

**ULUSLARARASI DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE TURİZM YATIRIMLARI VE
OLİ PARADİGMASININ YANSIMALARI**

Meltem CABER

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Turizm Ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Güven SEVİL

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Ocak 2005

YÜKSEK LİSANS TEZ ÖZÜ

ULUSLARARASI DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE TURİZM YATIRIMLARI VE OLİ PARADİGMASININ YANSIMALARI

Meltem CABER

Turizm Ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ocak 2005

Danışman: Prof. Dr. Güven SEVİL

Gelişmekte olan ülke ekonomilerinde sermaye ve girişimci kapasitesinin sınırlı miktarda olması sebebiyle, devlet yönetimleri yatırımda öncelikli sektör veya sektörler belirleyerek, yabancı sermaye yatırımlarını ülkelere çekmeye çalışmaktadırlar. Yabancı sermaye yatırımları, kimi iktisatçılar tarafından ülkelerarası gelişmişlik farklılıklarının başlıca nedeni, kimilerine göre ise milli gelişmenin sağlanabilmesi açısından bir zorunluluktur. Ancak bu tür yatırımlarda söz konusu ülkenin kendine özgü makro ekonomik gerçekleri esas alınır ve tanınan teşvikler uzun dönemli kalkınma planlarına paralel sonuçlar yaratırsa, ülke ekonomisi olumlu bir şekilde etkilenmektedir.

Bu çalışmada; özellikle doğrudan yabancı sermaye yatırımları ve turizm endüstrisi açısından taşıdıkları önem ele alınmıştır. Yabancı yatırımcıların yatırım kararlarını alırken hangi unsurları daha fazla göz önünde bulundurduklarını belirlemek amaçlanmıştır. Bu bağlamda OLI Paradigmasının geçerliliğini test etmek amacıyla çokuluslu zincir otel işletmelerine yönelik bir anket uygulaması gerçekleştirilmiştir.

ABSTRACT

Foreign direct investments (FDI) are the basic necessities for the economically developing countries as their investment and entrepreneur resources are quite limited in comparison to the developed countries.

The mentioned kind of investments -especially at tourism sector- are supposed to be helpful for empowering the country's economical situation considering they had been carried out in accordance with the national realities.

One of the theory about FDI is the "OLI Paradigm" which assumes Ownership, Location and Internalization are the basic investment factors for the multinational companies. The aim of the thesis is also explaining and testing to the tourism investments in principle of this theory.

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Meltem CABER'in "Uluslararası Doğrudan Yabancı Sermaye Turizm Yatırımları ve Olu Paradigmasının Yansımaları" başlıklı tezi 25 Şubat 2005 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca, Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalında, yüksek lisans tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

İmza

Üye (Tez Danışmanı) : Prof.Dr.Güven SEVİL
Üye : Doç.Dr.Erol KUTLU
Üye : Yard.Doç.Dr.Fatmagül ÇETİNEL

Prof.Dr.Nurhan AYDIN
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ÖNSÖZ

Her zaman göstermiş oldukları güven ve vermiş oldukları destek nedeniyle annem Sayın Yüksel CABER ve babam Sayın Nural CABER başta olmak üzere, çalışmamdaki katkılarından dolayı Sayın Prof.Dr. Güven SEVİL'e, Sayın Dr. Nazmi KOZAK'a, Ekin Yayın Grubu Editörü Sayın Fehmi KÖFTEOĞLU'na, T.C.Turizm Bakanlığı İstatistik Dairesi Şefi Sayın Himmet AYONUR'a, A.TO ve İ.TO.'nun Basım-Yayın Bölümü çalışanlarına teşekkürü bir borç bilirim.

Meltem CABER

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Çokuluslu Şirketlerin Faaliyette Buldukları Sektörlere Göre Tarihi Gelişimleri.....	9
Tablo 2: Uluslararası Şirketlere Göre 2002-2005 Arası Yatırımda En Çok Tercih Edilmesi Beklenen Ülkeler (Yüzde-%).....	10
Tablo 3: Türkiye’de Yıllara Göre Yabancı Sermaye Yatırımları.....	14
Tablo 4: Gelişmekte Olan Ülkelerde Uluslararası Sermaye Girişleri (milyar ABD\$).....	16
Tablo 5: Yatırım Politikalarındaki Yasal Değişiklikler (1991-2000).....	19
Tablo 6: Sermaye Hareketlerinde Değişim.....	21
Tablo 7: Gelişmekte Olan Ülkelerde Sermaye Giriş Riskleri.....	22
Tablo 8: Avrupalı Ve Amerikalı Çokuluslu Şirketlerin Yatırım Yönünden Çekici Buldukları Ülkelerin Sıralaması.....	24
Tablo 9: Yabancı Sermayeyi Belirleyen Faktörler Araştırmalarında Çelişkiler.....	26
Tablo 10: Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Yüzde (%) Dağılımı.....	27
Tablo 11: Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları Konusunda Geçerli Ulusal Uygulama Sayısı.....	27
Tablo 12: Doğrudan Yatırım Girişleri (milyar A.B.D.\$)	28
Tablo 13: Doğrudan Yatırımlar Ve Dünya Ekonomisine İlişkin Tahminler.....	30
Tablo 14: MIGA Portföy Dağılımı.....	48
Tablo 15: Uluslararası Turist Varışlarının Bölgesel Dağılımı (Milyon).....	49
Tablo 16: Başlıca Uluslararası Zincir Otel İşletmeleri.....	51
Tablo 17: 03.12.2003 Tarihi İtibariyle Avrupalı Zincir Otel İşletmelerinin Faaliyet Sonuçları.....	54
Tablo 18: Bir Ulusal Ekonominin Dış Hesaplar Bilançosu.....	69
Tablo 19: Şirket Sayısına Göre En Çok Yabancı Sermaye Çeken Sektörler	70
Tablo 20: Türkiye’nin İşletmedeki Turizm Belgeli Yatak Sayısındaki Artış Oranları.....	71
Tablo 21: Türkiye’de Faaliyet Gösteren Uluslararası Otel Zincirleri.....	73

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Sermaye Hareketlerinin Etkileri.....	6
Şekil 2: Uluslararası Rekabet Stratejileri.....	53
Şekil 3: Küreselleşme Faktörleri.....	56

KISALTMALAR LİSTESİ

- OECD** **Organization For Economic Cooperation And Development**
Ekonomik Kalkınma Ve İşbirliği Teşkilatı
(Üye Ülkeler: A.B.D., Kanada, Avustralya, Japonya, Yeni Zelanda,
Avusturya, Belçika, Danimarka, Finlandiya, Fransa, Almanya,
Yunanistan, İzlanda, İrlanda, İtalya, Hollanda, Norveç, Portekiz,
İspanya, İsveç, İsviçre, İngiltere, Türkiye)
- FDI** **Foreign Direct Investment**
Doğrudan Yabancı Yatırım (DYY)
- FPI** **Foreign Portfolio Investment**
Yabancı Portföy Yatırımı
- FIAS** **Foreign Investment Advisory Service- of the World Bank**
Yabancı Sermaye Danışmanlık Hizmetleri (Dünya Bankası)
- UNCTAD** **United Nations Conference On Trade And Development**
Birleşmiş Milletler Ticaret Ve Kalkınma Konferansı
- MNC** **Multinational Corporation**
Çokuluslu Şirket (ÇUŞ)
- TNC** **Transnational Corporation**
Ulusötesi Şirket (UÖŞ)
- MIGA** **Multilateral Investment Guarantee Agency- World Bank Group**
Çoktarafli Yatırımlar Garanti Ajansı (Dünya Bankası Grubu)
- IPA** **Investment Promotion Agency**
Yatırım Promosyon Ajansı

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ÖZ.....	ii
ABSTRACT.....	iii
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	iv
ÖNSÖZ.....	v
ÖZGEÇMİŞ.....	vi
TABLolar LİSTESİ.....	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	viii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	ix
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

YABANCI SERMAYE YATIRIMLARI VE DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARININ ÖZELLİKLERİ

1. YABANCI SERMAYE YATIRIMLARI İLE İLGİLİ KAVRAMLAR	4
2. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE YABANCI SERMAYE YATIRIMLARI.....	9
3. YABANCI SERMAYE YATIRIMLARININ ÇEŞİTLERİ.....	18
3.1. Portföy Yatırımları.....	21
3.2. Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları.....	22
4. DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARININ GERÇEKLEŞTİRİLME NEDENLERİ.....	30
4.1. Yatırım Yapılan Ülke Açısından Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Nedenleri.....	31
4.1.1. Politik ve Ekonomik İstikrar.....	31
4.1.2. Pazar Yapısı.....	32
4.1.3. Maliyet, Kar ve Finansman Koşulları.....	32
4.1.4. Kurumsal Yapının Özellikleri.....	32
4.1.5. Uygulanan Teşvikler.....	33

4.2. Yatırımı Gerçekleştiren Yatırımcı Açısından Doğrudan Yabancı Sermaye	
Yatırımlarının Nedenleri.....	33
4.2.1. Faaliyetlerin Bütünleştirilmesi.....	33
4.2.2. Teknolojik Üstünlük.....	34
4.2.3. Monopolist Yaklaşım.....	34
4.2.4. Ucuz Yabancı Faktör Kullanımı.....	34
5. DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARININ	
GERÇEKLEŞTİRİLDİKLERİ ÜLKELERDE YARATTIKLARI SOSYO-	
EKONOMİK ETKİLER.....	35
5.1. Ödemeler Dengesi Üzerine Etkileri.....	35
5.2. İstihdam Üzerine Etkileri.....	35
5.3. Teknolojik Gelişim Üzerine Etkileri.....	36
5.4. Sermaye Birikimi Üzerine Etkileri.....	36
5.5. Piyasa Yapısı Üzerine Etkileri.....	36
5.6. Yönetim Tecrübesi Üzerine Etkileri.....	36
5.7. Milli Gelir Üzerine Etkileri.....	37

İKİNCİ BÖLÜM

MODERN DIŞ TİCARET TEORİLERİ ARASINDA TURİZM ENDÜSTRİSİ YABANCI SERMAYE YATIRIMLARINI AÇIKLAMAYA YARDIMCI YENİ MODELLER

1. Getiri Oranlarındaki Farklılık Hipotezi.....	40
2. Pazar Büyüklüğü Hipotezi.....	40
3. Ürün Hayat Devri Hipotezi.....	41
4. Oligopolistik Tepki Hipotezi.....	42
5. İçselleşme Hipotezi.....	42
6. OLI Paradigması (Eklektik Teorisi).....	43
7. Caves Ekonomileri	46
8. Mevcudiyet Teorisi.....	46

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ULUSLARARASI DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE TURİZM YATIRIMLARI VE OLI PARADİGMASININ YANSIMALARI

1. Turizm Endüstrisinin Ve Uluslararası Zincir Otel İşletmeciliğinin Gelişimi....	47
2. Uluslararası Zincir Otel Şirketlerinin Dış Pazar Yatırım Şekilleri.....	55
2.1. İhracat Alternatifi İle Pazara Giriş.....	57
2.2. Anlaşma Yolu İle Pazara Giriş.....	57
2.2.1. Lisans Anlaşmaları.....	57
2.2.2. Franchising.....	58
2.2.3. Yönetim Anlaşması.....	58
2.2.4. Yap-İşlet-Devret Modeli.....	59
2.3. Yatırım Yolu İle Pazara Giriş.....	59
2.3.1. Ortak Girişim (Joint Venture).....	59
2.3.2. % 100 Sahiplik (Sole Venture).....	60
3. Uluslararası Doğrudan Yabancı Sermaye Turizm Yatırımları Ve OLI Paradigması.....	61
3.1. Literatür Araştırması.....	64
4. Türkiye’de Turizm Endüstrisinin Gelişimi Açısından Otel İşletmelerine Yönelik Yatırımların Durumu Ve Yabancı Yatırımların Önemi.....	67

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ULUSLARARASI ZİNCİR OTEL İŞLETMELERİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA

1. ARAŞTIRMANIN KONUSU.....	76
2. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	76
3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ.....	77
3.1. Araştırma Modeli.....	77
3.2. Örnek Büyüklüğünün Belirlenmesi.....	77
3.3. Veri toplama Yöntemi.....	79

4. ARAŞTIRMANIN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	79
5. VERİLERİN ANALİZİ	80
6. VERİLERİN YORUMU.....	88
SONUÇ.....	90
EK.1 Uygulanan Anket Örneği.....	94
KAYNAKÇA.....	98

GİRİŞ

Ülkelerin kalkınma süreçlerinde özel ve resmi kaynaklı sermaye yatırımlarının ayrı bir önemi bulunmaktadır. Hangi endüstri dalında olursa olsun gerçekleştirilen her yeni yatırım; istihdam edilen kişi sayısını arttırarak, ülke nüfusu içerisinde çalışan işgücü miktarı ve buna bağlı olarak GSMH'da artış sağlamaktadır. Bu döngü içerisinde tüketim miktarlarındaki artış neticesinde de yeni ve farklı yatırım imkanları yaratılarak ilgili ülkenin genel ekonomik gelişimi büyük bir ivme kazandırmaktadır. Fakat az gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ekonomilerinde kişi başına düşen gelir seviyesinin düşük, buna bağımlı tüketim hacminin de yetersiz olması yeni yatırımların gerçekleştirilebilmesine olanak sağlamamaktadır. Resmi kaynaklı yatırımların çoğu da zaruri alt ve üstyapı yatırımlarına veya kamu hizmeti odaklı, temelde kar amacı taşımayan yatırımlara yöneltilmektedir. Ayrıca çok sık değişen ve popülist politikalar uygulayan hükümet yönetimleri, ülkelerin kalkınma planlarına olumsuz etkide bulunmaktadır. Bu nedenle liberal ekonomiyi benimsemiş gelişmekte olan ülkeler açısından ihtiyaç duyulan yatırım olanaklarının ülke dışından sağlanabilmesi amacıyla özel yabancı sermaye yatırımlarının ülke içine çekilebilmesi bir ihtiyaç olarak görünmektedir.

Yabancı sermaye yatırımları, sermaye ortaklığını da kapsayacak şekilde gerçekleştirildikleri takdirde yatırımın gerçekleştirildiği ülke için daha uzun vadeli ve kalıcı hale gelmektedirler. Yani yabancı yatırımcıların olumsuz ekonomik, sosyal veya politik gelişmelerin etkisi ile anında ülke dışına yönelmemeleri açısından, bu yatırımların öncelikle doğrudan yabancı sermaye yatırımı şeklinde gerçekleştirilmelerini sağlamak bir alternatif olarak düşünülebilir. Burada önemli olan konu; yabancı şirketlerin zamanla tekeli bir yapı kazanmalarının önlenmesi ve yerli girişimciler karşısında haksız rekabet ortamı oluşturmalarının engellenmesi; ayrıca yatırım çekmek amacıyla katlanılan maliyetlerin uzun vadede beklenen getirilerden düşük olmasının sağlanmasıdır.

Uluslararası özel sermaye yatırımlarını gerçekleştiren çokuluslu şirketler, 21. yüzyıl küresel rekabet ortamında hangi ülkeye yatırım yapacakları konusunda çok farklı kriterleri gözönüne almaktadırlar. Bu şirketler, faaliyet gösterdikleri endüstrinin özelliklerini ve şirketlerinin vizyonunu temel alarak; hedef pazara giriş şekilleri, ülkesel risk unsurlarının nitelikleri ve benzeri kararları almak durumundadırlar. Türkiye,

özellikle 1980'li yıllardan itibaren yabancı kaynaklı sermaye yatırımlarını teşvik edici birçok yasal düzenleme ve teşvik gerçekleştirmiş olmasına karşın, yeterli miktarda yabancı yatırım çekememiştir. Bunun başlıca nedenleri olarak terör, yüksek enflasyon, siyasi istikrarsızlık, bürokratik uygulamalar, ülke imajındaki olumsuzluklar v.b. makroekonomik ve sosyo-ekonomik unsurlar sayılabilir.

Türkiye'nin yabancı sermaye yatırımlarını teşvik politikaları içerisinde sektörel bazda bakıldığı zaman, turizm alanında önemli miktarda gelişme sağlandığı görülmektedir. 16.03.1982 tarih ve 2634 Sayılı Kanun ile turizmde geniş çaplı bir teşvik politikası başlatılmıştır. Bunun sonucu olarak, 1982'den günümüze kadar geçen süreçte turizm yatırımlarının miktarlarında ve buna bağlı turizm gelirlerinde büyük artışlar sağlanmıştır. Turistik tesislerin sayısal artışı ile doğru orantılı olarak yurtdışından ülkeye giriş yapan turist sayısında da artış trendi yakalanmıştır. Turizm olayının temelde ihracat ile benzer ekonomik sonuçlara sahip olduğu göz önüne alındığında, Türkiye gibi dış ticaret dengesi devamlı açık veren bir ülkenin ödemeler bilançosunda turizm gelirlerinin ayrı bir önem taşıdığı açıkça görülmektedir.

