmektedir. Son dönemde atılmış olan somut adımların uygulamaya konulması ve yatırım ortamının eksikliklerinin giderilmesi sonucunda Türkiye, özlenen ölçüde yabancı yatırım çeken bir ülke haline gelebilecektir.⁷⁰

Türkiye’de, özellikle 17.06.2003 yılında yapılan son değişiklikler sonrası yürürlüğe giren 4875 no’lu UDY kanununda belirtildiği gibi, amaç; “UDY’lerin özendirilmesine, yabancı yatırımcıların haklarının korunması ile yatırım ve yatırımcı tanımlarında uluslararası standartlara uyulmasına, UDY’lerin gerçekleştirilmesinde izin ve onay sisteminin bilgilendirme sistemine dönüştürülmesine ve tespit edilen politikalar yoluyla UDY’lerin artırılmasına ilişkin esasları düzenlemektir, Bu Kanun, UDY’lere uygulanacak muameleyi kapsar”⁷¹ biçiminde ifade edilmektedir. UDY’lerle ilgili yapılan bu son değişiklikle birlikte Türkiye’ye giriş yapan yabancı sermaye miktarında önemli artışlar meydana gelmiştir.

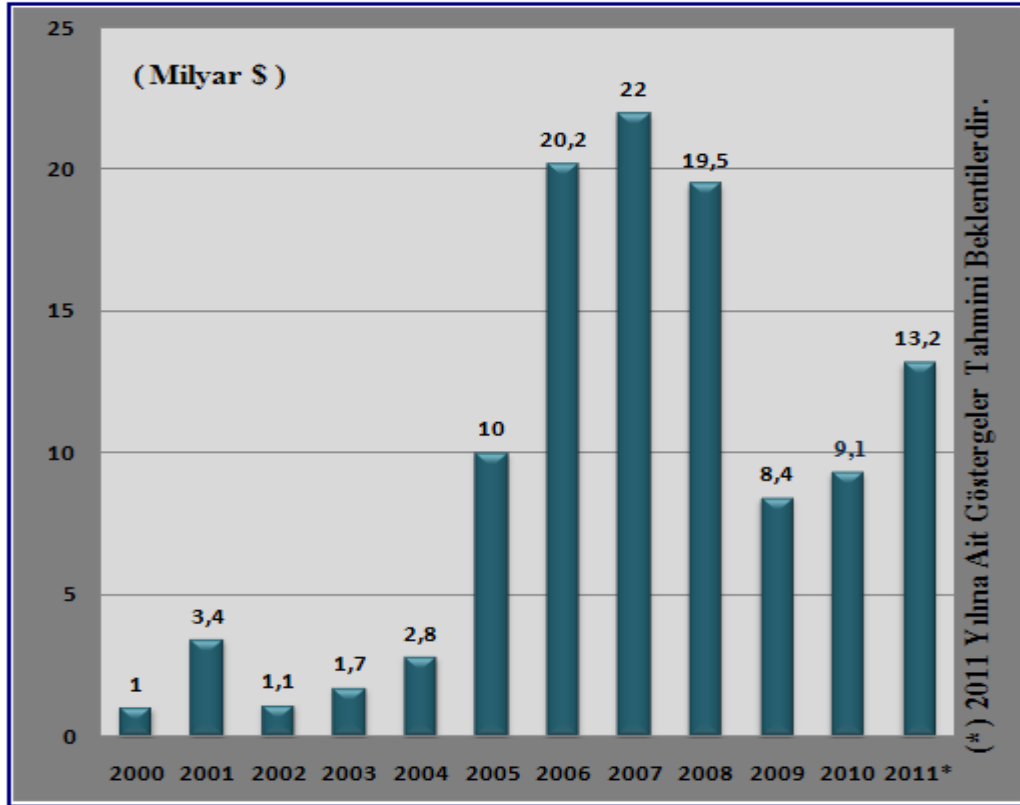
Grafik 2.1’de yer alan TCMB kayıtlarına göre 1995-2004 arası Türkiye’ye girişi gerçekleşen UDY ortalaması 1,4 milyar \$ düzeyinde kalmıştır. 2005 yılında 10,0 milyar \$, 2006’da 20,2 milyar \$, 2007’de 22,0 ve 2008’de 19,5 milyar \$ olarak yüksek oranlarda gerçekleşen UDY girişleri 2009 itibariyle tüm dünyayı etkileyen krizle birlikte düşme eğilimi içerisine girerek 8,4 milyar \$’a gerilemiş ancak, 2010

⁷⁰ DPT, **Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları**, Ankara, T.C. Başbakanlık DPT, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Özel İhtisas Komisyonu Raporu, 2000, s. 19.

⁷¹ T.C. Resmi Gazete, **Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu**, Kanun No: 4875, Sayı. 25141, Ankara, Resmi Gazete, 17.06.2003.

yılında krizin etkilerinin atlatılmaya başlanmasıyla yeniden 9,3 milyar \$ seviyelerine çıkmıştır. 2011 yılının ilk 9 ayı itibariyle UDY girişleri 10,9 milyar \$ olmuştur. Bu rakam, 2010 yılının aynı dönemiyle karşılaştırıldığında % 99'luk bir artışı ifade etmektedir. Bu toplamın 1,5 milyar \$'lık kısmı yurtdışında yerleşik kişilerin gayrimenkul alımlarından oluşmaktadır.⁷²2011 yılı kasım ayı itibariyle 12 milyar \$'a varan UDY girişlerinin yılsonu itibariyle 13 milyar \$'ı geçmesi beklenmektedir. Bu aynı zamanda 2010 yılı ile karşılaştırıldığında % 55 ile % 60 arası oranında bir artış yaşandığını ortaya koymaktadır ki bu artışın, Türkiye ekonomisinin 2011 büyüme oranına da yansması beklenmektedir.

Grafik 2.1: Türkiye’de UDY Girişlerinin Yıllık Dağılımı (1995- 2011*)



Kaynak: TCMB, Uluslararası Doğrudan Yatırımlar 2011 3. Çeyrek Değerlendirme Raporu, 2011, (Çevrimiçi) http://www.yased.org.tr/webportal/English/insight_yased/Documents/YASEDUDYRaporu+UNCTAD-2011C3-kasim2011.pdf, 18 Kasım 2011.

⁷² YASED, UDY’ler 2011 3. Çeyrek Değerlendirme Raporu, 2011, (Çevrimiçi) http://www.yased.org.tr/webportal/English/insight_yased/Documents/YASEDUDYRaporu+UNCTAD-2011C3-kasim2011.pdf, 18 Kasım 2011.

Türkiye’de 2003 yılında UDY’lerle ilgili yapılan yasal düzenlemelerin, ekonomide bazı pozitif gelişmelere yol açtığı görülmüştür. 2006, 2007 ve 2008 yıllarında ulaşılan 20 milyar \$ seviyelerine yeniden dönüş sinyalleri, global krizden toparlanma sürecindeki belirsizliklerin devam ediyor olması nedeniyle henüz alınmamaktadır.

TCMB tarafından açıklanan gösterge niteliğindeki verilere göre Türkiye’deki UDY stok* değeri, 2010 yılı sonu itibariyle 186,02 milyar \$’a ulaşmıştır. 2011 Kasım ayı itibariyle gerçekleşen stok değeri gösterge miktarı ise 147,27 milyar \$ dolaylarındadır.⁷³Türkiye’deki toplam uluslararası sermayeli şirket sayısı 2010 yılı sonunda 25.490’a ulaşmış,⁷⁴Eylül 2011 sonu itibariyle de 28,833’e ulaşmıştır.⁷⁵

2.4.1.2.1. Özelleştirme Politikaları

Özelleştirme, kamu ekonomisi modeli içerisinde yer alan KİT’lerin mülkiyetinin kamu sektöründen özel sektöre devridir. Özel sektör yerli olabileceği gibi yabancı özel sektör de olabilir. Özelleştirmenin tersi ise kamulaştırma ya da millileştirme anlamına gelmektedir.

Türkiye’de gerçekleştirilen özelleştirmeler verimlilik, serbest piyasa ekonomisine geçiş, sermaye piyasası ve sermaye birikimi sağlamak ve UDY’lere yönelik satış ile döviz girdisi sağlamak gibi ekonomik amaçlı olmakla birlikte; Yabancı sermayenin teşviki ve ülkeye çekilmesi, hazinenin KİT’lere mali yardımlardan çekilmesi, kamuya gelir sağlaması, teknolojik ve dijital gelişmelerin ülkeye çekilmesi gibi mali amaçlarla da yapılabilmektedir.

(*) Gösterge niteliğindeki aylık yurtiçi doğrudan yatırım stokları yıl sonu verilerinin piyasa fiyatları ve kur değişimleri dikkate alınarak yeniden değerlendirilmesi ve ödemeler dengesi istatistiklerinde yer alan akım verilerin ilave edilmesiyle hesaplanmaktadır.

⁷³ TCMB, “Yurtiçi Doğrudan Yatırım İstatistikleri”, **Uluslararası Yatırım Pozisyonu : Dönem Sonları İtibariyle Dış Varlık ve Yükümlülükler**, TCMM İstatistik Genel Müdürlüğü, Ödemeler Dengesi Müdürlüğü, Ankara, TCMM Yayınları, 18.01.2012, (Çevrimiçi)<http://www3.tcmb.gov.tr/veri/takvim/takvim.php>, 25.01.2012.

⁷⁴TCMB, “Uluslararası Doğrudan Yatırımlar 2010 Yılı Sonu Değerlendirme Raporu”, İstanbul, **YASED Yayınları**, 2011, (Çevrimiçi) http://www.yased.org.tr/webportal/Turkish/Yayinlar/Documents/YASED_UDY_Raporu-2010_yilsonu-Subat2011.pdf, 21 Nisan 2011.

⁷⁵

2010 yılında özelleştirme işlemleri, toplam işlem tutarının yarısını (14,6 milyar dolar) oluşturmuştur. 35 özelleştirme işleminin 33 tanesi enerji alanında gerçekleşmiştir. Yılın en büyük işlemi ise, İspanyol BBVA şirketinin Garanti Bankası'ndaki GE hisselerini 5,8 milyar dolara alması olmuştur. Enerji ve finans sektörü işlemlerinin ağırlığının yanı sıra; gıda-içecek, imalat, turizm ve diğer hizmet sektörleri M&A (Merger and Acquisitions) işlemleri açısından hareketli sektörler arasında yer almıştır. Özel hisse fonları gibi finansal yatırımcıların ilgisinin ise sağlık, eğlence, gıda-içecek, finans, perakende ve bilişim sektörlerine olduğu gözlenmekte, 2011 yılının da M&A işlemleri açısından hareketli bir yıl olması beklenmektedir. Galataport, Milli Piyango, elektrik üretim hisseleri, İDO, İGDAŞ, köprü ve otoyollar gündemde olacak özelleştirme ihaleleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Enerji, sağlık, ilaç, perakende, medya, eğitim ve otomotiv yan sanayi ise yoğun M&A işlemleri beklenen sektörler arasındadır.⁷⁶

Özelleştirme politikaları ile ilgili değişik çevrelerden farklı yaklaşımlar söz konusu edilmektedir. Özellikle siyasi yelpaze içerisinde bir değerlendirme yapacak olursak bu yaklaşımların, sağ ya da sol düşüncelerin belirleyiciliğinden çok iktidar ve muhalefet grupları olarak şekillendiği görülmektedir. Türkiye'de, muhalefet ve iktidar partilerinin ortak bir noktada buluşamamaları çoğunlukla gözlemlenen bir yaklaşım biçimi olarak dikkatleri çekmektedir. Hatta zaman zaman iktidarda iken karşı çıktığı politikalara, muhalefette iken taraf olan veya muhalefette karşı çıktığı politikaları iktidardayken uygulamaya koyulan siyasi iradelerle sıklıkla karşılaşılmaktadır. Bu durum toplumun farklı kesimleri tarafından da benzer algılamalar şeklinde kendini göstermektedir. Türkiye'de özelleştirme politikaları ilk olarak 24 Ocak 1980 kararları ile gündeme gelmiş ve 1985 yılında da uluslararası piyasalarda doğrudan görüşmeler ve tanıtım faaliyetlerine girişilmiştir.

Bankacılık sektöründe, Demirbank, Sitebank, Yapı ve Kredi Bankası, Adabank, Bank Ekspres (Yeni adı Tekfenbank), Denizbank, Şekerbank, Sümerbank gibi bankalar Özelleştirme idaresi Başkanlığı ve TMSF tarafından yabancılara satılmıştır. Bu duruma, özel sektör tarafından yabancılara satılan bankalar da

⁷⁶ YASED: **Uluslararası Doğrudan Yatırımlar 2010 Yılı Sonu Değerlendirme Raporu**, İstanbul, YASED Yayınları, 2011, (Çevrimiçi) http://www.yased.org.tr/webportal/Turkish/Yayinlar/Documents/YASED_UDY_Raporu-2010_yilsonu-Subat2011.pdf, 21 Nisan 2011.

eklendiğinde bankacılık sisteminin yabancıların eline geçmeye başladığı görülmektedir. Hâlihazırda Türkiye bankacılık sisteminde yabancı payı % 42'dir. Bankacılık sisteminin yabancıların eline geçmesi; Türk ekonomisinin yabancılar tarafından kontrol edilmesine imkân sağlanması anlamına da gelmektedir. Çünkü bankaların kredi verdiği reel sektör şirketlerinin kaderi yabancıların eline geçmektedir. Kısaca, finans sektöründe hâkimiyeti ele geçirmiş olan yabancı sermaye, ekonomide hangi sektörün öne çıkarılacağı, hangi sektörün ihmal ve tasfiye edileceği konusunda söz sahibi olacaktır. Bu hâkimiyet aynı zamanda para piyasaları ile iç borç sisteminin de yabancı bankaların denetimine geçmesi anlamına gelmektedir. Türkiye'de gidiş bu yöndedir. Bankacılık sektörünü ele geçiren yabancı sermaye Türkiye'yi, ekonomik açıdan, kırılmalı ve dışa muhtaç bir ülke hale getirebilecek potansiyele sahip olmaktadır. İletişim sektöründe ise, Türk Telekom, Telsim(Wodafone), Teletaş ve Türk Kablo yabancılar tarafından satın alınan kamu kuruluşlarıdır. İletişim sektörünün yabancıların eline geçmesi ise ulusal güvenliği tehlikeye sokma potansiyeli taşımakta; yabancılar, istenildiğinde iletişimi kesebilme dâhil ihtiyaç duyulan bilgilere yasal olmayan yollardan ulaşabilmek vb. birçok hususta fırsat sahibi olmaları yönünde imkân sağlamaktadır. Denizcilik sektöründe de İzmir, İskenderun, Mersin, Yarımcı gibi limanların sadece ticari açıdan değerlendirilerek yabancılar tarafından satın alınmaları, Türkiye'nin güvenlik ve egemenlik haklarını zaafa uğratabilecek bir potansiyel taşımaktadır.⁷⁷

Ancak, bu görüşü tümüyle kabul etmek mümkün görünmemektedir. Milli güvenlik açısından kurumların stratejik özellikleri dolayısıyla özelleştirme sonrası ortaya çıkabilecek sakıncalar, bireysel ve kurumsal zafiyetlerle özelleştirme yapılmadan da söz konusu olabilmektedir. Bankalarla ilgili sakıncalardan söz edilirken şurası unutulmamalıdır ki, bankalar öncelikle finansal kuruluşlardır ve bu kuruluşlar aynı zamanda yoğun bir rekabet ortamında faaliyette bulunmaktadır. Dolayısıyla Türkiye'de, özel sektör bankacılığı yapılanması karşısında kamu bankacılığına sınırsız kamu desteğine rağmen performans kaybı ve verimsizlik sorununun ortadan kaldırılması sağlanamamıştır. Hatta oluşan görev zararları

⁷⁷ Fatih Bali ve Onur Dinç, **Türkiye'deki Özelleştirmelerde Yabancı Sermayenin Payı**, KKTC, GAU, Uluslararası İlişkiler Yayını, 2010, s. 85. (Çevrimiçi) http://www.gau.edu.tr/PDF-Files/JSAS_03_05_PDF/JASA_003_05_10_Bali.pdf, 22 Nisan 2011.

nedeniyle kâr etmesi gereken bu kurumlar, faaliyetlerini zarar ederek sürdürür hale gelmişler ve bu zararlar kamu maliyesi üzerinde ağır bir mali yük halini almıştır.

Nitekim kamunun ekonomik faaliyetler içerisinde doğrudan yer alması, AB kriterleri açısından da mevzuata aykırı bulunmakta ve serbest piyasa koşullarına müdahale olarak görülmektedir. Bununla birlikte yönetime gelen siyasi iktidarların kendine yakın kişileri KİT'lerde ve kamu bankalarında, ihtiyaç bulunmamasına rağmen istihdam etme arzuları bu kurumlarda yığılmalara yol açmış ve kamu kurumlarının periyodik zarar bilançolarına karşı bu kurumlara aktarılan kaynakların, bütçe açısından mali yük oluşturmaya başladığı süreçler yaşanmıştır. Buna karşın mali birikimli yerli özel sektör girişimciliğinin kamu menfaati dışında hareket ederek bu kurumları çok küçük meblağlarla kendi mülkiyetine alma arzuları karşısında yapılan kamu ihalelerinde UDY'lerin başarılı bir sonuç almaları kaçınılmaz hale gelmiştir. Dolayısıyla yaşanan tüm bu gelişmeler sonucu gerçekleşen özelleştirmeler sonrasında bu kurumların, yabancıların mülkiyetine geçmiş olsalar da verimli çalışmalar yaparak kamuya vergi, sigorta primi ve harçlar yoluyla kaynak oluşturması, kamu yararına gelişmeler sağlaması şeklinde değerlendirmek de mümkündür. Tabi ki, finans piyasalarının yabancıların ellerinde bulunması, nakit akışının hızlı bir döngü yaşadığı sektörler oluşu ve kâr transferlerinin yoğun olarak yaşanması gibi olumsuzların da dikkatlerden kaçmaması gerekir.

2.4.1.2.2. Şirket Birleşmeleri ve Satın almalar

2011 yılının ilk çeyreğinde, Türkiye'ye UDY girişleri 4 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam, geçtiğimiz yılın aynı dönemi ile karşılaştırıldığında bir buçuk kat artış anlamına gelmektedir. Finans sektöründe geçtiğimiz yıl içerisinde yaşanan birleşme-satın alma işlemlerinden kaynaklanan girişler, toplam girişlerde önemli paya sahip olmuştur. 2011 yılı sonunda 12 milyar doların üzerinde bir UDY girişi beklenmektedir. Türkiye'de 2010 yılı UDY girişleri 8,9 milyar \$ olarak gerçekleşirken TCMB kayıtlarına göre 2011 Şubat itibariyle gerçekleşen UDY stokunun 171,4 milyar \$ seviyesinde bir toplama ulaştığı görülmüştür.⁷⁸

⁷⁸YASED, **Uluslararası Doğrudan Yatırımlar Değerlendirme Raporu (2011-1.Çeyrek)**, İstanbul, YASED Yayınları, 2011, (Çevrimiçi) http://www.yased.org.tr/webportal/Turkish/Yayinlar/Documents/UDYRaporu-may_2011-2011-I.ceyrek.pdf, 22 Nisan 2011.

2010 yılı Türkiye’de birleşme ve satın alma (M&A) işlemleri açısından, hareketli bir yıl olmuştur. Özellikle enerji alanındaki özelleştirme işlemlerinin yüksek payı ile 2005 yılındaki 31 milyar dolar seviyesinden sonra ulaşılan ikinci en yüksek rakam olan 29 milyar dolar işlem değerine ulaşılmıştır. Deloitte tarafından hazırlanan Annual Turkish M&A Review 2010 Raporu’na göre, M&A işlemlerinde 2010 yılında toplam değeri yaklaşık 29 milyar \$ olan 203 işlem gerçekleşirken, bu işlemlerden 73 tanesinde uluslararası yatırımcılar taraf olmuştur. Toplam işlemler içinde uluslararası olanların payı ise, toplam 10,5 milyar \$ işlem tutarı ile % 36 olmuştur. Bu oran 2009 yılında % 38 iken 2007 ve 2008 yıllarında % 75 seviyesinde gerçekleşmişti. Bu düşüşte kısmen kriz etkisi söz konusu edilse de yerel yatırımcıların özelleştirme ihalelerine daha fazla ilgi göstermiş olmalarının etkili olduğu görülmüştür. Özelleştirme işlemleri dışarıda tutulduğunda bu oranın % 70’lere ulaşıyor olması, uluslararası yatırımcı ilgisinde bir artış olduğuna işaret etmektedir.⁷⁹

2.4.1.2.3. Serbest Bölgeler

Genel olarak serbest bölgeler; ülkenin siyasi sınırları içinde olmakla beraber gümrük hattı dışında sayılan, ülkede geçerli ticari, mali ve ekonomik alanlara ilişkin hukuki ve idari düzenlemelerin uygulanmadığı veya kısmen uygulandığı, sınıâ ve ticari faaliyetler için daha geniş teşviklerin tanındığı yerler olarak tanımlanmaktadır.⁸⁰ Serbest piyasa koşullarında bir uluslararası dış ticaretin gerçekleşmesiyle global düzeyde, mutlak ve mukayeseli üstünlüklerin etkili olduğu bir dünya ticaretinin etkisi günümüzde hala devam etmektedir. UDY’lerin ulus ötesi boyutlara taşınması her ne kadar dış ticaret ilişkilerinin kısmen yavaşlamasına ve azalmasına yol açsa da tümüyle ortadan kaldıramamıştır. Gerek dış ticarete ortaya çıkan rekabet ortamı gerekse UDY’lerin üretim maliyetlerini aşağılara çekme çabaları, serbest bölgelerin oluşumunda etkili olmaktadır.

⁷⁹ YASED, **Uluslararası Doğrudan Yatırımlar 2010 Yılına Değerlendirme Raporu**, İstanbul, Yased Yayınları, 2011, (Çevrimiçi) http://www.yased.org.tr/webportal/Turkish/Yayinlar/Documents/YASEDUDYRaporu-2010_yil_sonu-Subat2011.pdf, 22 Nisan 2011.

⁸⁰ DPT, **Devlet Yardımları**, Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013) Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, 2007, s. 14, (Çevrimiçi) www.dpt.gov.tr/DocObjects/Download/3219/oik682.pdf, 03 Aralık 2009.

3218 sayılı Serbest Bölgeler Kanunu uyarınca serbest bölgelerin kuruluş amaçları; Türkiye’de ihracat için yatırım ve üretimi artırmak, yabancı sermaye ve teknoloji girişini hızlandırmak, ekonominin girdi ihtiyacını ucuz ve düzenli bir şekilde temin etmek, dış finansman ve ticaret imkânlarından daha fazla yararlanmak olarak belirtilmiştir. Serbest bölgeler kanunu, 5084 sayılı düzenlemeyle de, yatırımların ve istihdamın teşviki ile vergisel teşvikler açısından yeni bazı vergisel muafiyetlerle ilgili düzenlemeler yapılması sağlanmıştır.⁸¹

2.4.2. İşgücü ve İstihdam Politikaları

Beşeri kalkınma, mal ve hizmetlerin üretim ve dağılımı ile beşeri yeteneklerin kullanım ve geliştirilmesini birlikte ele alır. Ekonomik büyüme, ticaret, istihdam, siyasi özgürlük ya da kültürel değerler gibi bir toplumu ilgilendiren tüm konuları insanlar açısından analiz eder. Beşeri kalkınma, kalkınmanın merkezine insanları yerleştirdiği gibi, onların gereksinim ve potansiyel alanları üzerinde yoğunlaşır, insanların arzu ve gereksinimlerini tam olarak gerçekleştirmeye çalışır, üretim süreçlerinden kurumsal değişimlere ve politik görüşmelere kadar tüm alanlara girer. Dolayısıyla beşeri kalkınma, insanı ve onun refah seviyesini baz alan bir kalkınma anlayışıdır.⁸² Beşeri kalkınma insan odaklıdır, yani merkezinde insan vardır. Ayrıca beşeri kalkınma modeli gelişmiş ya da gelişmekte olan tüm toplumlar için uygulanmakta ve öncelik taşımaktadır. Bu nedendir ki ÇUŞ’ler, UDY girişiminde bulunurken bir ülkede sadece fiziksel kaynaklarla ilgili göstergeleri dikkate almakla kalmayıp aynı zamanda beşeri kaynak gelişimini de göz önünde bulundurmaktadırlar.

Dolayısıyla, makro ekonomik göstergeler arasında yer alan istihdam ve işsizlikle ilgili göstergeler, UDY’ler tarafından dikkatle gözlemlenmektedir. İstihdam verilerinde ortaya çıkan pozitif görünüme bağlı olarak diğer makro göstergelerde kaydedilen iyileşme belirtileri, öncelikle yatırımlar üzerinde çarpan etkisi oluşturmaktadır. Bu gözlemler, aynı zamanda UDY’lerin Türkiye’ye dönük yatırım politikalarının belirlenmesinde de tabii bir şekilde etkili olmaktadır.

⁸¹ A.e.

⁸² Murat Çetin, “Türkiye’de Beşeri Kalkınma: Karşılaştırmalı Bir Değerlendirme”, Sayı. 2, Kayseri, **İİBF Dergisi**, 2005, s. 61, (Çevrimiçi) <http://e-dergi.atauni.edu.tr/index.php/IIBD/article/viewFile/3643/3472>, 24 Nisan 2011.

TÜİK verilerine göre Türkiye’deki işsizlik oranları Tablo 2.6’da belirtildiği gibi, 2008 yılı sonunda % 11’e, 2009’da ise % 14 gibi oldukça yüksek bir orana yükselmiştir. Bu yükselişte hiç şüphesiz dünyada yaşanmakta olan global kriz etkili olmuştur. 2010 yılına girildiğinde yüksek orandaki işsizlik rakamları daha da yükselmiş ve Ocak 2010 kapanışı % 14,5, Şubat 2010 kapanışı ise % 14,4 olarak gerçekleşmiştir. Bu tarihten itibaren periyodik düşüşlerle 2010 yılı % 11,9 işsizlik oranları ile kapanmıştır. 2011 yılına girildiğinde krizin etkileri giderek ortadan kalkmaya başlayarak daha da aşağılara çekilmiş, Ocak-Mart 2011 döneminde sırayla % 11,9, % 11,5 ve % 10,8 olarak belirlenen gerçekleşen oranlarla kapanmıştır. 2010 Mart ayındaki oran % 13,7 olarak gerçekleşmişti. 2011 yılı mart ayı işsizlik oranlarındaki düşüşün bir diğer önemli ayrıntısı da bu dönemde istihdam edilen kişi sayısında gözlenen artış olmuştur.

Tablo 2.6: Türkiye’de Yıllara Göre İstihdam ve İşsizlik Oranları

YILLAR	DÖNEM	İşgücü (Bin Adet)	İstihdam (Bin Adet)	İşsiz Sayısı (Bin Adet)	İşsizlik Oranı (%)	İstihdamın Sektörel Dağılımı (%)		
						Tarım	Sanayi	İnşaat & Hizmetler
1970	YILLIK	14.639	13.702	937	6,4			
1975	YILLIK	16.331	15.090	1.241	7,6			
1980	YILLIK	17.924	16.436	1.488	8,3	54,2	20,0	25,8
1985	YILLIK	18.832	17.458	1.375	7,3	50,4	21,1	28,5
1990	YILLIK	20.150	18.498	1.652	8,2	46,9	20,2	33,0
1995	YILLIK	22.286	20.586	1.700	7,6	44,1	22,0	33,9
2000	YILLIK	23.078	21.581	1.497	6,5	36,0	24,0	40,0
2001	YILLIK	23.491	21.524	1.967	8,4	37,6	22,7	39,7
2002	YILLIK	23.818	21.354	2.464	10,3	34,9	23,0	42,1
2003	YILLIK	23.640	21.147	2.493	10,5	33,9	22,8	43,4
2004	YILLIK	22.016	19.632	2.384	10,3	34,0	23,0	43,0
2005	YILLIK	22.454	20.066	2.388	10,3	29,5	24,7	45,8
2006	YILLIK	22.751	20.423	2.328	9,9	27,3	25,4	47,4
2007	YILLIK	23.114	20.738	2.376	10,3	23,5	19,7	56,8
2008	YILLIK	23.805	21.194	2.611	11,0	23,7	20,0	56,4
2009	YILLIK	24.748	21.277	3.471	14,0	24,7	19,4	55,9
2010	YILLIK	25.641	22.594	3.047	11,9	25,2	19,9	54,9
2011	OCAK	25.505	22.461	3.044	11,9	24,0	20,7	55,3
2011	ŞUBAT	25.766	22.802	2.964	11,5	24,4	20,4	55,2
2011	MART	26.103	23.286	2.817	10,8	24,8	20,6	54,6

Kaynak: TÜİK/İstihdam/İşgücü İstatistiklerinden Alınan Verilerle Hazırlandı, (Çevrimiçi) http://tuikapp.tuik.gov.tr/iscucu_app/iscucu.zul, 15 Mayıs 2011.

Türkiye’de 2011 Mart döneminde istihdam edilenlerin sayısı, geçen yılın aynı dönemine göre 1.545 bin kişi artarak 21.741 binlerden 23.286 bin kişiye çıktı ve bu tarihte gerçekleşen işsizlik oranı da, bir önceki yılın aynı dönemindeki işsizlik oranına göre % 2,9 azalarak % 10,8 olarak gerçekleşti. Kayıt dışı çalışan sayısı ise 0,8 puanlık azalışla % 41,3 olarak gerçekleşti. TÜİK araştırmalarına göre Mart 2011 döneminde 1.808 bin kişi yeni işe başladı veya iş değiştirdi. Bunun toplam istihdam içindeki payı % 7,8 olarak belirlendi, işe yeni başlayan veya iş değiştirenlerin % 33’ü 25-34 yaş grubunda yer aldı. Dolayısıyla genç nüfustaki işsizlik oranı % 5,3 puanlık azalışla % 19,3’e geriledi. Mevcut işsizlerin % 11,4’ünü (322 bin kişi) bu dönem işten ayrılanlar oluşturdu.⁸³

Türkiye’de TÜİK verilerine göre ortalama 3 milyon işsiz olduğu belirtilse de özellikle genç nüfus içerisinde iş beğenmeyen ve iş aramayan işsiz oranının oldukça yüksek miktarda bulunduğu bir gerçektir. Birçok işletme ilan yoluyla hatta billboardlarla eleman arayışına girmekte, her gün gazetelerde boy boy iş ilanları verilmekte ancak buna karşın işverenler nitelikli eleman gerektiren alanlarda çalıştırılacak vasıflı işgücü temin etmekte zorlandığını ifade etmektedir. Henüz yeterli birikime ulaşamamış ve gerekli vasıfları elde edememiş genç nüfus yüksek beklentiler içerisine girmekte ve iş beğenmeme lüksüne yeltenebilmektedir. Yeterli istihdam koşullarının sağlanamaması nedeniyle birçok işletme ise tam kapasite ile çalışamaması nedeniyle Türkiye’de yüksek oranlarda üretim kaybı yaşanmaktadır. Hatta bir kısım işletmeciler vasıflı eleman bulamadıkları için yatırımlarını ertelediklerini ifade etmektedirler.⁸⁴

Teknolojinin fazla işgücü kullanacak biçimde uyarlanmasına, daha çok nihai ürünün yöneleceği pazarda ve fiyat rekabetinin söz konusu olduğu durumlarda başvurulmaktadır. Bunun için, teknolojiye yapılacak değişikliklerin ve daha fazla işgücü kullanılmasının üretim fiyatında bir düşüş sağlaması şarttır. Bu bakımdan, ucuz işgücünden dolayı ürün maliyetinde azalma, emeğin yoğun olarak kullanıldığı

⁸³ Ticaret Gazetesi, “2011 Yılı Mart Ayında Gerçekleşen İşsizlik Oranları”, İzmir, **Ticaret Gazetesi**, 16.06.2011, (Çevrimiçi) http://www.ticaretgazetesi.com.tr/haberler_2011_mart_ayi_issizlik_orani_108-1-1-sayfa_id-666-id-45899-f-3bd704e38fe839ba454b3702e36cc6b3, 30 Haziran 2011.

⁸⁴ Aydın Hızlıca ve Musa Özyürek, “Vasıflı Eleman Bulamayan Yatırım Erteliyor”, **Zaman Gazetesi**, 11.07.2011, **Ekonomi Sayfası**, (Çevrimiçi) <http://www.zaman.com.tr/haber.do?haberno=>, 12 Temmuz 2011.

sanayilerin AGÜ'lere doğru kaydırılmasında önemli bir etken olmaktadır. Bu durum, dokuma ve elektronik parçalar örneğinde olduğu gibi, yeniden ihraç amacıyla üretim yerinin AGÜ'lere kaydırılmasının da temel nedenlerinden birini oluşturmaktadır.⁸⁵

UDY'ler açısından temel amaç, daha fazla kâr elde etmek ve bu kâr'ın süreklilik taşımasıdır. Dolayısıyla yatırım politikaları bu amaç doğrultusunda oluşmaktadır. Böylelikle yabancı yatırım girişiyle istihdam beklentisi içerisinde girerek işsizliğe kesin çözüm bulunacağı beklentisi içerisinde bulunan yönetimler bir nevi hayal kırıklığı yaşamaktadırlar. UDY yatırımlarının istihdama katkısını tümden yok saymak da tabii ki doğru değildir. Ancak, optimum bir sonuç alınması beklentisi içerisinde de olmamak gerekmektedir. Çünkü teknoloji yoğun üretim modeline yönelmesi, maliyetler üzerinde yapılan hesaplamalar sonucu tercih edilmektedir. Bu durum, aynı zamanda yerli yatırımcıların artan rekabet koşullarına karşı direncini kırmakta ve maliyet analizlerinin dikkate alınması sonucu yerli yatırımcıların teknoloji ithaline yönelmelerine yol açmaktadır. GOÜ'lerin, dışarıdan hazır teknoloji transferine yönelmeleri ülkede bulunan bilim adamları, mühendisler, teknisyenler vd. beyin gücünün üretme ve icat etme hevesini ortadan kaldıran moral çöküntüsüne yol açmaktadır. Böylece teknolojik gelişme sağlanması bir yana dışa bağımlılığın süreklilik taşımaya başlaması, yetişmiş beyin gücünün göçü ile sonuçlanmaktadır.

UDY'lerle istihdam artışı arasında bir paralellik kurulmaya çalışılsa da, uluslararası firmaların GÜ'lerle GOÜ'lerde genellikle aynı teknolojiyi uyguladıkları ve emek yoğun teknolojik yatırımların pek fazla görülmediği, çoğunlukla sermaye yoğun teknolojik yatırımların gerçekleştiği görülmektedir.

Nitekim UDY'ler, bağlı buldukları ülkelerde dahi birtakım işlemlerin, dijital uygulamalarla emeğin daha ucuz olduğu ülkelerde yapılmasının yollarını aramakta ve bunun altyapısını oluşturmaktadırlar. Özellikle son on yılda birçok Batı Avrupa ülkesinde, artan işsizlik oranlarının çoğunlukla bu uygulamalardan kaynaklandığı görülmektedir.

⁸⁵ Erdost, **a.g.e.**, s. 80.

2.4.2.1. Nitelikli İşgücü ve İstihdam

Beşeri kalkınma ile ekonomik kalkınmanın etkileşimi pozitif endeksli orantısal bir ilişkidir. Şöyle ki, beşeri kalkınma sağlayan ülkeler ekonomik kalkınmada da daha çabuk ve hızlı yol alırlar. Benzer şekilde ekonomik gelişmelerini ileri bir seviyeye taşımış ve kalkınma sağlamış olan ülkelerde beşeri alanda yapılan yatırımların hedeflenen seviyelere ulaşmasıyla da insan gücünün eğitimi, donanımı, bilgi ve becerisinin daha da artırılması sağlanmış olmaktadır.

Türkiye’de kalkınma hızının yükselmesi, teknolojik gelişme sağlanabilmesi ve Batı’nın gelişmiş sanayi toplumlarıyla rekabet edilebilmesi için işsizlik önlenerek tam istihdamın sağlanması gerekmektedir. İşsizliğin önlenmesinde mesleki-teknik eğitime ağırlık verilmesi kaçınılmaz bir gerekliliktir. Türkiye’de işgücü niteliğinin artırılması amacıyla atılan adımlardan biri de 1996 yılında kuruluşu gerçekleşen İSMEK’ler politikasının oluşumu ve uygulamaya koyulmasıdır.

İSMEK, 1996 Yılında Mesleki-Teknik eğitime katkı sağlamak amacıyla, Başbakan Recep Tayyip Erdoğan’ın, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı döneminde 3 kurs merkezinde ve 3 branşta 141 kursiyer ile eğitimlerine başlamıştır. Ülkelerin nüfuslarının çokluğunun değil, yetişmiş insan gücünün o ülkeyi geliştirdiği felsefesiyle hareket eden İSMEK kurs merkezlerinde bugüne kadar toplam 1 milyon 175 bin kişiye sertifika verilmiştir. 15 yıl önce kurulan İSMEK 14. Genel Sergi ve Festivali açılışında yapılan konuşmalarda; “İSMEK’in yetişkin eğitimi konusunda Türkiye sınırlarını aşarak uluslararası bir model haline dönüştüğü, İSMEK’in sınırlarını daha da genişletmesi arzusunu “İSMEK’in Afrika ve Asya gibi nitelikli insan gücünün az bulunduğu ülkelere yayılmasının özellikle üzerinde durulduğu belirtilmiştir. Afrika’daki yoksul halkın, İSMEK modeliyle çok önemli bir kalkınma hamlesi yapabileceğinin” ifade edildiği açılıшта “Alışık olunan eğitim kalıplarını yıkan İSMEK’in kuruluşundan itibaren insanlara balık vermek yerine balık tutmayı öğrettiği belirtilmiştir.”⁸⁶

Ayrıca Mesleki ve Teknik Ortaöğretim kurumları öğrencilerinin okul ve işletmelerde meslek eğitimi yönetmeliği çerçevesinde Milli Eğitim Bakanlığı ve

⁸⁶ İSMEK, **İsmek 14. Genel Sergi ve Festival Açılış Basın Bülteni**, İstanbul, 01.06.2011, (Çevrimiçi) <http://ismek.ibb.gov.tr/portal/basinbultenleri.asp>, 30 Haziran 2011.

Çalışma ve Sosyal Güvenlik bakanlıkları arasında “1739 sayılı Milli Eğitim Temel Kanunu ile 3308 sayılı Çıraklık ve Meslek Eğitimi Kanunu hükümlerine dayanılarak hazırlanan yönetmelik çerçevesinde;

MADDE 5: İşletmelerde meslek eğitimi kapsamına alınacak illerin, her yıl Kasım ayı sonuna kadar Bakanlıkça belirlenip valiliklere bildirilmesi,

MADDE 6: İşletmelerde meslek eğitimi kapsamına alınan illerde, ocak ayı itibarıyla 50 ve daha fazla işçi çalıştıran işletmelerin listesi her yıl Şubat ayı sonuna kadar Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bölge Müdürlüğünce İl Çıraklık ve Mesleki Eğitim kuruluna, İl çıraklık ve mesleki kurulu da işletmeler ile işletmede meslek eğitimi yapabilecek meslek alanları ve bu eğitime katılabilecek okul ve öğrenci sayılarını gösterir listenin Mart ayı sonuna kadar bakanlığa bildirilmesi,

MADDE 7: İşletmelerde Meslek Eğitimi Kapsamına Alınan İllerde 50'den az İşçi çalıştıran veya Kapsama alınan illerde meslek lisesi Öğrencilerine Beceri eğitimi Yaptırarak İşletmelerin Tespiti,

MADDE 8: Bakanlıkça işletmelerde meslek eğitimi kapsamına alınıp alınmadığına bakılmaksızın, o ildeki işletmelerden; Teknik Lise ve Meslek Lisesi öğrencilerine beceri eğitimi yaptıracak yazılı olarak ilgili okul müdürlüğüne bildiren ve beceri eğitimi yapılmasına müsait olduğu tespit edilen işletmeler ile bu işletmelerde eğitim göreceği öğrenci sayıları ve meslek alanları her öğretim yılında, Ekim ayı sonuna kadar Valiliklerce Bakanlığın ilgili öğretim dairelerine bildirilmesi,⁸⁷ olarak yapılan uygulamaların mesleki teknik eğitime verilen önem doğrultusunda nitelikli işgücü yetiştirilmesinde etkili olduğu görülmektedir. Bütün bu gelişmelerle birlikte Türkiye’de kalkınma üzerinde önemle durulduğu ve zamanla yüksek kalkınma hedeflerine ulaşılacağına beklentileri dile getirilmektedir.

Sonuç olarak, kalkınma sürecinin en önemli halkasını teşkil eden beşeri kalkınmanın temel amacı; toplumun eğitim, sağlık ve gelir seviyesinin iyileştirilmesi ve söz konusu alanlarda bireylere sunulan tercihlerin genişletilmesini sağlamaktır. Beşeri kalkınmanın iki önemli dinamiğini içeren eğitim ve sağlık; bir taraftan beşeri sermaye düzeyini geliştirerek beşeri kalkınmaya ivme kazandırmakta, diğer taraftan

⁸⁷ MEB, **İşletmelerde Mesleki Teknik Eğitim Yönetmeliği**, Ankara, (Çevrimiçi) <http://tkb.meb.gov.tr/yonetmelik/I%C5%9Fletmelerde%20Meslek%20Egitimi%20Y%C3%B6netmeli%C4%9Fi.htm>, 30 Haziran 2011.

nitelikli, sağlıklı ve yetişmiş bireylerin ekonomide yer almasıyla üretimde verimlilik ve gelir artışı sağlayarak ekonomik kalkınmayı hızlandırmaktadır. Bu nedenle eğitime ve sağlığa önemli yatırımlar gerçekleştiren ülkelerin ekonomik ve beşeri kalkınma düzeylerinin de yüksek olduğu görülmektedir.⁸⁸Bu durum, aynı zamanda toplumsal refah artışı olarak da değerlendirilmektedir. Bir ülkede, insanların refah seviyelerinin yükselmesi sadece ekonomik büyümeye endeksli olarak görülmemekte, aynı zamanda beşeri kalkınma faktörlerine bağlı olarak da değerlendirilmektedir.

Teknolojik gelişmeler ve dijital yenilikler bütünüyle beşeri kaynak olarak değerlendirilen insanın bilgi ve becerisi ile doğrudan ilişkilidir. İnsanın bilgi ve beceri kabiliyetinin yükseltilmesi ise ancak eğitimle mümkün olabilmektedir. Eğitim ve sağlık nesillerin yetişmesinde önemli bir yer tutmakla birlikte ekonomik kalkınmanın da temelini oluşturmaktadır.

2.4.2.2. İşgücü Verimliliği ve İstihdam

Çalışmak isteyen ve çalışabilir durumdaki bütün işgücünün yeteneklerini değerlendirebilecekleri uğraş ve işlerde çalışarak üretimde yerlerini almaları durumuna **“Tam İstihdam”** denilmektedir. Türkiye’de, ekonominin genel işleyişi içerisinde, toplam işgücü arzıyla istihdam edilebilen işgücü arasında negatif bir açık bulunmaktadır. Türkiye’de istihdam meselesi, temelde bir açık işsizlik olmanın ötesinde, mevcut gelirin daha küçük parçalar halinde bölüşülmesi sonucu yaygınlaşan bir nispi fakirlik olarak ortaya çıkmakta olup, tarım sektöründe görülen açık ve mevsimlik işsizlik yanında, tarım dışı sektörlerde açık işsizlik ümidi kırılmış iş gücü ve vasıflı işgücü kıtlığı şeklinde belirmektedir.⁸⁹

Ekonomik kalkınma için gerekli olan önemli şartlardan biri de genişleyen, hareketli ve uyumlu bir işgücünün varlığıdır. Sanayi devrimi, uzun, yoğun, düzenli ve hünereli çalışabilen bir işgücünün varlığı ile gerçekleşmiştir. Bilindiği gibi sanayi hareketinden önce çalışmak, günlük ihtiyaçları karşılamak için yapıldı. Çalışma aile bireyleri ile birlikte yapılan bir faaliyetti ve yapılan işler ölçülere indirgenmiş bir bilgi birikimini gerektirmediği için işgücünün eğitimi diye bir sorun yoktu. İnsanlar önceden planlanmış ve belli ücretlerle kayıt altına alınmış şartlarda değil; özel

⁸⁸ Murat Çetin, **a.g.m.**, s. 69.

⁸⁹ TÜSİAD, **Türkiye’de İşsizliğin Boyutları**, İstanbul, Tüsiad Yayınları, 1988, s. 59.

inisiyatifleri ile çalışıyordu. Uzun bir süre ya da ömrün büyük bir kısmını belli bir işte kullanmazlardı. Yoğun ve rasyonalize edilmiş bir çalışma sistemi mevcut değildi.⁹⁰

Türkiye’de 2005-2007 arası dönemde % 6 civarında gerçekleşen büyümeye rağmen, bu büyüme verimlilikteki artışa dayalı olduğundan istihdama önemli bir katkısı olmamıştır. O halde İstihdamı artırmak ya da işsizliği azaltmak için yeni yatırımlara ihtiyaç vardır. Türkiye’de bugüne kadar gerçekleşen en fazla yatırım, 1997- 2000 arası 60 Milyar \$ civarındaki yatırımlardır. 1 kişiyi istihdam etmek için gereken yatırım miktarı konusunda kesin bir şey söylemek mümkün olmasa da geçmiş yılların verilerine göre bu rakam yaklaşık 93.000 \$ olarak ifade edilmektedir. Ülkemiz için yapılan bir araştırmada hem mevcut işsizlik sorununa çözüm bulmak hem de AB işgücüne katılım oranını yakalamak için her yıl 1 milyon kişiye iş bulunması gerekmektedir ki, gerçekleşen bu yatırımlarla işsizlik sorununun çözümü imkân dâhilinde gözükmemektedir. Bu rakam her ne kadar hükümet tarafından “katılım öncesi ekonomik program”da sunulan ve resmi verilerde yer alan “2005-2007 yılları arasında her yıl için en az 650.000 kişiye iş imkânı sağlanmalı”, ifadesindeki rakamdan büyük olsa da işsizlik sorununun önemini ortaya koymak bakımından her iki rakam da önemlidir. Hükümet tarafından verilen rakamın daha küçük bir değer olmasındaki temel neden iş gücüne katılım oranındaki farklılıktan kaynaklanıyor olmalı. Türkiye’de % 46 olan bu rakam AB düzeyi olan % 65’ e geldiğinde işsizlik sorununu çözmek için daha fazla kişiye iş imkânı sağlanmasının gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Eğer her yıl oluşturulması gereken işgücü istihdamı 1 milyon kişi olarak alınırsa, yıllık yatırım tutarının da 93 Milyar \$ olması gerekir. Bu yatırımı iç tasarruf ya da sıcak parayla finanse etmek mümkün olamayacağına göre, UDY’lere duyulan gereksinimin gerekçesi de daha net bir şekilde ortaya çıkmış olmaktadır.⁹¹

İşgücü verimliliği, modern işletmecilikle birlikte daha da önem kazanmış ve parça başı, prim, komisyon, ikramiye, teşvik, çalışanların işletmede hisse sahibi yapılması, işletme kârından çalışana pay verilmesi, işin topluca ihale edilmesi,

⁹⁰ Hacı Duran, **Endüstri Çağının Dinamikleri**, İstanbul, Değişim Yayınları, 2002, s. 181.

⁹¹ Ramazan Aktaş, “Yabancı Sermaye Niçin Önemli”, **TOBB Etü, İşletme Bölümü**, (Çevrimiçi) <http://raktas.etu.edu.tr/doc/yabancisermaye.pdf>, 11 Mayıs 2010.

ustabaşılık gibi birçok farklı uygulamalara gidilerek verim artışı elde edilmeye çalışılmış ve bunların birçoğundan da başarılı sonuçlar elde edilmiştir. Dolayısıyla performansın ödüllendirilmesi ya da işgücünde verimliliği artıran kıstaslar üzerinde gösterilen hassasiyet yeni olmamakla birlikte “performansa dayalı ücret artışı” adı altında adeta yeni keşfedilmişçesine ilk başlarda batılı işletmelerde söz konusu edilen uygulamalar yakın bir tarihte Türkiye’de da uygulamaya konulmuştur. Bu uygulamalar öncelikle özel sektör ağırlıklı işletmelerde gündeme getirilip uygulamaya konulmakla birlikte bir süredir kamu kurum ve kuruluşlarında da uygulama alanı bulmuştur.

Genel olarak ele alındığında verimlilik artışının sağlanması, çalışanların performans ve gelir artışlarına bağlı olduğu gibi yapılan değerlendirmelerin terfi ve kadro yükselmelerinin de buna uygun bir şekilde geliştirilmesi konuları performansa dayalı ücret sisteminden beklenen olumlu sonuçlar olarak gösterilmektedir.

Performansa dayalı ücret sisteminin pek çok alanda olumlu yönü bulunmakla birlikte sistemin doğru biçimde uygulanmamasından kaynaklanan çeşitli aksaklıklarla da karşılaşmaktadır. Mavi yakalı işçilerde çalışma süresi ve üretim miktarı gibi somut ve niceliğe dayalı kriterler ön plana çıkarken yüksek nitelikli, beyaz yakalı işçiler açısından söz konusu ilişkilerin kurulması diğeri kadar kolay olmamaktadır. Sistemin uygulanma hatasından doğan ücret ve sınıf farklılıklarının adil olduğuna yönelik şüphelerin artmasına bir de çalışanların sistemin işleyişi hakkında yeterince bilgilendirilmemesi eklendiğinde performansa dayalı ücret uygulaması, iç çekişmeleri ve çekememezlikleri de beraberinde getirmekte, ekip ruhunu ve çalışma ahengini ciddi biçimde zedelemektedir.⁹²

Gerek özel sektör, gerekse kamuda performansa dayalı değerlendirmeler, aynı zamanda takip eden yıllar açısından çalışan dosyalarına sicil kaydı olarak da işlenmektedir. Tüm bu değerlendirmeler, çalışanın bağlı bulunduğu disiplin amiri ya da idari amiri tarafından yapıldığına göre her durumda pozitif bir uyumun söz konusu edilmesi doğru bir şekilde sonuçlanmamaktadır. Kişisel düşünceler, yaşam biçimleri, dünya görüşleri vb. farklılıklar nedeniyle zaman zaman objektif

⁹² Halil Zaim, “Performansa Dayalı Ücret Uygulamasının Doktor Memnuniyeti Üzerindeki Etkileri”, **Sosyal Siyaset Konferansları- Prof.Dr. Haşmet Başar’a Armağan Özel Sayısı**, 53.Kitap, No: 595, İstanbul, İ.Ü. İktisaf Fakültesi Yayını, 2007, s. 363.

değerlendirme kriterleri dışına çıkılması durumuyla da karşılaşılabilmektedir. Bütün bu uygulamalar özel sektörde kurum içerisinde kalıp pek fazla üzerinde durulmamakla birlikte, kamu kurum ve kuruluşlarından bu şekilde hissiyata dayalı değerlendirmelerin yapıldığı durumlarla sıklıkla karşılaşılmaktadır. Bu gibi uygulamalar, alanında çok başarılı olup verimlilik artırıcı projeler üretme becerisini elinde bulunduran kalifiye elemanların yerlerine hak ediş dışında yapılan atamaların, gerek işletmeler açısından gerekse ülke ekonomileri bakımından gelişme ve kalkınma üzerinde nasıl menfi bir sonuç doğuracağı ve bunun da doğrudan kamu menfaatini ne derecede olumsuz etkileyeceği açıktır. Tüm bu gerçekleşen uygulamalar da dikkate alınmış olmalı ki kamuda, bu konuda bazı değişikliklere gidildiği görülmektedir.

Konu ile ilgili Türkiye Cumhuriyeti 60. Hükümetinin aldığı karar gereği Torba Yasa'da yapılan değişiklikle, 657 Sayılı Devlet Memurları Kanunu'nda da yer alan "sicile ilişkin hükümler yürürlükten kaldırılmıştı. Ancak bu değişikliğin yürürlüğe girmesi için kurumların koyduğu yönetmeliklerin de kaldırılması gerekiyordu. Onlarca kurum, ardı ardına çıkardıkları yönetmelikle sicil notuna son verdi. Yargıtay, üniversiteler, Milli Eğitim Bakanlığı, DPT, Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı, Bayındırlık ve İskân Bakanlığı, Ulaştırma Bakanlığı, Çevre ve Orman Bakanlığı, TRT, gibi onlarca kurum sicil uygulamasını kaldırdı. Diğer kurumların bu yöndeki hazırlıkları sürerken, biriken siciller için de yılsonuna kadar imha edilme kararı alınmaktadır. Memurun kâbusu haline gelen sicil uygulaması böylece ortadan kaldırılmaktadır. 1 milyon 700 bin memur, sicil uygulamasının kalkması ile rahat nefes almış olmaktadır. Memurlara sıralı amirleri tarafından verilen sicil notu, kamuda terfiler yapılırken göz önünde bulunuyordu. Bir yönetici, hiçbir somut kıstas olmadan verdiği sicil notu ile memurun geleceğini etkileyebiliyordu. Dolayısıyla tüm bu eski sicillerin imha edilmesi kararı ile tartışılan bu uygulamalara da son verilmiş olacaktır.⁹³

Gerek kamuda gerekse özel işletmelerde umulan odur ki, objektif kriterler doğrultusunda ve bilimsel ölçekte bağımsız ölçümleme yöntemleri elde edilerek

⁹³Rıdvan Bozkurt, "Sicil Kâbusu Tarih Oldu, Memurun Geleceğini Etkileyen Sicil Notu Uygulamasına Son Veren Kanun Değişikliği Hayata Geçiyor", **Bugün Gazetesi**, 15.05.2011, (Çevrimiçi) <http://www.bugun.com.tr/haber-detay/154689-sicil-kabusu-tarih-oldu-haberi.aspx>, 03 Temmuz 2011.

çalışanlar, işletmeler ve de ülke ekonomileri üzerinde verimlilikle sonuçlanabilecek performans belirleme kriterleri elde edilmiş olur. Bu durum, aynı zamanda çalışanların yaptıkları işten mutluluk hissetmelerini de sağlanmış olacaktır. Mutlu çalışmanın tabii bir sonucu olarak insanlar geleceğe daha bir güvenle bakma imkânı elde etmiş olmakla birlikte bu konuda sağlanan gelişmeler işletmelerin ve dolayısıyla ülkelerin bir kazanımı olarak gerçekleşmiş olacaktır.

İşletmelerde çalışma saatlerinin artırılması ve çalışma temposunun artırılması da verimliliğin düşmesi üzerinde büyük etki oluşturmaktadır. Bu durum, aynı zamanda işsizlik oranlarının da artmasına yol açmaktadır. Burada ayrıca çalışmanın insani boyutlarından da uzaklaşmaktadır.

Çalışmanın insanileştirilmesinden uzaklaştıkça fabrika demokrasisinden de söz etmem mümkün görünmemektedir. Dolayısıyla daha fazla çalışan ve daha az ücret ödenen işgücünün yalnızca verimliliği azalmakla kalmamakta; hayal kırıklığı, ruhi çöküntüye de yol açılmaktadır. Nitekim Batı ülkelerinde ruh hekimlerinin odaları bu kabil hastalarla dolup taşmaktadır. Bu da meselenin ne kadar ciddi ve vahim olduğunu göstermeye kâfidir.⁹⁴

2.4.3. GSYH ve Kişi Başı Milli Gelir Artışları

Günümüzde ülkelerin ekonomik büyümeleri hesaplanırken genellikle tüketim harcamaları baz alınarak büyüme oranlarının belirlenmesi yolu tercih edilir. Oysa bu hesaplama yöntemi özellikle kalkınma açısından değerlendirildiğinde, doğru bir hesaplama yöntemi olarak görülmemektedir. Çünkü gelir dağılımında dengesizliklerin yoğun olarak yaşandığı GOÜ'lerde harcamaların da dengeli olamayacağı kaçınılmazdır. Dolayısıyla tüketimin büyük bir çoğunluğu küçük bir azınlık tarafından yapılır ve çoğunluğun tüketimi ise buna oranla çok daha düşük oranlarda kalır. Bu durum ekonomik açıdan bir büyüme göstergesi olarak görülse de, sosyo-ekonomik açıdan bir kalkınma göstergesi olarak değerlendirilememektedir.

Bu aynı zamanda GÜ'ler tarafından öngörülen bir yaklaşım olarak görülmektedir ki bu da tüketim alışkanlıklarının had safhaya çıkarılarak daha fazla

⁹⁴ Orhan Tuna ve Nevzat Yalçıntaş, **Sosyal Siyaset**, İstanbul, Filiz Kitabevi Yayını, 2011, ss. 134-136.

üretilmesi ve tüketilmesi ile kazanç ve kâr miktarının daha da artırılmasını amaçlayan klasik batılı düşünce tarzını ortaya koymaktadır.

Büyüme, kalkınma ve genel olarak ekonomik gelişme kavramları her ne kadar farklı anlamlar ihtiva eden benzer kavramlar olarak görünüyorsa da birçok yerde birinin diğerinin yerine kullanıldığı durumlarla sıklıkla karşılaşılmaktadır. Ekonomik açıdan her büyüme kalkınma ile sonuçlanmaz ancak, ekonomik kalkınma sağlanabilmesi için sınırlı da olsa bir büyüme oranının gerekliliği üzerinde durulmaktadır. Büyüme ile birlikte artan GSYH'nin dolaylı olarak kişi başı milli gelir seviyesini de yükseltmesi, aynı zamanda toplumsal refah düzeyinin artmasını da sağlar. Böylece refah düzeyi artan toplumlarda, kalkınmanın etkileri daha belirgin bir biçimde ortaya çıkmaktadır.

Büyümede, GSMH' deki sayısal artışlar esas alınmaktadır. Oysa kalkınma, ancak üretimle ve de üretmekle sağlanabilir. Kalkınmada nitelikli bir toplum yapısı oluşturulması esas alınmaktadır. Büyüme her ne kadar sayısal artışlara bağlı olarak hesaplanıyor olsa da kalkınmada, sayısal büyümenin de ötesinde eğitim, beslenme sağlık, gıda, temizlik vb. yanında sosyo-kültürel alanlarda toplumun tüm kesimlerini kapsayan gelişmeler esas alınmaktadır. Ekonomilerinde büyüme endeksli artışlar yaşanan tüm ekonomileri kalkınmış ekonomiler olarak görmek mümkün olmadığı gibi, kalkınma yaşanan ülkelerde mutlak olarak yüksek büyüme oranlarının sağlanması gibi bir durum da söz konusu edilememektedir. Herhangi bir ülkede refah seviyesinin artması bir kalkınma göstergesidir ancak bu aynı zamanda bir büyüme göstergesidir denilemez. Çünkü dünyanın farklı bölgelerinde birçok ülke ekonomisinde yüksek büyüme oranları yaşanmasına ve ekonomilerinin büyük ekonomiler olarak değerlendirilmesine karşın, bu toplumlar için refah seviyesinin yükseldiğini söylemek mümkün görünmemektedir. Yüksek büyüme oranlarına ulaştığı halde henüz demokrasi ile tanışmamış, sosyal adaleti benimsememiş, adil bir gelir dağılımını sağlayamamış o kadar ülke vardır ki savaşlar, iç karışıklıklar ve her tür zorbalığın yaşandığı bu ülkeler, insan hak ve özgürlüklerinin de henüz çok uzağında bulunmaktadır.

Türkiye'de kişi başı GSYH miktarını TL bazında ayrıca grafik 2.2'de de görmek mümkündür. Grafikte yer alan bilgilerde de görüldüğü gibi periyodik yıllık

artış miktarının belirli bir çizgide yükselme eğilimi göstermesi aynı zamanda bir istikrarın da göstergesidir. Ancak bu istikrarın uzun vadeli olması ve sürekliliği, diğer makro ekonomik faktörlere de yansımaları gerektirmektedir.

Türkiye’de, istihdamın artırılarak işsizlik oranlarının düşürülmesi, yeni tasarruf politikaları üretilerek yatırımların artırılması, dış ticaret farklarının asgari seviyelere çekilmesi, cari açık ve ödemeler dengesinin istikrarlı bir yapıya kavuşturulması bir bütün olarak sağlanmak durumundadır. Aksine sadece dış girdilere bağlı gerçekleşen büyümenin ülke kalkınması üzerinde etkili olması beklenmemelidir. Çünkü dışa bağımlı ekonomiler etkin kaynak dağılımına yönelemediği gibi bölgelerarası kalkınmışlık farklarının ortadan kaldırılmasını da sağlayamamaktadır. Bu durum sonrası adil gelir dağılımını sağlamak da güçleşmekte ve harcamalarda da yaşanan bir dengesizlik ortaya çıkmaktadır. Bu da topyekûn kalkınmanın önündeki en büyük engel olarak görülmektedir.

Grafik 2.2: Türkiye’de Kişi Başına Düşen GSYH Miktarı (2000-2010)



Kaynak: “TCMB ve Tüik/Ulusal Hesaplar/Üretim Yöntemi ile GSYH”, TÜİK ve TCMB Verileri İle Hazırlandı, (Çevrimiçi) www.tcmb.gov.tr ve www.dpt.gov.tr, 15 Ekim 2011.

Türkiye’de, özellikle son on yılda gerçekleşen GSYH, kişi başı GSYH ve yıllık gelişme oranları Tablo 2.7’de TL ve USD olarak yer almaktadır. TÜİK ve TCMB verileri ile hazırlanan tablo 2.7’ye göre 1990’lı yıllarla 2000’li yıllar arası reel fiyatlarla hesaplanan kişi başı milli gelir oranlarında durağan bir seyir söz konusudur. Özellikle 2001 yılında yaşanan ekonomik krizin de etkisiyle on yıl öncesi olarak görülen 1990 rakamlarının da altında bir düşüş yaşanmıştır. 1998 bazlı seri hesaplamalar dönemi ile 2001 yılı sonrasında hesaplanan GSYH hesaplamaları, 2009 yılına kadar pozitif bir seyir izlemiştir. TÜİK verilerinden yola çıkılarak elde edilen bilgiler doğrultusunda gerçekleşen kişi başı GSYH toplamları 2001 itibariyle; 3.688, 5.310, 6.801, 8.255, 9.464, 10.929, 12.009, 13.373 ve 2008 sonlarında yaşanan global krizin de etkisiyle bir miktar düşerek 2009’da 13.221 TL olarak gerçekleşmiştir. 2010 yılında 15.138 TL ile yeniden artışa geçen kişi başı GSYH’de 2011 yılında 16.000 TL üzerinde bir tahmini beklenti söz konusudur.

Aynı dönem içerisinde üretim yöntemi ve cari fiyatlarla yine TÜİK verileri doğrultusunda hesaplanan GSYH rakamları ise 2001 itibariyle; 167, 240, 350, 455, 559, 649, 758, 843, 951 milyar TL ve 2008 sonlarında başlayan global krizin de etkisiyle 2009’da 953 milyar TL ile sabit bir seyir izlemiş, ancak 2010 yılında yeniden artışa geçerek 1.105 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. 2011 yılının ilk iki döneminde (ilk 6 ay) 607 milyar TL olarak gerçekleştiği dikkate alınırsa yılsonu itibariyle 1.250 milyar TL ile rekor bir seviyeye ulaşması beklentisi, güçlü bir ihtimal olarak görülmektedir.

Tablo 2.7: Türkiye’de Yıllık GSYH ve Büyüme Oranları (2000-2010)

YILLAR	Dönem	GSYİH-1987 Bazlı Seri		GSYİH-1998 Bazlı Seri		GSMH		GSYİH-1987 Bazlı Seri	GSYİH-1998 Bazlı Seri	GSMH			
		BinTL / MilyarTL	Milyon USD	BinTL / MilyarTL	Milyon USD	BinTL / MilyarTL	Milyon USD	BinTL / MilyarTL	MilyonTL	BinTL / MilyarTL			
Üretim yöntemiyle, cari fiyatlarla							Üretim yönt. sabit fiyatlarla						
1990	YILLIK	393.060	149.195			397.178	150.758	83.578		84.592			
1995	YILLIK	7.762.456	168.080			7.854.887	170.081	97.888		99.028			
2000	YILLIK	124.583.458	198.389	166.658.021	265.384	125.596.129	200.002	118.789	72.436	119.144			
2001	YILLIK	178.412.438	147.285	240.224.083	196.736	176.483.953	145.693	109.885	68.309	107.783			
2002	YILLIK	277.574.057	182.564	350.476.089	230.494	275.032.366	180.892	118.612	72.520	116.338			
2003	YILLIK	359.762.926	241.302	454.780.659	304.901	356.680.888	239.235	125.485	76.338	123.165			
2004	YILLIK	430.511.477	300.578	559.033.026	390.387	428.932.343	299.475	136.693	83.486	135.308			
2005	YILLIK	487.202.362	361.470	648.931.712	481.497	486.401.032	360.875	146.781	90.500	145.651			
2006	YILLIK	576.322.231	400.046	758.390.785	526.429	575.783.962	399.673	155.732	96.738	154.343			
2007	YILLIK	468.211.959	348.473	843.178.421	648.777	468.465.112	348.661		101.255				
2008	YILLIK			950.534.251	742.094				101.922				
2009	YILLIK			952.558.579	616.703				97.003				
2010	YILLIK			1.105.101.110	735.828				105.680				
YILLAR	Dönem	Kişi Başına GSYİH		Kişi Başına GSYİH 1998		Kişi Başına		DEFLATÖR (%)		YILLIK			
		Bin TL	USD	TL	USD	Bin TL	USD	GSYİH 1987 Bazlı	GSYİH 1998 Bazlı	GSMH	GSYİH (1987)	GSYİH (1998)	GSMH
		cari fiyatlarla		cari fiyatlarla		cari fiyatlarla							
1990	YILLIK	6.994	2.655			7.067	2.682	58,3		57,6	9,3		9,4
1995	YILLIK	125.924	2.727			127.423	2.759	87,2		87,2	7,2		8,0
2000	YILLIK	1.846.748	2.941	2.594	4.130	1.861.759	2.965	49,9	49,2	50,9	7,4	6,8	6,3
2001	YILLIK	2.600.082	2.146	3.688	3.020	2.571.978	2.123	54,8	52,9	55,3	-7,5	-5,7	-9,5
2002	YILLIK	3.986.644	2.622	5.310	3.492	3.950.139	2.598	44,1	37,4	44,4	7,9	6,2	7,9
2003	YILLIK	5.087.721	3.412	6.801	4.559	5.044.135	3.383	22,5	23,3	22,5	5,8	5,3	5,9
2004	YILLIK	5.996.900	4.187	8.255	5.764	5.974.903	4.172	9,9	12,4	9,5	8,9	9,4	9,9
2005	YILLIK	6.760.596	5.016	9.464	7.022	6.749.477	5.008	5,4	7,1	5,3	7,4	8,4	7,6
2006	YILLIK	7.897.638	5.482	10.929	7.586	7.890.262	5.477	11,5	9,3	11,7	6,1	6,9	6,0
2007	YILLIK	12.009	9.240	12.009	9.240			4,0	6,2	3,9	-21,9	4,7	
2008	YILLIK	13.370	10.438	13.373	10.438				11,7			0,7	
2009	YILLIK			13.221	8.559							-4,8	
2010	YILLIK			15.138	10.079							8,9	

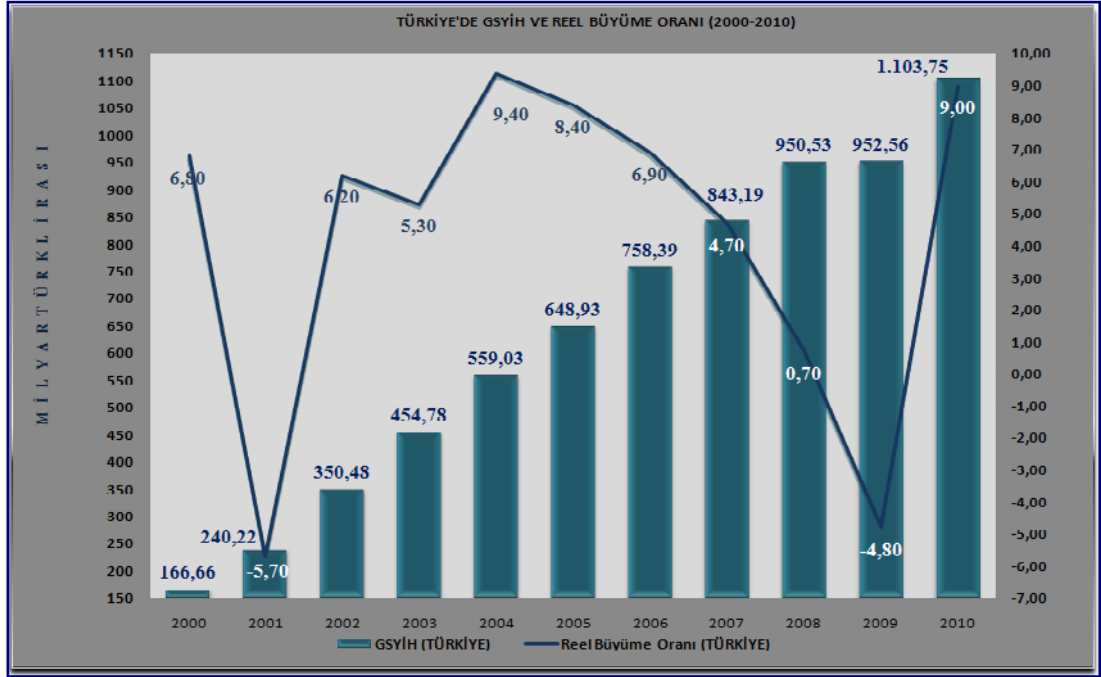
Kaynak: “TÜİK/Ulusal Hesaplar/Üretim Yöntemi İle GSYH”, **TÜİK Verileriyle Hazırlandı**,(Çevrimiçi)<http://www.tuik.gov.tr/ulusalhesapapp/ulusalhesap.zul?tur=1>, 16 Mayıs 2011.

Grafik 2.3'te ise MB ve TÜİK verilerinden elde edilen bilgilerle Türkiye’de 2000-2010 arası GSYH ve reel yıllık büyüme oranları bir arada yer almaktadır. Türkiye’de gerçekleşen yıllık büyüme oranları, 2000 yılında % 6,8 olarak gerçekleşirken koalisyon yapısının da etkisiyle 2001 yılında ortaya çıkan siyasi istikrarsızlık sonrası % -5,7'lere kadar gerilemiştir. 2002 yılında Türkiye ekonomisinde görülen toparlanma politikası ile % 6,2'lere yükselen büyüme hızı,

periyodik artışını ilerleyen yıllarda da devam ettirmiş, 2003 yılında % 5,3, 2004 yılında % 9,4, 2005'te % 8,4 olarak gerçekleşmiştir.

2006, 2007 ve 2008 yıllarında 20, 22 ve 18 milyar \$ tutar gibi yüksek tutarlarda UDY girişine rağmen Türkiye'de önceki yıllara göre % 6,9, % 4,7 ve % 0,7 olarak oldukça düşük gerçekleşen büyüme oranları yaşanan global dünya krizine bağlansa da UDY'lerin büyüme üzerinde pozitif etki uyandırdığı tezinde bir sapma olarak da değerlendirilmektedir. 2009 yılında yaşanan krizin de etkisiyle % -4,8 olarak gerçekleşen büyüme oranı 2010'da yeniden artış eğilimine geçerek % 9 olarak gerçekleşmiştir. 2001 ve 2009 krizlerinin ve bu yıllarda büyüme oranlarında görülen (-) düşme eğilimleri birbirinden farklı olarak değerlendirilmektedir. Türkiye'de 2011 yılı büyüme oranının ise % 9-11 aralığında gerçekleşmesi beklenmektedir.

Grafik 2.3: Türkiye'de GSYH ve Reel Büyüme Oranları (2000-2010)



Kaynak: TCMB ve TÜİK/Ulusal Hesaplar/Üretim Yöntemi ile GSYH' TÜİK ve TCMB Verileri ile Hazırlandı, (Çevrimiçi) www.tcmb.gov.tr ve www.dpt.gov.tr, 15 Ekim 2011.

2001 yılında, ülke içerisinde görülen bir istikrarsızlıktan kaynaklanan negatif büyüme oranının içsel, 2009'da yaşanan düşme eğiliminin ise dışsal faktörlerle etkileşim içerisinde gerçekleştiği görülmüştür. Ancak 2001 yılında

özellikle finans piyasalarında yaşanan spekülasyon işlemlerin ayrıca dışsal bir nitelik de içerdiği ve sıcak para çıkışlarının krizin boyutlarını artırdığını belirtmek gerekir. Buna paralel, ülke içerisindeki benzer girişimler de krizin ülke ekonomisi üzerindeki olumsuz etkilerini daha fazlasıyla hissedilir düzeylere çıkarmıştır.

Türkiye’de, 1980 yılı sonrasında pazar ekonomisine geçilmiş olmakla birlikte ekonomide özel girişim ağırlıklı yatırımların da artarak sürdüğü görülmüştür. Ancak özel girişimlerle birlikte aynı zamanda UDY’lerde de gözle görülür artışlar ortaya çıkmaya başlamıştır. Türkiye ekonomisinde özellikle son yirmi yılda gerçekleşen GSYH ve milli gelir artışlarında yabancı yatırımların gözle görülür bir etkisi söz konusudur. Ancak bu büyümenin Türkiye’ye ait reel bir büyüme mi, yoksa Türkiye’de yer alan UDY aktörlerinin büyümesinden ibaret bir büyüme mi olup olmadığı konusu, bu nedenle ekonomi tartışmalarına da gündem oluşturmuştur.

Türkiye ekonomisinde, yukarıda gerçekleşen periyodik büyüme rakamları, çoğunluğu yabancı sermayeli şirket ve yatırımların büyümesine dayalı gelişmelerden kaynaklandığı için bu büyümenin aynı oranda kalkınmaya yansımadağı da görülmektedir. Özellikle yüksek oranlarda gerçekleşen dış ticaret açıklarının yıllar itibariyle sürekliliği, cari açık ve bütçe açıklarının her geçen yıl artan orandaki yükselişi ve dışa bağımlı bir ekonomik yapı, aynı zamanda ülke ekonomisi açısından bir risk olarak görülmektedir. Dışa bağımlı bir temele dayanan Türkiye ekonomisinde, negatif gelişmelerin sürekliliği ortadan kaldırılmadığı sürece konjonktürel dalgalanmalardan da negatif etkileneceği ve kırılgan yapıdan kurtulunamayacağı gerçeğiyle karşı karşıya kalınmaktadır.

2.4.3.1. Verimlilik Artışı Yoluyla GSYH Artışı Sağlanması

Gerek kişi başı milli gelir artışlarında gerekse topyekün GSYH artışlarında etkili olan faktörlerden biri hatta en önemlisi verimlilik artışının sağlanmasıdır. Verimlilik artışı farklı birtakım yollarla sağlanabilmektedir. Bunlardan bazıları aşağıda belirtilmektedir.

- Üretim girdileri değişmeden üretimde artış sağlanması,
- Aynı üretimin daha az girdi ile elde edilmesi,
- Girdilerin azaltılarak üretimin çoğaltılması,

- Girdiler artırılırken üretimin daha yüksek bir oranda çoğaltılmasıdır.⁹⁵Günümüz işletmeleri bu girdilerden ilk başvurdukları azaltma ya da düşürme işlemi olarak işgücüne yönelmektedir. Oysa böyle bir durumda belki işletme açısından kısa vadede verimlilik artışı sağlanmış olacaktır ancak, uzun vadeli düşünüldüğünde işgücünün azaltılması veya işgücü ücretlerinin düşürülmesi aynı zamanda satın alma gücünün de azalmasına yol açacaktır. Bu da işletmelerin satış ve kârlılık hedeflerini olumsuz yönde etkileyecektir

2.4.4. Bütçe Dengeleri ve Cari Açıklar

Özellikle GOÜ'ler, yabancı yatırımcıları ülkelerine çekebilmek için makro ekonomik faktörler yanında ödemeler dengesi göstergelerinin de pozitif bir görünümde bulunmasını sağlamaya çalışmaktadırlar. Tabii olarak yabancı yatırımların tercihlerini yoğunlaştırdıkları ülke ekonomilerindeki dengeler ise daha istikrarlı bir hale gelmektedir. Dolayısıyla UDY'ler ve ülkelerin cari açık ve dış ödemeler dengesi, karşılıklı etkileşim içerisinde tamamlayıcı unsurlar olarak ekonomik yapı içerisinde pozitif hareketliliğe yol açmaktadırlar.

Doğrudan yatırımlar, ev sahibi ülkenin ödemeler bilançosu üzerinde çeşitli etkiler oluşturur. Önce, fabrika kurmak için ülkeye gelen ilk kurucu yatırım sermayesi bir defaya mahsus olmak üzere ev sahibi ülkenin ödemeler bilançosuna olumlu katkıda bulunur. Doğrudan yatırım üretimine başladığı zaman, gerek ihracat yoluyla ve gerekse ithal ikamesi şeklinde ödemeler bilançosuna katkıda bulunmaya devam eder. Diğer taraftan doğrudan yatırımı gerçekleştiren şirket, hammadde ve diğer girdileri, üretimini devam ettirebilmek için ithal etmek zorundadır. Bu ithalat, şüphesiz ev sahibi ülkenin ödemeler bilançosunda olumsuz bir etki oluşturur. Ayrıca yabancı şirketin yabancı üretim faktörlerine ödemiş olduğu faktör gelirleri, ev sahibi ülkenin dış dengesini olumsuz yönde etkileyebilir. Yine, yabancı şirket tarafından mahalli olarak yatırılan yüksek gelir, marjinal tüketim meyline de bağlı olarak ev sahibi ülkenin ithalatını uyarabilir. Son olarak, yabancı şirket ev sahibi ülkede üretimini durdurduğu zaman yine bir defaya mahsus olmak üzere ülkeye getirmiş

⁹⁵Tuna ve Yalçıntaş **a.g.e.**, s. 106.

olduğu sermayeyi ülke dışına çıkaracağı için ödemeler bilançosu üzerinde olumsuz bir etkide bulunabilir.⁹⁶

Türkiye’de de sıklıkla görmeye alışık olduğumuz bütçe açıklarının giderilememesinde çoğunlukla siyasi popülist politikalar etkili olmaktadır. Kamu harcamalarında büyük artışların yaşandığı son yıllarda, özellikle seçim öncesi vaatlerinin yerine getirilmesi çalışmaları sonucunda fayda zarar analizi gözetilmeden yapılan yatırımlar ve diğer harcamaların etkin kaynak dağılımı açısından da pek fazla bir getirisinin söz konusu olmadığı görülmüştür. Şurası bir gerçektir ki, kamu harcamaları genellikle borçlanmalarla finanse edilmektedir. Çünkü vergilendirme ve diğer kaynak arayışları, muhataplarının pek de hoşnut olmayacağı bir sonuç getirmektedir. Bu nedenle kamu borçlanması finansmanının bütçeden karşılanması gereği dikkate alındığında belirli bir zaman dilimi içerisinde giderek artan bir bütçe açığı ve bunun sonucunda da farklı dönemlerde yaşanan ekonomik krizlerin ortaya çıkması durumuyla karşılaşmaktadır.

2.4.5. Dış Ticaret Faktörleri

Dış ticaret faktörleri ihracat- ithalat veya dış satım-dış alım olarak ifade edilmektedir. Dünya devletleri her dönemde dış ticarete gereksinim duymuşlardır. Farklı yönetim biçimlerine sahip olmaları, farklı kültürel ve dini inançlara sahip olmaları, farklı coğrafi bölgelerde yerleşik bulunmaları, dünya devletlerinin tarih boyunca aralarında gerçekleştirmekte oldukları ticari ilişkilere engel olamamıştır. Hatta savaş yıllarında, savaşan ülkelerin kendi aralarında belirli koşullarla ticari ilişkiler kurmaları sağlanabilmekte, insanoğlunun yaşamını devam ettirebilmesi için, aynı zamanda bu durum bir zorunluluk olarak görülmekteydi.