Bu çalışmada yabancı sermaye yatırımlarının genel özellikleri ve çeşitleri hakkında bazı literatür bilgilerinin hatırlatılmasının yanısıra, özellikle doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının turizm endüstrisi açısından taşıdıkları önem ele alınacaktır. Bu yatırımların gerçekleştirilmesine etki eden farklı sosyal ve ekonomik değişkenlerin OLI Paradigması yardımıyla ortaya çıkarılmasına çalışılacaktır. Çalışmanın birinci bölümünde; yatırım, sermaye, doğrudan yabancı sermaye yatırımı kavramları, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının gerçekleştirilme nedenleri, neden oldukları sosyo-ekonomik etkiler ve yatırım çeşitleri yer almıştır. İkinci bölümde; turizm endüstrisi yabancı sermaye yatırımlarını açıklamaya yardımcı olabilecek çeşitli modern dış ticaret teorileri bulunmaktadır. Üçüncü bölüm uluslararası otel işletmeciliği yatırımlarının zaman içerisindeki gelişimine ve OLI Şartları'nın bu yatırımlar üzerindeki yansımalarına ayrılmıştır. Son bölümde yer alan uygulama çalışmasında ise çokuluslu otel işletmelerinin doğrudan yatırım kararlarına etki eden değişkenlerin önem derecelerinin tespiti ve OLI Şartları'nın geçerliliğinin test edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla hazırlanan bir anket uygulaması internet üzerinden çokuluslu zincir otel işletmelerine sunulmuş ve elde edilen sonuçlar yorumlanmıştır. Temel olarak tüm işletmelerde olduğu gibi, uluslararası zincir otel işletmelerinin de dünya ülkelerinin

turizm endüstrilerine doğrudan katkı sağlamak amacıyla değil, kendi faaliyet karlarını arttırmak amacıyla olarak yatırım girişimlerinde buldukları bir gerçektir. Konunun önem taşıyan boyutu, bu yatırımların şirket-sektör-ülke-ülkelerarası ve küresel çapta karşılıklı çıkarlara katkı sağlayacak şekilde yönlendirilmeleridir. Bunun için konu hakkında devamlı araştırılmalarının yapılması ve bu araştırmaların doğru bir biçimde yorumlanması gerekmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

YABANCI SERMAYE YATIRIMLARI VE DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARININ ÖZELLİKLERİ

1. YABANCI SERMAYE YATIRIMLARI İLE İLGİLİ KAVRAMLAR

Uluslararası iktisat, genel ekonomi ve işletme bilim dallarının başlıca araştırma konuları arasında yatırım, sermaye, istihdam, fiyat gibi makroekonomik unsurlar ve bu unsurların ülkelerarası farklı dağılımlarından doğan karşılıklı ticari ilişkiler bulunmaktadır. Bilindiği üzere, geleneksel ticaret teorisi; ülkelerin “Tanrı vergisi” çeşitli kaynaklara sahip olduklarını ve bunların uluslararası değişkenliklerinin bulunmadığını savunmakta idi.¹ Ancak 18. yüzyılda ileri sürülen klasik ticari teoriler 21.yüzyılın uluslararası kompleks ekonomik ilişkilerini ve gerçeklerini açıklamakta yetersiz kalmakta, bu nedenle modern dış ticaret teorileri geliştirilmektedir.

Günümüzde ulusal ekonomilerin uluslararası ekonomiyle bütünleşmeleri dış ticaret yoluyla veya yerel üretim faktörlerinden birinin nispeten kıt olmasının üretim için bir kısıt oluşturması durumunda ise bölgelerarası, ülkelerarası ve kıtalararası faktör hareketleri yollarıyla gerçekleşmektedir.² 1940’larda kurulan uluslararası teşkilatların da katkısıyla, 1950’ler ve 60’larda küresel üretim, sanayi ve bununla birlikte küresel ticaret, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde hızlı bir şekilde artmıştır. Ülke içinde katma değer yaratılması, belli bir emek/sermaye bileşimini gerektirmekte ve faktör ikamesinin sınırlı olması da, atıl kalan faktörü harekete zorlamaktadır. Ülkelerarası işgücü hareketinin kısıtlandığı günümüzde hareket eden üretim faktörü sermaye olmaktadır. Dünya ülkeleri ekonomik kalkınma seviyelerini yükseltebilmek amacıyla; sermaye kaynaklarını ve buna bağlı olarak yatırım imkanlarını değerlendirmek zorundadırlar. Bir ülkenin yatırım iklimi ne derece uygun olursa olsun, yeterli miktarda sermaye ve yatırımcı bulunamadığı sürece, sahip olunan üretim faktörlerinin atıl kalması kaçınılmazdır. Genel anlamda yatırım; bir dönem içinde üretilen ya da ithal edilen mallardan tüketilmeyerek ya da ihraç edilmeyerek gelecek

¹ William G.Egelhoff, Liam Gorman, Stephen McCormick, “How FDI Characteristics Influence Subsidiary Trade Patterns: The Case Of Ireland”, *Management International Review*, (Volume 40, 2000), s.205

² Mahmut Masca, “Üretimin Uluslararasılaşması Ve Çokuluslu Şirketler”, *Afyon Kocatepe Üniv. İ.İ.B.F.Dergisi*, (Cilt II, Sayı: 1, Temmuz 2000), s.130

döneme aktarılan kısım olarak tanımlanabilir.³ Diğer bir deyişle yatırım; ekonomide mevcut olan sermaye stokunun, yani mal ve hizmet üretiminde kullanılan üretim tesislerinin, belli bir dönemde korunması ve artırılması için kullanılan kaynaklar ve stoklardaki değişimlerdir. Bazen işletmecilikte “yatırım” ve “tesisler” kavramlarının eş anlamda kullanıldıkları görülmektedir.⁴ Bu doğru değildir. Tesisler, sermaye yatırımının yalnızca bir kısmını oluşturmaktadır. Sermaye yatırımının diğer kısmına, “döner varlıklar” adı verilmektedir. İşletme açısından, belli bir üretim gücünün elde edilmesi için yapılan her tür harcama yatırım sayılmaktadır. Bu harcamanın döner varlık sayılan mallara veya maddi veya gayri maddi varlıklara yapılması durumu değiştirmemektedir.

Bir yatırımın zamanında yapılmaması ya da ihmal edilmesi işletmenin rekabet gücünü, o alandaki yatırımı zamanında yapan işletmeler karşısında yitirmesine neden olmaktadır. Diğer taraftan, bugünkü ve gelecekteki şartlar iyi belirlenmeden yapılan yanlış bir yatırım, işletmenin geleceğini tehlikeye sokmaktadır. Yanlış yatırımların kötü sonuçları yalnızca işletmeyi değil, çoğu zaman işletmenin faaliyet gösterdiği endüstri dalını ve en sonunda da milli ekonomiyi olumsuz yönde etkilemektedir. Ekonomik büyümenin temeli olan yatırımların bir ekonomide ne denli önemli değişmelere yol açan dinamik faktörler olduğu, onların “çoğaltan yada çarpan” ve “hızlandırıcı” etkileri ile özetlenebilir.⁵ Yatırımların “çoğaltıcı” etkisi, bir ekonomide yatırımlar için yapılan harcamaların kendilerinden kat kat fazla oranda milli gelirden bir artış sağladığını ifade etmektedir. Bu oran, o ekonomideki marjinal tasarruf eğiliminin tersine eşittir ve çoğaltıcı katsayısı olarak adlandırılmaktadır. Yani bir ekonomide marjinal tasarruf eğilimi $1/3$ ise, yatırımın çoğaltıcı katsayısı 3 'e eşittir. Başka bir anlatımla 1 birimlik yatırım harcaması, milli gelirden 3 birimlik bir gelir artışına yol açmaktadır. Öte yandan, hızlandırıcı etkisi yatırım harcamalarının dolaylı olarak yeni yatırımları hızlandıracağını belirtmektedir. Yatırım harcamaları bir ekonomide geliri arttırırken, artan gelir tüketimi arttırmakta ve canlanan ekonomik ortam yatırım hacmini genişletmektedir.

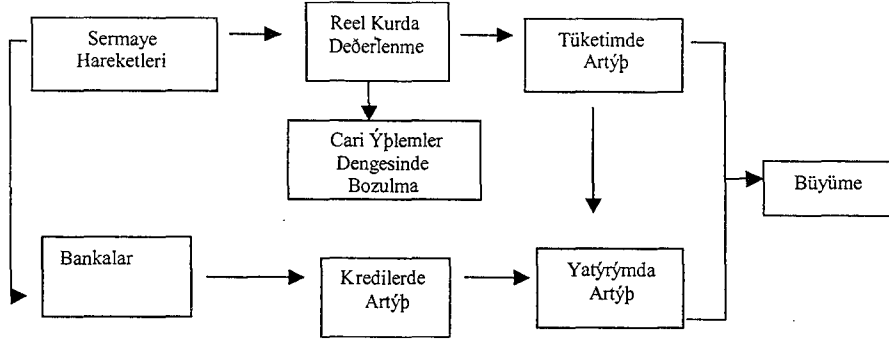
Bütün bunların yanısıra, şu üç neden yatırım politikasına büyük önem kazandırmaktadır:

³ Kamil Ayanoglu, Niyazi İtler, M.Cüneyd Düzyol, Cevdet Yılmaz, **Kamu Yatırım Projelerinin Planlanması ve Analizi**, (D.P.T. İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Md.Yayımları, Aralık, 1996), s.56

⁴ Doğan Bayar, **Yatırım Politikası (Sanayi İşletmelerinde)**, (5. Basım, 2000, Eskişehir), s.17

⁵ Halil Sarıaslan, **Yatırım Projelerinin Hazırlanması Ve Değerlendirilmesi**, (Turhan Kitapevi, Ankara 1997), s.23

- * Yatırımların uzun süreli olması,
- * Maliyet masrafları yapısındaki hareketsizlik,
- * Sermaye kaynaklarının kıt olması.



Şekil 1. Sermaye Hareketlerinin Etkileri

M.Ferhat Emil, M.Tuğrul Vehbi, "Uluslararası Sermaye Hareketleri Ve Kalkınma:Türkiye Örneği", Hazine Dergisi, Sayı:15, Mayıs-Aralık 2002, s.1

Mikro açıdan sabit sermaye yatırımları işletmelerin varlıklarını devam ettirmelerinin temel nedenidir. Çünkü piyasadaki rekabet koşulları çerçevesinde, genelde işletmelerinin piyasa değerini arttırmayı amaçlayan ve gelecekte kar beklentisi içinde olan işletmeler, bu amaçlarını gerçekleştirmek ve değişen sosyo-ekonomik ve teknolojik koşullara uyum için yatırım yapmak zorundadırlar. Bu nedenle işletmeler yatırım önerilerini bilimsel gelişmeler ışığında, gerçekçi bir çalışma kapsamında hazırlamak ve değerlendirmek durumundadırlar. İşletmelerde finansman politikası; sermaye tedarik ve sermaye kullanma politikaları olarak iki bölüme ayrılmakta olup, yatırım politikası sermaye kullanma politikasının bir alt fonksiyonu olarak ele alınmaktadır.

Ülkelerin kalkınma çabalarında da en kritik rolü her türlü mal ve hizmetin üretim kapasitesinin artırılmasını sağlayan yatırımlar oynamaktadır.⁶ Ekonomide yatırım akımı değişken olup, sermaye stoklarındaki zaman içindeki değişmeyi ifade etmektedir.⁷ UNIDO'nun 1991 yılında yayınladığı genişletilmiş ve revize edilmiş olan "Manual For The Preparation Of Industrial Feasibility Studies" adlı eserde, daha önce sabit sermaye yatırımları içinde yer alan bazı harcama kalemleri "üretim öncesi

⁶ A.Kenan Tanrıku, "Doğrudan Yabancı Yatırımlar Ve Türkiye'nin Yatırım İmajı", Active Dergisi, (Yıl:5, Sayı:26, Eylül-Ekim 2002), s.30

⁷ S.Rıdvan Karluk, **Uluslararası Ekonomi (Teori ve Politika)**, (Turhan Kitapevi, Ankara, 2002), s.309

harcamalar” başlığı altında toplanmakta ve toplam yatırım harcamaları üç ana başlık altında verilmektedir. Buna göre toplam yatırımlar:

- 1.Sabit sermaye yatırımları,
- 2.Üretim öncesi harcamalar,
 - Faizler hariç üretim öncesi harcamalar
 - Yatırım dönemi faizleri
- 3.İşletme sermayesi olarak gruplandırılmaktadır.

Ülkelerarası mal, sermaye ve emek (işgücü) hareketlerinin giderek serbestleşmesi süreci biçiminde gerçekleşen küreselleşme sonucu dünyanın giderek küçüldüğü herkes tarafından kabul edilen bir görüştür.⁸ Küreselleşme ile dünyanın giderek küçülmesi, ulusal sınırlar içinde faaliyet gösteren şirketlerin dünya çapında faaliyet gösterebilmelerini daha kolay hale getirmiştir. Uluslararası yatırımlar çoğunlukla çokuluslu (MNC-Multinational corporations) ve ulusötesi (TNC-Transnational corporations) olarak tanımlanan şirketlerce gerçekleştirilmektedir.⁹ Çokuluslu şirket terimi daha önceleri de kullanılmış olmakla beraber, ilk olarak 1963 yılında Business Week’te yayınlanan “ Multinational Company” (Çokuluslu Şirket) adlı makale ile resmi geçerlilik ve kullanım kazanmıştır. Çokuluslu ya da ulusötesi şirketlerin nasıl tanımlanacağı ekonomistler arasında tartışma konusudur. Tanımlamadaki güçlüklerin nedeni çokuluslu şirketlerin mülkiyet yapısı, yönetim biçimleri, uyguladıkları stratejiler ve yapıları bakımından çeşitlilik göstermeleridir. Bir şirketin mülkiyet yapısını temel öge olarak görenler açısından bir şirket, eğer ana şirketi yada genel merkezi birden fazla ulustan kişilere ait ise çokuluslu olarak nitelendirilir. Ancak, eğer sadece mülkiyete bakılırsa çok az çokuluslu şirket bu şekilde tanımlanabilir. Birçok “çokuluslu şirket” dünyanın birçok ülkesinde bağlı şirketlere sahip olmalarına karşın aslında tek ulusludur. Çokuluslu şirketler, bir ana merkeze sahip olan ve birden fazla ülkede doğrudan yatırım yoluyla mal ve hizmet üretiminde bulunarak, üretim faaliyetlerini evrenselleştiren işletmelerdir.¹⁰ Her ne kadar çokuluslu şirketler ile ulusötesi şirketler ifadeleri zaman zaman eş anlamlı olarak kullanılmakta ise de, aralarında çeşitli açılardan farklılıklar bulunmaktadır. İki ifade arasındaki temel

⁸ Orhan Çelik, “Küreselleşme Sürecinde Firmalararası Stratejik İşbirliği”, Ankara Üniv. S.B.F.Dergisi, (54-1, Mart 1999), s.24

⁹ “Çokuluslu Şirketler”, Asomedy Dergisi, (Büyüteç Eki, Kasım 2002), s.24

¹⁰ Rıza Aşıkoglu, Yatırım Ve Proje Değerlemesi, (Açıköğretim Fakültesi 4. Sınıf Yayın No:436, Mart 1995), s.421

fark; ulusötesi şirketlerin finansal merkezlerini düşük vergi ödeyecekleri ülkelerde konumlandırma eğilimi taşımalarıdır. Böylece bu şirketler esas olarak etkinlik gösterdikleri ülkelerdeki finansal yükümlülüklerini sınırlama ya da bunlardan tamamen kurtulma imkanlarına sahip olmaktadır. Şirketin ana merkezinin bulunduğu ülke dışındaki pazarlarda mevcut veya potansiyel talebin değerlendirilmesi, ucuz faktör temin edilebilmesi, çeşitli yatırım teşviklerinden yararlanılması, yerel işletmelere karşı rekabet avantajı sağlanması gibi birçok kriter farklı ülkelerde yatırım yapılması konusunda etkili olmaktadır. Esas olarak çokuluslu şirketlerin uluslararası yatırımlarının temelinde sermayenin verimliliğini veya getirisini artırma çabalarının yattığı söylenebilir.¹¹ Geleneksel olarak eskiden sermaye, yönetim ve teknik deneyim iç piyasalarca temin edilmekte iken; bugünün iş ortamında daha çok esnek ve daha az bürokratik yapı mecbur kılınmaktadır.¹² Bu nedenle çokuluslu şirketler artık sıklıkla dış piyasalara açılıp, bu piyasaları kendi avantajlarına kullanacak stratejiler geliştirmektedirler. Ülkelerarasındaki sermaye hareketleri, ticaret ve yabancı yatırımların önündeki engeller, ulaşım ve iletişim maliyetleri azaldıkça, şirketlerin de neyi, nerede ve nasıl üretecekleri ve kime satacakları konusundaki tercihleri genişlemektedir.¹³ Böylece, bir yandan sınırları ulusötesine taşan endüstri ve şirketler hızla çoğalırken, diğer yandan bu piyasalardaki rekabet artmaktadır. Hepsinden önemlisi, şirketlerin ülke dışındaki yatırımları arttıkça uluslararası üretim de hızla artmakta ve bu yatırımlar, yalnızca ulusal piyasaların genişlemesine katkıda bulunmayıp, aynı zamanda daha büyük ve geniş ölçekteki bölgesel ve küresel (global) piyasalar ortaya çıkarmaktadır.

¹¹ **Yabancı Sermaye**, (T.C.İş Bankası İktisadi Araştırmalar Md.Yayı, Ankara, Temmuz 1985), s.1

¹² Veysel Kula, Ekrem Tatoğlu, "Uluslararası İş Ortaklıklarının Nitelikleri Ve Kuruluş Nedenleri", Afyon Kocatepe Üniv. İ.İ.B.F.Dergisi, (Cilt:I, Sayı: 2, Aralık 1999), s.23

¹³ Hakan Çetintaş, **Global Bir Ekonomide Doğrudan Yabancı Yatırımlar Ve Rekabet**, www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/tem2001/global.htm (15.12.2003)

2. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE YABANCI SERMAYE YATIRIMLARI

Yabancı sermaye yatırımları, 1800'li yıllarda doğal ve tarımsal kaynaklardan başlayarak bugün bilgi işlemden nükleer maddelere ve hizmet sektörüne yatırım yapan bir tarihi gelişim süreci yaşamıştır.¹⁴ 1850-1945 yılları arasındaki dönem sömürge ve imtiyaz dönemidir. Dış yatırımlar, Batı Avrupa'dan Asya'ya, Afrika'ya ve Amerika'nın gelişmemiş yörelerine yönelmiştir. I.Dünya Savaşı'ndan sonra A.B.D. dış yatırımlarda ön sırayı almıştır. 1929-1930 dünya ekonomik bunalımı, gelişmiş ülkelerin dış yatırımlarını tasfiyeye yönelttiği yeni bir dönemin başlangıcı olmuştur. Diğer taraftan, az gelişmiş ülkelerde başlayan bağımsızlık hareketleri, bu ülkelerde yabancı sermayenin daha önce bulunduğu güven ve istikrar ortamını ortadan kaldırmıştır. 1928-1939 yılları arasında ülkemizde de pek çok yabancı sermayeli şirket millileştirilmiştir. II.Dünya Savaşı'ndan önce uluslararası yatırımlar daha çok portföy yatırımları şeklindeyken, sonraki dönemde doğrudan uluslararası yatırımlar önem kazanmaya başlamıştır. Bu gelişmede 1950'li yıllardan sonra uluslararası şirketlerin dünya ekonomisinde giderek önemli bir güç oluşturmalarının büyük rolü olmuştur.

Tablo 1. Çokuluslu İşletmelerin Faaliyette Buldukları Sektörlere Göre Tarihi Gelişimi

Yıllar	Faaliyette Bulunulan Sektör
1800-1890	Doğal ve tarımsal kaynaklar (Yün, petrol, mineral, kauçuk, meyve üretimi)
1891-1940	Kimyasal maddeler, ilaç sanayi, yiyecek maddesi, motorlu taşıtlar
1941-1945	Ulaştırma, askeri donanım, silah
1946-1960	Finansal hizmetler, haberleşme, makine, otelcilik, mühendislik
1961-1971	Elektronik eşya, çeşitli aygıtlar, araştırma, gezi ve eğlence gibi hizmetler
1972-1985	Eğitimle ilgili sektörler, gıda endüstrisi, sağlık ürünleri, temizlik mamulleri
1986-2000	Turizm, bilgi işlem, otomotiv, telekomünikasyon, nükleer maddeler

"İ. Özalp Anadolu Üniv., Eskişehir, 1986, s.358 den alıntı" (Rıdvan Karalar, "Sermayenin Evrenselleşmesi: Çokuluslu Şirketler", Uluslararası İşletmecilik-Seçme Yazılar)

1980'li yıllarda uluslararası yatırım rejimlerinde esas değişiklikler olmuştur.

Bunlar;

* Yabancı sermaye akışında ve stokunda olağanüstü artışlar,

¹⁴ Faruk Cömert, "Yabancı Sermayenin Dünü, Bugünü Ve Geleceği", Hazine Dergisi, Sayı:12, Ekim-Eylül, 1998, s.1

* Kısmen stratejik işlerde işbirliği, şirket birleşmeleri, şirket satın almalarından doğan yüksek teknolojideki global üretim seviyesindeki yükselme,

* Bilgi teknolojisindeki gelişmenin ve yaygınlaşan uygulamanın uluslararası işbirliği organizasyonlarına tatbik edilmesidir.

Tablo 2.Uluslararası Şirketlere Göre 2002-2005 Arası Yatırımda En Çok Tercih Edilmesi Beklenen Ülkeler (Yüzde-%)

Gelişmiş Ülk.	Gelişmekte Olan Ülk.	Latin Amrk.	Orta - D. Avrupa	Afrika Ve Batı Asya
A.B.D. 27	Çin 27	Brezilya 31	Polonya 33	G.Afrika 17
Almanya 16	Endonezya 10	Meksika 20	Macaristan 20	Mısır 12
İngiltere 12	Tayland 10	Arjantin 15	Çek Cum. 18	Türkiye 8
Fransa 10	Malezya 9	Şili 10	Rusya 11	Fas 8
İtalya 6	Hindistan 9	Kolomb. 5	Romanya 4	Nijerya 6
Japonya 5	Kore Cumh. 7	Peru 4	Bulgaristan 4	S.Arabistan 6
İspanya 5	Tayvan 7	Bolivya 3	Ukrayna 2	B.A.Emirlik. 5
İsveç 3	Vietnam 5	Venezuel 3		İsrail 2
Kanada 3	Hong Kong 4			Angola 2
İrlanda 2	Filipinler 4			
	Singapur 4			

World Investment Report, Transnational Corporations And Export Competitiveness, 2002

Yatırımcıların bir ülkeye yönlendirilebilmeleri ciddi çabaları gerektirdiğinden, kimi ülkeler tarafından pazarlama ve halkla ilişkiler alanında yetenek sahibi, hedefleri önceden belirlenmiş, eğitim ve ekipman sahibi personel istihdam edilmekte olup, hükümet-yabancı yatırımcı arasındaki bağlantılar bu kişiler aracılığı ile sağlanmaktadır.¹⁵ Bazı geçiş ekonomilerinde bu rolü özelleştirme idareleri veya ilgili bakanlıklar üstlenmiştir. Ancak çoğu Batılı ekonomilerde daha profesyonelce bir yaklaşım ile yatırım promosyon ajansları (IPA-Investment Promotion Agencies) kurulmuştur. Yakın zamanda kurulan bu ajanslara destek olmak amacıyla, Birleşmiş Milletler Avrupa Ekonomik Komisyonu (UN/ECE) ve Dünya Bankası'na bağlı Yabancı Yatırım Danışmanlık Hizmetleri (FIAS) tarafından 1997 yılında bir forum düzenlenmiştir. “Merkez-Batı Avrupa ve Bağımsız Devletler Topluluğu Geçiş Ekonomilerinde Doğrudan Yabancı Yatırım Olasılıkları” başlığı altında toplanan forum süresince; ülkelerin yatırım geliştirme hedefleri ve stratejileri tartışılmış, yatırım promosyon ajanslarının başarılı olabilmeleri için izlemeleri gereken çalışma yöntemleri belirlenmeye çalışılmıştır. UNCTAD tarafından 2001 yılında yapılan geniş kapsamlı bir anket çalışmasında da, yabancı sermayeye yönelik tanıtım kuruluşlarının özellikle 1990'lardan sonra büyük gelişme gösterdikleri, tahsis edilen bütçelerinin giderek arttığı,

¹⁵ “Promoting Foreign Direct Investment (In Central And Eastern Europe And The CIS), (Economic Commission For Europe (UN), Trade And Investment Guides:3, 2000), s.8

uygulanan stratejilerin çeşitlilik kazandığı tespit edilmiştir.¹⁶ Tanıtım kuruluşları temelde imaj oluşturulması ve yatırımcıların hedeflenmesi konularında yoğunlaşmaktadır. Söz konusu anket çalışması sonuçlarına göre, tanıtım işlevi gören bu kuruluşların % 58'i devlet kurumu, % 19'u özerk kuruluşlar, % 3'ü kamu ve özel ortak teşebbüsü, % 7'si ise özel teşebbüs olarak faaliyet göstermektedirler.¹⁷ OECD ülkelerinde bu tür kurumların temel fonksiyonları önem sırasıyla; yatırımcı hedeflemesi, yatırım sonrası hizmetler ve danışmanlık hizmetleri olarak belirirken, geçiş ekonomilerinde ise yabancı yatırımcıların hedeflenmesi, yatırım sonrası hizmetler, danışmanlık hizmetleri, yatırım politikalarının tespiti ve/veya tavsiyesi ve özelleştirmenin tanıtımı olarak belirmektedir. FIAS'ın çeşitli ülke promosyon ajansları arasında yapmış olduğu araştırma sonucunda tespit edilmiş olan 12 adet temel promosyon tekniği kullanım sıklıklarına göre;¹⁸

1. Finansal medyada genel reklamlar vermek,
2. Yatırım fuarlarında yer almak,
3. Endüstri yada sektör esasına göre medya reklamları vermek,
4. Yatırımcı ülke- evsahibi ülke ve evsahibi ülke-yatırımcı ülke arasında genel yatırım misyonlarını yönetmek,
5. Yatırım fırsatlarının tanıtıldığı genel bilgilendirme seminerlerini düzenlemek,
6. Posta veya tele-pazarlama kampanyaları ile yatırımcılarla direkt bağlantılı kurmak,
7. Yatırımcı ülke-evsahibi ülke arasında yada tersi yönde endüstri ve sektör esaslı yatırım misyonlarını yönetmek,
8. Endüstri yada sektör esaslı bilgilendirme seminerlerini düzenlemek,
9. Firma-bazında araştırmalarda bulunulmak ve satış temsilcileri vasıtasıyla temaslar kurulmak,
10. Yatırım uzmanlık hizmetlerini sağlamak,
11. Başvuru ve izin sürecine ait maliyet unsurlarını sunmak,
12. Yatırım sonrası hizmetlerini sunmak olarak sıralanmıştır.

Türkiye'de yabancı sermayenin ülkeye çekilmesine yönelik tanıtım faaliyetinde bulunan yalnızca YASED adlı özel bir kuruluş bulunmaktadır. Yabancı sermaye

¹⁶ Hayretin Demircan, a.g.e., s. 46

¹⁷ "The World Of Investment Promotion At A Glance", UNCTAD, 2001

¹⁸ FIAS, "Marketing A Country-Promoting As A Tool For Attracting Foreign Investment-", (Occasional Paper:13, Louis T.Wells Jr., Alvin G.Wint, First Edition, March 2000), s.21

yatırımlarına yönelik tanıtım faaliyetlerinin düzene kavuşturulması ile Türkiye'nin uluslararası sermaye akışlarından aldığı pay olumlu yönde etkilenebilecektir.¹⁹ Ancak, burada üzerinde önemle durulması gereken nokta, bu faaliyetlerin yatırım ortamının iyileştirilmesine dair çalışmalarla paralel gitmesi zorunluluğudur. Tanıtım faaliyetlerine ilişkin olarak mevcut bulunan Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü'nün fonksiyonlarının ötesinde, İrlanda Yatırım Promosyon Ajansı modelini örnek alan ve özel kanunla Başbakanlık'a bağlı olarak kurulacak bir Uluslararası Yatırımlar İdaresi Başkanlığı alternatifinin değerlendirilmesi gerektiği düşünülmektedir. Şubeler vasıtasıyla yurtdışında da çeşitli faaliyetlerde bulunacak böyle bir idarenin hayata geçirilmesi aşamasında dikkate alınması gereken konu ve öneriler aşağıda başlıklar halinde sunulmuştur:

* Yatırımcıların tek bir merciyle muhatap olması,

* Veri tabanı oluşturulması,

* Bireysel yatırımcıların temsili (Yatırımcının pek çok farklı merciinin yanı sıra, aynı kurumun içindeki farklı yetkililerle muhatap olması yerine, Çek Cumhuriyeti'nin Ulusal Yatırım Promosyon Ajansı CzechInvest'de olduğu gibi, yatırımı başından sonuna takip edecek bir yetkili tahsisi)

* Sektörel odaklanma,

* Bölgesel merkezler,

*Turizm Tanıtım İdaresi.

Kurumsal düzenlemeler ile tanıtıma ayrılan kaynaklardaki artışa bağlı olarak yabancı yatırımcıların ülkeye yönelik ilgilerinin artması, dünya sermaye akımlarından alacağımız payı da artacaktır. Türkiye'de yabancı sermaye yatırımlarına yönelik ilk yasal düzenleme, A.B.D. Dış Ekonomik Politika Komisyonu Başkanı Randall yönetiminde hazırlanan ve 1954 yılında çıkarılan 6224 Sayılı Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunu ile gerçekleştirilmiştir.²⁰ 1954 yılında yürürlüğe giren ve çok liberal hükümler taşıyan 6224 Sayılı Yasa'ya rağmen, 1980 yılına kadar Türkiye'ye istenen

¹⁹ "Uluslararası Doğrudan Yatırımlar Ve Türkiye"(Rapor), İ.S.O.Dergisi, (Sayı:432, Mart 2002), s.24

²⁰ Yasemin Çongar, Cem Sey, "Tek Pazar'ın Eşiğinde Şirket Birleşmeleri; İspanya Ve Türkiye", AET İle Bütünleşmede Yabancı Sermaye Ve Yatırımların Rolü-YASED İnceleme Yarışması II, (Yayın No:34, 1989), s.50

ölçüde yabancı sermayenin gelmemiş olması da, ülkelerin sadece yasal düzenlemeler ile yabancı sermayeyi çekemeyeceklerini göstermesi bakımından ilginçtir.²¹

Ülkemizde 1980 yılından sonra görülen yabancı sermaye giriş miktarındaki artışın temel nedenleri; 24 Ocak 1980 tarihinde alınan Ekonomik İstikrar Kararları'yla Türkiye'nin dışa açık bir politika izlemeye başlaması, ülkede politik ve ekonomik istikrarın yeniden sağlanması ve yabancı sermayeye uygulanan politikaların güven vermesidir. Bu politikalar, doğrudan yabancı yatırım açısından olumlu bir gelişim trendinin yakalanmasında etkili olmuştur.²² 24 Ocak 1980 Kararlarının önemli bölümü yabancı sermaye ile ilgilidir.²³ Getirilen yeni düzenlemelerde yabancı sermayeye daha gerçekçi bir gözle bakılmış, geçmişte karşılaşılan güçlüklerle süratli çözümler getirilmeye çalışılmış, yeni yatırım izinleri verilmiş, yabancı sermayeye güven veren bir siyasi ve ekonomik ortam yaratılmaya özen gösterilerek, yabancı sermaye girişlerinin hızlandırılması amaçlanmıştır. 1980'den sonra çıkarılan (3096, 3465 ve 3996 Sayılı Kanunlarla) Yap-İşlet-Devlet ve 96/8269 Sayılı Kararname ve 1997'de çıkarılan 4283 Sayılı Kanun ile enerji yatırımlarında Yap-İşlet-Sahiplen modelleri devreye sokulmuştur. 1990'ların ortalarından itibaren yabancı sermaye yatırımlarında düşüş yaşanmış olup, bunun başlıca nedenleri arasında politik ve ekonomik istikrarsızlığın yoğunlaşması, 5 Nisan Kararları'ndan beklenen olumlu sonuçların gerçekleşmemesi, terörün devam etmesi, dış ilişkilerin parlak bir dönemden geçmemesi, v.b. bulunmaktadır.²⁴ Kasım 2000 ve Şubat 2001 ekonomik krizleri de kaynaklarımızda önemli bir daralmaya yol açmıştır. Ancak hali hazırda iç ve dış borç stokumuz göz önüne alındığında, (Ağustos 2002 verileriyle yaklaşık 85 milyar \$ iç ve 117 milyar \$ dış borç) mevcut borçların ödenebilmesinin yanında, dış borç stokunu arttırmaya dönük yeni borç arayışı yerine, en uygun çözüm olarak doğrudan yabancı yatırımların kaldıraç etkisinden yararlanmak seçeneği uygun görünmektedir.²⁵ Aşağıdaki tabloda, 1980-2002 yılları arasında Türkiye'de fiili olarak gerçekleştirilen DYY miktarlarının rakamsal boyutları görülmektedir.

²¹ S.Rıdvan Karluk, **Dış Ticarete Giriş**, (Anadolu Üniv.Açıköğretim Fakültesi Ekonomi Yayınları No:113, Eylül, 1998), s.270

²² Ekrem Tatoğlu, Veysel Kula, "An Analysis Of Foreign Direct Investment Activity In Turkey", **Hacettepe Üniv. İ.İ.B.F.Dergisi**, (Cilt 16, Sayı 1-2, 1998), s.142

²³ Aslı Büyükerşen, "Türkiye'nin Kalkınma Sürecinde Dış Ticaret", (Anadolu Üniv. Sosyal Bilm.Ens. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 1997), s.99

²⁴ Hüseyin Şahin, **Türkiye Ekonomisi**, (6.Baskı, Ezgi Kitapevi, Bursa, 2000), s.351

²⁵ A.Kenan Tanrikulu, a.g.e., s. 36

Tablo 3. Türkiye'de Yıllara Göre Yabancı Sermaye Yatırımları

Yıllar	İzin Verilen Yab.Serm. (milyon \$)	Yat.Belgelerinin Top. (milyon \$)	Firma Sayısı*	Firmaların Top.Serm. (milyar TL)	Firmaların Top.Serm. (milyon \$)	Fiili Giriş (milyon \$)
1980-1990	6.423,01	32.793,00	78-1856	7.943,78	5.581,48	2.519
1991	1.967,26	4.474,00	2.123	13.101,04	1.235,86	907
1992	1.819,96	2.889,00	2.330	23.441,21	1.505,56	911
1993	2.063,39	6.115,00	2.554	36.737,05	1.210,36	746
1994	1.477,61	1.225,00	2.830	62.449,96	865,64	636
1995	2.938,32	6.625,00	3.161	113.013,79	1.106,31	934
1996	3.836,50	12.191,00	3.582	235.971,18	1.515,43	914
1997	1.678,21	3.836,00	4.068	458.968,46	1.472,66	852
1998	1.646,76	3.093,00	4.533	823.560,55	1.385,64	953
1999	1.700,53	4.249,00	4.950	1.446.502,79	1.496,71	813
2000	3.059,90	12.582,00	5.328	3.063.463,63	2.578,52	1.707
2001	2.738,58	2.851,00	5.841	6.184.411,71	2.501,11	3.288
2002**	996,69	807,20	6.037	8.319.638,13	1.579,69	75***
Toplam	32.346,74	93.730,20		24.034,96	15.255	

* Birikimli ** Haziran ayı itibariyle *** Nisan ayı itibariyle
www.hazine.gov.tr/ybs-rapor.htm

"1980 yılına kadar toplam 78 yabancı sermayeli işletmenin Türkiye'ye kazandırdığı yatırım miktarı sadece 228 milyon \$'dı. 24 Ocak Kararları'ndan sonra yabancı sermayeye kucak açan Türkiye, ancak 1987 yılından sonra yabancı sermaye miktarını arttırmayı başarabildi. Uluslararası çevrelerde Türkiye'ye gelen 400 milyon \$'lık yabancı sermayenin oluşturduğu olumlu izlenim sayesinde 1990 yılında Türkiye'ye 1 milyar \$'lık yabancı sermaye girişi sağlandı.... 1990'da yaşanan olumlu gelişmelerden sonra Türkiye'nin ekonomi hesaplamalarında yabancı sermaye yatırımlarının önemli bir yere sahip olacağı tahmin ediliyordu. ... Ancak 1990 yılında 1 milyar \$'lık yatırımı 1.800 firma yaparken 1997'de 1 milyar \$ seviyesindeki yatırımı 4.000 firma gerçekleştirdi.... Artık yabancı firmalar ağır sanayi yatırımı yapmaktansa ticaret ve hizmetlere yöneldiler. ... Türkiye'deki yabancı sermayenin % 71'i hizmetler, % 24.5'i imalat, % 2.4'ü tarım ve %1.3'ü madencilik alanlarında yatırım yapmış. Yabancı sermayenin hizmetlere yönelmesinin en büyük sebebi üç haneli enflasyon ve para cambazlığının daha cazip hale gelmesi olarak gösteriliyor. 1994 krizine kadar Türkiye'ye gelen yıllık ortalama 1 milyar \$'lık yabancı sermayenin yarıya yakını yeni yatırım iken, bugün yeni yatırımların oranı sadece % 5-10 seviyesinde kalıyor. Türkiye yıllık ortalama ancak 1 milyar \$'lık yabancı sermaye çekebilirken, daha önce Türkiye'nin çok gerisinde gösterilen Brezilya'da yıllık 10, Endonezya'da 8, Polonya'da 5 milyar \$'lık yabancı sermaye yatırımı gerçekleşiyor. Oysa ki Türkiye, Amerikalıların yayınladığı raporlara göre gelişmekte olan 10 ülke içinde Çin'den sonra en iyi potansiyele sahip ikinci ülke olarak gösteriliyordu. ...Ancak bu 10 ülke arasında gelişmeyi tamamlamayan tek ülke Türkiye oldu. Türkiye, ekonomisine hiçbir olumlu bir katkı yapmasa bile sadece istikrar ve belirgin politikalar sayesinde bugün yıllık

15 milyar \$'lık yeni yatırımla tanışacaktı."²⁶

Görüldüğü üzere, Türkiye'nin küresel sermaye yarışından aldığı pay çok düşük olup, bu oran % 0.37 - % 1.67 arasında değişmektedir. T.C.Merkez Bankası'nın açıkladığı Ödemeler Bilançosu verilerine göre,²⁷ 2003 yılında da makroekonomik verilerde yakalanan olumlu tablo yabancı sermayeye yansımamaktadır.