Yaşam koşullarına bağlı bazı ürünlerin belirli coğrafi bölgelerde üretilmemesi, birçok ekonomide kendi kendine yetebilecek bir ekonomik yapının kurulamaması, geri kalmış ve AGÜ’lerde açlık ve yoksulluğun had safhaya ulaşmış olması ve benzeri sebeplerden dolayı uluslararası ticaret, gelişmiş, gelişmekte, az gelişmiş veya geri kalmış tüm ülkelerin uygulamakta olduğu bir yöntemdir. Aynı

⁹⁶ Rıdvan Karluk, “Türkiye’de Yabancı Sermaye Yatırımlarının Ekonomik Büyümeye Katkısı”, **Ekonomik İstikrar, Büyüme ve Yabancı Sermaye**, Ankara, TCMB, İnsan Kaynakları Genel Müdürlüğü Eğitim Müdürlüğü, Şubat 2001, s. 102, (Çevrimiçi) <http://www.tcmb.gov.tr/yeni/evds/yayin/kitaplar/kitap2/kitap2monu.html>, 15 Eylül 2010.

derecede olmasa bile bütün ülkelerde bu bir zorunluluk olarak değerlendirilmektedir. İhtiyacı olan ülke, ihtiyaç duyduğu emtiayı almak zorunda olduğu gibi, ihtiyaç fazlası bulunan bir ülke de bunu satmak zorundadır.

Türkiye’de Yabancı sermayenin ülkeye giriş yollarından birisi de özelleştirme, özel sektör şirketlerini satın almak ya da ortak olmak şeklindedir. Son yıllarda bu yolla gelen yabancı sermaye daha çok perakende ticaret, finansman ve bankacılık ile haberleşme ve iletişim sektörlerinde olmuştur. Bütün bu sektörler katma değeri içeride üreten sektörlerdir. ***Bu sektörlerde dış âlemden sağlanan ihracat geliri yoktur.*** Bu sektörlerde yeni teknoloji ve sabit sermaye transferi de söz konusu değildir. Buradaki yatırımlarla yurtiçinde oluşturulan gelir ve tasarruflar, yurtdışına transfer edilmektedir. Hâlbuki yabancı sermaye, içeride katma değer sağlamanın yanında dış kaynaklı katma değer oluşturmaya da etki etmelidir. Aksine yabancılar yurt içinde üretilen katma değeri ve geliri yurtdışına transfer etmekte ve kendi ülkesinin vatandaşlarının refahının artmasına sebep olmaktadır. Ayrıca Ülkemizde özelleştirme ile gelen yabancı sermaye tümü ile devletin borç ve faiz ödemelerinde kullanıldığından reel yatırımlara girmeden yeniden dışarıya gitmektedirler. Bu tür yabancı sermaye Türkiye’nin günümüzün en önemli ekonomik sorunu olan cari açığın kapatılmasına da fayda sağlayamamaktadır.⁹⁷

Özellikle hizmet sektörü ve perakende sektöründe, ihracata konu olabilecek türden herhangi bir dış ticaret girdisi bulunmamakla birlikte faaliyet sahasında kullanılan birçok girdilerin ithal yoluyla karşılanmasına ve ithal edilen mamül maddeler için dışarıya kaynak transferine yol açmaktadır. Perakende sektöründe vitrinleri dolduran birçok ürünün ithal mamul maddeler olduğu dikkate alındığında, ağırlıklı olarak tüketime dönük bir ithalat üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bu durum aynı zamanda dış ticaret dengelerini de ithalat lehine bozmaktadır.

Dış ticaret açısından birçok ülkenin önceliği, dengeli bir dış ticaret oranının sağlanmaya çalışılmasına dayanmakta ve bu oranlar doğrultusunda, dış ticaret açığı/fazlası olarak tanımlanan dış ticaret farkları ortaya çıkmaktadır. İhracatın ithalatı karşılama oranı GÜ’ler için sorun olmamakla birlikte, GOÜ’ler açısından

⁹⁷ Gökçen, **a.g.m.**, İstanbul, 2009, (Çevrimiçi) http://www.usiad.com/index.php?option=com_content&task=view&id=262&Itemid=120, 05 Temmuz 2011.

büyük önem taşımaktadır. Bu ülkelerde, tasarruf alışkanlıklarının oluşturulmasında karşılaşılan zorluklar ve bununla birlikte yeterince sermaye birikimi sağlanamaması, yabancı sermaye konusunu daha da önemli ve güncel bir konu haline getirmiştir.

Türkiye’de dış ticaret rakamlarının yıllara göre dağılımının yer aldığı Tablo 2.8’e baktığımızda, 2000 yılı itibariyle -26,73 milyar \$ olan dış ticaret açığı takip eden 2001 ve 2002 yıllarında -10,06 ve -15,50 milyar \$ ile düşme eğilimine girmekle birlikte bu yıllarda, dış ticaret hacminde de düşme eğilimi belirlemiştir. Türkiye’de 2003 yılı itibariyle gerçekleşen dış ticaret açıkları sırasıyla; -22,09, -34,37, -43,30, -54,04 -62,80, -69,94, -38,70 ve en son 2010 yılında daha da artarak -71,56 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. Ancak 2010 yılında dış ticaret hacminde de büyük bir artış yaşanmış ve toplam dış ticaret hacmi 300 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. 2011 yılı ile ilgili hedeflenen toplam 336 milyar \$ dış ticaret hacmi içerisinde ihracat 127 milyar \$, ithalat ise 209 milyar \$ olarak hedeflenmektedir. Bu dönem içerisinde dış ticaret açığı ile ilgili beklentiler ise 66,5 milyar \$ dolaylarındadır. Bu miktarlar TÜİK raporlarına göre 2011 yılı ilk yarısında, 65,60 milyar \$ ihracat ve 119,63 milyar \$ ithalat olarak gerçekleşmiştir. 185,23 milyar \$ olarak gerçekleşen dış ticaret hacmi içerisinde 6 aylık toplam dış ticaret açığı ise 54,03 milyar \$’dır. Bu rakamlara göre ihracatın ithalatı karşılama oranı % 55 dolaylarındadır.

Ayrıca tabloya göre, 2009 yılında dış ticaret hacminde % -27,2’lik bir düşme yaşanmasına karşın dış ticaret açığı önemli miktarda düşmüş ve son on yılın en yüksek ihracat/ithalat oranı yaşanmıştır. Bu dönemdeki karşılama oranı % 72,5 olarak 2001 yılındaki % 75,7’lik orana en yakın karşılama oranı olarak gerçekleşmiştir. Takip eden 2010 yılı içerisinde dış ticaret hacminde % 23,2’lik bir artış yaşanmıştır ancak, bu yılda gerçekleşen dış ticaret açığı ise -71.661 milyar \$ ile bir önceki yıla göre % 84,8 artış göstermiştir. Yeni açıklanan 2011 yılı verilerine göre ise 134.954 milyar \$’lık ihracata karşılık 240.833 milyar \$’lık bir ithalat söz konusudur ki dış ticaret açığı bir önceki yıla göre % 29,8 daha artarak -105.879 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. İhracatın ithalatı karşılama oranı ise son on yılın en düşük seviyesinde bir oranla % 56 olarak görülmektedir ki bu aynı zamanda 2011 yılı ödemeler dengesine de büyük bir olumsuzluk olarak yansımaktadır.

Tablo 2.8: Türkiye’de İhracat-İthalat ve Yıllık Dış Ticaret Farkları Dağılımı

	İhracat(FOB) Exports		İthalat (CIF) Imports		Dış Ticaret Dengesi Balance		Dış Ticaret Hacmi Volume of trade		Karşılama Oranı
Değer/Value: 000 \$	Değişim		Değer	Değişim	Değer	Değişim	Değer	Değişim	Proportion of
Yıl Year	Değer Value	Change (%)	Değer Value	Change (%)	Değer Value	Change (%)	Değer Value	Change (%)	imports covered by exports (%)
2000	27.774.906	4,5	54.502.821	34,0	- 26.727.914	89,8	82.277.727	22,3	51,0
2001	31.334.216	12,8	41.399.083	-24,0	- 10.064.867	-62,3	72.733.299	-11,6	75,7
2002	36.059.089	15,1	51.553.797	24,5	- 15.494.708	53,9	87.612.886	20,5	69,9
2003	47.252.836	31,0	69.339.692	34,5	- 22.086.856	42,5	116.592.528	33,1	68,1
2004	63.167.153	33,7	97.539.766	40,7	- 34.372.613	55,6	160.706.919	37,8	64,8
2005	73.476.408	16,3	116.774.151	19,7	- 43.297.743	26,0	190.250.559	18,4	62,9
2006	85.534.676	16,4	139.576.174	19,5	- 54.041.498	24,8	225.110.850	18,3	61,3
2007	107.271.750	25,4	170.062.715	21,8	- 62.790.965	16,2	277.334.464	23,2	63,1
2008	132.027.196	23,1	201.963.574	18,8	- 69.936.378	11,4	333.990.770	20,4	65,4
2009	102.142.613	-22,6	140.928.421	-30,2	- 38.785.809	-44,5	243.071.034	-27,2	72,5
2010	113.883.219	11,5	185.544.332	31,7	- 71.661.113	84,8	299.427.551	23,2	61,4
2011	134.954.362	18,5	240.833.236	29,8	- 105.878.875	47,7	375.787.598	25,5	56,0

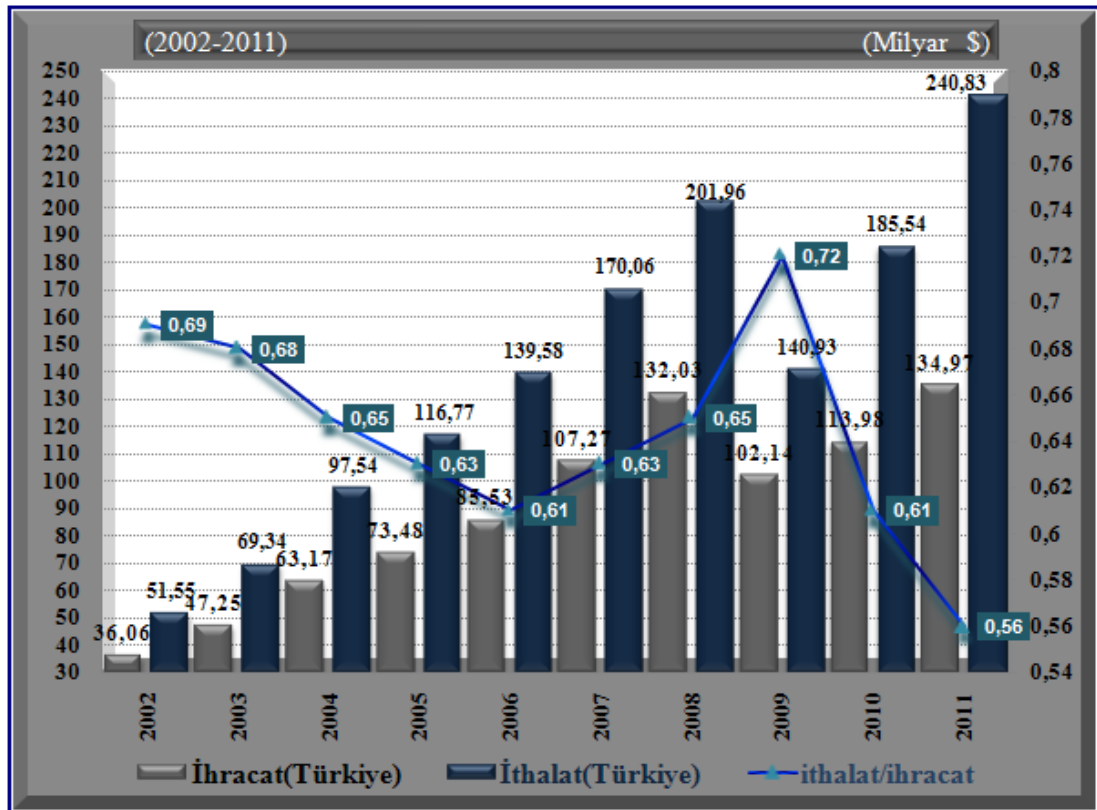
Kaynak: “TCMB ve TÜİK Haber Bülteni/Dış Ticaret İstatistikleri ve TCMB/Ödemeler Dengesi İstatistikleri”, TÜİK ve TCMB Verileri İle Hazırlandı, (Çevrimiçi)<http://www.tuik.gov.tr/Statr.do.jsessionid=RcSİPHFGy97mB8MjKM3yL8t16xMHWT0hL2mqLZXQYQq37T1pJBQG!1077079986>, 05 Ağustos 2010, 03 Ocak 2012.

Türkiye’de bulunan UDY şirketlerinin teknoloji, ara mal ve mamul madde transferlerine yoğunlaşmaları dış ticaret açığının artmasında büyük ölçüde etkili olmaktadır. Hatta bunun da ötesinde çoğu işletme kamu yararı gözetmeksizin yüksek miktarlarda ithalata yönelmekte ya da çok düşük bir ihracat performansı sergilemektedir. Büyüme endeksli kalkınma hedefleyen Türkiye için bu durum, pek iç açıcı olmamakla birlikte ithal kalemlerinin büyük çoğunlukla ara mallar olduğu da göz ardı edilmemelidir. Sanayileşmesini tamamlamamış ve henüz dışa bağımlılıktan kurtulamayan Türkiye, yukarıda belirtilen dış ticaret rakamlarının da etkisiyle ekonomik açıdan GÜ statüsüne ulaşmakta büyük bir zorlukla karşılaşmaktadır.

Grafik 2.4’te yer alan Türkiye’nin 2002-2010 dış ticaret rakamlarına bakacak olursak, ihracatın ithalatı karşılama oranının % 61 ile % 73’ler arasında değiştiğini görürüz. Bu oranlar elbette GÜ’ler açısından yeterli bir oran sayılmamaktadır. Gelecekteki yerini dünyanın ilk on ekonomisi arasında hedefleyen

bir Türkiye için, bu oranların daha da yukarılara çekilmesi gerekmektedir. Türkiye'nin gelişmesini henüz tamamlayamamış bir ekonomik yapıda oluşu ve ithalatının çoğunlukla ara mallar ve teknolojik yenilikler alanında yoğunlaşması bu süreci uzatsa da alınacak makro önlemlerle dış ticaret dengesinin sağlanması gerekmektedir. Ancak, 2011 yılsonu itibariyle gerçekleşen dış ticaret açığının daha da yükselerek 105,88 milyar \$ seviyelerine çıktığı, ihracatın ithalatı karşılama oranının ise % 56'larda kalarak son on yılın en düşük seviyesinde kaldığı görülmüştür.⁹⁸ Türkiye açısından son on yılın en düşük karşılama oranı gerçekleşmiş ve yine bu dönemde yüksek miktarda bir dış ticaret açığı oluşmuştur.

Grafik 2.4: Türkiye’de Yıllık Dış Ticaret Göstergeleri (2002-2011)



Kaynak: “TÜİK/Dış Ticaret/Dış Ticaret İstatistikleri/Göstergeler” TÜİK Verileri ile Hazırlandı, (Çevrimiçi) <http://www.tuik.gov.tr/Gosterge.do?id=3488&metod=IlgiliGosterge>, 20 Mayıs 2011, (Çevrimiçi) <http://www.tuik.gov.tr/Gosterge.do?id=3486&metod=IlgiliGosterge>, 14 Şubat 2012.

⁹⁸ “TÜİK/Dış Ticaret/Dış Ticaret İstatistikleri/Göstergeler” TÜİK Verileri ile Hazırlandı, (Çevrimiçi) <http://www.tuik.gov.tr/Gosterge.do?id=3488&metod=IlgiliGosterge>, 20 Mayıs 2011, (Çevrimiçi) <http://www.tuik.gov.tr/Gosterge.do?id=3486&metod=IlgiliGosterge>, 14 Şubat 2012.

Nitekim bir taraftan yüksek dış ticaret açıkları, diğer taraftan ortaya çıkan cari açıklar ve bütçe açıklarına rağmen Türkiye’de gerçekleşen büyüme oranlarının Türkiye’ye ait bir büyüme olarak görülemeyeceği endişesi söz konusudur. Gerek portföy yatırımı şeklinde, gerekse doğrudan yatırımlar şeklinde Türkiye’ye girişi sağlanan yabancı sermayenin büyüme üzerinde etkili olduğu bir gerçektir. O halde söz konusu büyümenin finansmanında, özelleştirme gelirleri, yabancı yatırımlar ve dış borçlar etkili olmaktadır denilebilir. Ancak, dış kaynak girişine dayalı bu büyümenin süreklilik taşımayacağı endişesi söz konusudur. Bu durum, aynı zamanda kriz ekonomisini sürekli canlı tutabilecek gelişmelere açık görünmektedir. 2008’lerde dünyada yaşanan ve Türkiye’yi de etkisi altına alan global ekonomik kriz sonrası, yeni krizlerin yaşanabileceği ve bu krizlerin Türkiye’yi derinden etkileyebileceği ihtimali göz ardı edilmemelidir.

2.4.6. ÜFE ve TÜFE Oranları

Türkiye’de geçmiş yıllara dayanan ve uzun yıllar süren % 100’leri aşan ve adeta kronikleşen yüksek enflasyon oranları ekonomik büyüme ve gelişme hedeflerini de olumsuz etkilemiştir. Yüksek enflasyon oranları, ülke içerisinde fiyat istikrarını bozmakla kalmamış, uluslararası piyasalar açısından istikrarsız bir görünüm de ortaya koymuştur. Ancak Enflasyon oranlarının istikrarlı bir yapıya kavuşmasının, UDY girişlerinde de doğrudan etkili olduğu görülmüştür.

1995- 2011 yılları arası TÜİK verilerine göre hazırladığımız Tablo 2.9’da yer alan ÜFE ve TÜFE bilgileri doğrultusunda, Türkiye’de gerçekleşen enflasyon oranı üzerinde kriz yıllarının etkili olduğu görülmüştür. 1994 krizinin ardından 1995 yılı tüfe oranı % 89,10 olarak gerçekleşmiş ve bir beş yıl sonra 2000 yılında bu oran % 54,92’ye gerilemiş ve bir sonraki yılda yaşanan 2001 krizinin de etkisiyle yatay seyirini koruyarak % 54,40 olarak gerçekleşen yıllık tüfe, 2002 yılında % 44,97’ye gerilemiştir. 2003 yılında % 25,30’lara kadar gerileyen tüfe oranı, 2004’ten itibaren tek haneli rakamlara indirgenerek % 8,6, 2005’te % 8,18, 2006’da 9,60, 2007’de 8,76, 2008’de % 10,44, 2009’da 6,25 ve nihayet 2010 yılında da 8,57 olarak gerçekleşerek yatay ve istikrarlı bir seyir izlemiştir. Ancak, 2011 yılı sonlarında ÜFE ve TÜFE oranlarının bir miktar daha yükselişini sürdürmesi, hatta alt sınırlarda da olsa yeniden çift haneli rakamlara ulaşması ihtimal dâhilinde görülmektedir.

Tablo 2.9: Türkiye’de Yıllık Gerçekleşen ÜFE – TÜFE Oranları

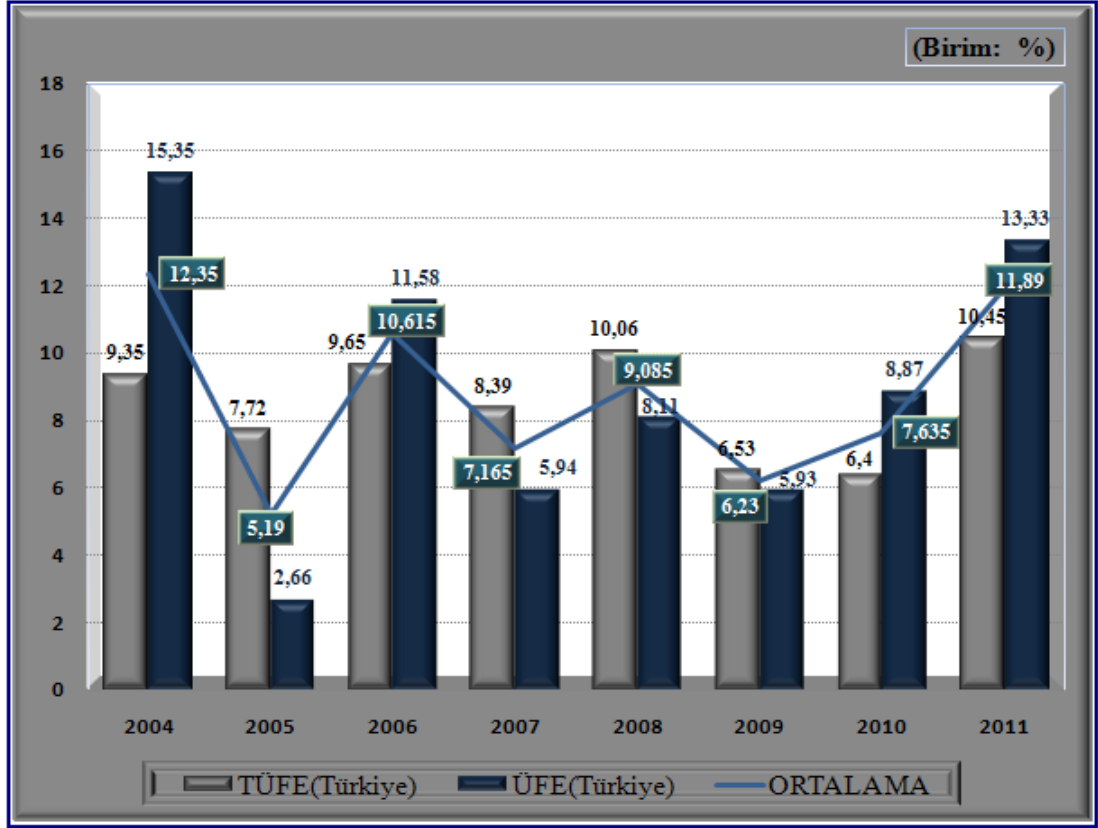
YILLAR	AYLAR	ÜFE (1994=100; 2003=100)				TÜFE (1994=100; 2003=100)			
		Bir Önceki Aya Göre Değişim (%)	Bir Önceki Yılın Aralık Ayına Göre (%)	Bir Önceki Yılın Aynı Ayına Göre (%)	12 Aylık Ortalamalar a Göre Değişim (%)	Bir Önceki Aya Göre Değişim (%)	Bir Önceki Yılın Aralık Ayına Göre (%)	Bir Önceki Yılın Aynı Ayına Göre (%)	12 Aylık Ortalamalar a Göre Değişim (%)
1995	Aralık	4,35	65,63	65,63	86,03	3,77	76,05	76,05	89,10
2000	Aralık	1,89	32,66	32,66	51,43	2,45	39,01	39,01	54,92
2001	Aralık	4,13	88,56	88,56	61,63	3,22	68,46	68,46	54,40
2002	Aralık	2,61	30,84	30,84	50,11	1,64	29,75	29,75	44,97
2003	Aralık	0,47	13,90	13,90	14,57	0,43	18,40	18,40	25,30
2004	Aralık	-1,08	15,35	15,35	11,09	0,32	9,35	9,35	8,60
2005	Aralık	-0,04	2,66	2,66	5,89	0,42	7,72	7,72	8,18
2006	Aralık	-0,12	11,58	11,58	9,34	0,23	9,65	9,65	9,60
2007	Aralık	0,15	5,94	5,94	6,31	0,22	8,39	8,39	8,76
2008	Aralık	-3,54	8,11	8,11	12,72	-0,41	10,06	10,06	10,44
2009	Aralık	0,66	5,93	5,93	1,23	0,53	6,53	6,53	6,25
2010	Aralık	1,31	8,87	8,87	8,52	-0,30	6,40	6,40	8,57
2011	Ocak	2,36	2,36	10,80	8,89	0,41	0,41	4,90	8,28
2011	Şubat	1,72	4,13	10,87	9,23	0,73	1,14	4,16	7,76
2011	Mart	1,22	5,40	10,08	9,36	0,42	1,57	3,99	7,29
2011	Nisan	0,61	6,04	8,21	9,17	0,87	2,45	4,26	6,79
2011	Mayıs	0,15	6,20	9,63	9,21	2,42	4,93	7,17	6,64

Kaynak: “Tüik/Enflasyon ve Fiyat/ÜFE ve TÜFE” **TÜİK Verileri ile Hazırlandı,** (Çevrimiçi) http://www.tuik.gov.tr/Pretablo.do?tb_id=17&ust_id=6, 20 Mayıs 2011.

UDY’lerin yatırım alanı belirleme seçeneklerinden biri de giriş yapılacak ülkelerde gerçekleşen enflasyon oranı olarak belirmektedir. Enflasyon oranlarının sınırlanamaması makro faktörler üzerinde de olumsuz bir etki uyandırmakta ve pazara yansması daha yüksek bir etkiyle hissedilmektedir. Dolayısıyla, GOÜ’lerde ekonomi politikaları belirlenirken enflasyon oranlarının da dikkate alınması gerekir.

Bu değerlendirmeleri grafik 2.5’te belirlediğimiz verilerle ele alacak olursak TÜFE oranındaki yatay seyir ÜFE’de de dalgalı bir seyir halinde görülmektedir. Enflasyon hesaplamalarında çoğunlukla ÜFE-TÜFE ortalamaları alındığından her iki oranın da yükselmesi durumunda enflasyon oranlarına etkisi de negatif ölçekte söz konusu olacaktır. Grafik 2.5’te yer alan Tüik verilerine göre 2004 yılında % 12,4 olan üfe-tüfe ortalamalarının bu yıldan itibaren periyodik bir düşme eğilimine geçerek 2005 yılında % 5,2, 2006’da % 10,6, 2007’de % 7,2, 2008’de % 9,1, 2009’da % 6,2 ve 2010 yılında % 7,6 olarak yatay bir seyir izlediği görülmektedir. Ancak, 2011 yılı üfe-tüfe ortalamalarının % 11,9 gibi yüksek bir oranda gerçekleşmesi ekonomi çevrelerini yeniden endişeye sevk etmiştir.

Grafik 2.5: Türkiye’de Gerçekleşen ÜFE-TÜFE Oranları- (2004-2011)



Kaynak: “TÜİK/Enflasyon/Fiyat Endeksi” TÜİK Verileri İle Hazırlandı, (Çevrimiçi) http://www.tuik.gov.tr/gosterge.do?metod=gostergeListe&tbid=17&ust_id=6, 17 Temmuz 2011 ve 13 Şubat 2012.

2.4.7. Ar-Ge Harcamaları ve Teknolojik Yenilikler

UDY’ler, bir ülkede istihdam ve büyümeye sağladığı katkı yanında, yan sanayilerin oluşmasına da destek olmakta, o ülkeye teknoloji ve know-how ile yönetim tecrübesi getirmekte ve dış pazarlara açılmayı kolaylaştırmaktadır. Ayrıca, UDY’lerin kar transferlerinin çok düşük seviyelere indiği, günümüzde bilinen bir gerçektir. Kârlar; rekabet edebilmek, kaliteyi ve fiyat avantajını muhafaza edebilmek ve büyüyen pazar talebine cevap verebilmek için, teknoloji yenileme, araştırma ve geliştirme konularında ihtiyaç duyulan sermayeyi karşılamak üzere yeniden yatırılmaktadır. Dolayısıyla, Türkiye’nin potansiyeli gereği UDY’leri ülkeye

çekememesi, yalnızca finansal kaynak kaybına değil, sayılan tüm yararlılardan yoksun kalınmasına da yol açmaktadır.⁹⁹

Türkiye’de, Ar-Ge’ye yeterince kaynak ayrılamaması da teknolojik gelişmelerde ilerleme sağlanamayışının önünde en büyük engel olarak görülmektedir. GOÜ’lerde genel olarak görülen bu durum, teknoloji yenileme yanında inovasyon üzerinde de etkili olmaktadır. ÇUŞ’lerin büyümesinde ve gelişmesinde etkisi görülen Ar-Ge harcamalarının daha birçok alanda etkili olduğu noktalar da söz konusudur.

ÇUŞ’lerin Ar-Ge’yi belli başlı GÜ’ler dışındaki ülkelere de taşımaları, çok uluslu firmaların Ar-Ge ağlarına GOÜ’lerin katılmaları için yeni fırsatlar oluşturmuştur. Fakat bazı GOÜ’ler hala bu ağın dışında kalmakta ve bu ülkelerle aktif olan diğer ülkeler arasındaki teknoloji ve inovasyon yetenekleri açığı sürekli genişlemektedir. Esasen bu politikaların esas amacı, uluslararası yatırımları çekmek, bu yatırımlar sonucunda oluşan bilgi yayılımını maksimize etmek ve eksik olunan konularda yabancı bilgi kaynaklarına ulaşmak olmalıdır. Özellikle Türkiye gibi teknolojide söz sahibi olamayan ülkeler, dışarıdan bilgi akışına ve bunu özümsemeye büyük ihtiyaç duymaktadırlar.¹⁰⁰

OECD Ülkelerinin Ar-Ge bütçelerine baktığımızda Tablo 2.10’da da görüldüğü gibi 1999-2007 yılları arası en yüksek harcamanın Japonya tarafından gerçekleştirildiği görülmektedir. Japonya’da 2007 yılında Ar-Ge harcamalarının GSYH’ye oranı % 3,44 olarak gerçekleşmiştir. İkinci en büyük harcamanın ABD tarafından yapıldığı ve sıralamanın AB’nin gelişmiş sanayi ülkeleri ile devam ettiği görülmektedir. ABD’de 2007 yılında Ar-Ge harcamalarının GSYH’ye oranı % 2,66, Avusturya’da 2,54, Fransa’da 2,53 ve Almanya’da 2,04 olarak gerçekleşmiştir. Türkiye’nin 1999 yılındaki Ar-Ge harcamalarının GSYH’ye oranı 0,47 iken istikrarlı ancak küçük artışlarla 2007’de 0,72’lere kadar yükselmiş olmakla birlikte henüz ortalamaların çok altında yer almaktadır.

⁹⁹ DPT, **Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları**, Ankara, T.C. Başbakanlık DPT, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Özel İhtisas Komisyonu Raporu, 2000, s. 23.

¹⁰⁰ A. e., s. 22.

Tablo 2.10: OECD Ülkelerinde GSYH İçerisinde Ar-Ge Oranları (1999-2007)

Ülkeler / Yıllar	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Avusturya	1,90	1,94	2,07	2,14	2,26	2,26	2,45	2,47	2,54
Belçika	1,94	1,97	2,07	1,94	1,88	1,86	1,83	1,86	1,90
Çek Cumhuriyeti	1,14	1,21	1,21	1,20	1,25	1,25	1,41	1,55	1,54
Fransa	2,16	2,15	2,20	2,23	2,17	2,15	2,10	2,10	2,04
Almanya	2,40	2,45	2,46	2,49	2,52	2,49	2,49	2,53	2,53
Yunanistan	0,60		0,58		0,57	0,55	0,59	0,58	0,58
Japonya	3,02	3,04	3,12	3,17	3,20	3,17	3,32	3,41	3,44
Hollanda	1,96	1,83	1,80	1,72	1,76	1,81	1,79	1,78	1,71
Polonya	0,69	0,64	0,62	0,56	0,54	0,56	0,57	0,56	0,57
Slovakya	0,66	0,65	0,63	0,57	0,57	0,51	0,51	0,49	0,46
Türkiye	0,47	0,48	0,54	0,53	0,48	0,52	0,59	0,58	0,72
Birleşik Devletler	2,64	2,71	2,72	2,62	2,61	2,54	2,57	2,61	2,66
AB27: Ortalama	1,72	1,74	1,76	1,76	1,75	1,73	1,74	1,76	1,77
Arjantin	0,45	0,44	0,43	0,39	0,41	0,44	0,46	0,50	0,51
Çin	0,76	0,90	0,95	1,07	1,13	1,23	1,34	1,42	1,44
Romanya	0,40	0,37	0,39	0,38	0,39	0,39	0,41	0,45	0,52

Kaynak: “Türkiye Ekonomisinde Yabancı Sermayeli Firmaların Ar-Ge Etkinliklerinin Analizi Mevcut Durum, sorunlar ve Çözüm Önerileri”, Yayın No: YASED-T/2011-11/65, İstanbul, **YASED Yayınları**, s. 18, (Çevrimiçi) http://www.yased.org.tr/webportal/English/insight_yased/documents/argeraporuson_201111213.pdf, 19 Mayıs 2011.

Ancak teknoloji üretmek, teknolojiye sahip olmak ve teknolojik bilgi birikimi sağlamak kadar var olan teknolojileri yenilemek de büyük önem taşımaktadır. GÜ ekonomilerinin sürekli yenilenen teknolojileri ile rekabet edebilmenin tek yolu, sürekli yenilenebilmekle mümkündür. Teknolojik alanda gelişme sağlanması ve çağın gereklerine uygun bir biçimde teknik donanıma sahip olunması, ancak Ar-Ge çalışmalarına gereken önemin verilmesi ile sağlanabilir. GOÜ’lerde bilimsel araştırma ve geliştirme çalışmalarına yeterince bütçe tahsis edilememesi, bu konuda kayda değer bir gelişme sağlanmasını da imkânsız kılmaktadır. Yatırımlar için tasarrufların yetersiz oluşu yanında Ar-Ge alanında yürütülen çalışmalarda da istenilen seviyede bir sonuca gidilememesi teknoloji alanında dışa bağımlılığa yol açmakta ve yabancı sermaye ile birlikte teknoloji ithaline gidilmesi, yapılan çalışmaları da köreltmektedir. Ar-Ge’ye yeterince kaynak ayrılmamasının da etkisiyle teknolojik gelişmelerde ilerleme sağlamak yerine teknoloji ithaline başvurulması birçok alanda üreten değil, tüketici bir toplum modelinin ortaya çıkmasına yol açmaktadır. GOÜ’lerde ortaya çıkan bu kısır döngü, büyüme ve kalkınmanın önünde bir engel olarak görülmeye devam etmektedir.

2.4.8. Etkin Kaynak Dağılımı

Ekonomik açıdan etkin kaynak dağılımı denildiğinde çoğunlukla toplumsal beklentiler ve temenniler doğrultusunda, kaynakların en çok arzu edilen mal ve hizmetlerin üretiminde kullanılması anlamında bir dağılım söz konusu edilse de bu tanım her zaman doğru bir sonuç alınmasını sağlamamaktadır. Kaynak dağılımında izlenen metotların genellikle siyasi tabanlar gözetilerek popülist politikalarla verilen vaatlerin yerine getirilmesi nedeniyle optimum dağılım sağlanamaması, Türkiye’de bölgelerarası dengesizlik sorunu olarak karşımıza çıkmaktadır.

GOÜ’lerde yeterli miktarda sermaye birikiminin sağlanamaması bir yana diğer taraftan kaynak dağılımının da etkin olarak gerçekleştirilememesi, kalkınma sağlanamamasının önünde en büyük engel olarak görülmektedir. Sınırlı olan kaynaklar içerisinde yer alan emek ve sermaye ile daha öncelikli, daha verimli ve katma değeri daha fazla alanlarda üretim gerçekleştirilmesi, aynı zamanda gelişme yönünde atılan adımların sonuca ulaşmasını da sağlamış olacaktır.

Emek ve sermaye verimliliğini belirleyen temel unsurlar üretimde kullanılan yatırım unsurlarının (makine-teçhizat, bina, fiziki altyapı vb.) teknoloji düzeyi ve niteliği, işgücünün eğitimi, becerisi ve donanımı, örgütlenme ve organizasyon yetenekleri ve etkinliği, bilgi ve teknoloji üretme, kullanma, uyarlama kapasitesi ile sektör ve piyasalardaki rekabet imkânlarının seviyesidir. Dolayısıyla sermaye ve emek verimliliklerinin sermaye ve emek miktarı gibi büyümenin arz yönlü kaynağını oluşturduğu gerçeği ile hareket edilecek olursa emek ve sermayenin birbirine olan katkılarının verimliliği üzerinde durmak gerekmektedir.¹⁰¹

Etkin kaynak dağılımının sağlanması ayrıca büyük ölçüde Ar-Ge çalışmaları ile yapılacak analizlerle daha verimli bir noktaya taşınmış olmaktadır. Bu nedenle birçok GÜ, Ar-Ge harcamalarına yüksek bütçeler ayırmaktadır. Ar-Ge aynı zamanda yüksek teknoloji ve dijital gelişme sağlamak açısından da büyük önem taşımaktadır.

Türkiye’de bilimsel araştırma ve teknolojinin önemi, yıllar önce anlaşılmış ve kalkınma planlarında yer verilmiş olmasına rağmen, yeterli bütçe ayrılabilmesi, uzun yıllar devam eden beyin göçünün engellenememesi ve bir takım ideolojik

¹⁰¹ Kerem Alkin ve Can F. Gürlesel, “Türkiye İçin Yeni Bir Büyüme Modeli”, No: 2010-21, İstanbul, **Türkiye Ekonomisi Araştırmaları, İTO Yayını**, 2010, s. 65.

kamplaşmaların bilimsel çalışmaların politize olmasına yol açması nedeniyle verimli Ar-Ge çalışmaları yapılamamıştır.

DPT'nin beş yıllık kalkınma planları çerçevesinde (1968-1972) beşinci beş yıllık kalkınma planında konunun önemi üzerinde durularak, "İlkeler" başlığı altında bilim ve teknik alan yapılacak çalışmaların önemi aşağıdaki maddelerle belirtilmiştir;

1. Bilimsel çalışma ve araştırma, insanın gerçeklere ve yeni buluşlara ulaşma çabasıdır. Bu çabalar, doğrudan doğruya bilim sınırlarını genişletmek için olduğu kadar sanayi, teknoloji, iktisat ve sosyoloji bilim alanlarında gelişmeyi destekleyen ve hızlandıran en önemli unsur olarak benimsenecektir.
2. Bilim ve araştırma çabalarının, ekonomik kalkınma ve sosyal gelişme hedeflerini gerçekleştirecek şekilde yoğunlaştırılması, araştırma kurumlarının güçlerinin bu yönde artırılması, bilim güç ve kaynaklarının israf edilmemesi, kalkınma planının başarı ile uygulanabilmesi, kaynak ve zaman kaybının önlenmesi amacıyla sağlanacaktır.
3. Gelişen ekonomide ve sosyal yapıda, devamlı olarak ortaya çıkan yeni sorunlara çözüm yolu bulunması için; entelektüel disipline, temel prensipler bilgisine ve teknik bilgiye dayanan eğitim görmüş ilim adamlarına ve araştırmacılara ihtiyaç vardır. Bu elemanların, gelişmelerin yönü ve hızına uygun olarak yetiştirilmesi, yüksek seviyede eğitim imkânlarının artırılması ile gerçekleştirilecektir.
4. Eğitim faaliyetleri yanında üniversitelerin ve araştırma kurumlarının araştırma güçleri ekonomik ve sosyal gelişmenin gereklerini karşılar yönde artırılabilecektir.¹⁰²

Geç kalınmış olmakla birlikte bu noktada atılacak adımlar sonrası Türkiye'de, aradaki mesafeyi kapatacak düzeyde planlı ve verimli Ar-Ge çalışmaları kaçınılmaz olarak görülmeli ve bu doğrultuda yatırımlara yer verilmelidir. Tüm bu çalışmalar yetişmiş insan gücüne dayalı görüldüğünden öncelikle beyin göçünü ortadan kaldırıcı tedbirlere gidilmelidir.

¹⁰² DPT, **İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972)**, (Çevrimiçi) <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan2.pdf>, 08 Ocak 2011.

2.5. TÜRKİYE'DE ULUSLARARASI DOĞRUDAN YATIRIMLARIN YOĞUNLAŞTIĞI SEKTÖRLER

2000 yılı itibariyle Türkiye'ye giriş yapan UDY'ler analiz edildiğinde sektörel bakımdan özellikle hizmetler sektöründe, genel olarak bakıldığında ise özelleştirmeler ve perakende sektöründe bir yoğunluk görülmektedir. UDY'lerin yoğunlaştığı alanlar olarak da görülen bu sektörlerin negatif etkenler arasında gösterilmesinin en önemli nedeni temel amaç olarak yüksek kâr politikası ile hareket edilmesinden kaynaklanmaktadır.

Tüm bu sektörler içerisinde tedarikçi grubunda yer alan üretici firmalar, diğerlerine göre daha az negatif etki doğuran sektörler olarak değerlendirilebilir. Çünkü bu alanda hızlı tüketim grubu da olsa bir üretim söz konusudur ve bu üretimle birlikte fabrikalar, sanayi, istihdam ve KOBİ ölçekli ara işletmeler ekonomiye canlılık getirmektedirler. Özellikle akar-yakıt ve perakende gruplarına bakıldığında belki spekülasyon bir büyüme etkisi oluşturuyor olsalar da nakit akışının ve kaynak transferinin en yoğun bir şekilde yaşandığı sektörler olmalarının dikkate alınması gerekmektedir.

Tablo 2.11'de yer alan 2009 yılı Forbes 500 listesinde görülen global iş dünyasının belirleyicileri arasında bulunan en yüksek cirolu sektörlerin ağırlıklı olarak üretimden çok ticari işletmelerden oluştuğu görülmektedir. Bu sektörler arasında perakendeciler olarak adlandırılan ve ağırlıklı olarak hızlı tüketim ürünlerinin tüketicilere ulaştırılmasında etkili olan hipermarketler grubu içerisinde henüz Türkiye oluşumu görülmemekle birlikte 405,61 milyar \$'lık cirosuyla dünya sıralamasında üçüncü sektörel sıralamada ise birinci olan Wall-Mart Stores-United-States'in bulunması düşündürücüdür. Ayrıca ilk sırada yer alan bir UDY akaryakıt şirketi olan Royal Dutch Shell-Netherlands'ın yıllık cirosunun, Yunanistan ve daha birçok ülke GSYH'sinin üzerinde oluşu, buna Exxon Mobil United-States'in eklenmesiyle iki UDY akaryakıt şirketinin yıllık cirosunun ise Türkiye'nin GSYH'sinin de üzerinde bulunması, bu şirketlerin dikkate alınacak kadar güçlü olmalarının net bir biçimde anlaşılması bakımından ayrıca büyük önem taşımaktadır.

Tablo 2.11: Forbes 500 listesi Global İş Dünyasının Ana Belirleyicileri (2009)

Rank	Company	Country	Industry	Sales(\$ bill)	Profits(\$ bill)	Profits/Sales
1	Royal Dutch Shell	Netherlands	Oil&Gas Operations	458,36	26,28	6%
2	ExxonMobil	United States	Oil&Gas Operations	425,70	45,22	11%
3	Wal-Mart Stores	United States	Retailing	405,61	13,40	3%
4	BP	United Kingdom	Oil&Gas Operations	361,14	21,16	6%
5	Toyota motor	Japan	Consumer Durables	263,42	17,21	7%
6	Chevron	United States	Oil&Gas Operations	255,11	23,93	9%
7	ConocoPhillips	United States	Oil&Gas Operations	225,42	17,00	-5%
8	Total	France	Oil&Gas Operations	223,15	14,74	7%
9	ING Group	Netherlands	Insurance	213,99	1,01	0%
10	General Electric	United States	Conglomerates	182,52	17,41	10%
25	Carrefour Group	France	Food Markets	121,04	1,77	1%
45	Nestle	Switzerland	Food, Dring&Tobacco	103,01	16,91	16%
52	Metro AG	Germany	Food Markets	93,92	1,20	1%
53	Tesco	United Kingdom	Food Markets	93,85	4,21	4%
64	Procter&Gamble	United States	Household&Personal Products	83,68	14,08	17%
72	Kroger	United States	Food Markets	75,98	1,22	2%
79	Costco Wholesale	United States	Retailing	72,95	1,20	2%
80	Home Depot	United States	Retailing	71,29	2,26	3%
91	Target	United States	Retailing	64,95	2,21	3%
93	Jhonsen&Jhonsen	United States	Drugs&Biotechnology	63,75	12,95	20%
114	Unilever	Netherlands/United Kingdom	Food, Dring&Tobacco	56,44	7,00	12%
116	Seven&I Holdings	Japan	Food Markets	55,22	1,25	2%
137	Lowe's Cos	United States	Retailing	48,23	2,20	5%
154	Koç Group	Turkey	Conglomerates	43,92	1,96	4%
157	PepsiCo	United States	Food, Dring&Tobacco	43,25	5,14	12%
163	Kraft Foods	United States	Food, Dring&Tobacco	42,20	2,90	7%
198	Ahold	Netherlands	Food Markets	35,82	1,50	4%
229	Coca-Cola	United States	Food, Dring&Tobacco	31,94	5,81	18%
296	Philip Morris International	United States	Food, Dring&Tobacco	25,71	6,89	27%
302	3M	United States	Conglomerates	25,27	3,46	14%
311	L'Oreal Group	France	Household&Personal Products	24,43	1,00	4%
371	Danone	France	Food, Dring&Tobacco	21,18	1,83	9%
397	Henkel Group	Germany	Household&Personal Products	19,68	1,70	9%
405	Kimberly-Clark	United States	Household&Personal Products	19,42	1,70	9%
482	Sabancı Group	Turkey	Conglomerates	16,52	0,80	5%

Kaynak: “Global İş Dünyasının Belirleyicileri”, **FORBES 500** Listesinden Alınan Verilerle Hazırlandı, (Çevrimiçi) www.forbes.com, 05 ağustos 2010.

2.5.1. Perakende Sektöründe Yoğunlaşan Uluslararası Doğrudan Yatırımlar

UDY’lerin küresel dağılımı üzerindeki en etkili unsurlar “Uluslararası Perakendeciler” ve “Uluslararası Tedarikçiler” olarak adlandırılan ve ağırlıklı olarak hızlı tüketim ürünleri alanında faaliyet gösteren yatırımcılardır.

Global 500 listesine baktığımızda bu alanda yer alan işletmelerin varlıklarının ve global cirolarının bazı ülke bütçe ve GSYH’ sinden yüksek olduğu gerçeği ile karşılaşılmaktadır. Global iş dünyasının ana belirleyicileri olarak ifade

ettiğimiz ve FORBES 500 listesinde yer alan uluslararası perakendeci ve uluslararası tedarikçi yapılarını iki komşu ülke Türkiye ve Yunanistan açısından inceleyecek olursak GSMH toplamları ile ilgili yine ilginç bir ayrıntı dikkat çekmektedir. Tablo 2.12’de yer alan ve perakende sektöründe faaliyet gösteren 4 büyük şirketin 2008 yılı cirosunun 715 milyar \$’lık toplamının Türkiye’nin GSYH’ sine yaklaştığı görülmektedir. Benzer bir farkı “Wall-Mart Stores” United States perakende şirketi ile Yunanistan’a ait GSYH toplamları arasındaki farkta daha bariz bir biçimde görmek mümkündür. Yine Forbes global 500 listesinin üçüncü sırasında yer alan Wall-Mart Stores’in 2008 yılı satış rakamları 405 milyar \$ iken Yunanistan’ın aynı yıla ait GSYH toplamı 375 milyar \$ dolaylarında ve bir tek global perakendeci şirket rakamının da altında bulunmaktadır.

Tablo 2.12: Uluslararası Önemli Perakende ve Tedarikçilerin Ciroları (2009)

Uluslararası Perakendeciler						
Rank	Company	Country	Industry	Sales(\$ bill)	Profits(\$ bill)	Profits/Sales
3	Wal-Mart Stores	United States	Retailing	405,61	13,40	3%
25	Carrefour Group	France	Food Markets	121,04	1,77	1%
52	Metro AG	Germany	Food Markets	93,92	1,20	1%
53	Tesco	United Kingdom	Food Markets	93,85	4,21	4%
				714,42	20,58	3%
Uluslararası Tedarikçiler						
Rank	Company	Country	Industry	Sales(\$ bill)	Profits(\$ bill)	Profits/Sales
45	Nestle	Switzerland	Food, Dring&Tobacco	103,01	16,91	16%
64	Procter&Gamble	United States	Household&Personal I	83,68	14,08	17%
93	Jhonson&Jhonson	United States	Drugs&Biotechnology	63,75	12,95	20%
114	Unilever	Netherlands/U	Food, Dring&Tobac	56,44	7,00	12%
157	PepsiCo	United States	Food, Dring&Tobacco	43,25	5,14	12%
163	Kraft Foods	United States	Food, Dring&Tobacco	42,2	2,90	7%
				392,33	58,98	15%

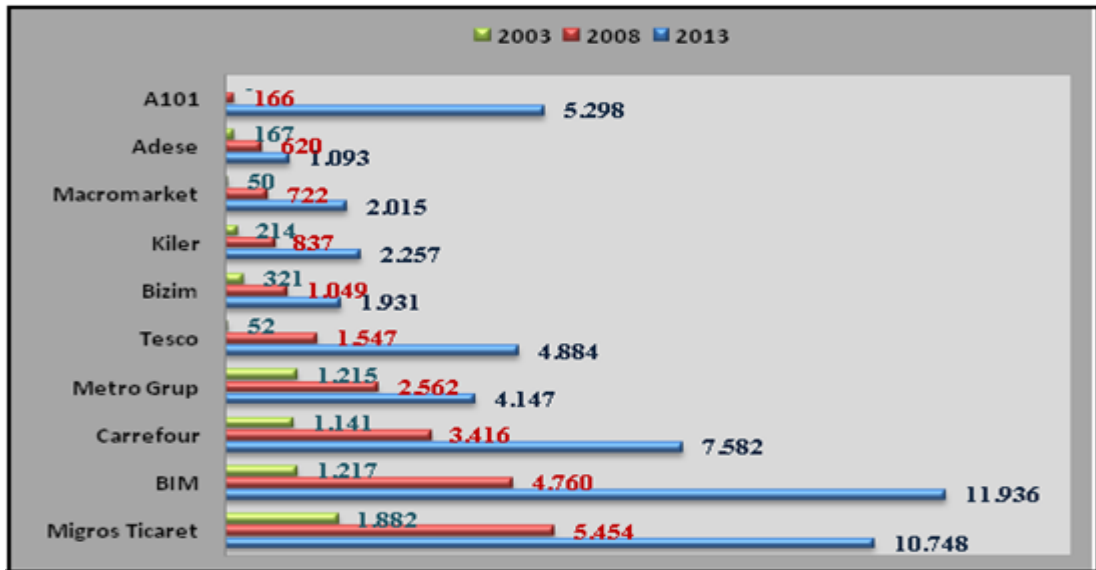
Kaynak: “Global İş Dünyasının Belirleyicileri”, **FORBES 500** Listesinden Alınan Verilerle Hazırlandı, (Çevrimiçi) www.forbes.com, 05 ağustos 2010.

Perakende alanı özellikle nakit akışının daha çabuk sağlandığı bir alan olarak görüldüğünden UDY’lerin dikkatlerinin bu sektör üzerine yoğunlaşmasını sağlamıştır. Türkiye’de hiç beklenmedik bir anda perakende aktörleri arasında ani bir şekilde gerçekleşen alış ve satış işlemleriyle karşılaşmaktayız. Adeta bir tekelleşme ya da bir kartelleşmeye yönelik sayılabilecek birleşmeler söz konusu olabilmektedir.

Özellikle 2005’li yıllarda ani bir kararla Migros grubu Tansaş’ları, Carrefour grubu Gima ve Endi’leri satın almış ancak bir süre sonra yerli görünümdeki Migros’lar BC Partners yabancı girişimine satılmıştır. İzmir bölgesinin başarılı bir yerli hipermarket girişimi olarak görülen Kipa hipermarketleri, zaten 2003’te Tesco yabancı girişimciliğine satılmıştı. Türkiye perakende sektörünün devlerinin bir andaki gelişmelerle yabancı girişimcilere satışı “bu sektörde neler oluyor” (?) sorularının sektör temsilcilerinin zihninde soru işaretlerine yol açmıştır.

Grafik 2.6’da yer alan ve Türkiye’de ilk on perakende zinciri içerisinde bulunan Yabancı yatırım grupları Migros, Carrefour, Metro Grup ve Tesco-Kipa olarak dikkati çekmektedir. Bu yabancı yatırım gruplarına rağmen yerli grup olarak yer alan Bim, Bizim Toplu Tüketim, Kiler, Makro, Adese ve A-101’ler, bu ortamda rekabet gücünü koruma çabası içerisindeyler. Ancak zaman zaman gelişen yerli perakende işletmelerinin de diğer sektörlerde görüldüğü gibi UDY’ler tarafından satın alınması ile karşılaşmaktadır. Bir sonraki sayfada Şekil 2.1’de de görüleceği gibi Migros’un Tansaş’ları, Carrefour’un Gima ve Endi’leri, Tesco’nun Kipa’ları satın almasıyla birçok yerli hipermarket grubunun yabancılaştığı görülmüştür.

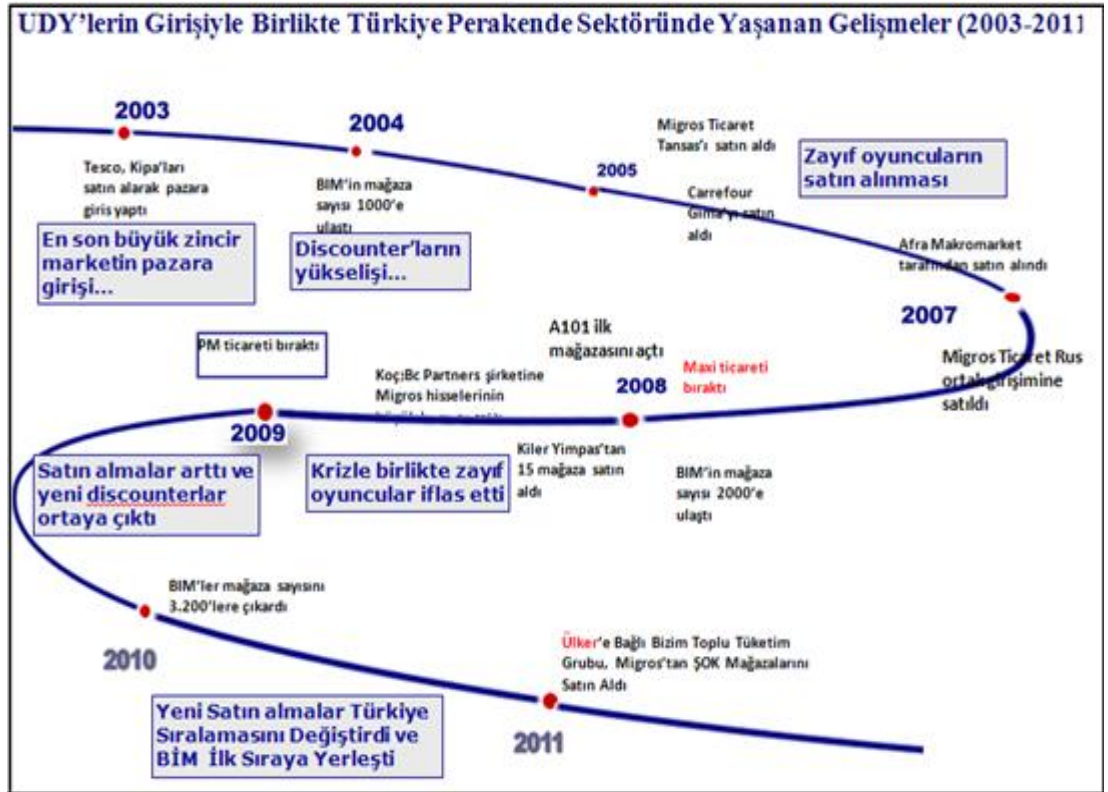
Grafik 2.6: Türkiye’de Önemli Perakende Aktörleri ve Satış Ciroları



Kaynak: “Türkiye’de Önemli Perakende Aktörleri Ciro Rakamları”, Unilever Customer Development Eğitim Slaytlarından Alınan Verilerle Hazırlandı, (Çevrimiçi) Source: Planet Retail Ltd - www.planetretail.net, www.unilever.com.tr, 23 Eylül 2010.

Perakende sektöründe yoğunlaşan yabancı yatırımların, ülke ekonomisine pozitif etkileri tartışılmakla birlikte, ülkeye girişinde kayda değer bir sermaye girdisi sağlayıp sağlamadığı da tartışılan konular arasındadır. Şekil 2.1’de de belirtildiği gibi bu şekilde gerçekleşen kartelleşmeler sonrasında Türkiye’de, bakkal grubunun varlığı zaten sona ermiş durumda iken, yerli ve orta ölçekli hipermarket ve süper marketlerin de uluslararası devlerle rekabette pek fazla şansa sahip olmadıkları görülmektedir. Lokal market görünümü ile ara noktalarda yaygın ve dağınık şube yapısıyla Bim, A-101 gibi (discounter) indirim marketlerinin gelişimi ise yine uluslararası büyük hipermarketler tarafından dikkatle izlenerek Carrefour Ekspres, Migros Şok gibi alternatif noktalara girilmeye başlanmıştır.

Şekil 2.1: Türkiye Perakende Piyasasında Yoğunlaşan UDY’ler(2003-2011)



Kaynak: “Türkiye’de Perakendeciliğin Gelişimi”, **Unilever Customer Development Eğitim Seti Slaytlarından Alınan Verilerle Hazırlandı**, (Çevrimiçi) www.unilever.com.tr, 23 Eylül 2010.

Yabancı hipermarket grupları merkezi yönetimlerin kararları doğrultusunda belirledikleri satış politikalarıyla bir yandan kendi markalarına raflarda yer verirken

diğer taraftan da tüketim malları ithaline giderek negatif etki oluşturmaktadırlar. Hipermarket raflarına göz atacak olursak birçok ithal tüketim mallarının değişik türlerini görürüz. Bu durum, Türkiye’de zaten yüksek olan dış ticaret açıklarının daha da yükselmesine yol açmıştır.

Türkiye perakende piyasasında son yaşanan satın alma işlemi Migros ile Ülker grubu arasında gerçekleşmiş olmakla yabancıların satın alması olarak değil de yabancı bir hipermarket grubundan yerli bir hipermarket grubuna geçiş söz konusu olmuştur. Tabi ki Migros’un daha önce yerli bir oluşum olduğunu da göz ardı etmemek gerekiyor. Migros’un, Şok grubunu Ülker’e bağlı Bizim toplu tüketime satmasının arkasında bazı farklı arayışlar ya da beklentilerin de bulunabileceği ihtimal dışı görünmemektedir. Tüm bu geçişler esnasında bazı yerli perakende aktörlerinin rekabet gücünü kaybederek piyasadan çekildiği durumlarla da karşılaşmaktadır. Gima, Tansaş, Kipa, Endi grup hipermarketleri UDY’lere satış sonrası perakende sektörüne veda ederken PM, Yimpaş vd. bazı lokal hipermarket grupları ise piyasadan ya tamamen çekilmiş ya da etkisiz bir hale getirilmişlerdir. Oysa bu hipermarket gruplarının tarihi geçmişleri incelendiğinde, küçük ve lokal bakkal ve market piyasalarından oluşan yerli işletmelerin mirası üzerine kurulu olduğu dikkate alındığında, Türkiye perakende sektöründe UDY’lerin bu grubunun açtığı derin izler daha net bir biçimde anlaşılabilir olacaktır.

2.5.2. Hizmetler Sektöründe Yoğunlaşan Uluslararası Doğrudan Yatırımlar

Türkiye’de özellikle 1990’lı yıllar sonrasında UDY yatırımları arasındaki artış oranıyla dikkat çeken hizmet sektörü yatırımları (sektörel açıdan UDY’ler başlığı altında incelendi) bu artışını uzun yıllar yüksek oranlarda devam ettirmiş, günümüzde ise ilk sıralardaki yerini hala korumaya devam etmektedir. Grafik1.6’daki karşılaştırmalarda da belirtildiği gibi tüm dünyada gerçekleşen UDY’ler arasında yer alan hizmet sektörü yatırımlarının, 1990’da % 49 ile toplam yatırımların yarısını oluşturması ve bu oranın 2008’de % 63 olarak gerçekleşmesi global yapılanmada da hizmet sektöründe yaşanan yoğunlaşmayla benzer niteliktedir.

Türkiye’de de buna benzer durumlar söz konusudur ve bu oranlar zaman zaman daha yüksek seviyelerde gerçekleşmektedir. Tablo 2.13’te TCMB verileri doğrultusunda yer alan UDY rakamları içerisinde 2006’da toplam 20.185 milyar \$ toplam tutarlı UDY içerisinde hizmetler sektörü yatırımlarının oranı 15.533 milyar \$ % 77 olarak gerçekleşmiştir. 2007’de % 64, 2008’de % 49, 2009’da % 29, 2010’da % 35 olarak gerçekleşen hizmet sektörü UDY yatırımlarının 2011 yılı üçüncü çeyrekte % 63’ler seviyesinde bulunduğu görülmektedir. UDY’lerin özellikle 2005 yılı itibariyle 2008’lere kadar oldukça yüksek oranlarda gerçekleştiğinin vurgulandığı bir tablo karşısında detaylar analiz edildiğinde 2006’daki 20.185 milyar \$’lık toplam UDY’nin 15.533 milyar \$’ı hizmetler sektöründe 2.922 milyar doları ise gayrimenkul alımında gerçekleşmiştir. 2007’deki 22.047 milyar \$’ın 14.012 milyar \$’ı hizmet, 2.926 milyar \$’ı gayrimenkul alımı ve 2008’deki 19.504 milyar \$’ın ise 9.532 milyar \$’ı hizmet 2.937 milyar \$’ı gayrimenkul alımı olarak gerçekleşmiştir. Böylece bu yıllarda yüksek oran gerçekleşen UDY’lerin gerek istihdam gerekse reel büyüme açısından büyüme etkisi oluşturduğunu belirtmek güç görünmektedir.

Tablo 2.13: Türkiye’ye Giriş Yapan UDY’lerin Sektörel Dağılımı (2006-2011)

Sektorler (Milyon \$)	2006	2007	2008	2009	2010	2011/3Q
Farım	6	9	41	49	82	25
Sanayi	2.100	5.116	5.174	3.780	2.901	4.293
Madencilik	122	337	151	89	197	43
İmalat	1.866	4.211	3.955	1.565	890	1.653
Elektrik, gaz, su	112	568	1.068	2.126	1.814	2.597
Hizmetler	15.533	14.012	9.532	2.423	3.313	6.908
Finans	6.957	11.662	6.069	666	1.583	5.326
İnşaat	222	285	336	208	330	220
Gayrimenkul, Kiralama Faaliyetleri	99	560	641	560	409	478
Ulaştırma, Depolama, Haberleşme	6.696	1.117	170	391	212	178
Toptan Perakende Ticaret	1.166	165	2.085	389	425	432
Diğer Hizmetler	393	223	231	209	354	274
Toplam Girişler	17.639	19.137	14.747	6.252	6.296	11.226
Toplam Çıkışlar	-657	-743	-35	-82	-35	-1.943
Diğer Girişler	281	727	1.855	459	300	126
Gayrimenkuller	2.922	2.926	2.937	1.782	2.494	1.506
Toplam (Net)	20.185	22.047	19.504	8.411	9.280	10.915

Kaynak: “Türkiye’ye UDY Girişlerinin Sektörel Dağılımı”, **TCMB Verileri İle Hazırlandı**, (Çevrimiçi) http://www.yased.org.tr/webportal/English/insight_yased/Documents/YA_SEDUDYRaporu+UNCTAD-2011C3-kasim2011.pdf, 23 Kasım 2011.

2.5.3. Akaryakıt Sektöründe Yoğunlaşan Uluslararası Doğrudan Yatırımlar

Türkiye’de UDY’lerin yoğunlaştığı bir diğer sektör ise akaryakıt sektörü olarak göze çarpmaktadır. Her adımda adeta bir başka yabancı akaryakıt istasyonunun yer aldığı Türkiye’de, koca tabelalar ve ışıklandırmalarla göz alıcı bir şekilde yoğunlaşan bu sektör yatırımları çok fazla bir yatırım gerektirmediği gibi ülke ekonomisi üzerinde kayda değer bir istihdam ve katma değer oluşturmayan yatırımlar olarak da değerlendirilmektedir. Yabancı sektör temsilcilerinin belirli bir rekabet içerisinde yer alıyor görünmelerine karşılık birçok noktada rekabeti körükleyici bir dayanışma içerisine girdikleri görülmektedir.

Bu sektörde yer alan yatırımların büyük bir çoğunluğu ise ilgili markaların patent ve lisans haklarının kiralanması şeklinde gerçekleşmektedir ki, bu durum hiç bir yabancı yatırımın ülkeye girişini sağlamazken kayda değer miktarlarda bir kâr transferinin ülke dışına çıkmasına yol açmaktadır. Tıpkı yabancı perakende ve hizmetler sektöründe olduğu gibi, Türkiye ekonomisi açısından da pek fazla bir dış girdi sağlamadığı halde kâr ve kaynak transferinin en yoğun bir şekilde yaşandığı bu sektörler aynı zamanda UDY’lerin de en yoğun bir şekilde yer aldığı sektörler olarak görülmektedir.

Nitekim FORBES’te yayınlanan ve Tablo 2.11’de belirtilen sıralamaya bakıldığında, “Royal Dutch Shell” Netherlands ve “Exxon Mobil” United States global iki petrol şirketinin 2008 yılı satış cirolarının 884 milyar \$’lık toplamının, Türkiye’nin aynı yıla ait 799 milyar \$’lık GSYH toplamından fazla olduğu görülmektedir. Kaldı ki Türkiye ekonomisi dünyada 16. büyük ekonomi konumunda olmasına karşın iki global şirket cirosunun da altında yer almaktadır.

2.5.4. Hızlı Tüketim Ürünleri Sektöründe Yoğunlaşan Uluslararası Doğrudan Yatırımlar

UDY aktörlerinin çoğunlukla hızlı tüketim ürünleri pazarında yer aldıkları ve ulusal ya da uluslararası düzeyde gerçekleşen krizlerden çok fazla etkilenmedikleri bir gerçektir. Çünkü çoğunlukla üretim kalemlerinin zorunlu tüketim mallarını içeriyor olması ve kalabalıklaşan dünya nüfusu ile birlikte

üretimlerin de artmak zorunda olduğu bu tüketim kalemlerini üreten kategorideki şirketler, pazara girişlerinde ilk muhatap oldukları sektörler tedarikçiler ve de perakendeciler sektörü olmaktadır. Tedarikçiler açısından perakendeciler, üreticilerle tüketiciler arasında bir köprü niteliğindedirler. Dolayısıyla gerçek pazar ve piyasa olarak alıcıyla satıcının bulunduğu yer olan perakendeciler ortaya çıkmaktadır. Ağırlıklı olarak sıralamanın oluşumuna bakacak olursak yukarıda belirtilen sektörler dışında perakendecilerin ve tedarikçilerin Global 500 listesinde yoğun olarak yer aldıkları görülmektedir. Dolayısıyla perakendeciler ve tedarikçilerin global iş dünyasının belirleyicileri olduğunu söylemek de mümkün hale gelmektedir.

Perakende sektörü ile tedarikçilerin yer aldığı kategorilerin aynı zamanda birbirlerinin arkasındaki itici güçler olduğu görülmektedir. ÇUŞ statüsünde bulunan ve uluslararası düzeyde etkili bir güce sahip olan Tedarikçiler ve Perakendeciler, gittikleri ya da buldukları ülkelerde birbirleri açısından sadece itici güçler olarak etkide bulunmakla kalmayıp aynı zamanda çekim etkisi de oluşturmaktadırlar. Adeta birbirlerini sırtlayan sektörler olmalarının da etkisiyle bir arada yer almak veya bir yerde birlikte yer almak politikası içerisinde hareket ederek daha güçlü bir şekilde etkide bulunabilmektedirler.

2.5.4.1. Uluslararası Doğrudan Yatırım Şirketlerinde İş Ortaklığı ve Dayanışma Politikaları

Birçok UDY şirketi köken olarak bağlı oldukları ülkelerde veya yatırım ya da ticari ilişkileri dolayısıyla buldukları ülkelerde yer alan diğer UDY aktörleri ile iletişim ve işbirliği içerisine girebilmektedirler. Her ne kadar zaman zaman katı rekabet koşullarının etkisiyle karşı karşıya gelmeler söz konusu olsa da yabancı firmalardan birçoğunun sektörel ya da sektör dışı işbirliği içerisinde ortak hareket ettikleri bilinmektedir. Bu işbirliği ilişkileri tüm dünyada ortak bankalarla çalışılması, aynı sigorta şirketleriyle çalışılması, lojistik, oto satın alma ve kiralama, hizmet ve ürün satın alımları konularında merkezi yönetimlerin istekleri doğrultusunda ortak hareket tarzı belirlemeleri söz konusudur. Ayrıca nakliye, üretim, dağıtım ağlarının ortak kullanımı ile bir dayanışma içerisine girilmesi sonrası maliyetlerde de gözle görülür azalmalar yaşanabilmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. TÜRKİYE’DE BAŞARILI BİR ULUSLARARASI DOĞRUDAN YATIRIM UYGULAMASI: “UNİLEVER TÜRKİYE ÖRNEĞİ”

1929 yılında iki ayrı ülke şirketleri olan İngiliz Lever Brothers ve Hollandalı Unie ailesi tarafından Londra merkezli olarak kuruluşu gerçekleştirilen Unilever’in,¹⁰³ Türkiye’deki girişimleri 1950’li yıllarda başlamıştır.¹⁰⁴ Türkiye’de ilk olarak Bakırköy’de kurulan margarin fabrikası ile “Sana” ve “Vita” margarinlerini Türk tüketicisi ile buluşturan Unilever, gerek Global dünya piyasalarında gerekse Türkiye piyasasında başarılı bir UDY olarak görülmüş ve bu çalışmamızda alan çalışması olarak ele alınmıştır. İlk olarak global yapılanmasını ele alacağımız Unilever’in, Türkiye’de kuruluş sonrası gerçekleştirdiği yatırımlar yanında diğer UDY’ler için de Türkiye’nin bir çekim merkezi haline gelmesine katkıları dikkate alınarak ekonomik gelişmeler üzerindeki etkileri bu doğrultuda analiz edilecektir.

3.1. UNİLEVER GLOBAL: KURULUŞU VE GELİŞMESİ

Lever Brothers, 1885 yılında William ve James Hesketh kardeşler tarafından kurulan sabun üreticisi bir firmaydı. Warrington’da küçük bir sabun fabrikası alan şirket, bitkisel yağ kullanarak, “Sunlight Soap” markasıyla sabun üretimine başladı. 1888 yılında üretimi haftada 450 tona çıktı. Şirket, Wirral Peninsula’daki Bromborough Pool bataklıklarında, içinde yüksek standartlarda bir yaşam alanı sağlayan “Port Sunlight” adında bir kompleks inşa etti. 1900’lerle birlikte üretilen markalara “Lifebouy”, “Lux” ve “Vim” eklendi; ABD, İsviçre, Kanada, Avustralya, Almanya ve diğer bölgelerde şubeler açıldı.¹⁰⁵

¹⁰³ Geoffrey Jones, **Unilever’i Yenilemek**, Çeviren: Ümit Şensoy, İstanbul, T. İş Bankası, Kültür Yayınları, 2009, s. 9.

¹⁰⁴ “Unilever’i Tanıyalım”, **Unilever Aboutus İntroduction**, (Çevrimiçi) http://www.unilever.com.tr/boutus/introductiontounilever/?WT.LHNAV=Unilever'i_Tan%C4%B1yal%C4%B1m, 12 Temmuz 2011.

¹⁰⁵ “Unilever Global Tarihçesi”, **Unilever Aboutus Ourhistory**, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/aboutus/ourhistory/unileverglobal.aspx>, 08 Temmuz 2011.

1890'larda, Lever Bros ve daha sonra Lord Leverhulme şirketlerinin kurucusu olan William Hesketh, Victoria İngiltere'sindeki temizlik ve hijyene yardımcı olan devrim niteliğindeki sabunu Sunlight Soap hakkında, görüşlerini şöyle dile getirmişti: "Temizliği sıradan bir iş olmaktan çıkarıyor, kadınların iş yükünü azaltıyor, sağlığı tabana yayıyor ve kişisel cazibeye katkıda bulunuyor. Böylelikle insanlar hayattan daha fazla zevk alıyor ve kullanıcı üründen memnun oluyor." Birçok sabun firmasını bünyesine katan Lever Brothers, 1930 yılında Hollandalı şirket Margarine Unie ile Unilever'i kuruncaya kadar faaliyetlerine devam etti.¹⁰⁶

Dolayısıyla Unilever adı altında henüz birleşme sağlanmadan hatta gündemde böyle bir birleşme yokken Lever Brothers'ın sabun sektöründe yer alan birçok firmayı bünyesine dâhil etmek doğrultusunda bir politika izlediği görülmektedir. Bir başka ülkede bulunan ve yağ sektöründe yer alan Unie firması tarafından da benzer politikaların izleniyor olması dönemin batılı işletmelerinin izlediği ortak politikalar olarak görülmektedir.

Margarine Unie'nin tarihi, 1869 yılında III. Napolyon'un, emri üzerine Fransız gıda kimyageri Hippolyte Mège Mouriès'nin margarini keşfetmesine kadar uzanmaktadır. 1871 yılında, Jurgens ailesinin yönetimindeki ileri görüşlü bir Hollanda şirketi, Mège Mouriès'nin know-how'ını satın aldı. O tarihlerde en büyük tereyağı ihracatçısı olan Hollanda'daki girişimciler margarinin potansiyelini gördüler. Kısa bir süre sonra yerli rakipleri Van den Bergh de margarini üretmeye başladı. Bu iki şirket arasında yaşanan amansız rekabet, 1907 yılında aralarında bir ortaklık kurulana kadar devam etti. 1928 yılında Van den Bergh & Jurgens ile diğer küçük firmalar bir araya gelerek Margarine Unie'yi kurdu. "Unie", katı ve sıvı yağ hammaddeleri alımı konusunda İngiliz sabun şirketi Lever Brothers ile çetin bir rekabet içindeydi. Ancak bu rekabet, 1930 yılında yerini birleşmeye bıraktı.¹⁰⁷

Unilever'in genel olarak yapılanmasında etkin olan faktörleri ele alacak olursak, kuruluş öncesi ve kuruluş aşamasında ortaya çıkan organik yapılanmayı kolaylaştıran belki de en önemli özellik, benzer ürün gruplarının üretiminde rol alıyor olmasıdır. İkinci önemli özellik ise bir araya gelen şirketlerin hızlı tüketim ürünleri kategorisinde faaliyet göstermesi ve birbirini tamamlayan ara malları

¹⁰⁶ A.e.

¹⁰⁷ A.e.

kullanıyor olmalarıdır. Ayrıca, üretimlerini farklı kategorilerde sürdüren ve başarılı bir performansla dünyanın birçok değişik ülkesinde yatırımlarda bulunan birçok küresel işletme bulunmaktadır ki bunların küresel başarılarını göz ardı etmek mümkün değildir. Ancak, başarılı bir model olarak ele aldığımız Unilever'in uluslararası yapılanmasında genellikle hızlı tüketim ürünlerinin bulunması ve yatırım hedeflerinin global kümelenmeler doğrultusunda yapılması verimlilik ve performans açısından başarıyı da kaçınılmaz kılmaktadır. Unilever'de kurumsal yapı oluşumunda dikkat çeken bir diğer önemli nokta ise, kuruluşunda yer alan şirketlerin farklı ülkelere ait şirketler olması ve bu farklı ulus şirketlerin güç birliği oluşturmasıdır. Dolayısıyla, Unilever'de kurumsal yapılanmada yaşanan gelişmeler ve bu gelişmelerin yaşandığı tarihsel süreç genel hatlarıyla ele alınacaktır.

Gerek Unie gerekse Lever firmalarının birleşme öncesi ortak politikaları, yerel piyasalarda sektörel birleşmelere yönelmeleridir. Yağ ve sabun olarak benzer kategorilerde üretim yapan bu firmaların ulusal düzeydeki büyüme eğilimi politikaları (Unie ve Lever Brothers), Unilever'in kuruluşu sonrasında uluslararası düzeye taşınmıştır.

3.1.1. Unilever Global'in Kuruluşu

Unilever, William Hesketh Lever tarafından kurulan markalı sabun imalatının öncüsü İngiliz *Lever Brothers* firması (sonradan Viscount Leverhulme oldu) ile Hollandalı Margarin *Unie* şirketinin birleşmesi sonucu 1929'da kuruldu.¹⁰⁸

Bir İngiliz sabun firması olan Lever Brothers ile bir Hollanda yağ firması olan Unie'nin tarihsel gelişiminin başarılı bir şekilde sürdürülmesi üzerinde hiç şüphesiz etkili olan faktörlerden belki de en önemlisi her iki ürünün hammaddesinin ilk başlarda yenilebilir yağlardan üretiliyor olmasıdır. Ayrıca her iki ülkenin Avrupa merkezli ülkeler olmaları, ortak bir kültürel mirasa sahip olmaları ve sektörel uyumun söz konusu olması başarılı bir sonuç alınmasının arkasındaki en önemli nedenler olarak görülmektedir.

Unilever'in kuruluşunu sağlayan birleşme, tam Amerikan hisse senedi piyasasının çöküşe geçtiği ve dünya ekonomisinin Büyük Buhran'a teslim olduğu

¹⁰⁸ Jones, a.g.e., s. 9.

1929’lu yıllarda gerçekleşmiştir. Şirketin varlığının ilk on yılı birçok ülkede gelirlerin dibe vurduğu ve işsizliğin tırmandığı bir döneme rastlamasına karşın Unilever ürünleri bu buhrandan pek de etkilenmemekle birlikte beklenenin üzerinde bir yaygınlık kazanmıştır. Çünkü insanların işsiz kalmaları, onları yemekten ve temizlik yapmaktan alıkoymamaktadır. Ayrıca, Nazilerin yurtdışına kâr transferi yapmayı engelledikleri sırada Unilever’in Almanya’daki büyük işletmesi, elde ettiği kârı peynir, dondurma, saç boyası ve nakliye şirketlerine yatırarak, Dünya ekonomik sisteminin çöküşünde, çeşitlilik artışını körüklemek gibi ters bir etki oluşturmuştur.¹⁰⁹

Bu uygulamanın bir benzeri Unilever’in Türkiye’de gerçekleştirdiği ilk yatırımlar sırasında da görülmüştür. Unilever, Türkiye’ye 1952 yılında Türkiye İş Bankası ile kurduğu ortaklıkla (T.İş Bankası Hissesi: % 49 ve Unilever Hissesi: % 51) giriş yapmıştı. Türkiye’de uygulanan yabancı yatırım yasasının kâr transferine getirdiği kısıtlamaların da etkisiyle yatırımlarını yağ sektörüyle sınırlandırmayan Unilever, diğer sektörlerde yeni yatırımlara açılma gereği duymuştur. Türkiye’de yabancı ortaklıklarla ilgili, zamanla yapılan yasal değişiklikler sonrası, T.İş Bankası hissesi % 33’lere düşmüş ve yasal sınırlamaların kalkmasıyla yerli ortak (T.İş Bankası) hisselerinin tamamı satın alınarak Unilever, bir bütün olarak yabancı şirket olma hüviyetine kavuşmuştur.

Günümüzde benzer bir işleyişin Çin ve Hindistan’da söz konusu olduğu ve bu ülkelerde kâr transferinin yasalarla engellendiği ya da sınırlandırıldığı bir yapı ile karşılaşılmaktadır. Bu sınırlamalar global bir takım ekonomist tarafından eleştiri konusu yapılırsa da, Çin ve Hindistan ekonomilerinin her geçen gün daha da büyümesindeki etki gözler önündedir. Gerek ABD ve AB üyesi birçok GÜ, gerek küresel kuruluşlar, gerekse dünya çapında güçlü ekonomik yapıya sahip ÇUŞ’ler, bu kısıtlamaları serbest piyasa koşullarına müdahale olarak görüyor olsalar da Çin ve Hindistan en çok yabancı sermaye çeken ülke sıralamasında ilk sıralarda yer almaktadır. Bu ülkelere yapılan yabancı yatırımların neredeyse tamamına yakınına yakınına gerçekleştiren ÇUŞ’ler, diğer taraftan bu ülkelerle ekonomik ve siyasi işbirliğini her geçen gün daha da artırmaktadırlar.

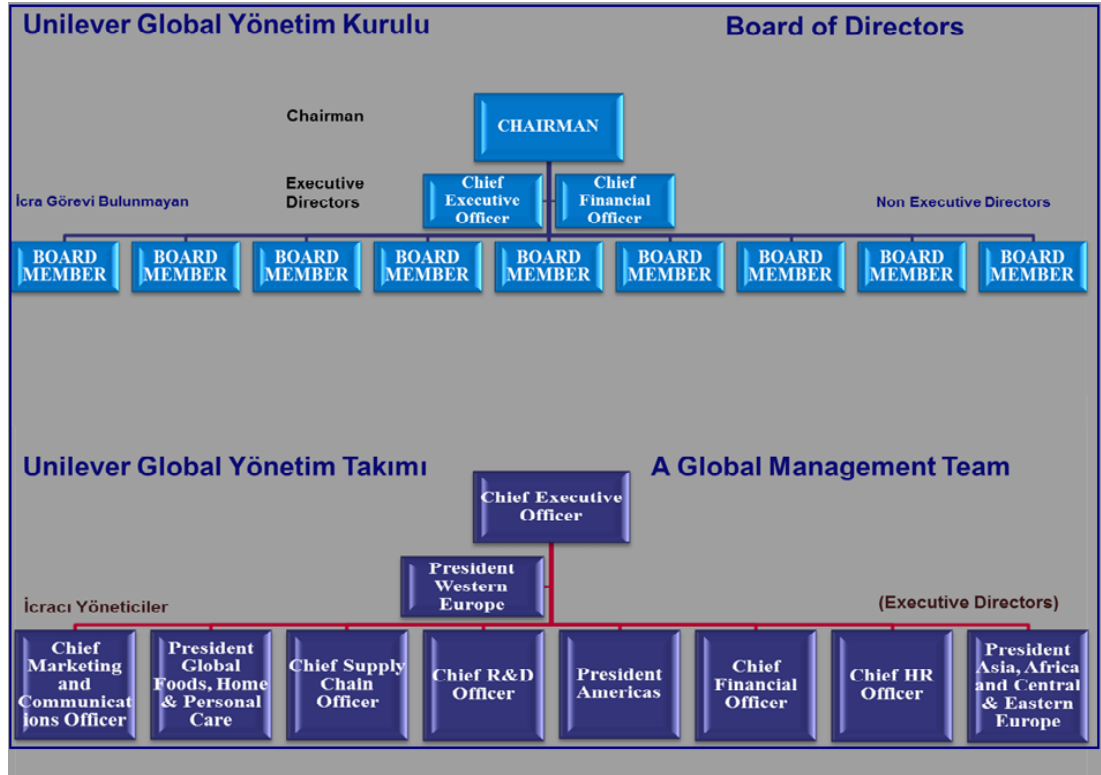
¹⁰⁹ A.e., ss. 9-10.

Ulusal görünümdeki bu şirketlerin uluslararasılaşma ya da yeni tanımıyla küreselleşme girişimleri 1930’lardan günümüze 81 yıldır gelişerek sürmektedir. Ayrıca genel olarak ele alındığında küreselleşmenin günümüzde daha da yaygın bir boyut kazanmasıyla gerçekleşen birleşme ve satın almaların diğer uluslararası şirketlerde de görüldüğü, bu birleşmelerin Batı dünyasında bir gelenek halini aldığı, günümüzde ise GOÜ’lere doğru yön değiştirerek daha da geliştiği görülmektedir.

3.1.2. Unilever Global’in Organizasyon Yapısı

Unilever global’de organizasyon yapısına bakacak olursak, şekil 3.1’de de belirtildiği gibi öncelikle tüm dünya Unilever’lerinin başında yer alan bir başkan bulunmakta ve bu kişi aynı zamanda yönetim kurulunun başı olarak görev yapmaktadır. Başkana karşı sorumlu bulunan genel bir icra direktörü ve icra görevi bulunmayan yönetim kurulu üyeleri bulunmaktadır.

Şekil 3.1: Unilever Dünya 2011 Global Yönetim Organizasyon Şeması



Kaynak: “A Global Management Team”, **About Unilever Presentation**, 20.06.2011, (Çevrimiçi) <http://inside.unilever.com/searchcenter/pages/results.aspx?k=presentation.ppt>, 15 ağustos 2011.

Genel icra direktörü bölgesel icra görevi bulunan direktörlerden raporlanan lokal bilgileri yönetimin başı olarak görev yapan Başkana rapor eder. Bölgesel yöneticilerin altında ise ülke yöneticileri, departman yöneticileri ve diğer üst orta ve alt yönetimler ve çalışanlar sıralanmaktadır. İngiliz-Hollanda ortaklığı olduğu daha önce belirtilen Unilever'in, merkezi İngiltere'nin başkenti Londra'da bulunmaktadır.

3.1.3. Unilever Global'de Gelişme Politikaları

Unilever'in tarihsel gelişimi benzersiz genişlikte bir coğrafi alanı kucakladı. firmanın öncülleri on dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısında yabancı ülkelere yalnızca ürün ihracı yapmakla yetinmeyerek, buralarda fabrikalar kurmaya başlamış olan ilk "Çok Uluslu" şirketler arasındaydı. Hollanda margarin şirketleri yalnızca kendi ülkelerinde değil, aynı zamanda Almanya, Orta Avrupa hatta İngiltere'de bile geniş çaplı bir faaliyet yürütüyorlardı. Lever Brothers ise Avrupa'nın oldukça dışına taşmıştı. 1890'larda firma dış pazara sabun ihracıyla yetinmeyerek, başka ülkelerde fabrika kurmaya da başlamıştı. Britanya İmparatorluğu'nun, Kanada ve Avustralya gibi zengince pazarları başta olmak üzere diğer Avrupa ülkelerinde ve Amerika Birleşik Devletleri'nde fabrikalar inşa edildi. 1909 yılında Japonya'da da bir fabrika açıldı. Hammadde arayışı Lever Brothers'ı plantasyon sahibi ve ticaret firması sahibi olarak Afrika'ya götürdü. Unilever'in öncülleri böylelikle, Birinci Dünya Savaşı öncesinde dünyadaki ilk "*Küresel Ekonomi*"nin oluşmasının önemli katılımcıları arasında yer aldılar; ancak onların uluslararası gelişimi diğer pek çok şirketten farklı olarak, daha sonra yaşanan siyasi ve ekonomik şoklarla kesintiye uğramadı. İki dünya savaşı arasındaki dönemde pek çok ülkenin yanı sıra Hindistan, Tayland, Endonezya, Çin, Arjantin ve Brezilya'da yeni fabrikalar kuruldu. 1930'ların sonunda Unilever'in bu belirgin coğrafi yayılmasıyla boy ölçüşebilecek ne bir ABD firması ne de bir Avrupa firması vardı. Unilever'in iki uluslu yapısının dış şoklara karşı dirençli olduğu görülmüştür. II. Dünya Savaşı sırasında Kıta Avrupa'sını saran Nazi işgali yüzünden, Unilever'in Hollanda ve diğer Avrupa ülkelerindeki işletmeleri, hem İngiliz ortaklarından hem de grubun geri kalanından kopmuş, savaşın sona ermesiyle birlik yeniden kurulmuş ve böylece Unilever, yayılmasını sürdürmüştür.¹¹⁰

¹¹⁰ Jones, a.g.e., ss. 10-12.

Dünyanın en geniş tüketim ürünleri yelpazesine sahip olan Unilever, beslenme, temizlik ve kişisel bakım ürünleri alanında kalite ve hijyeni ön planda tutan ve çok sayıda ürünü portföyünde bulunduran uluslararası bir işletme olma hüviyetine sahip bir kurumdur. Yatırım ve üretime yöneldiği her ülkede tüketime sunduğu ürünlerle insanların kendilerini daha iyi hissetmeleri, daha iyi ve güzel görünmeleri, hayattan daha fazla keyif almalarına katkı sağlamayı amaç edinen Unilever, ürünlerini belirli bir kalite standardında tutmakla birlikte marka ürün ya da marka işletme olma özelliğini de sürdürme çabası içerisindedir.

Unilever, üretim faaliyetlerini belirlerken insanların yaşam biçimlerinin ve yaşam düzeylerinin zamana ve şartlara bağlı olarak değişmesini dikkate alarak, tüketici tercihlerindeki değişimi ve farklı arayışları proaktif bir biçimde ele alıp değerlendirmekte, ürün yenileme veya yeniliklere (inovation) büyük önem vermektedir. Mevcut ürünlerle ilgili ambalaj yenileme, kalite yükseltme, lezzet testleri vb ürün geliştirme çalışmaları yanında portföyüne eklediği yeni ürünlerle de ürün sayısını gün geçtikçe artırmaktadır. Farklı kategoride yer alan ürün portföyü ile bir yandan bireysel tüketimi hedefleyerek her eve girmeye çalışırken, diğer yandan toplu tüketim alanlarına yönelerek sanayi tipi toplu tüketim ürünlerinin kullanımının sağlanmasına da aynı derecede önem vermektedir.

3.1.3.1. Pazar ve Rekabet Politikaları

Unilever, faaliyetlerinin büyük çoğunluğunu üretime yönelik olarak gerçekleştirmektedir. Global açıdan ele alındığında Avrupa merkezli bir işletme olan ve ÇUŞ olma özelliği taşıyan Unilever’de Avrupa piyasası en önemli piyasa olarak göze çarpmaktadır. Avrupa’da gerçekleşen satışların Unilever’in toplam satışlarına oranı 2/3 dolaylarındadır. Diğer kalan satışları ise dünyanın diğer ülkeleri arasında 1/3’lük bir oran olarak dağılım göstermektedir. II. Dünya Savaşı sonrası yıllarda coğrafi anlamda dağılım alanını biraz daha genişleten Unilever, Türkiye, bazı Asya ülkeleri ve Afrika gibi hammadde ve ucuz işgücü temininde zorlanmayacağı piyasalara doğru bir yayılma eğilimi içerisine girmiştir.

Unilever’in sahip olduğu iş çeşitliliği, geniş bir pazar yapıları yelpazesıyla karşı karşıya olduğu ve dünyanın önde gelen tüketim ürünleri şirketlerinin çoğuyla rekabet etmesi gerektiği anlamı da taşımaktadır. Unilever, bazı ürünlerde az sayıda

uluslararası firmanın egemenliğindeki oligopolistik (az satıcılı pazar) pazarlarda faaliyet gösterirken, bazı ürünlerde ise pazarlar ve rakipler ağırlıkla yerel düzeyde kalmıştır.¹¹¹ Ayrıca Unilever faaliyet gösterdiği piyasalarda, sadece aynı kategoride bulunan ürünlerle rekabet etmemektedir. Diğer taraftan ikame değeri olan ürünler de Unilever'in dikkate aldığı rekabet unsurları arasında görülmektedir. Unilever, Lipton markası ile çay pazarındaki rekabeti gözetirken kahve ve diğer sıcak içecek gruplarını da dikkate alarak hareket etmektedir. Benzer şekilde margarinle pazara girdiği bölgelerde tereyağı ile rekabet etmek durumunda olduğunu önceden görmek durumunda kalmaktadır. Dondurma grubunda Algida ile piyasaya girerken açık dondurma ile rekabeti dikkate almaktadır.

Unilever faaliyette bulunduğu piyasalarda tek başına yer almak istemediği gibi bir sonuç ortaya çıkmaktadır. Unilever'de rekabet koşullarının belirlenmesinde zorlu aşamalar tercih edilmektedir. Tıpkı bazı finans kuruluşlarının kriz dönemlerinde uygulamaya koydukları stres testlerine benzer bir şekilde Unilever de güçlü rakiplerle ve yerel ürünlerle rekabete girmekten çekinmediği gibi, yer aldığı piyasalarda uzun vadeli bir kalış planını tercih etmesinden dolayı zorlu aşamalardan geçilebilmiş olmasını tercih etmektedir. Bu aynı zamanda başarı sağlamak için mücadelenin gerekliliğine dayalı bir süreci içermekte ve öngörülen hedefler ulaşılması muhtemel bir sonuç olarak algılanmaktadır. Unilever, ikame değeri olan ürün grupları yanında yerel ve geleneksel yöntemlerle üretilen ürün gruplarını ve diğer profesyonel işletmelerin ürünlerini dikkate aldığı gibi geniş bir zaman diliminde piyasada yer alabileceği muhtemel görünen firma ve ürünleri de dikkate alarak yatırımlarını yönlendirme politikası içerisine girmektedir.

Deterjan, sabun ve diğer kişisel bakım ürünleri ile ilgili olarak piyasanın klasik bir oligopolistik pazar olma özelliği taşıdığı görülmektedir. Her ne kadar belli pazarlarda azımsanmayacak sayıda yerel firmalar varlığını sürdürse de, ***dünya endüstrisine hükmeden dört büyük uluslararası firma ya da ÇUŞ vardır.*** Bunlar; Unilever, Procter&Gamble (P&G), Colgate ve Henkel'dir. 1961'li yıllarda bu dört kuruluşun dünyadaki sabun ve deterjan satışlarının % 60'ını sağladığı tahmin edilmektedir. Aynı yıllarda firma paylarının dağılımında; P&G % 25, Unilever % 22,

¹¹¹ A.e., s. 14.

Colgate % 9 ve Henkel % 4 gibi bir paya sahiptir. Bu firmalara bu ayrıcalıklı konumu sağlayan, üretim, araştırma ve pazarlama alanındaki ölçek ekonomileri nedeniyle pazara girişin zor olmasıdır. Yine bu dönemlerde Unilever toplam piyasa değeri açısından olmasa bile, satış ve istihdam açısından belli başlı uluslararası rakiplerinden çok daha büyüktü. ABD doları rakamlarıyla Unilever'in cirosu, P&G, Colgate, Nestlé, Henkel'in toplam cirosunu aşmaktaydı. Çalıştırdığı işgücü sayısı ise bu dört firma artı Kraft'ın toplamından fazlaydı. Dolayısıyla uluslararası nitelikteki bu firmaların hiç biri rekabet koşulları ve pazar yapıları çeşitliliği yönünden Unilever'le boy ölçüşebilecek durumda değildir.¹¹²

1960 sonrası aynı zamanda dünya ekonomisinde büyüme faktörünün öneminin çok daha iyi anlaşıldığı bir dönemin başlangıcı olması açısından ayrıca önem taşımaktadır. Bu yıllar itibariyle uluslararası sermaye hareketlerinin ulus aşırı hareketinde de gelişmeler hız kazanmaya başlamıştır. Bütün bu hareketlilik kendisi de bir uluslararası işletme ya da ÇUŞ olan Unilever'in büyümesine paralel bir şekilde devam etmiştir. Unilever bu gelişme ve büyüme ile birlikte yeni ürünlerin geliştirilmesi, yeni pazarlara girilmesi ve yeni markaların ürün portföyüne taşınmasını öngören birçok farklı programı uygulamaya koyarak faaliyet sahasını daha da geliştirmiştir.

1970'ler, ekonomik koşullar ve yüksek enflasyon nedeniyle dünya üzerindeki herkes için oldukça zorluydu. Ancak hızlı tüketim malları sektöründe işler özellikle zordu ve büyük perakendecilerin bileği bükülmeye başlamıştı. 1980'lere gelindiğinde Unilever, dünyanın en büyük firmaları arasında bulunuyordu, çekirdek ürün ve markalarına odaklanma kararı aldı. 1990'larda ise ticaret, Merkez ve Doğu Avrupa'ya genişledi. Unilever, ilgisini daha küçük ürün kategorilerine yoğunlaştırarak satışlara liderlik etti.¹¹³

21. yüzyıl, beş yıllık stratejik plan olan 'Büyüme Yolu'nun lanse edilmesi ile başladı. 2004 yılında 21. yüzyıl tüketici ihtiyaçları da göz önüne alınarak oluşturulan canlılık misyonu ile Unilever yönünü daha net bir biçimde iyiden iyiye

¹¹² A.e., s. 15.

¹¹³ "Kuruluşundan Günümüze Unilever", **Unilever Global/Geçmişimiz**, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/aboutus/ourhistory/unileverglobal.aspx>, 08 Ağustos 2011.

belirginleştirmiş oldu.¹¹⁴Bu yıllar itibariyle Unilever portföyünü genişletme politikalarına hız vermeye başlamış ancak bunu yeni markalar hazırlayıp geliştirmek yerine var olan markaları satın alarak geliştirmek ve pazar paylarını artırmak şeklinde bir marka odaklanması içerisine girmiştir. UDY'lerle ilgili literatürdeki tanımıyla şirket satın almaları ve birleşmeler yoluyla gelişme gösteren bir uluslararası sermaye hareketi rolüne bürünmüştür.

3.1.3.2. Üretim ve Satış Politikaları

Unilever'in 1965 yılı sonrasındaki tarihinin ana motifi, sağlam bilgi zemininden tam anlamıyla yararlanma ve başka firmaları satın alarak yeni bilgi kaynaklarına ulaşma yollarını öğrenme mücadelesi olmuştur. Unilever'in sahip olduğu bu derin ve kapsamlı bilginin strateji, örgüt ve şirket kültürüyle örtüşmesi gerektiği gibi, ayrıca bu bilgiyi pazarda rekabet avantajına dönüştürebilecek yöneticilere de gereksinim vardı. Bu gereksinim, değişik ürünler ve ülkeler arasında, farklı stratejiler arasında farklı örgütsel formlar arasında, işe alınacak ve terfi ettirilecek elemanlar arasında kesintisiz kaynak tahsisi tercihlerini de içeriyordu. Bu tercihlerin sonuçları Unilever ürünlerini tüketen milyonlarca insan ve Unilever'in faaliyet yürüttüğü pek çok ülke açısından büyük önem taşımaktadır.¹¹⁵

Unilever'in üretim, satış ve pazarlama faaliyetleri içerisinde henüz yakın bir tarihe kadar ürün markalarıyla firma unvanı arasında bir referans bağlantısına yer verilmemiştir. Piyasada tüketici bakış açısı ile ürünlerin Unilever'e ait olduğuna dair ürün ambalajları üzerinde herhangi bir ibare veya unvan bulundurulmamıştır. Bu daha çok markalara odaklanmayı amaçlayan bir yaklaşım olarak görülüyor olsa da daha başka nedenlerin bulunma ihtimali de söz konusudur –ki bu durum Türkiye Unilever başlıklı bölümde ayrıca incelenecektir.

Bugünün Global Unilever'i, 120'den fazla ülkede yatırım faaliyeti bulunan, 180 ülkeyle doğrudan ticari ilişkileri bulunan ve ürünleri satılan, 163.000 kişiye iş imkânı sağlayan ve her gün dünyada 2 milyardan fazla insanın kullandığı ürünlerin üreticisi ve bundan çok daha fazlasıdır. Bulduğu ülkelerin manevi ve kültürel değerlerine saygılı olan ve kendini "çok-uluslu – yerel" bir şirket olarak tanımlayan

¹¹⁴A.e.

¹¹⁵ Jones, a.g.e., s. 21.

Unilever, sosyal sorumluluk projelerine yılda ortalama 90 milyon Euro ayırmaktadır.¹¹⁶

Dünyadaki yıllık cirosuyla 45 milyar €'yu aşan ve gelecek 10 yıllık dönem içerisinde bu ciroyu 80 milyar €'ya çıkarmayı hedefleyen Unilever, dünyanın gelişmekte olan en büyük hızlı tüketim ürünleri şirketlerinden biri olma özelliği taşımaktadır. Global 500 firma sıralamasında 60. sırada bulunan Unilever'in, global ölçekte tedarikçilere ödediği yıllık tutar 25-30 milyar € aralığındadır. Dolayısıyla tedarik kaynakları böylece yatırımlara ev sahipliği yapan ülkeler açısından büyük önem taşımaktadır. Yatırım yapılacak ülkelerdeki hammadde kaynakları, düşük maliyetli ve nitelikli işgücü taleplerinin karşılanması, enerji ihtiyaçlarının karşılanması, ulaşım, haberleşme ve alt yapı tesislerinin yatırımları karşılayacak seviyede bulunması uluslararası yatırımcıların önemle üzerinde durdukları konular olarak ele alınmaktadır.

3.1.3.3. Ulus Ötesi Yatırım Politikaları

Unilever'de üretilen malların zorunlu tüketim malları kapsamında bulunması, tüketim alışkanlıklarında toplumsal özelliklerden kaynaklanan bazı farklılıklar olsa da tüketilen malların aynı mallar olması ve insanların tüketime eğilimli olması dikkate alındığında, Unilever'in başarısının temel dayanağı da ortaya çıkmış olmaktadır. Bütün bu yaklaşımlarla birlikte kalite güvencesine verilen önem, inovasyon ve tüketici tercihleri dikkate alınarak farklı kategorilerde tüketicilere bol seçenek sağlanması başarının bir başka nedeni olarak açıklanmaktadır.

Unilever, yatırım yapmayı planladığı ülkelerle ilgili farklı açılardan yapılan piyasa araştırmaları, tüketici alışkanlıkları, rakip firma faaliyetleri ve diğer açılardan bilgi sağlanmasını öncelikli hedefleri arasında tutmaktadır. Ayrıca herhangi bir ülkede doğrudan yatırıma geçmeden önce o ülkede ticari faaliyetler yoluyla tüketiciye ulaşma politikası söz konusudur. Uzun vadeli ve kalıcı hedefler doğrultusunda yapılan bu ticari faaliyetlerin piyasanın yeterince tanınması sonrasında doğrudan yatırıma dönüştürülmesi ise süreklilik açısından önem taşımaktadır. Unilever'in, belirli bir süreç sonrasında yatırıma yönelmesi aynı zamanda bir yatırım

¹¹⁶ "Unilever Türkiye Tarihçesi", **Unilever Türkiye**, 18.07.2010, (Çevrimiçi) http://www.unilever.com/http://inside.unilever.com/region/AAC/Turkey/Pages/TR_PO_OurStory, 09 Temmuz 2011

aktörü olma özelliğini de ortaya koymaktadır. Uluslararası ticaretin yaygın olduğu günümüz dünyasında yatırım ağırlıklı politika izleyen uluslararası firmaların, her ne kadar buldukları ülkeler açısından yarar sağlayıcı faaliyetleri söz konusu olsa da kendilerinin büyüme ve gelişmesi bakımından pozitif sonuç elde ettikleri görülmüştür. Devletin piyasaya müdahalesi, iç piyasayı korumaya yönelik gümrük duvarları, teşvikler, yatırım indirimleri, muafiyetler, yerli işletmelerle birlikte doğrudan yatırımlarda bulunan yabancı işletmeleri koruyucu etkilere de yol açmaktadır.

Unilever'in ilk denizaşırı yatırımlarından birisi de 1970'lerden itibaren dünyanın ikinci büyük ekonomisi konumuna yükselen Japonya'da yer almaktaydı. Lever Brothers 1913 yılında bu ülkeye yatırım yapan ilk ÇUŞ'lerden biri olsa da 1920'lerde kurduğu bu işletmeyi satmak zorunda kalmıştır. 1947 yılında işgal altındaki Japonya'ya bir yönetici göndermiş ancak bir yağ çıkarma ve rafine etme tesisinin sahibi Hohnen Oil ile ortaklık kurduğu güne kadar ortaklık adayları ve Japon hükümeti ile yirmi yılı aşkın süren görüşmeler yapmıştır. Çünkü Japon hükümeti bütün yabancı yatırımcıları, lisans haklarını yerli kuruluşlara vermeleri ya da yerli şirketlerle ortaklık yapmaları için ikna etmeye çalışmaktadır. Dolayısıyla Unilever, aradan geçen bunca zamana karşın bir yirmi yılı da zarar ederek geçirmiştir. Bütün bu çabalara karşın kâr'a geçemeyişinin ardında, Japon hükümetinin promosyonları yasaklaması, rakip firmadan ayrılan birinin işe alımının yasaklanması, firma satın alma işlemlerinin yasaklanması gibi korumacı tedbirler etkili olmuştur. Hohnen-Lever olarak faaliyet gösteren firma, Rama yağı ile % 20'lik bir ciroya ulaştıysa da, Japon rakiplerinin Unilever'in teknolojik önderliğini yakalayıp, yeni markalar çıkarmaları üzerine, bu oran üç yıl içinde % 8'e düşmüştür. Bu nedenle Unilever Japon piyasasında büyük paralar harcamaya pek hevesli değildir. Unilever, Asya'da bulunan Endonezya ve Hindistan gibi eski sömürgelerinde kendini gayet rahat hissetmekteydi. Buna rağmen Japonya'dan da çekilmeyen Unilever'in, özellikle GOÜ'lerde, siyasi ve ekonomik koşullar sıkıntıya yol açsa da, tüketicilerin eninde sonunda Unilever'in ürettiği ürünleri satın almak isteyeceği inancıyla, varlığını devam ettirebilecek bir güven ve esnekliğe sahipti.¹¹⁷

¹¹⁷ Jones, a.g.e., ss. 126-127.

Denizaşırı Unilever yatırımları tabii ki sadece Japonya ve bazı Asya ülkeleri ile sınırlı değildi. United Africa Company (UAC), Avustralya gibi ülkeler de Unilever'in denizaşırı yatırım yaptığı ülkeler olmakla birlikte en kârlı yatırımlarının yer aldığı ülkeler olma özelliği de taşıyorlardı.

1970'li yıllar itibariyle UAC ve Denizaşırı pazarlar, Avrupa ile Kuzey Amerika'ya kıyasla olağanüstü bir kârlılık düzeyi yakalamışlardır. 1976 yılında Unilever yönetim kuruluna sunulan raporda, Unilever'in geçimini denizaşırı ülkeler ve UAC'den sağladığı belirtilmiştir. Bu yüzden Unilever, kârının önemli kısmını GOÜ'lerden temin eden, sıra dışı bir büyük Batılı tüketim maddeleri imalatçısı olup çıkmıştı. Gerçekten de, 1970'li yıllarda çoğu ülkesi siyasi ve ekonomik istikrarsızlıkla çalkalanan Afrika'da büyük ve kârlı bir iş faaliyeti sürdürebilen ender bir Batılı şirket örneğiydi. O tarihte Unilever, Avrupa ile ABD dışındaki toplam cirosunun 3/5'ini Nijerya'da gerçekleştiriyordu. Böylece UAC Unilever'in en kârlı parçası olmuştu. Avrupa'daki şirketleri zarar ederken 1975'lerde UAC yılda % 19 kâr elde etmekte ve Avrupa'ya 40 milyon pound kâr transferi yapmaktaydı. Bunun sonucunda UAC'ye Avrupa'ya “geri yatırım yapma” izni verildi. Böylece eski Afrika ve Asya sömürgelerinde faal durumdaki pek çok Avrupalı ticaret şirketi de aynı stratejiyi izlemeye başlamıştır.¹¹⁸

Unilever uzun yıllar süresince tüketim malları dışında Nordse balık restoranları zinciri işletmeciliği, bira ve tekstil imalatı, lojistik hizmetleri, Caterpillar'ın dünyadaki en büyük dağıtıcısı, bazı kimyasallar ve balıkçı gemileri gıda, deterjan, kişisel bakım ürünleri, dondurma ve dondurulmuş gıdalar v.b. birçok farklı sektörde faaliyette bulunmuştur. 1986'lı yıllarda Ponds ve Vaseline, 1989 yılında Elizabeth Arden ve Calvin Klein gibi markalar da Unilever tarafından satın alınmış olsa da zaman zaman bu grupların yeniden satılması söz konusu olmuştur.

1990'lara gelindiğinde Unilever'in yeniden bir yapılanma ya da yenilenme çabası içerisinde girdiği görülmektedir. Bu yenilenme çabaları belirli grup ve belirli kalemlere yönelik bir çalışmadan ibarettir. Çünkü bu dönemde Gıda, Deterjan, Kişisel Bakım ve bazı Kimyasallar Unilever cirosunun % 90'lara varan kısmını oluşturmaktadır. Bu nedenle bu gruba yönelişle birlikte kâr ve fayda sağlamayan

¹¹⁸ A.e., ss. 117-118.

ürünlerin portföy dışı bırakılması yeni şirket politikası olarak benimsenmiş ve hedeflenen hâsılanın altında kalan bazı mamul grupları tasfiye edilmiştir.

Unilever'in Avrupa'daki faaliyetleri hâlâ rakiplerine kıyasla daha yüksek maliyetli ve daha düşük kâr marjlı olarak yürümektedir. Bunun en büyük nedeni ise Unilever'in uluslararası rakiplerinden daha düşük bir performansla çalışmasından kaynaklanmaktadır. Unilever belli pazarlarda ve ürünlerde Pazar payı ve performansa özen gösteren bir yapı içerisinde gibi görünse de firmanın bütününe rakipleriyle karşılaştırdığında çok daha farklı sonuçlar elde etmiştir. Bilgi tabanından daha etkin yararlanma, elverişsiz iş alanları ve boşa harcanan zaman, uygun firmaları belirleme, satın alma ve özümseme yeteneğinde belirgin bir artış görülse de performansla ilgili sıkıntılar hâlâ devam ediyorken, diğer taraftan marka bolluğu ve aşırı ürün çeşitliliği uzunca bir zaman sürdürülmüştür. Unilever, inovasyonları pazarlanabilir ürünlere dönüştürmekte yeterli başarı sağlayamamış ve değişim ağır bir şekilde ilerlemiştir. İşletmenin bünyesinde sayısız yenilikçi ve girişimci eleman bulunmasına karşın, şirket kültürü, inovasyon ve girişimciliğin önünün tam anlamıyla açılmaması, Unilever'de başarının sağlanması için henüz yapılacak daha çok şey olduğunu ortaya koymaktadır.¹¹⁹

Unilever Dünya ile ilgili 2010 yılsonu kayıtları aşağıda belirtilmiştir.

- Unilever, *180 ülkede her gün 2 milyar kişinin gıda, ev ve kişisel bakım ihtiyaçlarına* cevap vermektedir.
- Unilever'in *2010 yılı toplam satış cirosu 44,3 milyar Euro*'dur.
- Unilever, *2010 'da % 6 tonaj* olmak üzere *% 11 büyüme* sağlamıştır.
- Unilever, *163.000 çalışanı* istihdam etmektedir.
- Unilever, Global *fabrika sayısını 264*'lere çıkarmıştır.
- Unilever, *Dünya En Sürdürülebilir 100 Şirket arasında 7. sıradadır.*¹²⁰

¹¹⁹ A.e., ss. 134-169-170.

¹²⁰ "Unilever Sürdürülebilir Yaşam Planını Açıkladı", **Unilever Türkiye'de Sürdürülebilirlik**, 28.12.2010, (Çevrimiçi) <http://www.haberler.com/unilever-surdurulebilir-yasam-planini-acikladi-2441735-haberi/>, 12 Temmuz 2011.

3.1.3.4. Unilever Global’de Finansal Performans

Unilever, çoğunlukla doğrudan yatırımda bulunmakla birlikte 180 ülkeyle olan ticari ilişkileri nedeniyle uluslararası birikim, deneyim ve kazanımları dolayısıyla globalde, UDY’lerle ilgili analizlerin yapılmasında en etkili model şirket olma özelliği taşımaktadır. Değişik ülke yatırımlarında çoğunlukla o ülke vatandaşlarının istihdam edilmesi, üst yönetim ve ara yönetim olarak yine o ülke vatandaşlarının çoğunluğu oluşturduğu, bölgesel yönetimler ve uluslararası alanda istihdam edilen yönetim adaylarının farklı ülkelere ait çalışanlar olması, model olma özelliğini daha da zenginleştirmektedir.

2011 yılı ortalarında Unilever’in icradan sorumlu başkanı Paul Polman’ın Türkiye ziyaretinde, globalde Unilever’in cirosunu iki katına çıkarma hedefinde olduğu ve bu artış hedefi ile gerçekleşecek büyüme rakamlarıyla Türkiye’nin de Unilever’le birlikte bir büyüme gerçekleştireceği doğrultusunda ifadelerde bulunmuştur. Ayrıca Unilever globalin 2010 yılı kârının ise iki toplam Unilever Türkiye büyüklüğünde olduğu da bu ziyarette dile getirilmiştir. Unilever’in, Türkiye’yi bir yönetim üssü olarak da değerlendirdiği, Rusya dâhil 750 milyon nüfuslu bölge ülkelerinin yönetiminin aynı zamanda *Unilever’in Asya, Afrika, Orta ve Doğu Avrupa başkan yardımcılığını yürüten* ve *Unilever Türkiye CEO’su* olarak görev yapan İzzet Karaca’ya bağlanacağı da bu ziyaret sırasında Bay Paul Polman tarafından ifade edilmiştir.

Unilever Global’in dünya çapında gerçekleşen yıllık satış cirosu, büyüme oranı ve kârlılık analizini içeren finansal performansı tablo 3.1’de yer almaktadır. Tabloda yer alan bilgilere göre 2004-2010 arası yıllarda Unilever globalin toplam satış cirosu; 2004’te 37,2, 2005’te 38,4, 2006’da 39,6, 2007’de 40,2 ve 2008’de 40,5 olarak yatay bir seyir izlerken, 2009’da global krizin de etkisiyle bir miktar düşerek 39,8 milyar €’ya gerilemiş, ancak 2010 yılında % 11 düzeyinde bir büyüme oranıyla 44,3 milyar € olarak gerçekleşmiştir. 2011 yılı ile ilgili beklentiler, 47 milyar € dolaylarında bir genel ciroya ulaşılacağı doğrultusundadır. Unilever’de kriz sonrası gerçekleşen % 11’lik artış, ümitlerin yeniden tazelenmesine yol açmış ve ileriye dönük hedefler revize edilerek 2020’li yıllarda günümüz rakamlarının iki katına çıkmasına yönelik 80 milyar €’luk bir hedef belirlenmiştir.

Tablo 3.1: Unilever Globalde Finansal Performans

Unilever finansal performans							
Toplam Unilever	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Genel Satış Büyüme Oranı (%) <i>Underlying Sales Growth</i>	0,7	3,4	3,8	5,5	7,4	3,5	4,1
Toplam Ciro (Milyar €) <i>Turnover (€ billion)</i>	37,2	38,4	39,6	40,2	40,5	39,8	44,3
İşletme (Faaliyet) Kârı (Milyar €) <i>Operating Profit (€ billion)</i>	4,0	5,1	5,4	5,2	7,2	5,0	6,3
Yatırım Öncesi İşletme Kârı <i>Operating Profit Before RDI's (€ billion)</i>				5,8	5,9	5,9	6,6
Net Kar** (Milyar €) <i>Net Profit (€ billion)</i>	2,7	3,3	3,7	4,1	5,3	3,7	4,6
İşletme Faaliyetleri net nakit akışı (Milyar €) <i>(Net cash flow from operating activities-€ billion)</i>	5,5	4,4	4,5	3,9	3,9	5,8	5,5

*** Restructuring, disposals and one-off items**
**** Continuing operations**

Kaynak: “Unilever Global Financial Performance”, **About Unilever Presentation**, 20.06.2011, (Çevrimiçi) <http://inside.unilever.com/searchcenter/pages/results.aspx?k=presentation.ppt>, 15 ağustos 2011.

Unilever'in, Türkiye'deki doğrudan yatırım faaliyetleri 60 yıl öncesine dayanmaktadır. Unilever, tüm dünyada sürdürdüğü yatırım atağıyla, küresel pazar etkinliğini ve payını her geçen gün daha da artıran bir ÇUŞ olma özelliğiyle Türkiye'deki ilk yatırımını 1953 yılında gıda alanında gerçekleştirmiştir. Üretimde bulunduğu kategoriler itibariyle kendisini ve ürün portföyünü sürekli yenileyen çizgisiyle faaliyette bulunduğu her ülkede tüketicilerin beğenilerini kazanan ve tüketici tarafından tercih edilen markalar üreten Unilever, gıda, dondurma, deterjan, kişisel bakım ve ev bakım ürünlerinin yanı sıra profesyonel ürünlerle de toplu tüketim işletmelerinin vazgeçilmezi olma özelliği taşımaktadır.

Turistik işletmeler, yemek fabrikaları, okullar, fırın, pastane, özel ve kamu kuruluşları ve daha birçok alanda faaliyet gösteren toplu tüketim yerlerine yönelik

faaliyetlerini, profesyonel ürünler adı altında farklı bir kategori olarak gruplandıran Unilever, bu sektörün Türkiye’de gelişmesinde oldukça önemli bir rol oynamıştır.

3.2. UNILEVER TÜRKİYE: KURULUŞ VE GELİŞME POLİTİKALARI

Çalışmanın bu bölümünde, UDY’lerin dünyada ve Türkiye’deki başarılı bir örneği olarak görülen Unilever’in, Türkiye tarihi ve Türkiye ekonomisi üzerindeki etkileri ele alınarak bu doğrultuda inceleme ve değerlendirmeler yapılacaktır.

3.2.1. Unilever Türkiye’nin Kuruluşu ve Gelişmesi

1950’lerde Türkiye’de baş gösteren yağ sıkıntısını aşmak için yapılan çalışmaların devam ettiği süreç içerisinde, Uzakdoğu gezisinden dönerken İstanbul’a uğrayan bazı Unilever yöneticilerinin yaptıkları görüşmeler sonucu, Unilever Türkiye’nin kuruluşuna yönelik hazırlık çalışmalarına başlanmıştır.¹²¹ Unilever ile Türkiye İş Bankası arasındaki ortaklıktan oluşan ve Unilever’in Türkiye’deki ilk yatırımı olma özelliği de taşıyan Bakırköy yemeklik margarin fabrikasının açılışı, 31 Ocak 1953 yılında dönemin Cumhurbaşkanı Celal Bayar tarafından yapıldı. Böylece yağ sıkıntısının aşılmasına yönelik ilk girişimlerden sayılan bu fabrikada, üretilen ilk yağ markası olan Vita yemeklik margarin, lezzetinin yanı sıra üzerinde UN-İT yazılı sarı teneke kutusuyla da milyonlarca Türk tüketicisinin tebessümle bir nostalji olarak andığı bir marka olarak kalmıştır. Vita margarin, teneke kutusunun, saksı olarak kullanılıp çiçek yetiştirilmesi, çocukların oyuncakları arasında yer alması, su depolamak için evlerde su kabı olarak kullanılması, bahçe sulamalarında, inşaat alanlarında ve daha birçok noktada bugüne kadar belki de hiçbir markaya nasip olmamış özellikte bir ayrıcalığa sahip ilk marka olmuştur.

Vita, ’Urfa ve Trabzon tipi yağlar ile zeytinyağının kullanıldığı ama bunların da ülkeye yetmediği’ bir dönemde Sana ile birlikte piyasaya sunulmuş ama Sana’nın da zor bulunması, bulunsa da pahalı olması nedeniyle kadınların gözdesi haline gelmişti. Vita, öyle büyük ilgi gördü ki, jenerik marka haline geldi ve yıllar boyu margarinlerin ortak adı oldu... Reklamlarında Türk sanat müziğinin ünlü

¹²¹ “Aymar’ı Ayağa Kaldırdı”, **Vatan Gazetesi**, 11.01.2010, (Çevrimiçi) http://haber.gazetevatan.com/Aymari_ayaga_kaldirdi/281190/2/Haber, 12 Temmuz 2011.

seslerinden Güzide Kasacı meşhur kahkahası eşliğinde yemekler pişirirdi. Vita'nın, Türkiye'de bu denli tutması üretici şirket Unilever'in yöneticilerini de şaşırtmış ve grubun tarihçesinde yerini almıştır. 1970'te grup, "İlk defa Sana üretimi, Vita üretimini geçti!" notunu düşmüştür;¹²²

Dünyanın en büyük hızlı tüketim ürünleri şirketlerinden biri olan ve Türkiye'deki faaliyetlerini 1950'lerden beri başarılı bir şekilde sürdüren Unilever, insanların kendilerini iyi hissettirmelerine, iyi görünmelerine ve hayattan daha fazla keyif almalarına yardımcı olan markalarla günlük hijyen, beslenme ve kişisel bakım ihtiyaçlarını, sağlanan faydanın maksimum seviyede tutularak karşılanmasını amaçlamaktadır.¹²³ Tüm dünyada sürdürdüğü yatırım atağıyla, küresel pazardaki etkinliğini ve payını sürekli arttırarak, üretim yaptığı kategorilerde her zaman yenilikçi bir çizgi izleyen Unilever, gıda, dondurma, ev bakım, kişisel bakım ve profesyonel gıda sektörlerinde faaliyet göstermektedir.

Türkiye'de ilk doğrudan yatırımlarını yaklaşık 60 yıl önce yaparak, izlediği politikalarla uluslararası birikimini portföyünde bulunan ürünlere yansıtan ve tüm ürünlerinde lider marka konumunda bulunan Unilever, Türkiye ekonomisine de önemli katkılar sağlamıştır. Türkiye'de; Omo, Rinso, Yumoş, Domestos, Cif, Elidor, Dove, Signal, Clear, Rexona, Lux, Axe, LifeBouy markaları altında ev ve kişisel bakım ürünleri üretim ve pazarlamasını sürdüren Unilever, Türk gıda ve dondurma sektörlerinde Knorr, Sana, Lipton, Calve, Becel, Algida, Ben&Jerry's, Carte D'or, Cornetto, Magnum ve Max markaları altında margarinden hazır çorbaya, çaydan dondurmaya kadar çok geniş bir ürün portföyü ile hizmet vermektedir.

Dünya'da 115 ülkede yatırım yapan ve yaklaşık 180 ülkeyle ticari faaliyetlerini sürdüren Unilever'in, legal çalışma alanları dışına çıkmadan tüm faaliyetlerinde yasal mevzuata uyumlu bir profil çizmesi ve özellikle kayıt dışı çalışan firmalarla iş yapmama veya tedarik anlaşmalarını bu hassasiyetle belirlemesi, örnek bir UDY olarak incelenmesini gerekli kılmaktadır. En kritik dönemlerde dahi piyasalarda ortaya çıkan dalgalanmalardan etkilense de büyüme hedeflerini planlanan düzeyin üzerinde gerçekleştiren Unilever, Türkiye'de yerleşik firmalar

¹²² A.e.

¹²³ "Unilever'i Tanıyalım", **Unilever Türkiye Hakkında**, (Çevrimiçi) http://www.unilever.com.tr/aboutus/introductiontounilever/?WT.LHNAV=Unilever'i_Tan%C4%B1yal%C4%B1m, 12 Temmuz 2011.

veya yerli yatırımlar ve özellikle de KOBİ'ler açısından örnek alınabilecek yapıda bir model oluşturma özelliği taşıyan bir yabancı işletme hüviyeti ve ayrıcalığına sahiptir.

Unilever Türkiye, Algıda dondurma grubu da dâhil olmak üzere 20 farklı ülke ile ilgili faaliyetlerini Türkiye'de ve İstanbul merkezli olarak yürütmektedir. Unilever Türkiye CEO'su İzzet Karaca'nın aynı zamanda Unilever'in Asya, Afrika, Orta ve Doğu Avrupa başkan yardımcılığını yürütüyor olması, Unilever'in Türkiye'ye verdiği önemi ortaya koymasından dolayı ayrıca önem taşımaktadır. Unilever Türkiye, bölgesinde Unilever için bir üretim, ihracat, lojistik ve bölgesel bir yatırım üssü rolü de üstlenmiş durumdadır. Unilever'in faaliyette bulunduğu birçok bölgede hizmet verici konumunda bulunan Türkiye, bölge ülkeleri ile ilişkilerini böylece her geçen gün daha da geliştirmektedir.

Unilever Türkiye, Global yönetim tarafından bir merkez üssü olarak görülmekle birlikte, birçok bölge ülkesinin yönetim merkezi olarak da değerlendirilmektedir. Türkiye ile birlikte İran, İsrail ve Orta Asya ülkelerinin yönetim merkezi uzun yıllardan beri Türkiye'de bulunmaktadır. Bu ülkelerde henüz üretime geçilemeyen sektörlerdeki ürün ihtiyaçları Türkiye'den karşılanmakta ve böylece Türkiye aynı zamanda bir ihracat üssü konumunda değerlendirilmektedir. Türkiye'nin bölgesindeki stratejik öneme sahip konumu, diğer uluslararası sermaye şirketleri tarafından da ilgiyle izlenerek diğer ÇUŞ'ler tarafından da benzer yapılanmalar hayata geçirilmektedir. Ağustos 2011 itibariyle Türkiye'den yönetilen ülke sayısı, Rusya dâhil 11'den 36'ya çıkmış, bu ülkelerdeki toplam nüfus ise 250 milyon iken 750 milyona çıkmıştır.¹²⁴

Unilever'in Türkiye'deki yatırımlarının başlangıç tarihi olan 1952'lerden günümüze kadar gerçekleştirdiği yatırım evreleri tarihsel kronoloji içerisinde tablo ve grafiklerle ilerleyen bölümlerde ele alınacaktır.

3.2.2. Unilever Türkiye'de Örgütsel Yapı

Unilever'in organizasyon şemasında yer alan bilgiler doğrultusunda Türkiye yapılanmasının başında, yönetim kurulu başkanı ve aynı zamanda Türkiye CEO'su

¹²⁴ Paul Polman, "Unilever, Türkiye'yi Rusya da Dâhil Toplam 750 Milyon Nüfuslu 36 Ülkenin Yönetim Merkezi Yaptı", 22.08.2011, (Çevrimiçi) http://inside.unilever.com/region/AAC/Turkey/Pages/TR_HO_PaulPolman.aspx, 25 Ağustos 2011.

konumunda bir başkan bulunmaktadır. Unilever'in Türkiye CEO'su şekil 3.2'de belirtildiği gibi ayrıca Unilever globalde Asya, Afrika, Orta ve Doğu Avrupa başkan yardımcılığı görevini de sürdürmektedir. Daha önce 12 ülke yönetimine bağlı 250 milyon nüfusun yönetimi Türkiye'ye bağlıyken, Ağustos 2011 itibariyle Unilever icra direktörleri başkanı ve global yönetim başkan yardımcısı Polman'ın açıklamalarında belirttiği Rusya Orta Doğu, Kuzey Afrika ve Orta Asya ile birlikte Kafkasya'da bulunan 36 ülke ve bu ülkede yaşayan 750 milyon nüfusun yönetim merkezinin de Türkiye olması kararlaştırılmıştır. 36 ülke yönetiminin bağlı olduğu Unilever Türkiye merkez yönetim ve organizasyon şeması şekil 3.2'de ele alınmıştır.

Şekil 3.2: Unilever Türkiye Yönetimi Organizasyon Şeması



Kaynak: “Unilever, Global Yönetim Organizasyon Şeması”, **Unilever Eğitim ve Organizasyon Slaytları**, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr>, 28 Ağustos 2011.

Unilever Türkiye’de, yönetim kurulu başkan ve üyelerinin görev ve sorumluluk alanları ise aşağıda belirtildiği şekildedir;

İzzet Karaca, Unilever Türkiye CEO’su ve Yönetim Kurulu Başkanı, Unilever Asya, Afrika, Orta ve Doğu Avrupa Başkan Yardımcısı,

Ivar Blanken, Finanstan Sorumlu Başkan Yardımcısı, Unilever Türkiye, İsrail, İran ve Orta Asya,

Lennard Boogaard, İnsan Kaynakları Başkan Yardımcısı, Unilever Türkiye, Orta Asya, Kafkasya ve İran,

Nihal Temur, Tedarik Zinciri Başkan Yardımcısı, Unilever Türkiye, İsrail, Orta Asya ve İran,

Cem Tarık Yüksel, Satış ve Müşteri Geliştirmeden Sorumlu Başkan Yardımcısı, Unilever Türkiye,

Mustafa Seçkin, Gıdadan Sorumlu Başkan Yardımcısı, Unilever Türkiye,

Önder Arsan, Unilever Foodsolutions Türkiye, Orta Asya, Kafkasya ve İran Genel Müdürü,

Zeynep Yalım Uzun, Ev ve Kişisel Bakımdan Sorumlu Başkan Yardımcısı, Unilever Türkiye,

Ziya Domaniç, Unilever Orta Asya & İran Genel Müdürü ve

Gökhan Saraç ise Hukuk Direktörü Unilever Türkiye, İran ve Orta Asya olarak yer almaktadırlar.

Unilever Türkiye organizasyon şemasında yer alan üst düzey yönetici profilinde özellikle isim belirtilmesiyle, aynı zamanda işletme başarısının arkasında ülke insanının bulunmasının ortaya konulması amaçlanmıştır. Şekil 3-3'te belirtilen yönetim kurulu başkan ve üyeleri içerisinde yalnızca finans ve insan kaynaklarından sorumlu yöneticilerin yabancı oluşu ve diğer yöneticilerin tümünün Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı oluşu, dış kaynaklara duyulan ihtiyacın ağırlıklı olarak sermaye birikimine olan bağımlılıktan kaynaklandığını da ortaya koymuş olmaktadır.

Türkiye'de adeta uluslararası bir yönetim okulu olan Unilever'in, insan kaynaklarındaki liderlik anlayışı, 60 yıllık tarihindeki bilgi birikimi, devreye alınan modern sistemler ve başarılı performans sonucunda yetiştirdiği Türk yöneticiler, tüm dünyada giderek tercih edilir duruma gelmiştir. Bugün itibarıyla, gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkede sayıları 50'yi aşan Türk yöneticiler 10'dan fazla ülkede orta-üst düzeyde görev yapmakta ve üst düzey Türk yönetici talebi her geçen gün artmaktadır. Böylece talebi karşılamak amacıyla Unilever Türkiye, "küresel lider" yetiştirme programını da hayata geçirmiş bulunmaktadır.¹²⁵

Bölgede Türkiye merkezli bir yapılanmaya gidilmesi, bölge yönetiminin Türkiye'de olması ve 36 ülke yönetiminin Türkiye'ye bağlı bulunması, Türkiye'nin geleceğin yönetim ve yatırım üssü olarak görülmesi olarak değerlendirilmektedir.

¹²⁵ "Unilever Türkiye Tarihçesi", **Unilever Türkiye**, 18.07.2010, (Çevrimiçi) http://inside.unilever.com/region/AAC/Turkey/Pages/TR_PO_OurStory.aspx, 13 Temmuz 2011.

Unilever Türkiye’de 2010 yılı sonunda gerçekleşen bazı göstergeler;

- *Unilever Türkiye, 2010 itibariyle 5013 çalışanı* doğrudan istihdam etmiştir,
- *Unilever Türkiye’de 2010 yılı itibariyle fabrika sayısı 7’ye* ulaşmıştır.
- *Unilever Türkiye’de 2010 yılı satış cirosu 3,1 milyara* ulaşmıştır.
- *Unilever Türkiye’de 2010 yılı ihracatı 131 milyon \$* ile Unilever global içerisinde çok önemli bir yere sahiptir.¹²⁶

3.2.3. Unilever Türkiye’de İnsan Kaynakları Politika ve Uygulamaları

Bir ülkenin en değerli sermaye stoku, o ülkenin nüfusu ve nüfusun nitelikli yapısıdır. Bu yapı sağlam temeller üzerine kurulmadığı sürece istikrarlı bir gelişme sağlanması çok zordur. Ülke nüfusuna yapılacak maddi ve manevi yatırımlara işlerlik kazandırılması ölçüsünde ona yüksek verim sağlanacak alanlar da açılmış olacaktır. Beşeri kaynaklar en değerli milli varlık olmak yanında, kalkınmanın da en önemli sürükleyici faktörü olarak görülmektedir. Dolayısıyla, Bu potansiyelin eğitim yoluyla en geniş ölçüde değerlendirilerek kalkınmanın hizmetine verilmesi esas alınmalıdır.¹²⁷

Unilever, Türkiye’de “Personel Yönetimi”nden, “İnsan Kaynakları”na (İK) dönüşümün kavramsal olarak temelini atan ilk işletmelerdendir. Unilever, 2009 yılına kadar kendi bünyesinde sürdürdüğü bir takım İK işlemlerini, “Accenture” firmasına devretmiştir. Accenture’ın devraldığı işlemler arasında personel alımında ilk karşılama ve ilk mülakat uygulamaları, personel bordro işlemleri, yıllık izin takip sistemi gibi işler yer almaktadır. Ancak zamanla, IT sistem ve bilgi destek üniteleri ile İK hizmeti sağlanması ve bu noktada da bazı işlemlerin devralınması çalışmaları bu alanı daha da genişletmiştir.

Unilever Türkiye’de sağlanan bu değişim, Hollanda’dan başlayarak diğer ülkelere yayılan İK yönetimindeki değişiklik, bordrolama ve mülakat gibi hizmetlerin outsources edilmesini ve şirkette “danışmanlık” sisteminin başlamasını

¹²⁶ “Unilever Türkiye 2010 Sürdürülebilirlik” Raporu, **Unilever Türkiye’de Sürdürülebilirlik**, İstanbul, 2011, (Çevrimiçi) http://www.unilever.com.tr/Images/2010%20s%C3%BCrd%C3%BCr%C3%BClebilirlik%20raporu_tcm93-273301.PDF, 15 Temmuz 2011.

¹²⁷Çetin, a.g.t., s. 72.

içermektedir. Daha önce Unilever’de personel yöneticiliği yapan birçok isim, şimdi modern anlamda insan kaynakları hizmetlerinin gururları arasında sayılmaktadır. Unilever Türkiye’de insan kaynaklarıyla ilgili bir başka değişim süreci daha yaşanmıştır. Bu aslında şirketin global merkezi Hollanda’dan başlayıp, Güney Afrika ve İngiltere’de de uygulanan bir yapılanmadır ki bu değişim yönetiminin başında, Unilever Türkiye’nin 57 yıllık tarihinde ilk kez bir yabancı insan kaynakları yöneticisi olan ve İnsan Kaynaklarından Sorumlu Başkan Yardımcısı unvanıyla geçtiğimiz aylarda Hollanda’dan atanan Leonnard Boogaard bulunmaktadır.¹²⁸

Accenture firması gerek İK gerekse danışmanlık, IT ve diğer farklı alanlarda birçok Avrupa ülkesinde farklı firmalarla iş ortaklığı ilişkisi içerisinde bulunmakla beraber Türkiye’de de Unilever dışında diğer kuruluşlar tarafından da tercih edilen aracı kurum ya da üçüncü gruplar hizmet birimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Accenture, benzer bir çalışmayı 2008 yılı itibariyle Türk Telekom’la da yapmaya başlamıştı. Bu çalışmalar Türk Telekom CEO’su Aydın Satıcı tarafından aşağıdaki şekilde anlatılmaktadır.

“2008 yılında Accenture ve Gartner ile birlikte kurumumuzda hem test süreçleri gerçekleştirdik ve sonuçlarla birlikte 3 yıllık bir yol haritası çıkardık. Tabii tüm bunları yaparken, dünyadaki Telekom operatörlerinin IT altyapılarını da birebir ziyaretler yaparak görmüş olduk ve kendi kurumumuz ile karşılaştırdık. Biz karşılaştırmalar esnasında özellikle British Telecom ve Deutsche Telecom’a baktık. Telekom Italia’yı ziyaret ettik. Ancak hem çalışan sayısı hem de organizasyon büyüklüğü açısından British Telecom ağırlıklı hedefimiz oldu. 2010 itibariyle geldiğimiz noktaya baktığımız zaman IT çalışan sayısı ve organizasyon olgunluğu olarak istediğimiz noktalara gelmiş olduğumuzu söyleyebilirim.” Aydın Satıcı ve ekibi 2008 yılında farklı Telekom operatörlerine yapmış oldukları bu ziyaretler çerçevesinde Türk Telekom IT organizasyonunun nasıl olması gerektiğine dair ciddi planlamalar ve gözlemler yapma fırsatı yakalamışlardır. Türk Telekom CEO’su Aydın Satıcı, İş hayatına Unilever firmasında başlamış. 4 yıl kadar Unilever’de farklı pozisyonlarda çalıştıktan sonra Citibank’a geçmiş ve 6 yıl da burada çalışmış. Daha

¹²⁸ “Unilever’de Yeni İK Dönemi Başlıyor”, **Sabah Gazetesi**, 08.11.2009, İş’te İnsan İş Dünyası ve Yönetim Portalı, (Çevrimiçi) http://www.isteinsan.com.tr/isteinsan_gazete/unilever_de_yeni_ik_done_mi_basliyor.html, 17 Temmuz 2011.

sonra Ziraat ve Halk Bankasının ortak IT şirketi olan Fintek A.Ş.'ye geçmiş. Fintek A.Ş.'de Uygulama Geliştirmeden sorumlu direktör olarak görev yapmış. Burada da yaklaşık 4 yıl çalıştıktan sonra 2007 yılında Türk Telekom bünyesine geçmiştir.¹²⁹

Unilever, Türkiye dışında da birçok ülkede insan kaynakları ile sınırlı tutulmaksızın Accenture firması ile çalışmaktadır. Geçtiğimiz yıllarda UNITY projesi doğrultusunda Unilever globalde yeni bir yapılanmaya gidilmiş ve bu yapılanma içerisinde tüm dünya Unilever'lerinin kullanmakta olduğu İK(İnsan Kaynakları), IT(Information Technology), HR(Human Resources), FC(Finance) sistemlerinin uyumu sağlanmaya çalışılmıştır. Bu konuda büyük ölçüde başarılı sonuçlara ulaşılmış olup global düzeyde ortak istihdam alanları oluşturulmuştur. Global sistemler arasında sağlanan bu ayniyet ve benzeşmelerin de ortaya çıkardığı gelişmeler sonucu Accenture firması, dünyanın birçok ülkesinin çalışmalarını, zamanla tek merkezli bir çalışmayla sağlıyor olacaktır. Hatta farklı işletmelerin işlemleri dahi aynı merkezden yürütülüyor olacaktır. Dolayısıyla bu değişim süreci ile Unilever'in büyüme stratejisini destekleyecek HR fonksiyonlarına global seviyede daha düşük maliyetle ulaşıyor olmasının sağlanmasıdır.

Unilever'in bir diğer özelliği, gerek Türkiye gerekse ülke sınırları dışında istihdam ettiği birçok kişinin yerli veya yabancı işletmelerde üst düzey yönetici konumunda bulunmasıdır. Dolayısıyla Unilever, Türkiye'deki İK yapılanmasını aynı zamanda bir "Liderlik Okulu" olarak da görmektedir. Bu anlayışın bir sonucu olarak, bugün sayıları 50'ye ulaşan Türk yönetici, gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkede orta ve üst düzeyde sorumluluk üstlenmiş durumdadır. Bu kişiler, Unilever Global'in farklı ülke kuruluşlarında global yönetici adayı olarak çalışmalarını sürdürmektedir. Bulunduğu bölgenin "Yönetim Üssü" olan Unilever Türkiye, bir yandan yurtdışına yönetici gönderirken, Unilever dünyası için yönetici ve lider yetiştirme misyonuyla da yurtdışından farklı konumlardaki yönetici ve yönetici adaylarının en çok çalışmak istediği ülke olma özelliği taşımaktadır. Nitekim Unilever Türkiye, diğer Unilever ülkelerine göre yetenek gönderen ilk beş ülke arasında yer almaktadır.¹³⁰

¹²⁹ Aydın Satıcı, (Türk Telekom CEO'su), **İEF. 80. Yıl İletişim/Bilişim Özel Bölümü**, 21.05.2011, (Çevrimiçi) http://www.cio.com.tr/cio/turk_telekom_aydin_satici/, 25 Temmuz 2011.

¹³⁰ "Unilever Global'de Geleceğin Liderleri", **Unilever Türkiye-Çalışanlarımız**, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/sustainability/calisanlarimiz/geleceginliderleri/>, 27 Temmuz 2011.

3.2.3.1. Hizmet İçi Eğitim Politikaları ve Performans Uygulamaları

Günümüzde bilgi, beceri, kişisel gelişim ve donanım, beşeri kalkınma olarak değerlendirilmekte ve beşeri kalkınma ile ekonomik kalkınmanın etkileşimi pozitif endeksli orantısal bir ilişki olarak ele alınmaktadır. Şöyle ki, beşeri kalkınma sağlayan ülkeler ekonomik kalkınmada daha çabuk ve daha hızlı yol almaktadırlar. Benzer şekilde ekonomik gelişmelerini ileri bir seviyeye taşımış ve kalkınma sağlamış olan ülkelerde beşeri alanda yapılan yatırımların hedeflenen seviyelere ulaşmasıyla da insan gücünün eğitimi, donanımı, bilgi ve becerisinin daha da artırılması sağlanmış olacaktır. Kaldı ki günümüz modern işletmeciliğinde, beşeri kalkınma konusuna daha da önem verilmekte ve çalışan kadroların eğitimini sağlama amacına yönelik ayrıca bir bütçe tahsisine gidilmektedir.

Ülkeler açısından değerlendirildiğinde ekonomik büyümenin verimliliğe dayalı gerçekleştiği, bunun için işgücünün verimli bir şekilde istihdamının sağlanmasının gerekliliği esas alınmaktadır. İşletmeler açısından ele alındığında da durum pek farklı görünmemektedir. Aktif ve uyumlu bir işgücünün varlığına dayalı, nitelikli sonuç elde etmek, işletmelerde İK politikalarının vazgeçilmezi arasında yer almaktadır. Ancak “uyumluluk” kavramı, işletmedeki yöneticiler tarafından, bazen kişisel tercih olarak görülüp değerlendirmek gibi yanlış bir algıya da yol açmaktadır.

Türkiye’de, gerek kamu gerekse özel sektör işletmeciliği açısından, hizmet içi işgücü eğitimi, performans uygulamaları vd. eğitimler için gerçekleştirilen yatırım ve harcanan çabalar zaman zaman göz ardı edilmektedir. Hem kamu hem de özel işletmecilikte, işe alınmalardan terfi ve yükselmelere kadar, performans müessesesi sağlıklı bir biçimde işletilememekte ve objektif kriterler göz ardı edilebilmektedir. Birçok işletme açısından henüz tam olarak kurumsallaşmamış ya da kurumsallaşmakla birlikte henüz bir aile şirketi olmaktan arınmamış, bunun da ötesinde sınıf ve grup taassubundan kurtulamamış olmanın sıkıntıları yaşanmaktadır. Her ne kadar verimlilik artışı, çalışanların performans ve gelir artışına bağlı gösterilse de kadro ve terfi uygulamalarıyla performans dayalı gelişmeler, uygulama standartları bakımından her zaman doğru işlememekte ya da işletilememektedir.

Sistemin doğru bir biçimde işletilememesi nedeniyle performansa dayalı ücret uygulamalarında da başarılı sonuçlar alınmamaktadır.

Mavi yakalılarda çalışma süresi ve üretim miktarı gibi somut ve niceliğe dayalı kriterler ölçü alınırken, yüksek nitelikli beyaz yakalılar açısından söz konusu ilişkilerin kurulması bu kadar kolay olmamaktadır. Sistemin uygulama hatasından doğan ücret ve sınıf farklılıklarının adil olduğuna yönelik şüpheler artarken, bir de çalışanların sistemin işleyişi hakkında yeterince bilgilendirilmemesiyle performansa dayalı ücret uygulaması, iç çekişmeleri ve çekememezlikleri beraberinde getirmekte, ekip ruhunu ve çalışma ahengini ciddi biçimde zedelemektedir.¹³¹

Gerek özel sektör gerekse Kamuda performansa dayalı değerlendirmeler, ayrıca çalışan dosyalarına sicil kaydı olarak da geçmektedir. Tüm bunlar, çalışanın bağlı bulunduğu disiplin amiri ya da idari amiri tarafından yapıldığına göre her durumda pozitif bir uyumun söz konusu edilmesi doğru değildir. Kişisel düşünceler, yaşam biçimleri, dünya görüşleri vb. farklılıklar zamanla objektif değerlendirme kriterleri dışına çıkılmasına yol açabilmektedir. Özel sektörde tüm bunlar kurum içerisinde kalıp kurumun içişleri olarak değerlendirildiğinden pek üzerinde durulmamaktadır. Benzer durumlar kamu kurum ve kuruluşlarında da sıklıkla ve de hissiyata dayalı değerlendirmelerle sürdürülmeye devam ettiğinden verimlilik sağlanamamasının önündeki en önemli engel olarak görülmektedir. Böylelikle alanında başarılı olup verimlilik artırıcı projeler üretme becerisi bulunan kalifiye elemanlar yerine hak ediş dışında yapılan atamalar, gerek işletmeler gerekse ülke ekonomisinin gelişme ve kalkınması üzerinde negatif sonuçlar doğurmaktadır. Kamu menfaatini olumsuz etkilediği düşünülen tüm bu değerlendirmeler dikkate alınmış olmalı ki son zamanlarda kamuda yeni bazı düzenlemelere gidilmiştir. Ancak bu düzenlemeler kamu ile sınırlandırılmamalı, çalışma hayatının genelini kapsamalıdır.

Türkiye’de, modern işletmecilik açısından dikkate alınması gereken objektif kriterlerin, özel ve kamu işletmeciliğinde dikkate alınmaması, verimliliğe ve iş ahlâkına aykırılık teşkil eden bir durum olarak da değerlendirilmektedir. Siyasî, dîni ve sosyo-kültürel açıdan yaşanan toplumsal ayrımcılık, adam kayırmacılık, eşit işe farklı ücret, aracı kurum ya da taşeron firma uygulamaları, adalet ve eşitlik ilkesinin

¹³¹ Zaim, **a.g.m.**, s. 363.

dışına çıkılmasını ve çalışanlar arasındaki standart dışı uygulamaların, sosyal adalet anlayışıyla da aykırılık teşkil ettiği görülmektedir.

Türkiye'deki başarılı UDY uygulamalarından biri olarak görülen Unilever'de ise yazılı kurumsal politikalarla bu sorunlar kısmen aşılmış görünmekle birlikte, çoğunlukla lokal yönetimlerin inisiyatif kullanma arzularından doğan ve standart performans kriterleriyle uyuşmayan negatif uygulamalarla hala ve de sıklıkla karşılaşmak mümkündür. Kurum içerisinde, geçmişten gelen bir aile şirketi yapılanmasına karşın son yıllarda kurumsal hüviyete geçiş çabalarının etkili olduğu muhakkaktır. Hatta bu amaçla insan kaynaklarına bağımsız bir görünüm kazandırılmaya çalışılmış ve 2009 yılı itibariyle personel işlemlerinin, çoğunlukla uluslararası hüviyete sahip bağımsız bir işletme olan "Accenture" firması tarafından yapılması kararlaştırılmıştır. Ancak, işe alımlarda, terfi, atama ve ücret artışlarında yine klasik alışkanlıklar devam ettirilerek bu kuruluş pasifize edilmeye ve etkisiz bırakılmaya çalışılmaktadır. Lokal yönetimler kendilerine bir etki alanı oluşturarak, kesin işe alış görüşmelerini merkezi yönetimden bağımsız bir şekilde yapmak istemekte ve böylelikle Unilever'de de standart dışı uygulamal aşılamamaktadır.

Unilever'de prensip olarak, bulunulan ülkenin kültürel ve manevi değerlerine saygılı olmanın esas alındığı ifade edilmekte, bütün dinlere ve siyasi görüşlere eşit mesafede olmanın gerekliliği vurgulanmakta, dini ve siyasi amaçlı yaklaşım ve politikalarından uzak durulduğu belirtilmektedir. Ancak, yüksek sesle dile getirilen bu nötr yaklaşım algısına karşın diğer taraftan kendiliğinden saklı bir kısıtlamanın varlığı dikkat çekmektedir. Türkiye'deki toplumsal yapı ile Unilever yönetim ve organizasyon yapısı mukayese edildiğinde göze çarpan nispi oransızlık, çalışanlarla sınırlı kalmamakta, yönetim kademelerinde çok daha belirgin bir şekilde göze çarpmaktadır. Çalışanlar ve genellikle yönetici profili açısından değerlendirildiğinde, standart oluşumlar, "standart uyumluluk" olarak tek düze bir yapılanma olarak görülmektedir. Günümüz koşullarında bu konuda bir istatistikî değerlendirme yapılamamakla birlikte genel görünüm bu durumu açık bir şekilde ortaya koymaktadır.

Türkiye'deki toplumsal yapının gerek Unilever gerekse diğer UDY şirketlerinde, yönetim ve diğer istihdam alanlarına yansıtılmaması, aynı zamanda

toplumsal tercihlerin doğru algılanamamasına da yol açmaktadır. Böylelikle zaman zaman başarılı sonuç alınamayan satış ve pazarlama politikalarıyla birlikte inovasyonlardaki başarı da yetersiz kalmaktadır. Dolayısıyla saygı ve hoşgörünün sadece müşteri profiliyle sınırlı tutulmaksızın, şirketin yönetim ve organizasyon yapısına yansıtılmasının, hedeflenen başarı, performans ve verimliliğin çok daha ileri noktalara taşınmasında etkili olacağı düşünülmektedir. Bu aynı zamanda Türkiye’de sağlanan büyüme ve kalkınma oranlarının da çok daha yüksek seviyelere çıkarılmasını sağlayacaktır.

3.2.3.2. Unilever’de Örgütsel Bağ ve Unileverlilik Kültürü

Unilever Türkiye’de birkaç yıl geriye gidildiğinde, özellikle 1990’lar öncesinde adeta bir aile şirketi görünümü sergilemesine karşılık yaklaşık 10 yıllık bir süre ile bu uygulamalardan uzak durulduğu ancak son yıllarda yeniden bir aile şirketi yapılanmasına gidildiği görülmektedir. Bu yapılanma aynı zamanda performans uygulamalarının düzenli ve adil yapıp yapılmadığı tartışmalarını da beraberinde getirmektedir. Unilever globalin, bu konuda sistemli hareket edip etmediği bilinmemekle birlikte Türkiye Unilever’in İK politikası üzerinde etkili olduğu görülmektedir.

Unileverlilik kültürü, geçmiş dönemlerde daha çok Unilever’de başlayan çalışma hayatının Unilever’de devam ettirilmesi olarak algılanırken günümüzde, profesyonellik anlayışı ile bu uygulamalar pek sürdürülememektedir. Uzun yıllar çalışan bireylerin, zamanla kariyer ve terfi mekanizmasındaki uygulama hatalarıyla hedeflerinin gerisinde bırakılması sektörel geçişleri de beraberinde getirmektedir. Kimi zaman daha yüksek bir ücret ya da daha üst bir kariyer öncelikli tutulmakta, şirkete bağlılık ve şirket kültürü kavramlarının içi boş bırakılmaktadır. Diğer taraftan geçmiş dönemlerde yüksek ücret politikası doğrultusunda şirkete bağlılık ve Unileverlilik kültürü önemli görülürken, son yıllarda alt seviyede uygulanan bir ücret politikası uygulaması, bu kültürü ve şirkete bağlılık gücünü olumsuz etkilemektedir.

3.2.3.3. Sosyal Güvenlik ve İş Güvencesi Politikaları

Unilever Türkiye, izlediği “Önce İnsan Gelir” politikasından hareketle çalışanlarını gerek dâhili pozisyonlarda gerekse bağımsız ortamlarda farklı yetkinlik

konularında eğitmek için hiç bir çabadan kaçınmamaktadır. Bu eğitimler kariyer gelişimi planlaması çerçevesinde gerçekleştirilen eğitimler olmakla birlikte birçok sosyal alanı da kapsayacak şekilde geniş bir çerçeve içerisinde değerlendirilmektedir.

Unilever’de hizmet içi bilgi- beceri kazandırma eğitimlerinin yanı sıra sağlık, güvenlik ve beslenme amaçlı, aynı zamanda sosyal içerikli dâhili eğitimler de verilmektedir. Süreklilik taşımaya yönelik bu eğitimler haftalık, aylık ve hatta güncel gelişmeler doğrultusunda anlık eğitim ve bilgilendirme toplantıları şeklinde genel katılımlı eğitimler olarak düzenlenmektedir. Bu kapsamda düzenlenen bazı eğitimler;

- ***İş Sağlığı ve Güvenliği Toplantıları:*** Her ayın ilk Cuma günü gerçekleştirilen toplantılarda daha önce belirlenmiş bir gündem üzerinde tartışma yapılmaktadır. Bilinç seviyesinin artırılarak, problemlere çözüm bulunması amaçlanmaktadır.
- ***Deprem Eğitimleri:*** Bilinçlendirme amaçlı yapılan bu eğitimlere, fabrikalardaki işçiler ve merkezdeki yöneticiler dâhil tüm çalışanlar davet edilmektedir. 2009 yılı boyunca bu eğitimlere yüksek bir katılım sağlanmıştır.
- ***DuPont eğitimleri:*** Bu eğitimin ana kemiğini "Davranışsal Gözlemler" oluşturuyor. Güvensiz davranışta bulunan çalışana karşı nasıl yaklaşılması gerektiği anlatılırken, kişiler güvenli çalışmalara özendirilmektedir. Eğitim alan çalışanlara her ay iki defa gözlem yapma hedefi konmakta ve süreç titizlikle takip edilerek kayıt altına alınmaktadır. Türkiye’deki işletmelerde bulunan tüm yönetici ve yönetim destek kadrolarının katıldığı bu eğitimlerde 2009 itibariyle birçok kişi eğitilmiştir.
- ***Trafik Güvenliği eğitimi:*** Bu Operasyonlar, araç kullanım oranının yüksek olması ve taşımacılığın önemi dolayısıyla 1997 yılından bu yana trafik güvenliği ve güvenli sürüş; 2004’den itibaren de iş için araç kullanan personele direksiyon başında verilen pratik eğitimler olarak düzenlenmektedir.
- ***Temel beslenme eğitimi:*** Unilever’in, hayata canlılık katmak misyonunun bir parçası olan beslenme bilincinin geliştirilmesi amacıyla "Temel Beslenme Eğitimi" düzenlenmektedir. Beslenme bilgisini artırmaya yönelik eğitimlerde "beslenme ve sağlık ile canlılık arasındaki ilişki, Unilever’in gıda ürünleri ve bu ürünlerin

arkasındaki bilimsel çalışmalar" değerlendirilmektedir. 2003 yılı itibariyle uygulanan "Beslenme Geliştirme Programı" çerçevesinde ürünler merccek altına alınmaktadır.¹³²

Unilever'in, Sosyal Güvenlik Politikaları gereği Türkiye'deki faaliyetleri çerçevesinde kayıt dışılıktan kaçınma politikası, aynı zamanda SGK kapsamı dışında istihdam sağlanmasına karşı bir önlem olarak da görülmektedir. Bu durum, doğrudan çalışanların yanı sıra dolaylı bir şekilde tedarikçi ve müşteri çalışanlarında da uygulanmakta olup takip ve kontrolü, Unilever'in öncelikleri arasında bulunmaktadır. Kapsam dışı istihdam, vergi dışı kazanç bırakılmamakla birlikte, Vergi daireleri, SGK, oda ve borsalar ve diğer kurumlara karşı mali sorumluluklar ve zorunlu yasal işlemlerin aksatılmaması genel uygulamalar olarak yer almaktadır.

3.2.3.4. İstihdam ve Ücretlendirme Politikaları

Unilever, geliştirilmiş ortak kullanım sistemlerinin mükemmel işleyişi ve yüksek kaliteli iş gücü ile dünyanın birçok ülkesinde örnek bir yapılanma sergilemektedir. Türkiye'deki faaliyetlerini sürdürürken de Türkiye'nin bölge içinde liderlik konumunu korumasını ve uluslararası piyasalarda Türkiye'nin itibarının, her geçen gün daha da artmasını sağlayacak uygulamalar amaçlanmaktadır.

Dünyanın en verimli performans ve kriterlerine sahip Unilever Türkiye, 7 fabrika ile her kategoride geniş bir ürün portföyünün ihraç edildiği bir "ihracat üssü", Türkî Cumhuriyetler, Kafkasya, İran ve Rusya dâhil 36 ülkenin yönetildiği önemli bir yönetim üssü ve bir "bölgesel üs" konumundadır. Bu bağlamda, Asya ve Afrika ülkeleri için, birçok kategoride, Ar-Ge, Ürün Geliştirme, Pazarlama Stratejileri, Satış Destek Sistemleri, Bölgesel Satın Alma, Finans ve Üretim Stratejileri, İşletim Sistemleri Geliştirme ve devreye alma çalışmaları da Türkiye'de yapılmaktadır.¹³³

3.2.3.4.1. Yurtiçi İstihdam ve Ücretlendirme Politikaları

Unilever'in, yurtiçi değişik bölgelerde yer alan 7 fabrikasıyla birlikte, lojistik departmanları, genel müdürlük, bölge müdürlükleri ofis ve bürolarında 2010

¹³² "Unilever'de Önce İnsan Gelir", **Unilever'de Çalışanlar ve Eğitimleri**, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/sustainability/calisanlarimiz/egitimlerimiz/?WT.LHNAV=E%C4%9Fitimlerimiz>, 27 Temmuz 2011.

¹³³ "Unilever Türkiye Tarihçesini Öğrenin", **Unilever Türkiye Tarihi**, 18.07.2010, (Çevrimiçi) http://inside.unilever.com/region/AAC/Turkey/Pages/TR_PO_OurStory.aspx, 10 Eylül 2011.

yılı kayıtlarına göre doğrudan istihdam edilen çalışan sayısı 4.530 olarak açıklanmıştır. Ancak doğrudan çalışan personel dışında özellikle fabrika bölgelerinde mevsimlik çalışan işçiler, müteahhit ya da taşeron firmaya bağlı çalışan elemanlar, farklı birçok işletmede hizmet satın alınması yoluyla sağlanan istihdam ile birlikte bu sayının çok ötesinde bir istihdam sağlanması söz konusudur.

Unilever'in, Türkiye'de gerçekleştirdiği ticari faaliyetleri dolayısıyla doğrudan etki alanında bulunan ve dolaylı yollardan istihdam imkânlarının oluşmasını sağlayan çalışan sayısını ifade edebilmenin güçlüğü bir yana, kendi doğrudan çalışanlarının onlarca katı dolaylarında olduğu bilinmektedir. Söz konusu tedarikçilerle birlikte, tarım ve hayvancılık alanında istihdam oluşturulan çiftçiler, müşteriler, bayiler, satış ve dağıtım noktaları, lojistik şirketleri, tahmil-tahliye ve diğer alanlarda istihdam edilenlerin sayısı yüz binlerle ifade edilmektedir.

Unilever'de milat kabul edilebilecek öyle dönemler vardır ki bu dönemler, Unilever Türkiye'nin, organizasyon şemasında köklü değişikliklerin yapıldığı ve istihdam politikalarının bütünüyle değişikliğe uğradığı dönemler olarak hatırlanmaktadır. Bu dönemlerden **Birincisi**, Unilever Global'in kuruluşunun gerçekleştiği 1930 yılındaki tarihi birleşmenin tıpkısının 1996 yılında Unilever Türkiye'de de yaşanmış olmasıdır. Hollandalı Unie şirketi ile İngiliz Lever Brothers şirketlerinin birleşerek Unilever'i kurmaları misali Unilever Türkiye'de de gıda sektörünü kapsayan Unilever Gıda sanayi ve ticaret A.Ş. ile temizlik ve kişisel bakım ürünleri kategorisini içeren Lever Temizlik maddeleri şirketi, holding bünyesinde ayrı tüzel şirketler olarak yer almakta iken 1996 yılında birleşerek Unilever Tüketim Ürünleri limited şirketini, ardından da Unilever Sanayi ve Ticaret Türk A.Ş. olarak tek bir tüzel şirket olarak birleşme sağlamışlardır. Bu birleşme ile yönetimler de birleşmiş ve çalışanlar, kategori bazında ayrılarak tek bir şirket çatısı altında toplanmışlar, ancak ihtiyaç fazlası kadroların yasal hakları (kıdem, ihbar ve diğer tazminatları) ödenerek işten çıkışları gerçekleştirilmiştir.