Türkiye, 2003'ün Ocak-Ekim döneminde sadece 369 milyon \$'lık doğrudan yabancı yatırım çekebilirken, aynı dönemde Türkiye'den yurtdışına 403 milyon \$'lık yatırım gerçekleştirilmiştir. Bir başka deyişle, Türkiye bu yılın ilk on ayı sonunda sermaye ihraç eden bir ülke olmuştur. Doğrudan yatırıma gelmeyen yabancıların portföy yatırımlarındaki artış ise sürmektedir. 2003 Ekim ayında 326 milyon \$'lık net giriş yaşanan portföy yatırımları Ocak-Ekim arasında 2 milyar 791 milyon \$ olarak açıklanmıştır. Söz konusu tutar 2002'in ilk on ayında 672 milyon \$ çıkışla sonuçlanmıştı. Bu yüksek yatırımın nedeni ancak; Türkiye'nin çok yüksek reel faiz vermesiyle açıklanabilir. Bu olumsuz gelişmelere karşın, OECD'nin üye ülkelere ilişkin gayrisafi yurtiçi hasıla büyüme projeksiyonlarına göre,²⁸ Türkiye'nin 2004'te % 4.9, 2005'te de % 5.4 ile OECD ülkeleri içinde büyüme rekortmenliğini sürdüreceği tahmin edilmektedir. Uygulanmakta olan makroekonomik programın ve ekonomide sağlanacak iyileşmenin etkisiyle, DYY'ların dönem boyunca artarak 2005 yılında 2,7 milyar \$'a ulaşması beklenmektedir."(Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 2001-2005, Madde 311)

Mevcut işsizlik sorunuyla birlikte, gelecekte işgücüne katılacak olan genç işgücü dikkate alındığında, Türkiye'de yeni yatırımlara olan ihtiyaç daha iyi anlaşılacaktır. Bütün bu koşullarda ülkemiz için DYY'ın önemi daha iyi ortaya çıkmaktadır. Türkiye'nin yabancı sermaye yatırım politikaları özet olarak:²⁹

- * Yerli ve yabancı yatırımcılara eşit muamele prensibi,
- * Yerli ve yabancı ortaklık oranlarının serbestçe belirlenebilmesi,
- * Yerli yatırımcılara serbest olan tüm sektörlerin yabancı yatırımcılara da serbest olması,
- * Kar, ücret, lisans gideri ve sermayenin geri dönmesi transferlerinin serbest olması,

²⁶ Birol Uzunay, "Yabancı Sermaye de Tekelleşiyor", www.arsiv.aksyon.com.tr, (09.01.2004)

²⁷ "Yabancı Gelmiyor, Türk Gidiyor", *Milliyet Gazetesi*, (Ekonomi Servisi), 27.12.2003, s.7

²⁸ "OECD:Türkiye 3 Yıl Büyüme Rekoru Kırar", *Hürriyet Gazetesi*, (Ekonomi Sayfası), 12.12.2003, s.9

²⁹ www.hazine.gov.tr (01.11.2003)

*Lisans, know-how, yönetim ve benzeri anlaşmaların sadece kayıt işlemine tabi olması,

*Yurt dışından gelen sermayenin Türk lirasına çevrilme zorunluluğunun olmamasıdır.

Tablo 4. Gelişmekte Olan Ülkelerde Uluslararası Sermaye Girişleri (Milyar A.B.D. \$)

	Yıllık Ortalama (1989-1994)	Küresel DY'nin %'si	1999	Küresel DY'nin %'si	2000	Küresel DY'nin %'si
AFRİKA	3.952	2	8.971	1	8.198	1
Angola	215	<1	1.065	<1	1.225	<1
Mısır	741	<1	1.065	<1	1.235	<1
LATİN AMERİKA VE KARAYİP	17.506	9	110.285	10	86.172	7
Brezilya	1.498	1	31.362	3	33.547	3
Meksika	6.571	3	11.915	1	13.162	1
Arjantin	2.694	1	24.147	2	11.152	1
ASYA VE UZAKDOĞU	37.888	19	100.030	9	143.763	11
Hong Kong	4.164	2	24.591	2	64.448	5
Çin	13.951	7	40.319	4	40.772	3
Kore	869	<1	10.598	1	10.186	1
Malezya	3.964	2	3.532	<1	5.542	<1
Vietnam	651	<1	1.991	<1	2.081	<1
Kazakistan	677	<1	1.587	<1	1.249	<1
Türkiye	708	<1	783	<1	982	<1
ORTA VE DOĞU AVRUPA	3.444	2	23.222	2	25.419	2
Polonya	788	<1	7.270	1	10.000	1
Çek Cumhuriyeti	563	<1	6.324	1	4.595	<1
Macaristan	1.152	1	1.944	<1	1.957	<1
KÜRESEL	200.145	100	1.075.049	100	1.270.764	100

"Uluslararası Doğrudan Yatırımlar Ve Türkiye, Durum Tespiti Ve Stratejik Plan", (İ.S.O.Yayımları, İstanbul, Ocak 2002).

Yabancı Sermaye Mevzuatı'na göre yabancı ortak payına ilişkin bir yüzde (%) sınırlaması yoktur. Yabancı sermayeli kuruluşların yabancı personel istihdamı serbesttir. Türkiye'nin ekonomik kalkınmasına katkıda bulunması, yatırım ve faaliyetlerin Türk özel teşebbüsüne açık olan bir sahada bulunması, tekel veya imtiyaz oluşturmaması koşuluyla, her türlü mal ve hizmet üretimine yönelik yabancı sermaye yatırım ve faaliyetleri serbesttir.³⁰ Avrupa Birliği İle Uyum Reformları çerçevesinde, 4817 Sayılı Yabancıların Çalışma İzinleri Hakkında Kanun 27 Şubat 2003 tarihinde

³⁰ Aslı Büyükerşen, a.g.e., s. 100

kabul edilmiştir.³¹ Bu Kanun ile, çalışma izinlerinin tek bir otorite tarafından verilmesi sağlanarak, bu alandaki dağınıklık giderilmiş ve 2007 Sayılı Türkiye'deki Türk Vatandaşlarına Tahsis Edilen Sanat Ve Hizmetler Hakkında Kanun yürürlükten kaldırılmıştır. Bu çerçevede, tercümanlık, rehberlik, fotoğrafçılık, şoförlük, garsonluk gibi mesleklerin ifası için gereken Türk vatandaşlığı şartı kaldırılmıştır. Yatırımları teşvik araçlarının en önemlilerinden biri olan yatırım indiriminin, yatırım teşvik belgesi olmaksızın, yatırımcıya otomatik olarak sağlanmasına ilişkin 4842 Sayılı Kanun, 24 Nisan 2003 Tarih ve 25088 Sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Ayrıca, daha önce toplam 19 aşamalı olan ve 2 aydan fazla süre gerektiren şirket kuruluşu sürecinin, standart şirket kuruluşu formu doldurularak 3 aşamaya ve 1 güne indirilmesi suretiyle sadeleştirilmesini sağlayan 4884 Sayılı Kanun, 17 Haziran 2003 Tarih ve 25141 Sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Yine aynı tarihli Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren 4875 Sayılı "Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu" ile 18 Ocak 1954 tarihli ve 6224 sayılı "Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunu" yürürlükten kaldırılmıştır. Yeni Kanun uyarınca; Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü'nce sermaye girişine ilişkin olarak verilen tüm ön izinler kaldırılmıştır.³² Ancak daha önce kurulmuş olan ve bu Kanun kapsamında kurulan yabancı sermayeli şirketler, bir Türk Şirketi kimliği ve yerli şirketlerin alması zorunlu olan her türlü izinleri almak ve gerekli tüm yükümlülükleri yerine getirmek zorundadırlar. Daha önce alınması zorunlu olan izinlerden: şirket ve şube kuruluş izni, yerli şirketlere yabancıların iştirak izni, yatırım izni, şirket faaliyet konusu değişikliklerine ilişkin izinler, sermaye artış ve hisse devir izinleri, dolaylı iştirak izinleri, lisans, know-how, teknik yardım, franchise anlaşmalarının tescili, ilgili Kanun ile kaldırılmıştır. Ayrıca yabancı ortak başına asgari 50.000 A.B.D. \$'ı sermaye getirilmesi şartı ve limited yada anonim şirket kurma zorunlulukları da ortadan kaldırılmıştır. Yeni Kanun'un yabancı sermaye girişlerini yıllar içerisinde arttırması beklenmektedir. Bilindiği gibi ekonomide sürdürülebilir büyümenin gerçekleşmesi için yeterli ve yerinde yatırım yapılması gerekmektedir.³³ Bu sağlanabilirse, ekonomide fiyat istikrarına ve işsizlik sorununa çözüm getirilebilecektir. Türkiye'nin sorunu, yanlış ekonomik politikaların

³¹ T.C.2003 Yılı Katılım Öncesi Ekonomik Program, (Yüksek Planlama Kurulu 14.08.2003 Tarih/2003-31 Sayılı Yayını, Ankara, Ağustos 2003), s.63

³² Doğrudan Yabancı Yatırımlar Mevzuatı, (T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı, Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü Yayını, Ekim), 2003

³³ Türkiye Ekonomisi-2003, (İ.S.O. Yayını ,1. Basım, Mayıs 2003), s.12

uygulanmasının yanısıra, yatırımların yetersiz olmasıdır. Yatırımların yetersizliği, büyümede istikrarsızlık ve kronik enflasyon yaratmaktadır. Nitekim krizli yıllarda kapasite kullanım oranı büyük oranda küçülmüş, takip eden yıllarda yeni ve ek kapasite yaratılmadığı için, bir önceki yıla göre kapasite kullanım oranlarında matematiksel artışlar sağlanarak büyümeler elde edilmiştir.

3. YABANCI SERMAYE YATIRIMLARININ ÇEŞİTLERİ

Özkaynakların yetersiz olduğu ve dış borçlarla yatırım yapmanın riskli ve pahalı olduğu durumlarda yabancı sermayeden faydalanmak önem taşımaktadır.³⁴ Yabancı sermaye; bir ülkenin karşılığını değişik biçimlerde ileride ödemek üzere başka ülkelerden temin ederek kısa sürede ekonomik gücüne ekleyebileceği mali ve teknolojik kaynaklar olarak tanımlanmaktadır.³⁵ Aslında dış borç kullanmak da bir çeşit yabancı sermaye ithalidir.³⁶ Yabancı sermaye ithalinin “borç” veya “yabancı ortaklık” şeklinde olup olmaması bir hesap işidir. Gelişmekte olan ülkeler makroekonomik politikalara olan olumlu etkileri nedeniyle yabancı sermaye yatırımlarını teşvik edilmekte, bu amaçla çok sayıda yasal değişiklikler gerçekleştirilmektedirler. Birleşmiş Milletler tarafından yapılan bir araştırmaya göre, 1990’lı yıllarda giderek artan sayıda ülke ulusal yatırım mevzuatı ile ilgili düzenlemelerde değişikliklere giderken (toplam 750 adet), bu değişikliklerin % 94,2’si doğrudan yabancı yatırımların lehine olmuştur. Sadece % 5.8’lik bir kısım düzenlemeler doğrudan yabancı yatırımların daha az lehinde gerçekleşmiştir.³⁷

Çokuluslu ve ulusötesi şirketlerin hızla büyüyen yeni pazarlarda bulunma istekleri, gelişmekte olan ülkelere ekonomik büyümeyi tetikleyen ekonomik reformlarla birlikte liberalizasyon ve özelleştirme hareketlerinden destek almış, yabancı sermaye hareketlerinin bu ülkelere yönelmesinin temel nedenlerinden biri olmuştur.³⁸ Ancak, bu ülke hükümet yetkililerinin ve politika danışmanlarının uluslararası ekonomik entegrasyonu kendi içinde bir amaç olarak düşünmekten vazgeçerek, dünya

³⁴ Ahmet Zengin, “Türkiye Ekonomisi Açısından Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarına İlişkin Bir Değerlendirme”, *İşletme ve Finans Aylık Dergisi*, (Yıl:18, Sayı:203, Şubat 2003), s.52

³⁵ Jale Yalınpala, *Türkiye Ekonomisinde Yabancı Sermaye Yatırımlarının Niteliği*, (Marmara Üniv. Yayın No: 640, İstanbul,1999), s.494

³⁶ *Yabancı Sermaye*, a.g.e., s.1

³⁷ Aynı, s.1

³⁸ Hayrettin Demircan, *Dünyada Ve Türkiye’de Yabancı Sermaye Yatırımları Ve Stratejileri*, (T.C.Başbakanlık Hazine Müst. Ekonomik Araştırma Gen.Md. Yayını, Mart 2003), s.17

ekonomisinde ilgili pazarların veya çok taraflı teşkilatların belirledikleri şartlarla değil, kendi şartlarıyla yer almalarının gerekli olduğunu hatırlamaları gerekmektedir.³⁹

Tablo 5. Yatırım Politikalarındaki Yasal Değişiklikler (1991-2000)

Yıllar	Değiş.Yapan Ülke Sayısı	Yatırım Politikası Değiş.Sayısı	Yabancı Serm. Lehine	Yabancı Serm. Kısıtlayıcı
1991	35	92	80	2
1992	43	79	79	0
1993	57	102	101	1
1994	49	110	108	2
1995	64	112	106	6
1996	65	114	98	16
1997	76	151	135	16
1998	60	145	136	9
1999	63	140	131	9
2000	69	150	147	3

World Investment Report, p.6, UNCTAD 2001

Bu amaçla, ekonomik kalkınmayı amaçlayan ülke idarelerinin yararlanabilecekleri bir kaynak olarak yabancı sermaye yatırımlarına değinmekte yarar bulunmaktadır. Yabancı sermaye, kalkınma ekonomisinde belli başlı ilgi ve tartışma konularından biridir.⁴⁰ İktisat literatüründe bazı iktisatçılar yabancı sermayeyi az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için faydalı ve gerekli bulurken, bazıları da faydası az, gereksiz ve hatta geri kalmışlığın önemli bir nedeni olarak görmektedirler.

“Sermayenin ulusu olmaz, sermaye uluslararasıdır ifadesi bir yönü ile doğrudur:

Sermaye kendisine kar getiren, kazanç sağlayan alana yada coğrafyaya kaymaktadır. Bu, “teknik olarak doğru ifade”, sermayenin karlılığındaki homojenlik olarak geçerlidir.

Ancak, sermayenin karlılık veya getiri göstergeleri ve güdülerine (motiflerine) göre hareketliliği sermayenin tamamen ulusallıktan koptuğu anlamına gelmemektedir.

Örneğin, Çin pazarına A.B.D. ve Japonya, sermayelerini yatırım olarak sokmak için yarış içerisinde. Japonya ve A.B.D. kendi çokuluslu şirketlerinin Çin ekonomisinde önlerini açarken, Çin yönetimine ödünler verirler. Bu ödünler bazen ticari, bazen mali ödünlerdir. Hatta siyasi ve askeri ödünler dahi söz konusudur. Bu ödünler, ödünü veren büyük devletlerin Çin ile ikili ilişkilerinde “ulusal stratejilerinin” bir parçasıdır. O halde Çin’e giden A.B.D., Japon veya Alman sermayesinin kendi devletlerinin ulusal veya stratejik çıkarlarından bağımsız olduğu düşünülemez... Bu büyük şirketlerin yolu kendi devletlerinin yardımı ile açılır. ... Şirketlerin dünyada, yukarıda sayılan yollarla büyümeleri, dev şirketlerin dünyanın ve ülkelerin yönetimindeki etkilerini ve ağırlıklarını

³⁹ Dani Rodrik, **Yeni Küresel Ekonomi Ve Gelişmekte Olan Ülkeler**, (Çeviren: Sultan Gül), (Sabah Kitapları- Çağdaş Bakışlar Dizisi:27, Ocak 2000), s.21

⁴⁰ Ahmet Zengin, a.g.e., s.52

hızla arttırmaktadır.⁴¹

Çokuluslu şirketler, gelişmekte olan ülkelerde çocuk işgücünü sömürmekle, o ülkelerdeki kötü çalışma koşullarını istismar etmekle, çevreyi kirletmekle, politik yozlaşmalara ve yolsuzluklara neden olmakla suçlanmaktadır.⁴² Dünya ekonomisinde çokuluslu şirketlerin ağırlıkları ile birlikte hedef oldukları olumsuz tepkilerin ve eleştirilerin sayısı da artmaktadır. Ancak, yabancı sermaye ile ilgili genellemeler yapmak yerine, her yatırım projesini ayrı ayrı incelemek, fayda ve maliyetlerini karşılaştırarak karar vermek, iktisat politikasının temel yaklaşımı olmalıdır.