İkincisi ise, Unilever'in Adana yağ fabrikası olarak hizmet veren ve Sana yağıyla birlikte ağırlıklı olarak Aymar marka yağların üretildiği bölge fabrikasının kapatılması ile gerçekleşmiştir ki bu kapanışta Unilever'de duygulu anlar alışılmışın dışında birtakım uygulamalar yaşanmıştır. Piyasa'nın pek alışık olmadığı türden

uygulamalar söz konusu olmuş gazetelere boy boy ilanlar verilerek “çalışmakta olan elemanlarının, fabrikanın kapanışı dolayısıyla kalifiye atıl durumda bulunduğu” doğrultusunda ihtiyacı olanlara duyurular yapılmış ve işten ayrılanlara yasal tazminatlarının ödenmesi dışında, iş bulana dek mağduriyet yaşamamaları için en az altı aylık olmak üzere fazladan ücret ödemelerinde bulunulmuştur.¹³⁴Günümüz Unilever’ini dahi şaşırtan bu uygulamalarla geçmiş dönem Unilever’inde, kuralların çok daha farklı işlediği görülmektedir. En son 2008 yılında Unilever’in Gebze fabrikasında bir grup işçi sendikaya üye oldukları için işten çıkarılmış ancak yedi ay süren bir direnişin ardından mahkeme kararıyla tüm haklarını alarak geri dönmüşlerdir. Sendika üyesi oldukları için işten atılan Unilever işçilerinin yedi aya yaklaşan direnişleri kazanımla sonuçlanmış ve İşveren (Unilever) sendikalı işçilere baskı yapmayacağına dair protokol imzalamıştır. "Unilever'deki direnişin işçilerin lehine sonuçlanması hali hazırda çalışmayı sürdüren sendikalı ve sendikasız işçiler için de çok önemlidir. Çünkü işverenin attığı bu imza onların haklarını da koruyor."¹³⁵

Benzer konuda yaşanan bu iki olay, iki farklı dönemdeki Unilever’in nasıl bir değişime uğradığını ortaya koyması ve geçmişiyle nasıl bir çelişki yaşadığının görülmesi açısından önem taşımaktadır.

Üçüncüsü ise Türkiye’de 2001’de yaşanan ve bir gecede insanların % 25 dolaylarında fakirleştiği bir yıl olarak ekonomi tarihine geçen kriz yılıdır ki, bu krizle birlikte 2000’de 201,3 milyar \$ olan GSMH, 150,3 milyar \$’a gerileyerek % 8,5 daralmıştır. Kişi başına milli gelir 2000’deki 2.986 \$’dan, 2.261 \$’a inmiş ve ekonomi 50 milyar \$’lık kayıp yaşanan Türkiye’de halk, 2001 yılında kişi başı ortalama 725 dolar fakirleşmişti. Dolar fiyatı 2001 yılında yüzde 136 oranında artarken, Enflasyon TÜFE bazında 68,5’e, TEFE bazında ise yüzde 88,6 oranında yükselmiştir.¹³⁶Bu krizle birlikte tüm işletmeler gibi, Unilever de doğrudan etkilenmiştir. İşte bu dönemde Unilever, tüm çalışanları ile tek tek görüşerek

¹³⁴ “Çalışanlarımıza İş Arıyoruz”, **Milliyet Gazetesi**, 07.06.1999, s. 9, (Çevrimiçi) [http://gazetearsivi . Milliyet.com.tr/Unilever/](http://gazetearsivi.Milliyet.com.tr/Unilever/), 05 Eylül 2011.

¹³⁵ Bawer Çakır, “Unilever İşçileri Atıldı, Direndi, Kazanarak Geri Döndü...”, **BİA haber merkezi**, İstanbul, 18.08.2008, (Çevrimiçi) <http://bianet.org/bianet/bianet/111438-unilever-iscileri-atildi-direndi-kazanar-ak-geri-dondu>, 18 Ağustos 2011.

¹³⁶ Hanife Şenyüz, “Krizimiz Bir Yaşında”, **Radikal Gazetesi**, 19.02.2002, Ankara, (Çevrimiçi) <http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=29679>, 25 Ağustos 2011.

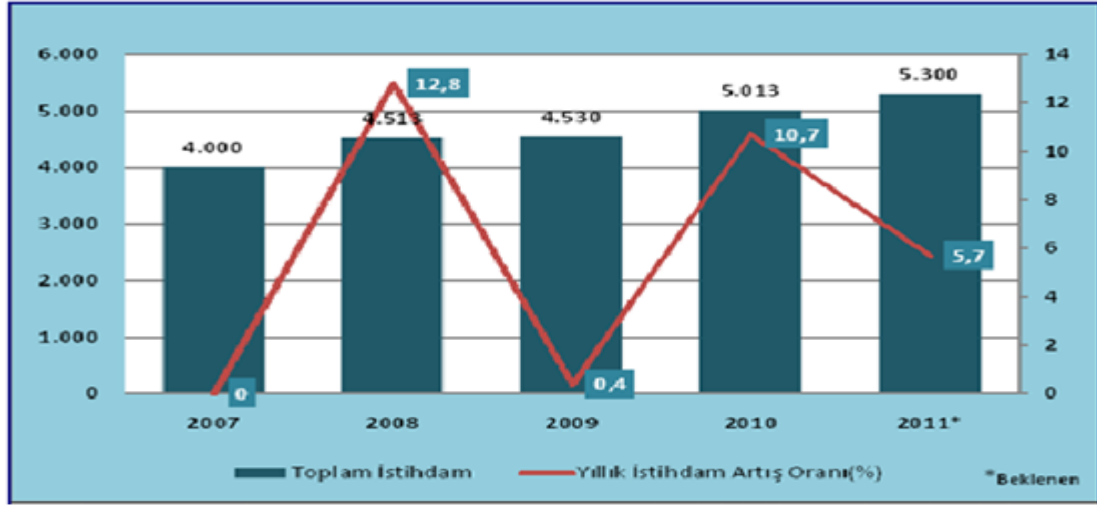
Türkiye’de yaşanan krize bağlı olarak ücret ve kadrolarda revizyona gidilmesinin gerekliliği, çalışanların işten çıkarılarak mağdur olmaması için ellerinde bulunan bir ikinci seçenek olduğu ve istenmeyerek de olsa bu yola başvurulduğu açıklanmış ve yine duygusal bir süreç yaşanmıştır.

Ancak bu dönemler, Unilever Türkiye’de ücret skalası uygulamalarının başlatılması, istihdam ve ücret politikalarında çalışanlar açısından negatif değişikliklere gidilmesi uygulamalarının da başlangıcı olarak görülmektedir. Unilever, dünya çapında olduğu gibi Türkiye’de de arzuladığı sistemlerin kurulmuş olması ve kalifiye işgücüne pek de ihtiyaç duymadığı öngörüsüyle ucuz işgücü tercihini göz önünde tutarak bu doğrultuda yeni istihdam politikaları belirlemeye başlamıştır. Öncelikle ikramiyeler, fazla mesai ücretleri, aynî ve nakdî yardımlar, izin ve bayram ikramiyeleri gibi nakdi ödemelerle birlikte bir nevi sosyal içerik taşıyan ayni yardımlar (aylık margarin, ayçiçeği ve yıllık deterjan ve diğer ürün hediye paketi uygulamaları) birer birer uygulamadan kaldırılmıştır. Ancak uygulamada, yasal mevzuatlarla ters düşmemek adına kadro tenzili vb. uygulamalara değişik formüller bulunarak gidilmiştir. Örneğin A kodu altında yapılan kadro derecelendirmeleri bir zaman sonra kaldırılarak B kodlu derecelendirmeye gidilmiş ve bir süre sonra da C türü bir sınıflandırma ile geriye gidiş uygulamaları formüle edilmiştir. 2006 yılı itibariyle ücret skalası uygulamalarıyla ücret sabitleme yoluna gidilerek bir nevi mobbing uygulamalarıyla yıllar boyu çalışıp emek harcayan çalışanlar adeta horlanarak haklarından feragati sağlanmaya çalışılmıştır. Bu uygulamalarla enflasyon farkları, refah payı artışları bütünüyle geri planda bırakılarak yıllarca ücret artışı sağlanmayan çalışanlar üzerinde bir nevi mobbing uygulamasına gidilmiştir. Yasal ve sosyal değerlere bu derece saygılı olduğunu ifade eden bir yabancı işletmede, çalışanların bu tarz uygulamalarla mağduriyet yaşamış olması ve bu tarz uygulamaların standart uygulamalar halini alması Unilever’in teorideki beyanları ile pratikteki uygulamalarının bir başka çelişkisi olarak değerlendirilmektedir. Tüm bu olumsuzluklar sürerken, gelecek 5 yıllık bir dönem hedefi ile şirket cirosunu 40 milyar €’dan 80 milyar €’ya çıkarmayı amaçlayan Unilever gibi, UDY’lerin başarılı bir uygulamasında tüm bunların yaşanıyor olması, hem Unilever’in hem de diğer UDY’lerin açık bir çelişkisi olarak görülmüştür.

Unilever’de doğrudan istihdam edilen çalışanlar, genellikle satış departmanları, finansman, yönetici kadrolar ve geçmiş yıllardan istihdam edilmiş ve henüz çalışmaya devam eden fabrika çalışanlarının bir kısmından oluşmaktadır. Unilever, özellikle 2001 krizi sonrasında doğrudan istihdam sağlamak yerine genel olarak hizmet satın alınması yoluna giderek dolaylı istihdamı tercih etmiştir. 2000’li yıllara kadar Unilever’de ücret skalaları oluşturulurken Türkiye’de tavan ücret ödeyen ilk on şirket (Shell, P&G, Türkcell, Coca Cola, Pepsi, Ülker vd. örnek şirketler ücret politikası) ortalamaları baz alınırken, günümüz ücret skalası belirlemelerinde asgari ücret seviyelerinin baz alındığına dair uygulamalar söz konusudur. Yüksek ücretlerden geriye dönüş, yönetici kadro ücret yapılandırmalarında da etkili olmuştur. Başlangıç yıllarından itibaren 2000’li yıllara kadar ücret politikalarını Avrupa standartlarına göre belirleyen Unilever, bu yıllar sonrasında ücret skalalarının belirlenmesinde çoğunlukla Türkiye işgücü piyasasının en alt düzeylerini baz almaya başlamıştır. Unilever’de gerçekleşen bu uygulamaların, kurumsal sosyal sorumluluk projeleri uygulamalarına geçilen bir dönemde yaşanması ise Unilever’in bir başka çelişkisi olarak görülmektedir.

Grafik 3.1’de yer alan Unilever Türkiye’nin, doğrudan istihdam oranlarına bakacak olursak yıllık belirli bir periyotta süregelen bir çalışan sayısı söz konusudur. Her ne kadar doğrudan istihdam alanında etkili bir katkı söz konusu olmasa da dolaylı olarak sağlanan istihdamın tabloda belirtilen sayının çok üzerinde olduğu gerçeği göz ardı edilmemelidir. Unilever, hızlı tüketim ürünleri alanında gerçekleşen üretim, nakliye, satış, dağıtım, tedarik ve hizmet sektörü içerisinde oldukça yoğun bir dolaylı istihdam alanı oluşturmaktadır. Doğrudan oluşturulan istihdamın 60 yıllık geçmişiyile 3 milyar TL’nin üzerinde satış cirosuna sahip bir UDY şirketinde 5 bin kişi ile sınırlı kalmasında, Unilever’in, istihdam yerine hizmet satın almayı tercih etmesi etkili olmaktadır. Dolayısıyla doğrudan istihdamdan uzaklaşan, teknoloji yoğun yatırımlara yönelen ve ücret artışlarını sınırlayarak maliyetleri düşürmenin arkasında tabii olarak kâr marjının daha da artırılması hedeflenmektedir denilebilir.

Grafik 3.1: Unilever’de Yurtiçi İstihdam Oranları (2007-2011)



Kaynak: Unilever Sürdürülebilirlik Raporları, Unilever Magazin Dergilerinden Alınan Verilerle Düzenlenmiştir. (Çevrimiçi) www.unilever.com.tr, 03 Eylül 2009, 01 Ağustos 2010, 25 Eylül 2011, 31 Ocak 2012.

Unilever’i Avrupa standartlarına yakın ücret uygulamalarından günümüz asgari ücreti kriterlerini esas almaya sevk eden, kendince haklı bir takım nedenlerinin olabileceği elbette göz ardı edilmemelidir. 1980’li yıllarda dahi o yılların koşulları dikkate alınarak değerlendirildiğinde, işyerine özel otomobili ile gelip resmi kıyafetlerini çıkararak iş tulumunu giydikten sonra forklift başına geçip mal yükleyen tahmil tahliye işçilerinden tutun da fabrikalarda vardiyaya gelirken otomobilini park edip iş elbisesini giyerek imalat sahasına geçip çalışan işçiler için bu lüksü sağlayan ve Türkiye’de görmeye alışık olmadığımız Avrupa standartlarındaki bu uygulamalardan böylesine bir geri gidişin elbette bir nedeni olmak durumundadır. Mesai dışı çalışmalarda söz konusu olan % 150 ve % 250 oranında “fazla mesai” ücreti ödenerek çalışanların tüm sosyal haklarının en yüksek düzeyde sağlanması, periyodik olarak sağlanan aynı yardımlarla (yağ, deterjan, sabun, şampuan gibi kişisel bakım ve diğer temizlik ürünleri) aylık ve yıllık bazda ihtiyaçların karşılanması, üç ayda bir verilen ikramiyeler, altı ayda bir verilen sosyal yardımlar, izin paraları, özel sağlık yardımı ve sigortaları, kira ödemeleri, ev satın alma avansları, bayram ikramiyeleri, et yardımı, giyim ve ayakkabı yardımları en yüksek seviyede ödenirken ne olmuştu da bu uygulamaların tümünden kaldırılmasına gerek duyulmuştu? Tüm bunların elbet de geçerli bir nedeni olmalıydı.

Çalışanlara sağlanan pozitif haklardan geriye dönülmesi ve aşamalı bir şekilde ortadan kaldırılması, öncelikle dış ticaret maliyet artışının da etkisiyle UDY'lerin, ulus ötesi yatırımlara yoğunlaşması sonrası görülmeye başlanmıştır. Türkiye'de benzer sektörlerde çok sayıda ÇUŞ'in üretime başlamasının rekabeti artıran etkileri yanında, zamanla yerli yatırımcıların da, Unilever ve diğer ÇUŞ know-how'ından yararlanarak benzer alanlarda üretime yönelmeleri ve Türkiye piyasasında varlığını hissettirmesi rekabeti de artırmıştır. Artan rekabet, maliyetlerin daha da aşağılara çekilmesi politikalarını gündeme taşımış ve ilk olarak kısıtlamaya gidilecek alan olarak da çalışanların ücretleri üzerinde durulmuştur.

Diğer taraftan Türkiye'de "kayıt dışı ekonomi"de yaşanan artışın önlenememesi ve içerisinde bulunduğumuz 2011 yılı sonlarında hala % 45-50 aralığında seyreden bir "kayıt dışı"nın maliyeti, kayıt altındaki mükelleflere yüklenmekte ve böylece maliyetler artarken kâr marjları da düşmektedir. Bunun sonucunda da işletmeler, diğer birçok kategoride olduğu gibi ücret kategorilerinde de kesintilere gitmektedir.

Bir başka değerlendirmeye göre, işletmelerin daha fazla kâr ederek agresif büyüme hırsları ve rekabette yaşanan çılgınlıkla birlikte "Bırakınız yapsınlar, Bırakınız geçsinler" liberal felsefesinin etkisi, özellikle GOÜ'lerde çok sayıda işsiz nüfusun yer alması ve emek sektöründe ortaya çıkan arz fazlası da ücretlerin düşmesinde etkili olmuştur. Kaldı ki Unilever, bir yandan global cirosunu 10 yıllık süre içerisinde, 45 milyar €'dan 80 milyar € gibi iddialı ve % 100'lere varan seviyelere taşıma hedefi içerisinde hareket ederken diğer taraftan işgücü ücretlerinde her geçen gün indirim yöneldiği ve bu durumu maliyet analizi ya da rekabet zorluğu ile açıklaması, Unilever'in bir diğer çelişkisi olarak görülmektedir.

Gerek Unilever, gerekse diğer UDY'ler ve yerli yatırımların genel olarak üzerinde durmaları gereken asıl önemli konu, ücretlerin daha yüksek seviyelere çıkarılması doğrultusunda yeni politikalar arayışının gerekliliğidir. Çünkü işgücü ücretlerinde yapılacak indirim doğrudan satın alma gücünde negatif etki oluşturacağı için insanlar alışveriş miktarını daha da aşağılara çekecektir. Bu durumda üretimin artırılması ya da fiyatların düşürülmesi, hedeflenen satış miktarına ulaşmak için yeterli olmayacağı gibi kâr ve kazanç hedeflerinde de sapmalar yaşanacaktır.

Çok daha önemli görülen bir diğer neden ise, aynı zamanda sosyo-ekonomik açıdan ele alınan ve yerli işletmelerin Türkiye’de zaten düşük tuttıkları ücret politikalarının, yabancılar tarafından da benimsenmesidir ki bu aynı zamanda sosyal adalet ilkelerinin göz ardı edilmesi durumunu da ortaya çıkarmaktadır. Bir yandan insan yaşamının kutsal olduğunu her defasında vurgulayan, diğer taraftan da insanların asgari geçim düzeyini sağlayacak yaşam haklarına sınır getiren ve gelir dağılımı adaletsizliğine yol açan bu uygulamalara sessiz kalan küresel oluşumların bu çelişkili tavrı tüm dünya insanlarını düşünmeye zorlamalıdır.

Genellikle çalışanlar açısından negatif sonuçlar doğurduğu düşünülen ücret politikası uygulamaları, sadece çalışanlar ve ailelerini etkilemekle kalmamakta o ülke piyasalarında topyekûn bir etki alanı oluşturmaktadır. Kaldı ki bu etki alanına kamu maliyesi de girmektedir. Çünkü sosyal haklar kapsamında bulunan birtakım hakların ortadan kaldırılması sonucu vergi, prim vd. kayıplar, UDY’ler açısından kâr ve kazancın artmasına ve dolaylı olarak ülke dışına transfer artışına konu olmaktadır.

3.2.3.4.2. Yurtdışı İstihdam Politikaları

UDY’lerin ulus ötesi/sınır ötesi hareketliliği sonucu emek ve sermayenin serbest dolaşımı ile birlikte dünya insanları arasında adeta bir kaynaşma söz konusu olmakta ve insanlar farklı kültürden insanlarla bir arada bulunmanın gerekleri ile karşılaşmaktadırlar. Günümüz dünyasında yeryüzünde farklı coğrafyalarda yaşayan insanların sahip olduğu Sosyo-kültürel ve dini değerler zaman zaman uzlaşma ötesinde çatışmacı bir yapıya da yol açabilmektedir. Bu durum, aynı zamanda dünya insanının kendi dünyası dışındaki insanların kültürlerini dini inançlarını algılama biçimlerini sorgulamakla birlikte aynı zamanda hoş görmeyi de gerektirmektedir. Aynı ülkede yaşayan, aynı kültürel değerler etrafında kümelenen ve hatta aynı ortamı teneffüs eden insanlar arasındaki zihniyet farklılıklarının dahi bazen hoşgörü ortamının dışına taşıdığı ve çatışmacı bir zihniyet dünyasının ortak kültürler arasında dahi ortaya çıktığı gerçeği göz ardı edilmemelidir.

Dünyada 180 ülkede faaliyetleri bulunan ve dünya toplam çalışanlarının sayısının 163.000 olarak ifade edildiği Unilever Global yapılanması içerisinde, kullanılan ortak sistemler dolayısıyla bazı çalışanlar, kendi ülkeleri dışında da istihdam edilebilmektedir.

Uluslararası bir yönetim okulu olan Unilever Türkiye, insan kaynaklarındaki lider anlayışı, 60 yıllık tarihindeki bilgi birikimi, devreye alınan modern sistemler ve başarılı performans sonucunda yetiştirdiği Türk yöneticilerin, tüm dünyada giderek tercih ediliyor olması bunun en belirgin örneğidir. Bugün itibarıyla, gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkede sayıları 50'ye ulaşan Türk yöneticiler 10'dan fazla ülkede orta ve üst düzeyde görev yapmakta ve üst düzey yönetici talebi her geçen gün artmaktadır. Bu talebi karşılamak amacıyla Unilever Türkiye, “küresel lider” yetiştirme programını hayata geçirmiştir.¹³⁷

Ayrıca Türkiye’de IT hizmetleri açısından dijital bir üs konumunda bulunan deneyimli ve birikimli kadrolar tarafından dünyanın dört bir yanına online ya da doğrudan sağlanan katkılar, Türkiye Unilever açısından onur verici gelişmeler olarak görülmektedir. Tüm bu birikimli kadroların Türkiye’nin değişik üniversitelerinde yetişmiş olması ve birçok farklı ülkeye hizmet sağlaması ayrıca Türkiye’nin eğitim konusunda aldığı mesafenin de bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir.

3.2.3.5. Ulus Ötesi Dijital İş ve İşlem Akışı Uygulamaları

Uluslararası ekonomik ilişkilerde geçmişten günümüze dış ticaret faktörleri etkili olmakla birlikte, ÇUŞ’lerin ulus ötesi hareketlilikle GÜ’lerden GOÜ’lere yön değiştirmeye başlaması UDY’lerin önemini daha da artırmıştır. UDY’lerin yayılma politikasıyla işgücü maliyetleri de önem kazanmaya başlamıştır. Ancak işgücünün ihracı ya da ithali metotları, ÇUŞ’ler açısından maliyet artırıcı bir unsur olarak değerlendirilmeye başlanmış ve “işgücü transferleri” yerine, dijital iş akışı sağlanarak “işlem transferi” yolu tercih edilmeye başlamıştır.

2000’li yıllar sonrasında uygulamaya geçilen işlem transferleri için gözde ülkeler; Hindistan, Pakistan, Çin, Malezya, Endonezya, Mısır ve işgücü maliyetleri düşük seyreden diğer bazı Asya ve Afrika ülkeleri olarak görülmektedir. Bu bölgelere işlem transferi sağlayan ülkeler ise öncelikli olarak emek ve işgücü maliyetlerinin çok yüksek seyrettiği Batılı GÜ’ler olmuştur. Günümüzde birçok Avrupa ülkesinde yer almakta olan ÇUŞ’ler işlemlerini dijital alanlarda bu ülkelere transfer etmekte ve büyük avantaj elde etmektedirler. Bu ülkelerin dijital iş akışını

¹³⁷ “Unilever Türkiye Tarihçesini Öğrenin”, **Unilever Türkiye**, 18.07.2010, (Çevrimiçi) http://inside.unilever.com/region/AAC/Turkey/Pages/TR_PO_OurStory.aspx, 10 Eylül 2011.

çekmekteki en önemli özelliği tarihi geçmişinde Batılı ülkelerin sömürge ülkeleri konumunda olmaları nedeniyle dil sorunlarının olmayışı (çalışma hayatının her alanında İngilizce, Almanca ve Fransızca konuşabilen insanlarla karşılaşılabilir.), gelişmiş dijital sistemlerin bu ülkelerde kurulmasının sağlanmış olması, işçi ücretlerinin çok ucuza mal edilebilmesi vb. gerekçeler olarak ortaya konulmaktadır. Unilever'in İK, IT, HR gibi bazı birimlerinde hizmet satın aldığı Accenture firması, Hindistan ve yukarıda belirtilen diğer ülkelerde bu tarz iş akışlarının transferinin sağlanmasında etkili olmaktadır. Kaldı ki Türkiye'de de Unilever'in hizmet satın aldığı Accenture firması farklı alanlardaki etkinliğini gün geçtikçe daha da artırmaktadır.

Accenture, Hindistan'da istihdam edilen elemanlarını zaman zaman Türkiye'ye göndererek iş yapış biçimlerini öğrenme amaçlı belirli süreli eğitimlerden geçirmektedir. Hindistan'dan, Unilever Türkiye'ye model sistem olarak transfer edilen Omni Flow dijital uygulama sistemi üzerinden çalışmalara 2010 yılında başlanmış olup Türkiye'de de sistemin kullanılabilirliği gerçekleştirilmiştir. İlerleyen zaman içerisinde benzer sistemler kullanılarak farklı firma işlemlerinin bir arada ve aynı anda yapılabilirliğinin sağlanması imkân dâhilinde görülmektedir.

Dolayısıyla benzeri uygulamalar geliştirilerek Türkiye'de kullanımının sağlanmasıyla istihdama önemli bir katkı gerçekleştirilmiş olacaktır. Ancak işgücünün sadece ucuz oluşu bu konuda gelişme sağlamak için yeterli sayılmamakta, işgücünün niteliği, verimliliği ve de üretkenliği daha büyük önem taşımaktadır.

3.2.4. Unilever'in Türkiye'de Tüketici Davranışları ve Tüketim Alışkanlıkları Üzerinde Etkileri

İktisadi amaçlarla tüketime sunulan ve "ekonomik mal" statüsüne sahip birçok tüketim mallarının, tüketim ihtiyacını karşılamanın ötesinde, farklı kültür, örf, adet ve gelenekle birlikte toplumsal davranış ve yaşam biçimlerinin toplumlararası naklinde (kültür nakli) de etkili olduğu görülmektedir. UDY'ler küreselleşmeye giden global yapılanma ile maliyetleri daha aza indirmek için birtakım benzeşme ve aynılık politikası amaçlamaktadırlar. Ancak maliyetlerin aşağı çekilebilmesine yönelik ürünler arasında da benzeşme politikaları izlenmektedir. Birçok ürünün farklı

ülkelerde kullanılan logosu hatta isimleri dahi değiştirilmeden diğer ülkelerde tüketicilere sunulması ile adeta bir dünya toplumu oluşturulmak istenmektedir. Böylelikle uluslararası ekonomik alanlarda başlatılan bu girişimler aynı zamanda kültürel bir dejenerasyona yol açmakta, hâkim kültür ve hâkim medeniyetlerin ıslah olmayan etkileri burada da söz konusu olmaktadır.

Kültürün iki temel fonksiyonu vardır: Bunlardan birisi yenilikçi ve gelişmeci tavır, diğeri ise muhafazakâr (koruyucu) tavidir. Korumadan, kaynağa bağlı kalınmadan gelişmeci olunamaz. Tanzimat dâhil, çeşitli yenileşme hareketlerinin tam başarıya ulaşamamasının sebepleri arasında, yenilikçi ve reformcu tavır takındığımız dönemlerde kültürümüzün medeniyete meydan okuma ve ona anlamlı katkılar yapacak seviyede olmadığı gerçeği vardır.¹³⁸ Yeryüzünde İktisadî gelişme ve kalkınma politikalarının benzer merhaleleri bulunmakla birlikte farklı ülkeler ve farklı kültürel yapılar içerisinde dahi kendine özgü bir takım farklı uygulamaları söz konusudur. Birçok kalkınma politikası farklı ülkelerde hatta farklı bölgelerde farklı gelişmeler doğrultusunda sonuçlar ortaya çıkarabilmektedir.

Yabancı sermayenin yenilenen teknoloji yanında inovasyonla birlikte tüketicilere sunduğu seçeneklerin sürekli artması ve değişmesi bireylerin arkası kesilmez bir harcama alışkanlığına ve dolayısıyla tüketime meyilli bir yapıya bürünmesine yol açmaktadır. İktisadi literatürde yer alan “sınırlı olan kaynaklarla sınırsız olan ihtiyaçların giderilmesi” prensibi ile tüketime yönlendirme girişimi arasında böylece bir çelişki de ortaya çıkmaktadır.

3.2.4.1. Tüketim Alışkanlıkları Üzerindeki Etkiler

Ulusal ya da uluslararası işletmeler için adeta ortak politikalar haline getirilen reklam ve teşvik yöntemleri kullanılarak tüketiciler sürekli daha fazlasını tüketme eğilimine getirilmekte ve tasarruflardan uzak tutulmaya çalışılmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmalar, zaman zaman gerek bireysel gerekse toplumsal olumsuzlukların yaşanmasını da kaçınılmaz hale getirmektedir. İşletmeler, bir taraftan çalışanların sosyal ihtiyaç ve ücretlerinde asgari artışlardan dahi uzaklaşırken diğer taraftan insanların daha fazla harcama yapmalarına yönelik çaba içerisinde

¹³⁸ Mustafa E. Erkal, **İktisadî Kalkınmanın Kültür Temelleri**, 2. Baskı, İstanbul, 1991, ss. 10-11.

bulunmaları, kâr ve kazançlarını daha da artırma girişimleri vb. yöntem ve politikaları uluslararası sermaye gruplarının bu katı benliğinin de daha net bir biçimde anlaşılmasını kolaylaştırmaktadır.

Dünya'nın 180 ülkesinde, günde 2 milyar kişi tarafından ürünleri kullanılan Unilever'in, tabii olarak tüketiciler üzerinde etkili olması ya da olmaya çalışması kaçınılmazdır. Dolayısıyla tüketicinin yönlendirilmesi, tüketiciyi etkilemek, tüketici beğenisini kazanmak, tüketicide alışkanlık oluşmasını sağlama çabalarına dayalı reklam, promosyon vb. aktivitelerle tüketici üzerinde kaliteye dayalı bir güven intibası oluşturmaya çalışmak için bir takım çabaların ortaya konulması, aynı zamanda pazar ekonomisinin bir gereğidir.

Unilever'de, tüketim ürünlerinin üretimine henüz geçilmeden, öncelikle piyasa araştırması yapılmaktadır. Sonraki aşamada Türkiye'de üretime yine geçilmemekte ve söz konusu ürün ithal edilerek ve pilot bölgeler seçilerek toplumsal beğeni ve talep düzeyi belirlenmeye çalışılmaktadır. Böylece riskler, aşağılara çekilmekte, yatırıma geçme kararı ertelenmekte ya da iptal edilebilmektedir.

Bazı ürünlerin, deneme aşaması diye de adlandırılan bu aşama sonrasında üretilmeden piyasadan sessizce çekilmesi (Linera margarin, linera peynir türleri, Magnum çikolata türleri vd.) durumuyla da karşılaşılabilir. Ama büyük çoğunlukla kısa süre sonra üretim aşamasına geçme durumu (Algida Dondurma, Dové Sabun ve Lifebuy Sıvı Sabun vd.) söz konusu olmaktadır. Ayrıca coğrafi açıdan komşuluk ilişkileri içerisinde bulunan birçok ülkeye, ihracat yoluyla Türkiye'den ürün transferi de yapılmaktadır. Algida, Becel, Dove, Lux, Elidor, Lifebuy, BenQ&Jerry, Signal vd. bu ürünlerden sadece bir kaçıdır.

Herhangi bir ülkede üretime geçilmeden önce yapılan bu çalışmalarla piyasada oluşacak talep seviyesinin ölçülmesi özellikle GOÜ'lerde etkin kaynak dağılımı açısından da büyük önem taşımaktadır. Dolayısıyla Unilever, Türkiye'de izlediği yatırım politikalarıyla yerli yatırımlar üzerinde know-how etkisine de yol açmış olmaktadır. Unilever'in tüm bu çalışmalarında uluslararası birikimlerden istifade ediyor olması ve bu birikimlerin yerel işletmelerde bulunmaması, henüz başlangıçta rekabet koşullarının eşitsizlik içerisinde başlamasını doğurmaktadır.

3.2.4.2. Tasarruf Alışkanlıkları Üzerindeki Etkiler

İnsanların tüketim alışkanlığıyla harcamaya teşvik edilmesi, kolay harcamaya yönlendirilmeleri, kazanmadıklarını harcamaları ve tüketim çılgınlığıyla bireysel davranışlara itilmesi bazı toplumsal buhranları da beraberinde getirmektedir. Harcama alışkanlıkları ile ortaya çıkan toplumsal tüketim artışları, aynı zamanda tasarruflara da negatif olarak yansımaktadır. Tasarruf sağlanamaması, sermaye birikimine gidilememesine ve dolaylı olarak yatırımların yetersiz kalmasına yol açmaktadır. Ülke içi yatırım açığının yabancı sermaye ile kapatılmasının tek seçenek olarak görüldüğü bu durum, böylelikle dışa bağımlılığı da bir ülkenin kaderi haline getirebilmektedir. Dolayısıyla tüketim ve tasarruf alışkanlıkları kavramlarını, birbirinin karşıt anlamlı iki farklı kavramı olarak görmek gerekmektedir.

GOÜ'lerdeki hedef kitleler -ki bu çoğunlukla çocuklar, gençler ve hanımlar olarak görülmektedir-, kendi masal kahramanlarının hikâyesini öğrenmeden diğer ülke masal kahramanlarının hikâyelerinin etkisi altında kalmaktadırlar. Diğer taraftan iletişim alanında ortaya çıkan ve çizgi filmlerle başlayıp, yabancı aile yapılarını konu alan dizi ve filmler, macera filmleri ve diğer farklı mecralarda izlenme rekorları kıran programlar tüketim alışkanlığı oluşumunda etkili olabilmektedir.

Kültür denildiğinde farklı boyutlarının olduğu göz ardı edilmemeli ve her şeyden önce kültür, iki farklı açıdan ele alınmalıdır. Bunlardan birincisi maddi kültür, ikincisi ise manevi kültür olarak tanımlanmaktadır. Tüketim malları açısından ele alındığında maddi kültür, bir ürünün görünen yüzü, kullanım değeri ve birtakım dışsal özelliklerini içermektedir. Manevi kültürle de taşıdığı anlam, ilettiği mesaj ve genel olarak görünmeyen yüzü veya bir arka plan olarak değerlendirilmektedir. Bir ürünün tanıtım, reklam ve teşhiri yapılırken, farklı toplumsal yaşamların aktarılması hem bir kültür nakli hem de bir kültür emperyalizmi olarak görülmektedir.

Toplumun her alanda daha çok tüketmeye sevk edilmesi, toplum psikolojisini de olumsuz etkilemektedir. Daha fazla tüketilmesi, daha fazla yenilip içilmesi, daha fazla giyilmesi, daha fazla gezilmesi kısaca her şeyin daha fazlasının teşvik edilmesi insan psikolojisini ve ruh sağlığını bozmakla kalmayıp beden sağlığını da bozmaktadır. Ayrıca tüketime meyilli hale gelen insanların tüketici

refleksinden arınarak üretime yönelmesi zorlaşmakta ya da tüketmekten üretmeye zaman ayıramamaktadır.

Bu durum aynı zamanda toplumsal barışı ve güvenliği de tehlikeye sokmakta sosyal paylaşım üzerinde negatif bir etki oluşturmaktadır. Tüketime meyilli hale gelen birey, sınırsız tüketimini karşılayacak kaynak sağlayamadığı durumda illegal yollarla kaynak teminine gitme temayülü içerisine girebilmekte ve cemiyet içerisinde hırsızlık, rüşvet, yolsuzluk vb. gayri ahlakî bir takım sapmalara yönelebilmektedir. Yeterli kaynaklara sahip olan insanlarda da tüketime daha fazla kaynak ayırma düşüncesiyle çalışanlarının hakkından kesintiye gitmek, kayıt dışına yönelmek, toplumda sosyal amaçlı kaynak tahsisinden uzak kalmak gibi bencil ve bireyselci bir yapı içerisine giriş söz konusu olmaktadır.

Toplumun her kesimi tarafından sürekli izlenen reklamlar kuşağında kulaklarımızın aşına olduğu “dök dök ye”, “hep daha fazlasını iste”, “olanla yetinme”, “kirlenmek güzeldir”, “harca harca bitmez” vb. reklamlarla tüketimin, kışkırtıcı düzeylerde teşvikiyle toplumsal tüketim meyli oluşturulmak istendiği görülmektedir. Ayrıca toplumsal yapı içerisinde kaynakları sınırlı ve sınırsız kaynağa sahip olan aileler ve çocukların varlığı göz ardı edilerek sergilenen bu yaklaşımlar, toplumun farklı kesimleri arasındaki sosyal mesafeyi daha da artırmaktadır. Sosyal bütünleşme yerine farklılaşma ile sonuçlanan bu ayrışmalar sonucu ortaya çıkan kamplaşma ve kutuplaşmalar toplumsal çatışmaları da beraberinde getirmektedir.

Yukarıda belirtilen ve materyalist felsefe olarak da görülebilecek uygulamalar sonucu oluşan politikalar, kültürel kimliğini Türk-İslam medeniyeti içerisinde gören ve Türkiye’yi ayakta tutan manevi değerlerle gözle görünür bir tezat oluşturmaktadır. İslam dininin insanlara öğretisi Mukaddes Kitap Kurân-ı Kerim’de; “Yiyin, için; ancak israf etmeyin, çünkü O (Allah), israf edenleri sevmez”,¹³⁹ ayeti kerimesinde emredilen, yine İslam Dini’nin Peygamber’i Hz. Muhammed tarafından ifade edilen; “Temizlik imanın yarısıdır”¹⁴⁰, “İşçiye ücretini, (alınının) teri kurumadan veriniz”¹⁴¹, “Komşusu açken tok yatan bizden değildir”¹⁴², Hadîs-i Şeriflerinde

¹³⁹ Kur’an, 7: 31.

¹⁴⁰ Sahih Müslim, Kitabü-ttahre, Hadîs-i Şerif, (Çevrimiçi) <http://www.diyaret.gov.tr/turkish/DIYA/NET/2001aylik/haziran/dinvecevre.htm>, 17 Eylül 2011.

¹⁴¹ İbn Mâce, İbn Mâce Ruhûn 4, Hadîs-i Şerif, (Çevrimiçi) http://www.diyaret.gov.tr/turkish/40hadis/40_hadis.asp, 17 Eylül 2011.

görülen hümanist yaklaşımı, günümüz kapitalist Batı medeniyetinin yaşam felsefesi içerisinde bulmak mümkün görülmemekle birlikte taban tabana bir zıtlık söz konusudur. Tüm bu etkilerle İslam toplumları, kurallarını kapitalizmin koymuş olduğu sistem uygulamalarıyla başarı elde etmekte zorlanmaktadırlar.

Ayrıca sosyo-kültürel bir yaklaşım tarzıyla değerlendirildiğinde yerli ya da yabancı birçok işletme tarafından üretimi gerçekleşen ürünlerde olduğu gibi bazı Unilever ürünlerinde de görülen, kullanım değeri açısından yenilik (inovasyon) sağlaması söz konusu edilse de (Max, Tom&Jerry vb.) yabancı masal kahramanları ile Türkiye’de, özellikle çocuklar üzerinde kültürel değerler açısından olumsuz bir etkiye yol açıldığı gerçeğinin göz ardı edilmemesi gerekir.

3.2.5. Unilever Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Politikaları ve İş Ahlâkı İlkeleri

Dünyanın birçok ülkesinde olduğu gibi Türkiye’de de, üretime dönük sağladığı katma değer politikalarının yanı sıra “ekonomik ahlak” ve “kurumsal sosyal sorumluluk” alanında yaptığı çalışmalarla öne çıkmayı başaran Unilever, yerli ve yabancı birçok sermaye kuruluşu ve uluslararası sermaye grupları içerisinde örnek bir model olma özelliği göstermektedir.

Unilever, bir yandan ekonomik açıdan kâr amacıyla dünyanın değişik ülkelerinde gerçekleştirdiği yatırımlarla daha çok kazanmayı öncelikli hedefleri arasında tutarken, diğer taraftan sosyal mesafeyi fazla derinleştirmeden tüketicilerle aradaki mesafeyi kapatmama çabasıdadır. Sosyal politikalar, kâr amacıyla çelişkili ya da reklam, propaganda ve ticari politikalara araç olarak da görülebilir. Ancak bir işletmenin, içerisinde yer aldığı toplumun sosyo-ekonomik ve kültürel değerlerine saygı sınırları içerisinde kalması ve toplumsal kaynaşmayı hedeflemesi açısından üzerinde durulması gereken politikalar olarak değerlendirilmesi gerekir. İzlenen sosyal politikaların, diğer yabancı yatırım işletmeleri tarafından da ilgiyle izlenmesi ve bu noktada da bir “model işletme” özelliği ortaya koyması bakımından Unilever, örnek yabancı firmalar kategorisinde değerlendirilmektedir.

¹⁴² Hakim Müstedrek, Hakim Müstedrek, 4/183, no: 7307, Hadisi Şerif, (Çevrimiçi) <http://www.mademir.com/2011/08/afrikadaki-muhtaclara-yardimilahi-davet.html>, 17 Eylül 2011.

3.2.5.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri

Geleceğini güvence altına alma bilinci taşıyan toplumlar, iyi vatandaşlığı yalnız bireylerden değil, şirketlerden de beklemektedir. Dolayısıyla şirketler de bu sosyal sorumlulukları üstlenmek zorundadır. Sadece ekonomik açıdan ele alınıp daha iyi, daha kaliteli ürünler üretmek yetmiyor; üretirken kaynakları korumak ve sürdürülebilir kılmak gerekiyor. Şirketlerin başarısı, yalnız ticari kriterlerle değil, sosyal sorumluluk kavramıyla da, yani topluma sağladığı katkıyla da ölçülmektedir. Tüketiciler artık ürünlerin sadece tüketimiyle yetinmeyip, onu üreten şirketin, toplumsal yaşama karşı sorumluluğunu yerine getirdiğine de dikkat çekiyorlar. Bu nedenle şirketler faaliyetlerini sürdürürken çevreyle ilişkiler ve çevresel etkileri ayrıntılı olarak gözden geçirmeli, ekonomik ve sosyal gelişime katkıda bulunacak projeler de geliştirmelidirler. Bu düşünceden hareketle Unilever, kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının temelinde, sürdürülebilirlik ilkesi öncelikle yer almaktadır. Sürdürülebilirlik; kaynakların, gelecek nesillere azalmadan, tam tersine çoğalarak, geliştirilerek aktarılması anlamına geliyor. Bu doğrultuda sosyal sorumluluk projeleri geliştiren Unilever, bu alandaki tüm faaliyetlerini, sürdürülebilirlik esasına dayalı ve toplumsal gelişime katkı amacına yönelik olarak yürütmektedir. Dünya genelinde, sosyal sorumluluk projelerine büyük bütçeler ayıran Unilever'in toplumsal katkı projelerine ayırdığı pay 2000'de 50 milyon \$ iken 2010'da 100 milyon € dolaylarında gerçekleşmiştir. Unilever açısından, kamu yararına hareket etmeyi ve ülke ekonomisine katkıda bulunmayı amaçlayan projelere destek vermek, aynı zamanda toplumdan aldığını topluma geri vermek anlamı da taşımaktadır.¹⁴³

3.2.5.1.1. Yenilenebilir Kaynaklar ve Sürdürülebilirlik

Unilever, Ekonomik anlamının yanı sıra aynı zamanda etik yönü de bulunan sürdürülebilirliği, en önde gelen sorumluluklarından biri olarak kabul etmekle birlikte kurumsal bir davranış ilkesi olarak da görmektedir. Bu sorumluluğunu yerine getirirken, her alanda olduğu gibi, başarının, belirli konulara odaklanmaktan geçtiği

¹⁴³ Ebru Ş. Erim, **Unilever'de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Örnek Uygulamaları**, (Çevrimiçi) <http://www.ikademi.com/roportajlar/1278-kurumsal-sosyal-sorumluluk-ornek-uygulamalar-i.html>, 03 Ağustos 2011.

inancıyla Unilever dünyada, “sürdürülebilir gelecek girişimleri” olarak adlandırdığı üç alana odaklanmaktadır. Bu odaklar;

- Sürdürülebilir Balıkçılık
- Sürdürülebilir Tarım
- Sürdürülebilir Temiz Su olarak belirtilen bu girişimlerin, ilke olara seçilen, operasyonların çevresel etkilerini en aza indirme; çevreye duyarlı ürünler üretme ve çevre korumaya yönelik çabalara gönüllü katkıda bulunma uygulamalarından çok daha kapsamlı projeler, hatta sürdürülebilir kalkınma girişimleri olduğunu da belirtmek gerekiyor¹⁴⁴

İçerisinde yaşadığımız yerkürede her geçen gün artan nüfusla birlikte global olarak gelir düzeyinin de artması sonucu tabii bir şekilde insanların harcamalarında da artış görülmektedir. Bu aynı zamanda tüketim eğilimin artması ya da talep artışı olarak da açıklanabilir. Tüketim ürünlerine olan talep arttıkça ekonomideki döngü içerisinde üretimin de artırılması gerekiyor ve bu yeni yatırımlar üzerinde hızlandıran etkisi uyandırıyor. Biz dünya insanları, çevreyle olan iç içeliğimizin de etkisiyle ve tabii kaynaklara bağımlılığımız gerekçesiyle bir yandan üretip diğer yandan tüketirken çevremizdeki tabii yapıda tahribata da yol açıyoruz. Tabiatın geri dönüşüme yol açmayacak bir biçimde tahribata maruz kalması hem yaşayan nesiller hem de gelecek nesiller açısından içerisinde yaşanılması çok zorlaşan bir dünyanın miras bırakılması gerçeğini de beraberinde getirmektedir. İşte bu nedenle son yıllarda “sürdürülebilirlik”, gerek bölgesel gerekse global açıdan dünya devletlerinin, küresel kuruluşların ve birçok sivil toplum kuruluşunun öncelikli meselesi haline almıştır. Tüm bu yaşananlar içerisinde çevreye olan etkilerin bütünüyle yok edilmesi elbette imkânsız olacağından, çoğunlukla da işletmeler tarafından “çevresel etkilerimizi en aza indirmek” ifadesi literatürde yer etmeye başlamıştır.

İşte bu noktada Unilever’in sürdürülebilirlik faaliyetlerinin ilk adımı Unilever markalarının dünya üzerindeki sosyo-ekonomik ve çevresel etkilerinin ölçülmesine imkân sağlayan “marka izi” yaklaşımıyla 2005’te atıldı. Bu gelişme Türkiye’deki sürdürülebilirlik gündemine de hız kazandı. “Unilever olarak,

¹⁴⁴ Ebru Ş. Erim, “Örnek Unilever Sosyal Sorumluluk Uygulamaları”, **Unilever’de Sosyal Sorumluluk Projeleri**, (Çevrimiçi) <http://www.ikademi.com/roportajlar/1278-kurumsal-sosyal-sorumluluk-ornek-uygulamalar-i.html>, 03 Ağustos 2011.

insanların kendileri ve toplum için iyi olan marka ve hizmetlerle kendilerini iyi hissetmeleri, iyi görünmeleri ve hayattan daha fazla keyif almalarına imkân sağlamak için her gün daha iyi bir gelecek oluşturmaya çalışıyoruz. Fakat iddialı hedefimize ulaşmak için, çevre üzerindeki etkimizi azaltmamız gerektiğinin farkındayız. Bu çerçevede şirketimizin büyüklüğünü iki katına çıkaracak hem de çevresel etkilerimizi azaltacak yeni iş yapış yöntemleri geliştirmek için çalışıyoruz” denilmektedir. Unilever, sürdürülebilirlik çalışmalarını, sosyal sorumluluk projeleri çerçevesinde gündeme almakta ve bunun en belirgin uygulamasını ise çalışma alanı olarak seçtiği şirket genel merkezinde tüm çalışanlarıyla birlikte hayata geçirmektedir. Ümraniye’de bulunan Unilever Türkiye’nin genel merkezi yeşil ofis statüsünde ve ofisteki yerleşim planı ile çalışanların gün ışığından daha fazla istifade etmesi sağlanarak yıllık % 30’lar civarında daha az elektrik kullanılmakta, su armatürlerinin uygunluğu yanında çatısında oluşan yağmur sularının toplanarak değerlendirilebilir hale getirilmesiyle de % 40 dolaylarında sağlanan su tasarrufu bu uygulamalardan sadece bir kaçı olarak ifade edilmektedir. Unilever’in genel merkezinin bulunduğu bu bina aynı zamanda LED ofis sertifikası almaya hak kazanmıştır. LED, binaların çevreye olan etkilerini tüm ayrıntılarıyla değerlendiren bir sistemdir.¹⁴⁵

Türkiye Unilever’in, sürdürülebilir kalkınma planı çerçevesinde hayata geçirdiği dört önemli sosyal sorumluluk projesi sürdürülebilirlik faaliyetleri çerçevesinde atılmış adımlardan oluşmaktadır. Bunlardan ilki olan “çevreni yaşat, geleceğini koru” projesi 1-7. Sınıflarda öğrenim gören yaklaşık 17.000 öğrenciye eğitim verilerek hayata geçirilmiştir. İkinci proje “Yarının izleri” olarak adlandırılan Tesco Kipa, Unilever, MEB ve TOÇEV ortaklığında öğrencilere ayak izini öğretme projesidir. Üçüncüsü “Çöp(m) Adam” projesi Sabancı Üniversitesi Toplumsal Duyarlılık Projeleri, Unilever, Boyner desteğiyle Türkiye’nin çeşitli bölgelerinde yoksulluk sınırında yaşayan kadınların geri dönüşümlü ambalaj malzemelerinden el çantası yapımıdır. Dördüncüsü ise “Sudaki Ayak İzim”. Omo, Yumoş markası ile başlatılan konsantre ürün akımı ile tüketicilerde farkındalık oluşturmak, konsantre ile enerji, ambalaj ve su tasarrufu devrinin başlatılması projeleri bu kapsamda başarı ile

¹⁴⁵ “Unilever 2009 Sürdürülebilirlik Raporu”, **Unilever’de Sürdürülebilirlik**, İstanbul, 2010, s. 8, (Çevrimiçi) http://www.unilever.com.tr/Images/UL_SURDURULEBILIRLIK_RAPORU_2009_tcm93-229419.pdf, 03 Ağustos 2011.

sürdürülmekte ve doğa koruma kurumu WWF'in Türkiye yönetimi ile tüketici bilincini artırmak hedeflenmektedir. Bu çerçevede 2008 yılında yapılan çalışmalarla Unilever 400 ton kâğıt, 100 ton plastik, 90 ton naylon, 60 ton metal, 220 ton varil, 2700 ton da arıtma çamurunu geri kazanmıştır.¹⁴⁶

Unilever yönetimi, tüm çalışmalarının “sürdürülebilir yaşam” a endeksli tutulmak istendiğini ve çalışmalarının bu doğrultuda planlandığını belirtmektedir. Avrupa’da azalan nüfus eğilimine karşı genç nüfusa sahip olma avantajını elinde bulunduran Türkiye’de, sürdürülebilir yaşam politikalarının önemi üzerinde durulmakta ve büyümenin sürekliliğine dikkat çekilmektedir.

Nitekim Unilever Türkiye, REC Türkiye (Bölgesel Çevre Merkezi) ve TÜSİAD işbirliğiyle iklim değişikliğiyle mücadele ve karbon emisyonunu azaltma amacıyla kurulan İklim Platformu’na katılarak, çevreye olan duyarlılığını bu katılımı da ortaya koyarak Platform’un kuruluşunda aktif rol üstlenmiştir. Tesco, Coca Cola, Toyota, Vodafone, Siemens, General Electric gibi markaların da üyeleri arasında bulunan Platform’un, Unilever Türkiye CEO’su İzzet Karaca ile üye şirketlerin CEO ve üst düzey yöneticilerinin katılımıyla 29 Nisan 2011’de düzenlenen ilk toplantısında, finansman, teknoloji transferi ve kurumsal karbon yönetimi gibi alanlarda, Aralık 2011 sonuna kadar uygulanacak faaliyet planı ele alınmıştır. Toplantıda, 2012 sonu itibariyle etkili olması beklenen yeni bir uluslararası iklim anlaşması sürecine paralel, tüm paydaşların ve gönüllü girişimlerin işbirliği ile yeni bir ortam oluşturarak, Türkiye’de de buna bağlı yeni bir ekonomik model kurmak hedeflendiği belirtilmiştir. Yenilenebilir enerji ve düşük karbonlu teknolojiler, enerji verimliliği ve enerji tasarrufu, sürdürülebilir işletme ve çevre dostu ürün tedariki anlayışını desteklemek için yenilikçi politikalar üretmek ise platformun öncelikli amaçları arasında gösterilmiştir.¹⁴⁷

Unilever Dünya Başkanı Paul Polman’ın Türkiye’ye gerçekleştirdiği ziyareti esnasında yaptığı açıklamalardan bir bölümü de sürdürülebilir yaşam

¹⁴⁶ Ebru Ş. Erim, “Unilever’in Gündemi Sürdürülebilirlik”, **Unilever Sosyal Sorumluluk Projeleri**, (Çevrimiçi) http://www.dijimecmua.com/timreport/612/index/827324_ebru-senel-erim-unilever-turkiye-kurumsal-iletisim-muduru-unilever-den-dort-onemli-proje/, http://www.kurumsalsosyal.com/tr-TR/soylesiler/1214_sudaki-ayak-izini-azaltmak.aspx, 05 Ağustos 2011.

¹⁴⁷ “Unilever Türkiye İklim Platformuna Üye Oldu”, **Unilever Medya Merkezi**, (Çevrimiçi) www.iklimplatformu.org, <http://www.unilever.com.tr/medyamerkezi/haberler/Unileverturkiyeiklimplatformunaueyeoldu.aspx>, 20 Eylül 2011.

endeksini konu almaktadır. Global finansal krizin yanı sıra dünyada küresel ısınmadan kaynaklanan seller, kuraklık, nüfus hareketleri, göçler gibi çok büyük şokların yaşanır hale geldiğini, şirketlerin de buna sürdürülebilir kaynakları geliştirme yoluyla uyum sağlaması ve süreci tersine döndürmeye katkıda bulunması gerektiği belirtilmiştir. Unilever olarak hayata geçirdikleri sürdürülebilir Yaşam Planı'nın tam da bu noktada devreye girdiğini vurgulayan Polman, "Unilever olarak iki kat büyürken doğadaki ayak izimizi yarıya indireceğimize dair bir taahhütte bulunduk. Bunun için tarımsal hammaddelerin tümünü sürdürülebilir kaynaklardan elde edeceğiz. Bu planı Türkiye'de de ilk olarak Lipton'a çay tedarik eden 15 bin çiftçimizle hayata geçiriyoruz. 2018'e kadar Türkiye'deki tüm çay tedarikini sürdürülebilir kaynaklardan gerçekleştirmeyi hedefliyoruz" diye konuşmuştur.¹⁴⁸

3.2.5.1.2. Sosyal Sorumluluk Projeleri Uygulamaları

Unilever'de sosyal sorumluluk anlayışı içerisinde sağlanan inovasyonla yenilenen ürünlerin bir yandan bireylerin ve toplumların sağlığına gerçek anlamda katkı yaparken, diğer yandan da ürün yaşam döngüsünün her aşamasında çevre üzerindeki olumsuz etkilerinin en aza indirgenmesi hedeflenmektedir.

Günümüzde dünyanın birçok ülkesinde insanlar açlık, yoksulluk ve kuraklığa dayalı iklim değişikliği nedeniyle tabii kaynakların tüketilmesi gibi global sorunlarla karşı karşıyadır. Ancak buna karşın tüm dünyada insanlar daha bilinçlidir ve kendi dışındaki dünyada yaşananlara karşı duyarsız değildir. Tüm dünya tüketicileri, bu bilinçle hareket ederek işletmeleri iyi işler yapmaları konusunda teşvik edebilmektedir. Ya da işletmeler tüketicilerin bu bilincini dikkate alarak insanlığın yararına üretim yapmak hedefi taşımaya zorlanabilmektedir. Bu amaçla da dünyanın her yerinde sosyal, ekonomik ve çevresel duyarlılıkla hareket eden birçok sivil toplum kuruluşu bir araya gelebilmektedir.

Unilever tüm bu hassasiyetleri göz önünde tutarak işlerini sorumluluk anlayışına sahip ve sürdürülebilir biçimde yönetmeyi ve büyütmeyi hedeflemektedir. Bu da özellikle bütün Unilever'in, tüm ürünlerinin işlevselliğini ve faydalarını

¹⁴⁸ "Unilever, Türkiye'yi Rusya da Dâhil Toplam 750 Milyon Nüfusluk 36 Ülkenin Yönetim Merkezi Yaptı", **Unilever Türkiye Medya Merkezi**, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/medyamerkezi/pressreleases/2011/unileverturkiyeyirusyadahiltoplaml750milyonnufusluk36ulkeninyonitimmerkeziya.pti.aspx>, 21 Ağustos 2011.

optimum düzeye çıkarmayı, atıkları en aza indirmeyi ve başta karbondioksit emisyonları olmak üzere, üretim tesislerinin ekolojik açıdan verimliliğini artırmayı içermektedir. Unilever, İnovasyon planlarına sosyal, ekonomik ve çevresel ölçüleri de dâhil ederek bunu başarmayı amaçlıyor. Bu amaçla içerisinde yer aldığı sosyal sorumluluk projelerinden bazı örnekler;

- 2007-2012 döneminde Ben & Jerrys'in Avrupa'daki üretim sürecinin her aşamasını kapsayan girişimlerle iklim değişikliği üzerindeki etkimizi azaltmak ve geriye kalan etkileri de Gold Standard temiz enerji projelerine yatırmak için 2,4 milyon € yatırım yapıyoruz.
- OMO TOTAL sadece daha avantajlı bir formatta mükemmel temizlik sunmakla kalmıyor; ayrıca çevreye verilen olumsuz etkileri azaltıyor. Bunu bir örnekle açıklayacak olursak; 2009 yılındaki toz deterjan üretimi yerine tamamen ultra konsantre sıvı deterjan üretilseydi bir yılda 270.580 ton daha az karbondioksit salınımı söz konusu olurdu. Bu da, bir arabanın dünyanın çevresinde 43.986 kez tur attığında yaydığı karbondioksit miktarı kadar tasarruf etmeye ya da 1.041 hektar orman alanını kurtarmaya denktir.
- Ekim 2007'de Lifebuoy markası 70 ülkede Global El Yıkama Günü'nü başlatarak, herhangi bir aşı ya da tıbbi müdahalenin tek başına yapabileceğinden çok daha fazla sayıda yaşamı kurtarabilecek bu BM girişimini destekledi.
- Rexona 50 ml roll-on deodorantın tasarım ve üretim süreci, enerji tüketimini 6 milyon kW/saat azaltacak şekilde yeniden düzenlendi.¹⁴⁹

Unilever'in içerisinde doğrudan yer aldığı bir diğer sosyal sorumluluk projesi de "Yaşayan Göller Projesi"dir.

Unilever, su kaynaklarıyla ilgili olarak GNF (Global Nature Fund) tarafından yürütülen "Yaşayan Göller / Living-lakes" programına destek vermektedir. Yaşayan Göller Projesi, GNF ile birlikte dünya üstünde yok olma tehlikesi ile karşı karşıya bulunan göllere yardım elini uzatmak için başlatılan bir projedir bu. Yaşayan Göller Projesi sulak alanların, tatlı su kaynaklarının ve bu bölgelerde sürdürülebilir kalkınmanın desteklenmesi için dünya çapında faaliyet

¹⁴⁹ Unilever Türkiye Web Sayfası, "Unilever'de İnovasyon Alanları / Sorumluluk Anlayışıyla İnovasyon," (Çevrimiçi) http://www.unilever.com.tr/innovation/innovationinunilever/areasofinnovation/?WT.LHNAV=%C4%B0novasyon_Alanlar%C4%B1, 08 Ağustos 2011.

gösteren bir girişimdir. Unilever Türkiye'nin bu kararında; projede sadece çevrenin korunması değil, bölge insanına ve geleceğine yatırımın hedeflenmesi de etkili olmuştur. Bir zamanlar pek çok canlı türünün yaşadığı ve bugün birçok tehditle karşı karşıya kaldığı için yok olma tehlikesi yaşayan 'Uluabat Gölü'nün Entegre Yönetim Projesi', de bu projelerden birini oluşturuyor. Proje, Ulu abat Gölü'nde sürdürülebilir ve akılcı kullanım ile ekosistem zenginliklerinin korunmasını, geliştirilmesini ve planlı kalkınmasını hedefliyor. Yaşayan Göller Projesi'ne 2000 yılında Ulu abat Gölü de dâhil edilmiştir. Ulu abat Gölü'nün projeye dâhil olma süreci, Unilever Türkiye'nin, bu gölün korunmasına yönelik çalışmalara destek verme kararıyla başlamıştır. Bu, bölge halkının geçim kaynaklarının canlandırılmasıyla birlikte aynı zamanda Unilever'in sürdürülebilirlik ilkesine de uygun bir çalışma anlamına gelmektedir.¹⁵⁰

Unilever, sürdürülebilirlik politikaları çerçevesinde sosyal amaçlı aktivitelerde bir araya geldiği kurum ve kuruluşları aynı zamanda "İş Ortakları (Partnerships)" olarak adlandırmakta ve bu doğrultuda ortak çevre politikaları projeleri geliştirilmektedir. Unilever'in sürdürülebilirlik politikaları, topluma karşı verilmiş bir taahhüt olarak görülmekte ve bu çalışmalara paydaşların dâhil edilmesi olarak ifade edilmektedir. Bu doğrultuda gerçekleştirilen bazı önemli ortaklıklar ve etkinlikler aşağıda özetle belirtilmektedir.

- **WWF Türkiye:** Sudaki Ayak İzi konusunda tüm toplumda bilinç oluşturma,
- **TOÇEV (Tüvana Okuma İstekli Çocuk Eğitim Vakfı):** Küresel ısınma konusunda çocuklarda farkındalık sağlamak ve onları yeterli ve dengeli beslenmeye teşvik etme,
- **TKD (Türk Kardiyoloji Derneği):** Kalp ve damar hastalıklarının önlenabilir olduğuna dikkat çekerek, herkesi sağlıklı yaşam için bir adım atmaya davet etme,
- **ÇEVKO (Çevre Koruma ve Ambalaj Atıkları Değerlendirme Vakfı):** Ambalajların kullanım sonrası geri kazanılmaları konusunda toplumda farkındalık oluşturma,

¹⁵⁰ "Unilever & Doğal Hayatı Koruma Derneği: Yaşayan Göller Projesi", **Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Örnek Uygulamalar-II**, (Çevrimiçi) <http://www.ikademi.com/roportajlar/1278-kurumsal-sosyal-sorumluluk-ornek-uygulamalar-i.html>, 09 Ağustos 2011.

- **KAMER Vakfı ve KEDV (Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı):** Çöp(m)adam projesi kapsamında, Diyarbakır'da KA-MER, İstanbul'da da KEDV ile işbirliği yapılmaktadır.
- **TEMA:** Karbon ayak izimizi azaltmak amacıyla ağaçlandırma çalışmalarının tamamı TEMA ile yapılmaktadır. Bugüne kadar gerçekleştirilen projelerle ilgili ayrıntılı bilgilere www.Unilever.com.tr adresinden ulaşmak mümkündür.¹⁵¹

3.2.5.2. İktisadi Ahlak ve Zihniyet Politikalarına Etkileri

Küreselleşme sonucu ortaya çıkan bir gelişme olarak görülen sınırların ortadan kalkması, emeğin ve sermayenin serbest dolaşımı sonucu kültürel farklılıklar, konuşma dili farkları ve dini inançlarda görülen farklarla ilgili toplumsal yapı içerisinde ilişkilerin tesisinin hangi boyutlarda olacağı günümüze dek tartışıla gelmiştir. Karmaşık gibi görülen bu toplumsal yapının ekonomik yapılanma üzerinde de etkili olması kaçınılmaz olarak görülmektedir. İşte bu noktada Prof.Dr. Orhan Türkdoğan'ın aşağıda yer alan önemli tespitleri bu yaklaşımın farklı bir boyutunu ortaya koymaktadır.

Batı'ya yönelirken, medeniyet ve kültür değerlerimizi oluşturan İslâmî ve Doğulu bir bakış açısıyla olayları açıklamaya çalışacağımız yerde, kendi kültür ve değerler sistemimizin oluşturduğu zihni kategori ve düşünce kalıplarımızı, Batı standart ve değerlerine indirgemek (icra etmek) suretiyle kendimizden soyutlanarak bir başka medeniyetin zihni kategori ve düşünce kalıplarını monte etmek yoluna gitmişizdir. Böyle bir metodoloji tarzı, kendi düşünce özelliklerimizin Batılı kalıplara dökülerek imaline izin verdiği için yapıcılığımı da yitirerek taklitçi bir duruma düşmüştür. Oysa asıl olan, kendi bakış açımız ve dünya görüşümüzün oluşturduğu bir metodoloji tarzı olayları incelemede ve değerlendirmede daha yararlı sonuçlar doğurabilirdi. Bu tür bir zihni sürecin amacı, modern düşünce ve yenilikleri milli kültürümüzle kaynaştırmak değil, aksine günümüz ihtiyaçlarına ışık tutacak yeni durum şartların yorumlanmasını kendi özelliklerimiz çerçevesinde başlatmaktır.¹⁵²

¹⁵¹ “İş Ortaklarımız (Partnerships) Hakkında Daha Fazla Bilgi Edinin”, **Unilever'de İş Ortaklığı**, 17.08.2010, (Çevrimiçi) http://inside.unilever.com/region/AAC/Turkey/Pages/TR_BU_Partnerships.aspx, 09 Ağustos 2011.

¹⁵² Orhan Türkdoğan, **Değişme- Kültür ve Sosyal Çözülme**, İstanbul, 1988, s. 81.

Batı medeniyetinin bir parçası olan yeni liberal görüş ve bu akımın en ünlü temsilcilerinden sayılan Milton Friedman'ın, adeta bu medeniyetin görüşlerine tercüman olurcasına sosyal adaletten, adil gelir dağılımından ve paylaşmayı şiddetle reddeden katı anlayışı açıkça görülmektedir. Batı medeniyeti içerisinde gelişip farklı ülkelerde faaliyette bulunan uluslararası işletmelerin, hep daha fazlasını kazanma arzularının bu anlayışla nasıl özdeşleştiği ise dikkatle üzerinde durulması gereken bir diğer önemli nokta olarak görülmektedir.

Halbuki İslam dininde bunun tersine bir anlayış söz konusudur. Nitekim Kur'ân-ı Kerim'de bu konu hakkında bir ayette şöyle buyrulmaktadır.

“Mal mülk, çoluk çocuk... Bütün bunlar dünya hayatının süsleridir. Ama baki kalacak yararlı işler ise Rabbi'nin katında, hem mükâfat yönünden hem de ümit bağlamak bakımından daha hayırlıdır”¹⁵³ buyrulmaktadır.

Ayrıca İslam Dini'nin ikinci temel kaynağı olan ve Hz. Muhammed'in sözlerinden oluşan Hadislerden birinde, “En üstün sadaka, aç bir insanı doyurmaktır”¹⁵⁴ buyrulmaktadır.

Friedman'ın, firma davranışı etiği konusunda da katı bir biçimde; ”Firmalardaki sosyal sorumluluk politikaları özgür toplumun temellerini sarsacak bir eğilimdir. Çünkü firmaların önceliği paydaşları (ortakları, hissedarları, sahipleri) için kâr maksimizasyonu sağlamaktır” demektedir.¹⁵⁵ Bu görüş Friedman'a ait bir görüş olsa da faydacı gelenekten gelen yeni liberal yaklaşım politikası olarak görülmektedir.

Nitekim Milton Friedman'ın ortaya attığı ve 1970'li yıllardan itibaren kabul gören “Yeni Liberal Görüş”, sosyal adaleti sağlayıcı gelir dağılımı politikasını reddetmektedir. Bu görüşü benimseyenlere göre, piyasa mekanizması çarkı, mal ve faktör piyasalarından oluşan göreceli fiyatlarla kimlerin zengin, kimlerin daha az zengin olacağını belirleyecektir. Bu mekanizma içinde daha fazla geliri hak edenler, ön plana çıkacak ve zengin olacaklardır. Fakirler ise beceriksiz kimselerdir. Gelir

¹⁵³ Kur'an, 18: 46.

¹⁵⁴ Enes Bin Malik, Mihkât-ül Mesabih 1946, Taberani , Hadis-î Şerif, (Çevrimiçi) <http://www.huzurkapisi.de/hadis.html>, 19 Aralık 2011.

¹⁵⁵ Milton Friedman, **Capitalism and Freedom**, Chicago, University of Chicago Press, 1962, s. 133.

dağılımında adalet sağlayıcı politikalar izleyerek, onları ödüllendirmemek gerektiği öne sürülür.¹⁵⁶

Yeni Liberal görüşün bu tezi, henüz yaşamın başlangıcında insanların doğarken eşit doğmaması gerçeği ile çelişen bir görüştür ve bu noktada çürümektedir. Ayrıca gerek ülkeler açısından gerekse bireysel açıdan sağlanan kazanımlar çoğunlukla sonradan elde edilen kazanımlardan oluşmamaktadır. Birçok GÜ ekonomisinin yüzyıllar süren sömürge imparatorluklarının birikimleri ile sanayileşme evrimini sağladıkları bilinir. Bireysel açıdan da miras hukukunun bir sonucu olarak, çalışıp kazanmadan miras yoluyla zenginleşen yapı içerisinde yer aldıkları görülmektedir. Diğer taraftan coğrafi yapıdan kaynaklanan özellikler dolayısıyla her bölgenin eşit olmadığı gibi madenler ve tabiat zenginliklerinin dağılımı da eşit değildir. Tarımsal açıdan da her bölge aynı verimlilikte değildir. Dolayısıyla bu dengesizliklerin ortaya çıkardığı zorlukların insanlara yüklenmesi de doğru bir yaklaşım olarak görülmemektedir.

Türkiye’de faaliyette bulunan birçok yabancı işletme, ülkemizdeki sosyal adaletçi kültürel mirastan ve ahilik geleneğinden herhangi bir şekilde etkilenmiştir ve bu doğrultuda birçok sosyal girişim ve aktivite içerisinde yer almaktadır. Unilever, (çok yerli bir yabancı olma geleneğinin de etkisiyle) bu işletmeler içerisinde gerek sosyal sorumluluk projeleriyle, gerek otonom yatırımlarla, gerekse insani ve sosyal dayanışma sağlayıcı katkılarıyla pozitif ayrıcalıklı bir konumda değerlendirilmektedir. Çalışanlarının ve yönetici kadrolarının büyük çoğunluğunun Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olması bir yana birçok Türk yöneticinin uluslararası piyasalarda görev ve sorumluluk almasının sağlanarak geleceğin global ekonomisine yön verebilecek noktalara hazırlanmaları, Unilever’in Türkiye’ye verdiği önemi açık bir şekilde ortaya koymaktadır.

Kaldı ki henüz yakın bir tarihte (18 Ağustos 2011) Unilever global’in ya da Dünya Unilever’in başkanı Paul Polman’ın Türkiye ziyaretinde açıkladığı, Türkiye’yi ve Türk yöneticileri onore edici ifadeleri bir kez daha Türkiye’nin Unilever açısından bir yatırım üssü, bir ihracat üssü, bir istihdam üssü ve en önemlisi ekonomik kalkınma ve ekonomik büyüme üssü olarak görülmesi Türkiye’nin de çok

¹⁵⁶ Dinler, a.g.e., s. 300.

geçmeden dünya ekonomisine yön veren ekonomiler arasında yer alacağına adeta bir habercisi olarak görülmektedir.

3.2.5.2.1. Kayıt Dışı Ekonomi Üzerindeki Etkileri

Türkiye ekonomisinde kayıt dışı sorunu, siyasi idareler, işçi ve işveren kuruluşları, sivil toplum kuruluşları, üniversiteler, sosyal güvenlik kurumları ve diğer birçok kurum ve kuruluş tarafından birçok farklı mecrada yıllardır dile getirilmektedir. Bir yandan konunun önemi hakkında konferanslar, panel ve oturumlar düzenlenirken diğer taraftan yasal tedbirler alınmaya çalışılmaktadır. Ancak buna rağmen Türkiye’de güncel veriler dikkate alınacak olursa ekonomide kayıt dışılığın % 45 gibi yüksek bir oranda seyrettiği belirtilmektedir.

Kamu açısından ekonomide derin açıklar oluşturan kayıt dışı yapılanma, özel sektör açısından da büyük rahatsızlık verici negatif bir durum olarak değerlendirilmektedir. Çünkü ülke ekonomisi açısından sağlanan kaynak tahsis kalemleri arasında yer alan, vergi, sigorta ve primlerin tahsilinde hedeflenen rakamlara ulaşamaması sonucu ortaya çıkan farklar, bütçe açığı olarak yansımakta, GSYH kayıtları üzerinde de negatif görünüm ortaya çıkmaktadır. Üretim, satış, dağıtım, pazarlama yanında ithalat ve ihracat gibi dış ticaret faaliyetlerindeki kayıt dışı uygulamalar nedeniyle ekonomik girdi sağlanamamakla birlikte istihdam alanında da çalışanların gelecekle ilgili refah düzeyini olumsuz etkilemekte ve sosyal güvenlik kurumlarının tüm bu farkları karşılamakta zorlanmasına yol açmaktadır.

Diğer taraftan kayıt dışı oranı arttıkça, SGK primlerinin yükseltilmesi, vergi oranlarının artırılması ve otonom yatırımların bütçeden karşılanması nedeniyle kayıtlı ekonomiye ağır bir yük binmektedir. Bu da kayıtlı ekonomide kâr marjlarının daha da düşmesine, yeterli tasarruf oluşamamasına ve yatırıma dönüşmemesine yol açmaktadır. Aynı zamanda piyasada kayıt dışı ile rekabette zorlanan kayıtlı ekonomi işletmelerinin bu kayıpları aynı zamanda kamu ekonomisinin kaybı olarak ülke ekonomisine de negatif olarak yansımaktadır.

Türkiye’de yatırımları bulunan ve yatırım yapmak isteyen yabancı sermaye kuruluşları açısından kayıt dışılık, istenmeyen hatta yatırımlara isteksiz bir tavır sergilenmesi olarak algılanmaktadır. Çünkü kayıt altına alınmamış ekonomilerde

serbest piyasa koşullarını olumsuz etkileyebilecek haksız bir rekabet ortamı da ortaya çıkmaktadır.

Unilever Türkiye, kayıt dışı yatırımlardan en çok etkilenen UDY işletmelerinden biridir. Unilever'in yatırımlarının ve faaliyet alanının çoğunlukla tüketim ürünlerini kapsamaması nedeniyle özellikle "merdiven altı" diye tabir edilen kayıt dışı üretimler hem pazar hâkimiyetini ve kontrolünü olumsuz etkilemekte hem de pazar paylarının belirlenmesi üzerinde negatif etki oluşturmaktadır. Kayıt dışı üretim zaman zaman daha da ileri gitmekte piyasada bulunan prestijli marka isimlerini kullanarak her tür sağlıksız koşulların yer aldığı ortamlarda taklit ürünler imal etme yoluna da gidebilmektedir. Bu durum taklit ürün kullanmakla yüz yüze kalan tüketicilerin hem sağlık hem de hayati risk boyutlarında bazı olumsuzluklarla karşılaşmasına yol açabilmektedir.

Tüm bu olumsuzluklar karşısında Unilever Türkiye, muhatap olduğu KOBİ ölçekli işletmelerle tedarikçiler bağlamında kurduğu ticari ilişkilerde ilgili firmalarda istihdamın kayıt altına alınıp alınmadığını, firmaların vergi dairelerine kayıtları ve bilançolarının kontrolü, oda kayıtları ve benzeri durumlarını inceleyerek kayıt dışılığa meydan vermemek için kendi çapında engelleyici bazı adımlar atmaktadır. Bununla birlikte satış ve dağıtım kanallarında yer alan bayi, distribütör ve müşteri grupları ile arasındaki ticari ilişkilerde de aynı hassasiyeti göstermekte ve bu işletmelerde özellikle kayıt dışı istihdam olmamasına yönelik araştırmalarla birlikte uluslararası çalışma koşullarına uygun hareket edilip edilmediği konularında da incelemeler yapmaktadır.

Unilever Türkiye'nin CEO (yönetim kurulu başkanı)'su İzzet Karaca'nın aynı zamanda YASED (Yabancı Sermaye Derneği) başkanı olarak göreve başlaması ve bu konudaki hassasiyetini diğer yabancı sermaye kuruluşlarıyla birlikte YASED içerisinde de gündemde tutması kayıt dışının kontrol altına alınması için harcanan önemli çabalardan biri olarak değerlendirilmektedir. Yabancı sermaye kuruluşlarının yasalara saygı doğrultusundaki kurumsal politikalarının gereği olarak bu konuda ortak girişimlerde buldukları görülmektedir.

3.2.5.2.2. Ekonomik Yolsuzluk ve Etik Dışı Üzerindeki Etkileri

Dünyanın birçok ülkesinde özellikle de ekonomik yapı içerisinde sürdürülen iç ve dış temaslarda yasal olarak engellenmiş ve bir takım müeyyidelerle cezalandırılması öngörölmüş yüz kızzartıcı ekonomik suçlar olarak da adlandırılan olumsuzluklarla zaman zaman karşılaşılmaktadır. Yolsuzluk olarak adlandırılan, legal olmadığı gibi insani açıdan da etik karşılanmayan aynı zamanda haksız kazanç sağlanması amacına da yönelik bu tür olumsuzluklar, tüm alınan önlemlere karşı Türkiye’de de vuku bulmaktadır.

Dünya’da ve Türkiye’de yaşanan bu tür olumsuzlukları herhangi bir şekilde bölgesel ya da kurumsal açıdan bütünüyle önlemek imkânsız olmakla birlikte alınan tedbirlerle sınırlı tutmanın yolları aranmaktadır. Bazen yerel düzeyde görölen bu olumsuzluklar, bazen ülke genelini etkileyecek seviyelerde hatta zaman zaman uluslararası boyutlarda gerçekleşmektedir. Aynı zamanda gayri ahlâkî olarak da tanımlanan yolsuzluk ilişkilerinin kamu ya da özel, yerli ya da yabancı işletmeler ya da piyasalar olarak sınırlandırılma imkânı da bulunmamaktadır.

Unilever, bu konuda iş ilkeleri ve etik davranışlar adı altında kitapçıklar hazırlayıp tüm çalışanlarına tebliğde bulunmuş olmakla birlikte bu konuda bazı noktaları açık ifadelerle belirtmiştir. Bu kurallar, tüm dünya Unilever’lerini ve tüm çalışanlarını kapsayacak standartlar olarak açıklanmaktadır.

Unilever iş ilkeleri, dünyanın neresinde olurlarsa olsunlar Unilever’deki herkesin uyduğu işletme ile ilgili standartları tanımlar. İşlerimizi dürüst bir yaklaşımla ve işimizin temas ettiği tüm insanlara, organizasyonlara ve çevrelere karşı saygı ile yapmak, her zaman kurumsal sorumluluğumuzun özünde yer almıştır. Bu çerçevede belirlediğimiz İş İlkelerimiz, insan hakları konusundaki taahhüdümüzün altını çizmektedir. Bunlar;

- **Yolsuzlukla Mücadele:** İş İlkeleri Yönetmeliği’ne göre, doğrudan veya dolaylı olarak rüşvet verilmez, alınmaz ve ticari ya da mali kazanç sağlamak için uygunsuz yollara başvurulmaz. Unilever’in muhasebe kayıtları, içerdikleri işlemlere ilişkin ayrıntıları eksiksiz olarak göstermekte ve yansıtmaktadır.

- **Farkındalık:** Çalışanlar iki yılda bir İş İlkeleri eğitimi alır ve ilkelerimize olan uyumlarını teyit ederler. Yeni işe başlayan çalışanlarımızla İş İlkelerimiz paylaşılır ve kendilerinden bu ilkelere uyacaklarına dair yazılı beyan alınır.
- **Hediye Politikamız:** İş İlkelerimiz gereği, hediye ve benzeri ürünler alınmaz ve verilmez. Bu prensip, iş ortaklarımızla paylaşılır ve bu uygulamamıza destekleri istenir. Hediye politikamız tüm çalışanlara yılda en az bir kez hatırlatılır.
- **İş İlkeleri Komitesi:** 3 yönetim kurulu üyesinin de yer aldığı İş İlkeleri Komitesi, yılda en az 4 kez toplanarak, İş İlkeleri'ne uyumun sürdürülebilmesi amacıyla eğitimler düzenlenmesi ve farkındalığın artırılması için adımlar atılmasını sağlar. **Çalışanlarımız İş İlkeleri'ne aykırı olduğunu düşündükleri bir durumla karşılaştıklarında,** isim kullanma zorunluluğu olmadan, 365 gün/24 saat ulaşabilecekleri global İş İlkeleri hattına bildirimde bulunabilirler. Komiteye ulaşan her bildirim kayıt altına alınır ve değerlendirilir.
- **Akrabalık ilişkileri:** Çalışanlarımız, rakiplerimiz veya iş ortaklarımızın çalışanlarıyla olan akrabalık ilişkilerini raporlar. Akrabalık ilişkisi olan kişilerin görev ve sorumlulukları değerlendirilir, gerekli görülen durumlarda görev değişiklikleri yapılır.¹⁵⁷

3.3. UNILEVER TÜRKİYE'DE ŞİRKET VE ÜRÜN GRUPLANDIRMA KATEGORİLERİ

Unilever, Türkiye'de faaliyette bulunurken piyasadan gelen taleplerle birlikte bazen yeni markalar oluşturmakta bazen de uluslararası piyasada yer alan markalarını Türkiye'deki tüketicilerle buluşturmaktadır. Tüm bu çalışmalar devam ederken ürün gruplarının öncelikle ithal edilerek ortaya çıkan talepler doğrultusunda Türkiye'de üretiminin gerçekleşmesi ve bu alanda yatırım yapılması kararı belirlenmektedir. Bir noktada risk azaltılmaya çalışılmakta ve yapılan piyasa araştırmaları adeta bir stres testi halinde gerçekleşmektedir.

Türkiye'de üretilen Unilever ürün markalarının tüketici tarafından yerli ürün gibi algılanması, kurumsal açıdan bir yabancı işletme olan Unilever'in, kendisini

¹⁵⁷ “İş İlkelerimiz ve Etik Değerlerimiz”, **Unilever Türkiye İş İlkeleri ve Etik Değerler**, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/sustainability/calisanlarimiz/isilkelerimizveetikdegerlerimiz/>, 25 Ağustos 2011,

yerli bir işletme gibi görmesinde etkili olmuştur. Unilever ve Türk tüketicisi arasında böylelikle duygusal bir bağ kurulmuş ve Unilever'in yeni üretilmiş de olsa tüm ürünleri çabucak benimsenmiştir. Bu nedenledir ki Unilever, Türkiye'deki varlığını, "Çok Yerli Bir Yabancı İşletme" kavramıyla tanımlamakta ve Unilever'in tüketicilerle buluşturduğu markalar kategorisinde bir marka olmanın ötesinde, ilgili ürünün Türkiye'deki adı gibi görülmektedir. Örnek vermek gerekirse; "Sana Yağı", Unilever'e ait bir margarin olmasına karşın birçok tüketici, bakkala girişinde (farklı bir margarin almak istese de) talebini, "Sana yağı var mı" şeklinde ifade etmektedir.

- Çay isteğini, "Lipton" olarak,
- Deterjan isteğini, "Omo Verir misiniz" şeklinde,
- Dondurma talebini, "Algida" olarak,
- Çamaşır suyu almak istediğinde, "Domestos" olarak,
- Sabun almak istediğinde "Lux" ya da "Dové", Temizlikte "Cif, Vim, Lux",
- Çamaşır Yumuşatıcı istediğinde Yumoş" ve
- Şampuan almak istediğinde de "Elidor, Dové, Clear" gibi satıcı tarafından kanıksanan ifadelerle dile getirmekte ve marka adı ile bütünleşmiş Unilever ürünleri, böylece tüketici tercihlerinin oluşmasında önemli bir yer tutmaktadır. Bu aynı zamanda tüketici ile Unilever ürünleri arasında duygusal bir bağ oluştuğunu ortaya koyan gösterge niteliği de taşımaktadır. Knorr grubunun Unilever tarafından satın alınmasının üzerinde henüz bir kaç yıl geçmiş olmasına rağmen hazır çorba dendiğinde ilk akla gelen markanın Knorr olması düşündürücü olsa gerek. Bu durumda söylenecek tek söz "Unilever, bu işi gerçekten iyi biliyor" olarak beliriyor.

Unilever ürün portföyünde yer alan ürünleri, kategori bazında gruplandırarak aşağıda belirtilen bir sınıflandırma içerisinde açıklamak mümkündür.

3.3.1. Gıda ve Dondurma Ürünleri Kategorisi

Unilever, Türkiye'de ilk yatırımını bitkisel yağlar kategorisinde yapmış ve ürettiği ilk yağ markasını ise "Vita" olarak belirlemiştir. Vita'nın hemen ardından "Sana Yağı" markasıyla Türk tüketicisi ile buluşan Unilever, belirli bir süre iki çeşit margarinle faaliyetlerini sürdürmüştür. Bir diğer tanımla "Nebati Margarin" olarak da gruplandırılan bu iki markadan "Vita" genellikle yemeklik margarin olarak

kullanılırken “Sana” çoğunlukla kahvaltı sofralarının vazgeçilmezleri arasında yer almıştır. Ancak “Sana”da, piyasadaki talepleri karşılayabilecek boyutlarda bir üretim sağlanamadığından, bakkal piyasasında bir paket Sana margarinin ortadan kesilerek satış yapıldığı dönemler söz konusu olmuştur.

Unilever, Türkiye gıda ve dondurma sektörlerinde Knorr, Sana, Lipton, Calve, Becel, Algida, Ben&Jerry’s, Carte D’or, Cornetto, Magnum ve Max markaları altında margarinden hazır çorbaya, çaydan dondurmaya kadar çok geniş bir ürün portföyü ile hizmet vermektedir.¹⁵⁸

Dünyanın lider gıda şirketlerinden biri olan Unilever, öncelikle insanların yiyecek ve içeceklerden beklentilerini, ihtiyaçlarını ve neleri sevdiklerini öğrenmek için çabalamakta ve bunu kendisi için adeta bir tutku olarak görmektedir. Çünkü bunun sonucunda markalarının daha da seviceğini düşünerek yaptığı çalışmaları önemsemektedir. Gıda sektöründe yaptığı inovasyon çalışmaları ile dünyanın birçok farklı yöresinde insanların tercihleri arasında ne gibi değişiklikler olabileceğini yaptığı piyasa araştırmaları ile tespit etme yoluna gitmektedir.

Unilever’in Türkiye’de güncel olarak üretimi ve satışını sürdürdüğü “Gıda Markaları”nı bir cümleyle anlatan açıklamalara aşağıda yer verilmiştir;

- Becel, 40 yılı aşkın bir süredir kalp sağlığı alanında aktif ve öncü bir rol üstlenmiştir,
- Magnum, baştan çıkartan lezzetleriyle haz dünyasının vazgeçilmezi olmaya ve akıllara kazınan deneyimler yaşatmaya devam ediyor,
- Max, yıllardır olduğu gibi bugün de çocuklar için lezzet ve eğlenceyi birleştiriyor, annelere güven sunuyor,
- Ev tipi dondurmanın yenilikçi ve öncü markası Carte d’Or, tüketicisinin karşısına birbirinden lezzetli ürünleriyle çıkıyor,
- Türkiye’nin dondurmacısı Algida Türkiye’de 21 yaşını kutluyor,
- Aşkın resmi dondurması Cornetto, sizi tadına doyumaz bir lezzet yolculuğuna davet ediyor,

¹⁵⁸ “Unilever Türkiye Tarihiçesi”, **Unilever Türkiye**, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/aboutus/ourhistory/unileverturkiye.aspx>, 01 Temmuz 2011.

- Siz Knorr sevenleri, günün her saati lezzet tutkunuzla buluşturmak için pratik çözümler üretiyoruz,
- Lipton, dünyanın en seçkin çaylarını tarladan bardağa taşıyor,
- Adil Ticaret Sertifikası'na sahip ilk dondurma olan marka, çevreye yaptığı yatırımları, iklim dostu uygulamaları ve mutlu inekleriyle birbirinden lezzetli kocaman parçalı dondurmalar üretiyor,
- Zengin ürün çeşitleriyle yemek keyfini eğlenceye dönüştüren Calvé, Akıllı Kapak'la ketçap ve mayonez dünyasında yeni bir devir açıyor,
- Sana, sağlıklı, ekonomik ve kolaylık sağlayan margarinler sunuyor,
- Düşük kalorisi, gerçek hindistancevizi ve ananas parçalarının tabiiliğiyle dondurmaya sıra dışı bir bakış getiriyor,¹⁵⁹ kavramlarıyla ifade edilmektedir.

Gıda markaları arasında yer alan bu markalar altında gerek ambalaj farklarından kaynaklanan gerekse farklı karışımlarla yapılan ürün çeşitlendirmesi kapsamında her bir marka altında onlarca ürün yelpazesi yer almaktadır. Sadece Becel markası adı altında 10 ayrı çeşit Becel ürünü yer almaktadır. Sana'da da durum farklı değildir. Algida'ya baktığımızda ise değişik tat, görünüm, karışım ve ambalajdan oluşan 100'lerle ifade edilebilecek ürün çeşidi yer almaktadır. Calvé, Knorr ve Lipton'da da birçok çeşit bulunmakta ve bu sayı her geçen gün artmaktadır.

3.3.1.1. Dondurma Ürünleri Kategorisi

İlk dondurma 3 bin yıl önce Çinliler tarafından üretildi. Buzlu içeceklerin ise Asya'da binlerce yıldır kullanıldığı biliniyor. MÖ 4. yüzyılda Büyük İskender buzlu nektarlar hazırlatıp içiyordu. MS 60'larda Roma İmparatoru Neron, Apenines Dağı'na kölelerini yollayarak kar ve buz getirtir, bu karlara meyve nektarı ve şerbet karıştırırdı. Avrupa'yı dondurmayla tanıştıran ise 1296'da Marko Polo oldu. Çin gezisi sırasında öğrendiği buzlu içecek tariflerini beraberinde Venedik'e getirdi. İtalyan Catherine de Medici Fransız Kralı II. Henry ile evlendiğinde dondurma da Fransa'ya gelmiş oldu.¹⁶⁰

¹⁵⁹ "Markalarımız", **Unilever Gıda Markaları**, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/brands/foodbrands/>, 26 Eylül 2011.

¹⁶⁰ "Türkiye'nin Dondurmacısı Mutluluğu Paylaşıyor", **Dondurmanın Tairhi "Bunları Biliyor Muydunuz"**, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/brands/foodbrands/Algida.aspx>, 15 Eylül 2011.

Modern dondurmacılığın temelleri 1851’de J. Fussell’in ABD’de Baltimore’da kurduğu ticari dondurma tesisiyle atıldı. 1876’da New York’ta İtalyan asıllı Amerikalı Italo Marchioni ilk dondurma kornetini üretti. 1920’lerde çubuklu dondurmalar, kutulu dondurmalar ve diğerleri gündelik hayatımıza girdi. 1930 yılında İngiliz dondurma üreticisi Wall’s firmasını alan Unilever, böylece dondurma sektörüne de adım atmıştır. Anadolu’da ise dondurma 17. yüzyılda keçi sütü, şeker ve salepten yapılırdı. Dondurma çok kalın olduğu için bir kancaya asılır ve büyük bir bıçak yardımıyla porsiyonlar halinde kesilirdi.¹⁶¹

Algida’nın Türkiye’ye girişi ve henüz yatırımların tamamlanamadığı bir aşamada gerek kakao, gerek vanilya gerekse şeker katkı oranlarının dozu Avrupa ülkelerinin tüketicileri ile bir tutulmaktaydı. Bu noktada Türkiye’de henüz dondurma yatırımları sağlanamamış, belirli piyasalarda uygulanan pilot çalışmalar nedeniyle doğrudan Avrupa’dan ithal edilen dondurmaların söz konusu olması etkili olmuştur. Ancak dar alanda yapılan bu çalışmalarda elde edilen bilgiler yatırımların gerçekleştirilip üretime geçildiği aşamada büyük bir birikim olarak hayata geçirilmiştir. İlerleyen yıllarda dondurma üretiminde süt ve süttozunun birlikte kullanılması da tüketici beğenisi üzerinde etkili olduğundan ağırlıklı ölçüde süt kullanılması öngörülmüş ve süttozu kullanımı asgari bir düzeye çekilmiştir.

Algida Türkiye’ye 1990 yılında giriş yapmıştır. Dünya çapındaki uzmanlığını Türk damak tadıyla harmanlayarak, 7’den 70’e herkesin çok beğendiği ve sevdiği lezzetleri tüketicisiyle buluşturan Algida, Türk dondurma sektörünün son 21 yılına damgasını vurmuştur. Algida, bu sürede birçok başarılı reklam filminin, yenilikçi ürün geliştirme ve inovasyon fikrinin ve sıra dışı tüketici aktivitelerinin de düzenleyicisi olmuştur. 20 yıldır olduğu gibi, gelecekte de Türkiye’de “dondurma kültürü”nün daha geniş kitlelere yaygınlaştırılması ve geliştirilmesi için sürdürdüğü çabaları her geçen gün artırmaktadır.

- Algida - Dondurma kategorisine yenilik, hijyen, yüksek kalite standartları, yıl boyunca bulunabilirlik, eğlence ve şirket sosyal sorumluluğu gibi birçok yeni konsept getiren marka olarak bilinir. En önemli alt-markalar Cornetto, Magnum, Max ve Carte d’Or markalarından oluşmaktadır.

¹⁶¹ “Türkiye’nin Dondurmacısı Mutluluğu Paylaşıyor”, **Dondurmanın Tairhi “Bunları Biliyor Muydunuz”**, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/brands/foodbrands/Algida.aspx>, 15 Eylül 2011.

- Ben & Jerry's - Ben & Jerry's taze Vermont sütü, krema ve büyük çikolata ve meyve parçalarından oluşan çok lezzetli dondurma ile en fazla eğlence ve en iyi deneyimi sunmaya kararlıdır.¹⁶²

Unilever, 5 milyar Euro değeri ile dünyada dondurma sektöründe birinci sıradadır. Dünya çapında değişik dondurma ürünlerini özgün kalp logosuyla tek çatı altında toplamasına karşın, farklı pazarlarda değişik isimler altında sumaktadır. Örneğin; İngiltere ve Çin'de Walls, İtalya'da Algida, Almanya'da Langnese, Brezilya'da Kibon ve Hollanda'da ve Portekiz'de de Ola gibi isimler, ***Türkiye'de ise herkesin bildiği gibi kırmızı renkli kalp logosu altında Algida kullanılmaktadır.***¹⁶³

3.3.1.2. Diğer Gıda Ürünleri Kategorisi

Modern işletmecilikte diğer kategorilerde olduğu gibi gıda ürünleri kategorisinde de yapılan yatırımlar ve ürün çeşitlendirmesine gidilirken, öncelikle toplumun damak tadı tercihleri araştırılmakta ve bu doğrultuda üretimde ve katkı maddelerinde uluslararası çapta bazı değişikliklere gidilebilmektedir.

Örneğin, baharat sevmeyen bir topluma baharatı yoğun ürün arz edilmesi, yeterli talep oluşmamasına yol açarak yatırımların karşılığının istenilen düzeyde alınamaması sonucunu doğuracaktır. Maliyet analizi ve kâr hedefleri belirlenirken tüketici tercihlerinin seviyesi böylelikle öncelikler arasında ilk sıralarda ele alınmaktadır. Bu durum dikkate alınarak aşağıdaki ürünler analiz edilecek olursa;

- Becel - Tüketicilerin daha sağlıklı bir kalbe ve daha sağlıklı bir yaşama sahip olmasına yardımcı olan ürünler sağlamaya kararlıdır.
- Calvé - Türkiye'ye Calvé, hepsi de güçlü marka iletişim desteğiyle beraber, ilk önce mayonez ürünleriyle girmiş, bunu Calvé Ketçap ve Calvé Hardal takip etmiştir.
- Knorr - Çok sayıda farklı çorba, bulyon, baharat çeşnisi ve hazır yemekleriyle yiyecek pazarının önde gelen güçlü bir markasıdır.

¹⁶² "Bugünün Unilever'i", **Unilever'i Tanıyalım**, (Çevrimiçi) http://www.unilever.com.tr/aboutus/introductiontounilever/?WT.GNAV=Unilever'i_Tan%C4%B1yal%C4%B1m, 03 Temmuz 2011.

¹⁶³ "Türkiye'nin Dondurmacısı Mutluluğu Paylaşıyor", **Dondurmanın Tairhi "Bunları Biliyor Muydunuz"**, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/brands/foodbrands/Algida.aspx>, 03 Temmuz 2011.

- Lipton - En iyi Türk ve uluslararası çayların bir karışımını kullanarak Rize’de üretilen Lipton markası ile Unilever’in çay pazarına girişidir.
- Sana - Unilever Türkiye’nin, margarin kategorisinin jenerik ismi ve Türkiye’deki ilk margarin markasıdır.¹⁶⁴

3.3.2. Ev Temizlik-Bakım ve Kişisel Bakım Ürünleri Kategorisi

Türkiye’de Omo, Rinso, Yumoş, Domestos, Cif, Cif Sunlight, Lifebuoy, Elidor, Dove, Signal, Clear, Rexona, Lux, Axe markaları altında ev ve kişisel bakım ürünlerinin üretim ve pazarlamasını sürdüren Unilever, özellikle temizlik ürünleri alanında, lider markaları portföyünde bulundurmaktadır.

3.3.2.1. Ev Temizlik ve Bakım Ürünleri

- Cif - Tüketicilerin ihtiyacını geleneksel ev temizlik ürünlerinin ötesinde karşılamak üzere güçlü ev temizlik ürünleri grubunu Türkiye’ye getirmiştir.
- Domestos - Ev temizliğinde tüketicilere hijyen gereksinimlerine yönelik yeni bir kavram getirmiştir.
- Omo - 41 yıldır sürekli kendini yenileyerek Türkiye’de milyonların tercihi. OMO “kirlenmek güzeldir” sloganı “kir”e pozitif bir yaklaşım getiriyor ve çocukların gelişiminde kirin rolüne ve önemine odaklanıyor.
- Rinso – 1994 yılında piyasaya sürülen Rinso, her varyantlarındaki büyüleyen kokularıyla tüketicisinin çamaşır yıkama alışkanlığını daha eğlenceli bir hale getirmeye devam ediyor.
- Yumoş - Çamaşır bakım kategorisinde bir ilki gerçekleştirerek, konsantre Yumoş Extra ile konsantre ajandasına öncülük eden markadır. Türkiye’de yaptığı yenilikleri ile hem standart hem de konsantre yumuşatıcı pazarının tartışılmaz lider markasıdır.¹⁶⁵

3.3.2.2. Kişisel Bakım Ürünleri

Unilever Ar-Ge çalışmalarına büyük önem vermektedir. Çünkü piyasada uzun vadede kalıcı yatırımların sağlanabilmesi ve başarılı sonuçlar alınabilmesi

¹⁶⁴ “Bugünün Unilever’i”, **Unilever’i Tanıyalım**, (Çevrimiçi) http://www.unilever.com.tr/aboutus/introductiontounilever/?WT.GNAV=Unilever'i_Tan%C4%B1yal%C4%B1m, 03 Temmuz 2011.

¹⁶⁵ **A.e.**

ancak geniş tabanlı yapılacak Ar-Ge çalışmaları ile mümkün olabilmektedir. Özellikle kişisel bakım ürünleri kategorisinde büyük ölçüde bu yöntem kullanılmıştır. Tabii ki bu çalışmalar yapılırken bölgesel bazda tüketici davranışları ve tüketici tercihleri detaylı bir şekilde incelenmektedir. Bu grup ürünlerden;

- Axe - Yıllar içinde istikrarlı bir pazar oranı ve oturmuş imaja sahip erkek vücut spreyi markasıdır. Erkeklerin, kadınlar üzerinde etkide bulunmasını amaçlar.
- Clear - 1986 yılında kişisel bakım pazarına, Türkiye'nin ilk ve tek, hedef kitle pazarına yönelik satılan kepek önleyici şampuan markası olarak sunulmuştur.
- Dove - Dove'un farklılığı yalnızca ¼ nemlendirici krem gibi markanın fonksiyonel özelliklerinden değil ayrıca markayı çevreleyen o özel havadan kaynaklanmaktadır. Dove, benzersizliğiyle bulunduğu tüm kişisel bakım kategorilerinin standartlarını yükseltmektedir.
- Elidor - Dünyanın en iyi 7 saç uzmanıyla birlikte geliştirilen yeni Co-Creations ürünleri ile sektöründe çığır açan Türkiye'nin 1 numaralı saç bakım markasıdır.
- Lux - PW'nin orta segmentine yönelik güzellik ikonu olmak için potansiyel fırsat markasıdır.
- Rexona - Ne olursa olsun tüketicileri yarı yolda bırakmayan çok etkili deodorantlar sunan Türkiye'nin pazar lideri.
- Signal - Türkiye pazarına ilk kırmızı-beyaz çizgili diş macununu getirmiştir; tüketicilerin günlük ağız bakımı ihtiyaçlarını karşılamak üzere diş macunu ve diş fırçası pazarına sürekli yenilikler sunmaktadır.¹⁶⁶ Dolayısıyla güncel markaların yer aldığı ürün portföyü, Unilever'in İnovasyon politikalarının hızlı değişimi sonrası sıklıkla değişebilmekte ve Unilever ailesine yeni markalar taşınabilmektedir.

Unilever'in üzerinde hassasiyetle durduğu bir diğer önemli nokta da güvenlidir. Güvenlik, Unilever'de her işin temel unsurudur. Güvenliğin önemle üzerinde durulduğu bir diğer alan da ürün güvenliğidir ve bir ürün ya da sürecin tasarımı aşamasında ham maddelerin güvenilirliği, aktif yeni katkı maddelerinin, formüllerin, lezzet analizlerinin, üretim, ambalaj ve saklanma yöntemlerinin geliştirilmesi üzerinde itina ile çalışılmakta ve tüm bu çalışmalar ayrıca kontrol edilmektedir. Ayrıca paketleme işlemleri, dağıtım ve pazarlama faaliyetleri ve

¹⁶⁶ "Bugünün Unilever'i", **Unilever'i Tanıyalım**, (Çevrimiçi) http://www.unilever.com.tr/aboutus/introductiontounilever/?WT.GNAV=Unilever'i_Tan%C4%B1yal%C4%B1m, 03 Temmuz 2011.

piyasalara illegal yollarla giriş yapan korsan firmaların korsan faaliyetleri güvenlik açısından sürekli takip edilir. Unilever güvenlik politikaları, ulus ötesi ya da ulus aşırı bir kapsamda, dünyanın neresinde üretiliyor ya da satılıyor olursa olsun, bütün Unilever ürünleri için geçerlidir.

Unilever’de ürünlerin kullanım alanına göre yönetsel ve satış organizasyonunun da ayrıştırıldığı farklı bir diğer gruplandırmaya daha gidilmektedir. Bu gruplandırma genellikle ev ve kişisel ürünleri kapsayan tüketicilere yönelik ürünler olarak söz konusu olduğu gibi diğer taraftan ev dışı tüketim veya profesyonel tüketim ya da sanayi tipi tüketim, catering tüketim grubu vb. gruplandırmalar şeklinde olmaktadır.

Birinci grupta yani bireysel ya da ev tipi diye adlandırılan ürün portföyündeki hedef kitle doğrudan tüketicilerin kendileridir. Diğer grupta yer alan hedef kitle ise daha çok toplu tüketim alanları, kurumlar olarak görünen profesyonel kullanım alanlarıdır. Bu tür profesyonel kullanım alanlarında tüketici tercihleri direkt dikkate alınmıyor görünse de müesseselerin müşteri memnuniyetini göz önünde tutarak ürün seçimini daha hassas bir şekilde belirlemeleri söz konusu olabilmektedir.

3.3.3. Unilever’de Profesyonel Ürünler Kategorileri

Unilever’de profesyonel kullanım ürün grupları üç farklı kategoride, ayrı satış grupları ve ayrı yönetim organizasyonları şeklinde yürütülmekteydi. Ancak bu gruplardan biri olan Diversey Lever şirketi, Johnson Wax’a satılarak Johnson Diversey adı altında faaliyet göstermeye başlamıştır. Profesyonel kullanım birimi içerisinde faaliyetlerini sürdüren gruplardan birincisi, Unilever Food Solutions (UFS) grubudur. Unilever Türkiye bünyesinde merkezi şirket grubuna ve Unilever üst yönetimine bağlı olan bu gruptaki diğer yönetim ve çalışanlar ise lokal organizasyon grubu olarak yer almaktadırlar.

Profesyonel olarak ayrılan bir diğer grup ise şirket bazında ayrı bir tüzel kişilik yapısı sağlanan Unipro Gıda Sanayi A.Ş. olarak geçmektedir. Bu grup da yıllarca Unilever çatısı altında ayrı bir birim olarak faaliyet gösterirken 2009 yılı ortalarında farklı bir şirket görünümüne kavuşturulmasına rağmen Unilever Holding bünyesinde yer almaya devam etmektedir.

3.3.3.1. Unilever Food Solutions Ürün Grupları

Unilever, ev dışı profesyonel kullanım tüketim ürünleriyle ilgili kategoriye Foodsolutions grubu olarak adlandırmaktadır. Bu gruptaki ürünler genellikle endüstriyel ambalajlar içerisinde yer almakta ve hedef kitle olarak doğrudan kurum ve müesseselere hizmet verilmektedir.

Unilever profesyonel ürünler grubu, üst yönetim olarak Unilever genel müdürlüğü veya Unilever CEO'ya bağlı olmakla birlikte, satış ve pazarlama organizasyonu bağımsız birimlerden oluşturulmuştur. Bu grupta ürünlerin kullanıcılara tanıtımı genellikle uygulamalı bir biçimde farklı alanlarda yapılan gösterim ve tadım (spot demo) uygulamaları ile yapılmaktadır. Unilever Food Solutions portföyünde yer alan ürünlerin kullanıma hazır halde ambalajlanması ve pratik hazırlanma halinde tutulması, müesseseler açısından toplu tüketime yönelik ani müşteri hareketlerini dikkate alarak kolay kullanım, zamandan tasarruf ve lezzet standardı sağlayan cazip ürünler kategorisinde değerlendirilmektedir.

Amacı, profesyonel tüketicilere en üst düzeyde ürün ve hizmet memnuniyeti yaşatabilmek olan Unilever Foodsolutions, ülkemizin önde gelen iki gıda firması Unilever ve Bestfoods'un birleşmesi sonucu oluşmuştur. Knorr, Calvé, Lipton, Carte d'Or, Sana, Becel, Rama gibi markaları ile gıda sektörünün en büyük üretici firmalarından biri olan Unilever, ev dışı tüketimde de profesyonellere yönelik özel ürün çeşitleri ile bulyon, çorba, yemek hazırlayıcıları, çeşni, soğuk ve sıcak soslar, yağ, tatlı ve çay kategorilerinde faaliyet göstermektedir. Unilever ve Bestfoods şirketlerinin 2000 yılının Ekim ayında birleşme kararı almalarının sonucu olarak, bugüne kadar birbirinden seçkin, kaliteli markaları Unilever Foodsolutions adıyla profesyonel yiyecek-içecek sektörüne lezzet katmaya devam ediyor. Unilever Foodsolutions'ın, pazar liderliğinin arkasında yatan en önemli etkenler yıllardır süregelen bilgi birikimi, üretim yeteneği, ürün kalitesi, müşteri memnuniyetine verdiği önem ve sektöre yaptığı yatırımlardır. Unilever Foodsolutions, konusunda uzmanlaşmış satış teşkilatı, danışmanlık ve eğitim hizmetleri, yayınları, modern

teknolojiyle üretilen üstün kalite ürünleri, satış öncesi ve sonrası servisiyle profesyonellerin çözüm ortağı olmayı amaç edinmiştir.¹⁶⁷

Tüketici gereksinimlerini profesyonel standartlarda karşılamaya yönelik Unilever Foodsolutions ürün yelpazesi, daima en kaliteli malzemeleri kullanarak ve en yüksek sağlık standartlarıyla üretilen ürünlerden oluşmaktadır Bu ürünler; Knorr, Calvé, Sana, Becel, Carte d'Or ve Lipton marka güvencesiyle üretilen ürünler olup, pratik olmalarından ötürü hazırlama sürelerini kısaltarak zamandan tasarruf standardizasyonu sağlamakta ve böylesine geniş bir ürün yelpazesini toplu tüketim alanlarının öncülüğünde tüketicilerin damak zevkine ve beğenisine sunmaktadır.¹⁶⁸

Yukarıda belirtilen ürün örnekleri dışında, Algida grubunda da Caterinq olarak adlandırılan ve yine müesseselerin öncülüğünde toplu tüketim alanlarına yönelik hizmet veren diğer uygulamalar da Unilever'in, Türkiye'deki know-how ve inovasyon uygulamalarına verilebilecek örnek uygulamalar olarak gösterilmektedir.

Unilever'de kategori bazında yapılan bir diğer gruplandırma ise “Unilever Profesyonel Ürünler Servisi” adı altında, Unilever holding bünyesindeki şirketler grubu içerisinde yer almakla birlikte ayrı bir tüzel yapılanma içerisinde olan ve ayrı bir şirket olarak kurulan UNIPRO Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş. firmasıdır. Farklı bir firma unvanı altında şirket bünyesinde farklı bir tüzel kişilik olarak ayrı tutulan Unipro firmasının yarı özerk tüzel bir işletme olarak kurumsallaşmasının bir nedeni de bu firmanın satışına yönelik hazırlık çalışmalarından kaynaklanmaktadır. “Unilever'de şirket satın almaları ve şirket satışları” başlığı altında ayrıca ele alınacak olan bu tür yapılanma politikaları içerisinde verimsiz çalışan işletmelerin daha verimli hale getirilmesi ve büyüme trendi içerisinde girmesinin sağlanmasına yönelik uygulamalar Unilever'in “Örnek bir Model İşletme” olma özelliğini yansıtması bakımından ayrıca dikkate alınmak durumundadır.

¹⁶⁷“Unilever Food Solutions'un Tarihçesi”, **Unilever Food Solutions**, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/brands/unileverfoodsolutions/>, 09 Eylül 2011.

¹⁶⁸“Unilever Food Solutions Ürün Çeşitlerinden Bazı Örnekler”, **Unilever Food Solutions**, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/brands/unileverfoodsolutions/>, <http://www.unileverfoodsolutions.com.tr/>, 09 Eylül 2011.

3.3.3.2. Unipro Gıda (Pastacılık ve Endüstriyel) Ürün Grubu

1953 yılında Türkiye'de üretime başlayan Unilever, 1960'lı yıllardan bu yana da, Türk pastacılık sektörü ve gıda endüstrisi için çok önemli hammaddelerden olan bitkisel yağlar ve margarinlerin üretimini de yapmaktadır. *Unilever'in, pastacılık ve endüstriyel gıda sektörlerinde*, satış, pazarlama ve ticari faaliyetlerini yürüten şirketlerinden olan UNİPRO GIDA, yağ ve margarinler dışında ayrıca, çikolata ve diğer kakao bazlı ürünler ile pastacılık hazır karışımlarının, üretim ve satışını da gerçekleştirmektedir. Profesyonellerin gereksinimlerini, en ileri üretim teknikleri ve uluslararası kalite standartlarında karşılama hedefinde olan Unipro ürün yelpazesi, daima en yüksek hijyen koşullarında ve en kaliteli hammaddeler kullanılarak üretilmekte olup, sağladığı kullanım kolaylığı ve zaman tasarrufu ile de kullanıcılarının, verimlilik, kalite ve kârlılık artışına katkıda bulunmaktadır.

Unipro'nun, ISO 9001, ISO 14001, ISO 22000 ve OHSAS 18001 ile belgelenmiş, Çorlu yağ ve margarin fabrikası, 2008 yılında da TPM "özel ödül"üne layık görülmüştür. Ülkemizdeki ilk "Pastacılık Yağ ve Margarinleri"nin üretimini başlatan Unipro, yenilikçi ve lider kimliğiyle de, Türk pastacılık sektörünün gelişimi için birçok ilk'e imza attı.¹⁶⁹ Bunlardan bazıları;

- Pastacılık Eğitim Merkezi'nin hizmete sunulması,
- Sektörün ilk yayını olan "Pastacıdan Pastacıya" dergisinin basımı,
- Pastane imalathaneleri için "Hijyen Servisi"nin oluşturulması,
- Pastacılıkla ilgili her türlü soru ve çözüm için başvurulabilen "Telefonla Danışma Hattı", bunlardan bazıları olmakla birlikte Unipro uzman kadroları, satış öncesi ve sonrası faaliyetleri ile profesyonellerin hizmetinde olmaya devam etmektedir.¹⁷⁰

Unipro, bir taraftan yenilikçi faaliyetleriyle Türkiye'de pastacılık sektöründeki inovasyon çalışmaları, diğer taraftan Türkiye'de pastacılık, unlu mamuller ve diğer gıda sanayi endüstrisinde eğitici faaliyetleriyle bu sektör çalışanlarını eğiterek geleneksel üretimden modern üretime geçişte öncülük etmektedir. Unilever, bu yanı sıra da Türk Pastacılık ve gıda endüstrisine farklı bir

¹⁶⁹“Profesyonellerin Daima İlk Tercih...Unipro”, **Unilever Profesyonel Ürünler Servisi**, (Çevrimiçi) <http://www.unipro.com.tr/Hakkimizda.html>, 13 Eylül 2011.

¹⁷⁰“Unipro Tarihçe”, **Unilever Profesyonel Ürünler Servisi**, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/brands/unipro/default.aspx>, 13 Eylül 2011.

know-how hizmeti sunmuştur. Bütün bu çalışmalar, 1985 yılında kurulan Unipro Eğitim Merkezinde düzenli olarak gerçekleştirilen uygulamalı eğitim faaliyetleri ile Türk pastacılığının gelişimine önemli katkılar sağlamaya devam etmektedir.

Unipro'nun faaliyetleri çerçevesinde yıllara dayalı birçok ürün gelişimi ve değişimi söz konusu olmakla birlikte en son üretim teknolojileri ile üretim sağlanmaktadır. Pastane çalışanlarının kullanımına yönelik olarak geliştirilen, kullanım kolaylığı ve zaman tasarrufu ve toplu üretimde üstün kalite sağlayan Pastacılık **Grubunda** Unipro'nun 4 ayrı ürün grubu yer almaktadır;

- **Margarinler:** Alba, Alba Paket, Alba Börek, Alba Milföy Paket,
- **Yağlar:** Asta, Asta Soft, Biskin, Biskin Baklavalık ve Vita,
- **Albamiks - pastacılık hazır karışımları:** Soğuk Pastacı Kreması, Kolay Pandispanya ve Toz Krem Şanti,
- **Festino - kakao bazlı ürünler ve** Bitter Kuvertür, Sütlü Kuvertür, Bitter. Damla Drop, Bitter Damla Kokolin, Dondurma Sosu, Ganaj ve Pralin.

Endüstriyel Grup olarak adlandırılan ve bisküvi, kek, pasta vb. çeşitleri içeren ürünler ise kullanım alanlarına göre farklı özellikler içermektedir.¹⁷¹

3.4. UNILEVER'İN TÜRKİYE PAZAR POLİTİKASI STRATEJİLERİ

Unilever, hızlı tüketim ürünleri alanında faaliyet gösteren bir işletme olmanın gereği olarak pazar stratejilerini belirlerken piyasa odaklı çalışmalar yapmaktadır. Tüketiciler, tüm bu stratejiler belirlenirken piyasanın bir parçası olarak düşünülmektedir. Unilever, ürünlerini piyasaya arz ederken ürün gruplarının kullanım alanını dikkate alarak yaş ve cinsiyete göre politikalar belirlemektedir. Reklam, promosyon, satış ve pazarlamanın her kademesinde tüketici tercihlerini dikkate almaktadır. Hangi yaş gruplarının hangi saatlerde TV başında bulunacağı düşünülmektedir. Bu da tüketiciyi etkileme açısından oldukça önemlidir.

Unilever'de dikkatle üzerinde durulan bir diğer önemli nokta ise "Small Actions-Big Difference" yani "küçük dokunuşlar-büyük farklar" stratejisidir. Bazen

¹⁷¹ "Unipro Tarihçe", **Unilever Profesyonel Ürünler**, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/brands/unipro/default.aspx>, 13 Eylül -2011.

kullanımı alışlagelmiş bir ürünün ambalajında yapılacak bir değişiklik dahi talepte önemli artışlara yol açabilmektedir. Bazen tadında, bazen kokusunda, bazen de kullanımında (kolay açılır kapak, dökülmesi kolay, ambalajı kolay çıkarılan, kolay taşınabilen, çok amaçlı kullanım vb.) farklı özellikler geliştirilerek, ürünlerde talep artışı sağlanması, tüketimin artırılması ve böylece pazar paylarının yükseltilmesi sağlanabilmektedir. Tabi ki bu yöntemler, Unilever dışında diğer yerli ve yabancı şirketler tarafından da buldukları sektörlere göre değişiklik göstererek uygulanabilmektedir.

Bazen de ürünlerin kullanım biçimine yönelik dokunuşlarla tüketici ve talep oranları değişmediği halde kullanım miktarında pozitif fark oluşturulmaya çalışılmaktadır. Etik olup olmadığı konusunda tartışmalara yol açsa da, modern işletmecilikte tüketim miktarını artırmaya yönelik metotlar kullanılarak daha fazla satmak daha fazla kazanmak ve daha fazla büyümek işletmelerin hedefleri arasında yer almaktadır. Bir şampuanın kullanımında ambalajın ağzının geniş tutularak ve sıvılık kıvamının artırılarak daha fazla dökülmesinin sağlanması, bir diş macununun ağzının genişliğine bağlı veya fırça yüzeyinin geniş ve uzun tutularak fırçaya daha fazla sürülmesi, kolonya, deodorant, parfüm vb. deliğinin geniş açılması, kapağı açılan bir içeceğin o an tüketilmesi zorunluluğu, deterjanlar, temizlik malzemeleri, içecek grupları ve sınırsız sayıda ürünün kullanımına yönelik bu gibi değişikliklerle bir anda kullanıcı sayısı değişmeden ürünün kullanım miktarı, kullanılanın bir kaç katına kadar çıkarılabilmektedir.

Bazen de, özellikle merdiven altı olarak tabir edilen üretimler ve kayıt dışında korsan imalat alanlarında kontrolsüz bir şekilde gerçekleşen üretimler söz konusu olabilmektedir. Bu tarz üretim alanlarında sağlığa zararlı, hijyen koşullarına uyulmayan ve kontrol edilemeyen karışımlarla, farklı bir görünüm, tat ve kokuya dönüştürülmesi biçiminde yasal olarak suç sayıldığı halde illegal yol ve yöntemlerin kullanıldığı durumlarla da karşılaşılmaktadır ki bu durum aynı zamanda iktisadi ahlâk konusuna da aykırılık teşkil etmektedir.

3.4.1. Serbest Piyasa ve Rekabet Politikası Uygulamaları

Unilever'in sahip olduğu iş çeşitliliği, geniş bir pazar yapılanması yelpazesiyile karşı karşıya olduğu ve dünyanın önde gelen tüketim ürünleri

şirketlerinin çoğuyla rekabet etmesi gerektiği anlamı da taşımaktadır. Unilever, bazı ürünlerde az sayıda uluslararası firmanın egemenliğindeki oligopolistik (az sayıda satıcı) pazarlarda faaliyet gösterirken, diğer bazı ürünlerde ise pazarlar ve rakipler ağırlıkla yerel düzeyde kalmıştır. Üstelik Unilever, margarin ve çay gibi ürünlerin yerini tutabilecek diğer ürünlerle de rekabet etmek durumunda kalmıştır.¹⁷²

Unilever Türkiye, “amaçlar ve ilkeler” başlıklı değerlendirmelerde, gerek çalışanlar gerekse kurumsal faaliyetler çerçevesinde uluslararası standartları gözetmektedir. Bu doğrultuda rekabet politikalarının da eşit ve adil koşullarda yapılması prensibi ile hareket etmek çabası içerisinde olduğunu açıklamaktadır.

Buna göre rekabetle ilgili yapılan açıklamalarda, “Unilever zorlu ancak adil rekabete inanmakta ve gerekli rekabet yasalarının geliştirilmesini desteklemektedir. Unilever şirketleri ve çalışanları, faaliyetlerini adil rekabet ilkelerine ve yürürlükte bulunan düzenlemelere uygun olarak yapacaklardır”¹⁷³, denilmektedir. Unilever, Türkiye’de faaliyet gösteren yerli ve yabancı şirketlerin ortak şikâyetlerine konu olan kayıt dışı faaliyetlerden olumsuz etkilenmektedir. Yasal olmayan koşullarla gerçekleşen istihdam, üretim ve satış işlemlerinin kayıt dışında gerçekleşiyor olması olumsuz rekabet koşullarının firmalara yansıyan etkileri olarak rahatsızlık uyandıran konulardır. Unilever, Türkiye piyasalarında sıklıkla karşılaşılan ve alınan tüm önlemlere karşın ortadan kaldırılamayan ve kalpazanlığın bir başka türü olarak da görülen sahte ürün, sahte marka üretimi yoluyla ürünleri piyasada en çok taklit edilen bir firma konumundadır. Tüm bu faaliyetlere karşın yasal süreçte dava konusu olmuş, kısmen sonuçlanan kısmen de devam eden yüzlerce olay söz konusudur.

Unilever, ticari ortaklık ve müşteri ilişkilerinde de etik çalışma koşullarının sağlanmış olması üzerinde titizlikle durmaktadır. Herhangi bir tedarikçisinin kayıt dışı faaliyet içerisinde bulunmaması gerektiğini ve bunun için de şirket bilançolarının ve işyeri sicil kayıtları ile birlikte çalışanlarının sigorta göstergelerinin, birlikte çalışmanın önkoşulu olarak hazırlanarak firmaya iletilmesini öngörmektedir. Unilever, hisse senetleriyle ilgili olarak iştirakçilerini de düzenli ve şeffaf bilgilerle

¹⁷² Jones, a.g.e., s. 14.

¹⁷³ “Unilever’de Rekabet”, **Amaç & İlkelerimiz**, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/aboutus/purposeandprinciples/>, 19 Eylül 2011.

aydınlatma çabalarını aksatmaksızın uluslararası medya ve ilgili kurumlar gözetiminde yerine getirmenin çabası içerisinde bulunmaktadır.

Unilever, dünya çapında olduğu gibi Türkiye’de de “Unilever firma” hüviyeti ile rekabet ya da reklam faaliyetlerinde bulunmayı tercih etmemektedir. Dışarıdan bakıldığında her bir markası adeta farklı bir firma görünümündedir ve markalar birbiriyle de ilişkilendirilmemektedir. Dolayısıyla Unilever, yatırım politikalarını markalar üzerine ve geleceği marka prestijine bağlı bulundurmaktadır. Unilever’de marka prestiji ise aşağıdaki açıklamalarla yapılmaktadır.

Marka, güvenilirlik ve istikrar simgesidir. Saygınlık birikimine dayanır ve bu nedenle inovasyon ve pazarlamaya daha önceden yapılmış olan yatırımların bir ödülü sayılır. Markanın ilk çıkışında, daha çok teknolojik inovasyondan kaynaklanan işlevsel yanı büyük önem taşır, bu bakımdan tüketicilerin gözünde geçerlilik ve inandırıcılık taşımak zorundadır. Ürünlerle markalar arasındaki ilişki zaman içinde değişime uğrar. Marka bir inovasyonla ortaya çıkar ve “markayı ürün taşır”. Markanın soyut değerleri giderek hâkim etmene dönüşür.¹⁷⁴

Unilever’de markaya ve markanın kalitesine verilen değer global rekabet anlayışının en önemli göstergesi olarak değerlendirilmektedir. Ulusal ve uluslararası reklam ve medya faaliyetleri dışında tanıtım, tadım ve gösterim (demonstrasyon) ve piyasada bulunurluk (penetrasyon) uygulamaları etik rekabet koşullarına uygunluk çerçevesinde gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır.

3.4.1.1. Reklam Politikası ve Uygulamaları

Küreselleşmeyle birlikte reklamların ve reklamcılık anlayışının niteliği de önemli ölçüde değişmeye başlamıştır. Reklamların belirlenmesinde gerek üretici gerekse tüketici açısından ulusal kriterlerin ötesine geçilerek tercihler çoğunlukla uluslararası ölçekte değerlendirilmekte ve reklam piyasası pazarı da bu doğrultuda oluşmaktadır. Önceleri genellikle geleneksel yöntem ve uygulamaların söz konusu olduğu ulusal pazarlar reklamların öneminin daha iyi anlaşılmasına başlanmasıyla birlikte modern özellikler sergileyen pazar anlayışına göre belirlenmektedir.

¹⁷⁴ Jones, a.g.e., s. 183.

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de reklam ve reklamcılık, medyadaki gelişmelere paralel bir gelişme göstermiştir. Türkiye’de, TRT’nin özerkliğinde başlayan televizyon yayınlarında öncelikle 7 gün ve ardından 24 saat süreli yayına geçilmesi, 1976 yılında kısmen olmak üzere 1984 yılında tamamen renkli yayına geçilmesi, 1990 yılı itibariyle ilk özel TV kanalının yayına başlaması ve ardından özel televizyon kanallarında görülen artışlara bağlı bir biçimde reklam pazarı da her geçen gün büyümüştür. Dışa açık bir büyüme modeli içerisinde ekonomik hedeflerini belirleyen Türkiye’de reklam faaliyetleri, 2000’li yıllarla birlikte birçok yönüyle uluslararası özelliğe bürünmüş ve reklam ajanslarının etkinliği uluslararası boyutlarda gelişme göstermiştir. Türkiye’de, birçok yeni reklam ajansı kurulurken yabancı ajansların da Türkiye’ye rağbeti, doğrudan yatırım ya da yerli ajanslarla ortaklık ve satın almalar olarak da görülmektedir. Reklamcılık sektöründeki bu gelişmeler önceleri çoğunlukla tüketiciyi etkileyerek üretici firmaların daha çok satmak ve daha çok kazanmak amaçlı hedeflerine yönelik ele alınmaktaydı. Ancak günümüzde tüketiciyi bilinçlendirmek ve daha kazançlı alışveriş ortamı bulmasını sağlamak amacına yönelik farklı seçenekler sunması açısından hem üretici hem de tüketici açısından önem taşımaktadır.

Unilever, Türkiye’deki faaliyetlerinde reklamları en yoğun bir şekilde kullanan firma olma özelliği taşımaktadır. 2009 ve 2010 yıllarında en çok veren firmalar sıralamasında ilk sırada yer alan Unilever, geçmiş yıllardaki sıralamalarda da birinciliği elinde tutmayı başarmıştır. Buna bağlı olarak global krizin yaşandığı 2009 yılında dahi büyüme hedeflerini yakalama imkânı bulmuştur. Unilever, reklam piyasasındaki bu öncü politikasıyla da model olma özelliği taşımakta ve birçok yerli ve yabancı firma tarafından da yakından izlenmektedir.

Unilever, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de reklam alanında birçok ödül elde eden şirket olma özelliğine sahiptir. Unilever’in lider gıda markası Knorr’un temel gıda kategorisinde Altın Effie ödülüne değer bulunduğu yarışmada, Türkiye’de ‘deterjanın adı’ OMO ev temizlik kategorisi Gümüş Effie ödülü aldı.¹⁷⁵

¹⁷⁵“Reklam dünyası Oscar’ı Effie’de Unilever Türkiye Zirvede”, **Unilever Medya Merkezi Haberleri**, 12.03.2009, (Çevrimiçi) http://www.unilever.com.tr/medyamerkezi/pressreleases/2009/unilever_turki_yeye_iki_altin.aspx, 20 Eylül 2011

2011'de 4. kez düzenlenen Effie 2011 Türkiye Reklam Etkinliği Yarışması'nda, değişik markalarıyla 7 farklı kategoride 7 ödül kazanarak törene damgasını vuran Unilever'in bu çalışmaları tablo 3.2'de belirtilmiştir.¹⁷⁶

Tablo 3.2: EFFIE 2011 Etkinliği Ödül alan Unilever Reklamları

➤ Temel Gıda Maddeleri Kategorisi; Knorr,"Knorr Yöresel Çorbalar" – GÜMÜŞ
➤ Tatlı-Tuzlu Yiyecek Kategorisi; Algida / Carte d'Or,"Müsaitseniz Carte d'Or Dondurmalı Pasta'ya Bekleriz..." -GÜMÜŞ
➤ İçecek Kategorisi; Lipton,"Doğu Karadeniz Bardak Poşet Çay" - BRONZ
➤ Temizlik Ürünleri Kategorisi; Omo,"Konsantre Deterjan Lansmanı" - ALTIN
➤ Kozmetik - Kişisel Bakım Kategorisi; Rexona,"Kuruluk Testi Kampanyası" - GÜMÜŞ
➤ Sürdürülebilir Başarı Kategorisi; Unilever, Knorr,"Doğallık " - ALTIN
➤ Dijital Uygulamalar Kategorisi; Lipton Demlik Poşet Çay,"Her Şeyi Bilen Kadın" - ALTIN Rabarba

Kaynak: “Reklam dünyasının Oscar’ı Effie’de Unilever Türkiye Zirvede”, **Unilever Medya Merkezi Haberleri**, 12.03.2009, (Çevrimiçi) http://www.unilever.com.tr/medyamerkezi/pressreleases/2009/unilever_turkiyeye_iki_altin.aspx, 20 Eylül 2011.

Unilever, ayrıca kristal elma ödülünden de 8 ödül almayı başarmıştır. Reklamcılar Derneği tarafından bu yıl 22.si düzenlenen “Kristal Elma Türkiye Reklam Ödülleri” yarışmasının sonuçlanmasıyla birlikte Unilever, 5 ayrı dalda toplam 8 ödül alarak Unilever canlılığını Kristal Elma’ya da taşımış oldu.

- **Basın Dalında:** Knorr Kıvrık Sayfa Paket /Medina Turgul DDB(Gıda),
- **Televizyon Dalında:** Knorr Çabuk Çorba “Üniversite” / Medina Turgul DDB (Gıda) ; OMO Çamaşır Deterjanı / Lowe (Ev bakım ve temizlik ürünleri),
- **Yenileyici Medya Kullanım Dalında:** Lipton Her şeyi Bilen Kadın/ Rabarba (Mobil) **Kategori İkincisi**,
- **Dijital Dalında:** Lipton Her şeyi Bilen Kadın/ Rabarba (Mobil) **Kategori Üçüncüsü**,

¹⁷⁶ “Reklamcı ve Reklam Verenler Derneği'nin; Effie Worldwide Inc. ve A.M.A. (American Marketing Association) İşbirliğiyle Düzenlediği Effie Türkiye Reklam Etkinliği Yarışması'nda, Bu Yıl Rekor Katılım Gerçekleşirken 26 Farklı Kategoride Ödül Dağıtıldı.”, **Unilever Medya Merkezi Haberleri**, 16.03.2011, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/medyamerkezi/haberler/effie2011odulleri.aspx>, 20 Eylül 2011.

- **Basın Dalında:** Sana “Hamur işi” Margarin / Lowe (Gıda),
Clear Şampuan/ Lowe (Kozmetik ve Kişisel Bakım),
- **Dijital Dalında:** Rexona Teens/ Magiclick (Çok Mecerlı kampanya).¹⁷⁷

Son yıllarda pazarlama dünyası, sadece ürünü anlatan reklamlarla değil, yenilikçi ve sosyal yanı ağır basan reklam kampanyalarıyla da dikkat çekiyor. Güçlü bir rekabetin yaşandığı hizmet sektöründe, firmalar kaliteli ve avantajlı ürünlerinin yanı sıra bu ürünlerin tanıtımında başvurdukları farklı tarzlardaki reklamlarıyla da akıllarda yer ediniyor. Yürüttükleri reklam kampanyalarıyla insanları daha farklı düşünmeye ve farkındalık sağlamaya teşvik eden Unilever, ilk Cannes Lions ödülünü OMO ile 1961 yılında kazanmıştı. O günden bugüne dek, 200’e yakın Lions’a sahip olan Unilever’in ödülleri arasında “Magnum 7 Deadly Sins – Give In To It” reklam kampanyasıyla 2002 Media Grand Prix’si ve 2007’de “Dove Evolution” kampanyasıyla kazandığı Cyber ve Film Grand Prix de bulunuyor.¹⁷⁸

3.4.1.2. Yönetim ve Denetim Profesyonelleri Uygulamaları

Unilever Türkiye, birçok açıdan içinde bulunduğu bölge içinde liderliğini korumakta, mükemmel sistemleri ve yüksek kaliteli iş gücü ile tüm dünyada örnek teşkil etmekte ve bu da Türkiye’nin itibarını artırmaktadır. Dünyanın en verimli performans kriterlerine sahip Türkiye’deki 7 fabrikasından her kategoride geniş bir portföy ihraç ederek “ihracat üssü” Türkî Cumhuriyetler, Kafkasya ve İran ve Rusya dâhil 36 ülkenin Türkiye’den yönetildiği önemli bir yönetim üssü ve aynı zamanda bir “bölgesel üs” konumundadır. Bu bağlamda, Asya ve Afrika ülkeleri için, birçok kategoride, Ar-Ge, Ürün Geliştirme, Pazarlama Stratejileri, Satış Destek sistemleri, Bölgesel Satın alma, Finans ve Üretim Stratejileri, İşletim sistemleri geliştirme ve devreye alma çalışmaları yapılmaktadır.

3.4.2. Unilever’de Rekabet ve Pazar Politikası Uygulamaları

Unilever’in, sektörel bazda yer aldığı hızlı tüketim ürünleri alanında gerek global gerekse yerel ölçekte faaliyet gösteren yerli ve yabancı birçok rakip

¹⁷⁷ “Unilever Kristal Elma’dan 8 Ödülle Döndü”, **Unilever Medya Merkezi Haberleri**, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/medyamerkezi/haberler/kristalelma.aspx>, 21 Eylül 2011.

¹⁷⁸ “Unilever, Yılın Reklamcısı Seçildi”, **Unilever Medya Merkezi**, 11.06.2010, (Çevrimiçi) http://www.unilever.com.tr/medya_merkezi/pressreleases/2010/yilinreklamcisi.aspx, 20 Eylül 2011.

bulunmaktadır. Hızlı tüketim ürünleri sektöründe sürdürülen rekabet politikaları sadece aynı grup ürünlerle ilgili rakipleri kapsamakla kalmamakta aynı zamanda ikame değeri taşıyan sektörlerde yer alan rakiplerin de bulunduğu geniş bir rekabet yelpazesini içine almaktadır.

Unilever'in, global piyasada yer almakta olan rakipleri ve bu rakiplerle süregelen rekabet mücadeleleri Türkiye'de de söz konusu olmaktadır. Türkiye'de global yapılanma içerisinde bulunan rakiplerle birlikte yerel piyasada yer alan ve Türkiye'de yerleşik olan rakipler de bulunmakta, böylece yerli ve yabancı rakiplerin birlikte yer aldığı piyasada rekabet daha da kızışmaktadır.

Küreselleşmenin hızlı bir sürece girmesiyle birlikte ÇUŞ'ler ulus ötesi bir takım farklı pazarlara açılma imkânına kavuşurken, diğer yandan kendi ülkelerine giren yabancı şirketlerle karşılaşmakta ve iki yönlü bir hareket halini alan bu global yapılanma ile mücadele etmek durumunda da kalmaktadırlar. Bu şekilde gelişen rekabet ortamının sonucunda ise hangi endüstride faaliyette bulunursa bulunsun, küresel ölçek ve kapsamda bir ekonomi oluşturmanın şirketler için hayat damarı niteliğinde olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Böylece küresel oligopollerin oluşumu kaçınılmaz hale gelmektedir.¹⁷⁹

Türkiye'de, ÇUŞ'lerin böylece amansız bir rekabet mücadelesi sürerken Türkiye'de yerleşik bulunan ve oligopol bir yapıya bürünen bazı şirketlerin de diğer ülkelerde rakiplerini zorladığı bir yapı ile karşılaşmaktadır. Ancak yabancı şirketlerin, Türkiye'de ve diğer ülkelerde ortaya koyduğu diğer yabancılarla dayanışma ortamının yerleşik şirketlerin Türkiye dışındaki faaliyetlerinde pek gerçekleşmediği görülmektedir. Türkiye'deki yerli müteşebbislerin birleşme ve ortaklık ilişkilerine mesafeli oluşu, söz konusu girişimlerde başarılı sonuç alınamaması ve güç birliğine gidilememesi noktasında, bu durumun dışarıda da gerçekleşmemesini pek de yadırgamamak gerekmektedir.

Türk-İslam medeniyeti içerisinde tarihi kültürel dokuya göz attığımızda geçmişte tecrübe edilen "Ahilik" geleneğinin izlerinin bu kadar derinlerde kaybolmuşçasına ortadan kalkmasını yıllardır süregelen eğitim politikalarımızda sorgulamak gerekmektedir. Günümüz ortaklıklarının ve işbirliği teşebbüslerinin

¹⁷⁹ Coşkun, a.g.e., ss. 15-16.

neden başarıya ulaşmadığı ve neden bunun örneklerinin Türkiye dışındaki global yapılanma içerisinde kolaylıkla gerçekleşebildiğinin cevabını kültürel değişimin adeta bir kültürel yozlaşmaya dönüştüğü tarihsel gelişim içerisinde aramak gerekmektedir. Türkiye’de yerleşik bulunan şirketlerin yabancılarla birlik oluşturmasında, yabancıların yabancılarla Türkiye’de birliktelik oluşumunda başarılı sonuçlar elde etmesine karşın Türkiye’de yerleşik şirketlerin bunu başarıp uluslararası piyasalara açılım sağlayamamalarının sosyologlar tarafından da ele alınıp ayrıca incelenmesi gerekmektedir.

Unilever Türkiye, bu konuda da Türk müteşebbisleri için örnek bir model uygulama olarak görülmelidir. Unilever, bu doğrultuda Türkiye’de şirket satın almaları ve şirket satışları ya da marka alış ve satışları esnasında “İş Ortaklığı” adı altında satış ve dağıtım faaliyetlerinde örnek bir dayanışma sergilemektedir.

3.4.2.1. Sektörel Karşılaştırmalar: Yabancı Bir Rakip Şirket Karşılaştırması

Procter&Gamble (P&G), William Procter&James Gamble tarafından 1837 yılında kurulmuş ve her iki isme ait soyadlarının ilk harfleri ile anılan bir şirket olarak dünyanın en büyük temizlik ve kişisel bakım ürünleriyle ve markalarıyla da tüketicilerin günlük yaşamlarına dokunarak küçük farklar oluşturmayı bir gelenek haline getirmiş ve en hızlı büyüyen hızlı tüketim ürünleri sektörü içerisinde yer almayı başarmıştır. 180 ülkede faaliyet gösteren P&G, globalde 138.000 kişiye iş ve istihdam alanı sağlayan ve yıllık cirosu 80 milyar \$ olan bir ÇUŞ statüsünde ve güçlü UDY aktörlerinden biri haline gelmiştir.¹⁸⁰

P&G’nin bugünlere gelmesini sağlayan en önemli unsurlardan biri de Ar-Ge çalışmalarına 1890’lı yıllarda başlamış olmasıdır. Şirketin sabun üretiminin geliştirilmesi için kurduğu analiz laboratuvarı, Amerikan tarihinin ilk ürün geliştirme laboratuvarlarından biri olarak anılıyor.¹⁸¹

P&G organizasyonu, şirketin global ölçeğini, büyüme kapasitesini destekleyecek şekilde oluşturmuş ve faaliyet gösterilen her ülkede tüketiciler ve

¹⁸⁰ “Global Yapı, Operasyonlar-P&G Türkiye”, **Procter&Gamble Türkiye**, (Çevrimiçi) http://www.pg.com.tr/procter/pg_turkiye.htm, 14 Ekim 2010.

¹⁸¹ “Procter&Gamble Yaşamın İçinden 2010 Dergisi”, **Procter&Gamble Türkiye**, s. 4, (Çevrimiçi) www.procter&gamble.com.tr, 14 Ekim 2011.

perakende müşterilerle kazanmayı hedefleyen yerel odakları birleştirmiştir. Bu strateji ile kendisini hantallıktan arınmış olarak görmekte ve bu yapıyı 10 yıldır kullandığını belirtmektedir. Bu yapı sayesinde yenilikleri global olarak duyurmakta ve piyasa kontrolünü sağlamaktadır. Ayrıca dış ortaklıklar sayesinde de büyük tasarruflar sağlanmaktadır.¹⁸²

1900'lı yılların ikinci çeyreğinden itibaren araştırma yöntemlerini formüleştirmek ve yeni ürünler geliştirmek üzere kurulan P&G Kimyasallar Bölümü'ndeki çalışmalar da şirketin yenilikçilik serüveninde önemli bir yer teşkil ediyor. 1924 yılında tüketici ve pazar araştırmasını başlatan P&G, bir asır önce düzenli olarak gerçekleştirdiği saha çalışmalarıyla tüketici eğilimlerini takip ederek, ücretsiz tüketici hattıyla müşterilerinin isteklerini dinlemeye başladı. P&G'de tüketici araştırmalarının bugün ulaştığı noktayı anlamak için en güzel örneklerden biri Frankfurt'taki Araştırma Merkezi... Merkezde her hafta değişik ürün veya ürün prototiplerini denemek üzere bebek ve anneler ağırlanmaktadır.¹⁸³

Şirket felsefesi temellerini oluşturan değerleri koruyarak büyüyen ve gelişen P&G, kendine özgü önemli ilkeler oluşturmuştur. P&G'nin bu ilkeleri Amaçlar, Temel Değerler ve Prensipler başlığı altında toplanmış ve amaç; "Bugün ve gelecek nesiller için, dünya tüketicilerinin yaşamlarını iyileştirecek yüksek kalite ve değerli markalı ürünler ve hizmetler sunmak" olarak açıklanmıştır. P&G'de amaç, "her gün tüketicilerin yaşamlarına dokunacak ve yaşamlarını iyileştirecek çözümler ve ürünler geliştirerek, dünyanın daha fazla yerinde, daha geniş alanlarda büyümek için gelişim"den güç almak olarak ifade edilmektedir.¹⁸⁴

P&G, global yapılanma içerisinde gerçekleştirdiği tüm bu faaliyetler sonucunda 2009 yılı rakamlarına göre 84 milyar \$ tutarındaki cirosunun, % 21'ini sağlık, % 46'sını ev bakım ve % 33'ünü ise güzellik ürünleri kategorisi ile sağlamaktadır.

¹⁸² "Global Yapı, Operasyonlar", **Procter&Gamble Türkiye**, (Çevrimiçi) http://www.pg.com.tr/procter/pg_turkiye.htm, 14 Ekim 2011.

¹⁸³ "Procter&Gamble Yaşamın İçinden 2010", **Procter&Gamble Türkiye**, s. 4, (Çevrimiçi) http://www.pg.com.tr/procter/Yasamin_icinindePG.pdf, 14 Ekim 2011.

¹⁸⁴ "Global Yapı, Operasyonlar", **Procter&Gamble Türkiye**, (Çevrimiçi) http://www.pg.com.tr/procter/pg_turkiye.htm, 14 Ekim 2011.

P&G Türkiye'ye bakacak olursak, Türkiye'deki faaliyetlerine ilk olarak temizlik ürünleri ile 1987 yılında Mintax A.Ş. ve kâğıt ürünlerinde 1990 yılında Eczacıbaşı A.Ş. ile kurduğu ortaklıklar ile başlamıştır. 1988'de Mintax ve 1999'da Eczacıbaşı ortaklık hisselerinin tümü P&G Company (ABD)'ye geçmiş ve firma P&G Tüketim Malları Sanayi A.Ş. adını almıştır. 2004 yılında yeni bir satış ve dağıtım şirketi kuran P&G Türkiye, ilk günlerden itibaren sürekli gelişmiş ve bugün ülkenin en büyük deterjan, temizlik ürünleri, kişisel bakım ürünleri ve kâğıt ürünleri üreticilerinden biri durumuna gelmiştir. 23 yıldır Türkiye'ye 550 milyon \$'ı aşan fiziksel yatırım yapan P&G; Türkiye'de toz deterjan, hazır çocuk bezi, hijyenik ped ve çamaşır suyu üretim tesisleri ve dağıtım merkezi ile faaliyetlerini sürdürüyor. P&G Türkiye'nin, 14 yılda toplam 25 ülkeye yaptığı ihracat, 1,5 milyar \$ dolaylarındadır. P&G Türkiye, yaptığı çalışmalarla T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından verilen ihracat ödülleri "Kâğıt, Karton, Ambalaj ve Kırtasiye Ürünleri" kategorisinde 9 kez birincilik ödülü almıştır. Bugün faaliyette bulunduğu kategorilerde lider konumda 24 markayla Türkiye'de en büyük temizlik, ev bakım, kadın hijyen ürünleri ve bebek bakım ürünleri üreticileri arasında yer alan P&G Türkiye, Alo, Pantene, Orkid, Prima Blendax, İpana, Gillette ve diğer ürünlerin yanı sıra güzellik ve kişisel bakım kategorisinde de lider şirketler arasında yer almaktadır.¹⁸⁵

Procter&Gamble'de de yıllık sürdürülebilirlik raporları yayınlanmakta ve bu çalışmalarıyla çevre politikalarına önem verdiği hissini faaliyette bulunulan ülke halkına yüksek sesle duyurarak halkın teveccühü kazanılma yoluna gidilmektedir.

P&G'de global yapılanma ile ilgili operasyonlarda esas alınan politikalar aynı zamanda küresel oluşuma da önemli katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Bu politikalar aynı zamanda global değerlendirmelerle ele alınmaktadır. Bu doğrultuda;

- Global İş Birimleri (GBU) sadece dünyadaki tüketicilerimiz ve markalarımıza odaklanarak yenilikçilik ve kârlılık sorumluluğu taşır,

¹⁸⁵ "Global Yapı, Operasyonlar", **Procter&Gamble Türkiye**, (Çevrimiçi) http://www.pg.com.tr/procter/pg_turkiye.htm, 14 Ekim 2011.

- Pazar Geliştirme Organizasyonları (MDO), P&G'nin faaliyette olduğu ülkelerde tüketicileri ve perakendecileri tanımak ve GBU'lardan gelen yenilikleri kendi pazarlarına aktarmak görevini üstlenir,
- Global İş Servisleri (GBS), P&G'nin becerilerinden ve uzman ortaklardan yararlanarak en düşük maliyetle iş destek hizmetleri sağlar,
- Kurumsal Bölümler, sürdürülebilir kurumsal yenilik ve beceri geliştirme imkânları sağlar, denilmektedir.¹⁸⁶

Unilever ve P&G'ı, şirket politikaları ve şirket kültürü bakımından karşılaştıracak olursak global yapılanma gereği bazı benzerlikler söz konusu olsa da bir takım farklılıklar ilk bakışta ayırt edici niteliğini ortaya koymaktadır. Unilever'de oluşan şirket kültürü, daha çok yerel bir özellik taşımakta ve yerel özellikleri çalışma hayatına yansıtarak renkli bir görünümü yansıtırken P&G'deki şirket kültürünün, merkeze odaklı bir şirket kültürünü yansıttığı görülür.

Unilever'de şirket kültürünün üç ana ekseninde bulunmaktadır ki bunlar; doğruluk, yerel özerklik ve insani ilişkilerin önemine duyulan inançlar olarak ön plana çıkmaktadır.¹⁸⁷ Doğruluk, Unilever şirket kültürü içerisinde dürüstlükten daha geniş bir kavramsal çerçevede ele alınmakta, kâr elde etmek ve daha fazla kazanç sağlamanın her şey demek olmadığı ortaya konulmaktadır. Yerel politikalar ya da yerel özerklik başlı başına merkezi idareden bağımsız politikalar belirlenmesi esnasında yerel koşulların dikkate alınmasına dayanmaktadır. Bir merkeze bağlılığa rağmen yerel politikaların özerk bir biçimde dikkate alınması esasına dayanmaktadır. İnsani ilişkilere gelince, birçok sosyal sorumluluk projesinin altında Unilever imzasının bulunması bir noktada insani ilişkilere verilen önemi de açıkça ortaya koymaktadır. Unilever'in, ulus ötesi yatırımlarda bu noktada üstlendiği öncü rol belirgin bir şekilde kendini göstermekte ve birçok UDY girişiminin bu politikaları yakından izlediği ve kendi şirket politikalarının belirlenmesinde bir algı oluştuğu gözlenmektedir.

P&G'de ise güçlü bir şirket kültürü bulunmakta, Procter'in idari departmanları dünyanın her yanında Procter yaklaşımlarına bağlı kalınmasını

¹⁸⁶ "Global Yapı, Operasyonlar", **Procter&Gamble Türkiye**, (Çevrimiçi) http://www.pg.com.tr/procter/pg_turkiye.htm, 14 Ekim 2011.

¹⁸⁷ Jones, **a.g.e.**, s. 382.

sağlayan etkin bir denetime sahip kalmaktadırlar. ABD dışında da Procter tam bir Amerikan şirketi görünümünde: ABD dış politikasıyla güçlü bir özdeşleşme içerisinde hareket ederek, kendilerini Amerikan iş ahlakını ve pratiğini yaymanın baş sorumlusu gibi görmektedirler.¹⁸⁸Bu anlayış Amerikan şirketlerinin birçoğunda görülmektedir. Ayrıca Amerikan menşeli firma ve ürünlerde bu özellik açık bir şekilde kendini göstermektedir. Dolayısıyla diğer ABD firmaları gibi P&G’de de yerel politikaların belirlenmesinde merkezin etkin rolünün bulunduğu görülmektedir.

P&G’nin teknolojilerini ve markalarını dünyanın her yanına hızlı bir şekilde taşımak için başvurduğu “etkin denetim” yeteneğine zaman zaman imrenildiği durumlar söz konusu olsa da, Unilever hiç de böyle hareket etmek niyeti taşımamıştır. Çünkü Unilever, yerel kimlikle hareket ederek yerel kültürlerle kaynaşmaktan her dönemde gurur duymuş ve bir başka şirketin “dış politikasıyla” özdeşleşerek bu doğrultuda hareket etmek niyetinde olmamıştır.¹⁸⁹

Eski bir Unilever direktörünün gözleminden alınan ifadelerle, “Gündelik iş idaresinin ayrılmaz bir parçası olarak, insanlarla dolaysız ilişkiler kurmanın önemine olan inanç, şirketin tüm işleyişine egemen olmuştur. Dolayısıyla da Unilever’in değerler sisteminin temeli birlik olmuş ve tüm gücünü bu birlikten almıştır.¹⁹⁰ Unilever globaldeki yönetim organizasyon şemasına bakıldığında birçok farklı ülkeden insanların dünyanın değişik ülkelerinde görev alması, bu noktadaki şirket kültürünün niteliğini de açık bir şekilde ortaya koymaktadır. Unilever global üst yönetiminin günümüz yapılanması 22 ayrı ülke kimliği arasında dağılmış durumdadır. Bununla birlikte 50’den fazla Türk üst düzey yöneticinin, Türkiye dışında dünyanın farklı ülkelerinde geleceğin yöneticileri olarak hazırlanması ve beğeni ile karşılanması da bu politikaların hayata geçmiş yönünün göstergesi niteliğindedir.

Unilever ve diğer UDY’lerde olduğu gibi P&G’nin de farklı sosyal projeler içerisinde yer aldığı ve faaliyet gösterdiği ülkelerde bu tarz projeleriyle de anılmak ve tanınmak istediği görülmektedir. Ekonomik yatırımların böylece daha etkili bir

¹⁸⁸ A.e., s. 385.

¹⁸⁹ A.e.

¹⁹⁰ A.e.

şekilde halk nezdinde görülüp gözetleneceği algısıyla halkla bütünleşmek diye tanımlanan bu sosyal projelerden bazıları aşağıda belirtilmiştir.

- P&G ve Uluslararası Olimpiyat Komitesi, daha çok sayıda yaşamı iyileştirmek adına 2020 yılına kadar gerçekleştirilecek 5 olimpiyat oyunu için global iş birliğine girdiler.
- P&G, Migros ve Özel Olimpiyatlar Türkiye Organizasyonu'nun iş birliğiyle zihinsel engelli sporcuların yetiştirilmesi amacıyla sürdürülen kampanya 7. yılında da başarılarla imza atıyor ve 3500 özel sporcuya özel kampanya desteği sağlıyor.
- P&G; 2009-2010 öğretim yılında Darüşşafaka Cemiyeti iş birliğiyle hayata geçirdiği "Hayalden Gerçeğe" projesi ile çocukların hayallerine ortak oluyor.
- Ariel'in 10 ilde başlattığı "Çocuklarımız İçin Bayramda Tertemiz Giysiler" kampanyası, Kadın Emekini Değerlendirme Vakfı'nın da desteğiyle binlerce çocuğa ulaştı ve ihtiyaç sahibi çocuklara 60 bin kıyafeti bayram hediyesi olarak verdi.
- P&G bir ilke daha imza atarak, Ağustos 2010'da Mahalle Afet Gönüllüleri Vakfı iş birliğiyle Gebze'ye "Mahalle Afet Destek Merkezi" kazandırdı.¹⁹¹

P&G'de kurumsal amaçlara bağlılık yüksek düzeyde yer almakta, bu nedenle de yerel koşulların etkisine karşı bir direnç söz konusu olmaktadır. Kurumsal kültürün gücünün P&G'nin bir ABD şirketi olmasından kaynaklandığı yönünde bazı ifadeler söz konusu olsa da ABD'de yapılan araştırmalar yerleşik bulunan şirketler içerisinde P&G'in bu şirketler içerisinde en güçlü kurumsal kültüre sahip şirket olduğu sonucunu ortaya koymuştur. Bu kültürel etki nedeniyle P&G'de yatırım öncesi risk faktörünün üzerinde önemle durulması söz konusudur. Türkiye'de dahi aynı kategoride onlarca UDY şirketi bulunurken P&G'nin doğrudan yatırım için 1987'li yılları beklemesi, bu riskin göz önünde bulundurulmasından kaynaklanmaktadır diyebiliriz.

¹⁹¹ "Procter&Gamble Yaşamın İçinden 2010", **Procter&Gamble Türkiye**, s. 4, (Çevrimiçi) [http://www.pg.com.tr/procter/Yasamin icindePG.pdf](http://www.pg.com.tr/procter/Yasamin%20icindePG.pdf), 15 Ekim 2011.

3.4.2.2. Sektörel Karşılaştırmalar: Yerli Bir Rakip Şirket Karşılaştırması

1944 yılında Sabri ve Asım ÜLKER kardeşler tarafından kurulan ve ilk başlarda tek çeşit bisküvi üreten atölyeye sahip olan ÜLKER, bugün genç kuşakların yönetiminde global markaları da bünyesinde barındıran dev bir topluluğa dönüşmüştür. 1944 itibariyle Türkiye’de bisküvi üretimiyle işe başlayan ve 1972 yılında çikolata üretimini de başlatan Ülker ilk ihracatını 1974 yılında 200 bin TL tutarlı bisküvi ihracatı ile Arap ülkelerine yapmış, 1989 yılında ise holdingleşmeye geçiş sağlamıştır. Ülker’in en eski gıda üreticilerinden olan Yıldız Holding, geleneksel üretim alanı olan bisküvi ve çikolata başta olmak üzere yedi ayrı grupta 70-100 arası şirketle faaliyet gösteren, üretim hacmi, satış gücü, ürün çeşitliliği ve toplam dağıtım alanı bakımından pek çok kategoride öncü ve lider bir kuruluş statüsünde faaliyet göstermektedir.¹⁹²

2010 yılında ‘sürpriz ve iddialı yatırımlarımız olacak’ diyerek sinyalini verdiği yatırımların fitilini ateşleyen grup, Şok’un ardından toptan perakende markası Bizim’i de atağa geçirdi. Grup, Türkiye’nin dört bir yanını Bizim toptan satış mağazaları ile donatmak için harekete geçti. Toptanda lider olan Ülker’in attığı bu adımlar ne anlama geliyordu, Perakende sektöründe nasıl bir rüzgâr oluşturacaktı, Ülker neden bu alanda kendisine bir büyüme hedefi koymuştu. Tüm bu soruların cevabının, Ülker’in tüketici gözündeki gücünde saklı olduğu gerçeği söz konusudur. Uzun zamandır gıdadan temizliğe kadar hızlı tüketim ürünleri sektöründe önemli satın almalara imza atan ve birçok markanın da ana dağıtıcısı olan Ülker, sahip olduğu bu gücü perakende sektöründe liderlik için kullanacaktır. Ülker’in 80’in üzerindeki markaları alt, orta ve üst gelir grubundan geniş bir kitleye hitap etmektedir. 8 yıl önce kurduğu Bizim zinciri ile toptan perakende sektöründe lider olan Ülker, Bizim çatısı altında 54 ilde 111 mağazası bulunmakla birlikte yeni açmayı planladığı mağazalarla toptan mağazacılıktaki gücünü arttırırken, 70 ilde

¹⁹² “Bizi Daha İyi Tanıyın”, **Ülker/Hakkımızda/Tarihçemiz**, (Çevrimiçi) <http://www.ulker.com.tr/tr/ulkerle-tanisin/hakkimizda>, 13 Temmuz 2010.

1230 mağazası bulunan Şok'u satın alarak toptandaki gücünü perakendede de kullanarak büyüme yoluna gidecek görünmektedir.¹⁹³

Şok mağazalarının Ülker'in perakende organizasyonu olan Bizim Toplu Tüketime (BTT) eklenmesi ve perakende ağının genişlemesiyle pazarda daha geniş bir tüketici kitlesine de ulaşılmış olunacaktır. Şok mağazalarının Ülker'e satışı sonrasında, mağazaların fiziki görünüm, raf düzeyleri, ürün portföyleri ile birlikte müşteri kitlesine sağlanan yeni katılımlarla pek yakın bir zamanda satış ciro artışlarının göze çarpması beklenmektedir. Ayrıca Migros'a bağlıken Şok mağazalarında sınırlı sayıda bulunan Ülker Gıda ürünlerinin de böylece bu mağaza raflarında daha fazla miktar ve çeşitlerle yer alması yanında rafların daha etkili bölümlerinde bulundurulmaya başlaması Ülker'in büyümesinde de ciddi bir farkındalık oluşturacaktır. BTT & ŞOK perakendeci bağı, Ülker Gıda'nın arkasında bir itici güç olarak yer almaya başlarken diğer taraftan Ülker Gıda üzerinde çarpan/hızlandıran etkisi uyandıracaktır.

Şirketin her iki kanattan başlattığı bu büyüme, perakende sektöründe yeni değişimlerin de habercisidir. Türkiye'de, büyüklüğü 187 milyar dolar olan perakende sektörünün içinde gıda perakendesinin büyüklüğü 96 milyar dolara ulaşmaktadır. Pazarda 2010 yılı rakamlarına göre lider 6,5 milyar liralık cirosu ile BİM, Onu 6 milyar 365 milyon lira ciroyla Migros ve 2 milyar 445 milyonluk cirosu ile CarrefourSa izliyordu. Ülker Grubu'nun perakendedeki cirosu Bizim Toptan ve Şok ile birlikte 2 milyar 650 milyon liraya yaklaşmış ve böylece sıralamanın bir iki yıl içinde değişebileceğine kesin gözüyle bakılmaktadır.¹⁹⁴

BTT & ŞOK ikileminin pozitif bağı güçlenme etkisi sağlarken, Ülker Gıda'nın aynı zamanda perakende sektörünün potansiyel bir tedarikçisi konumunda bulunması dolayısıyla risk etkisi doğurması da muhtemel görünmektedir. Kaldı ki ŞOK'ların, Ülker tarafından satın alınmasının piyasadaki ilk yansıması bu doğrultuda ortaya çıkan bazı tepkilerle kendini göstermeye başlamış görünmektedir.

¹⁹³ "Perakendede Savaş Başlıyor", Perakendede savaş başlıyor – Ekonomi – **Radikal Gazetesi**, 11.06.2011, İnternet.mht, (Çevrimiçi) <http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalDetayV3&ArticleID=1052440&Date=19.10.2011&CategoryID=80>, 20 Ekim 2011.