Uluslararası sermaye hareketleri kaynağına göre özel yabancı sermaye akımları ve resmi sermaye akımları şeklinde iki gruba ayrılmaktadır. Resmi sermaye akımları; devletten devlete veya uluslararası kuruluşlardan devlete olan sermaye hareketlerini kapsamaktadır. (uluslararası tahvil ihracı, özelleştirme, resmi kaynaklı krediler gibi) Bunun dışında kalan tüm uluslararası sermaye hareketlerini kapsayan özel sermaye akımları ise, yabancı özel doğrudan sermaye yatırımları (Foreign Direct Investment-FDI), portföy yatırımları (Foreign Portfolio Investment-FPI), ticari banka kredileri ve diğer yatırımlardan oluşmaktadır. Ancak, 1980'li yılların başında gelişmekte olan ülkelerin dış borç yükümlülüklerini yerine getirememeleri sonucu yaşanan borç krizi, ticari banka kaynaklı uluslararası kredilerin kısa vadeye dönüşmesine ve resmi kaynaklı uluslararası kredilerin önemini yitirmesine neden olmuştur.⁴³ Aşağıdaki tablodan da görüleceği üzere, son yıllarda portföy ve doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının payı artarken, banka kredilerinin payı azalma sürecine girmiştir.⁴⁴

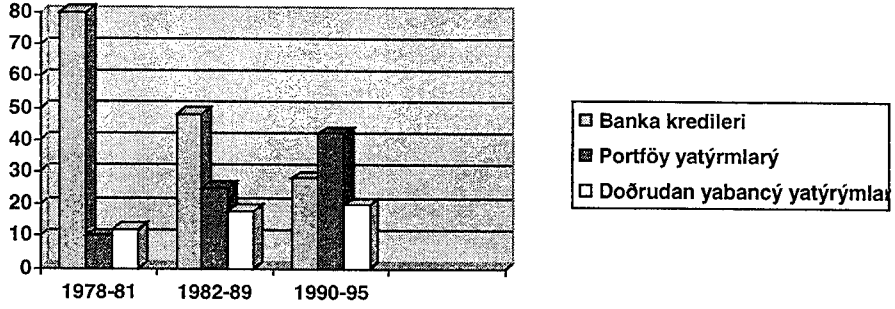
⁴¹ Erol Manisalı, *Dünyada Ve Türkiye'de Büyük Sermaye*, (Derin Yayınları No:14, İstanbul 2002), s.12

⁴² "Çokuluslu Şirketler", a.g.e., s. 24

⁴³ Sadi Uzunoğlu ve diğerleri, *Uluslararası Sermaye Hareketlerinin Gelişmekte Olan Ülkelerde MakroEkonomik Etkileri Ve Türkiye*, (İMKB Yayınları No:6, 1995), s.137

⁴⁴ Hayrettin Demircan, a.g.e., s.10

Tablo 6. Sermaye Hareketlerinde Değişim



“Finance and Development , A Quaterly Magazine Of IMF, Volume 38, Number 2, June 2001), s.10 den alındı, (Hayrettin Demircan, Dünyada Ve Türkiye’de Yabancı Sermaye Yatırımları Ve Stratejileri, T.C.Başbakanlık Hazine Müst.Ekonomik Araştırmalar Gen.Md.Yayını, Mart 2003).

Buna karşılık, portföy yatırımlarını ve doğrudan yatırımları içeren sermaye hareketlerinde ise hızlı bir gelişim yaşanmıştır ve de yaşanmaktadır. Bu çalışma kapsamında portföy ve doğrudan yatırım şeklinde gerçekleştirilen yabancı sermaye yatırımlarının özelliklerine kısaca değinildikten sonra, esas olarak özel doğrudan yabancı sermaye yatırımları incelenecektir.

3.1. Portföy Yatırımları

Özel yabancı sermaye hareketlerinden biri olan portföy yatırımları, tasarruf sahiplerinin uluslararası sermaye piyasalarında uluslararası politik risk, kambiyo kuru riski, bilgi edinebilme riski gibi ek riskler üstlenmek suretiyle sermaye kazancı ile faiz ve temettü geliri gibi kazançlar elde etmek amacıyla hisse senedi, tahvil ve diğer sermaye piyasası araçlarına yatırım yapmalarıdır.⁴⁵ Faiz veya temettü elde etmek üzere yabancı bir ülkeye ait menkul kıymetlerin uluslararası sermaye piyasalarından satın alınması ile gerçekleştirilen portföy yatırımlarında (dolaylı yatırımlar) yatırımcının yatırım ve üretim üzerinde herhangi bir denetimi bulunmamaktadır.⁴⁶ Portföy yatırımları uluslararası ve piyasalararası yapılabilmektedir.⁴⁷ Bir ülkenin ihraç ettiği hisse senedi ve tahvillerin yabancı yatırımcılar tarafından o ülkenin sermaye piyasasında ticaretinin yapılması uluslararası işlemlere örnektir. Aynı işlemin ülke

⁴⁵ Meral Varış Tezcanlı ve diğerleri, **Uluslararası Sermaye Hareketlerinde Portföy Yatırımları ve Türkiye**, (İMKB Araştırma Yayınları No:3, Aralık,1994), s.8

⁴⁶ **Yabancı Sermaye**, a.g.e., s.5

⁴⁷ Meral Varış Tezcanlı ve diğerleri, a.g.e., s.8

sınırları dışında (off-shore) bir merkezde gerçekleşmesi piyasalararası işlemlere örnektir. Potansiyel risk açısından bakıldığında, gelişmekte olan ülkelere yönelik en riskli sermaye girişi portföy yatırımlarıdır.⁴⁸ Portföy yatırımlarının yüksek likidite özelliğine sahip olması, sermaye çıkışını kolaylaştırdığından, finansal krizlere yol açabilmektedir. Risk açısından portföy yatırımları yalnızca ticari kredilerle karşılaştırılabilir.

Tablo 7. Gelişmekte Olan Ülkelerde Sermaye Giriş Riskleri

Derece	İktisadi Politika Kısıtları	Potansiyel Risk
En Yüksek	-Portföy Yatırımı -Ticari Krediler -Dış Yardım	-Portföy Yatırımı -Ticari Krediler -Dış Yardım
En Düşük	-Doğrudan Yatırımlar	-Doğrudan Yatırımlar

Esen O.,GOÜ’de Portföy Yatırımlarının Etkileri,Ekonomide Durum, Kış 1997,Türk-iş Araştırma Merkezi, Ankara,1997, s.155

Portföy yatırımları genellikle spekülâtif amaçlar taşıyan, yüksek likiditeye sahip, ülke-içi ve dışı gelişmelerden çabuk etkilenen nitelikler taşıdıklarından, özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından bu ülkelerde uzun vadeli faaliyet göstermek üzere kurulan doğrudan yabancı sermaye yatırımları daha fazla tercih edilen bir yatırım şeklidir. 1989 yılı Ağustos ayında çıkan “32 Sayılı Karar”la Türkiye’de finansal serbestleşmeye geçilmesi ile “sıcak para” olarak adlandırılan ve spekülâtif kazanç elde etmeyi hedefleyen uluslararası sermayenin hiç de abartılmayacak bir miktarı Türkiye’ye girmiş; ancak bu miktar makroekonomik dengeleri bozacak boyutlarda olmamıştır.⁴⁹ Çünkü, bu miktar Türkiye’nin uluslararası rezervleriyle karşılaştırıldığında, tehlikeli sınır olarak iddia edilen “% 25’lik” sınırı, hiçbir dönemde aşmamıştır ve Türkiye ekonomisi spekülâtif nitelikli sıcak para giriş ve çıkışını kontrol edebilecek koşullara sahip olmuştur.

3.2. Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları

Yabancı bir ülkede bir şirket satın almak veya yeni kurulan bir şirket için kuruluş sermayesini sağlamak veya mevcut bir şirketin sermayesini arttırmak yoluyla yapılan ve sermaye ile birlikte teknoloji, know-how, işletmecilik bilgisi ve yatırımcının kontrol yetkisini de beraberinde getiren yatırımlara “uluslararası doğrudan yatırım”

⁴⁸ Faruk Cömert, a.g.e., s.8

⁴⁹ Sadi Uzunoğlu ve diğerleri, a.g.e., s. 138

denilmektedir.⁵⁰ OECD normlarına göre doğrudan yabancı sermaye yatırımları (Foreign Direct Investments- FDI) bir ülkede yerleşik kişi yada kurumların (doğrudan yatırımcı) bir başka ülkede kalıcı ekonomik çıkar elde etme amacını yansıtmaktadır.⁵¹ Kalıcı çıkar kavramı yabancı sermaye yatırımcısı ile yatırım ve yatırımın kontrolü konularında uzun dönemli bağımlılığı ifade etmektedir. Yabancı sermaye yatırımcısı, yerleşik olduğu ülkeden başka bir ülkede şube, büro, bağlı kuruluş yada ortaklık biçiminde doğrudan yabancı sermaye yatırımına sahip olan şahıslar, şirketleşmemiş kamu yada özel teşebbüsler, devletler, birbirleriyle bağlantılı bireyler, şirket ve/veya şirketleşmemiş girişimcilerdir.⁵² Yine OECD normlarına göre, doğrudan yabancı yatırımlar, şahıslar yada şirketlerden oluşan yabancı bir yatırımcının şirketleşmiş ya da eşiti bir işletmede şirket bünyesinin en az % 10 oranında temsil gücüne sahip olduğu yatırımları kapsamaktadır. Ayrıca yabancı yatırım resmi raporlarda:

“* Yabancı sermayeli kuruluşlarda yabancı gerçek ve tüzel kişilerin hissesine tekabül eden net kar, temettü, satış, tasfiye ve tazminat bedelleri ile lisans, know-how, teknik yardım, yönetim ve franchise anlaşmaları karşılığında ödenecek meblağların, dış kredi anapara ve faiz ödemelerinin transferi veya transfer edilebilir değerleri,⁵³

* Makine, teçhizat, alet ve bu mahiyetteki mallar, makine aksamı ve malzeme ile Hazine Müsteşarlığı'nın kabul ettiği sair lüzumlu malları,

* Yurtdışında yerleşik kişi ve kuruluşların, kambiyo mevzuatı çerçevesinde doğan her türlü mevcut ve alacaklarından, Hazine Müsteşarlığı'nın sermaye payı olarak kabul edeceği meblağları,

* Patent ve ticari marka gibi fikri haklardan Müsteşarlık'ca kabul edilenleri ifade eder.” şeklinde tanımlanmaktadır. Bu açıdan, doğrudan yabancı sermaye yatırımları bir sermaye transferi olmakla birlikte, aynı zamanda teşebbüs, teknoloji, risk taşıma ve organizasyon aktarımını da sağlamakta, işletmecilik ustalığı ve know-how'ı da beraberinde getirmektedir.⁵⁴ Doğrudan yatırımlar, genellikle sanayi sektörüne yöneliktir.⁵⁵ Ancak son yıllarda özellikle turizm, bankacılık, taşımacılık, sigortacılık ve reklam gibi çeşitli hizmet sektörlerine yönelen yabancı yatırımlar da giderek önem

⁵⁰ Rıza Aşıkoğlu, a.g.e., s. 420

⁵¹ Hayrettin Demircan, a.g.e.s. 1

⁵² OECD Benchmark Definition Of Foreign Direct Investment, Third Edition, 1999

⁵³ A.Kenan Tanrikulu, a.g.e., s.32

⁵⁴ Jale Yalınpala, a.g.e., s. 494

⁵⁵ Aynı, s.6

kazanmıştır. İki ülke arasında sermaye akışı şeklinde olan doğrudan yatırımlar yatay ve dikey olmak üzere iki grupta incelenebilir. Yatay yatırımlar, bir işletmenin gittiği ülkelerde kendi ülkesindeki üretimin aynısını gerçekleştirdiği yatırımlardır. Dikey yatırımlar ise, yatırım yapılan ülkede menşe ülkedeki ürünlerin işlenmesi ve satışı ile ilgili olarak ileriye veya geriye dönük şekilde yapılan yatırımlardır. Avrupa ve Amerika merkezli çokuluslu şirketlerin yatay ve dikey yatırımlar açısından 13 ülke arasında en çekici buldukları ülkeler şöyle sıralanmıştır: (5 en yüksek, 1 en düşük değer alınarak, aritmetik ortalama hesabı yapılmıştır.)

Tablo 8. Avrupalı Ve Amerikalı Çokuluslu Şirketlerin Yatırım Yönünden Çekici Buldukları Ülkelerin Sıralaması

Avrupalı Şirketler İçin Bazı Ülkelerin Yatırımsal Çekicilikleri				Amerikalı Şirketler İçin Bazı Ülkelerin Yatırımsal Çekicilikleri			
Yatay Yatırımlar		Dikey Yatırımlar		Yatay Yatırımlar		Dikey Yatırımlar	
Tayland	3.8	Malezya	3.6	Tayland	3.9	Macaristan	3.8
Malezya	3.7	Tayland	3.5	Malezya	3.7	Malezya	3.0
Portekiz	3.5	Polonya	3.1	Türkiye	3.6	Tayland	2.8
Polonya	3.4	Türkiye	3.1	Macaristan	3.5	Polonya	2.6
Türkiye	3.4	Portekiz	2.9	Polonya	3.5	Türkiye	2.5
Macaristan	3.3	Macaristan	2.6	Rusya	3.1	Portekiz	2.2
Rusya	3.0	Rusya	2.5	Portekiz	2.9	Rusya	2.0
Slovakya	2.2	Slovakya	2.0	Mısır	2.4	Mısır	1.7
Mısır	2.2	Litvanya	1.8	Ukrayna	2.4	Ukrayna	1.5

FIAS, Occasional Paper:10, "Strategies Of Multinationals And Competition For FDI", Charles-Albert Michalet, The World Bank, U.S.A., 1997, s.5

Doğrudan yabancı sermaye yatırımları tanım olarak uzun dönemli yatırımları içermektedir.⁵⁶ Bu özellikleri nedeniyle kısa dönemli sermaye hareketlerinin değişken yapısını taşımayan bu tür yatırımlar, özellikle gelişmekte olan ülkelerin dış borçlanmalarına alternatif bir politika aracı olarak önerilmektedir. Doğrudan yabancı yatırımlar, öncelikle ülkeye ciddi bir sermaye akışı sağlamaktadır.⁵⁷ Sermaye, ülkenin yatırım ve tasarruf açığının giderilmesi açısından önemlidir. Bunun yanında, doğrudan yabancı yatırımlar;

* Uzun vadeli yatırım niteliğinde olması nedeniyle de istikrarsız ekonomiler üzerinde istikrarı destekleyici bir etki yapmakta,

* Ülkeye ileri teknoloji ve know-how transferini kolaylaştırmakta,

* Sağladığı üstünlüklerle ülkelerin rekabet gücü artışına katkı sağlamakta,

* Yeniden yapılanma çabalarında etkili olmakta,

* Ana sanayilerle birlikte yan sanayilerin oluşmasına destek olmakta,

⁵⁶ Ahmet Zengin, a.g.e., s. 52

⁵⁷ A.Kenan Tanrıkulu, a.g.e., s.32

* Ülkede istihdamın, toplam yatırımın ve ihracatın artışına katkı sağlamaktadır. DYY'lar döviz girişi de sağlamaktadırlar.⁵⁸ DYY ülke açısından yalnızca üretimi ve katma değeri arttıran bir unsur değil, aynı zamanda kaliteyi ve marjinal verimliliği arttıran bir unsur olarak da karşımıza çıkmaktadır. Ancak çokuluslu işletmeler, yapılan yatırımlar sonucunda dışarıya kar ve diğer sermaye gelirlerini transfer etmektedirler. Yabancı şirketler, ülkede elde ettikleri karları kendi ülkelerine transfer ettiklerinde, bu kar payı gelirlerini esas olarak kar transfer edilen ülkeler vergilemektedir.⁵⁹ Bu transferler, DYY miktarı yükseldikçe artmaktadır. Yapılan bir araştırmaya göre DYY sonucunda dışarıya yapılan transferler, borçlanma sonucunda yapılan faiz ödemelerinden daha yüksektir. Buna karşın, hızlı gelişen bilgi ve teknoloji ortamında artık elde edilen karların önemli bir kısmı, Ar-Ge çalışmalarına da harcandığı için, istihdam ve büyümeye olan katkıları artmaktadır. DYY'ların ödemeler dengesi üzerinde olumlu bir etki yaratabilmesi için, sağladığı döviz girişlerinin döviz çıkışlarından fazla olması gereklidir. Ancak yapılan ithalat döviz girişlerini azaltmakta, hatta bazen durum negatife dönmektedir. Çokuluslu şirketlerin üst kademe yöneticilerini kendi ülkelerinden seçmeleri ve yerel şirketler karşısında teknolojik üstünlükler sağlamaları da eleştirilen yönleri arasındadır.⁶⁰ Diğer taraftan bazı çokuluslu şirketlerin ulusötesi şirketler haline dönüştükleri görülmektedir. Bu şirketlerin sayıları birleşmeler ve devralmalar yolu ile azalmakta, bu şekilde tekeli eğilimler ortaya çıkmaktadır. Doğrudan yabancı yatırımlar yoluyla yabancı pazarlara girişte şirket karakteristikleri, çevre ve çokuluslu şirket davranışları ile ilgili olarak geniş bir literatür bulunmaktadır.⁶¹ Bu konuda, farklı yaklaşımlarla gerçekleştirilmiş çok çeşitli teorik ve ampirik çalışmalar yapılmıştır. Farklı pazara giriş modellerinin, farklı kaynak kullanımlarını gerekli kıldığı, yatırım yapılan ülkedeki mevcut sektör yapısının, yatırımcıya ve şirkete-özel faktörlerin (uluslararası faaliyette bulunma ve pazar tecrübesi gibi) doğrudan yabancı yatırımlara ne şekilde yön verdikleri hakkında bir çok araştırma yapılmıştır. Yabancı sermayenin potansiyel belirleyicileri ve bunların göreceli önemleri üzerine yapılan çok sayıda