¹⁹⁴ "Perakendede Savaş Başlıyor", Perakendede savaş başlıyor – Ekonomi – **Radikal Gazetesi**, 11.06.2011, İnternet.mht, (Çevrimiçi) <http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalDetayV3&ArticleID=1052440&Date=19.10.2011&CategoryID=80>, 20 Ekim 2011.

Perakende cephesi Şok'un satışını şimdilik sessizce izlemeyi tercih ediyor. Üretici bir grubun Şok'u almasından rahatsız olan yerel perakendecilerin toplantılarının ana konusu bu. Öncelikle Şok'un sektördeki büyüme hamlesini izleyecek olan sektör sonrasında Ülker'den yaptığı alımlarda azaltma yoluna gitmeyi bile düşünüyor. "Bu satın almayı çok etik bulmuyoruz" diyen bazı perakendeci kanal temsilcileri açıklamalarında; "Ülker'i bu hale getiren biziz, ama şimdi bizimle rakip olmaktadır. Yıllık anlaşma zamanında Ülker ürünlerinin payı yüzde 40'sa bunu yüzde 20'lere indirebiliriz" şeklinde ifadelerde bulunarak Ülker'den mal alımını azaltacakları doğrultusunda ifadeler kullanmışlardır.¹⁹⁵

Ülker'in perakende sektörüne yönelik bu faaliyetleri ile globalde faaliyet gösteren UDY firmalarından ayrıştığı bu yönü, Ülker'in, yabancı rakiplerinden farklı çizgide yer alması olarak nitelendirilmektedir. Ayrıca herhangi bir sektöre yönelik faaliyet gösteren üretici firmaların o sektörün içinde yer alması ise uluslararası anlayış çerçevesinde değerlendirilmemektedir.

Ancak buna karşın birçok perakende dağıtım kuruluşunun da kendi markalarını ya da ambalaj yapılarını kullanarak farklı kategorilerde tüketiciye sundukları ürünler ile benzer bir yapı sergiledikleri de sıkça görülen uygulamalar olarak karşımıza çıkmaktadır. Perakendecilerin bu tarz karşı çıkışları üretici firmalar tarafından bu gerekçe ortaya konularak etkisiz kılınmaya çalışılmaktadır. Tüm bu faaliyetlerin rekabet politikaları üzerinde etkili olduğu gözden kaçmamaktadır. Üretici/satıcı firmalar böylece kendi itici güçlerini oluşturmakta, aynı zamanda kuvvetli bir çekim gücü etkisi de uyandırmaktadırlar.

Unilever ile aynı portföyde yer alan mamullerle ilgili yatırım ve üretime ilk olarak 1992 yılında yağ üretimi ise başlayan Ülker, böylece Unilever'le tarihi rekabeti de başlatmış oldu. 2000 yılında hazır çorba ile Unilever'in Calvé'si, Bizim markalı ürünlerle Unilever'in değişik margarin markaları ve sıvı yağlarıyla piyasada karşı karşıya gelmiştir. 2003 yılında *Natura Gıda Golf markası ile dondurma üretimine* başlayan Ülker, böylece dondurma sektöründe de Unilever'in Algida'sı ile rekabete geçmiştir. 2006 yılında Ülker'de üretilen *Kalbim Benecol markası*, Türkiye'de kolesterolü düşürmeye yönelik ilk margarin gibi görülse de, Unilever'in

¹⁹⁵ A.e.

1995’lerde üretmeye başladığı Becel kalp dostu margarin ile aynı kategoride yer almaktadır. 2008 yılında paketlenmiş çay sektörüne de giriş yapan Ülker, bu kategoride Unilever’in Lipton’u ile 2010 yılında McCormik ile Unilever’in Knorr markasına karşı rekabetini sürdürmektedir. Unilever’in Türkiye’deki yerli versiyonu gibi görülen ve diğer rakiplerin piyasada takibi ile birlikte Unilever ile ayrıca yakın takipte bulunmasında, Unilever’den ayrılıp, Ülker’in üst düzey yönetimine geçiş yapan onlarca yöneticinin bulunması da bu noktada etkili olmaktadır.

Ülker’deki kurumsal yapı içerisinde oluşturulan bir istişare konseyi ve buna bağlı çalışan gruplar oluşturulmuştur. Buna göre aşağıda belirtilen farklı sektörlerde oluşturulmuş grup ve grup başkanlıkları söz konusudur. Bunlar;

- İstişare Konseyi
- Ülker (Bisküvi – Çikolata) Grubu
- Gıda, İçecek, Şekerleme ve Sakız Grubu
- Ambalaj, Bilişim, Gayrimenkul Grubu
- Gıda, Dondurulmuş Ürünler ve Kişisel Bakım Grubu
- Uluslararası Operasyonlar Grubu
- Mali İşler Grubu ile birlikte Pazarlama, Strateji ve Perakende Grubundan oluşan grup ve grup başkanlıkları olarak yer almaktadır.

Türkiye’de iç piyasadaki faaliyetler yönlendirilirken diğer taraftan da uluslararası pazar araştırmalarına gidilmektedir. İçeride küçük ve lokal işletmeler satın alınarak büyümeye yönelik atılımlarla birlikte yurt dışından da yeni pazarlarda yer almak ve prestij sağlamak için yeni satın almalar ve yeni yatırımlar gerçekleştirilmektedir.

Doğrudan istihdamda da başarılı bir performans gösteren Ülker, 30 binden fazla işgücüne çalışma imkânı sağlayarak Türkiye’nin işsizlik sorununa önemli bir katkı sağlamıştır. Ülker 53 fabrikada sağladığı üretimle 160 ayrı marka ve 2.700 çeşit ürünle iç ve dış piyasada özellikle hızlı tüketim ürünleri sektöründe gerçekleştirdiği 11 milyar \$’lık cirosu ile pazar ekonomisine ivme kazandırmıştır.¹⁹⁶ Çoğunlukla UDY’lerden oluşan dev yatırımlar arasında benzer metotları kullanarak Türkiye’nin

¹⁹⁶ “Ülker’de Başlıca Finansal ve Operasyonel Göstergeler”, **Ülker 2008 Faaliyet Raporu**, (Çevrimiçi) http://www.ulkerbiskuvi.com.tr/documents/Ulker/pdf/Ulker_2008_faaliyet_raporu_tr.pdf, 21 Temmuz 2010.

ÇUŞ’i olma hüviyetine sahip olan Ülker, gerek rekabet koşullarındaki performansı gerekse devlerin kapışması arasındaki direnci ile uluslararası yatırımcılarla boy ölçüşebileceğini göstererek varlığını tescil ettirme statüsü elde etmiştir.

Ülker uluslararası düzeydeki en önemli yatırımını geçtiğimiz yıllarda yine çikolata sektöründe prestij bir marka olma özelliğinde bulunan Godiva’yı satın alarak göstermiştir. Yaklaşık 1 milyar \$’lık bir bedel ödeyerek uluslararası bir markanın Türkiye’de yerleşik bir Türk şirketi tarafından satın alınması UDY aktörlerinin dikkatini çekmiştir. Daha önce bir Fransız markası olan LC Waikiki’nin bir Türk tekstil şirketi tarafından satın alınması, Godiva’nın yine bir Türk şirketi olan Ülker tarafından satın alınması, Koç grubu tarafından PC Partners’a satılan Migros Türk A.Ş. bünyesinde yer alan Migros Şok mağazalarının yeniden bir Türk şirketi olan Ülker tarafından satın alınması bir anda “Türkiye’de ya da Türk işletmelerinde neler oluyor” sorusunun daha sık sorulmasına yol açmıştır. Günümüz koşullarında dünyanın 16. Büyük ekonomisi olma sıralamasına ulaşmış ve ilk 10 ekonomi arasında yer almayı kendisine hedef olarak belirlemiş olan Türkiye, 2011 yılının ilk yarısında Çin’i dahi geride bırakarak % 11’lik rekor bir büyüme gerçekleştirerek dünya ekonomi çevrelerinde adeta bir şok etkisi oluşturmuştur.

Türkiye’de UDY’lerin hızlı tüketim ürünleri sektöründe büyümesinde perakendecilerin etkili olduğu, hatta UDY’lerin arkasındaki itici güç olarak görüldüğü bilinmektedir. Bunu dikkate alarak kendisine “Perakende Sektörü”nde daha etkili bir yer bulmaya çalışan Ülker, 2002 yılında ilk mağazasının açılışını gerçekleştirdiği, “Bizim Toplu Tüketim (BTT)”ler ile ayrıca yeni ve farklı bir gelişmeye daha imza atmıştır. BTT’ler hızla ilerleyerek 2003 yılında 320 milyon olan toplam cirosunu 2008 yılında 1,05 milyar’a yükselterek 6. Sıraya yerleşmiş ve 2013 yılı için de 2,0 milyar tutarında bir ciro beklentisi içerisine girmiştir. Ancak Migros’tan satın alınan 1230 yeni ŞOK mağazası ile beklentilerini daha ileri bir noktaya taşıması beklenmektedir. 2011 yılı ikinci yarısında Türkiye’de perakende sektöründe ilk sırada bulunan Migros’ta discounter statüsünde bulunan ŞOK mağazalarının satışıyla birlikte Migros birincilik sıralamasını kaybetmekle yüz yüze kalmış, Ülker’e bağlı BTT’ler ise Şok’lardan gelen 1,2 milyar TL’lik cironun da eklenmesiyle 2,5 milyar TL’nin üzerinde bir ciroya ulaşmıştır. Böylece BTT’nin,

yıllık cirosu 2,45 milyar TL olan Carrefour'un üçüncü sıradaki yerini alma çabalarıyla perakende sektöründeki savaş daha da kızışmıştır. Ülker'in bundan böyle atacağı adımlar perakende sektöründe taşları yerinden oynatacak boyutlarda görülmektedir.

3.4.2.3. Sektörel Değerlendirmeler

❖ **UNILEVER; Unilever**, özellikle gıda, temizlik ve kişisel bakım ürünleri kategorisinde faaliyet gösteren Unilever, tez çalışmamız içerisinde detaylı bir şekilde ele alındığından burada detaya girilmemektedir. Unilever ve sektörel diğer rakiplerin çoğunlukla hızlı tüketim ürünleri kategorisinde faaliyet gösteriyor olması, rekabetin Türkiye ile sınırlı olmadığına da bir göstergesi niteliğindedir. Ayrıca sürdürülen rekabetin yeni olmadığı ve tarihsel bir geçmişe dayandığı bilinmektedir.

Ulusal kökeni, buldukları ülkelerde yerleşik kalma geçmişi, kurumsal yapı ve şirket kültürlerinde bazı farklar söz konusu olsa da hızlı tüketim ürünleri kategorisi alanında faaliyet gösteren bu şirketlerle ilgili bazı bilgiler aşağıda belirtilmektedir.

❖ **P&G; Procter&Gamble (P&G)**, William Procter&James Gamble tarafından 1837 yılında kurulmuş ve her iki isme ait soyadlarının ilk harfleri ile anılan bir şirket olarak dünyanın en büyük temizlik ve kişisel bakım ürünleriyle ve markalarıyla tüketicilerin günlük yaşamlarına dokunarak küçük farklar oluşturmayı bir gelenek haline getirmiş ve en hızlı büyüyen hızlı tüketim ürünleri sektörü içerisinde yer almayı başarmıştır. 180 ülkede faaliyet gösteren P&G, globalde 138.000 kişiye iş ve istihdam alanı sağlayan ve yıllık cirosu 80 milyar \$ olan bir ÇUŞ statüsünde ve güçlü UDY aktörlerinden biri haline gelmiştir. Türkiye pazarına 1987 yılında giren P&G, etkinlik alanını 1998'den bu yana 70 milyonu aşkın tüketicisiyle çok hızlı gelişen bir pazar olan Kafkasya ve Orta Asya Cumhuriyetleri'ni kapsayacak şekilde genişleterek bölgesel bir merkez fonksiyonu üstlenmiş konumda. P&G Türkiye, yaklaşık 900 çalışanıyla bugün, Orta ve Doğu Avrupa, Ortadoğu, Afrika bölgesinde P&G'nin

doğrudan faaliyette bulunduğu toplam 52 ülke arasında 3. ve P&G Global alt şirketler sıralamasında da 13. sırada yer alıyor¹⁹⁷

❖ **HENKEL;** Henkel, tüm dünyada, Çamaşır ve Ev Bakımı, Kozmetik/Kişisel Bakım ve Yapıştırıcı Teknolojileri olmak üzere üç iş alanında lider marka ve teknolojileriyle faaliyet göstermektedir. 1876 yılında kurulan Henkel; Persil, Schwarzkopf ve Loctite gibi tanınmış markaları ile hem tüketicilere yönelik hem de endüstriyel ürünleri ile global olarak lider pazar pozisyonları bulunmaktadır. Genel merkezi Düsseldorf / Almanya'da bulunan Henkel, dünya genelinde yaklaşık 48.000 kişiyi istihdam eden ve küresel piyasalarda en yaygın uluslararası ağa sahip olan bir Alman şirkettir. Türkiye'de 679 kişi çalışıyor.¹⁹⁸

❖ **ECZACIBAŞI&BEIERSDORF;** Eczacıbaşı Topluluğu Tüketim Ürünleri Grubunda faaliyet gösteriyor. Eczacıbaşı Topluluğu'nun temelini, Dr. Nejat Eczacıbaşı tarafından 1952 yılında İstanbul'da kurulan Eczacıbaşı İlaç Fabrikası oluşturuyor. Kurulduğu 1978 yılından 1987 yılına kadar Eczacıbaşı İlaç Sanayi'nin ürettiği tüketim ürünlerinin satış ve dağıtımını yaptıktan sonra 1987 yılında İpek Kâğıt'ın satış örgütü ile birleşerek temizlik kâğıtlarının da satışını üstlendi. Topluluğa daha sonra katılan ortaklıklar ve dış kuruluşlarla yapılan dağıtım anlaşmaları çerçevesinde Eczacıbaşı Girişim Pazarlama, bugün temizlik kâğıtları, kozmetik ve kişisel bakım ürünleri, kuaför ürünleri, insektisitler, ev temizleme ve bakım ürünleri, profesyonel temizlik ürünleri, prezervatifler ve ayakkabı bakım ürünleri kategorilerinde faaliyet gösteriyor.¹⁹⁹

❖ **COLGATE&PALMOLIVE;** 1806 yılında New York'ta William Colgate tarafından kurulan şirket, 1953 yılında Colgate firmasının Palmolive ile birleşmesi sonucu Colgate Palmolive adını aldı. Günümüzde 200'den fazla ülkede 38 bin

¹⁹⁷ "Procter&Gamble'de Global Yapı ve Operasyonlar", **Procter&Gamble Türkiye** (Çevrimiçi) http://www.pg.com.tr/procter/pg_turkiye.htm, 14 Ekim 2010.

¹⁹⁸ "Henkel Türkiye Hakkında", **Henkel Is Our Passion**, (Çevrimiçi) http://www.henkel.com.tr/cps/rde/xchg/henkeltr/hs.xsl/71_TRT_HTML.htm, 26 Ekim 2010.

¹⁹⁹ Eczacıbaşı&Beiersdorf Türkiye Web Sayfası, (Çevrimiçi) www.eczacibasi.com.tr/www.beiersdorf.com.tr, 26 Ekim 2010.

personeliyle hızlı tüketim malları sektöründe hizmet vermektedir. Merkezi New York olan şirketin vizyonu; bütün dünyada en iyi tüketici malları şirketi olmaktır. **Colgate Palmolive Türkiye**, faaliyetlerine 1985 yılında Başer Kimya ile ortak olarak başlayan şirket, 1992 yılında Hacı Şakir'in çoğunluk hissesine sahip olmuş, 1995 yılında ise Colgate Palmolive Türkiye adıyla yeni bir şirket kurulmuştur.²⁰⁰

❖ **NESTLE; Nestlé'nin Türk tüketicisiyle tanışması 1875 yılında**, Dünyanın ilk bebek mamasını Türkiye pazarına sunmasıyla başlar. İlk yıllarda temsilcilikler kanalıyla satış yapan Nestlé 1909 yılında İstanbul Karaköy'de açılan ilk satış şubesiyle Türkiye pazarını yoğunlaştırılmış süt ve çikolata ürünleriyle de tanıştırır. Nestlé'nin hikâyesi 1867 yılında İsviçre Vevey'de başlıyor. Şirketin kurucusu Henry Nestlé'nin geliştirdiği dünyanın ilk hazır bebek maması sayesinde anne sütü alamayan bir bebeğin hayatını kurtarmasıyla başlayan öyküde Nestlé'nin insanı ve sağlığı her şartta öncelikli tutma, bilimsel araştırma kalite ve güven gibi temel değerlerinin de bir sembolü olur.²⁰¹

Unilever, P&G ve Ülker ile ilgili yukarıda yapılan açıklamalar sonrasında bazı farklı politika ve uygulamalar söz konusu olsa da birçok konuda benzer yapılanmalar göze çarpmaktadır. Tablo 3.3'te yer verilen her üç şirketin bulunduğu kategoriler açısından bir değerlendirme yapacak olursak; Ülker'in ağırlıklı olarak gıda sektöründe daha etkili olduğu, P&G'nin gıda kategorisinde yer almayarak bütünüyle kişisel bakım ve güzellik, ev temizlik ve bakım ile sağlık ürünleri kategorisinde etkili olmasına karşın Unilever'in gerek gıda, gerek temizlik, gerekse kişisel bakım ürünleri alanı olmak üzere her üç kategoride de etkili olduğu görülmektedir. P&G kişisel bakım ve sağlık ürünleri kategorisinde daha güçlü bir eğilime sahipken Unilever, temizlik ürünleri kategorisinde daha etkili olmaktadır.

²⁰⁰ "Colgate&Palmolive Tarihçesi", **Colgate&Palmolive Türkiye**, (Çevrimiçi) <http://www.colgate.com.tr/app/Colgate/TR/Corp/History/LocalHistory.cvsp>, 27 Ekim 2010.

²⁰¹ "Nestlé 100 Yılı Aşkın Bir Süredir Türkiye'de", **Nestlé Türkiye**, (Çevrimiçi) <http://www.nestle.com.tr/Pages/nestle.aspx>, 27 Ekim 2010.

Tablo 3.3: Global Bazı Şirketlerde Kuruluş ve Global Yapılanma

GLOBAL ÖRNEK ŞİRKETLER	YIL	KURUCU ŞİRKET ve KİŞİLER	KURULUŞ TARİHİ		GLOBAL YILLIK CİRO (MİLYAR \$)	GLOBAL İSTİHDAM SAYISI	ÜLKE SAYISI
			Global	Türkiye			
Unilever	2010	Lever Brothers&Margarin Unié	1929	1950	45 (€)	163.000	180
P&G	2009	William Procter&James Gamble	1837	1987	84	138.000	180
Ülker	2009	Sabri&Asım Ülker	1944	1944	11	29.500	77
Henkel	2009	Fritz Henkel	1876	1963	20	52.000	125
Colgate&Palmolive	2009	William Colgate&Palmolive	1806	1985	15.3	38.000	200
Nestle	2009	Henri Nestlé	1867	1875	103	200.000	130

Kaynak: İlgili Şirket Web Sayfalarından Alınan Bilgilerle Tarafımızdan Hazırlandı, (Çevrimiçi) www.unilever.com.tr, www.p&g.com.tr, www.henkel.com.tr, www.nestle.com.tr, www.colgate.com.tr, www.ulker.com.tr, 25 Temmuz 2010.

Uluslararası alanda faaliyet gösteren bu şirketleri Türkiye'deki iç piyasa faaliyetleriyle sınırlı bir alanda karşılaştırdığımızda, rekabet ortamında her üç şirketin de attıkları adımları dikkatle izlemekte olduğunu ve bu hareket tarzlarının yeni atılacak adımlarda belirleyici bir etkiye sahip olduğunu görürüz. Rekabet ortamının etkili mücadelelerle ısınmasının aynı zamanda fiyat politikaları üzerinde tüketici lehine etkili olduğu sonucuna varılmaktadır. Sektörel rekabetin artması ve fiyatların aşağı yönlü hareketliliği maliyetlerin daha da düşürülmesi çabalarını gündeme taşımaktadır. Fiyatlardaki düşüşün kâr marjlarını düşürmesi karşısında toplamda ciro kaybı yaşanmaması için satış miktarının artırılmasına yönelik, ihracat da dâhil değişik aktivite ve kampanyalar ön plana çıkmakta ve reklam faaliyetleri daha da yoğunlaşmaktadır. İşletme kârlılığını ve kazançlarını negatif etkileyen tüm bu gelişmeler şirketlerin daha fazla uğraş vermeleri şeklinde bir algıya yol açsa da piyasadaki hareketlilik, farklı sektörler açısından yeni iş sahaları ortaya çıkararak piyasadaki döngüyü hızlandırmakta ve pazara canlılık getirmekte diye de

yorumlanabilmektedir. Bütün bu gelişmelerin de etkisiyle şirketler her geçen gün daha farklı çalışmalara yönelmekte, yeni inovasyon ve renovasyon arayışları içerisinde Ar-Ge çalışmalarına daha da önem vermekte ve daha fazla kaynak ayırmaktadırlar. Aynı piyasalar çerçevesinde bu çalışmaların yoğunlaşması, piyasada bir benzerlik etkisi de oluşturmakta ve şirketlerin birbirlerinden bilgi saklama eğilimi zamanla kaybolmakta ve benzer girişimlerle karşılaşmaktadır. Bu aynı zamanda bir benzeşme özelliği olarak da tanımlanabilmektedir.

Bazen de şirketler yenilik faaliyetlerini aralarındaki işbirliği ile geliştirme yoluna gitmektedirler. Bu kartelleşme tehlikesini ortaya çıkarma tehlikesine yol açmakla birlikte zaman zaman başvurulan bir yöntem olarak dikkat çekmektedir. Bunun en son örneğini deterjan sektöründeki bir yenilik olarak görülen konsantre deterjan piyasasında görmek mümkündür. Bu kapsamda yerli ve yabancı deterjan üreticileri bir araya gelerek ortak bir karar alınması sonucu konsantre deterjan sektörüne hızlı bir geçiş sağlamışlardır. Bu anlaşmanın temelinde üretici firmalar açısından aynı zamanda haksız rekabeti önlemek politikası bulunmakla birlikte bu şekildeki bir araya gelişlerin tüketiciler açısından olumsuzluk içerebileceği durumlar da söz konusu olabilecek niteliktedir. Bu şekilde benzer bir üretici dayanışmasını da margarin sanayicileri arasında görmek mümkündür. Bitkisel margarinle ilgili olarak son yıllarda ortaya atılan kalp ve damar hastalıkları riskinin sorumlusu olarak margarinin görülmesi ve sağlık açısından olumsuz etkilerinin ortaya konulmasına karşı gerçekleştirilen girişimlerle ortaya çıkmıştır. Burada da margarin sanayicileri bitkisel margarinin adını temize çıkarmak başlığı altındaki bir girişimle yapılan bilimsel araştırma sonuçlarını da kamuoyu ile paylaşarak böylesine bir zararlı etkinin propagandalarını çürütme çabası içerisine girmişlerdir.

Türkiye’de faaliyetlerini sürdüren yerli ve yabancı işletmelerin bazen rekabet koşulları çerçevesinde bazen de ortak politikalar uygulama geleneği ya da centilmenlik anlaşması ya da etik uygulamalar başlığı altında ortak girişim ya da faaliyetler içerisinde girdikleri görülmektedir. Bu girişim ve uygulamalar firma faaliyetlerinden bağımsız bir şekilde çevreci bir etkiyi amaçlarken diğer taraftan toplumsal sağlık alanına yönelik girişim niteliği de taşıyabilmektedir. Hatta zaman zaman tüketici kitleleri etkilemeye yönelik reklam ve propaganda mahiyeti taşıyan

yaklaşımlar olarak da göze çarpan bu faaliyetleri farklı başlıklar altında toplamak mümkündür. Günümüzde birçok işletme tarafından periyodik olarak uygulana gelen ve çoğunlukla tüketicileri etki altına almayı amaçlayan bu politikalardan bazılarını aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür;

- Sürdürülebilirlik politikaları,
- Kurumsal sosyal sorumluluk politikaları,
- Çevrecilik politikaları,
- Tüketiciler ve Paydaşların gözetilmesi politikaları,
- Ortaklıklar, şirket satın almaları ve şirket satışları politikası,
- Global yatırım alanı arayışı politikaları,
- Bölgesel yönetim merkezine odaklanma politikaları,
- Piyasa ve pazarda birbirlerinin faaliyetlerini takip politikaları,
- İnovasyon ve Renovasyonda süreklilik politikası,
- Yan sektör veya ikame özellikli sektörlerin dikkate alınması politikası,
- İtici güçlere verilen destek politikaları,
- Üniversitelerle işbirliği ve başarılı üniversitelilere yatırım politikası,
- Sadık tüketiciler oluşturma anlayışı ve politikası,
- İstihdamın artırılmasına karşın işgücü ücretlerinin düşürülmesi politikası,
- Sendikalara yer verilmeyen bir istihdam ağı oluşturulması politikası,
- Vergi indirimi, muafiyet ve teşvikler/...vergiden kaçınma politikaları,
- Reklam ve pazarlama faaliyetleriyle tüketimin artırılması politikaları,
- Ar-Ge politikaları,
- Promosyon, tanıtım ve reklamlarda kadın ve çocuklara dönük politikalar,
- Toplumsal aktivitelere katılım politikaları,
- Kurumsal ve sosyal işbirliği politikaları,
- Okul-aile işbirliği politikaları,
- Eğitim ve sağlık kuruluşlarıyla oluşturulan işbirliği politikaları,
- STK'larla işbirliği politikaları,
- Çevreci ve Fütüristlerle İşbirliği politikaları,
- Küresel oluşumlarla işbirliği politikaları,

- Tabii çevre bilimleriyle işbirliği politikaları,
- Çevreci ofisler, çevreci fabrikalar, çevreci teknoloji politikaları v.b. şekilde özellikle UDY'ler tarafından gündemde tutulan bu politikalar şirket isimlerinin geçtiği her noktada kalın çizgilerle belirtilmekte ve değişik mecralarda yüksek sesli bir şekilde dile getirilmektedir. İlk bakışta tüketiciler üzerinde bütünüyle sosyal bir girişim olduğu izlenimi uyandırmakla birlikte tüm bu faaliyetlerle, liberal ekonomiye dayalı modern işletmecilikte ele alınan daha fazla tüketim, daha fazla kâr ve daha fazla kazanç sağlamanın bir gereği olarak yapılan sosyal içerikli bu yatırımların tüketici konumundaki ülke halklarını etkilemeye yönelik girişimler olduğu sonucuna varılmaktadır. Buna karşın bu yaklaşım ve politikalar, tüketici halk nezdinde pek de yadırganmamakta sadece zaman zaman marjinal grupların etkisiz eylemleri dışında her hangi bir tepki söz konusu edilmemektedir. Halk çoğunluğunun bakış açısına göre bir değerlendirme yapıldığında ise genellikle etkili bir pazarlama yöntemi olduğu kanaati ve algısı ortaya çıkmaktadır.

3.5. UNILEVER'İN TÜRKİYE PİYASALARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Unilever'in global ve yerel uygulamaları açısından bir takım pozitif içsel ve dışsal etkilerinin olması kaçınılmaz görülmektedir. Yatırım ve üretim ağını kurduğu piyasalardaki yerli yatırımcılar açısından teknoloji yenilenmesi, inovasyon, know-how sağlayıcı pozitif dışsallıklar söz konusu olacağı gibi, doğrudan ve dolaylı istihdam sağlayıcı özelliği ile işsizlik oranlarının azaltılması noktasında da pozitif etkileri bulunmaktadır.

Makro etkiler dışında ülkedeki rekabet koşullarının düzenlenmesinde uluslararası standartların sağlanması ve bunun fiyatlara pozitif yansımaları da sağlanmaktadır. Bunun yanında reklam faaliyetleri ile tanıtım ve organizasyon know-how'ı ile birlikte bu sektörde ekonomik açıdan sağlanan katkılar da göz ardı edilmemektedir. Kaldı ki özellikle reklam faaliyetleri yönünde sürükleyici etkisi bulunan Unilever'in Türkiye'de bu konuda sağladığı pozitif dışsallık gözle görülür etkiler sağlamaktadır.

Bir diğerk pozitif dışsallık etkisi ise profesyonel yönetim ve denetim ekipmanlarının Türk toplumuna farklı bir bakış açısı ile sunulması noktasından önem taşımaktadır. Bu açıdan ele alınması hem pozitif içsellik hem de pozitif dışsallık etkisi sağlamaktadır. Unilever çalışanlarına sağladığı eğitim ve vizyon açısından farklı bakış açılarının piyasada uygulanabilirliği üzerinde pozitif etki uyandırmaktadır. Çalışanlar açısından sağlanan bu birikimlerin içsel pozitif kazanımlar olarak görölmesi yanında birçok işletmede profesyonel Unilever yönetim profesyonellerinin yer alması açısından da pozitif dışsallık etkisi uyandırmaktadır.

3.5.1. Unilever'in Türkiye Merkezli Yatırım Politikaları

Unilever Dünya Başkanı Paul Polman'ın 17.08.2011'de Türkiye'ye gerçekleştirdiği ziyaret sırasında ANKA ve REUTERS haber ajanslarına, "Unilever'in sürdürülebilir büyümesini garanti altına alabilmek için 23 olan yönetim bölgesi sayısını 8'e indirdiklerini, bu 8 bölgeden birinin merkezinin de Türkiye olarak belirlendiğini açıklamıştır. Buna göre Türkiye'den yönetilen ölke sayısının Rusya, Kuzey Afrika ve Ortadoğu Bölgesi'nin de eklenmesiyle 12'den 36'ya çıktığını ve bunun da 750 milyonluk bir nüfusa karşılık geldiğini belirten Polman, "Unilever olarak Türkiye'den 10 Türkiye daha anlamına gelen bir nüfus büyüklüğünün yönetileğini ifade etmiştir. Türkiye olarak bu büyüklükle ve yakın geçmişte ekonomik ve toplumsal alandaki başarılarla gurur duyulması gerektiğini ifade eden Polman, "Türkiye'nin ayrıca büyük bir potansiyel içerdini, Türkiye'nin liderliğini yaptığı bölgede ise yakın gelecekte Unilever'in global büyümesinden daha hızlı bir büyüme görüleğini ve büyümenin Türkiye'ye yansıtacağını" belirtmektedir. Polman'ın verdiği bilgiye göre bu yeniden yapılanma doğrultusunda, 2009 yılından bu yana Unilever Asya, Afrika, Orta ve Doğu Avrupa Başkan Yardımcısı ve Unilever Türkiye CEO'su olarak görev yapan İzzet Karaca'nın da görev ve sorumluluk alanı genişlemiş olmaktadır. Dolayısıyla "İzzet Karaca, yeni dönemde mevcut sorumluluklarına ek olarak, NAME (Kuzey Afrika, Ortadoğu ve

RUB (Rusya, Ukrayna, Beyaz Rusya)) Başkan Yardımcılığı görevini de İstanbul'daki Merkez Ofis'ten yürütecektir", denilmektedir.²⁰²

2010 yılı cirosu 44,3 milyar Euro olan Unilever'in Dünya Başkanı Paul Polman'a göre, Unilever'in cirosunun bugün itibarıyla yüzde 55'inin Türkiye gibi GOÜ'lerden geldiği, bu oranın 2020 itibarıyla yüzde 75'e çıkacağı öngörüldüğü ifade edilmektedir. Unilever'in son 2,5 yıl içinde 38 milyar Euro cirolu bir şirketten 45 milyar Euro cirolu bir şirkete dönüştüğünün ifade edildiği açıklamada, "2010 yılında Türkiye'deki Unilever cirosunun 1,2 milyar Euro olduğu dikkate alındığında, bu süre zarfında Unilever Global'in 5-6 Unilever Türkiye kadar büyüdüğü belirtilmiştir. Polman, mevcut küresel konjunktürde, istikrarlı büyüyen ekonomisiyle Türkiye'nin doğu ile batı arasında köprü rolü üstlenecek şekilde kilit bir rol oynayacağını, Türkiye'nin yükselen pazarlar içinde en önemli beş ülkeden biri olacağını vurgulamaktadır.²⁰³

Unilever'in Türkiye'de her yıl 100 milyon TL dolayında yatırım yaptığını hatırlatan Polman, Konya'da farklı kategorilerde ürünlerin üretileceği 100 milyon dolarlık bir yatırım planladıklarını söylemektedir. Polman, Türkiye'den şu an için 35 ülkeye ihracat yaptıklarını, bu sayının yakın gelecekte artacağını belirtmektedir. Paul Polman, "eğer bugün global ölçekte faaliyet gösterecek bir şirket kurmak istenirse, bu şirketin global merkezini Türkiye olarak belirlemenin en doğru seçim olacağını söylemektedir. Yine Polman'a göre, "Önümüzdeki 40 yıl içinde dünyada 2 milyar insanın daha doğacağı ve bu 2 milyarın büyük çoğunluğunun Müslüman olacağı, Doğu ile Batıyı birleştiren gelişmiş bir demokrasi ve ekonomi olarak Türkiye'nin, bu 2 milyar insan için hayati değer taşıyan mal ve hizmetlerin üretiminde çok önemli bir merkez olabileceği görülmektedir". Ayrıca şu anda helal gıdanın dünyada çok hızlı büyüyen bir kategori olduğu ve "Türkiye'nin helal gıdada dünyanın üretim merkezi

²⁰² Paul Polman, "Unilever Türkiye, Yeni Dönemde 36 Ülkenin (750 milyon nüfus) Merkezi Oldu", **Zaman, Hürriyet, Dünya, HaberTürk, Yeni Dünya ve Milliyet Gazeteleri**, 18.08.2011, (Çevrimiçi) www.Unilever.com.tr, 18 Ağustos 2011.

²⁰³ Paul Polman, "Unilever 36 Ülkeyi Türkiye'den Yönetecek", **Zaman Gazetesi**, 18.08.2011, s. 39, (Çevrimiçi) <http://www.ajanspress.com.tr:80/APWebSite/Viewer/NewsViewer.aspx?t=MjA0MTk=&rMQ==&id=MTU4OTA3Mjg=&all=MTQwNTk=&b=NjM0ODY0&s=MTQwNTk>, 18 Ağustos 2011.

olabileceği, bunun için Unilever'in en büyük gıda markası Knorr'da helal gıda için Türkiye'yi nasıl merkez haline getirebiliriz" çalışmalarının açıklaması yapılmıştır.²⁰⁴

3.5.1.1. Şirket Alım-Satım ve Birleşme Politikaları

Unilever her biri kendi geçmişinin, ülkesinin ve bulunduğu endüstri dalının özelliklerini yansıtan, kendilerine özgü iş yapma tarzlarını koruyan çok sayıda firmanın satın alınmasıyla inşa edilmiş bir şirketti. Unilever'in ne kadar faal şirketi varsa o kadar kurumsal alt kültürü vardı. Koordinatörler Unilever'in şirket kültürü ile faal şirketlerinin alt kültürleri arasındaki ilişkilere sürekli ilgi gösteriyor ve farklı faal şirketlerle bir hayli farklı iş ilişkileri yürütmeye gayret ediyorlardı. Bu faal şirketler arasında derin farklılıklara da rastlanabiliyordu, ancak bu alt kültürler "güçlü" örgüt kültürünü zayıflatmıyor, onunla bir arada varlık sürüyordu. Ayrıca bu farklı kültür katmanlarının varlığı ve etkileşimi, Unilever'e ayırt edici bir rekabet üstünlüğü de kazandırıyor.²⁰⁵ Globalde yaşanan ve farklı kültürlere sahip şirketlerin Unilever çatısı altına alınmasında yaşanan başarılı performans uygulaması aynı zamanda Türkiye'de de yaşanmaktadır.

Unilever'in 58 yıllık Türkiye geçmişinin indeksini incelediğimizde ürün, marka ve şirket bazında birçok satın alma ve satışlar gerçekleştirildiğini görürüz.

Unilever, kendi ürettiği markalarla piyasadaki talepleri karşılamaya çalışırken diğer taraftan da farklı markaları satın alarak portföyüne dâhil etmiş ve bu süre zarfında satın aldığı markaları aynı zamanda ürün gelişimi ve daha geniş bir piyasada bulunabilirlik statüsüne getirmeye çabalamıştır. ***Bu markalardan biri de "Aymar" margarin olmuştur.*** Aymar, marka olarak zaman içerisinde zenginleştirilerek ayçiçeği grubunu da aynı marka altında piyasaya sunmuştur. Ancak Unilever'in piyasadaki bu açılımı sadece yağ grubu ile sınırlı kalmamıştır. Satın aldığı ***Dosan gibi bazı konserve markalarını,*** sıvı yağlar kategorisinde ***Komili markalarını*** da ürün portföyüne dâhil etmiştir. Unilever'in farklı kategorideki ürün gruplarıyla farklı dönemlerde farklı çalışmaları söz konusudur. Belirli süreli devam

²⁰⁴Paul Polman, "Unilever 36 Ülkeyi Türkiye'den Yönetecek", **Zaman Gazetesi**, 18.08.2011, s. 39, (Çevrimiçi)<http://www.ajanspress.com.tr:80/APWebSite/Viewer/NewsViewer.aspx?t=MjA0MTk=&rMQ==&id=MTU4OTA3Mjg=&all=MTQwNTk=&b=NjM0ODY0&s=MTQwNTk>, 18 Ağustos 2011.

²⁰⁵ Jones, **a.g.e.**, s. 399.

eden bu markaların pazarlama ve satış faaliyetleri zaman zaman da marka bazında satışlarla sona erdirilmiştir.

Unilever, kimi zaman şirket veya markaların satın alınması yoluyla kimi zaman da kendi markalarını üreterek ürün portföyünü geliştirmeye ve daha da genişletmeye çalışmıştır. Bunlardan birisi de 1992 yılında kısmen ve 1995 yılında tamamı Unilever tarafından satın alınan KOMİLİ markasıdır. Türkiye’de sıvı yağlar kategorisinde tanınan bir yerli marka olan ancak, yüksek kalitesine rağmen piyasada bulunabilirlik oranı düşük bir seviyede kalan Komili ailesine ait sıvı yağlar grubunu satın alarak portföyüne dâhil etmiştir. KOMİLİ yağ markası yakın bir zamana kadar Unilever bünyesinde kalırken ambalaj, tat, görünürlük, ürün çeşitlendirme ve yüksek kalite güvencesine sahip olmakla birlikte piyasada daha yaygın bulunabilirlik statüsüne ulaştırılması ve daha çok tüketiciye ulaşılması sağlanmış ve Komili yağların penetrasyonu artmıştır. Unilever, Türkiye’de hızlı tüketim ürünlerinin satış ve dağıtım avantajından yararlanarak Komili grubunun satış ve dağıtımını portföyünde bulunan tüm satış noktalarına ulaştırmayı ve markanın yerel olmaktan çıkarılarak ulusal hatta ihracat yoluyla uluslararası bir marka halini almasını da sağlamıştır. Komili markası adı altında Ayrıçeği yağı, mısırözü yağı ve zeytinyağı olmak üzere farklı kalemlerin bulunmaktaydı. Böylece ***Unilever, KOMİLİ’den tek bir marka olarak satın aldığı sıvı yağlar grubu kategorisinden, YUDUM, SIRMA, KOMİLİ olmak üzere üç ayrı marka oluşturmayı ve bunların satışını gerçekleştirmeyi başarmıştır.***

Komili ve Yudum’un el değiştirme öyküsünü incelediğimizde KOMİLİ fabrikası, 1878’lerde zeytinyağı ve sabun üretimi ile faaliyete başlamıştır. Komili Ailesi tarafından kurulan Komili fabrikası, 1984 yılında İstanbul’dan Ayvalık’a taşındı. Unikom adıyla 1992’de Unilever ile başlayan ortaklık, 1995’te Unilever’in tüm hisseleri almasıyla sona erdi. Unikom Gıda, bugünkü adıyla Yudum Gıda, Ağustos 2003’te Unilever tarafından Soros’un kontrolündeki yatırım fonu Southeast Europe Equity Fund’a devredildi. Geçen yıl mayıs ayında Soros’a ait Bedminster Capital tarafından idare edilen Southeast Europe Equity Fund Ltd. ise Türk yağ üreticisi Yudum Gıda’yı Kuveytli NBK (National Bank of Kuwait) Capital Private

Equity'e sattı. Unilever, bünyesindeki Komili markasını da geçtiğimiz temmuz ayında Ana Gıda'ya satmıştı.²⁰⁶

Diğer taraftan Unilever, satın aldığı markaları ve bu marka altında yer alan ürünleri geliştirerek piyasada yaygınlaşmasını ve daha çok tüketiciye ulaştırılmasını sağlamakta, böylece miktar ve ciro artışı sağlayarak, ürün çeşitlendirmeye giderek piyasada bulunurluk (penetrasyon) oranlarını yükseltmektedir. Piyasada marka imajı sağlanarak farklı şirketler olarak gerçekleştirilen satışlarla ayrıca kâr oranının yükseltilmesi de sağlanmaktadır.

Unilever şirket alış ve satışlarında bu ilişkiler ve dayanışma atılımlarını yoğun bir şekilde kullanmaktadır. Satışını gerçekleştirdiği birçok ürün ve marka gruplarını satışı gerçekleştirdiği firma adına devam ettirmekte, fabrikalarında üretimini, sevkiyat servislerinde nakliyelerini ve en önemlisi çalıştığı satış ve dağıtım ağlarına bu ürünlerle ilgili satış ve dağıtımın da ulaştırılmasında etkili olmayı sürdürmektedir. Unilever, birçok farklı ürün ve marka grubu ile ilgili şirket satışını gerçekleştirdiği halde üretim, satış ve dağıtım faaliyetlerini yürütmeye devam etmekte ve bunun karşılığında da belirli oranlarda pay sahibi olmayı sürdürmektedir. Örneğin, Yudum ve Komilinin satışını gerçekleştirmesine karşın satış, dağıtım ve tahsilâtlarını kendisi yapmaktadır. Kendi içecek markası olan Lipton ice-tea grubunun satış ve dağıtımını bir başka soğuk içecek grubu olan Pepsi'ye vermekte, kendi tesislerinde üretilmediği halde Kimberly-Clark ürünlerinin satış, dağıtım ve tahsilât işlemlerini de kendi portföyünde sürdürmeye devam etmektedir. Bu işbirliği her ne kadar maliyet düşürücü bir etki olarak görülse de, özellikle KOBİ ölçekli yerli işletmeler açısından rekabet koşullarını zorlayıcı etkenler olarak görülmektedir.

3.5.1.2. Bölgesel Yatırım Politikaları

Unilever Türkiye'nin bağlı bulunduğu bölge merkezinin Türkiye'de bulunması ve bu bölge içerisinde yer alan 12 ülkede 250 milyonluk bir nüfus söz konusu iken ülke sayısının 36'ya nüfus toplamının ise 750 milyona çıkması ve

²⁰⁶ Nurten E. Tosuner, "Soros, 'Ana Gıda'yla Türkiye'de Yağcılığa Yeniden Dönüyor", **Hürriyet Gazetesi**, 27.11.2008, (Çevrimiçi) <http://arama.hurriyet.com.tr/arsivnews.aspx?id=10449867>, 21 Eylül 2011.

Türkiye'nin bölge yönetim merkezi olması hem Türkiye hem de bölge açısından önemli bir gelişme olarak görülmektedir.

Unilever, Türkiye'de yoğunluk iç piyasaya yönelik olmak üzere 7 büyük fabrika ile hizmet vermektedir. Türkiye'nin, bölge ülkelerinin yönetim merkezi olarak yeni yapılanma içerisinde yer almasının da etkisiyle yakın zamanda bu sayının daha da artması beklenmektedir. Özellikle Kafkasya ve Rusya'ya yönelik dış ticaret politikalarının daha da geliştirilerek bölge içerisinde Türkiye'nin etkin konumu dikkatle ele alınmak durumundadır. Bölgede yer almakta olan 750 milyon nüfusun bu bağlamda potansiyel bir tüketici faktörü olarak değerlendirilerek Türkiye tarafından avantaja dönüştürülmesi ve geliştirilmesi gerekmektedir.

3.5.1.3. Sektörel Yatırım Politikaları

Unilever, Türkiye'deki ilk yatırımını İstanbul-Bakırköy'de 1952 yılında kurduğu margarin fabrikası ile yağ sektöründe gerçekleştirmiştir. Vita yağ markası ile başlayan sektörel atılımın ikinci markası "Sana" olmuştur. (Rama, Aymar, Flora, Vita'm, Becel, Linera ve Komili Tadım, Unilever'in ilerleyen yıllarda Türk tüketicisi ile buluşturduğu margarin markaları olarak sektörde yer almıştır). 1962 yılında ilk deterjan fabrikasını "Omo" markası ile hayata geçiren Unilever, 1973'te "Elidor"la ilk kişisel bakım ürününü üretmiştir. Tablo 3.4'te yer alan tarihsel kronolojide belirtildiği gibi 1980'lerde Bakırköy margarin fabrikası Çorlu'ya taşınmış ve yıllar itibariyle 1984'te Lipton çay, 1985 Adana margarin, 1990 Algida, 1992 Komili Ayvalık fabrika satın alımı, 1995 ve 97 ikinci ve üçüncü çay fabrikaları, 2002 Bestfoods'ın satın alınması, 2003'te Ayçiçeği grubu- Ayvalık fabrika ve Aymar'ın satışı ve daha sonraları Lipton ice-tea'nın Pepsi-co'ya Komili'nin zeytinyağı grubunun da 2008'deki satışıyla satın alma ve satışların hızlı bir şekilde gerçekleştiği görülmüştür.

Unilever'in Türkiye'de yer aldığı bir diğer sektör de konserve ürünlerini içeren "Dosan" markasının satın alınması olmuştur. 1980'li yıllarda Dosan'la konservecilik sektöründe yer alırken diğer taraftan da Calvé grubu ürünlerini Türkiye tüketicisi ile buluşturmuştur. Dosan ilerleyen yıllarda satılarak Unilever portföyünden çıkmış ve ağırlık Calvé grubuna verilmiştir. Calvé'de ürün çeşitlendirmesine de gidilerek tüketiciler yeni alışkanlıklar edinmişlerdir. Türkiye'de

fincanda çorba içilmesi alışkanlığı ilk kez Calvé ile gerçekleşmiş ancak ilk başlarda ayakta çorba içiminin yadırgayan Türk tüketicisi zamanla bunu alışkanlık haline getirmiştir. Fast-Food sektöründe böylece çorbaya da yer verilmiştir.

Tablo 3.4: Unilever'in 60 Yıllık Türkiye Yatırımları Kronolojisi (1952-2010)

→	1952	Margarine factory in Bakırköy, Sana & Vita
	1962	Detergent business, Omo
→	1973	Personal Care factory in Topkapı, Elidor
←	1980	Closure of Bakırköy, opening Corlu ; Dosan tomato & canned vegetable acquisition
	1984	First tea factory in Rize, launch of Lipton
→	1985	Adana Foods factory acquisition
→	1989	Liquid Oil business, Dosan disposal & Aymar acquisition
	1990	Algida Ice Cream business
→	1992	Liquid Oils JV with Komili, Ayvalık factory Closure of the Topkapı factory Acquisition of Is Bank shares in Unilever, Lever and Dosan
	1995	Acquisition of remaining Komili shares 2nd Tea factory in Pazar and Unica business set-up
←	1997	Unisel sales & distribution; Aymar factory closure
	1998	3rd Tea factory in Fındıklı
←	2000	Adana factory closure
	2002	Bestfoods/Besan acquisition, Fındıklı closure
←	2003	Seed oil & Ayvalık factory & Aymar disposals, Fındıklı re-opening
	2004	Handing over Lipton ice-tea to Pepsi
	2006	OOH tea to FS
←	2008	Komili olive disposed

Kaynak: “Unilever’in 60 Yıllık Türkiye Yatırımları Kronolojisi (1952-2010)”, **1952 To 2010, 58 Years In Turkey, Full Of Learnings**, (Çevrimiçi) <http://inside.unilever.com/searchcenter/pages/results.aspx?k=1952%20to%202010%2C%2058%20YEARS%20IN%20TURKEY&start1=11>, 27 Nisan 2011.

Unilever 1990 yılında Türkiye’de Algida dondurma sektörüne yer açmış ve daha önceleri Panda, Memo, Alaska v.b. ambalajlanmış dondurma sektörünün varlığına rağmen kısa süre zarfında piyasa liderliğini ele almıştır. Türkiye’de Algida’nın piyasa hissesini %60’ların üzerine çıkarmayı başaran Unilever bu sektörde de her geçen gün yeni tatlar ve yeni lezzetler keşfederek tüketicinin vazgeçilmezleri arasında yer alan markalarını zenginleştirmektedir. Kahraman

Maraş'ın ünlü dövme dondurmasının tarihi misyonu ve lezzetine rağmen adını aldığı K. Maraş'ta dahi piyasa liderliğini ele almış olması tüketici tercihlerinin üzerine ne derece yoğunlaştığının ve bu tercihleri özenle dikkate almasının bir göstergesi olarak değerlendirilmek durumundadır.

Unilever'in Türkiye macerasının başlangıç yılı olarak 1950'li yıllar gösterilse de yatırımların canlandığı ve Unilever'in Türkiye'yi bir yatırım ve yönetim üssü olarak görmesi 1990'lar sonrasında başlamaktadır. 1990'lı yıllarda Algida'nın Türkiye'ye girişi ve 2000'lerde Bestfoods'ın satın alınması ile Unilever portföyü daha da genişlemiştir. 2007'ler itibariyle de kişisel bakım ürünleri alanında ortaya konulan başarı Unilever'in gelecekte yeni ürünler ve markalarla daha da gelişeceğini göstermektedir. Ayrıca 2011 yılında 100 milyon \$ üzerinde sağlanan bir yatırım kaynağıyla Algida Dondurmanın ikinci büyük fabrikasının Konya'da kurulması, ilerleyen yıllar içerisinde Unilever'in yatırımlarını Anadolu'nun değişik bölgelerinde yaygınlaştırma politikasının da başlangıcı olarak görülmekte ve önemsenmektedir.²⁰⁷

Unilever siyah çay sektörüne ise "Lipton" markası ile girmiştir. Başlangıçta dökme çay olarak sektörde yer alırken zamanla siyah çay poşete sokulmuş ve günümüzde yüzlerce çeşit içeren poşet çay grubu Türkiye'nin bir numaralı çay markası haline gelmiştir. Unilever Lipton Ice-Tea (buzlu çay) ile hem soğuk içecek grubu içerisinde yer almaya çalışsa da bunu çeşitlendirerek Pepsico'ya satış ve dağıtımını devrederek asli işinin pek fazla dışında yer almamaya özen göstermiştir. Unilever Lipton markasıyla aynı zamanda Türk tüketicisinin (Ice-Tea) buzlu çay alışkanlığı kazanmasına da yol açarak farklı bir inovasyonun altına da imza atmış bulunmaktadır.

Unilever'in, 1976 yılı itibariyle Lever ve Elida kozmetik özerk işletmeciliği adı altında Türkiye'de faaliyet gösteren bir diğer kolu sayılan deterjan, kozmetik ve diğer kişisel bakım ürünlerini portföyüne dâhil eden kategorisini, 1996 yılında Unilever çatısı altında birleştirmesiyle ev bakım temizlik ve kişisel bakım ürünleriyle Gıda kategorisi arasında organik birleşme de sağlanmış oldu. Aradan geçen süre içerisinde birçok yeni ürün ve markayı portföyüne dâhil eden Unilever, sektörel bazda profesyonel kullanıma dönük sanayi tipi mamulleri ise önce Lever Endüstriyel

²⁰⁷ Paul Polman, "Chief Executive Officer, Presentation At The University of Boğaziçi", İstanbul, 02.12.2011, (Çevrimiçi), <http://Unilever.com.tr>, 11 Aralık 2011.

adı altında farklı bir kategorinin ardından Diversey Lever olarak özerk bir yapıya kavuşturmuş ve sonrasında Johnson Wax'a satışını gerçekleştirmiştir. Johnson Diversey olarak yeni ismi ile endüstriyel ürünler dalında temizlik, hijyen ve kişisel bakım ürünleri sektöründe yer alan profesyonel grup, sanayi ve işyerleri ile turizm, otelcilik ve diğer alanlarda sanayi tipi ambalajlarla sunduğu hizmet ağını her geçen gün daha da genişletmektedir.

Unilever, gıda konseptini de genişleterek Best-Food'un satın alınmasını gerçekleştirmiş ve Calvé grubunun ardından Knorr grubunu da portföyüne dâhil ederek şirket satın almaları alanındaki başarısını bir kez daha ortaya koymuştur. Hazır yemek grubu portföyünü kısa süre içerisinde daha da geliştirip genişleterek, Türkiye'de ve sektörde Knorr markasını kategorisinde ilk sıraya taşımıştır.

Unilever'in markalara dokunuşuyla birlikte adeta sihirli bir etki oluşturan ve piyasadaki lider markalar arasına girmesini sağlayan etkisi büyük farklar ortaya çıkarmıştır. Dolayısıyla Unilever'in "küçük dokunuşlarla büyük farklar oluşturma" stratejisi bir kez daha kendini göstermiştir. Tüm bu sağlanan gelişmelerde Unilever'in yerel ve uluslararası güvenilirliğinin üretim pazarladığı ürünlerin referansı ile gerçekleştiği de böylece açık bir şekilde ortaya çıkmış olmaktadır.

3.5.1.4. Konjonktürel Yatırım Politikaları

Unilever Türkiye'de, yatırım politikaları değişik birtakım amaçlara dayanmakla birlikte pazara ve hammadde kaynaklarına yakınlık, gerçekleştirilen bölgesel ve sektörel yatırımlar arasında iki önemli etken olarak ortaya çıkmaktadır. Bölgesel ve sektörel yatırımlar dışında, Türkiye'de uygulanan yatırım politikaları ile doğrudan ilişkili görülen ve özellikle yabancı yatırımları ülkeye çekmeyi amaçlayan, "kamu teşviklerinin artırılması ve çeşitlendirilmesi" politikası bir diğer önemli etken olarak görülmektedir.

KOBİ'lerin mali yapılarının zayıflığı ve ekonomik faaliyetlerinin kısıtlılığı dolayısıyla vergi muafiyet ve istisnalarına yönelik teşvik tedbirlerinden ziyade nakdi desteklere karşı daha duyarlı oldukları, yatırım kârlılığı ve sermaye verimliliği alanında yeterli bilgi birikiminin olmaması dolayısıyla, izlenecek yardım programlarında yatırım yeri, sektör ve kapasite seçimi konularında yönlendirilmelerinin gerektiği ve sabit yatırım projelerinin desteklenmesi yanında,

işletmelerin teknolojik gelişmeler, mali ve idari konular ile personel verimliliğinin artırılması konularında da desteklenmeleri gerektiği ortaya çıkmaktadır.²⁰⁸

Türkiye’deki, KOBİ’ler bu yönüyle değerlendirilerek ya sağlanan teşvik ve yatırım destek politikalarından yararlanamamakta ya da yabancı işletmelerle ortaklık yapmaya yönlendirilmektedirler.

Desteklenecek alan yabancı sermayeli ya da büyük ölçekli yatırım ise, bu durumda etkili olabilecek teşvik tedbirleri, altyapı sorunlarının çözümü, vergi tatili ya da yatırım indirimi gibi vergisel destekler, imtiyazlar ve ekonomik açıdan uygun bölgelerde sağlanacak arsa tahsisleri gibi destekler olacaktır. Büyük ölçekli işletmeler, mali yapılarının güçlü olması ve mali piyasalardan kaynak temininin nispeten kolay olması dolayısıyla yatırım döneminde sağlanacak kredi desteklerinden ziyade, proje karlılığını artıran ve üretim maliyetlerini düşüren destek ve imtiyazlara daha duyarlıdır.²⁰⁹ Dolayısıyla, yerli yatırımların ekonomik açıdan öngörülen kriterleri sağlayamaması, organizasyon yapısı ve teknik birikiminin yeterli olmaması ve siyasi iradenin yabancı sermaye yatırımlarını çekmeye yönelik istekleri, yabancı sermayeli işletmelerin sağlanan kamu teşviklerinden yararlanmak bakımından pozitif bir ayrıcalığa sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

3.5.2. Unilever Türkiye’de Satın Alma ve Satış Politikaları

Unilever’in şirket satın almaları veya şirket satışları ile hayata geçirdiği bir diğer uygulaması üretim, dağıtım, satış veya pazarlama alanlarında organik bir bağlantı içerisinde bulunduğu ve “İş Ortakları” olarak adlandırılan ortaklıklardır. Bu ortaklıkların arka planı şirket mahremiyetinde bulunmakla birlikte gerek üretim gerekse satış ve dağıtım aşamalarında satış sonrasında da işbirliğini sürdürüyor olmasıdır. Unilever Türkiye Yudumun satışını gerçekleştirdikten sonra üretim komili fabrikada devam etmiş ve bu ürün gruplarının dağıtımını yine Unilever tarafından yapılmaya devam edilmiştir. Aynı uygulama Komilinin Ana Gıda’ya satışı sonrasında da devam ettirilmiştir. Unilever’in iş ortaklıkları benzer uygulamalarla Kimberly-Clark, The Savola Group, Pepsico gibi şirketlerle de devam ettirilmiş ve

²⁰⁸ DPT, “Devlet Yardımları”, “**Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013), Özel İhtisas Kom. Raporu**, Ankara, 2007, s. 89, (Çevrimiçi) www.dpt.gov.tr/DocObjects/Download/3219/oik682, 03 Aralık 2009.

²⁰⁹ A.e., s. 90.

Savola Group adına Yudum, Ana Gıda adına Komili, Kimberly-Clark adına ise Huggies, Pedo, Kotex, Vitality gibi ürünlerin dağıtım işlemleri Unilever tarafından yapılmakta, Unilever'in soğuk içecekler grubu markası olan "Lipton Ice Tea"nın dağıtım işlemleri ise Pepsico Şirketi tarafından yapılmaya devam edilmektedir.

3.5.2.1. Tedarik ve Satın Almalar

Unilever, Türkiye'deki çalışma sahası ve kurumsal ilkelerinin dışında ticari ilişki sağladığı tedarikçiler ve satın almalarda da etik değerler, yerel uygulamalar ve yasal mevzuatla birlikte global ilkeleri de göz önünde tutmaktadır. Gerek yöneticiler düzeyinde gerekse tüm çalışanlar düzeyinde belirlenen amaçlar ve ilkeler başlığı altında, "İş Ortakları" olarak adlandırdığı tedarikçilerle ilgili olarak da bu doğrultuda belirlenen ilkeler tüm çalışanlara eğitim programları doğrultusunda sözlü ve yazılı bir şekilde iletilmektedir.

Tedarikçilerle aynı yolda yürümek hedefleri doğrultusunda Unilever Türkiye olarak çevresel etkilerimizi azaltma hedefimiz, tüm faaliyetlerimizi de şekillendiriyor. Bu kapsamda, bizimle aynı doğrultuda yürüyen tedarikçi ve iş ortakları seçmeye özen gösteriyor, bizimle paralel vizyon ve misyona sahip firma ve kuruluşlarla işbirlikleri gerçekleştiriyoruz. Yaptığımız Ar-Ge çalışmaları, tüketici araştırmaları ve interaktif iletişimler doğrultusunda hem kendimizi geliştiriyor, hem de bizimle birlikte çalışan tedarikçilerimizi standartlarımıza uymaları için teşvik ediyoruz.²¹⁰

Unilever, aktif çalışma portföyünde yer alan doğrudan ticari ilişki içerisinde bulunduğu tedarikçilerine zaman zaman yazılı metinler de göndererek bazı konularda dikkatleri çekmeyi başarmıştır. Bu kriterler belirlenirken genellikle, yerel açıdan Türkiye'de uygulanan yasalar, global değerler açısından da "ILO" çalışma koşulları ve "İnsan Hakları" ile ilgili koşullar göz önünde bulundurulmaktadır. Bu değerlerin ticari ilişkiler içerisinde bulunulan tedarikçiler (aynı zamanda "KOBİ" ler olarak tanımlanan işletmeler) açısından bağlayıcı bir diğer önemli ayrıntısı da "Kayıt Dışı" olarak Türkiye'de özellikle ekonomik ve sosyal bir sorun haline gelen olumsuzluklar

²¹⁰ "Unilever'de Üretimden Tüketime Sürdürülebilir Bir İş Sağlamak", 17.08.2010, (Çevrimiçi) http://inside.unilever.com/region/AAC/Turkey/Pages/TR_BU_SustainabilityOverview.aspx, 11 Eylül 2011.

nedeniyle önem taşımaktadır. Özetle Unilever'in bu zorunlu uygulama koşulları kayıt dışı açısından da caydırıcı etki sağlamaktadır diyebiliriz.

Unilever Türkiye olarak 2.500'den fazla tedarikçi ve 600 iş ortağı ile çalışıyoruz. Tedarikçilerimizden beklentilerimiz, İş Ortaklığı kurallarımızda (Business Partner Code) belirtilmiştir. Bu kurallar, iş sağlığı ve emniyeti, iş etiği, işgücü standartları, tüketici güvenliği ve çevre gibi kilit konulardaki sorumlu satın alım gereklerimizi belirlemektedir.²¹¹Unilever'in ortaklık yaklaşımını sürdürme çerçevesinde bazı standartların ortak çalışmalar doğrultusunda belirlenmesi amacıyla 2004 yılında tedarikçilerine gönderdiği yazılı metinlerde aşağıdaki esasların yer alması sağlanmıştır. İşlerin yapıldığı ülkedeki geçerli yasalara ve mevzuata uyulmak kaydıyla aşağıdaki konular belirlenmiştir;

- İnsan haklarına saygı duyulacak ve hiçbir çalışanın taciz, fiziksel veya zihinsel ceza, ya da herhangi başka tür bir suiistimale maruz kalmasına izin verilmeyecektir.
- Ücretler ve çalışma saatleri en azından geçerli ücret ve çalışma saati mevzuatına ve asgari ücret, fazla mesai ve azami çalışma saati de dâhil olmak üzere ilgili ülkede geçerli olan kurallar ve düzenlemelere uygun olacaktır.
- Zorla ya da mecburî çalışma yaptırılmayacak ve çalışanlar makul bir süre önce ihbarda bulunmak suretiyle görevlerinden ayrılma özgürlüğüne sahip olacaklardır.
- Çocuk işçi çalıştırılmayacak ve özellikle geçerli ILO standartlarına uyulacaktır.
- Çalışanların dernek özgürlüğü hakkına saygı duyulacaktır.
- Tüm çalışanlara güvenli ve sağlıklı çalışma şartları sağlanacaktır.
- İşler yapılırken çevreye özen gösterilecek ve ilgili ülkede geçerli olan tüm mevzuata uyulacaktır.
- Sunulan tüm ürünler ve hizmetler ilgili sözleşme maddelerinde belirlenen kalite ve güvenlik kriterlerine uyacak ve amaçlanan kullanımları güvenli olacaktır.

²¹¹A.e.

- Unilever şirketlerine malzeme veya hizmet verilmesini temin etmek üzere rüşvet vermek de dâhil olmak üzere uygunsuz herhangi bir avantaj sağlanmayacaktır.²¹²

3.5.2.2. Satış ve Pazarlama

Unilever, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de insanların ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik tüketim mallarının üretim, satış ve dağıtımına yönelik istek ve beklentileri önceden belirlemek için piyasa araştırmaları yaparak tüketicilerin en yüksek fayda elde etmelerini ve yaşam kalitesinin yükselmesini sağlamayı kendisine amaç edindiğini ifade etmektedir. Tüketici kitlelere en kolay ve hızlı ulaşabilmenin yolu ise kurumsal nitelikteki bayi ve dağıtım kanalları aracılığıyla gerçekleşmektedir.

Unilever, uzun dönemde başarıyı elde etmenin üstün performans ve verimlilik standartlarını sağlamaya, etkin bir biçimde birlikte çalışmaya, bunun yanı sıra yeni fikirlere sarılma ve sürekli öğrenme isteğinin gerekliliğine bağlı olduğunu belirtmektedir. Başarılı olmak için çalışanlarına, tüketicilere, içinde yaşanan toplumlara ve dünyaya karşı en yüksek kurumsal davranış standartları içinde hareket etmenin gerekliliğine olan inancın Unilever’in amaçları arasında olduğu vurgulanmaktadır. Unilever için sürdürülebilir ve karlı büyümenin, hissedarlar ve çalışanlar için uzun vadede değer katmakla sağlanabileceği ifade edilmektedir.²¹³

3.5.2.2.1. Satış, Dağıtım ve Pazarlama Politikaları

Unilever, global olarak müşteri gruplarını yer aldıkları kategoriye göre küresel ölçeklerden yararlanarak kümelenmekte ve pazar ağını bu kümelenme çalışmasıyla daha da genişletme çabası içerisinde hareket etmektedir. Yeni pazarlar kazanmak ve uluslararası birikimini bu pazar ağlarındaki çalışmalarda kullanarak büyüme yeteneğini de geliştirmektedir. Dolayısıyla, 2010 yılında 45 milyar € olan finansal kapasitesini 2020’li yıllar için 80 milyar € olarak hedeflemesindeki en etkili

²¹²“Unilever İş Ortaklığı İlkeleri” (Çevrimiçi) http://www.unilever.com.tr/aboutus/purposeandprinciples/ortakligiilkeleri/?WT.LHNAV=%C4%B0%C5%9F_Ortakl%C4%B1%C4%9F%C4%B1%C4%B0 lkeleri, 31 Ağustos 2011.

²¹³“Unilever’de Amaç ve Vizyon”, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/aboutus/purposeandprinciples/amacimiz/?WT.LHNAV=Amac%C4%B1m%C4%B1z>, 31 Ağustos 2011.

güvence, küresel ölçekte yapılmaya çalışılan piyasa kümelenendirme çalışmaları olarak görülmektedir.

Unilever'in, Türkiye piyasasında hedeflediği bu büyüme performansını şekil 3.3'te de belirtilen satış ve dağıtım ağında yer alan gruplandırmalarla gerçekleştirmek durumundadır. Hızlı tüketim ürünleri alanındaki en büyük etken pazara ve dolayısıyla müşteri kategorisinde yer alan tüketicilere zamanında ulaşabilmektir. Bunun için de var olan yapısal oluşum içerisinde farklı kategorilerde yer almaya çalışmanın gerekliliğiyle birlikte altyapısı da oluşturulmak durumundadır. Unilever'in tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'deki pazar politikası da, global yapılanmanın yerelleşmiş modelini oluşturma çabasına dayanmaktadır. Türkiye'de perakende sektöründe yer alan yerli ve yabancı hipermarket grupları, İndirim marketleri, toptancılar, dağıtım ve transfer bayileri yanında kişisel bakım ve şarküteri mağazacılıkları aracılığıyla üretici ve ticari firmalar ürünlerini tüketicilere en hızlı bir şekilde aktarma çabası içerisinde bulunmaktadır. Böylelikle perakende sektöründe yer alan aktörler üretici firmalar açısından büyük önem taşımaktadır. Buna dayalı olarak da perakende sektörünün yapısal değişimi üzerinde etkili olmaları kaçınılmaz görünmektedir. Dolayısıyla yabancı perakende sektör temsilcilerinin, Türkiye'deki etki alanlarını her geçen gün daha da artırması üzerinde, özellikle hızlı tüketim ürünleri sektörünün itici bir güç olarak bulunduğu gerçeği göz ardı edilmemelidir.

Şekil 3.3: Unilever Türkiye'de Satış ve Dağıtım Organizasyon Rotası (2009)



Kaynak: Unilever Türkiye Customer Development Eğitim Slaytları, (Çevrimiçi) www.unilever.com.tr, 05 Ağustos 2010.

Unilever Türkiye’de müşteri gruplandırmalarında etkili olan kümelenendirme değerlendirmeleri doğrultusunda yapılan çalışmalar sonrası, aşağıda belirtilen gruplandırmaya gidilmiştir. Bu gruplandırma ya da kümelenendirmeler;

- **Unilever satış:**

Unilever doğrudan satış ve dağıtım organizasyonunda distribütörler, National Account ve Regional Account grubu müşterileri yer almaktadır.

Distribution: Unilever’de bölgesel ve sınırları belirlenmiş distribütörler/dağıtıcılar.

National Account: Ulusal nitelikli hipermarket.

Regional Account/Local Chain: Bölgesel nitelikli hipermarket.

- **Algida satış:** Unisel satış grubundaki yapılanma ile benzer bir organizasyon yapısı bulunmaktadır. *Distribution; Algida National Account, Algida Regional Account/Local Chain.*
- **Unilever Food Solutions:** Profesyonel kullanım gerektiren ağırlıklı olarak ev dışı gıda grubunu içeren kurum ve kuruluşları içeren dağıtım kanalıdır.
- **Unipro Gıda Sanayi:** Profesyonel ürünlerde pastacılık ve endüstriyel alan olarak belirlenen unlu mamuller vb. satış ve dağıtım kanallarını kapsamakta olup, *Pastacılık Grubu ve Endüstriyel Grup* olarak sınıflandırılmıştır.

3.5.2.2.2. Kalite Yönetimi ve Tüketici Güvenliği Politikası

Unilever, tüketicilerin günlük hijyen, beslenme ve kişisel bakım ihtiyaçlarını karşılarken gerek kalite açısından gerekse ürünün güvenilirliği açısından ortaya çıkan beklentileri ürünlerine yansıtmayı toplumsal sorumluluk projesi çerçevesinde değerlendirerek toplumdan aldığını topluma geri vermek prensibiyle hareket ettiğini belirtmektedir. Tüketicilerin kişisel kullanım değerleri ile ilgili kriterler yanında iş sağlığı ve güvenliği ile birlikte çevreye karşı da duyarlı politikalar üzerinde durduğunu yüksek sesle dile getirmektedir.

Tüketici güvenliği ve kalite ile ilgili olarak Unilever tarafından ortaya konulan kriterler aşağıda belirtilmektedir;

- Ürünlerimizin ve tüketicilerimizin güvenliğini ön planda tutmak,
- Tüketicileri ve müşterileri işimizin en can alıcı noktasında tutmak,
- Güvenli tasarımlar yapmak,

- Ürün güvenliği ve kalite ortak sorumluluktur, dolayısıyla bunu sağlamak için,
- Mükemmel sistemler oluşturmak ve bunları sürdürmektir.²¹⁴

Unilever, tüketim ürünleri ile ilgili standartları belirlerken Dünya gıda sağlık örgütünün kriterlerine uygun sınırlar içerisinde kalma çabası içerisinde. Kendisi zaten uluslararası bir işletme olması ve faaliyette bulunduğu ülkelerde bu hassasiyeti sağlaması nedeniyle Türkiye’de de belirtilen kıstasları esas almakta pek zorlanmamaktadır. Türkiye’de sağlık bakanlığının belirlediği tüm kriterlere uygun hareket etmek Unilever açısından aynı zamanda bulunduğu ülkelerin yasalarına ve kurum ve kuruluşlarla uyum içerisinde hareket etme politikasının da gereği olarak ortaya konulmaktadır.

Unilever ürünleri 2005’te 1/3 oranında doymuş ve trans yağ, şeker ve tuz açısından uluslararası kabul görmüş standartlara uygun olmasına rağmen 2009 yılında bu oran %43’lere çıktı. Beslenmeyi geliştirme programı kapsamında ürün kategorilerine özel kriterler belirleyerek, beslenmedeki günlük tuz alımını 2010 sonunda günde 6 grama, 2015 sonunda da günde 5 grama düşürmeyi hedeflemektedir. Buna göre 2009 yılsonu itibariyle global çapta Unilever’in gıda portföyünden çıkartılan toplam miktarlar şöyledir:²¹⁵

Şeker. - 37.000 Ton

Trans Yağ. - 30.370 Ton

Doymuş Yağ. - 18.000 Ton

Sodyum (Tuz). - 3.640 Ton

Özellikle gıda kategorisinde üretimde kullanılan bu malzemelerin azaltılması aynı zamanda dünya sağlık örgütünün insan sağlığı ile ilgili standart uygulamaları da dikkate alınarak uygulamaya konulan politikaların da bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Bu uygulamalarla tüketici güveninin sağlanması amaçlanmakta ve dünyanın her yerinde tüketiciler tarafından güven bunalımı

²¹⁴ “Unilever Türkiye 2009 Sürdürülebilirlik Raporu, İstanbul, 2010, s. 30, (Çevrimiçi) http://www.unilever.com.tr/Images/UL_SURDURULEBILIRLIK_RAPORU_2009_tcm93-229419.pdf, 03 Ağustos 2011.

²¹⁵ “Unilever Türkiye 2009 Sürdürülebilirlik Raporu, İstanbul, 2010, s. 30, (Çevrimiçi) http://www.unilever.com.tr/Images/UL_SURDURULEBILIRLIK_RAPORU_2009_tcm93-229419.pdf, 03 Ağustos 2011.

oluşmaksızın Unilever ürünlerinin tercih edilmesi ve bu doğrultuda talep artışı sağlanması amaçlanmaktadır.

3.5.3. Dış Ticaret Politikaları

İktisadi kalkınma planlarında ithalat ve ihracatın özel bir yeri vardır. Bazı plan modellerinde ithalat, önceden belirlenen otonom bir vektör olarak plan modeline sokulup bunun dövizle finansman yolları aranır. Kalkınmayı hedef alan, üretim için yatırım ve ara malı ithaline gerek duyan ülkelerde bazen bu tür plan stratejilerine başvurulmaktadır. Gerçekte ithalat çok sayıda faktöre bağlıdır ancak, bunların bir bölümü planlamanın kontrolünde olup bir bölümü de kontrol dışındadır.²¹⁶

Günümüz uluslararası ekonomik yapılanması içerisinde uluslararası doğrudan yatırımlarla birlikte, dış ticaret de önemini korumaya devam etmektedir. Her ne kadar mamul maddelerle ilgili büyük çaplı ithalata girilmiyor olsa da ara mal, tamamlayıcı mallar, hammadde ve teknoloji ithali bakımından oldukça geniş kapsamlı ithalatlara gidildiği gözlenmektedir. ÇUŞ'lerle birlikte bu şirketlerin dünyanın farklı bölgelerinde bulunan şube ve yatırım ajansları tarafından karşılaştırmalı maliyet analizleri dikkate alınarak ara mal temini tercih edilmekle birlikte üretim maliyetleri açısından zaman zaman mamul maddelerin de üretim yerine ithalatı yoluna gidilebilmektedir. Ancak benzer durum tersine bir hareketliliğe de yol açabilmektedir. UDY'ler buldukları ülkelere ucuz temin ettikleri bazı ara mal ve hammaddeleri diğer ülkelerdeki şubelerine ihraç etme yoluna da gidebilmekte hatta zaman zaman ürettikleri mamul maddelerin kendi şubelerine ve üçüncü dünya ülkelerine ihracatını da sağlayarak buldukları ülke ihracat rakamlarının yükselmesi üzerinde pozitif etki sağlamaktadırlar.

UDY'lerin ihracat üzerindeki etkisini, ihracatın büyüme üzerindeki etkileri ile ilişkilendirdiğimizde UDY'lerin büyüme üzerinde dolaylı bir şekilde etkide buldukları sonucuna ulaşırız. Yukarıdaki açıklamalarda ele aldığımız ihracat faktörleri bir yana yatırımın gerçekleştiği ülkelerin ihracatlarına sağlanan etkiler UDY'lerin kendi kuruluş veya yatırım mantığı ile de doğru orantılı olarak ortaya çıkmaktadır. UDY'lerin yatırım yapılacak ülkeler ile ilgili aradıkları koşullardan biri

²¹⁶ Kılıçbay, a.g.e., s. 492.

de “kalabalık ve potansiyel nüfus yapısına sahip ülkelerle olan komşuluklarının ya da coğrafi yakınlıklarının dikkate alınması”ndan ibaret koşullardan oluşmaktaydı. Çünkü yatırım yapılacak ülke halkı hedef kitle sayılmakla birlikte komşu ülkeler, dış ticaret yoluyla yapılacak ticaret nedeniyle bir diğer hedef kitle olarak göz önünde bulundurulmaktadır. Bu nedenle ihracatın büyüme üzerindeki etkisi yabancı yatırımlarla birlikte daha da önem kazanmaktadır.

Unilever’in de hızlı tüketim ürünleri alanında üretici konumunda bir uluslararası ÇUŞ olması, 120 ülkede yatırımı ve 180 ülkeyle ticari ilişkileri bulunması ve Türkiye’nin de yatırım yaptığı ülkeler arasında yer alması v.b. farklı bir takım gerekçeler, dış ticaret faaliyetlerinde bulunmasını gerekli kılmaktadır.

Unilever’in de tıpkı Türkiye ortalamalarında olduğu gibi görünürde dış ticaret rakamları üzerinde negatif etkiye yol açtığı görülmektedir. Ancak Türkiye’nin teknolojik gelişmesini henüz tamamlayamamış bir yapıda olması ve GÜ statüsünün gerisinde bulunması ve kaynak bakımından da yeterli imkânların sunulamaması ithalat miktarının artışına yol açmaktadır. Böylece görülen şudur ki dış ticaret açıklarının oluşumu ve dolaylı olarak bu açıkların ödemeler dengesine de negatif bir biçimde yansması Türkiye ekonomisindeki büyüme oranlarının hedeflenenin gerisinde kalması ile sonuçlanmaktadır. Ayrıca gerek Unilever gerekse diğer UDY’lerin uluslararası alanda farklı bölge ve ülkelerle ilgili birikimleri ve know-howları da güçlü bir piyasa ve maliyet araştırması yapmalarını sağlamaktadır. Yapılan maliyet analizleri ile ara mal, yarı mamul ve hatta mamul madde ithalatına gidilmesinde yabancı işletmeler çok daha rahat hareket etmektedirler.

UDY’lerin genel olarak *dış ticaret farklarına etki ve katkıları* ele alacak olursak, öncelikle dış ticaretin ihracatı artırıcı etkileri üzerinde durulması gerekmektedir. İthalata mamul madde düzeyinde dahi olsa gerekmedikçe başvurulmaması doğrultusunda bir dış ticaret politikası izlenmelidir. Dış ticaret dengesini sağlamaya yönelik politikalar geliştirilmeli, ara mal ithali de olsa bazı sınırlandırılmalara gidilmeli ve bu noktada ithalat ihracat dengesinin sağlanması ve dış ticaret açığına meydan verilmemesine dönük teşvik ve uygulamalara gidilmesi gerekmektedir.

Unilever'in dış merkezli bir UDY oluşu nedeniyle gerek teknoloji ithalatı gerekse ara mal ithalatının bu oranlar üzerinde etkili olduğu bir gerçektir. Ancak, dış ticaret açıklarının ortadan kaldırılması için bazı önlemlerin alınması ise Türkiye açısından zorunluluk taşımaktadır. Dolayısıyla, Türkiye'de yeni dış ticaret politikaları belirlenmeli ve bir takım müeyyidelerin uygulanması gündemde tutulmalıdır. Bu doğrultuda ithalatın, yapılacak ihracat hacmi ile sınırlı tutulması, pozitif ihracat farklarında teşvikler sağlanmalı, ithalat farklarında ise ek vergiler getirilmesi alternatif bir politika olarak araştırılmalı ve tartışılmalıdır.

3.5.4. İnovasyon ve Renovasyon Politikaları

Unilever'de bir yandan yenilikçi diğer yandan yenilemek doğrultusunda sürdürülen faaliyetler çerçevesinde kullanılan iki kavram olan "İnovasyon" ve "Renovasyon" kavramları altında özetlenmektedir. Ar-Ge, bir yandan sürekli yenilenen teknolojik gelişmeleri araştırırken öte yandan bu teknolojilerle ilgili uygulama imkânlarını, uluslararası birikimlerinden yararlanarak belirlemeye çalışmaktadır. Şirket içerisinde bulunan uzmanların bu konudaki çalışmalarına şirket dışında uzmanlığı bulunan kişi ve kuruluşlarla sağlanan işbirliğinin de eklenmesiyle tüm bu gelişmeleri yerel pazarlara uyarlama doğrultusunda yenilenen çeşitlilikler bir takım farklı projeler olarak ortaya konulmaktadır.