⁵⁸ Kuter Ataç, "Küreselleşme: Bir Değerlendirme", Hacettepe Üniv. İ.İ.B.F.Dergisi, (Cilt:18, Sayı:1, 2000), s.99

⁵⁹ Namık Kemal Uyanık, **Bir Bölüm Finansal İşlemler Ve Vergilendirilmeleri**, (Türkiye Bankalar Birliği Yayın No: 226, İstanbul 2001), s.277

⁶⁰ Ali Ceylan, **İşletmelerde Finansal Yönetim**, (Ekin Yayınevi, 6.Basım, 2000), s.297

⁶¹ Marco Mutinelli, Lucia Piscitello, "Foreign Direct Investment And Entry Mode Choice: The Influence Of Factors Related To Information Costs", **Selected International Investment Portfolios**, (Edited by James Baker), Pergamon Publishing, First Edition, 1998, s.92

araştırmanın ulaştığı sonuçlarda konsensüs sağlanamaması, bu çalışmaların perspektiflerinin, metodolojilerinin, örnek seçimlerinin ve analiz araçlarının farklı olmasıyla açıklanabilir.⁶²

Tablo 9. Yabancı Sermayeyi Belirleyen Faktörler Araştırmalarında Çelişkiler

Potansiyel Faktörler	Faktörlerin Değişik Araştırmalarda Yabancı Sermaye Üzerindeki Etkileri		
	Olumlu (Pozitive)	Olumsuz (Negative)	Önemsiz (Insignificant)
Pazar Büyüklüğü	Bandera&White (1968),Schmitz Bieri (1975),Gren& Cunningham (1976),Lunn(1980),Wedenborg(1979), Dunning(1980),Root&Ahmet(1979) Kravis&Lipsey(1982), Nigh(1985), Schneider&Frey (1985),Culem(1988), Papanastassius&Pearce(1990), Wheeler& Mody(1992),Sader(1993),Tsai(1994), Shamsuddin(1994)	Lucas(1993)	
İşgücü Maliyeti	Caves(1974),Swedenborg(1979) Nakani(1979),Wheeler&Mody (1992)	Goldesbrough(1979), Saunders(1983),Flamm (1984),Schneider&Frey (1985),Culem(1988), Shamsuddin(1993)	Owen(1982),Gupta(1983) Lucas(1990),Sader(1993) Tsai(1994)
Büyüme Oranı	Bandera&White(1968),Lunn (1980),Schneider&Frey(1985) Culem(1988)		Night(1988),Tsai(1994)
Açıklık	Kravis&Lipsey(1982),Culem (1998),Edwards(1990)		Schmitz&Bieri(1972), Wheeler&Mody(1992)
Ticaret Açığı	Culem(1998),Tsai(1994), Shasuddin(1994)	Torissi(1985),Schneider &Frey(1985),Hein(1992), Diollar(1992),Lucas(1993)	
Döviz Oranı	Edwards(1990)	Caves(1988),Froot&Stein (1991),Blonigen(1995) Blonigen&Feenstra(1996)	Sader(1991)
Politik Belirsizlik		Schneider&Frey(1985), Nigh(1985),Wheeler(1992)	
Ticari Engeller	Schmitz&Bieri(1972), Lunn(1980)	Culem(1988)	Beaurdeau(1986) Blonigen&Feenstra(1996)

“Avic Chakrabarti, Foreign Direct Investment & Host Country Interaction: A Startegic Approach, 1998” den alıntı, (Mustafa Duran, Teşvik Politikaları Ve Doğrudan Yabancı Sermaye, T.C.Hazine Müst.Araştırma Ve İnceleme Dizisi No:33, Ocak, 2003, s.91)

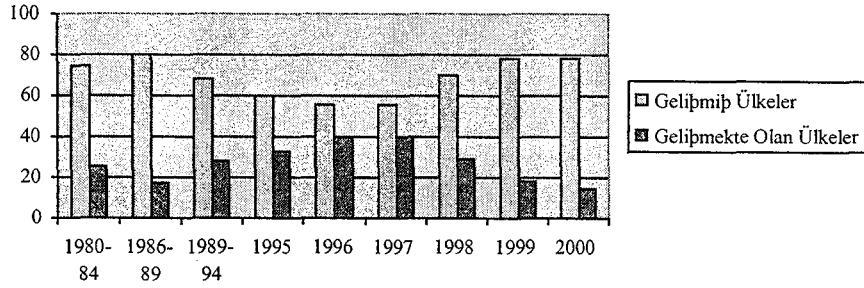
Doğrudan yabancı yatırımlar 1970’li ve 1980’li yıllarda çoğunlukla sermaye ihraç eden gelişmiş ülkeler arasında gerçekleştirilmiş ve gelişmekte olan ülkeler küresel yabancı yatırım hacminden önemli bir pay alamamışlardır.⁶³ Bunun temel sebebi olarak,

⁶² Mustafa Duran, a.g.e., s.91

⁶³ Hande Güngör, “Dünyada Ve Türkiye’de Doğrudan Yabancı Yatırımlar”, İktisadi Kalkınma Vakfı Dergisi, (Sayı:149, Mayıs-Ağustos 2001), s.49

1980'lerin sonunda yaşanan borç krizi gösterilmektedir. Ancak 1990'lı yılların başlarında gelişmekte olan ülkelere yönelik DYY'lar da giderek artmaya başlamıştır.

Tablo 10. Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Yüzde (%) Dağılımı



Filiz Elmas Özağ, "ÇTYA Ve Uluslararası Sermayenin Tercihi, Ekonomik Yaklaşım, Gazi Üniv. İktisat Bölümü Üç Aylık Dergisi, Sayı:45, Cilt:13, 2002, s.26

Gelişmekte olan ülkelerin diğer devletlerden veya uluslararası finans kuruluşlarından aldıkları borçları ödeyememesi, söz konusu ülkeleri borçlarını karşılayabilmek için çeşitli önlemler almak durumunda bırakmıştır. Bu doğrultuda, gelişmekte olan ülkeler yabancı yatırımlar için çeşitli teşvikler uygulamaya başlamışlardır.

Tablo 11. Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları Konusunda Geçerli Ulusal Uygulama Sayısı

Yıl	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Sayı	82	79	102	110	112	114	151	145	140	150

"UNCTAD, World Investment Report, 2001, s.6" den alıntı, (Filiz Elmas Özağ, a.g.e., s.26)

1990'larda esen küreselleşme, liberalleşme rüzgarları, toplumların doğrudan yabancı yatırımlara bakış açılarını büyük ölçüde değiştirmiştir.⁶⁴ Artık devletler "Dış yardım mı, kredi mi?", yoksa "Doğrudan yabancı yatırımlar mı?" sorusunda tercihlerini doğrudan yabancı yatırımlar lehinde kullanmaktadırlar. Konunun rakamsal boyutlarına 10'ar yıllık periyotlar halinde bakıldığında, dünyada doğrudan yatırımların 1982'de 57 milyar \$ iken, 1990 yılında yaklaşık olarak 1.3 trilyon \$'a ulaştığı görülmektedir. 1990'ların ortalarında dünya DYY girişinin yaklaşık % 38'ini alan gelişmekte olan ülkeler, 1990'ların sonlarına doğru bu payı koruyamamışlardır.⁶⁵ Yaşanan küresel krizler nedeniyle yükselen pazarlara duyulan güven azalmış, bu doğrultuda gelişmekte olan ülkelerin dünya DYY girişinden aldıkları pay yaklaşık % 24 olarak gerçekleşmiş

⁶⁴ A.Kenan Tanrıkulu, a.g.e., s.33

⁶⁵ Hande Güngör, a.g.e., s. 77

ve 1988-1993 ortalamasına gerilemiştir. 1990'lı yılların sonlarında yabancı yatırımcılar için en cazip ülkeler arasında A.B.D., İngiltere ve Fransa başta olmak üzere; çoğu Avrupa Birliği ülkeleri, Brezilya, Kanada, Arjantin, Meksika, Çin ve Hong Kong yer almıştır. Türkiye ise 1999'da dünya sıralamasında ancak 54. olabilmiştir. Dünya çapında en çok yabancı yatırım gerçekleştiren ülkeler A.B.D., İngiltere, Fransa, Almanya, Hollanda, İspanya, Belçika, Lüksemburg, İsveç, Japonya, Hong Kong ve İsviçre'dir.

Tablo 12. Doğrudan Yatırım Girişleri (Milyar A.B.D. \$)

	1995	%	1996	%	1997	%	1998	%	1999	%	2000	%
Küresel	331	-	385	-	478	-	693	-	1075	-	1271	-
Gelişmiş Ülkeler	203	62	220	57	271	57	483	69	830	77	1005	79
Gelişmekte Olan Ülkeler	113	34	152	39	187	39	188	27	222	21	240	19
Diğer	15	4	13	4	20	4	22	4	23	2	26	2

"Uluslararası Doğrudan Yatırımlar Ve Türkiye, Durum Tespiti Ve Stratejik Plan", İ.S.O.Yayıncılık, Ocak 2002" den alıntı, (Zafer Tunca, "Uluslararası Doğrudan Yatırımlar, Küreselleşme Ve Türkiye, İ.S.O.Dergisi, Sayı:432, Mart, 2002, s.27)

Uluslararası doğrudan yabancı yatırımların temel özelliği, yatırım hareketlerinin büyük kısmının OECD ülkeleri arasında gerçekleştirilmesidir. Yaklaşık olarak yabancı sermaye hareketlerinin % 90'ı OECD ülkeleri arasında hareket etmekte, OECD dışı ülkelerde, doğrudan yabancı sermaye yatırımları kendi aralarında dahi önemsiz bir oranda seyretmektedir.⁶⁶ Ayrıca 1990'lı yıllarda, dünya çapındaki sınır-ötesi stratejik işbirliklerinin % 92'sinin OECD'ye üye ülkeler arasında yapıldığı tespit edilmiştir.⁶⁷ Bu ülkeler içinde en yüksek paya sahip olanlar; A.B.D., Japonya, İngiltere, Kanada ve Almanya'dır. Dünyada doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının sektörel dağılımına bakıldığında, gerek gelişmekte olan ülkelerde gerek gelişmiş ülkelerde hizmetler sektörünün önem kazandığı görülmektedir.⁶⁸ Hizmetler sektörünün gelişmiş ülkelerde gerçekleştirilen DYY içerisindeki payı 1988 ve 1997 yıllarında sırasıyla % 42,9 ve % 53 düzeyindeyken, imalat sektörünün payı aynı yıllar için % 37,5 ve % 35,4 olarak gerçekleşmiştir. Gelişmekte olan ülkelerde ise 1988 ve 1997 yıllarında hizmetler sektörünün payı % 25 ve % 41,3 olarak gerçekleşirken, imalat sektörünün payı % 66,8 ve % 50,1 olmuştur. Bu da, gelişmiş ülkelerde imalat sektörüne yapılan yabancı yatırım

⁶⁶ Hayrettin Demircan, a.g.e., s.10

⁶⁷ OECD, "New Patterns Of Industrial Globalization", 2001, s.51

⁶⁸ Hande Güngör, a.g.e., s. 50

seviyesinin oransal olarak korunduğunu, ancak gelişmekte olan ülkelerde söz konusu sektörün payının önemli derecede düştüğünü göstermektedir.⁶⁹ UNCTAD'ın 2001 Dünya Yatırım Raporu'nda, yabancı yatırım akışındaki küresel artışın 60.000'in üzerindeki uluslararası şirket ve bu şirketlerin 800.000'in üzerindeki dış temsilciliklerinin yatırım projeleriyle gerçekleştiği kaydedilmektedir.⁷⁰ Gelişmiş ülkeler için doğrudan yatırımların sabit sermaye yatırımları içindeki payı %10-15, A.B. ve Batı Avrupa (A.B. ve EFTA) içinse % 20-30 arasında değişmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde bu oran % 5'dir. (World Investment Report, 2001) 1989-1999 Döneminde en yüksek miktarda doğrudan yabancı yatırım yapıldığı ve küresel DYY'ların % 3'ünün gerçekleştirildiği Çin; günümüzde dünya ekonomisinin A.B.D.'den sonra en önemli oyuncusu olarak görülmeye başlanmıştır. Çin'in uygulamaya geçirdiği kamusal reformlarla birlikte, kamu hizmetlerinde ve yüksek öğretimin kalitesinde yaptığı atılımlar DYY'ları bu ülkeye çekmiştir.⁷¹ Çin ekonomisi, SARS salgınına karşın 2003 yılında % 9.1 büyümüş ve petrol tüketimi % 31 artmıştır. Bu son sıçramayla birlikte Çin'in GSYİH'sı da 1.4 trilyon \$'ı aşmış olup, Çin'in kişi başına GSYİH'ı ilk kez 1000 \$ sınırının üzerine çıkmıştır. Buna göre, küresel DYY'lardan daha fazla pay elde edebilmek, özellikle "emerging market" (gelişen piyasa) adı verilen ülkelerin ekonomik gelişimlerinde çarpıcı etkiler yaratmaktadır.

Gelen yabancı sermayenin tümünün sabit sermayeye dönüşmüş olması varsayımından hareket edilerek Türkiye'de DYY'ların oranının ortalama % 2 olduğu görülmektedir. Dünya Yatırım Raporu'na göre, 2000 yılında 982 milyon \$ yabancı sermaye çeken Türkiye, dünya ülkeleri arasında 52. sırada yer almaktadır. Yine UNCTAD verilerine göre, 1999-2001 döneminde Türkiye 140 ülke ekonomisinin yer aldığı uluslararası DYY Performansı İndeksi'nde (0,271 puan alan Sri Lanka'nın ardından) 0,268 puan ile 112. sırada bulunmaktadır.⁷²

⁶⁹ D.P.T. "Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı:Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları Özel İhtisas Komisyonu Raporu", Yayın No:2514, Ankara, 2000, s.6

⁷⁰ www.activefinans.com/activeline/sayil9/yabanciyatirimlar/html (09.01.2004)

⁷¹ Osman Ulugay, "Yabancı Sermayede Çin Mutlu, Türkiye Umutlu", Milliyet Gazetesi, (Ekonomi Eki), 23.01.2004, s.6

⁷² www.unctad.org, (15.12.2003)

Tablo 13. Doğrudan Yatırımlar ve Dünya Ekonomisine İlişkin Tahminler

a. Doğrudan Yatırımlar (FDI)	Son Tahminler				
	2002	2003	2004	2005	2006
Milyar \$	2002	2003	2004	2005	2006
Dünya Toplam DYY Girişleri	648	902	983	1076	1212
Gelişmiş Ülkeler	430	635	696	772	883
Gelişmekte Olan Ülkeler	218	267	287	304	329
Dünya Geneli Yıllık Değişim (%)	...	%39	%9	%9	%13
GOÜ'lerin Payı (%)	%34	%30	%29	%28	%27
b. Büyüme Oranları (%)	Son Tahminler				
	2001	2002	2003	2004	2003-15
Dünyada Büyüme (GSYİH)	1.1	1.7	2.5	3.1	3.1
Gelişmiş Ülkeler	0.7	1.5	2.1	2.7	2.6
Gelişmekte Olan Ülkeler	2.9	2.8	3.9	4.7	4.6
Dünya Ticareti	-0.5	2.9	7	8	...

Not: DYY girişleri 1981-1990 döneminde %5.3, 1991-2000 döneminde 20.8; GSYİH 1981-1990 döneminde %3.2, 1991-2000 döneminde 4.4; mal ticareti 1981-1990 döneminde %3.3, 1991-2000 döneminde 9.6 oranında artış göstermiştir. 160 Milyar \$ civarında DYY girişi olan GOÜ'lerdeki tüm yerli sabit sermaye yatırımlarının (yaklaşık 1 trilyon \$) içindeki DYY payı oldukça düşüktür.