İnovasyon, Unilever'in büyüme kaynağı, bulunduğu alanın can damarıdır. Unilever'in geleceği ve başarısı, piyasaya rakiplerine oranla çok daha hızlı bir şekilde girmesi, daha büyük ve daha iyi inovasyonlar gerçekleştirilmesi, daha gelişmiş ve daha verimli projeler geliştirmesi ile doğrudan ilişkilidir.

Unilever'in İnovasyon Alanları, hem inovasyon (yeni ürünler ve karışımlar) hem de renovasyon (mevcut ürünlerin yenilenmesi) açısından, Ar-Ge'de dünyanın önde gelen firmalarından biri olarak kabul edilir. Bir yıl içinde genellikle 250-350 yeni patent başvurusu yapan Unilever portföyü 20 bini aşkın patenti ve patent başvurusunu içermektedir. Unilever çalışmalarını global ve bölgesel merkezlerde odaklayarak, ülkelerde ve fabrikalarda da küçük uygulama ekipleri oluşturmakta ve kaynaklarını en iyi şekilde kullanmaktadır. Piyasaya daha büyük inovasyonları, eskisinden çok daha hızlı sunabilen Unilever, tüm bu gelişmelerde etkili olmakla

birlikte aynı zamanda Ar-Ge’de sağladığı gelişmelerle sağlam bir itibar ve prestij ortaya koymuş olmaktadır. Bu konuda aşağıdaki kategorileri ele alacak olursak;

Gıda ve beslenmede Unilever, ürünlerinin yeterli ve dengeli beslenmeye katkısının yanı sıra lezzetini arttırmayı da amaçlamakta ve çok lezzetli ve kullanıcılar için yararlı gıdalar sunarak, dünyanın lider gıda ve beslenme şirketi olmayı hedeflemektedir. Bunu başarabilmek için, ürün yelpazesinin beslenme profilini sürekli iyileştirmekte, tüketicilerine sunduğu daha lezzetli, yeterli ve dengeli beslenme düzeninde tercih edebilecekleri sağlıklı ve sağlığa ek faydaları olan yararlı gıdalar sunmaktadır. Bu gıdalar; **Örneğin... Becel Pro-Activ** bitkisel sterol içerir. Bitkisel steroller kolesterol oranını düşürmeye; düşük kolesterol kalp ve damar sağlığının korunmasına yardımcı olur. Tüm Becel margarinleri Omega 3 ve Omega 6 içerir. **Knorr**; Türk tüketicisinin köklü geçmişini ve birçok kültür ve uygarlığa ev sahipliği yapmış Anadolu’nun mirasını, bu geçmiş ve mirasa yakışır lezzetlerde yaşatmak amacıyla tüketicisine Analı Kızılı, Tutmaç, Hanım ağa, Yüksük, Yuvalama ve Yoğurtlu Mantı gibi yöresel çorba çeşitlerini sunarak beslenme yönünden de çeşitliliğe katkı sağlamıştır. **Carte D’or Light** ürünümüzün enerjisi %50 azaltılmıştır. **Max Star Cup ve Mini milk** ürünlerimizin her biri önerilen günlük kalsiyum alım miktarının %30’unu karşılar. Yüksek oranda içerdiği kalsiyum, kemik ve dişlerin gelişmesine ve kemik sağlığının korunmasına yardımcı olur. **Çayın** tabii olarak içerdiği flavonol antioksidanları inme riskini %20 oranında azaltabilmektedir.²¹⁷

Hijyen, sağlık ve güzellik ürünlerinde; Temiz ve sağlıklı olmak ve iyi görünmek arzusu evrenseldir. Ev ve kişisel bakım markalarımız 19. yüzyılın sonlarından beri hijyeni, sağlığı ve güzelliği teşvik ediyor ve bugün de dünya genelinde milyonlarca evde çok önemli bir rol oynamayı sürdürmektedir. **Ağız Bakım ekiplerimiz** FDI (Dünya Dış Hekimleri Birliği) ile gerçekleştirilen ortaklık çerçevesinde Türk Dış Hekimleri Birliği ile toplum ağız sağlığını yükseltmek üzere projeler yürütmektedir. **Tüm Rexona, Axe ve Dove** markaları hafif bir ambalaj tasarımına sahiptir. **OMO TOTAL** sadece daha avantajlı bir formatta mükemmel temizlik sunmakla kalmıyor; aynı zamanda çevre korumasına da yardımcı olmaktadır. **RINSO Ultra Konsantre** sıvı deterjan sadece daha avantajlı bir formatta

²¹⁷ “Unilever’de İnovasyon Alanları”, (Çevrimiçi) http://www.unilever.com.tr/innovation/innova_tio_ninunilever/areasofinnovation/default.aspx, 04 Temmuz 2011.

2 kat parfüm* vererek mükemmel temizlik sunmakla kalmıyor; ayrıca çevreye verilen olumsuz etkileri azaltmaktadır (Rinso ultra konsantre sıvı deterjan aynı miktarda Rinso Konsantre Toz deterjana göre 2 kat parfüm içermektedir).²¹⁸

3.5.4.1. Ar-Ge Çalışmaları ve İnovasyon

Unilever Ar-Ge birimlerinde 6 global araştırma merkezi ve 13 global ürün geliştirme merkezi dışında ayrıca bölgesel ve ulusal geliştirme ve uygulama merkezlerinde 6000'i aşkın Ar-Ge profesyoneli çalışmaktadır. Buradaki en büyük amaç farkındalık sağlamak olarak ifade edilmektedir. Ar-Ge misyonumuz, “fark oluşturmak, sunmak, sürdürmek ve büyümek”. Bu da, tüketicilerin gerçek gereksinimlerine yanıt veren, faydaları kanıtlanmış, fark sağlayıcı yeni ürünler sunmak anlamına geliyor. Unilever, bunu başarıyla yaparak, Unilever'in sürdürülebilir büyümesine de büyük katkı sağlamaktadır.²¹⁹

Unilever'de Ar-Ge süreci belirlenirken öncelikle markalara ve ürün kategorilerine odaklanma stratejileri belirlenir. Bu stratejiler belirlenirken tüketicilerin sağlayacağı faydalar öncelikle ele alınır. Bu noktada, bilimsel ve teknik gelişmeler de dikkate alınarak ilgili araştırma alanları Unilever Yönetim Kurulu tarafından belirlenir ve Unilever'de Ar-Ge gündemi böylelikle oluşturulur.

Global araştırmalarda, Bilim insanları yeni fikirleri ve henüz doğmakta olan bilimleri keşif yolculuğuna çıkarlar, birbiriyle ilişkili yeni ipuçlarını geniş kapsamlı kategoriler-arası araştırma alanlarına entegre ederek daha uzun vadeli Unilever projelerinden elde edilen ilgili araştırma bulgularının, orta ve kısa vadeli kategori inovasyon projelerine eklenmesi sağlanır. Ürün geliştirmede ise, Global ürün geliştirme uzmanları, bilimsel bulguları (örneğin yeni, işlevsel bir malzemeyi), ürün performansı, istikrar, paketleme ve maliyet de dâhil olmak üzere diğer kriterlere entegre ederek ürünleri tasarlamaktadırlar. Bölgesel geliştirme ve ulusal uygulama ekipleri, bölgeler, ülkeler ve fabrikalarda inovasyon ve renovasyonları hayata geçirirler. Bu çalışmalar bir ürün formülasyonunun belirli yerel ham maddeleri kullanacak şekilde uyarlanmasını, fabrikaya özgü üretim süreçlerinin uygulanmasını

²¹⁸ “Unilever'de İnovasyon Alanları”, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/innovation/innovation/unilever/areasofinnovation/default.aspx>, 04 Temmuz 2011.

²¹⁹ A.e.

ya da yerel beslenme koşullarına veya yasal koşullara uyumun sağlanmasını içerebilir. Bölgesel ve ulusal ekipler ayrıca, global ürün geliştirme ekiplerine yerel görüşler hakkında geri bildirimde de bulunurlar (örneğin yerel lezzet tercihleri).²²⁰

Ar-Ge sürecinin tamamında, Unilever içinde ve dışındaki en iyi bilim ve teknolojiye optimum düzeyde erişim sağlamak üzere, akademik kuruluşlarla ve tedarikçiler gibi Şirket dışından iş ortakları olarak görülen üçüncü taraflarla da yakın işbirliği içinde çalışılmaktadır. Bunun örneklerinden biri, Moleküler İnfomatik Merkezidir. Cambridge Üniversitesi ile birlikte kurulan bu ortaklık, bilim, ticaret ve tüketiciler için aynı derecede fayda sağlamak üzere akademik çevrelerle şirketlerin nasıl işbirliği yapabileceği konusunda da örnek bir uygulama olarak genel kabul görmektedir.²²¹

3.5.4.2. İnovasyon Uygulamaları

Unilever’de bilimsel gelişmeler, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılayan ürünlere dönüştürmek için bilgi birikimi ve hayal gücü kullanılmaktadır. Bunlardan bir kaç örnek vermek gerekirse...

- Dondurma ve pasta artık ayrı dünyaların tatlıları değil!
- Kadınların farklı saç sorunlarına ve ihtiyaçlarına yıllardır özel çözümler üreten Elidor, 2009’un son çeyreğinde yine bir ilke imza atarak, dünyanın önde gelen saç uzmanlarıyla geliştirdiği yeni bir seri oluşturdu: Elidor Co-Creations.
- Bulaşık deterjanı kategorisinde üstün performansı ve yenilikçi yaklaşımlarıyla Türkiye’nin en köklü ve önde gelen markalarından biri olan Cif, bulaşık deterjanı pazarına sunduğu en yeni ürünü Sunlight Cif Konsantre Jel ile Türkiye’de bir ilke imza attı.
- Zaman değiştikçe, beklentiler de değişir mantığı ile hareket edilerek, bunun çamaşır yıkama alışkanlıkları için de geçerli olduğu sonucu elde edilmiştir. Tüketicinin aradığı her şeyi bir anda, bir arada bulma isteği.

²²⁰ “Unilever Global Araştırmalar”, **Unilever’de İnovasyon Alanları**, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/innovation/innovationinunilever/howwework/default.aspx>, 04 Temmuz 2011.

²²¹ “Unilever’de, Şirket Dışında İş Ortaklarıyla Çalışmak”, **Unilever’de İnovasyon Alanları**, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/innovation/innovationinunilever/howwework/default.aspx>, 04 Temmuz 2011.

- Knorr yenilikçi marka imajına uygun şekilde yepyeni ürünleri pazara sunmaya devam etmektedir.
- Tüketicilerini farklı lezzetleriyle şaşırtan ve şımartan Magnum'dan bir ilk daha: Magnum Mini.
- Lipton, yeşil çay keyfine keyif katmaya devam ediyor... Yeşil çayı, elma, bergamot ve bal ile buluşturarak Berrak Yeşil ailesine 3 yeni ürün daha ekleyen Lipton, onlarca farklı çeşidi ile tadına doyumaz lezzetleriyle çay molalarını güzelleştirmeye devam ediyor!
- Unilever olarak, küresel ısınmaya yönelik üretim süreci önlemlerinin yanı sıra ürün yeniliklerini de gerçekleştirmekteyiz. Bu bağlamda çevreye duyarlı ürün anlamında 2006 yılında lansmanı gerçekleştirilen Yumoş Extra, önemli bir örnek oluşturmaktadır.²²²

3.6. UNILEVER YATIRIM POLİTİKALARI VE TÜRKİYE'DE EKONOMİK GELİŞMELER ÜZERİNDE ETKİSİ

Türkiye'de uluslararası sermaye hareketleri, 1850'li yıllarda Osmanlı Devletindeki gelişmeler ve Cumhuriyetin kuruluşu sonrası bazı millileştirme politikaları sonrası durağanlaşan girişler ve yaşanan sermaye çıkışlarıyla genel hatlarıyla yer verilmiştir. UDY'lerin Türkiye'deki tarihsel gelişimi ise, küreselleşme dönemi olarak da adlandırılan 1980'lerden günümüze kadar gerçekleşen süreçler seçilmiş makro ekonomik faktörler değerlendirilerek ele alınmıştır.

1950'lerden itibaren yabancı sermaye kanununda yapılan değişikliğin de etkisiyle UDY'lerde yeni bir hareketlilik başlamış ve Unilever'in Türkiye'ye girişi de bu dönemlerde gerçekleşmiştir.

UDY'lerin, ülke ekonomilerindeki büyüme ve kalkınmaya olan etkileri ele alınırken, öncelikle gelişmişlik statülerine göre değerlendirmeler yapıldığı görülmektedir. Küresel ekonomik yapılanmanın ülkelerin gelişmişlik düzeylerine göre şekillenmesi, karar alma mekanizmalarında da ekonomiyi belirleyici güç olarak etkili kılmaktadır. Henüz yakın bir geçmişte söz konusu olan Doğu, Batı ve

²²² "Unilever Ürünlerinde İnovasyon", **Unilever'de İnovasyon Alanları**, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/innovation/innovationinunilever/howwework/default.aspx>, 14 Ağustos 2011.

Bağlantısızlar siyasi bloklaşmasının etkilerinin ortadan kalkmasıyla birlikte ortaya çıkan küreselleşme politikaları doğrultusunda dünya devletleri ekonomik yapılarına göre GÜ'ler, GOÜ'ler ve AGÜ'ler halinde sınıflandırılmaya başlanmış ve bu sınıflandırmalarda ülkelerin ekonomik gelişmişlik durumları belirleyici olmuştur.

ÇUŞ statüsündeki UDY'ler GÜ'lerde yaşanan durağanlık ve büyüme oranlarının sıfır noktasına kadar düşmesiyle birlikte yeni bir takım arayışlara yönelmiş ve bu arayışın hedefinde GOÜ'ler ve AGÜ'ler olduğu görülmüştür. Bu aşama sonrasında öncelikler, ekonomik ve coğrafi konumlarına göre yatırım adayı ülke sınıflandırmasının yapılması üzerinde yoğunlaşmıştır. Bu sıralamada söz konusu edilen kıstaslar üzerinde daha önce durulmuştu. Her ne kadar Türkiye ÇUŞ'ler açısından cazip yatırım koşullarına sahip ülkeler arasında yer alıyor olsa da ilk sıralara çıkma başarısı gösteremeyen ülke olarak nitelendirilmektedir. ÇUŞ'ler yatırım önceliklerini, en büyük etken olarak değerlendirilen işgücü maliyetlerini de göz önünde bulundurarak daha avantajlı gördükleri bazı Asya ülkelerinden yana belirlemişlerdir. Ancak Türkiye her ne kadar ilk sıralarda yer alan bir ülke konumunda değerlendirilmemiş olsa da, Türkiye ekonomisinde gerçekleşen büyüme oranları, Türkiye'nin yabancı sermaye çekici gücü ve yabancı sermaye yatırımcılarının bu büyümeden pay alma arzusu Türkiye'ye de ilgisiz kalmamalarını sağlamıştır.

Başlangıçta GÜ'lerde yoğunlaşan UDY'lerin, bu ülkelerde kalkınma sürecinin tamamlanması ve ekonomik büyüme oranlarında durağan bir seyir izlemesinin de etkisiyle sınırlamaya gidilmiş ve yüksek büyüme oranları beklentisiyle sermaye akışının yönü GOÜ'lere çevrilmiştir. Türkiye, her ne kadar UDY'lerde kayda değer oranda bir performans sağlayamamış olsa da zaman zaman etkili sonuçlar almıştır. Türkiye'nin ekonomik büyümesi üzerinde UDY'lerle sağlanan bir büyüme olarak görülse de Türkiye'nin GSYH' sinde pozitif etkiler uyandırması ve buna bağlı olarak kişi başı milli gelir artışları yaşanmasına yol açması nedeniyle UDY'ler etkili olmuşlardır.

Öncelikle Neden UDY'ler...?, Neden Unilever...?, Neden başarılı bir UDY Modeli...?, seçimi konusundaki soruları açıklığa kavuşturmamız gerekmektedir. Bunun için de Büyüme ve Kalkınma etkisini, Türkiye ekonomisine başarılı bir

şekilde yansıtan, sübjektif olarak en yüksek verim ve sonuç alınacağı düşünülen başarılı bir UDY modeli, “Unilever Türkiye” seçimi tercih edilmiştir.

Global’de yaşanan ekonomik gelişmelerin bölgesel olmaktan çıkıp tüm dünyayı etkilediği küresel yapılanma karşısında, dışa kapalı ekonomi modeli uygulamaları çoktan tarihe karışmış durumdadır. İdeolojik yapılanma içerisinde yer alan ve kapitalizmi yıkılmaya mahkûm en büyük düşman olarak gören Marksist ekonomi anlayışının mimarı bir zamanların demir perde ülkelerinde dahi tüm ekonomik oluşumlar kurumlarıyla beraber liberal yapıya dönüştürülmüş, pazar ekonomisinin bütün koşulları kısa bir zaman diliminde yerine getirilmiştir. Hatta bu ülkeler, liberalizasyon politikasını yıllardır uygulamakta olan batılı ülkelere daha ileri düzeyde bir liberal anlayışa bürünmüşlerdir. İşte bu gerçekler sonucu global sermaye, tüm zincirlerini kırarak bütün dünyayı kendisi için pazar olarak görmeye başlamıştır. Dolayısıyla ortaya çıkan bu durum değerlendirmesinden de anlaşılıyor ki, UDY’ler tüm bu gelişmeler sonucunda kaçınılmaz bir şekilde ortaya çıkmaktadırlar.

Unilever, global sermayenin hem eski hem de geniş bir yayılma alanına sahip olması özelliğiyle uluslararası birikimleri bulunan bir UDY şirkettir. Ayrıca Unilever’in Türkiye macerasının 60 yıl öncesine dayanması, Türkiye pazarındaki kalıcılığının sürekliliğinde ısrarlı olduğunu da ortaya koymaktadır. Bu çalışmada alan çalışması olarak Unilever’in neden model alındığı aşağıda belirtilen faktörlerle ortaya konulmaktadır.

Bu çalışmada Türkiye’de, ekonomik gelişmeler üzerinde etkili olan, büyüme ve kalkınma hipotezlerinin UDY’ler ve başarılı bir UDY modeli olarak görülen Unilever’in yatırım politikalarıyla test edilerek sübjektif verilerle ortaya konulması sağlanmaya çalışılmıştır. Tez çalışmamızın ilk bölümünde, UDY’lerin global ekonomik gelişmeler doğrultusunda büyüme ve kalkınma üzerindeki etkileri ele alınmıştır. İkinci bölümde, Türkiye’de UDY’lerle gerçekleşen büyüme ve kalkınma analizlerinin gelişmeye yol açan etkileri ele alınmış, üçüncü bölümde ise tüm bu analizler daha dar bir alana çekilerek, “*Unilever*”in Türkiye’deki faaliyetleri, bu faaliyetler esnasındaki uygulamalar ve izlenen ekonomi politikaları yukarıda ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır. UDY’ler ve örnek uygulama olarak belirlenen

Unilever'in Türkiye'de gerçekleşen büyüme ve kalkınma analizleri ile doğrudan etkileşimi aşağıdaki başlıklarla ele alınıp değerlendirilecektir. Bu başlıklar;

1. Sermaye birikimi sağlama etkisi,
2. GSYH (Milli Gelir) Artışı etkisi,
3. Ödemeler dengesi ve cari açıklar üzerindeki etkisi,
4. Teknolojik gelişmeler ve dijital yeniliklerle sağlanan verimlilik etkisi,
5. Nitelikli işgücü sağlanması yoluyla istihdam ve işsizlik oranlarına etkisi ve
6. Etkin kaynak dağılımı yoluyla sağlanan tamamlayıcı etkiler, aşağıda genel hatlarıyla ele alınmıştır.

3.6.1. Sermaye Birikimi ile Türkiye'de Ekonomik Gelişmeler Üzerinde Sağlanan Etkiler

Türkiye'de özellikle tasarruflarla ilgili negatif etkenlerden kaynaklanan bir takım alışkanlıklar yanında geleneksel üretim ve yatırım metodlarının da geliştirilememesinin etkisiyle yatırımlarda başarılı bir performans görülememektedir. Bu nedenle UDY'lerin sürdürmekte oldukları yatırım atağından Türkiye'de de ortaya konulan hedefler doğrultusunda bir takım beklentiler içerisinde hareket edilmektedir.

Türkiye'de yurtiçi tasarruflar sabit sermaye yatırımlarının gerisinde kaldığı sürece, ekonomide kaynak açığı olacak ve bu açık, ancak yabancı sermaye veya dış borçlarla kapatılabilecektir. Yabancı sermaye, UDY girişi olabileceği gibi portföy yatırımı olarak da gerçekleşebilmektedir. Ekonomik büyümeye doğrudan etki bakımından doğrudan yabancı sabit sermaye yatırımları tercih edilmelidir. Çünkü bu yatırımlar, ekonominin özel sabit sermaye yatırımlarına katkısını artırarak dış kaynak açığının giderilmesinde etkili olmakta ve ekonomik büyümeyi hızlandırmaktadır.²²³

Toplam büyüklükleri Türkiye sanayisinin %50'den fazlasının temsil edildiği şirketler sıralaması ile İSO 500 listesinde yer alan uluslararası sermayeli şirketlerin son dört yıllık ortalama sayısı 150 dolaylarındadır.

Tablo 3-5'e göre, İSO 500 kapsamında yer alan şirketler içerisinde yabancı sermaye paylı kuruluş sayısının 2007 yılında 143 iken 2008'de 148 e ve 2009'da da

²²³ Rıdvan Karluk, "Türkiye'de Yabancı Sermaye Yatırımlarının Ekonomik Büyümeye Katkısı", **Ekonomik İstikrar, Büyüme ve Yabancı Sermaye**, Ankara, TCMB, İnsan Kaynakları Genel Müdürlüğü Eğitim Müdürlüğü, Şubat 2001, s. 114, (Çevrimiçi) <http://www.tcmb.gov.tr/yeni/evds/yayin/kitaplar/kitap2/kitap2monu.html>, 18 Ekim 2011.

153'e yükseldiği görülmektedir. Rapora göre, yabancı sermayeli kuruluşların ISO 500'de üretimden satışlar içindeki payı ise yüzde 33,4 olarak gerçekleşmiştir.²²⁴

Tablo 3.5'te yer alan bilgiler doğrultusunda Türkiye'nin toplam ihracatının %50'ye yakın bir kısmının yabancı işletmeler tarafından yapılması, üretim ve toplam satışlar içerisindeki payların %40'lar dolaylarında bulunduğu ve son 5 yıllık katma değerinin %35'inin uluslararası şirketler tarafından sağlandığı görülmektedir. Ayrıca UDY'lerin teknoloji yoğun yatırımlarına rağmen Türkiye'deki istihdama katkısının % 30'lara ulaştığı bir dönemde uluslararası sermayenin sağladığı katkının göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Her ne kadar bu büyüme ile Türkiye'nin değil de UDY'lerin büyüdüğü gerçeği söz konusu olsa da, Türkiye'de UDY'lerin birtakım negatif etkileri söz konusu edilse de global yapılanma içerisinde serbest pazar ekonomisi gereğinin dışına çıkılmadığı bir durumda Türkiye'ye sağladığı pozitif katkıların hangi oranlarda gerçekleştiği dikkatlerden kaçmamaktadır.

Tablo 3.5: ISO 500 Sanayi Kuruluşu İçerisinde Yer Alan Yabancı Şirketler

	1995	2000	2006	2007	2008	2009	2010
YABANCI ŞİRKET SAYISI	110	131	140	143	148	153	148
Üretimden satışlardaki payı	22,2	28,1	32,7	32,9	29,7	33,4	31,6
Toplam satışlardaki payı	24,5	28,5	41,0	40,6	35,7	40,0	
Katma değerdeki payı	20,8	26,3	39,5	36,2	34,7	40,3	35,3
Dönem kanndaki payı	30,8	60,8	37,0	34,8	35,0	38,7	
İhracattaki payı	29,1	37,5	45,7	47,4	43,2	48,9	47,8
İstihdamdaki Payı	14,6	19,2	28,4	28,9	30,2	29,8	30,0

Kaynak: ISO 500 Sanayi Kuruluşu İçerisinde Yer Alan Yabancı Sermayeli Şirketler, (Çevrimiçi) <http://www.yased.org.tr/webportal/Turkish/Yayinlar/Documents/ISO500Degerlendirmesi-Temmuz2010.pdf> den ve www.iso.org.tr, www.yased.org.tr, www.zaman.org.tr, Adreslerinden Alınan Verilerle Hazırlandı, 27 Eylül 2011.

²²⁴ “Devler Büyüme Rüzgârını İyi Değerlendirdi”, **Zaman Gazetesi**, 29.07.2011, (Çevrimiçi) <http://www.zaman.com.tr/haber.do?haberno=1163145&title=devler-buyume-ruzgarini-iyi-degerlendirdi&habersayfa=0>, 05 Kasım 2011.

Unilever Türkiye'nin kuruluşu, faaliyet alanı, yönetim ve organizasyon şemasıyla birlikte pazar politikası, yerli yatırımlara etkisi, know-how, inovasyon, rakip ve rekabet politikaları yukarıda ayrı ayrı başlıklarla değerlendirilmiştir. Bu noktada ise Unilever, UDY yatırımları açısından bir model olarak görülmekte, Türkiye'deki ekonomik gelişmeler açısından büyüme ve kalkınmaya etki eden özellikleriyle ele alınmaktadır.

Öncelikle Unilever, katı bir milli kimlik arayışı içerisinde hareket ederek yatırım politikalarını belirlememektedir. Bunun en belirgin kanıtı iki ayrı ülke şirketi olan Unie ve Lever (Hollanda ve İngiliz) şirketlerinin bir araya gelerek Unilever özerk yapılanmasını oluşturmasıdır. Oysa rakip bir işletme olan ABD şirketi P&G'de koyu bir ABD kültürü etkisi bulunduğunu önceki bölümde belirtmiştik. Dolayısıyla Unilever'in belki de uluslararası yatırımlardaki uzun vadeli başarısının altında yatan gerçek bu olsa diye düşünmek gerekmektedir. Unilever kendini en yerli yabancı bir şirket olarak tanımlarken de bulunduğu ülkenin kültürü ile iç içe bir yapı sergiliyor görünmekte ve bu da bütün ülkelerde Unilever'in kendilerinden biri gibi görünmesini sağlamakta bunun sonucunda tüketici ve Pazar politikasında pek bir zorluk yaşanmamaktadır. Bu nedenledir ki Unilever'in Türkiye'de ürettiği markalar adeta bir yerli marka olarak algılanmaktadır.

Yenilikçi Stratejiler, ***İnovasyon, Renovasyon*** özelliği ile Unilever'in yenilik sağlayan ürünlerle Türkiye'de üretim hacminin büyümesi ve bunun itici etkisiyle tüketim ve yeni Pazar arayışı yoluyla dış ticaret hacminin büyümesi bir bütün olarak ülke ekonomisinin büyümesini de sağlanmaktadır. Hazır yemek ve paketlenmiş yiyecek kategorisinin geliştirilerek üretim hacminin büyümesi, dondurma sektöründe paketlenmiş dondurma kategorisi ile dört mevsim üretim sağlanarak dondurma tüketiminin katlanarak büyümesi ayrı ayrı hacim artışı sağlayan göstergelerdir. Hazır çorba kategorisinde Calvé hazır çorba ile fast-food sektörüne fincanda çorba eklenmesi ile bu sektörde sağlanan yenilikler, temizlik, kişisel bakım ürünleri, güzelleşmek ve insanların kendilerini daha iyi hissetmelerini sağlamaya yönelik yenilik sağlayan gelişmeler ve hijyen faktörünü de içeren gelişmeler de kendi kategorilerinde hacim artışı sağlanması sonucu üretimin ve buna bağlı tüketimin ve

hâsılanın büyümesini sağlayan faktörler olarak ülkedeki ekonomik büyüme üzerinde pozitif etki uyandıran gelişmeler olarak değerlendirilmektedir.

Unilever'in yatırım ağını geliştirme özelliği taşıması; Know-how, inovasyon, renovasyon, ülke çalışanlarının istihdamı, yenilenebilir ve sürdürülebilir kaynak arayışı, çevreci özelliği ve kazan-kazan politikası izleyen yapıda oluşunun yerli işletmeler üzerindeki yansıması da yatırım artışları üzerinde pozitif etki uyandırıcı bir etki olarak ortaya çıkmaktadır. Bilgi üretme, öncü politikalar olarak da tanımlanan Know-how UDY'lerin uluslararası birikimlerinden iç piyasaya yansıyan metot, uygulama ve yenilik sağlayan etkileriyle birlikte bu bilgilerin yerli yatırımlar tarafından öğrenilmesi yoluyla bilgi yansıması olarak dikkate alınmaktadır.

3.6.2. GSYH Artışı İle Türkiye'de Ekonomik Gelişmeler Üzerinde Sağlanan Etkiler

Unilever'in, Türkiye açısından başarılı bir UDY modeli uygulaması olarak alınmasındaki birinci etken İktisadi *Büyüme politikası hedefidir*. Bir yabancı işletmenin büyüme hedefleri aynı zamanda bu büyümenin gerçekleştiği ülke ekonomisine yansiyorsa UDY'lerin büyüme üzerinde etkili olduğu tezi kanıtlanmış sayılır. Aksine, yabancı işletmelerdeki büyüme oranlarına karşılık ülke ekonomisinde pozitif artışlar olmaması sorun var anlamına gelir. Oysa Türkiye'de UDY'lerin yoğunlaştığı dönemlere baktığımızda aynı zamanda yüksek büyüme oranlarının da yaşanan yıllar olarak görülmektedir.

Türkiye'de UDY'lerin MG ve sabit sermaye yatırımları içerisindeki oranlarına baktığımızda öncelikle Tablo 3.6'ya bakacak olursak, 1980'de UDY stoklarının GSYH' ye oranı % 9'larda seyrederken bu oran UDY'lerin yüksek oranlarda seyretmesinden çok GSYH' deki düşüşe dayanmaktadır. 1990'larda bu oran % 5,6 iken 2000'li yıllarda % 7'ler civarında gerçekleşmiştir. 2000'ler sonrasında periyodik artışlar görülen Stok/GSYH oranları 2001'de % 10 olarak seyrederken yaşanan krizin etkisiyle 2002'de yeniden % 8'e gerilemiş ancak kısa zamanda ekonomideki toparlanma ile yeniden artış eğilimi içerisine girilmiştir. Bu oran 2003'te % 11,1, 2004'te 9,8, 2005'te 14,7'ye yükselmiştir. Bu artışla birlikte aynı zamanda GSYH'de de 2004 yılında % 9.40'lık bir artışla 559 milyar TL

seviyelerine 2005'te ise 649 milyar TL'ye yükselen GSYH' deki büyüme oranı da %8.40 olarak gerçekleşmiştir. 2006, 2007 ve 2008 yılları, Türkiye'ye giren UDY miktarının 20,2, 22,0 ve 19,5 milyar \$ ile en yüksek seviyelere çıktığı yıllar olarak da Türkiye ekonomi tarihine geçmiştir. Aynı yıllarda GSYH 758, 843 ve 950 milyar TL olarak gerçekleşirken % 6,9, % 4,7 ve 2008'de başlayan dünya global ekonomik krizine rağmen 0.70 oranında bir büyüme yaşanmıştır. 2006 ve 2007'deki bu büyüme oranları doğru orantılı bir şekilde Stok/UDY oranlarına % 18 ve % 23,7 ile yansırken 2008'de büyüme oranındaki düşmenin de stok oranının % 11' düşmesi arasında bir bağlantı kurulması gerekmektedir. 2009'da Stok oranının % 23,4 ve 2010'da % 24,5 olarak gerçekleşmesi karşısında Türkiye'nin GSYH miktarı ve büyüme oranlarına baktığımızda da 2009'da kriz etkisiyle sabit bir seyir izlenirken 2010 yılında 1.104 trilyon TL tutar ve % 9,0 oranında bir GSYH büyümesi ile yine zirveye ulaşan bir ekonomik performansa ulaşılmıştır. Buna rağmen bu oran GOÜ'lerle karşılaştırıldığında Türkiye'deki oranın bu ortalamaların altında olduğu ortaya çıkmaktadır.

Tablo 3.6'da UDY girişlerinin sabit brüt sermayeye oranı ise 2010 yılına gelindiğinde % 6,5'lere gerilediği görülmektedir. Geriye doğru gidildikçe bu oranın 2009'da % 8,1, 2008'de 13,4, 2007'de % 15,9 ve 2006'da % 17,1 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Ancak daha öncesinde biraz daha gerilere gidildiğinde % 0,2'lere kadar düşük oranlarda gerçekleştiği karşımıza çıkmaktadır. Tabloda da görüldüğü gibi 2006, 2007 ve 2008 yılları UDY girişlerindeki artışla orantılı olarak burada da oldukça yüksek oranda seyretmektedir. Burada da GOÜ'lerin ortalamalarının altında bir oran söz konusudur ki bunun detayını da yine aynı tabloda görmek mümkündür.

Tablo 3.6: GOÜ'lerde Uluslararası Doğrudan Yatırım/GSYH Oranı(2000-2010)

YILLAR	Stok/GSYİH (%)	GOÜ'lerde Stok/GSYİH (%)	UDY Girişi/Brüt Sabit Sermaye (%)	GOÜ'lerde UDY Girişi/ Brüt Sabit
2010	24,5	29,1	6,5	9,6
2009	23,4	29,7	8,1	10,2
2008	11	24,6	13,4	13,4
2007	23,7	30	15,9	14
2006	18	26,9	17,1	13
2005	14,7	25,2	9,9	11,8
2004	9,8	25,8	3,5	12,6
2003	11,1	25,8	3,3	9,6
2002	8	25	2,8	10,6
2001	10	26,2	10,7	13,5
2000	7,2	25	1,8	15,9
1990	5,6	13,6	2	4
1980	9,4	11,5	0,2	1,2

Kaynak: UNCTAD Dünya Yatırım Raporu, İstanbul, YASED Yayınları, 2011, s. 17, (Çevrimiçi) http://www.yased.org.tr/webportal/turkish/yayinlar/documents/ozlem_ozyigit%20sunum%20unctad%20wir2011-tr.pdf, 30 Temmuz 2011.

Unilever'in Türkiye'de yağ sanayinde yaşanan yokluk ve kıtlık döneminde ilk yatırımını gerçekleştirmesinin ardından ilerleyen yıllarda farklı alanlara yönelik yatırımlara da yöneldiği görülüyor. Bu yöntem serbest piyasa koşullarının gereği olarak görülüp bir yandan know-how sağlaması açısından pozitif olarak değerlendirilebileceği gibi, şirket alış ve satışları yoluyla ayrıca bir kâr edinmesi ve bunun haksız bir kazanç olup olmadığı, Türkiye'de yerli işletmelerin yok pahasına mı satıldığı yönünde birtakım tartışmaları da beraberinde getirmektedir.

UDY'lerin başarılı bir üyesi olan Unilever'in, üzerinde önemle durulması gereken politikalarından belki de en önemlisi "Büyümeye Giden Yol" başlıklı 2000 yılında başlattığı stratejidir. Bu strateji yerel ve global politikalar değerlendirilerek uygulamaya konulmuştur. Bu değerlendirmeler yapılırken kaynakların; toplum, çalışanlar, tedarikçiler ve içerisinde yer aldığı ülke olduğu belirtilmiştir. Bu noktadaki ilk uygulama, güçlü markalara odaklanmak olarak gündeme alınmış ve kârlı bir büyüme için bunun gereği açıklanmıştır. Bu noktada birçok verim sağlanamayan markanın satışı gerçekleştirilmiş ve ana markalar daha da güçlendirilerek bugüne kadar başarılı bir sonuç alınmıştır.

Ayrıca grafik 3.2’de yer alan Unilever Türkiye yıllık satış cirosuna göz atacak olursak gerçekleşen büyüme oranlarının Türkiye’nin büyüme oranlarının çok üzerinde gerçekleşmesine karşın Türkiye’nin büyümesinde etkili olduğu söylenebilir. Ayrıca buna bağlı gelişen yerli şirketlerde de yıllık büyüme oranlarının yaklaşık değerlerde seyrettiği görülmektedir. Unilever Türkiye’nin zorunlu ihtiyaçlar olarak algılanan ve hızlı tüketim ürünlerini kapsayan ürünler olması nedeniyle kriz dönemlerinden de çok fazla etkilenmediği görülmektedir. Tüm dünya ile birlikte Türkiye ekonomisinde de büyümenin durağanlaştığı hatta eksi oranlara geçtiği 2009-2010 yıllarında Unilever’in bir miktar aşağılara çekilmekle birlikte büyüme oranlarının negatif seviyelere geçmediği de görülmektedir.

Grafik 3.2: Unilever Türkiye Yıllık Satış Cirosu (2004-2011)



Kaynak: “Unilever Türkiye Yıllık Satış Ciroları”, Unilever Sürdürülebilirlik Raporlarından Alınan Verilerle Hazırlandı, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr>, 25 Aralık 2011.

Tüm bu çabalarla Türkiye sanayisinde önemli bir noktaya gelen Unilever’in İSO 500 sıralamasındaki yapısını değerlendirdiğimizde, Tablo 3.7’de yer alan bilgilerde de görüldüğü gibi ilk on UDY arasında yer alma başarısı göstererek üretimden gerçekleşen satışlar sıralaması ve en yüksek cirolu şirketler sıralamasının altıncı sırasında Unilever’in bulunduğunu görüyoruz. Benzer bir biçimde yine İSO

500 sanayi kuruluşu içerisinde Türkiye ekonomisine %40,3'lük katma değer sağlayan uluslararası sermayeli şirketler içerisinde bulunan Unilever sekizinci sırada yer almakla birlikte bu katma değer üzerinde de etkide bulunduğu görülmektedir. Unilever, toplam 500 sanayi kuruluşunun tümü içerisindeki sıralamada ise on altıncı sırada bulunmaktadır.

Tablo 3.7: İSO 500 Sanayi Kuruluşu Sıralamasında İlk On Yabancı Şirket

Üretimden Satışlara Göre İlk 10 Uluslararası Sermayeli Şirket						
Şirket	Üretimden Satışlar	Satış Hasılatı (KDV Hariç)	Dönem Karı	İhracat	Ücretli Çalışanlar	Sermaye Dağılımı
	(Milyon TL)	(Milyon TL)	(Milyon TL)	(Milyon\$)	Adet	Uluslararası (%)
1 FORD OTOMOTİV	6.006	7.038	617	3.760	9.260	41,04
2 OYAK-RENAULT	4.711	4.965	152	3.269	6.817	51,00
3 TOFAŞ TÜRK	4.184	4.857	44	2.565	8.533	37,86
4 TOYOTA	2.517	2.539	-	1.786	-	100,0
5 VESTEL	2.372	2.423	-49	1.405	3.905	51,59
6 UNILEVER	2.092	2.610	324	66	2.024	99,98
7 MERCEDES-BENZ	1.754	3.143	319	1.040	4.570	84,99
8 İPRAGAZ A.Ş.	1.704	1.721	49	2	659	100,0
9 BSH EV ALETLERİ PHILSA PHILIP	1.597	2.148	106	594	3.664	97,84
10 MORRIS SABANCI	1.438	1.446	729	62	720	75

En Yüksek Cirolu 10 Uluslararası Sermayeli Sanayi Şirketi						
Şirket	Satış Hasılatı (KDV Hariç)	Brüt Katma Değer	Dönem Karı	İhracat	Ücretli Çalışanlar	Sermaye Dağılımı
	(Milyon TL)	(Milyon TL)	(Milyon TL)	(Milyon \$)	Adet	Uluslararası (%)
1 PETROL OFİSİ	16.620	2.994	97	1.424	1.142	41,58
2 FORD OTOMOTİV	7.038	1.091	617	3.760	9.260	41,04
3 OYAK-RENAULT	4.965	399	152	3.269	6.817	51,00
4 TOFAŞ TÜRK	4.857	961	44	2.565	8.533	37,86
5 MERCEDES-BENZ	3.143	659	319	1.040	4.570	84,99
6 UNILEVER	2.610	562	324	66	2.024	99,98
7 TOYOTA	2.539	-	-	1.786	-	100,0
8 VESTEL	2.423	150	-49	1.405	3.905	51,59
9 BSH EV ALETLERİ	2.148	427	106	594	3.664	97,84
10 İPRAGAZ	1.721	645	49	2	659	100,0

En Fazla Katma Değer Üreten 10 Uluslararası Sermayeli Sanayi Şirketi						
Şirket	Brüt Katma Değer	Satış Hasılatı (KDV Hariç)	Dönem Karı	İhracat	Ücretli Çalışanlar	Sermaye Dağılımı
	(Milyon YTL)	(Milyon TL)	(Milyon TL)	(Milyon Dolar)	Adet	Uluslararası (%)
PHILSA PHILIP						
1 MORRIS SABANCI	7.104	1.446	729	62	720	75,00
2 PETROL OFİSİ	2.994	16.620	97	1.424	1.142	41,58
3 JTİ TÜTÜN ÜRÜNLERİ	2.190	522	87	170	447	100,0
4 FORD OTOMOTİV	1.091	7.038	617	3.760	9.260	41,04
5 TOFAŞ	961	4.857	44	2.565	8.533	37,86
6 MERCEDES-BENZ	659	3.143	319	1.040	4.570	84,99
7 İPRAGAZ	645	1.721	49	2	659	100,0
8 UNILEVER	562	2.610	324	66	2.024	99,98
9 BSH EV ALETLERİ	427	2.148	106	594	3.664	97,84
10 OYAK-RENAULT	399	4.965	152	3.269	6.817	51,00

Kaynak: İSO 500 Sanayi Kuruluşu Sıralamasında İlk On Yabancı Şirket, (Çevrimiçi) <http://www.yased.org.tr/webportal/Turkish/Yayinlar/documents/ISO500%20Degerlendirmesi-Temmuz2009.pdf>, 05 Kasım 2011.

Unilever'de işletme hedefleri politikaları, ülke ekonomisinin gelişmesini ve güçlenmesini esas alacak şekilde belirlenmektedir. *Şirket Büyümesi=Ülke Büyümesi* paralelliği sağlanarak kazan-kazan politikası vurgulanmaktadır. Türkiye'de

işletmelerin büyük çoğunluğu büyüme politikalarını sürekli gözden geçirerek kurumsal yapılanmaya yönelmektedir. Bu yönelişte yabancı şirketlerin özellikle de Unilever'in büyük etkisi bulunmaktadır. ***Bu etkiyi ortaya koyan en belirgin örneği, Unilever/Ülker (Yabancı/Yerli) etkileşiminde görmek mümkündür.*** Ülker, 1985'li yıllarda İstanbul Topkapı'daki bisküvi fabrikası için Unilever'den gerçekleştirdiği ara mal ya da katkı maddeleri satın alma yoluyla Unilever'in şampiyon müşteri sıralaması arasında yer almasına karşın, içinde bulunduğumuz dönemde birçok kategoride Unilever'e rakip yerli bir işletme olma özelliği elde etmiştir. Bu yükselişte hiç kuşkusuz diğer yabancı yatırımlarla birlikte Unilever'in büyük bir etkisi olduğu gözlenmektedir.

Yabancı yatırımlar ülke ekonomisi üzerinde ***direkt ve endirekt istihdam imkânları*** sağlıyor mu sorusuna cevap ararken, İstihdam konusunu Unilever Modeli üzerinden değerlendirecek olursak Unilever'in Türkiye'deki doğrudan istihdam sayısı 2010 yılı sonu itibariyle 5.013, global yapılanma içerisindeki doğrudan istihdam sayısı ise 180.000 olarak açıklanmış ve her geçen yıl daha da artmaktadır. Her ne kadar UDY'lerin teknolojik gelişmelere dayalı istihdam sayısını düşürdüğü doğrutusunda olumsuz yaklaşımlar ileri sürölüyor olsa da teknolojinin kapattığı her bir istihdam alanı diğer taraftan rekabet artışı ile ilgili kurumun hizmetler sektöründeki istihdamı artırmasına yol açmakta ve periyodik olarak geçmiş yıllara bakıldığında istihdam sayısında oranlar düşse de toplamda önceki yıllara göre düşüş yaşanan bir yıl yok gibi görünmektedir. Dolaylı istihdam sayısının bu sayının onlarca katı üzerinde bulunduğu ve Türkiye'nin gerek sosyal güvenlik kurumlarının, gerek vergi gelirlerinin, gerekse beşeri gücün ülkede istihdamı sonucunda yaşam koşulları gereği birçok farklı sektör üzerinde gelir sağlayıcı etki uyandırması açısından ülke kaynaklarına önemli girdiler sağlaması söz konusudur.

Maliyet düşürücü Etkilere göz atacak olursak, yenilenen teknolojilerle birlikte seri üretim, mekanikleşme yoluyla teknoloji yoğun yatırımlar sonucunda üretimde maliyetler gün geçtikçe daha da düşmektedir. Her ne kadar istihdam üzerinde olumsuz etki uyandıran gelişmeler olarak eleştiri konusu olsa da modern işletmecilik bağlamında üretici şirket amaçları bakımından incelendiğinde giderlerin düşürölerek maliyet artışlarının giderilmesi rekabet koşulları açısından da bir

gereklilik olarak algılanmaktadır. Aynı zamanda üretim hacmini artıran etkisi ile de göze çarpan teknolojik gelişmelerin hem kaynak israfını önleyen yanı hem de etkin kaynak dağılımı sağlayan etkisi ülke ekonomisinin büyümesi üzerinde etki uyandırmakta ve bu da GSYH artışlarına yol açmaktadır.

Teknoloji ve uluslararası yenilikleri transfer etmek, *dijital yenilik ve teknoloji transferi* (modern işletmecilik). Dijital yenilikler her geçen gün yaşanan gelişmelerle hem teknoloji yenilemesine hem haberleşme alanında gelişmelere hem kullanılan sistem ve dataların gelişmesine yönelik yenilikleri de beraberinde getirmektedir. Bu gelişmeler aynı zamanda verimliliği artıran gelişmeler olarak değerlendirilmektedir. Unilever'in Türkiye'deki yatırımlarındaki teknolojileri yenilemek yoluyla uluslararası yatırım grupları arasındaki koordinasyonu da geliştirdiği ve globalde ortak sistem kullanımına yöneldiği bunun sonucunda ise her ülke vatandaşını bir başka ülkede de istihdam etme imkânı elde ettiği görülmektedir. Bu gelişmelerin ortaya koyduğu bir gelişme olarak 50'nin üzerinde Türk vatandaşı uluslararası düzeyde farklı ülkelerde orta ve üst düzey yönetici olarak belirleyici rolde yer almaktadır. Ayrıca Unilever Türkiye'de yer alan IT üssü konumundaki merkezinde istihdam edilen ve Türkiye'nin değişik üniversitelerinin başarılı bir şekilde mezun ettiği genç yetenekler değişik zamanlarda dünyanın dört bir yanına gerçekleştirdikleri seyahatlerle ortak sistem kurulumu sağlamaktadır. IT kaynaklı teknoloji ve dijital gelişmeleri kısa sürede kullanılan sistemlere yansıtabilen bu genç yetenekler Türkiye açısından gurur verici ve becerileri gelişmiş meziyetler olarak anılmaktadır.

2010 yılı itibariyle Unilever'in belirlenen yeni politikası yine büyüme endeksli stratejisi olarak gündeme alınmıştır. Bu strateji doğrultusunda, on yıllık süre içerisinde şirket cirosunun 40 milyar €'dan 80 milyar €'ya çıkarılması hedeflenmektedir. 2009 – 2010 yılı karşılaştırmasında ortaya çıkan büyüme bu stratejinin göstergesi olarak değerlendirildiğinde, 2009 yılında 39,8 milyar € olarak gerçekleşen cironun 2010 yılı sonunda 44,3 milyar € olarak gerçekleşerek % 11 dolaylarında bir büyümenin sağlanmış olması bu hedefe ulaşılacağına da bir göstergesi niteliğindedir.

Dolayısıyla bu büyüme hedeflerine dayalı strateji ve uygulamaların makro düzeyde Türkiye'nin hedef belirlemelerinde dikkate alınması ve Türkiye'nin hedeflediği dünyanın en büyük ilk 10 ekonomisi içerisinde yer alması politikaları ile pekiştirilmelidir. Unilever'le birlikte diğer bazı hızlı büyüme ve gelişme sağlayan UDY şirketlerinin büyüme performansları da yakından izlenmelidir. Böylece Türkiye aynı zamanda UDY'lerin uluslararası birikim ve gelecekle ilgili beklentileri noktasında öngörülerini de gelişmeye açık tutmak durumundadır.

UDY'lerin bir diğer büyüme hedefi politikası ise ekonomilerinde yüksek büyüme oranları beklentisi içerisindeki ülkelere yatırımların yoğunlaşmasıdır. Buradaki amaç ülkede gerçekleşen büyüme ile doğru orantılı bir şekilde kendi hacimlerinde de büyüme kaydetmeye dayanmaktadır. Unilever'in 2020 büyüme hedeflerini %100 artırarak 45 milyar €'dan 80 milyar €'ya çıkarma hedeflerinin altında bu gerçeği aramak gerekir. Kaldı ki Unilever üst yönetimi de zaten bu amaçlarını ifade etmektedir.

Ancak diğer taraftan UDY'lerle gerçekleşen ülke büyümesi aynı zamanda bir risk faktörünü de içermektedir. Büyüme aynı zamanda verimlilik artışı yoluyla kâr ve kazanç artışlarını içermektedir. Verimlilik yatırımlar açısından söz konusu olabileceği gibi emek faktörü açısından da büyük önem taşımaktadır. Bunun da ötesinde giriş ve çıkışlar üzerinde yapılan hesaplamalarda da kendini göstermektedir. Şöyle ki; İşletmeler, kârlarını aşağıdaki üç farklı yoldan artırabilirler:

1. Büyüme yoluyla (girdi ve çıktı miktarında aynı oranda artış sağlayarak),
2. Fiyat kurtarma yoluyla (çıktılarının fiyatlarını, girdilerinin fiyatlarından daha fazla oranda artırarak), Verimliliği artırma yoluyla (çıktı miktarını, girdi miktarından daha fazla oranda artırarak, ya da girdiler sabitken çıktı miktarını artırarak, vb. kaynakların etken kullanımı yoluyla).²²⁵

Global standartlar uygulayarak ülkenin uluslararası platformdaki yerinin güçlenmesine katkıda bulunmak, ülkenin globalleşen dünyanın bir parçası olmasına katkıda bulunmak/ *sadece globalden etkilenmek değil aynı zamanda Etkide*

²²⁵ Rıdvan Bozkurt ve Gülnur Sönmez, "Kobi'lerin Verimlilik Sorunları ve Çözüm Önerileri", **MPM Yayınları**, (Çevrimiçi) http://www.mmo.org.tr/resimler/dosya_ekler/12caa42776b0cc6_ek.pdf, 01 Aralık 2011.

bulunmak açısından da Unilever, Türkiye’de istihdam ettiği yeteneklere uluslararası vizyon sağlamaktadır.

3.6.3. Cari Açıklar ve Ödemeler Dengesi Açısından Türkiye’de Ekonomik Gelişmeler Üzerinde Sağlanan Etkiler

Unilever, globalde kurduğu yönetim üsleri dışında kendini güvende hissettiği diğer yatırım alanlarını da kendisi açısından bir köken ülke gibi görmektedir. Bu nedenle Unilever; yatırım, üretim ve ticari faaliyetleri nedeniyle Türkiye’yi;

- Üretim ve ihracat üssü,
- Bölgesel yönetim üssü ve bir
- İstihdam üssü olarak görmektedir. Türkiye’nin özellikle bir istihdam üssü olarak görülmesi diğer UDY’lerin de bu doğrultuda Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarından oluşan yerli işgücü tercihine yol açmakta ve bunun da ötesinde yurtdışı üst yönetimlere aday yeni yöneticiler yetiştirilmektedir. Yurt dışında istihdam edilmek üzere tercih nedeni olarak belirtilen Türk vatandaşlarının buldukları ÇUŞ’lerdeki tedariklerde Türkiye’ye öncülük vermelerinin göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Hammadde, ara mal, mamul madde ve nitelikli işgücü taleplerinin uluslararası boyutlarda Türkiye’den karşılanması sonucunda ülke ekonomisine çok farklı kanallardan sağlanacak gelir ve diğer döviz girdileri açısından da bu gelişmeler dikkate alınmak durumundadır.

Ayrıca Türkiye’nin bir ihracat üssü olarak değerlendirilerek Türkiye’de gerçekleşen üretimlerin ihracı ile sağlanacak kaynak girişleri büyük önem taşımaktadır. Şurası bir gerçektir ki Türkiye’de gerçekleşen cari açıklar üzerinde en büyük etkiyi, her yıl yaşanan dış ticaret açıkları oluşturmaktadır. Dolayısıyla Türkiye’nin, Unilever ya da diğer UDY şirketleri tarafından bir ihracat üssü, bir yönetim üssü ve bir istihdam üssü olarak görülmesi, hem ihracatın artması hem de dış kaynak girdisi açısından büyük önem taşımaktadır. Ayrıca;

- Perakende sektöründe ve hızlı tüketim ürünleri alanında artan tüketim, sektörün hızlı büyümesi, kalabalıklaşan dünya nüfusu ve çok uluslu yapıda oluşu,

- Türkiye'yi kendi köken ülkesi gibi görmesi, portföyünde bulunan müşteri, satıcı, tedarikçi, iş ortağı olarak gördüğü global (National) ve yerel (Regional) birçok şirket arasındaki kıran kırana rekabetin yaşanması noktalarındaki birikimi,
- Şirket alış-satış ve birleşmelerinin en yoğun bir şekilde yaşandığı sektörde yer alması, yerel kültür odaklı oluşunun etkisiyle global baskıya maruz kalmaması ve
- Tedarik ve bayi ağlarının yerel kanallarla kurulması, KOBİ ölçekli yerli yatırımlar üzerinde know-how etkisi uyandırabilecektir. KOBİ'ler üzerinde oluşan bu etki ile komşu ülkelere yönelecek yerli yatırımcıların aynı zamanda yurt dışı birikim sağlayarak büyüme üzerinde dışsal etki uyandıracığı bir gerçektir. Sağlanan bu dışsal etki ile gerçekleşecek dış kaynak girişinin de cari açıkların ortadan kalkması üzerinde olumlu bir etkisi söz konusu olabilecektir.

Bütün bu etkenlerle birlikte verimlilik etkisi oluşturan, büyüme ve kalkınma üzerinde de pozitif gelişme sağlayan faktörler söz konusudur ki bunların da aşağıdaki başlıklarla analizi yapılmaktadır;

- Teknolojik Gelişmeler ve Dijital Yenilikler
- Nitelikli İşgücü Sağlanması
- Etkin Kaynak Dağılımının Sağlanması olarak değerlendirilmektedir.

3.6.4. Teknolojik Gelişmeler İle Türkiye'de Ekonomik Gelişmeler Üzerinde Sağlanan Etkiler

ÇUŞ'ler özellikle 1990'lardan itibaren gelişmekte olan ekonomilere teknoloji transferi yapmakta ve özellikle yönetim ve pazarlama stratejilerini bu yaklaşım üstüne oturtmaktadırlar. 1960'lardan bu yana ise özellikle ÇUŞ'ler tarafından yapılandırılan uluslararası yatırımlar, ülkelerin teknolojik ve organizasyonel öğrenim süreçlerini güçlendirmekte, yetenek gelişimini izleyen stratejik bilgi yayılımı (GOÜ'nin kendi kapasitesine ve yeteneklerine bağlı olarak) - bilgi birikimi sağlanarak ÇUŞ'lerden elde edilen bilginin daha iyi asimile edilerek öğrenilmesine imkân tanınmaktadır.

Teknolojinin ve teknoloji üretiminin sermaye birikimiyle iç içe geçmiş olmasının yanında, uluslararası teknoloji dolaşımı da bu birikimin mantığına bağlıdır. Teknolojinin birikim sürecindeki yeri, teknolojinin uluslararası düzeyde dolaşım

biçimini de belirlemektedir. Çünkü teknolojinin dolaşım biçimleri, teknoloji üretiminde ulusal ekonomiler arasındaki eşitsizliklerin damgasını vurduğu dünya ekonomisinde, sermayenin uluslararası düzeyde genişleme ve yayılma hareketiyle birlikte gerçekleşir. Böylece, ister işlevi, ister gerçekleştiği biçimler bakımından olsun, teknoloji ihracı ancak, uluslararası düzeyde sermaye birikimi süreci olarak sermayenin uluslararasılaşması içinde anlaşılabilir. Sermayenin uluslararası düzeydeki birikim koşullarında meydana gelen değişme, teknolojinin dolaşım biçimlerinde de değişmeye yol açacaktır.²²⁶

3.6.5. Nitelikli İşgücü İle Türkiye’de Ekonomik Gelişmeler Üzerinde Sağlanan Etkiler

Bu doğrultuda Unilever ile ilgili bir değerlendirme yapacak olursak Unilever, Türkiye pazarına girdiği 1950’li yıllardan günümüze dek yatırımlarını sürekli artırmak doğrultusunda bir Türkiye yatırım politikası izlemiştir. Özellikle 2011 yılı itibariyle Türkiye’yi stratejik işletme hedefleri bakımından kendisine bir yatırım üssü, ihracat üssü ve nitelikli işgücünün de etkisiyle bir istihdam üssü olarak da görmesi yanında Unilever’in, Türkiye’ye verdiği önemi her defasında vurgulaması, üzerinde önemle durulması gereken bir konu olarak görülmektedir.

Uluslararası bir yönetim okulu olan Unilever Türkiye, insan kaynaklarındaki lider anlayışı, 58 yıllık tarihindeki bilgi birikimi, devreye alınan modern sistemler ve başarılı performans sonucunda yetiştirdiği Türk yöneticilerin, tüm dünyada giderek tercih edilmekte oluşu bunun en belirgin örneğidir. Bugün itibariyle, gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkede sayıları 50’ye ulaşan Türk yöneticiler 10’dan fazla ülkede orta ve üst düzeyde görev yapmakta ve üst düzey yönetici talebi her geçen gün artmaktadır. Bu talebi karşılamak amacıyla Unilever Türkiye, “küresel lider” yetiştirme programını hayata geçirmiştir.²²⁷

Unilever’le bir taraftan uluslararası alanda gelişme sağlayan çalışma metotları, performans ve verimlilikle ilgili yenilikler, şirket birleşmeleri ve satın almalar yoluyla ortaya çıkan ortaklık işletmeleri ve girişimler yanında yönetim

²²⁶ Erdost, a.g.e., s. 10.

²²⁷ “Unilever Türkiye Tarihçesini Öğrenin”, **Unilever Türkiye**, 18.07.2010, (Çevrimiçi) http://inside.unilever.com/region/AAC/Turkey/Pages/TR_PO_OurStory.aspx, 27 Eylül 2011.

profesyonellerinin de uluslararası standartlara ulaşması konularının Türkiye’de de yaygınlık kazanması söz konusudur. Tüm bu alanlarda sağlanan yenilik ve gelişmeler aynı zamanda var olan işletmelerin geleneksel üretim veya ticari metotlarından kurumsallaşarak modern işletmecilik standartlarına kavuşturulması açısından da büyük önem taşımaktadır.

İşte Unilever bir taraftan uluslararası alandaki birikimlerini Türk çalışanlarla paylaşarak know-how sağlamakta diğer taraftan farklı milletlerden ve bölgelerden çalışanların kaynaşmasını sağlayarak bir etkileşim alanı oluşturmakta ve bir sinerji doğmasına da yol açmaktadır. Diğer taraftan da Türkiye’deki üniversitelerde eğitim görmüş, Türkiye’de yetişmiş nitelikli işgücünü uluslararası piyasada yer alan farklı şubelerinde istihdam ederek uluslararası birikim ve deneyim kazanmalarını da sağlamaktadır.

Bunun sonucunda da tüm dünya devletlerinde yetişmiş, kalifiye ve uzman bir Türk işgücü ve yönetim profesyonelleri sağlanmış olmaktadır. Unilever’in tüm bu uygulamalarıyla model olma özelliğiyle diğer UDY ve ÇUŞ’ler de bu metotlarla hem kurumsal yapı içerisinde Türk çalışanların yoğun bir şekilde yer almasını sağlamakta hem de diğer uluslararası yatırımlarında Türk çalışanların üst düzey çalışan ve yönetim profesyonelleri arasında yer almalarını sağlamaktadır. Son zamanlarda özellikle gelişen bir yeniden yapılanma olarak da görülen bu gelişmeler sonucunda birçok dünya devletlerinde Türk yöneticilerin ve Türk işadamlarının tepe noktasında ya da uluslararası deyim ile CEO olarak görev aldığını görmekteyiz. Günümüz koşullarında benzer bir biçimde Unilever’in merkez IT departmanlarında bulunan ve tamamına yakını Türk üniversitelerinde yetişen ve yüzlerle ifade edilen beyin takımı ile tüm dünya Unilever’lerinin dijital sistem ve uygulamalarının tesisi sağlanarak ortak sistemlerle çalışılması sağlanmaktadır. Bu grup çalışanları zaman zaman sistemsel bağlantı ile network ağı yardımıyla uzak bölgelere müdahalede bulunmakta zaman zaman da doğrudan seyahatlerle diğer ülkelere lojistik destek sağlamak amacıyla geçici istihdamda bulunmaktadırlar. Her iki yöntem sonrasında da yurt dışında hem yanlış algılanan Türk imajının doğru algılanmasında etkili olmakta hem de bilgi birikimlerini çalışma alanında göstererek Türkiye’de ve Türk

üniversitelerinde yetişen nitelikli işgücünün Türkiye'nin bir başarısı olduğu düşüncesinin insanlarda oluşmasına katkıda bulunmaktadır.

3.6.6. Etkin Kaynak Dağılımı İle Türkiye'de Ekonomik Gelişmeler Üzerinde Sağlanan Etkiler

Türkiye'nin GOÜ'ler arasından GÜ statüsüne geçiş sağlayabilmesinin önemli bir diğer önkoşulu ise "Etkin Kaynak Dağılımının Sağlanması"dır. Özellikle tasarruflarda istenilen hedeflere ulaşılamaması ve sermaye birikimine gidilememesinin de etkisiyle yatırımlara yeterince kaynak ayrılamayan Türkiye'de kaynakların etkin kullanımı böylelikle daha önemli bir konu haline gelmektedir. Dolayısıyla Türkiye'de etkin kaynak kullanımı dikkate alınarak uzun vadeli politikalarla hareket edilmeli, verimlilik açısından kalkınma hedefleri ekonomik büyüme hedeflerine dayalı bir şekilde ele alınarak geliştirilmelidir.

GOÜ'ler ve AGÜ'lerde olduğu gibi Türkiye'de de çoğunlukla geleneksel çalışma metotları uygulayan kamu ve özel işletmeciliği yanında, tümüyle yenilenmiş ve modern teknolojilerle uluslararası alanda yatırıma yönelen ve modern işletmeciliğin gereklerini birebir uygulayan işletmeler bir arada bulunmaktadır. Bu aynı zamanda Pazar rekabet ortamının oluşumunda da kendini göstermektedir. Bu farklı yapılar sanayi, tarım ve hayvancılık sektöründeki üretim alanlarında söz konusu olduğu gibi, ticari alanlarda ve hatta eğitim, sağlık, finansman, sigortacılık v.b. hizmet alanlarında da etkili bir şekilde varlığını ve etkisini göstermektedir.

Türkiye'de perakende sektörünün belkemiği ya da bir başka deyimle temeli olarak görülen bakkal ve perakende sektörünün direnme gücünü kaybederek çoğu yabancı hipermarket grubuna karşı bir teslimiyet içerisine girmesinin temelinde de bu neden yatmaktadır. Geleneksel ev üretiminin ortadan kaybolmaya yüz tuttuğu ve aile işletmelerinin birer birer ortadan kalkmasına yol açan nedenler de bu gelişmeler sonrası ortaya çıkmıştır.

1980'ler sonrasında Türkiye'de Cumhuriyet tarihi boyunca karma bir ekonomi modeli uygulamasının temelini oluşturan KİT'lerin yok olmasının temelinde de bu nedenler bulunmaktadır. Çünkü bir taraftan uluslararası birikimlerini modern işletmeciliğin gereklerine uygun olarak geliştiren ve her geçen gün daha

verimli bir üretim modeli ortaya koyan uluslararası yatırımlar söz konusu iken öbür taraftan makine ve teknolojilerini yenileyemeyen, üretim ve istihdam profesyonellerinden tamamen uzak kalmış ve siyasi popülizmin pençesinde her iktidar döneminde farklı politikalar uygulamak durumunda kalan KİT'lerdeki bu olumsuz gelişmelerin tarihi de henüz çok eski değildir. Ortaya çıkan görev zararları, gerekenin üzerinde oluşturulan istihdam ve bir taraftan da üretim profesyonelleri yenilenemeyen ve çağdaş teknolojiden uzak kalan fabrika ve atölyeler söz konusu iken hem özel sektör hem de yabancı sektöre karşı rekabetin sağlanması elbette beklenemezdi. Tüm bu olumsuzlukların tabii bir sonucu olarak var olan teknolojilerin de yenilenememesi karşısında Türkiye ekonomisinde önemli yeri bulunan KİT'lerin özelleştirilmesindeki ana etken bu olsa gerek diye düşünmek durumu ortaya çıkmaktadır.

İşte bu noktada kaynakların kıt olmasına karşın bu kaynakların bir de etkin dağılımının sağlanamaması karşısında UDY'ler başvurulabilen tek seçenek olarak kalmaktadır. Unilever Türkiye, bu gelişmelerin yaşandığı yani, "Türkiye'de yağ sıkıntısı yaşanan" bir dönem olarak bilinen 1950'lerde Türkiye piyasasında faaliyetlerine başlamıştır. Unilever'in, Türkiye'de 60 yıldır sürdürdüğü bu faaliyetler sonucu her geçen gün daha da büyüyen ve gelişme sağlayan bir işletme oluşunun temelinde, kaynakların etkin ve verimli bir şekilde dağılımının sağlanması etkili olmuştur.

Unilever'in son on yıl içerisinde üstlendiği yeni misyon ile markalara odaklanma gereğinin temelinde de etkin kaynak dağılımı politikası bulunmaktadır. Birçok alanda yaygın ama kontrolsüz piyasa faaliyeti sağlamak yerine kendi alanında var olan markalarla birlikte yeni marka arayışlarının da sürdüğü ama gelişme sağlanamayan markaların ortadan kaldırılmasına dönük etkin ve daha verimli bir çalışma ortamına girilmiştir. Bununla birlikte sağlanan satış, ciro ve kârlılık sonucu gelecek on yıllık hedefte iki katı bir büyümeye ver verilmiş ve 2009'ların 40 milyar € dolaylarında bulunan cirosun 2020 yılı için hedefi 80 milyar € olarak açıklanmıştır. Kaldı ki henüz ikinci yılında bu cironun 50 milyar €'ya ulaşması bu hedefin hayalden öte bir gerçeğe dayandığının göstergesi niteliğinde olup iki yıl içerisinde % 25 dolayların bir büyüme gerçekleştirilmiştir.

Özetle Türkiye’de var olan işletmecilik ve aile işletmeciliğinden modern işletmeciliğe geçişte yaşanan aksaklıklarla birlikte işletmelerde de tam bir kurumsallaşma sağlanamaması etkin kaynak dağılımını da olumsuz etkilemektedir. Bu aynı zamanda verimliliği de azaltan bir etki ortaya çıkarmaktadır. Bu aksaklığa tarım sektöründe verilebilecek en önemli örnek miras yoluyla parçalanmış ve daralan alanlarda modern tarım işletmeciliğinin yapılamaması yanında yapılanlarda da rekoltenin düşük seyri ve bunun sonucunda ise birçok alanda üretimden vazgeçilmesi olarak gösterilebilir. Hayvancılıkta etkinlik sağlanamamasındaki etkenler ise çiftlik ve meraların yok olmaya yüz tutması ve hayvancılık yapılacak alan sağlanamaması, üretimden tüketime giden yol üzerinde engeller oluşturulması ve böylece üretimin iç piyasa taleplerini karşılayamaması sonucu ithalata gidilmesi, üretim yeteneğini daha da körelmekte ve hayvancılıkta da dışa bağımlı bir ülke modeli ortaya çıkmaktadır.

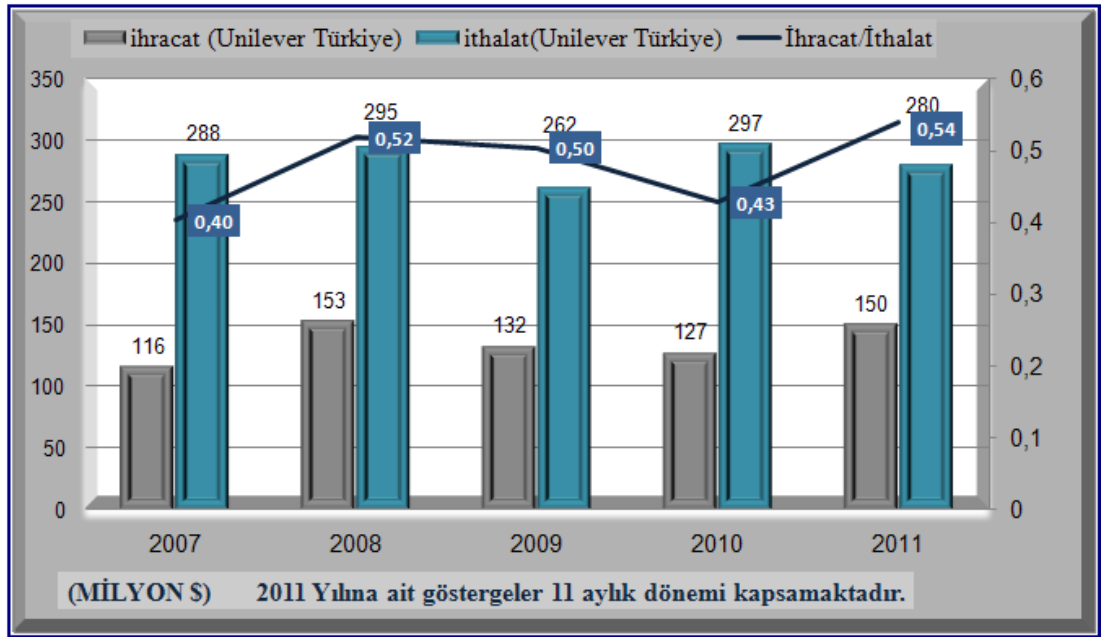
Sanayi ve ana sanayide etkin dağılım sağlanamamasının önünde söz konusu olan engeller aynı zamanda kurumsallaşmaya gidilememesinin de temel nedeni olarak görülmektedir. Bunlar; Aile işletmeciliğinin aşılabilmesi, miras ve diğer anlaşmazlıklar sonucu işletmelerde yaşanan bölünme ve küçülmeler, kişisel isteklerin kurumsal faktörler önünde tutulması, gelişen dünya koşullarına uyum sağlanamaması (teknolojik yenilikler, yönetim profesyonelleri, Ar-Ge) v.b. olarak görülmektedir.

Yukarıda belirtilen tüm bu faktörler dışında ayrıca know-how ve inovasyon ile de piyasalar üzerinde oluşan bir takım etkiler gözlemlenmektedir. Özellikle know-how etkisiyle gerek Unilever gerekse diğer bazı UDY’lerin yerli yatırımlar ve yatırımcıların hedef ve vizyon değişikliklerine yöneldiği görülmektedir. Bir takım yerli işletmelerin politikalarını buna göre belirlemeleri ve benzer çizgilerde hareket etmeleri aynı zamanda Türkiye’deki yerel yatırımcıların da dış piyasa arayışlarına yönelmelerini sağlamaktadır. Diğer taraftan UDY’lerin çoğunlukla başvurdukları bir yöntem olarak görülen birleşme ve satın almalarla, yerel işletmeler tarafından söz konusu edilen yabancı ortaklığın çekiciliği bir araya geldiğinde yabancı yatırımcıların know-how’ından yararlanılması amaçlanmaktadır. Böylelikle know-how uygulamalarını da Türkiye’deki ekonomik gelişmeler üzerinde etkili görülen faktörler arasında değerlendirmek gerekmektedir.

3.6.7. Dış Ticaret Faktörleri ile Türkiye’de Ekonomik Gelişmeler Üzerinde Sağlanan Etkiler

Unilever Türkiye’nin grafik 3.3’te belirtilen dış alımlarından oluşan ithalat rakamları çoğunlukla ara mal ya da hammadde ihtiyacının temininde söz konusu olmakla birlikte kısmen mamul maddeler ve teknoloji transferine dayalı dış alımları da kapsamaktadır. Buna karşılık ihracat rakamları ise genellikle yakın komşu ülkeler arasında yer alan ve çoğunlukla Kafkasya, İran ve Orta Doğu’ya gerçekleşen dış satımları kapsamaktadır.

Grafik 3.3: Unilever Türkiye’de Dış Ticaret Faktörleri (2007-2011)



Kaynak: “Unilever’de Dış Ticaret Faktörleri” Unilever Türkiye Web Sayfası, Unilever Sürdürülebilirlik ve Unilever Magazin Yayınlarından Alınan Verilerle Tarafımızdan Hazırlandı, (Çevrimiçi)www.unilever.com.tr, 15 Aralık 2011.

Unilever, Türkiye’de yer alan ve uzun vadeli bir geçmişe dayanan bir UDY şirketi olmasının da etkisiyle bir taraftan yurt dışı oluşumlarla organik ve ticari bağlarını sürdürürken diğer yandan da tüm bu ülkelerde yoğun bir piyasa araştırması ve maliyet analizi politikası uygulamaktadır.

Unilever’in dış ticaret rakamları ile Türkiye’nin dış ticaret rakamları karşılaştırıldığında dış ticaret dengesini bozan ya da dış ticaret açıklarına yol açan bir

yapı göze çarpmaktadır ki bu çoğu UDY şirketinde de bu şekildedir. Böylece Unilever tarafından gerçekleştirilen dış ticaret miktarlarından da anlaşılacağı gibi, Türkiye genelini yansıtan özelliğin daha da gerisinde negatif bir görünüm ortaya çıkmaktadır. İhracatın, ithalatı karşılama oranının Türkiye ortalamalarının da altında olması, Türkiye'nin ekonomik büyüme performansını da olumsuz etkilemektedir.

Dolayısıyla dış ticaret açıklarına ve dolaylı olarak ödemeler dengesinde sapsmalara yol açan ve döviz mevduatını negatif etkileyen bu görünüm, diğer UDY şirketlerinde de yaklaşık oranlarda gerçekleşmektedir. Bunun sonucunda ise *UDY'lerin dış ticaret politikalarının, Türkiye'nin büyüme hedeflerini negatif etkilediği ortaya çıkmaktadır.*

3.6.8. Piyasalar Üzerindeki “Know-How” İle Türkiye’de Ekonomik Gelişmeler Üzerinde Sağlanan Etkiler

Unilever tarihinde know-how'ın büyük önemi bulunmaktadır. Çünkü Unilever henüz Unilever olmazdan önce sadece margarin üreten Unie şirketi olduğu dönemlerde mège Mouriès' in know-how'ını satın alarak kendi alanında büyük bir atılım sağlamıştır.

Daha önce belirtildiği gibi Unilever'in kuruluş öncesi politikaları da now-how'a dayanmaktaydı ve 1871 yılında, Jurgens ailesinin yönetimindeki ileri görüşlü bir Hollanda şirketi, Mège Mouriès'nin know-how'ını satın almıştı. O tarihlerde en büyük tereyağı ihracatçısı olan Hollanda'daki girişimciler margarinin potansiyelini görmüş ve kısa bir süre sonra yerli rakipleri Van den Bergh de margarin üretmeye başlamıştı. Bu iki şirket arasında yaşanan amansız rekabet, 1907 yılında aralarında bir ortaklık kurulana kadar devam etmişti. 1928 yılında Van den Bergh & Jurgens ile diğer küçük firmalar bir araya gelerek Margarine Unie'yi kurdu.²²⁸

UDY'lerde, son yıllarda ağırlıklı olarak görülen yöntem birleşme ve satın almalar olarak kendini göstermektedir. GOÜ'ler açısından bu uygulamalar her ne kadar tercih edilen ülkeler olması açısından pozitif olarak değerlendiriliyor olsa da yerli işletmelerin finansman sorunu bulunmayan yabancı ülke şirketlerine birer birer satılıyor olması GOÜ açısından negatif gelişmelere de yol açmaktadır.

²²⁸ “Unilever Global Tarihçe”, Unilever Türkiye, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/aboutus/our-history/unileverglobal.aspx>, 07 Eylül 2011.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Gerek ulusal gerekse uluslararası literatürde yer alan çalışmaların birçoğunda UDY'lerin yatırım, üretim, pazarlama, satış ve kâr aşamaları sonrası yapılan vergilendirmelerle, GSYH'ye etki vd. katkı süreçlerinin ancak uzun vadede büyüme etkisi oluşturacağı belirtilmiştir. Bir diğer görüşe göre ise henüz yatırım kararı aşamasında iken; yatırım ve teknoloji transferi, istihdam artışı ve döviz rezervine olan etkiyle UDY'lerin, ülke ekonomisi üzerindeki etkisinin çok kısa bir sürede gözlemlenmeye başlanacağı ifade edilmektedir. Burada, yeni yatırımların uyandıracığı hızlandıran etkisi sonucu sektör üzerinde aynı zamanda bir canlanma yaşanması da kaçınılmaz olacaktır.

Ancak son yıllarda gerek doğrudan yatırımlar, gerek portföy yatırımları, gerekse diğer sermaye hareketlerinin ana sanayi ve üretim alanına yönelmek yerine çoğunlukla finansal mali piyasalar, perakende ve diğer ticari sektörlerle hizmetler sektöründe yoğunlaşması, üretim ve istihdam sağlamaktan uzak bir etkiye yol açmıştır. Yeni yatırımlar yerine çoğunlukla birleşme ve satın almaları tercih eden, özelleştirmeler aracılığıyla hazır tesislere giriş yapan uluslararası sermaye, reel ekonomi üzerinde gözle görülür bir etki oluştursa da bu etkinin Türkiye ekonomisine yansımaları beklentilerin çok gerisinde kalmıştır. Ayrıca Türkiye'de yüksek faiz oranları, hisse senedi piyasası ve dövizde yaşanan spekülasyon dalgalarının etkili olduğu finansal yatırımlar aynı zamanda arbitraj gibi negatif etkilere de neden olmuştur. Tüm bu gelişmeler Türkiye'de dışa bağımlılığın daha da artmasına ve risk faktörlerine karşı ekonominin kırılgan bir hale gelmesiyle eş anlam taşımaktadır.

Türkiye'nin, Avrupa, Orta Doğu ve Orta Asya'nın bağlantı noktasında yer alması, bu bölgeleri birbirine bağlayan coğrafi konumunun stratejik açıdan önem taşıması ve kendi iç piyasasında sahip olduğu dinamizmi, bölgesel birtakım fırsatları da sağlamaktadır. Tüm bu gelişmeler sonucudur ki yaşanan global krizin GÜ piyasalarındaki dalgalanmalarından etkilenen küresel likidite arzı, GOÜ'lere ve dolaylı olarak Türkiye'ye yönelmiştir.