World Bank, Global Economic Prospects 2003, Washington, 128-200, December 2002, s.3

4. DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARININ GERÇEKLEŞTİRİLME NEDENLERİ

Yabancı sermayenin bir ülkeye gelişinin çeşitli nedenleri bulunmaktadır.⁷³ Bunlardan ekonomik nedenler oldukça önemlidir. Yüksek kar beklentisi, yeni pazar arayışı ve pazarı genişletme arzusu, daha verimli üretim beklentisi, üretim faktörlerinin bolluğu, altyapı tesislerinin yeterli düzeyde olması, ithalat ve ihracat işlemlerinde gümrük ve diğer engelleri aşmak, hammadde ihtiyacının karşılanmasında kolaylık sağlamak, elde bulunan teknolojiyi diğer ülkelere aktarmak gibi sebeplerle yabancı sermaye girişi olmaktadır.⁷⁴ Sermayenin geldiği ülkedeki talebin yetersizliği, doymuş olması veya sermayeyi kabul eden ülkedeki talep fazlalığı da sermaye girişine etki etmektedir. Ekonomik nedenlerin yanısıra, yatırım yapılacak ülkede iç ve dış politik istikrarın sağlanmış olması yabancı yatırımcılar için önem taşımaktadır. Psikolojik faktörler de yabancı sermaye yatırımlarını önemli derecede etkilemektedir. Gelişmekte olan ülkelerde yabancı sermaye konusundaki olumsuz düşünceler, yeni yatırımların riskini yükseltmekte, geleceğe yönelik beklentiler kötümser olmaktadır. DYY'ların, gerek yatırımı gerçekleştiren yatırımcı, gerekse yatırımı kabul eden ülke açısından çok farklı nedenlerle gerçekleştirildikleri ve yine çok farklı makroekonomik, sosyo-kültürel,

⁷³ Jale Yalınpala, a.g.e., s.494

⁷⁴ Erdoğan Karakoyunlu, "Türkiye'de Yabancı Sermaye Yatırımları Ve Uygulaması", II. Türkiye İktisat Kongresi Tebliği, 2-7 Kasım 1981, İzmir, s.426

teknolojik v.b.sonuçlar ortaya çıkardıkları bir gerçektir. Şimdi sırasıyla yatırım yapılan ülke ve yatırımı yapan yatırımcı açısından DYY'nin gerçekleştirilme nedenleri incelenecektir.

4.1. Yatırım Yapılan Ülke Açısından DYY'nin Gerçekleştirilme Nedenleri

Daha önce de belirtildiği üzere, özellikle az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerin yabancı yatırımcıların sağlayacakları yatırım olanaklarından yararlanılabilmeleri ve diğer dünya ülkeleriyle bu açıdan rekabet edilebilmeleri için, bazı alt ve üst-yapı şartlarını sağlamaları beklenmektedir.

4.1.1. Politik Ve Ekonomik İstikrar

Uzun dönemli hedeflerin oluşturulabilmesi için yabancı sermaye açısından politik ve ekonomik istikrar zorunlu bulunmaktadır.⁷⁵ Yabancı sermaye; hızla büyüyen, gelir bölüşümü adil bir şekilde yapılabilen, istikrarlı ekonomileri tercih etmektedir. Gelir dağılımının giderek bozulduğu ülkeler, yabancı sermaye tarafından her an sosyal karışıklıklarla karşılaşılma olasılığı yüksek ülkeler olarak görülmektedir. Ayrıca, piyasa mekanizması güçlerine dayalı ve nispeten liberal politikalar uygulayan ülkeler yabancı sermayeyi çekmek açısından daha şanslı olmaktadır. Ülkede yaşanan siyasi iniş çıkışlar, ekonomik faaliyetleri etkileyecek politika değişikliği riski, temel ekonomik göstergelerin ve ülke ekonomisinin geleceğine ilişkin beklentilerin olumluluğu da bu kapsamda düşünülmektedir.⁷⁶ Türkiye'de yaşanan ekonomik ve siyasi krizler, alınan ekonomik kararların uygulanmaması veya sık sık değiştirilmesi, kayıt dışı ekonominin doğurduğu adil olmayan rekabet ortamı, tarife dışı engeller, Avrupa Birliği'ne girişteki gecikmeler, adalet sisteminin yavaş işlemesi, özel ihtisas mahkemelerinin olmayışı v.b. pek çok ekonomik ve politik olumsuzluklar mevcuttur. Bir araştırmanın sonucuna göre;⁷⁷ politik riskin ülkemizde yatırım yapacak çokuluslu şirket yatırımlarını etkileme kapasitesinin en fazla % 25 civarında olduğu tespit edilmiş olmasına karşın, bu unsurun öneminin gözardı edilmemesi gerektiği açıktır. Politik ortam ile ilgili sorunlardan biri de yolsuzluk konusudur.⁷⁸ Danışmanlık firması PWC'nin 2001 yılına ilişkin raporuna göre Türkiye, dünya yolsuzluk endeksinde 4. sıradadır.(TİSK, 2001) Yabancı yatırımcıların % 63'ü yolsuzluklar nedeniyle Türkiye'de yatırım yapmak

⁷⁵ Ahmet Zengin, a.g.e., s. 57

⁷⁶ A.Kenan Tanrıkulu, a.g.e., s. 36

⁷⁷ Adem Özgül, "Türkiye'de Politik Riskin Çokuluslu Şirket Yatırımları Üzerindeki Etkileri", Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 2001, s.122

⁷⁸ Türkiye'de Girişimcilik, TÜSİAD Yayın No:TÜSİAD-T/2002-12/340, Aralık 2002, s.66

istememektedir. Yolsuzluk sorunu genel olarak hem yabancı yatırımcılar, hem de yerli yatırımcılar için engelleyici bir rol oynamaktadır.

4.1.2. Pazar Yapısı

Uluslararası düzeyde yatırım yapan şirketlerin ihracat-iç tüketim dengeleri ülkelere ve sektörler göre değişmektedir. Gelişmiş ülkelerde ihracat yapma en önemli hedefler arasında iken, gelişmekte olan ülkelerde daha çok iç pazar önem arz etmektedir. Hem ülke içi pazar genişliği - yani nüfus-, hem de diğer pazarlara yakınlığı olan ülkeler avantajlı bulunmaktadır. Dünya Bankası'nın 2001 Kalkınma Raporu'na göre GSMH temelinde dünyanın en büyük 22. ekonomisi olan Türkiye, 2000 ve 2001 krizleri ile bir miktar küçülme yaşamış olsa da, pazar yapısı açısından hala büyük potansiyel taşıyan bir ülke konumundadır.

4.1.3. Maliyet, Kar Ve Finansman Koşulları

Yatırımın bütünü çerçevesinde değerlendirildiğinde, önceleri hayli önemli olan hammadde sağlama kolaylığı, ucuz ve bol işgücü gibi unsurlar günümüzde artık tek başlarına önemli bir avantaj sayılmamaktadır.⁷⁹ Örneğin Kindleberger'e göre üretimin belirli aşamalarının farklı ülkelerdeki şirketlerin faaliyetleri ile bütünleştirilerek gerçekleştirilmesi, ana şirkete hem girdi sağlama güvencesi hem de önemli maliyet avantajları sağlayacaktır. Oysa Drucker, hammadde ve enerjinin artık eski önemlerini kaybettiklerinden bahsetmektedir. Yabancı sermaye yatırım karlılıklarına bakıldığında cari yatırım maliyetleri üzerinden Malezya'da bir yabancı yatırım ortalama % 13.6, Brezilya'da % 9.3, Çin'de % 8.2, Meksika'da % 7, Türkiye'de % 4.2 getiri sağlamaktadır.⁸⁰ Yerel finansman kaynaklarına hangi biçimde ve ne oranda başvurulduğu ise, daha çok şirketlerin büyüklüklerine, kullandıkları teknolojiye ve evsahibi ülkedeki ekonomik ve mali istikrara bağlı bulunmaktadır.

4.1.4. Kurumsal Yapının Özellikleri

Yatırım kararı alındıktan sonra şirketin evsahibi ülkede tabi olacağı yasalar ve kurallar ile bunların sürekliliği ve uluslararası işlemlere uygunluğu kurumsal yapının belirleyici özellikleridir. Yasal ve kurumsal yapının gelişmiş olması, mülkiyet haklarının korunması, uluslararası tahkimin kabul edilmesi, bürokratik işlemlerin azlığı

⁷⁹ Ahmet Zengin, a.g.e., s.58

⁸⁰ IMF ve A.B.D.Ticaret Bakanlığı Verileri (1995-1998), 2000

yabancı sermaye yatırımcıları üzerinde olumlu etki yaratmaktadır. Ancak WCI'nın 2002 verilerine göre Türkiye, devlet bürokrasisinin iş dünyasında büyümeyi kolaylaştırması kriteri yönünden toplam 49 ülke içinde 39. sırada bulunmakta idi.⁸¹ Bir diğer deyişle, en bürokratik 10. ülke durumundaydı. En son yapılan yasal değişiklikler ile ülkemizin ilgili sıralamada daha iyi bir dereceye ulaşması beklenmektedir.

4.1.5. Uygulanan Teşvikler

Teşvikler, DYY'nin yönünü, miktarını, zamanlamasını, bölgesini ve niteliğini belirleyen faktörlerden biridir.⁸² Aynı teşvikler, nakdi teşvikler, vergi teşvikleri, garanti ve kefaletler ve diğer teşvikler olmak üzere çeşitli teşvik uygulamalarından söz edilebilir. Teşvikler, diğer belirleyici faktörlerle birlikte ele alındıklarında tamamlayıcı bir unsur olarak önemli bir konuma gelmekte, ancak tek başına belirleyici bir faktör olmamaktadırlar. Teşvik amaçlı ayrılan kaynakların, teşviksiz gerçekleşmesi mümkün olmayan verimli yatırım alanlarına yönlendirilmesi için teşvik kriterlerinin açık, net ve objektif olması gereklidir. Türkiye'de yabancı sermaye yatırımlarına uygulanan teşvikler arasında; Yatırım İndirimi (%100), Gümrük Vergisi İstisnası, İthal ve Yerli Makine Teçhizat için KDV istisnası, Vergi, Resim ve Harç İstisnası bulunmaktadır.⁸³

4.2. Yatırımı Gerçekleştiren Yatırımcı Açısından DYY'nin Gerçekleştirilme Nedenleri

Bir başka ülkede yatırım yapmak çeşitli riskleri de beraberinde getirmektedir. Bu nedenle yabancı yatırımcılar gerçekleştirecekleri yatırımlardan yüksek kar, rekabet üstünlüğü ve benzeri avantajlar elde etmeyi amaçlamaktadırlar.

4.2.1. Faaliyetlerin Bütünleştirilmesi

İlk aşamadan nihai ürün aşamasına kadar tüm faaliyetleri (dikey bütünleşme) veya aynı aşamadaki üretim faaliyetlerini tek bir yönetim altında toplamanın yararlı olduğu durumlarda (yatay bütünleşme) üretimde bütünleşmeye gidilmektedir.⁸⁴ Bu gibi durumlarda, girdi sağlamanın güvenceye alınması veya belirli aşamaları farklı ülkelerde

⁸¹ Türkiye'de Girişimcilik, a.g.e., s.95

⁸² Mustafa Duran, a.g.e., s. 99

⁸³ www.treasury.gov.tr/english/ybsweb

⁸⁴ Halil Seyidoğlu, Uluslararası Finans, 3.Baskı, İstanbul, 2001, s.399

gerçekleştiririnin maliyet avantajı yaratması gibi nedenler dolayısıyla üretim farklı ülkelere yaygınlaştırılmaktadır.

4.2.2. Teknolojik Üstünlük

Uluslararası doğrudan yatırım kararı verilmesinde, sermaye/işgücü oranının da bilinmesi gerekmektedir.⁸⁵ Sermaye/işgücü oranı yüksek işletmeler, “kapital yoğun işletmeler” olarak nitelendirilir. Bu tür işletmeler, daha çok yüksek teknolojinin kullanıldığı üretimi gerçekleştirirler. Yüksek teknolojinin kullanıldığı teknoloji-yoğun işletmelerin özelliği, diğer işletmelere göre daha az işgücü istihdam etmeleridir. “Yüksek teknoloji” olarak tanımlanan bütün teknoloji türlerinde esas olan kriter, Ar-Ge harcamalarının yoğunluğu ve teknolojik know-how’un sınai ve ticari başarıya olan katkısıdır.

4.2.3. Monopolist Yaklaşım

Uluslararası şirketlerin sahip oldukları büyük sermaye, ileri teknoloji ve yönetim bilgileri, bu şirketlere etkin bir monopol gücü sağlar ve yüksek fiyatlar uygulayarak, aşırı kar veya rant benzeri kazançlar elde etmelerine yol açar. Böylece monopolist bir yapı oluşturabilme ve bu yapının sağlayacağı avantajlardan yararlanma olanağının bulunması, uluslararası doğrudan yatırım kararlarının verilmesinde etkili olan stratejik faktörlerden birisi olarak ortaya çıkmaktadır.

4.2.4. Ucuz Yabancı Faktör Kullanımı

Bazı işletmeler faaliyette buldukları endüstrinin niteliği gereği, büyük miktarlara ulaşan hammaddeler kullanmak zorundadırlar. Bu tür işletmelerin hammaddelerin bulunduğu yerlerde veya ürünlerinin satılacağı pazarlara yakın yerlerde kurulması rasyonel bir yaklaşımdır. Üretim yerinin değiştirilmesi, maliyetleri minimize etmek üzere, üretimin bir bölümünün koşulları uygun olan ülkelere kaydırılması sürecini ifade etmektedir.⁸⁶ Bu değişimi; üretim sürecinin parçalara ayrılabilmesi ve nakliye, haberleşme, iletişim teknolojilerindeki gelişmeler olanaklı kılmış ve karlı bir hale getirmiştir. Böylece, üretim sürecinin işgücü yoğun aşamaları da düşük ücretli ülkelere doğru yer değiştirmiştir.

⁸⁵ Rıza Aşıkoğlu, a.g.e., s. 425

⁸⁶ Gülten Demir, a.g.e., s. 89,90

5. DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARININ GERÇEKLEŞTİRİLDİKLERİ ÜLKELERDE YARATTIKLARI SOSYO-EKONOMİK ETKİLER

Yabancı yatırımların, gerçekleştirildikleri ülkelerde çeşitli olumlu ve olumsuz sosyo-ekonomik etkiler yarattığı bir gerçektir. Bu etkilerin uzun dönemli sonuçlarının ortaya çıkarılması kapsamlı araştırmaları gerektirmektedir.

5.1. Ödemeler Dengesi Üzerine Etkileri

Yabancı sermayenin evsahibi ülke lehine beklenen önemli katkılarından biri, ödemeler dengesi üzerinde bir iyileşme sağlamasıdır.⁸⁷ Bu iyileşme ticaret açığında veya döviz girişlerinde pozitif gelişmeler şeklinde olabilir. Yatırımcı şirketin ihracat-ithalat sonuçları ve sermaye giriş-çıkışları ödemeler dengesi üzerindeki net etkiyi belirler. Diğer taraftan doğrudan yatırımı gerçekleştiren şirket, hammadde ve diğer girdileri, üretimini devam ettirebilmek için ithal etmek zorundadır.⁸⁸ Bu ithalat, şüphesiz evsahibi ülkenin ödemeler bilançosunda olumsuz bir etki yaratır. Ayrıca yabancı şirketin yabancı üretim faktörlerine ödemiş olduğu faktör gelirleri, evsahibi ülkenin dış dengesini olumsuz yönde etkileyebilir. Şirketlerin yurtdışına kar transferleri yapmaları ve transfer fiyatlaması politikaları da kaynak kaybı yaratarak, ödemeler dengesine negatif etkide bulunmaktadır.

5.2. İstihdam Üzerine Etkileri

Yeni yatırımların yeni iş alanları yaratması açık olmakla birlikte, yerli şirketlerin mevcut teknolojilerini yenilemeye yönelik şirket birleşmeleri (joint venture) şeklindeki yatırımlarda net istihdam etkisi açık değildir.⁸⁹ Örneğin hizmetler ve gıda gibi yoğun işgücü kullanan sektörlere yatırım yapılması sadece istihdam dikkate alındığında olumludur. Ancak, bu olumlu durum yabancı sermayeli kuruluşun evsahibi ülkeden vasıflı ve vasıfsız işgücü kullanımına ve bu işgücünün eğitim ve bilgi düzeyine katkı sağlamasına bağlıdır.

⁸⁷ Ahmet Zengin, a.g.e., s. 62

⁸⁸ S.Rıdvan Karluk, *Dış Ticarete Giriş*, a.g.e., s.263

⁸⁹ Ahmet Zengin, a.g.e., s. 63

5.3. Teknolojik Gelişim Üzerine Etkileri

Uluslararası doğrudan yatırımlar, yatırım yapılan ülkeye çeşitli teknoloji transferi mekanizmalarıyla ileri teknoloji ve beraberinde modern işletmecilik bilgileri de getirmektedirler. Önemli olan konu, ithal edilen teknolojinin geliştirilmesinin yollarının araştırılmasıdır.⁹⁰ Ancak bu konuda teknoloji sahibinin tutumu da önemlidir. Bazen üretime ilişkin bilgilerde gizliliğin önemli olduğu durumlarda, doğrudan yatırım lisansa tercih edilir. Çünkü lisans sahibi bu bilgileri dışarıya sızdırmamakta patent sahibi kadar hassas davranmayabilir.

5.4. Sermaye Birikimi Üzerine Etkileri

Gelişmiş ülkelerle kıyaslandığında, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde milli gelirin düşük ve marjinal tüketim eğiliminin yüksek olması, sermaye oluşumunun kalkınmanın gerektirdiği düzeyin önemli ölçüde altında kalmasına neden olmaktadır.⁹¹ Yabancı yatırımcının getireceği sermaye ile bu sermayenin elde edeceği kazancın tekrar yatırıma sevk edilmesiyle sağlanacak sermaye birikimi ve üretim kapasitesi artışı, diğer bir deyişle sermaye yatırımının harekete geçireceği işgücünün yaratacağı gelirin ülkede kalan kısmı, yatırım yapılan ülke için bir kazanç olacaktır.⁹²

5.5. Piyasa Yapısı Üzerine Etkileri

Yabancı sermayeli şirketin sektör bazında üretim ve performansı ile piyasa yapısı üzerindeki etkilerine değişik açılardan bakılabilir. Bunlardan birisi yabancı sermayeli şirketlerin belirli sektörlerde toplanıp toplanmadıklarıdır. İkinci olarak yabancı sermayeli şirketlerin devlet ve özel şirketlere göre sektör düzeyinde piyasa payının yüksek olup olmadığıdır.⁹³ Ayrıca sektör düzeyinde piyasaya yeni şirketlerin giriş koşullarını değerlendirmek gerekmektedir. Bu konuda yapılan eleştirilerden biri de, yabancı sermayenin getirdiğinden fazla miktarda kaynak kullanması ve dolayısıyla yerli yatırımcı aleyhine bir durum yaratmasıdır.