Buna karşın yabancı yatırımcılar başta olmak üzere, yatırım girdilerinin sağlanması aşamasında teknoloji ve ara mal tedariki yanında mamul madde tedariklerinin de merkezi ya da köken ülkeden temin edilmesinin bir sonucu olarak

ithalat rakamlarında yüksek artışlar ortaya çıkmıştır. Yabancı yatırımcıların ihracatlarının, ithalatı karşılama oranının Türkiye ortalamalarının üzerinde olduğu ise bir başka gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır. Böylelikle Türkiye’de yaşanan dış ticaret farkları ya da dış ticaret açığının bir nedeninin de yabancı yatırımcılar olduğu görülmüştür. Her ne kadar ara malı ve teknoloji ithalatının bu artışların yaşanmasında etkili olduğu öne sürülse de, yabancı sermayenin dış ticaret faktörleri açısından büyüme üzerinde kısa vadedeki etkilerinin Türkiye ekonomisine negatif olarak yansıdığı görülmüştür.

Türkiye’de yerleşik şirketlerin, know how’lardan etkilenerek yatırımlarını ülke dışına genişletmeleriyle, bu ülkelerde ihtiyaç duyulan emtia, teknoloji, ara mal ve mamul madde ihtiyaçlarının öncelikle Türkiye’den karşılanması seçeneği ithalatın bu etkisini kısmen de olsa azaltmış olacaktır. Yatırım girdilerinin Türkiye’den karşılanması ve Türkiye’nin, ara mal ve teknoloji ihracatı ile tedarikçi bir ülke konumuna gelmesiyle de büyüme ve kalkınma üzerindeki pozitif etkilerle ekonomik gelişmelerde de süreklilik sağlanmış olacaktır.

Uluslararası sermaye hareketlerinin bir diğer türü olan ve İMKB’de % 65’e ulaşan yabancı portföy yatırımları da ekonomik büyüme üzerinde etkili olmakla birlikte çalışma konumuz dışında yer aldığından genel hatlarıyla ele alınmıştır. Türkiye’de döviz mevduatı oluşumuna pozitif katkı sağlayan, dış borç gereksinimini azaltarak yüksek faiz ödemelerinin düşmesini sağlayan, kamu borçlanma gereğinin asgari seviyelere çekilmesini sağlayan ve merkez bankası para politikası araçlarının kullanımı üzerinde pozitif etki uyandıran özelliğiyle de portföy yatırımları önem kazanmaktadır. Böylece ülkenin döviz rezervi artışında da portföy yatırımları etkili olmaktadır. Tabii ki portföy yatırımlarının kısa vadeli spekülasyonla ülke ekonomisinde ortaya çıkarabileceği risklerin de göz ardı edilmemesi gerekiyor.

Son yıllarda, Türkiye’de gerçekleşen UDY’lerin bağımsız kategoriler olarak tanımlanan ve ekonomi üzerinde pek fazla bir etki uyandırmadığı alan olarak görülen bazı sektörlerde yoğunlaştığı dikkat çekmektedir. Bu sektörlerde yoğunlaşan yatırımların dolaylı bazı etkileri bulunmakla birlikte negatif etkilerinin çok daha fazla olduğu görülmektedir. *Genellikle ticari kategoriler arasında görülen bu sektörlerden **Birincisi**, ülkede mevcut KOBİ ölçekli sektörel kuruluşlar olarak*

görülen yerel hipermarketlerin de satın alınarak kartelleşme yapısına bürünen Yabancı Perakende Sektörleridir. İkincisi, çoğunlukla lisans ve patent hakkı vererek faaliyet yürütmekte olan akaryakıt sektörleri, Üçüncüsü ise yeni yatırımlar yerine çoğunlukla var olan sektörel girişimleri satın alarak ülkeye giriş yapan ve sigortacılık ve bankacılık alanlarını da kapsayan finansal sektörlerdir. Bu sektörler kayda değer bir yatırım gerektirmediği gibi ülke ekonomisi açısından kayda değer bir katma değer de sağlamamaktadır. Bir diğer sektör ise yukarıda belirtilen bazı sektörleri de kapsamına alan hizmet sektörü yatırımlarıdır ki, özellikle 1990'lar sonrasında hizmet sektörü alanındaki yatırımlarda tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de yoğunluk yaşanmıştır. Tüm bu alanlarda gerçekleşen yabancı yatırımların, prestij etkisi uyandırmak dışında çok fazla bir etkisinin bulunmadığı görülmüştür. Yeni ve artı yatırım gerektirmeyen bu sektörlerin en belirgin etkisi, nakit akışının yoğun olduğu alanlarda ortaya çıkan kaynak transferine yol açma özelliğinde olmasıdır. Uzun vadeli olarak ele alındığında bu kategorideki yatırımların aksine zararlı etkilerinin ileri noktalara varabileceği endişe verici boyutlardadır.

Türkiye açısından UDY'ler, bir yandan makro ekonomik verilerdeki göstergelerin pozitif seyri ile olumlu görülürken, diğer taraftan özellikle transferlerle negatif etkiye de yol açmaktadır. Ülke kaynaklarının sürdürülebilir kaynaklar haline gelmesinin sağlanmasında yaşanan gecikme ve aksaklıklar, yaşanan çevre felaketleri, ülke vatandaşlarının üretimden çok tüketim alışkanlığına yönelik bir zihniyete bürünmesi v.b. negatif etkiler bunlardan sadece bir kısmıdır.

Türkiye'de gelişme ve kalkınma politikalarının kısır tartışmalarla birlikte sermaye birikiminden yoksun kalmasının da etkisiyle bu açığın, uluslararası sermaye ile kapatılması seçeneği söz konusu olmaktadır. Tüketim alışkanlıklarının gün geçtikçe çılgınlık boyutlarına varması, tasarruf alışkanlığının yastık altı da denilen ölü bir birikim veya iddihar ile yatırıma yönelecek bir sermaye birikimin oluşumunu imkânsız kılması yatırımların önündeki en büyük engel olarak görülmektedir.

GOÜ'ler açısından bakıldığında üzerinde dikkatle durulması gereken nokta ise dış ticaret farklarında ortaya çıkan negatif göstergelerdir. Birçok GOÜ'de olduğu gibi Türkiye'de de ihracatın ithalatı karşılama oranında yaşanan olumsuz tablo karşısında izlenen politikalarda sonuç alınamaması ve bu açığın her geçen yıl artan

oranda yükselişini sürdürmesi durumu söz konusudur. Türkiye açısından makro açıdan gözlemlenen bu olumsuz tablo Türkiye’de faaliyet gösteren UDY işletmelerinde de benzer bir özellik sergilemekte ve bu işletmelerde de söz konusu farklar yüksek oranlarda seyretmektedir. Bu konu, ülke ekonomisinde ciddi olumsuzlukları beraberinde getirmekte ve önlem alınmaması durumunda daha ciddi sorunlara yol açabileceği gözlemlenmektedir. Dolayısıyla pazar ekonomisi koşullarında her ne kadar müdahaleye yer olmadığına dair yaklaşımlar söz konusu olsa da gerektiğinde, Türkiye’nin milli çıkarları gözetilerek birtakım müeyyideler gözetilmelidir. Şöyle ki-; ***gerek yerli gerekse yabancı olsun ithalata yönelen bir işletme açısından ihracat karşılığı ithalat müeyyidesi*** bu farkın sınırlandırılmasında etkili olabilecektir. Bir işletme yatırım ve üretim faaliyetleri gereği ithalata zorunlu olarak yönelebilir. Ancak, ithalat karşılığı ihracat taahhüdü içerisinde hareket edilmesi gerekir. İhracatın üzerinde gerçekleşen ithalat, yüksek vergi ve gümrük oranları uygulamasına gidilerek denge sağlanmasında etkili olabilecek bir yöntem olarak ele alınmak durumundadır.

Bununla birlikte aşağıda ele alınacak bazı risk faktörlerinin de gözden uzak tutulmaması ve bu risklere karşı bir takım tedbirler alınması gerekir.

- ❖ Merkez Bankası Para Politikaları, ***Arbitraj ve diğer spekülatif işlemlere*** fırsat vermeyecek nitelikte belirlenmelidir.
- ❖ Üretime dayalı yatırım politikaları, ***etkin kaynak dağılımı ve kullanımı*** ilkesi ile hareket edilerek uzun vadeli politikalarla belirlenmelidir. Yatırımlar, üretimde verimlilik esas alınarak, kalkınmaya dayalı büyüme politikalarıyla düzenlenmelidir.
- ❖ Kamu maliyesini destekleyici politikalara yer verilmelidir. Vergiden düşülebilen giderlerin artırılarak vergi ödemelerinin asgari seviyede gerçekleşmesini sağlayan girişimler kontrol altına alınmalıdır. İşletmelerin riskli görerek vergi kaçırma girişimlerinden uzak dururken, legal işlemlerle ***“Vergiden Kaçınma Politikaları”na yönelmelerine meydan verilmemelidir.***
- ❖ Tedarikçilerin ülke içerisinden seçimine ağırlık verilmeli, tedarik ve satın almaların yapılacağı kişi ve kurumların kayıt içine dâhil olup olmadığının araştırılarak seçimi koşulu sağlanmalıdır. ***“Kayıt dışı ekonomi”ye karşı kamu hassasiyetinde*** politikaların, uluslararası yatırımlar tarafından izlenmesi gerekliliği

sağlanmalıdır. Bu hassasiyet kamudaki maliyetlerin daha geniş bir tabana yayılması ile sonuçlandırıldığı anda, büyüme ve kalkınma oranları yükselerek ekonomik gelişmede süreklilik ve gelir artırıcı etki de sağlanmış olacaktır.

❖ Bulunulan ülkede *yerel ya da global kaynaklı ekonomik risk, kriz ve beklenmeyen negatif gelişmelere karşı uyarı sistemleri ve toplumsal duyarlılık* içerisinde hareket edilmesi sağlanmalıdır. Yatırımların askıya alınmaması, Ülkenin terk edilmemesi, rant ekonomisine yönelinmemesiyle birlikte spekülasyon girişimleri kontrol altında tutulmalı ve buna karşı önlemler alınmalıdır. Sonrasında yapılan tesbitlerde yasaların geriye dönük işletilebilmesi caydırıcı etki oluşturacaktır.

❖ *Ticari sektörler, (örneğin: perakende) hizmet sektörleri, patent ve telif hakları* ödemeleri kontrol altında tutulmalıdır. Kayda değer bir yatırıma yönelmediği halde ulus ötesi lisans ve telif hakları ile patent nedeniyle büyük miktarlarda kaynak transferine yol açan bazı ticari girişimlere karşı önleyici politikalar geliştirilmek durumundadır. Ayrıca bu tür sektörler teşvik ve muafiyetlerin dışında tutulmalıdır.

❖ İstihdam politikası stratejileri belirlenirken *Uluslararası Standartlara uyum ve sosyal adaleti sağlayıcı tedbirler* dikkate alınmalıdır. Ücretlerin düşük tutulmasının işletmelerin geleceği açısından risk teşkil ettiği bilinmelidir. Global krizlerin genellikle GOÜ'lerdeki yıkıcı etkilerinin daha büyük olduğu göz ardı edilmemelidir.

Son yıllarda UDY'lerde ücret düşürülmesi uygulamalarına gidildiği ve ucuz işgücü arayışının yönelmesi politikaları etkili olmaktadır. Bu durum elbette Türkiye'deki istihdam politikaları açısından belki de kayıtlı işsiz sayısında artışa yol açmayacaktır. Ancak, yaşam standartlarının yükseltilmesi doğrultusundaki refah artışlarına karşı aykırılık göstermektedir. Bu yaklaşım ve uygulamalar uzun vadede UDY'leri de olumsuz etkileyebilecek bir gelişme olarak görülmelidir. Çünkü insanların gelir seviyesi düştükçe tabii olarak satın alma gücü azalmakta ve harcama kalemlerini sınırlama yoluna gitme eğilimi belirlemektedir. Bu da üretimlerini her geçen gün daha da artırmayı amaçlayan yatırımcıların ürettikleri malların satışında zorlanabilecekleri bir ortama yol açmaktadır. Ayrıca ödenen düşük ücretler çok daha fazla kâr transferi gibi negatif bir etki de doğurmaktadır.

❖ Yerli ya da yabancı tüm yatırım aktörleri, toplumdaki *farklı kesimlere eşit mesafede* yer almalıdır. İstihdam ve tedarikçi temininde ve uluslararası alanda

yapılan anlaşmalar gereği piyasa uygulamalarında ulusal ve uluslararası işletmeler açısından haksız rekabete meydan verebilecek uygulamalar kontrol altında tutulmalıdır.

❖ Sosyo-kültürel faktörler açısından ayırım ve sınıflandırmalar yapılarak insanların dünya görüşlerinden dolayı (inanç, gelenek, görenek, örf ve adet, sosyal statü v.b.) çalışma alanları kısıtlanmamalıdır. İnanç ve düşünceler ve davranış biçimleri, kamu güvenliğini tehdit etmedikçe çalışma hayatına katılımında engel olarak görülmemelidir. ***Çalışma hayatı ve üretime genel katılım içerisinde*** toplumun tüm kesimlerinin üretimde yer alması ve katkıda bulunması sağlanmalıdır. Hem yerli hem de yabancı yatırımlar genellemesinde, keyfiyete meydan verilmemeli, tüm bu haklar ortak vatandaşlık hakkı sayılarak yasal güvence altına alınmalı ve benzeri kısıtlamalar kamu menfaatine aykırılık niteliğinde değerlendirilmelidir. Kamuda olduğu gibi yerli ve yabancı özel girişimlerde de objektif kriterler genellemesi ile işe girişler sağlanmalıdır.

❖ Tüketici politikaları belirlenirken gösterilen hassasiyet, üretim politikalarında da gösterilmelidir. ***Çalışanlar, yöneticiler ve karar alıcılar arasında toplumun tüm katmanlarından insanların yer alması sağlanmalıdır.*** Yabancı da olsa bir işletme, toplumun bir aynası misali, bulunduğu toplumun özelliklerini yansıtmalıdır.

UDY'lerle birlikte Türkiye'de, güçlü ve zayıf yapılar ve ortaya çıkabilecek fırsat ve tehditler bulunduğu ve bunların göz ardı edilmemesine dair bulgular elde edilmiştir. UDY'ler, Türkiye ekonomisinin geleceği açısından uzun vadeli ve ileri boyutlu bir şekilde ele alınarak direnç noktalarının test edilmesi, kırılma yapıyı ortadan kaldıracak analizlerle risk politikalarının önceden belirlenmesi gereği söz konusudur. Diğer GOÜ'lerde gerçekleşen UDY'lerle karşılaştırılarak, Türkiye'deki günümüz koşullarına uygun yatırım politikaları, verimlilik artışı ve pozitif sonuçlara yönelik makro düzeyde SWOT çalışmalarını gerekli kılmaktadır.

Türkiye'de 60 yıllık yatırım geçmişine sahip olan ve ÇUŞ statüsünde bulunan Unilever'in de içerisinde yer aldığı UDY'lerin, sağladıkları fırsatlarla pozitif etkiler yanında, tehdit boyutlarında bazı risk ve negatif etkileri de bulunmaktadır. Aşağıda direkt fırsat olarak değerlendirilen bu tespitler, bazen hem bir fırsat avantajı hem de bir tehdit riskini bir arada bulundurmaktadır. UDY'lerin güçlü ve zayıf

yanları olarak da görülen bu yaklaşımlar, Türkiye açısından fırsata dönüştürülmeli, ekonomide negatif etki uyandıran faktörler, tehdit boyutundan çıkarılarak ekonomi politikalarının etkinliği sağlanmalıdır. Böylelikle ekonomi politikaları ve politika belirleyicilerin, dolayısıyla siyasi iradenin istikrar politikaları üzerinde doğrudan etkili olduğu sonucuna da ulaşılmış olmaktadır.

Çalışmalarda elde edilen bulgularla; Türkiye ve diğer GOÜ ekonomilerinde, UDY girişleriyle görülen fırsatlar ve bu fırsatların sağlayabileceği pozitif etkilerden bazıları aşağıda belirtilmektedir. Buna göre **UDY'lerin;**

- Finansal açıdan güçlü bir yapıya sahip şirketler olması,
- Akademik dünya ile işbirliği içerisinde hareket etmesi,
- İleri teknoloji ve dijital yeniliklere (Ar-Ge) dayanan gelişmeler sağlaması,
- Küresel ölçekli yatırımlarla güçlü iş ortaklıkları ile bağı bulunması,
- Çevre ve sosyal sorumluluk projeleri içerisinde yer almaları,
- İnovasyon gücü ve enerjisine sahip olmaları,
- Know-how sağlamaları,
- Sektörel avantajlarla maliyet düşürücü etkiye sahip olmaları,
- Uluslararası pazar ekonomisi birikimini bu ülkelere taşımaları,
- Çalışanların niteliklerinin uluslararası birikimlerle donanımlı olması,
- Uluslararası deneyimle diğer ülkelere intibak sağlanabilmesi,
- İş İlkeleri ve iş ahlakı kurallarına uluslararası standartlar doğrultusunda uyum sağlanması çabaları,
- Hizmet içi eğitimle çalışanların, yurtiçi-dışı eğitimlerden yararlandırılması,
- Bir yerde öğrendiğini başka yerde uygulamak avantajına sahip oluşları,
- Alanında uzmanlaşmış bir İnsan Kaynakları yapısı oluşturma çabaları,
- Dış piyasalardan bilgi ve yönetim profesyonelleri girişi,
- Yüksek ciro ve hacimli işletmeler olmaları,
- Yerli Ortak (Joint venture) ile ülke ve piyasayı tanıma imkânı sağlamaları,
- Yerli şirketlerle ortaklık imkânları,
- İhracat eğilimi oluşturulması gibi, UDY yatırımlarının gerçekleştiği ülke ekonomilerine pozitif katkılar sağlayan ve gelişmeye yönelik büyümeye yol açan faktörler söz konusudur.

Çalışmalarda ayrıca *GOÜ'ler ve dolaylı olarak Türkiye ekonomisindeki zayıf ve kırılğan yapı nedeniyle, UDY girişleriyle birlikte risk ve tehdit olarak algılanabilecek bazı bulgulara da ulaşılmıştır ki bunlar, UDY'lerin;*

- Güçlü finansal yapılarıyla yerli yatırımlara karşı rekabet üstünlüğü sağlamaları,
- İleri teknolojiler ve dijital yeniliklere dayanan gelişmelerle yerli yatırımlara karşı rekabet üstünlüğü sağlamaları,
- Çevre ve sosyal sorumluluk projeleri içerisinde seçici davranmaları,
- Bilgiyi saklama politikaları sonucu know-how'ından yararlandırmamaları,
- Güçlü bir uluslararası dirence sahip olmaları,
- Yeni (greenfield) yatırımlar yerine yerli şirketleri satın almaları,
- Farklı ülkelerdeki yatırımlar arası işbirliği ve dayanışma ile hammadde, mamul ve işgücü transferinde ülke/maliyet analizi yapma imkânı sağlamaları,
- Bölgesel ve sektörel açıdan yapılan yatırımlarda seçici davranmaları,
- Küresel kuruluşların da desteğiyle baskı gücü oluşturmaları,
- Dünyaca tanınmış markalar portföyü bulunmakta ve markalarının uluslararası düzeyde tanınmasını sağlama gücüne sahip bulunmaları,
- Teknik altyapı yetersizliğinden bölgelerarası yatırım dağılımındaki düzensizlik,
- Ülke halklarının müşteri olması özelliğine bakılarak ayrıma gidilmezken; çalışanların seçimi, terfisi, ücretlendirmesi, yönetim ve üst yönetim oluşumunda tarafsız davranılmaması,
- Üretim, satış, pazarlama ve reklam faaliyetlerinde sosyo-kültürel yanların göz ardı edilmesi (yabancı masal kahramanlarının model alınması),
- Çalışma saatleri artırılıp, mesai dışı çalışmalar ücretlendirme dışı tutularak aynı zamanda vergi kaybına yol açan vergiden kaçınma uygulamalarına gidilmesi,
- Yatırımlarda bölgesel denge gözetilmeyerek etkin yatırım amacından çok kâr marjını artıran yatırımların tercih edilmesi ve bunun sonucunda da kamu maliyetlerini artırıcı etkide bulunulması,
- İşletmenin büyüme hedefi politikaları doğrultusunda hareket edilmesi ve bunun çalışanların refah düzeyinde gün geçtikçe düşme eğilimine yol açması,
- Kâr, sermaye, teknoloji v.d. transferlerdeki kısıtlamaların tamamen kaldırılması,

- İşgücüne talebin azalması ve işsizlik oranlarında artış eğilimi ile istihdamın azalması,
- İşgücü temininde seçici davranış ve keyfiyet içerisinde hareket edilmesi,
- Çevre ve sosyal sorumluluk projeleri arasında bir standart oluşumuna gitmekten uzak bir biçimde özerk ve seçici olarak davranılması,
- Son olarak UDY'lerin Kartel ve tekel oluşumuna yol açması sonucu, KOBİ ölçekli yerel işletmeler rekabet direncini yitirmekte ve sektörel bir yığılılığa yol açılmaktadır. Böylece ülke ekonomisinde dışa bağımlılık daha da artmaktadır.

GOÜ'ler açısından söz konusu edilen tüm bu fırsat ve tehditler bir yana, UDY'lerin de fırsat ve tehdit olarak algıladıkları bazı faktörler söz konusudur. Fırsatlar, UDY'ler tarafında çekici bulunmakta, tehditler ise bazı çekincelere yol açmaktadır. UDY'ler açısından bir takım ayrıntıları da ortaya çıkartan faktörler içerisinde **fırsatlar** olarak görülenler aşağıda sıralanmıştır. **Bunlar;**

- Türkiye'de ortaya çıkan ekonomik büyüme beklentileri,
- AB ve diğer ülkelerle gümrük birliği sağlanması, vize uygulamalarının kaldırılması ve serbest dolaşım hakları alanında yaşanan gelişmeler,
- İleri teknolojiyle uyumlu nitelikli işgücü,
- Coğrafi koşulların elverişliliği,
- Nüfus yoğunluğu ve genç nüfusa sahip bir ülke özelliği,
- Çevre faktörleri,
- Piyasanın yüksek kâr marjı sağlama özelliğinde olması,
- Verimlilik artışı sağlanabilme kabiliyeti,
- Hammadde kaynaklarının bol ve ucuz olması,
- Teknik altyapı sağlanması,
- UDY'lere karşı yoğun talep oluşumu,
- Teşvik ve muafiyetlerle yatırımların artırılmasına katkı,
- İç ve dış piyasaların çekiciliği,
- Ülkede yaşanan siyasi rekabet ve kısır tartışma ortamları,
- Kâr, sermaye, teknoloji v.d. transferlerde herhangi bir kısıtlamanın olmaması,
- İşgücü maliyetlerinin düşük seyri,
- Demokratik rejim ve serbest piyasa uygulamalarının sağlanması,

- Serbest piyasa koşullarının işlerliği,
- Güven ortamı sağlanması ve profesyonel güvenlik sistemleri,
- Enerji ihtiyaçlarının karşılanması,
- Özelleştirmelerle kâr sağlayıcı yatırımların gelişimi,
- Serbest bölge uygulamaları,
- Teşvik ve muafiyetler,
- Güvenilir bir ülke ve güven verici piyasa avantajı ve daha birçok özellikten söz etmek mümkün görünmektedir.

Yukarıda belirtilen fırsatlar, UDY'ler açısından ortaya çıkan güçlü yanlar olarak görülürken, ***UDY'lerin kendileri açısından tehdit olarak algılayıp riskli gördükleri bazı faktörler ise aşağıda belirtilmiştir. Bunlar ise;***

- Uluslararası rekabet koşullarına aykırı gelişmelerin söz konusu olması,
- İleri teknoloji ürünü makine ve teçhizatların kullanımını gerçekleştirecek nitelikli işgücünün yetersiz kalması,
- Bilginin ve şirket know-how'ının yayılma riski bulunması,
- Gelir dağılımı eşitsizlikleri ve bu eşitsizliğin ülke halkının satın alma gücüne yansımaları,
- Talep yetersizliğinin söz konusu olması,
- Merdiven altı da denilen kayıt dışı ile mücadelede yetersiz kalınması,
- Rüşvet ve yolsuzluklar karşısında direnç sağlanmakta zorlanılması,
- Performans kültürünün doğru bir şekilde çalıştırılmaması,
- Kâr ve kazanç transferlerinde sınırlamalara gidilmesi,
- Bilginin çalınması ihtimalleri,
- Yerli yatırımların gelişmesi ve kurumsallaşması,
- Diğer UDY'lerle rekabetin kâr marjlarını azaltması,
- Bürokratik engel, kısıtlama ve kırtasiyelere gidilmesi,
- Kartel ve tekel oluşumu,
- MB para politikası uygulamaları,
- İthalata getirilen sınırlamalar,
- Nitelikli işgücü azlığı,
- Enerji maliyetlerindeki artışlar,

- Küresel karşıtı kamuoyu ve eylemler,
- İç hukukta yer alan kısıtlayıcı hüküm ve mevzuatlar,
- Çevre faktörü,
- Teknik altyapı yetersizliği,
- Çalışanlarda yabancı dil bilgisi yetersizliği,
- Trafik yoğunluğu ve gürültü kirliliği,
- İnsan sağlığını tehdit eden olumsuzluklar,
- Güvenlik ve asayiş tehdit eden unsurlar,
- Bölgesel az gelişmişlik,
- Gelir dağılımı dengesizlikleri,
- Satın alma gücünün azalması,
- Yabancı düşmanlığı,
- Mesleki eğitimde yeterli gelişme sağlanamaması,
- Etkin kaynak dağılımının sağlanamaması,
- Enflasyon ve faiz artışları,
- Güvensizlik ortamı,
- Patent-telif hakları ve lisans haklarına uygun hareket edilmemesi,
- İç piyasa birikimleri yetersiz kalmakta ve piyasa iyi tanınmamaktadır,
- İç piyasalardaki diğer negatif etkenler ve Ürünlerin güvenilirliğine karşı etik dışı yıpratmalara gidilmesi (örneğin; üretimde domuz yağı ürünleri kullanıldığı doğrultusunda propagandalar) ile birlikte benzer nedenler UDY'ler tarafından çoğunlukla bir risk ve tehdit olarak algılanmaktadır. Bazı noktalarda ise UDY şirketleri ile ülke çıkarları çatışma içerisinde kalabilmekte ve çoğunlukla da küresel güçlerin isteklerine uygun arayış ve çözümlere gidilmesi ile sonuçlanmaktadır. Yapılan tüm bu değerlendirmeler sonucu elde edilen bulgulara da dayanarak UDY'ler açısından varılan ortak kanı, Kindlberger'in de deyimiyle "toplamı sıfır olmayan bir oyun" (non zero sum-game)'dur.

Büyümeyle birlikte artan GSYH ve dolaylı olarak milli gelirden ortaya çıkan artışlar da, toplumsal refah seviyesini yükseltmekte, toplumdaki gelişmişlik statüsü de bir kalkınmışlık göstergesi olarak değerlendirilmektedir. Ekonomik büyümede, GSYH'de sayısal artış sağlanması ancak üretmekle sağlanabilir. Kalkınmada ise

nitelikli toplumsal yapı amaçlandığına göre, bunun sadece tüketime endekslenmesi ile nitelikli bir yapıya ulaşılması mümkün görülmemektedir. Çünkü büyüme, sayısal artışlara bağlı olarak hesaplansa da kalkınma, sayısal büyümenin ötesinde eğitim, beslenme, sağlık, gıda, temizlik gibi toplumun tüm kesimlerini ve sosyo-kültürel alanlardaki gelişmeleri esas alır.

Ayrıca gelir sağlayıcı faktörler kadar, gelir dağılımı da gelişmişlik açısından bir gösterge niteliğindedir. Dolayısıyla, sadece ekonomik açıdan gerçekleşen büyüme oranlarını tek başına bir gelişmişlik statüsü olarak değerlendirmemek gerekir. Gelir dağılımında yaşanan dengesizlikler bir taraftan sosyal adalet açısından tezat teşkil ederken diğer yandan toplumsal istikrar açısından sorun olarak görülmektedir. Bir ülkede, gelir dağılımında yaşanan dengesizliğin uzun süre devam etmesi gelişme ve büyümede süreklilik sağlamayı da güçleştirmektedir. Bu nedenle Türkiye’de, siyasi iradenin, ekonomi politikalarını belirlerken bu hassasiyeti dikkate alması gerekir.

Ancak Türkiye’de, toplumsal tasarruf alışkanlıklarının yatırıma dönüşecek özellik taşıması, iddihar ve yastıkaltı gibi katma değer sağlamayan tasarruf ve yatırım politikalarından uzak kalınmasına yönelik sosyal politikalar da geliştirilmelidir. Tasarruf alışkanlıkları ve tasarruf kalemlerinin yatırıma dönük amaç taşıması, verimlilik artışına yönelik hizmet içi eğitim politikalarının geliştirilmesi, etkin kamu kaynak kullanımının sağlanması ve kamu menfaati gözetilerek bütçe açıklarına yol açan harcamaların yeniden gözden geçirilmesi gerekir. Kamu kaynaklarının yatırımlar açısından etkin dağılımının sağlanması için teşvikler yeniden gözden geçirilmelidir.

Diğer taraftan Türkiye’de spekülasyon amaçlı sermaye çıkışlarını önleyici tedbirler alınarak sermayenin kalıcılığının sağlanmasıyla, Türkiye’de uzun vadeli büyüme hedefleri doğrultusunda gelişme sağlanması kaçınılmaz olacaktır. O halde periyodik olarak yıllar itibarıyla Türkiye’nin UDY stoku incelenerek eksi stok miktarına düştüğü anda bunun bir risk olarak görülmesi gerekir. Son yıllarda Türkiye’nin UDY stoku artan oranda yükselmekte ve özellikle doğrudan yatırım alanlarında gerçekleşen yabancı sermaye ile ilgili normal periyotta bir risk görülmemekle birlikte kâr ve sermaye transferini azaltmaya dönük politikalarla sermayenin kalıcılığına dönük teşviklerin bu noktada etkili olacağı görülmektedir.

Ayrıca Türkiye’de, dış ticaret rakamları üzerindeki negatif etkilerin de göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Dış ticaret açıklarına yol açan ithalat artışlarının sınırlandırılması ve ihracatın ithalatı karşılama oranının daha yüksek seviyelere çıkarılmasının sağlanması gerekir. Bunun için, işletmelerin kendi içinde ithalat-ihracat dengesini sağlamaya yönelik teşvikler üzerinde durulmalıdır. Dış ticaret açıklarının önlenmesi ve ihracatın ithalatı karşılama oranının yükseltilmesine dönük geniş bir dış piyasa arayışına gidilmelidir. Bu açıklar üzerinde etkili olan aramalı ve tamamlayıcı mallara yoğunlaşan ithalat çıktılarına yol açan; enerji, kimyasallar, makine ve otomotiv grubuna dönük iç üretimin düşük maliyetlerle artırılması gerekir. Yine dış ticaret açıklarına yol açan tarım ve hayvancılık alanlarında da modern üretim tarzları geliştirilmeli, miras ve arazi paylaşımına düzenlemeler getirilmeli ve bu alanlarda verimlilik artışı sağlanmalıdır.

Sonuç olarak, Türkiye’de tasarrufa dayalı yatırımların yetersiz kalması ve sermaye birikimine yeterince kaynak ayrılamamasının da etkisiyle tek seçenek olarak görülen UDY’lerin, yatırımlar açısından zamanla tamamlayıcı rolünün ötesine geçtiği ve yönlendirici eğilimini yitirdiği görülmüştür. Bu durum sonrası dışa bağımlılığın daha da artmasıyla dış ticaret açıklarında da yükselen oranlarda artışlar yaşanmış ve böylelikle cari açıklar ve ödemeler dengesi üzerindeki negatif etki de artmıştır. Nitekim, Türkiye’de gerçekleşen UDY’lerin özellikle kâr marjı yüksek alanlarda yoğunlaşması, yüksek kâr transferlerini de beraberinde getirmiş ve ödemeler dengesi üzerinde negatif etkiye yol açan dışa bağımlılık, ekonomik gelişmeleri ve reel büyümeyi de negatif etkilemektedir. Türkiye’de, UDY’lerin yoğunlaştığı bu sektörlerin zaman kaybettirilmeden kontrol altına alınması ve bunlarla ilgili yeni yasal düzenlemelere gidilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla, UDY’lerin sadece Türkiye’de yatırım yapması değil, yatırımlarını hangi alanlara ve ne şekilde yapacakları daha da önemlidir. Üretim artışının yanı sıra üretimde verimlilik artışı da önemli görülmektedir. Etkinlik ve üretim artışı kadar, global pazar için üretim yapılması, üretilen mallara pazar bulunması, tüketici tercihlerinin bu mallara yoğunlaşması ve bu ürünlerin pazarlanabilmesi daha büyük önem taşımaktadır. Aramalar ve hammadde açısından da yüksek dış ticaret açığına yol açan sektörler analiz edilerek yatırımların bu noktalarda yoğunlaşması gerekir.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

- Akkuzu, İdris: **“Sıcak Para”, Ekonomik Kurumlar ve Kavramlar Sözlüğü**, Ankara, Maki Basın Yayım, 2008.
- Altuğ, Osman ve Ayboğa, Hanifi: **Örneklerle Uygulamalı Şirket Kuruluşları**, Birinci Basım, İstanbul, Yasa Yayınları, 1992.
- Archibald, J.Dunn: **Turkey and Its Future**, Effingham Wilson, Londra, 1905, ve Feis, **Europe the World’s Banker**, Aktaran: Geyikdağı V. Necla, Osmanlı Devleti’nde Yabancı Sermaye 1854-1914, İstanbul, Hil Yayın, 2008.
- Armaoğlu, Fahir: **20. Yüzyıl Siyasi Tarihi 1914-1980**, Ankara, T. İş Bankası Kültür Yayınları, 1983.
- Bikun, Refik İsa: **İş Ahlakı**, Çeviren: Ahmet Yaşar, İkinci Baskı, İstanbul, İgiad Yayın No: 10, 2011.
- Bulutoğlu, Kenan: **100 Soruda Türkiye’de Yabancı Sermaye**, 1.Baskı, İstanbul, Gerçek Yayınevi, 1970
- Coşkun, Recai: **Küreselleşme- Türkiye Eksenli Analizler**, İstanbul, Beta Basım Yayım Dağ. 2002.
- Çetin, Nazif: **“AB’nin Doğuşu Organları - Türkiye ile Ekonomik ve Sosyo Kültürel İlişkileri Üzerine Bir İnceleme”**, İ.Ü. SBE. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 1991.
- Çilesiz, Yeşim ve Okan Mısırlı: **Türkiye’de Yabancı Sermaye: Karlılık Teknoloji Yoğunluk, 500 Büyük Sanayi Kuruluşu Çevresinde Bir İnceleme, Dünyada ve Türkiye’de Yabancı Sermaye Yatırımları ve Beklentiler**, İstanbul, YASED Yayın No:33, Kasım 1988.
- Demir, Gülten: **Asya Krizi ve IMF**, İstanbul, Der yayınevi, 1999.
- Dinçer, Mithat Zeki: **Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm**, İstanbul, Filiz Kitabevi, 1993.

- Dinler, Zeynel: **İktisada Giriş**, Gözden geçirilmiş 14.Baskı, Bursa, Ekin Kitabevi Yayınları, 2008.
- Duran, Hacı: **Endüstri Çağının Dinamikleri**, İstanbul, Değişim Yay., 2002.
- Erdost, Cevdet: **Sermayenin Uluslararasılaşması ve Teknoloji Transferi**, Ankara, Savaş Yayınları, 1982.
- Erkal, Mustafa E. **Küreselleşme Etniklik Çok kültürlülük**, İstanbul, Derin Yayınları, 2005.
- Erkal, Mustafa E. **İktisadî Kalkınmanın Kültür Temelleri**, 2. Baskı, İstanbul, 1991.
- Eröz, Mehmet: **İktisat Sosyolojisine Başlangıç**, İstanbul, İ.Ü. İktisat Fakültesi Yayınları, 1977.
- Geyikdağı, V. Necla: **Osmanlı Devletinde Yabancı Sermaye (1854-1914)**, İstanbul, Hil Yayın, 2008.
- Görgün, Tuğrul: **“Doğrudan Yabancı Yatırımların Tarihsel Gelişimi Çerçevesinde Yatırımların Geliştirilmesinde Etkin Kurumsal Yapılanmalar”**, Ankara, T.C.Başbakanlık DTM (Uzmanlık Tezi), 2004.
- Hacaloğlu, Tuncay: **“Yabancı Sermaye ve Türkiye’de Yabancı Sermaye Uygulaması”**, Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Ankara, T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Teşvik ve Uygulama Başkanlığı, 1983.
- İMKB: **“Uluslararası Sermaye Hareketlerinde Portföy Yatırımları ve Türkiye”**, No. 3, İstanbul, İMKB Araştırma Yayınları, 1994.
- Jones, Geoffrey: **Unilever’i Yenilemek**, Çeviren: Ümit Şensoy, İstanbul, T. İş Bankası Kültür Yayınları, 2009.
- Karluk, Rıdvan: **Türkiye’de Yabancı Sermaye Yatırımları**, İstanbul, Taştan Matbaası, 1983.
- Karluk, Rıdvan: **“Türkiye’de Yabancı Sermaye Yatırımlarının Ekonomik Büyümeye Katkısı”**, **Ekonomik İstikrar, Büyüme ve Yabancı Sermaye**, Ankara, TCMB, İnsan Kaynakları Genel Müdürlüğü, Eğitim Müdürlüğü, Şubat 2001, (Çevrimiçi)

<http://www.tcmb.gov.tr/yeni/evds/yayin/kitaplar/kitap2/kitap2monu.html>, 15 Eylül 2010, 18 Ekim 2011.

Kazgan, Gülten: **Küreselleşme ve Ulus Devlet Yeni Ekonomik Düzen**, 3. Baskı, İstanbul, Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2002.

Kazgan, Gülten: **Tanzimat'tan 21. Yüzyıla Türkiye Ekonomisi "Birinci Küreselleşmeden İkinci Küreselleşmeye"**, 3. Baskı, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2006.

Kepenek, Yakup ve

Nurhan Yentürk: **Türkiye Ekonomisi**, 14. Basım, İstanbul, Remzi Kitabevi, 2003.

Kılıçbay, Ahmet: **İktisadi Planlama**, Yayın No: 3621/531, İstanbul, İ.Ü. İktisat Fak. Yayınları, 1990.

Kont, Bayram: **"Sermaye Girişleri ve Makroekonomik Etkileri: Türkiye Deneyimi (1990-1996)", İktisat Politikası (Para Politikası, Maliye Politikası ve Uluslararası İktisat Politikası)**, Edt: Vildan Serin, İstanbul, Alfa Basım Yayım, 1998.

Kur'an: Kur'an, 7: 31.

Kur'an: Kur'an, 18: 46.

Manisalı, Erol: **Dünya'da ve Türkiye'de Büyük Sermaye**, İstanbul, Derin Yayınları, 2002.

Marx, Karl ve

Friedrich Engels: **Kapitalizm Öncesi Ekonomi Biçimleri**, Çeviren: Mihri Belli, Genişletilmiş 2. Baskı, Ankara, Sol Yayınları, 1977.

Mcghee, George: **ABD-Türkiye-NATO-Ortadoğu**, Çeviren: Belkıs Çorakçı, Aktaran: Yavuz Güler, Ankara, Bilgi yayınları, 1992.

Mengi, Ayşegül ve

Nesrin Algan: **Küreselleşme ve Yerelleşme Çağında Bölgesel Sürdürülebilir Gelişme- AB ve Türkiye Örneği**, Ankara, Siyasal Yayınevi, 2003.

Myrdal, G. **Théorie Economique et Pays Sous-Développés**, Aktaran: Cavit O. Tütengil, Paris, 1959.

- Neumark, Fritz: **İktisadi Düşünce Tarihi**, Çeviren: Mehmet Ali Özeken, İstanbul, İ.Ü. İktisat Fakültesi Yayınları, 1943.
- Oksay
- Ökçün, A. Gündüz: **“1920-1930 yılları Arasında Kurulan Türk Anonim Şirketlerinde Yabancı Sermaye”**, Ankara, SBF, 1971.
- Aktaran: Yakup Kepenek ve Nurhan Yentürk, **Türkiye Ekonomisi**, 14. Basım, İstanbul, Remzi Kitabevi, 2003.
- Özgüven, Ali: **İktisat Bilimine Giriş, Gözden Geçirilmiş ve Geliştirilmiş**, 5. Baskı, İstanbul, Filiz Kitabevi, 1983.
- Paya, Merih: **Makro İktisat**, Üçüncü Baskı, İstanbul, Filiz Kitabevi, 2007.
- Paya, Merih: **Para Teorisi ve Para Politikası**, 4. Baskı, İstanbul, Filiz Kitabevi, 2007.
- Rivero, de Oswaldo: **Kalkınma Efsanesi “21. Yüzyılın Bağımsız Yaşayamayan Ekonomileri”**, Çeviren: Ömer Karakurt, İstanbul, Çitlenbik Yayınları, 2003.
- Rostow, W. W. **İktisadi gelişmenin Merhaleleri**, Çeviren: Erol Güngör, İstanbul, Devlet Kitapları MEB. Basımevi, 1970.
- Saybaşı, Kemal: **Türkiye’de Planlı Ekonomik Kalkınma Döneminde Devletin Ekonomiye Müdahalesi (1963-1985)**, Ankara, Birey ve Toplum Yayınları, 1986.
- Seyidoğlu, Halil: **Uluslararası İktisat- Teori, Politika ve Uygulama, Geliştirilmiş 17.Baskı**, İstanbul, Güzem Can Yay., 2009.
- Seyidoğlu, Halil: **Ekonomik Terimler Ansiklopedik Sözlük**, 2. Baskı, İstanbul, Güzem Can Yayınları, 1999.
- Somçağ, Selim: **Türkiye’nin Ekonomik Krizi**, İstanbul, 2006.
- Şahin, Hüseyin: **Türkiye Ekonomisi Tarihsel Gelişimi-Bugünkü Durumu, Yenilenmiş 10. Baskı**, Bursa, Ezgi Kitabevi Yayınları, 2009.
- Timur, Taner: **Türk Devrimi ve Sonrası**, Ankara, Doğan Yayınevi, 2001.
- Aktaran: Yakup Kepenek ve Nurhan Yentürk, **Türkiye Ekonomisi**, 14. Basım, İstanbul, Remzi Kitabevi, 2003.
- Tuna, Orhan ve

- Nevzat Yalçıntaş: **Sosyal Siyaset**, İstanbul, Filiz Kitabevi Yayını, 2011
- Tunç, Havva: **Uluslararası Ticaret Para ve Finans**, İstanbul, Alfa Kitabevi, 2004.
- Türkdoğan, Orhan: **Değişme- Kültür ve Sosyal Çözülme**, İstanbul, 1988.
- TÜSİAD: **Türkiye’de İşsizliğin Boyutları**, İstanbul, Tüsiad Yay. 1988.
- Tütengil, C. Orhan: **Az Gelişmenin Sosyolojisi**, 4. Baskı, İstanbul, Belge Yayınları, 1984.
- Uludağ, Ramazan: **Türkiye’ de yabancı sermaye uygulaması**, Ankara, Alf Matbaacılık, 1991.
- Unilever Türkiye: **Unilever Türkiye, 2008 Sürdürülebilirlik Raporu**, İstanbul, 2009.
- Unilever Türkiye: **Unilever Türkiye, 2009 Sürdürülebilirlik Raporu**, İstanbul, 2010.
- Unilever Türkiye: **Unilever Türkiye, 2010 Sürdürülebilirlik Raporu**, İstanbul, 2011.
- Yarar, Erol: **21.Yüzyıla Girerken Dünyaya Yeni bir Bakış**, İstanbul, Müsiad Yayınları, t.y. ISBN 975-7215-11-2.
- Yazgan, Turan: **“Türk Dünyasında Dün, Bugün, Yarın”**, İstanbul, Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı Yayını, 2010.
- Yıkılmaz, Necla: **Yeni Dünya Düzeni ve Çevre**, İstanbul, Sosyal Araştırmalar Vakfı Yayınları No.3, 2003.

MAKALELER

- Akça, Yüksel: “Serbest Bölgeler ve Serbest Bölge Faaliyetlerinin Esasları” **Serbest Bölgeler Genel Müd. Hazine Müsteşarlığı**, Ankara, 2001, (Çevrimiçi) [www.dtm.gov.tr/dtmadmin/uplo ad/EAD/./serbestbsayi9.doc](http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/uplo_ad/EAD/./serbestbsayi9.doc), 10 Ocak 2010.
- Alkin, Kerem ve Can F. Gürlesel: “Türkiye İçin Yeni Bir Büyüme Modeli”, No: 2010-21, İstanbul, Türkiye Ekonomisi Araştırmaları, **İTO Yayını**, 2010.

- Alagöz, Mehmet ve Sinem Yapar: “Erken Uyarı Sinyali Olarak Sermaye Göstergeleri-Asya Krizi Örneği”, **İktisat İşletme ve Finans Dergisi**, s. 247, 2006
- Aydın, Selda: “Küreselleşme ve Vergisel Boyutu”, **Yaklaşım Dergisi**, Yıl. 9, Sayı. 100, Temmuz 2001.
- Bali, Fatih vd.: “Büyüme, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve Yurtiçi Yatırımlar Arasındaki Etkileşim” **Erciyes Üniversitesi SBE. Dergisi** Sayı. 23, 2007/2.
- Bilgili, Faik
Recep Düzgün ve Erginbay Uğurlu: “Büyüme, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve Yurtiçi Yatırımlar Arasındaki Etkileşim” Sayı. 23, 2007/2, Kayseri, Erciyes Üniversitesi SBE. Dergisi, 2007, (Çevrimiçi) http://sbe.erciyes.edu.tr/dergi/sayi_23/sayi_23.htm, 19 Aralık 2010.
- Bulutay, Tuncer: “ Türkiye Ekonomisinde Büyüme ve Bölüşüm Sorunları”, Sayı. 230, Ankara, **İşletme-Finans Dergisi**, Mayıs, 2005.
- Çanakçı, İbrahim: “30 Yılda Türkiye Ekonomisinde Yaşanan Değişim”, İstanbul, **Uluslararası Yatırımcılar Derneği Insight YASED 30. Yıl Özel Sayısı**, (T.C. Hazine Müsteşarı), 2010.
- Delican, Mustafa: “The Web of Global Capitalism Increased Dependency of Third World Countries”, **Sosyal Siyaset Konferansları, 43-44. Kitap**, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Yayın No: 4223, Fakülte Yayın No: 559, 2000.
- Demirhan, Erdal ve Selçuk Akçay: “İhracat Artışı ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Seçilmiş MENA Ülkeleri İçin Ampirik Kanıt, Sayı. 230, Ankara, **İşletme Finans Dergisi**, 2005.
- Erdem, Ziya: “Entelektüel Sermaye”nin Küresel Ekonomi içerisindeki yeri ve Önemi, Sosyal Siyaset Konferansları (Prof.Dr. Haşmet

- Başar'a Armağan Özel Sayısı), İstanbul, **İ.Ü. İktisat Fakültesi Yayını** 53.Kitap, 2007.
- Erkal, Mustafa E.: “Bölgesel Azgelişmişlik ve Kalkınma Ajansları” **Yeniçağ Gazetesi**, **16.05.2010**, (Çevrimiçi)<http://www.yg.yenicaggazetesi.com.tr/yazargoster.php?haber=13270>, 16 Mayıs 2010.
- Frank, A. Gunder: **Üçüncü Dünyada Ekonomik Bunalım ve Siyasal Yapılar**, Çeviren: Erol Özbek, 23, 1. Baskı, İstanbul, Belge yayınları, 1983.
- Gökçen, Ahmet: “Yabancı Sermaye Yatırımlar”, **www. Usiad. com.** İstanbul, 2009, (Çevrimiçi) http://www.usiad.com/index.php?option=com_content&task=view&id=262&Itemid=120, 18 Temmuz 2010.
- Güler, Yavuz: ”II. Dünya Harbi Sonrası Türk–Amerikan İlişkileri (1945-1950)”, Cilt 5, Sayı 2, Kırşehir, **G.Ü. Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi**, 2004.
- Karabulut, Tuğba ve Oğuz Demir: “Türkiye’nin AB müzakere Sürecine Girmesinin Yabancı Sermayeli Şirketler Üzerindeki Etkilerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, Sayı. 7, İstanbul, **İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi**, 2005, (Çevrimiçi) www.iticu.edu.tr/Arastirma-Uygulama/AB.../yab.sermayeetki.eri.doc, 13 Temmuz 2011.
- Oksay, Suna: “Çok Uluslu Şirketler Teorileri Çerçevesinde Yabancı Sermaye Yatırımlarının İncelenerek Değerlendirilmesi”, **Dış Ticaret Dergisi**, Yıl: 3, Sayı: 8, Ocak 1998, (Çevrimiçi) <http://www.econturk.org/Turkiyeekonomisi/oksay3.pdf>, 19 Eylül 2010.
- Kula, Ferit: “Uluslararası Sermaye Hareketlerinin Etkinliği: Türkiye Üzerine Gözlemler”, Cilt. 4, Sayı. 2, Sivas, **C.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi**, 2003, (Çevrimiçi) <http://eskidergi.Cumhuriyet.edu.tr/makale/193.pdf>, 25 Ağustos 2010.

- Öztürk, Lütfü: Serbest Bölgelerdeki Doğrudan Yabancı Sermaye, “ Serbest Bölgelerde DYSY: Dünyadaki Uygulamalara Teoriler Işığında Bir Bakış”, Antalya, **Akdeniz Üniversitesi, İİBF. Dergisi**, Temmuz,2004
- Şimşek, Mevlüdiye ve Behdioğlu Sema: Türkiye’de Dolaysız Yabancı Sermaye Yatırımlarının Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi: Uygulamalı Bir Çalışma, Cilt. 20, Sayı. 2, **D.Ü. İ.İ.B.F.Dergisi**, Eylül 2006.
- Yılmaz, Durmuş: “Ekonomik Kalkınmada Yabancı Yatırımların Rolü ve Türkiye Ekonomisi” (T.C. Merkez Bankası Başkanı), **30. Yıl Özel Sayısı**, İstanbul, **Uluslararası Yatırımcılar Derneği Insight YASED**, 2010.
- Yılmaz, Güven: “Türkiye’de 1980 Sonrası Dönemde Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Sektörel Analizi ve Ekonomik Kalkınmaya Etkisi”, Eskişehir, **Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi**, Nisan 2008, http://iibf.ogu.edu.tr/dergi/dergi/2008-1/2008_1_5.pdf, 15 Haziran 2011.
- Zaim, Halil: “Performansa Dayalı Ücret Uygulamasının Doktor Memnuniyeti Üzerindeki Etkileri”, Sosyal Siyaset Konferansları- Prof.Dr. Haşmet Başar’a Armağan Özel Sayısı, 53.Kitap, **No: 595**, İstanbul, **İ.Ü. İktisat Fakültesi Yayını**, 2007.

İNTERNET

- Aktaş, Ramazan: “Yabancı Sermaye Niçin Önemli”, TOBB Etü, İşletme Böl. Başkanı, (Çevrimiçi)<http://raktas.etu.edu.tr/doc/yabanciserma ye.pdf>,www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/.../serbestbsa yi9.doc, 11 Mayıs 2010.

- Atalay, İlker: “Teknoloji Transferi Nedir, Nasıl Yapılır”, 12 Mart 2003,s. 1, (Çevrimiçi)<http://www.ilkeratalay.com/articles/teknolojitransferi.php>, 28 Ocak 2011.
- Başaran, Sevgi Sayar: Radikal Gazetesi, 11.06.2011, “Perakendede savaş başlıyor”– Ekonomi–Radikal İnternet. mht, (Çevrimiçi)<http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalDetayV3&ArticleID=1052440&Date=19.10.2011&CategoryID=80>, 17 Eylül 2011.
- Bayraktar, Arif: “Devler Büyüme Rüzgârını İyi Değerlendirdi”, Zaman Gazetesi, 29.07.2011, (Çevrimiçi) <http://www.zaman.com.tr/haber.do?haberno=1163145&title=devler-buyume-ruzgarini-iyi-degerlendirdi&habersayfa=0>, 05 Kasım 2011.
- Bozkurt, Rıdvan: “Sicil kâbusu tarih oldu”, Torba Yasa, Bugün Gazetesi, 15.05.2011, (Çevrimiçi)<http://www.bugun.com.tr/haberdetay/154689-sicil-kabusu-tarih-oldu-haberi.aspx>, 15 Mayıs 2011.
- Çakır, Bawer: “Unilever İşçileri Atıldı, Direndi, Kazanarak Geri Döndü...”, BİA haber merkezi, İstanbul, 18.08.2008, (Çevrimiçi) <http://bianet.org/bianet/bianet/111438-unilever-iscileri-atildi-direndi-kazanar-ak-geri-dondu>, 18 Ağustos 2011.
- Çanakçı, İbrahim H.: Zaman Gazetesi, 21.02.2011, T.C. Hazine Müsteşarı, (Çevrimiçi) <http://www.zaman.com.tr/haber.do?haberno=1096552&title=haber-yorum-ibrahim-halil-canakci-ekonomiyi-guclendirdik-devlet-yuksek-faiz-odemekten-kurtuldu>, 25 Mayıs 2011.
- Çetin, Murat: “Türkiye’de Beşeri Kalkınma: Karşılaştırmalı Bir Değerlendirme”, İİBF Dergisi, sayı. 2, Kayseri, 2005, (Çevrimiçi) <http://edergi.atauni.edu.tr/index.php/IIBD/article/viewFile/3643/3472>, 25 Aralık 2010.
- Bali, Fatih ve Onur Dinç: ”Türkiye’deki Özelleştirmelerde Yabancı Sermayenin Payı”, GAU, U.Arası İlişkiler, KKTC, 2010, (Çevrimiçi)<http://www>

.gau.edu.tr/PDFFiles/JSAS_003_05_PDF/JASA_003_05_10
Bali.pdf, 22 Nisan 2010.

Colgate&

Palmolive: Türkiye Web Sayfası, “Colgate&Palmolive Tarihçesi”,
(Çevrimiçi) <http://www.colgate.com.tr/app/Colgate/TR/Corp/History/LocalHistory.cvsp>, 27 Ekim 2010.

Eczacıbaşı&

Beiersdorf: (Çevrimiçi) www.eczacibasi.com.tr.www.beiersdorf.com.tr,
26 Ekim 2010.

Enes Bin Malik: Mihkât-ül Mesabih 1946, Taberani, Hadis-î Şerif, (Çevrimiçi)
<http://www.huzurkapisi.de/hadis.html>, 19 Aralık 2011.

Erim, Ebru Şenel: “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri, Örnek Uygulamalar,
(Çevrimiçi) <http://www.ikademi.com/roportajlar/1278-kurumsal-sosyal-sorumluluk-ornek-uygulamalar-i.html>, 03 Ağustos
2011.

Erim, Ebru Şenel: “Unilever’in Gündemi Sürdürülebilirlik”, (Çevrimiçi) http://www.dijimecmua.com/timreport/612/index/827324_ebru.sen-el-erim-unilever-turkiye-kurumsal-iletisim-muduru-unilever-den-dort-onemli-proje/.http://www.kurumsalsosyal.com/trTR/soylesiler/1214_sudaki-ayak-izini-azaltmak.aspx, 05
Ağustos 2011.

Forbes: “Global İş Dünyasının Belirleyicileri”, Forbes Global 500
Listesi, Unilever Web Sayfası, Customer Development Slaytlarından Alındı, (Çevrimiçi) www.forbes.com, www.unilever.com.tr, 05 ağustos 2010.

Hakim Müstedrek: Hakim Müstedrek, 4/183, no: 7307, Hadisi Şerif, (Çevrimiçi)
<http://www.mademir.com/2011/08/afrikadaki-muhtaclara-yardmilahi-davet.html>, 17 Eylül 2011.

Henkel: “Henkel Hakkında”, (Çevrimiçi) http://www.henkel.com.tr/cps/rde/xchg/henkeltr/hs.xsl/71_TRT_HTML.htm, 26 Ekim
2010.

- Hızlıca, Aydın ve
Musa Özyürek: Zaman Gazetesi, 11.07.2011, Ekonomi Sayfası, “Vasıflı Eleman Bulamayan Yatırım Erteliyor”, İstanbul, (Çevrimiçi) <http://www.zaman.com.tr/haber.do?haberno>, 12 Temmuz 2011.
- Hocaoğlu, Durmuş: “Ulus-Devletlerin Krizi ve Geleceği: I’., ekopolitik.org, Ekonomi ve Politika Haber Analiz., 12.07.2007, URL (HTM): (Çevrimiçi) <http://www.ekopolitik.org/public/news.aspx?id=1077&pid=886>, 14 Kasım 2010.
- İbn-i Mâce: İbn Mâce Ruhûn 4, Hadisi Şerif, (Çevrimiçi) http://www.diyaret.gov.tr/turkish/40hadis/40_hadis.asp, 17 Eylül 2011.
- İKV: AB Müktesebatı: 1993 Kopenhag Kriterleri, (Çevrimiçi) [www.ikv.org.tr/icerik.asp?konu=abtarihce &baslik=Avrupa Birliĝinin Tarihçesi=AB Müktesebatı: 1993 kopenhag kriterleri](http://www.ikv.org.tr/icerik.asp?konu=abtarihce&baslik=AvrupaBirliĝininTarihçesi=ABMüktesebatı:1993kopenhagkriterleri), 19 Şubat 2010.
- İKV: AB ve Bölgesel Kalkınma, “AB Müktesebatı, Şirketler Hukuku”, (Çevrimiçi) [http:// www. ikv.org.tr/pdfs/sirketlerhukuk.pdf](http://www.ikv.org.tr/pdfs/sirketlerhukuk.pdf), 18 Nisan 2010.
- IMF: IMF, Balance of Payments Statistics Yearbook, Washington, 1999, (Çevrimiçi) <http://www.imf.org/external/pubs/ft/bop/news/pdf/1299.pdf>, 17 Ağustos 2010.
- ISMEK: “İsmek 14. Genel Sergi ve Festival Açılışı Basın Bülteni”, İstanbul, 01.06.2011, <http://ismek.ibb.gov.tr/portal/basinbultenleri.asp>, 30 Haziran 2011.
- KTO: “Bölgesel Kalkınma Ajansları ve Türkiye”, Sayı, 117/76, Konya, Konya Ticaret Odası Araştırma Raporu, 2006, s. 1, (Çevrimiçi)<http://www.kto.org.tr/dosya/rapor/kalkinmaajans.pdf>, 19 Ocak 2011.
- MEB: İşletmelerde Mesleki Teknik Eğitim Yönetmeliği” (Çevrimiçi)<http://tkb.meb.gov.tr/yonetmelik/I%20C5%9Fletmel>

erde%20Meslek%20Egitimi%20Y%C3%B6netmeli%C4%9Fi.htm, 30 Haziran 2011.

- Nestlé: “Nestlé 100 Yılı Aşkın Bir Süredir Türkiye’de” (Çevrimiçi) <http://www.nestle.com.tr/Pages/nestle.aspx>, 27 Ekim 2010.
- Önder, Timur: “Para Politikası: Araçları, Amaçları ve Türkiye Uygulaması” Ankara, Piyasalar Genel Müdürlüğü, Uzmanlık Yeterlilik Tezi, TCMB, Mayıs 2005, (Çevrimiçi) <http://www.tcmb.gov.tr/kutuphane/TURKCE/tezler/timuronder.pdf>, 25 Temmuz 2010.
- Özer, İtir: “Stratejik Ticaret Politikaları”, Uluslararası Ekonomi ve Dış Ticaret Politikaları 2(3), 2007: 65-102, (Çevrimiçi) http://www.uedtp.org.tr/dtmadmin/upload/EAD/KonjokturIzlemeDb/dergi/2007_sonbahar/3.pdf, 19 Temmuz 2010.
- Özsoy, Osman: “Afrika’da Oynanan Büyük Oyun”, Haber7, 08.08.2011, (Çevrimiçi) <http://www.haber7.com/haber/20110808/Afrika-da-oylanan-buyuk-oyun.php>, 09 Ağustos 2011.
- Procter&Gamble: “Global Yapı ve Operasyonlar”, “P&G Türkiye”(Çevrimiçi) http://www.pg.com.tr/procter/pg_turkiye.htm, 14 Ekim 2010.
- Procter&Gamble: “Yaşamın İçinden 2010”, s. 4, (Çevrimiçi) <http://www.pg.com.tr/procter/Yasamin-icindePG.pdf>, 14 Ekim 2011.
- Planet Retail: “Türkiye’de Önemli Perakende Aktörleri Ciro Rakamları”, Unilever Web Sayfası, Customer Development Slaytlarından Alındı, (Çevrimiçi) Source: Planet Retail Ltd - www.planetretail.net, www.unilever.com.tr, 23 Eylül 2010.
- Polman, Paul: Polman Paul, “Unilever Türkiye, Yeni Dönemde 36 Ülkenin (750 milyon nüfus) Merkezi Oldu”, Zaman, Hürriyet, Dünya Gazetesi, Haber Türk, Yeni Dünya, Milliyet, 18.08.2011, (Çevrimiçi) www.unilever.com.tr, 19 Ağustos 2011
- Polman, Paul: “Unilever 36 Ülkeyi Türkiye’den Yönetecek”, Zaman Gazetesi, İstanbul, 18.08.2011, s. 39, (Çevrimiçi) <http://www.ajanspress.com.tr:80/APWebSite/Viewer/NewsViewer.aspx?t>

- =MjA0MTk=&r=MQ==&id=MTU4OTA3Mjg=&all=MTQwNTk=&b=NjM0ODY0&s=MTQwNTk=, 19 Ağustos 2011.
- Polman, Paul: Chief Executive Officer Unilever, Boğaziçi University, İstanbul, 02.12.2011. (Unilever Global İcra Direktörü Paul Polman'ın Boğaziçi Üniversitesinde Sunduğu Presentation).
- Polman, Paul: “Unilever, Türkiye' yi Rusya da Dâhil Toplam 750 Milyon Nüfuslu 36 Ülkenin Yönetim Merkezi Yaptı”, 22.08.2011, (Çevrimiçi)http://inside.unilever.com/region/AAC/Turkey/Pages/TR_HO_PaulPolman.aspx, 25 Ağustos 2011.
- Sahîh-i Müslim: Kitabü-ttahre, Hadîs-i Şerif, (Çevrimiçi)<http://www.diyagnet.gov.tr/turkish/DIYANET/2001aylik/haziran/dinvecevre.htm>, 17 Eylül 2011.
- Salih, Yasemin: Sabah Gazetesi, 08.11.2009, “Unilever’de yeni İK dönemi başlıyor”, İş’te İnsan İş Dünyası ve Yönetim Portalı, (Çevrimiçi)http://www.isteinsan.com.tr/isteinsan_gazete/unilever_de_yeni_ik_donemi_basliyor.html, 06 Eylül 2011.
- Satıcı, Aydın: Satıcı Aydın, Türk Telekom CEO’su, CEO, İEF. 80. Yıl İletişim/Bilişim Özel Bölümü, 21.05.2011, İstanbul, 2011, (Çevrimiçi)http://www.cio.com.tr/cio/turk_telekom_aydin_satici/, 07 Eylül 2011.
- Sönmez, Gülnur ve Rıdvan Bozkurt: “Kobi’lerin Verimlilik Sorunları ve Çözüm Önerileri”, MPM Yay. (Çevrimiçi) http://www.mmo.org.tr/resimler/dosyaekler/12caa42776b0cc6_ek.pdf, 01 Aralık 2011.
- Şenyüz, Hanife: “Krizimiz Bir Yaşında”, Radikal Gazetesi, 19.02.2002, Ankara, (Çevrimiçi) <http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=29679>, 25 Ağustos 2011.
- T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı: Uluslararası Doğrudan Yatırımlar 2006 Yılı Raporu, T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı, Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü, Haziran 2007.

T.C. Başbakanlık

Hazine Müsteşarlığı: Uluslararası Doğrudan Yatırımlar 2005 Yılı Raporu, T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı, Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü, Haziran 2006.

T.C. Başbakanlık

Hazine Müsteşarlığı: Uluslararası Doğrudan Yatırımlar, Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü, 2009 Yılı Raporu, Haziran 2010, (Çevrimiçi) [http://www.yoikk.gov.tr /dosya/up//UDY-2009%20Rapor.PDF](http://www.yoikk.gov.tr/dosya/up//UDY-2009%20Rapor.PDF), 15 Temmuz 2010.

T.C. Başbakanlık

DPT: “Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları”, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ankara, T.C. Başbakanlık DPT Özel İhtisas Komisyonu Raporu, 2000.

T.C. Başbakanlık

DPT: “Türkiye’nin Dış Ekonomik İlişkileri”, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, T.C. Başbakanlık DPT Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, 2000.

T.C. Başbakanlık

DPT: İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, (Çevrimiçi) <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan2.pdf>, 08 Ocak 2011.

T.C. Başbakanlık

DPT: Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ankara, 2000, (Çevrimiçi) <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/viii/plan8str.pdf>, 05 Ocak 2011.

T.C. Başbakanlık

DPT: T.C. Başbakanlık DPT. Beş Yıllık Kalkınma Planları, Dokuzuncu Kalkınma Planı, Ankara, 2006, (Çevrimiçi) <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan9.pdf>, 29 Mayıs 2011.

T.C. Başbakanlık

DPT: DPT Beş Yıllık Kalkınma Planları, (Çevrimiçi) <http://www.dpt.gov.tr/PortalDesign/PortalControls/WebContentGosterim>

.aspx?Enc=51C9D1B02086EAFBBBF5A539A4A36E6C, 29 Mayıs 2010.

T.C. Başbakanlık

DPT: DPT Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013), “Devlet Yardımları” Özel İhtisas Kom. Raporu, Ankara, 2006, (Çevrimiçi) www.dpt.gov.tr/DocObjects/Download/3219/oik682_03_Agustos_2009.

T.C. Resmi Gazete: 5449 no ve 25.01.2006 Tarihli BKA’larla İlgili Kanun, Ankara, T.C. Resmi Gazete, Sayı. 26074, 08.02.2006, s. 1, (Çevrimiçi) <http://www.doka.org.tr/files/mevzuat/Kanun.pdf>, 15 Mayıs 2011.

T.C. Resmi Gazete: Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu, 17.06.2003 Tarih ve 25141 Sayılı Resmi Gazete, Ankara, 2003.

TCMB: **Bülten**, Sayı. 2006A. <http://www.tcmb.gov.tr>.

TCMB: TCMB Para Politikası Raporu, 2005. <http://www.tcmb.gov.tr>.

TCMB: TCMB Bilançosu, Açıklamalar, Rasyolar ve Para Politikası Yansımaları, Ankara, 2006, (Çevrimiçi) <http://www.tcmb.gov.tr>, 25 Eylül 2010.

TCMB: “Dünden Bugüne TCMB”, 2008,(Çevrimiçi)<http://www.tcmb.gov.tr/yeni/iletisimgm/dundenbuguneTCMB>, 09 Haziran 2011.

TCMB: “Yurtiçi Doğrudan Yatırım İstatistikleri”, Uluslararası Yatırım Pozisyonu: Dönem Sonları İtibariyle Dış Varlık ve Yükümlülükler, TCMM İstatistik Genel Müdürlüğü, Ödemeler Dengesi Müdürlüğü, Ankara, TCMM Yayınları, 18.01.2012, (Çevrimiçi) <http://www3.tcmb.gov.tr/veritakvim/takvim.php>, 25 Ocak 2012.

Tezel, Yahya Sezai: “Birinci Büyük Millet Meclisinde Yabancı Sermaye Sorunu- Bir Örnek Olay”, t.y. s. 251, (Çevrimiçi) <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/42/430/8756.pdf>, 27 Mart 2010.

- The World Bank: “Investing Across Borders 2010”, (Çevrimiçi) <http://iab.worldbank.org/~media/FPDKM/IAB/Documents/IAB-report>, 29 Mayıs 2011.
- Ticaret Gazetesi: “2011 Yılı Mart Ayında Gerçekleşen İşsizlik Oranları” İzmir, 16.06.2011, (Çevrimiçi)http://www.ticaretgazetesi.com.tr/haberler/2011martayiissizlikorani108-l-1-1-sayfa_id666-id-45899f-3bd704e38fe839ba454b3702e36cc6b3, 11 Temmuz 2011.
- Tosuner, N. Erk: “Soros, 'Ana Gıda'yla Türkiye’de yağcılığa yeniden dönüyor”, Hürriyet Gazetesi, 27.11.2008, (Çevrimiçi) <http://arama.hurriyet.com.tr/arsivnews.aspx?id=10449867,21> Eylül 2011.
- UNCTAD: World Investment Report 1999, United Nations, New York, Geneva, 1999, (Çevrimiçi) http://www.unctad.org/en/docs/wir1999_en.pdf, 15 Ağustos 2010.
- UNCTAD: World Investment Report, United Nations, New York, Geneva, 2011, (Çevrimiçi) http://www.unctad.org/en/docs/wir2010_en.pdf, 17 Nisan 2011.
- UNCTAD: Unctad Uluslararası Yatırım Derneği 2011 Yatırım Raporu, YASED Sunum Tabloları, İstanbul, 2011, (Çevrimiçi) www.yased.org.tr, 05 Eylül 2011.
- Unilever: Geleceğin Liderleri, (Çevrimiçi)<http://www.unilever.com.tr/sustainability/calisanlarimiz/geleceginliderleri/>, 07 Eylül 2011.
- Unilever: Unilever Türkiye 2008 Sürdürülebilirlik Raporu, İstanbul, 2009, (Çevrimiçi) www.unilever.com.tr, 08 Ekim 2010.
- Unilever: “Unilever Türkiye 2009 Sürdürülebilirlik Raporu, İstanbul, 2010.
- Unilever: Unilever Türkiye 2010 Sürdürülebilirlik Raporu, İstanbul, 2011, (Çevrimiçi) www.unilever.com.tr, 05 Ekim 2011.
- Unilever: Unilever Sürdürülebilir Yaşam Planını Açıkladı, 28.12.2010, (Çevrimiçi) <http://www.haberler.com/unilever-surdurulebilir-yasam-planini-acikladi-2441735-haberi/>, 12 Temmuz 2011.

- Unilever: “Unilever Türkiye İklim Platformuna Üye Oldu”, (Çevrimiçi) www.iklimplatformu.org.<http://www.unilever.com.tr/medya-merkezi/haberler/Unileverturkiyeiklimplatformunaueyeoldu.aspx>, 20 Eylül 2011.
- Unilever: “Unilever’de İnovasyon Alanları / Sorumluluk Anlayışıyla İnnovasyon, (Çevrimiçi) http://www.unilever.com.tr/innovati-oninovasyoninunilever/areasofinovasyon/?WT.LHNAV=%C4%B0novasyon_Alanlar%C4%B1, 08 Eylül 2011.
- Unilever: “Unilever & Doğal Hayatı Koruma Derneği: Yaşayan Göller Projesi”, Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Örnek Uygulamalar-II, (Çevrimiçi) <http://www.ikademi.com/roportajlar/1278-kurumsal-sosyal-sorumluluk-ornek-uygulamalar-i.html>, 09 Eylül 2011.
- Unilever: Unilever web sayfası, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/aboutus/introductiontounilever/?WT.LHNAV=Unilever'iTan%C4%B1yal%C4%B1m>, 08 Ağustos 2011.
- Unilever: “Unilever’de Önce İnsan Gelir”, Unilever Eğitimleri, İstanbul,(Çevrimiçi)<http://www.unilever.com.tr/sustainability/calisanlarimiz/egitimlerimiz/?WT.LHNAV=E%C4%9Fitimlerimiz>, 07 Eylül 2011.
- Unilever: “UL Türkiye Tarihçesini Öğrenin”, 18.07.2010, (Çevrimiçi) http://inside.unilever.com/region/AAC/Turkey/Pages/TR_PO_OurStory.aspx, 10 Eylül 2011.
- Unilever: “İş ortaklarımız (Partnerships) hakkında daha fazla bilgi edinin”,17.08.2010, (Çevrimiçi)http://inside.unilever.com/region/AAC/Turkey/Pages/TR_BU_Partnerships.aspx, 11 Eylül 2011.
- Unilever: “Unilever’de İş İlkeleri ve Etik Değerler” (Çevrimiçi)<http://www.unilever.com.tr/sustainability/calisanlarimiz/isilkelerimizveetikdegerlerimiz/>, 25 Ağustos 2011.

- Unilever: “Unilever İş Ortaklığı İlkeleri” (Çevrimiçi) http://www.unilever.com.tr/aboutus/purposeandprinciplesisortakligiilkeleri/?WT.LHNAV=%C4%B0%C5%9F_Ortakl%C4%B1%C4%9F%C4%B1%C4%B0lkeleri, 31 Ağustos 2011.
- Unilever: “Unilever’de Amaç ve Vizyon”, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/aboutus/purposeandprinciples/amacimiz/?WT.LHNAV=Amac%C4%B1m%C4%B1z>, 31 Ağustos 2011.
- Unilever: “Unilever’de İnovasyon Alanları”, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/inovasyon/inovasyoninunilever/areasofinovasyon/default.aspx>, 04 Temmuz 2011.
- Unilever: “Unilever’de İnovasyon Alanları/ “Global Araştırma”, “Şirket Dışında İş Ortaklarıyla Çalışmak”, “Nasıl Çalışıyoruz?”, “Ürünlerde İnovasyon” (Çevrimiçi)<http://www.unilever.com.tr/inovasyon/inovasyoninunilever/howwe-work/default.asp>, 04 Temmuz 2011.
- Unilever: “Unilever Gıda Markaları”, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/brands/foodbrands/>, 26 Eylül 2011.
- Unilever: “Dondurmanın Tarihi”, (Çevrimiçi)<http://www.unilever.com.tr/brands/foodbrands/Algida.aspx>, 26 Eylül 2011.
- Unilever: “Bugünün Unilever’i”, Unilever’i Tanıyalım, (Çevrimiçi) http://www.unilever.com.tr/aboutus/introductiontounilever/?WT.GNAV=Unilever'i_Tan%C4%B1yal%C4%B1m, 03 Temmuz 2011.
- Unilever: “Unilever Food Solutions Ürün Çeşitlerinden Bazı Örnekler”, (Çevrimiçi)<http://www.unilever.com.tr/brands/unileverfoodsolutions>, 09 Eylül 2011.
- Unilever: “Profesyonellerin Daima İlk Tercihi...Unipro”, Unipro Türkiye Web Sayfa, (Çevrimiçi) <http://www.unipro.com.tr/Hakkimizda.html>, 13 Eylül 2011.
- Unilever: “Unilever’de Rekabet”, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/aboutus/purposeandprinciples/>, 19 Eylül 2011.

- Unilever: “Reklam dünyasının Oscar’ı Effie’de Unilever Türkiye zirvede”12.03.2009, (Çevrimiçi) http://www.unilever.com.tr/medyamerkezi/pressreleases/2009/unilever_turkiyeye_iki_altin.aspx, 20 Eylül 2011.
- Unilever: “Unilever, Yılın Reklamcısı Seçildi”, 11.06.2010,(Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/medyamerkezi/pressreleases/2010/yilinreklamcisi.aspx>, 20 Eylül 2011.
- Unilever: “Reklamcılar Derneği ve Reklam verenler Derneği’nin; Effie Worldwide Inc. ve A.M.A. (American Marketing Association) işbirliğiyle düzenlediği Effie Türkiye Reklam Etkinliği Yarışması’nda, bu yıl rekor katılım gerçekleşirken 26 farklı kategoride ödül dağıtıldı.”, 16.03.2011, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/medyamerkezi/haberler/effie2011odulleri.aspx>, 20 Eylül 2011.
- Unilever: Unilever Eğitim ve Oryantasyon Bilgileri, Unilever Web Sitesi, (Çevrimiçi) <http://inside.unilever.com/searchcenter/pages/results.aspx?k=customer%20development&s=All%20Sit>, 05 Haziran 2011.
- Unilever: “Üretimden tüketime sürdürülebilir bir iş oluşturmak”, 17.08.2010, (Çevrimiçi) <http://inside.unilever.com/region/AAC/Turkey/Pages/TRBUSustainabilityOverview.aspx>, 11 Eylül 2011.
- Unilever: “Unilever Globalin Tarihçesi”, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/aboutus/ourhistory/unileverglobal.aspx>, 08 Ağustos 2011.
- Unilever: “Kuruluşundan Günümüze Unilever”, Unilever Global / Geçmişimiz, (Çevrimiçi)<http://www.unilever.com.tr/aboutus/ourhistory/unileverglobal.aspx>, 08 Ağustos 2011.
- Unilever: Unilever web sayfası, UL Türkiye Tarihçesi, 18.07.2010, (Çevrimiçi)<http://www.unilever.com.tr>.<http://inside.unilever.com>.

- com/region/AAC/Turkey/Pages/TR_PO_OurStory.aspx, 23 Ağustos 2011.
- Unilever: “Unilever Kristal Elma’dan 8 Ödülle Döndü”, (Çevrimiçi) <http://www.unilever.com.tr/medyamerkezi/haberler/kristalelma.aspx>, 21 Eylül 2011.
- Ülker: Ülker Web Sayfası, (Çevrimiçi) www.ulker.com.tr, 13 Temmuz 2010, 25 Temmuz 2010.
- Ülker: “Ülker’de Başlıca Finansal ve Operasyonel Göstergeler”, **Ülker 2008 Faaliyet Raporu**, (Çevrimiçi) http://www.ulkerbiskuvi.com.tr/documents/Ulker/pdf/Ulker_2008_faaliyet_raporu_tr.pdf, 21 Temmuz 2010.
- Vatan Gazetesi: Vatan Gazetesi, 11.01.2010, (Çevrimiçi) http://haber.gazetevatan.com/Aymari_ayaga_kaldirdi/281190/2/Haber, 11 Ağustos 2011.
- YASED: “Uluslararası Doğrudan Yatırımlar 2010 Değerlendirme Raporu”, İstanbul, 2011, (Çevrimiçi) <http://www.yased.org.tr/webportal/Turkish/Yayinlar/Documents/YASEDUDYRaporu-2010yilsonu-Subat2011.pdf>, 21 Nisan 2011.
- YASED: ”Uluslararası Doğrudan Yatırımlar Değerlendirme Raporu (2011-1.Çeyrek)”, İstanbul, 2011, (Çevrimiçi) <http://www.yased.org.tr/webportal/Turkish/Yayinlar/Documents/UDYRaporu-may2011-2011-I.ceyrek.pdf>, 25 Eylül 2011.
- YASED: UDY’ler 2011 3. Çeyrek Değerlendirme Raporu, 2011, (Çevrimiçi) http://www.yased.org.tr/webportal/English/insight_yased/Documents/YASEDUDYRaporu+UNCTAD-2011C3-kasim2011.pdf, 18 Kasım 2011.
- YASED: “İSO 500 Sanayi Kuruluşu Sıralamasında İlk On Yabancı Şirket”, (Çevrimiçi) <http://www.yased.org.tr/webportal/Turkish/Yayinlar/documents/ISO500%20Değerlendirmesi-Temmuz2009.pdf>, 05 Kasım 2011.

ÖZGEÇMİŞ

Nazif Çetin, Adıyaman Lisesi Fen Bölümünden mezun olduktan sonra 1983 yılında İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü'nde başladığı lisans öğrenimini 1987'de, aynı yıl İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde başlayan yüksek lisans öğrenimini ise **“AB'nin Doğuşu, Organları - Türkiye ile İktisadi ve Sosyo Kültürel İlişkileri Üzerine Bir İnceleme”** başlıklı tez çalışmasıyla 1991 yılında tamamladı. Türkiye'de, 1950'lerde yatırıma başlayan ve UDY'lerin Türkiye'deki başarılı bir uygulaması olarak görülen **Unilever San. ve Tic. Türk A. Ş.'de** 1988 yılından beri çalışma hayatını sürdüren Nazif Çetin, **İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalında** devam eden doktora öğrenimini **“Uluslararası Doğrudan Yatırımların, Türkiye Ekonomisine Etkileri (Unilever-Türkiye Örneği)”** başlıklı tez çalışması ile 2012 yılında tamamlayan Nazif Çetin, evli ve üç çocuk babasıdır.