5.6. Yönetim Tecrübesi Üzerine Etkileri

Nitelikli personel sorununu çözebilmek için kuşkusuz en etkili yol, her işletmenin kendi amaçları doğrultusunda işletme içi eğitim programları düzenlemesi

⁹⁰ Ahmet Zengin, a.g.e., s.64

⁹¹ Ahmet Zengin, a.g.e., s.62

⁹² Rıza Aşkoğlu, a.g.e., s.444

⁹³ Ahmet Zengin, a.g.e., s.65

olacaktır.⁹⁴ Bu uygulamalar sonucu özellikle yabancı sermayeli yatırım ve işletmecilerin üst düzey yönetiminde görev alacak personel bulması sağlanacağından, yabancı işçi istihdamı azalacak ve yerli personel ile yabancı yönetim ve işletmecilik bilgileri kısa zamanda evsahibi ülkeye kazandırılmış olacaktır.

5.7. Milli Gelir Üzerine Etkileri

Yabancı sermayeli şirketlerin ülke içinde gerçekleştirdikleri üretim, evsahibi ülkelerin gayrisafi milli hasıllarını arttırmalarına yardımcı olmaktadır. Ancak yabancı şirket girdilerinin bir kısmı yurtdışından getiriliyorsa, ithal edilen bu girdilerin ülkenin GSMH'dan düşülmesi gerekecektir.⁹⁵ Cebirsel olarak yabancı sermayenin ülke ekonomisine katkısı:

Katkı = H-G şeklinde yazılabilir.

Burada H= Hasıla, G= Girdi karşılığında kullanılmıştır. Bu geleneksel ifade yabancı sermaye tarafından ülkenin hasılasına sağlanan net katma değeri ifade etmektedir.

⁹⁴ Ayşe Altıntaş, "Turizmde Yabancı Sermaye Hareketleri", Anadolu Üniv. Sosyal Bilimler Ens. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 1988, s.124

⁹⁵ S.Rıdvan Karluk, **Dış Ticarete Giriş**, a.g.e., s.262

İKİNCİ BÖLÜM

MODERN DIŞ TİCARET TEORİLERİ ARASINDA TURİZM ENDÜSTRİSİ YABANCI SERMAYE YATIRIMLARINI AÇIKLAMAYA YARDIMCI YENİ MODELLER

Geleneksel uluslararası ticaret teorisi, Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi'ne ve onun değişik bir yorumu olan Heckscher-Ohlin Modeli'ne dayanmaktadır.⁹⁶ David Ricardo tarafından geliştirilen Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi'ne göre "Her ülke göreceli olarak hangi malları daha ucuza ürettiyse, o malların üretiminde uzmanlaşmalıdır." Heckscher-Ohlin Teorisi'ne göre ise, "Her ülke hangi üretim faktörüne zengin olarak sahip bulunuyorsa, üretimi bu faktörü yoğun biçimde gerektiren mallarda karşılaştırmalı üstünlük elde eder." Özetle, emeğin ucuz ve bol olduğu ülkelerde emek yoğun, sermayenin zengin olduğu ülkelerde ise sermaye yoğun mallar üretilmeli ve ihraç edilmelidir. Geleneksel dış ticaret teorilerinin temelini oluşturan bu teorilerden de anlaşıldığı üzere, doğrudan yabancı sermaye yatırımları, bu teorilerde ele alınmamıştır. Bunun nedeni ise, çokuluslu şirketlerin II.Dünya Savaşı'ndan sonra yaygınlaşmış olmalarıdır. Bu nedenle de bu konudaki teorileri geliştirmek modern iktisatçıların görevi olmuştur. Erken dönem doğrudan yabancı yatırım teorilerinin çoğu, DYY'ların varlık ve gelişim nedenlerini ülke bazında belli bazı faktörlere (politik istikrarsızlık, yerel pazar talebi ve bu faktörlerin maliyetlerindeki farklılıklar gibi - Aliber 1970, Leftwich 1973-) dayandırmışlardır.⁹⁷ Sonrasında, Hymer'in (1976) DYY'lara yönelik geliştirmiş olduğu sektörel-organizasyonel teori ile daha şirket-spesifik ve sektör-spesifik yönlü açıklamalara dayalı teoriler (pazar payı, oligarşik güç, uluslararasılaşmada faaliyetlerin koordinasyonu ve kontrolü gibi) geliştirilmeye başlanmıştır. (Kindleberger 1969, Buckley/Casson 1985, Rugman/Dunning 1985, Kogut 1993, Hennart 1994) Dunning'in (1988) eklektik teorisinde uluslararası faaliyetlerin mülkiyet, yerleşme ve içselleşme faktörlerine dayandığı belirtilmiştir. Yakın dönem araştırmacılar çalışma alanlarını; pazara giriş şekilleri (Kogut/Singh 1988), mülkiyet çeşitleri (Gomes-Casseres 1990), motivler (Ajami/Ricks 1981) ve yabancı ülkede yatırım yapılacak olan şehrin konumuna kadar (Swamidass 1990) genişletmişlerdir. DYY'ların ekonomik etkileri konusunda halen yaşanmakta olan tereddütlerin ve görüş

⁹⁶ Halil Seyidoğlu, a.g.e., s.398

⁹⁷ William G.Egelhoff, Liam Gorman, Stephen McCormick, a.g.e., s.205-206

farklılıklarının çözümlenebilmesi açısından, ilgili literatürün genişletilmesi ve yeni çalışmaların yapılması bir zorunluluk olarak görülmektedir.

Bu bölümde, hizmet endüstrisi dahilinde zincir otel işletmeciliği alanına dair uluslararası doğrudan yabancı yatırımları açıklamaya yardımcı olabilecek başlıca modern dış ticaret teorileri incelenilmeye çalışılacaktır. Modern dış ticaret teorileri arasında; Mevcudiyet (Varlık) Teorisi, Teknolojik Açık Teorisi, Ürünün Hayat Devri Teorisi, Yetişkin İşgücü Teorisi, Tercihlerde Benzerlik Teorisi, Ölçek Ekonomileri Teorisi, Monopollü Rekabet Teorisi, Portfolyö Teorisi, Üretim Düzeyi Hipotezi, Pazar Büyüklüğü Hipotezi, İçselleşme Teorisi, OLI Paradigması, Caves Ekonomileri sayılabilir. Ancak bu teorilerin tümünün hizmet endüstrisi yatırımlarına uyarlanmaları mümkün olmadığından, sadece turizm endüstrisi yabancı sermaye yatırımlarını açıklamaya yardımcı olabilecek bazı teoriler ele alınarak, incelenecektir.

Son yıllarda hizmet endüstrisi şirketlerinin yabancı pazarlara girişte kullandıkları yöntemler ile ilgili, çoğu stratejik pazarlama literatürü ağırlıklı pek çok araştırma yapılmıştır. (Carman/Langeard 1980, Cowell 1983, Sharma/Johanson 1987, Erramilli/Rao 1990, Erramilli 1991) Bu ampirik araştırmaların çoğu yabancı bir pazara giriş öncesi yürütülen faaliyet-maliyet analizlerinin ortaya koyduğu değişkenlerin, yapılacak olan girişimin sermaye yapısına olan etkileri üzerine yoğunlaşmışlardır. Sadece son dönemlerde, daha önce de adı geçen eklektik teori ile faaliyet kaynağına dayalı bir perspektif geliştirilmiştir. (Dunning 1988, Hill/Hwang/Kim 1990) Bu teoriye göre, hizmet işletmelerinin uluslararası çeşitlenmeye gitmelerinin temelinde; şirket faaliyetlerine etki eden ama şirketin esas faaliyet alanının dışında gerçekleşen çeşitli belirsizlik (risk) unsurlarından korunmak (Erramilli/Rao 1993, Bharadwaj/Varadarajan/Fhay 1993) ve şirkete rekabet üstünlüğü sağlayan know-how'ı güvence altına almak (Peteraf 1993) yatmaktadır.

Dünya ticaret hacminin yaklaşık % 30'una sahip olan hizmet endüstrisi şirketleri, aynı zamanda dünya toplam DYY'larının % 50'sine sahip bulunmaktadır.

⁹⁸ Bu nedenle, hizmet endüstrisinde gerçekleştirilen DYY'ların dünya çapında önemleri gün geçtikçe artmaktadır. Günümüzde çokuluslu turizm şirketleri otel işletmeciliğinde uluslararasılaşma amaçlı olarak; franchising, lisans anlaşması (licensing), yönetim sözleşmesi (management contract), yap-işlet-devlet sözleşmesi, ortak girişim (joint

⁹⁸ Darla Domke-Damonte, "Interactive Effects Of International Strategy And Throughput Technology On Entry Mode For Service Firms", *Management International Review*, (Volume 40, 1/2000), s.41-59

venture) ve doğrudan yatırım (sole venture) gibi alternatif yatırım şekillerinden yararlanabilmektedirler. Bu nedenle gerek hizmet endüstrisinin sanayi endüstrisine nazaran farklı nitelikler taşıması, gerekse yatırım şekli alternatiflerinin fazlalığı, bu alandaki yabancı sermaye yatırımlarına ayrı bir önem katmaktadır. Şimdi turizm endüstrisi ve buna bağlı olarak otel işletmeciliği DYY'larına uyarlanabilecek modern dış ticaret teorilerinin incelenilmesine çalışılacaktır.

1. Getiri Oranlarındaki Farklılık Hipotezi

Bu hipotez, bir şirketin temel amacının kar maksimizasyonu olduğunu varsayan geleneksel yatırım teorisinden uyarlanmıştır. Bu hipoteze göre DYY'lar, uluslararası sermaye yatırımlarının getirilerindeki farklılıkların bir fonksiyonudur. Bir şirket yurtdışında yatırım yapma kararı verirken, bu yatırımın yurtdışındaki beklenen getirisi ile aynı yatırımın yurtiçinde yapılması halinde elde edebileceği getiriyi karşılaştırarak kar maksimizasyonu çerçevesinde getirisi daha yüksek olan yatırımı seçmektedir. Ancak yabancı yatırımların sadece kar sağlama amaçlı olarak gerçekleştirildiklerini söyleyebilmek mümkün değildir. Çünkü şirketlerin sadece prestij sağlamak, yerel üretim faktörlerine doğrudan sahip olabilmek, rakiplerine üstünlük sağlayabilmek ve benzeri nedenlerle de yatırım kararları aldıkları bir gerçektir.

2. Pazar Büyüklüğü Hipotezi

Bu hipoteze göre, dış pazarda yatırım yapmanın başlıca amacı yatırımın gerçekleştirildiği ülkenin nüfusunun, yani pazar büyüklüğünün yeterli olmasıdır. Gerçekleştirilen mal veya hizmetin satış potansiyelinin yüksekliği, özellikle düşük iç talep ortamında faaliyet gösteren şirketlerin dış pazarlara açılmalarında etkili bir unsur olmaktadır. Pazar hacmi, ev sahibi ülkenin kişi başına GSYİH'si ile ölçülmektedir.⁹⁹ Pazar büyüklüğü hipotezi, ölçek ekonomisinden faydalanabilme ve kaynakların etkin kullanımı için büyük bir pazarın gerekliliği görüşünü desteklemektedir. Pazar büyüklüğünün, DYS yatırımları üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla 1960'lı yıllardan günümüze, çeşitli araştırmalar gerçekleştirilmiştir. Pazar büyüklüğü hem gelişmekte olan ülkeler açısından, hem de gelişmiş ülkeler açısından önem taşıyan bir

⁹⁹ Bekir Gövdere, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Belirleyicilerinin Günümüzdeki Geçerliliği, www.hazine.gov.tr

etken olarak görülmekle beraber, birinci grup ülkeler için daha önemlidir. Örneğin, Wheeler ve Mody Amerikan kökenli çokuluslu şirketlerin, 1982-88 döneminde 42 ülkedeki yatırımlarını kapsayan çalışmalarında, çokuluslu şirketlerin, piyasa hacmine karşı gelişmekte olan ülkelere daha duyarlı olduklarını saptamışlardır. Çin Halk Cumhuriyeti'nde doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının düşük işgücü giderleri ve geniş pazar yapısı nedeniyle artış göstermesi buna en iyi örnektir.

3. Ürün Hayat Devri Hipotezi (Raymond Vernon)

Mal geliştirilmesi adı da verilen bu model, Raymond Vernon tarafından 1966 yılında geliştirilmiştir.¹⁰⁰ Bir ürünün üretiminde kullanılan çeşitli girdilerin ülkeler arasındaki karşılaştırmalı üstünlüklerinin farklı olduğu, dolayısıyla malın karşılaştırmalı üstünlüğünün de ürünün hayat dönemi boyunca girdilerdeki değişmeye paralel olarak değişebileceği olgusu üzerine kurulmuş bir modeldir. Ürünün hayat devrinde ilk aşama ürünün icat edildiği “yeni ürün (buluş) aşaması”, ikinci aşama iç piyasaya sürüldüğü “olgun ürün aşaması”, üçüncü aşama ise ürünün artık taklit edilmeye ve rakiplerin arasında fiyat rekabetinin yaşanmaya başladığı “standart ürün aşaması”dır. Modelin dayandığı varsayımlar şunlardır:

* Karşılaştırmalı üstünlük, ürünün hangi devrede (yenilik, gelişme, olgunlaşma, standartlaşma) olduğuna bağlıdır,

* Teknik bilgi kolayca elde edilemez,

* Ölçek ekonomileri ve dışsal ekonomiler ülkede söz konusudur,

* Tüketici zevk ve tercihleri ülkeler arasında farklıdır,

* Monopol ve oligopol piyasalar geçerlidir,

* Çokuluslu şirketler vardır,

* Uluslararası sermaye hareketleri mal hareketlerini etkilemektedir.

Bu görüşe göre, dış yatırım, yurtiçine uzun süredir yerleşmiş olmanın ve iyi iş yapmanın bir sonucudur. Bu çerçevede gelişmekte olan ülkelerdeki niteliksiz ve yarı nitelikli ucuz işgücü, gelişmiş ülkeleri bu ülkelere doğrudan yatırım yapmaya sevk etmektedir.¹⁰¹ Doğrudan yatırımın nedeni, yenilikçi şirketin teknolojik üstünlüğünü ve teknelci avantajını koruma isteğidir. Amerikan şirketlerinin dış pazarlarda egemen

¹⁰⁰ S.Rıdvan Karluk, *Uluslararası Ekonomi (Teori Ve Politika)*, a.g.e., s.112

¹⁰¹ Nejla Adanur Aklan, *Türkiye'de Yabancı Sermaye Yatırımları*, www.foreigntrade.gov.tr

olmaları da ürün devrelerinin ileri aşamalarında bulunmaları ile ilgilidir.¹⁰² Teori, çokuluslu Amerikan şirketlerinin küresel çaptaki yatırımlarını açıklamaya yardımcı olmasına rağmen, evrensel çaptaki yabancı yatırımlar açısından geçerliliğinin bulunmadığı savunulmaktadır.¹⁰³

4. Oligopolistik Tepki Hipotezi (F.T. Knickerbocker)

Knickerbocker, çokuluslu Amerikan şirketlerinin doğrudan yatırımlarını incelemiş ve bu şirketlerin oligopolistik bir endüstri yapısında faaliyet gösterdiklerini belirlemiştir. Buradan hareketle, şirketlerin ulusal sınırlar dışında yatırımda bulunmalarında yurt içinde faaliyet gösterdikleri Pazar yapısının önemli olduğu sonucuna varılmaktadır.¹⁰⁴ Bu hipoteze göre; herhangi bir ülkede pazar payını arttırmak için rakip bir şirketçe yapılan yatırım, ardından pazar payını korumak isteyen oligopol durumundaki diğer şirketleri de bu ülkede yatırım yapmaya itecektir. Oligopolistik rekabette, her şirket, diğer şirketlerin beklenmedik bir üstünlük sağlamalarını önlemek zorundadır. Tıpkı yelken yarışında olduğu gibi, teknelerden birinin diğer bir teknenin rüzgar yönünü değiştirmesine müsaade etmemek, fakat kendisinin önde gitmesini sağlamak için diğer tekneyi engellemesi gibi bir rekabet ortamı bulunmaktadır. Oligopolcü stratejiler geliştiren petrol, otomotiv, otomobil lastiği, ecza, yarı iletken, uluslararası bankacılık, reklam, güvenlik, sigortacılık ve otelcilikle ilgili çokuluslu şirketler, bu sektörlerde "liderleri takip et" stratejisi gütmektedirler.¹⁰⁵ Çeşitli ampirik araştırmalar bu teoriyi destekleyen sonuçlar ortaya çıkarmış olmasına karşın, model doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının sadece başlangıç aşamalarını ele alarak, bunları takip eden yatırımları göz ardı etmesi sebebiyle eksik bulunmaktadır.

5. İçselleşme Hipotezi (Peter J. Buckley, Mark Casson)

Bu teoriye göre, yurtdışındaki pazarların birçok düzensizlikler ve riskler içermesi, şirketleri bu pazarlara DYY yapma yoluyla içselleştirmeye yöneltmektedir. Asıl fonksiyonları mal ve hizmet üretmek olan şirketlerin, bu görevlerini yerine getirebilmeleri, üretim sürecinin dışındaki bazı faktörler bağlıdır. Araştırma ve

¹⁰² Halil Seyidoğlu, a.g.e., s.400

¹⁰³ Brian Toyne, G.P.Peter Walters, **Global Marketing Management (A Strategic Perspective)**, Second Edition, 1993, s.26

¹⁰⁴ Nejla Adanur Aklan, a.g.e.

¹⁰⁵ Mahmut Masca, a.g.e., s.132

geliştirme faaliyetleri, yönetim, organizasyon, reklam ve pazarlama gibi fonksiyonlar, üretim sürecini etkileyen önemli faaliyetlerdir. Şirketler faaliyet alanları arasında koordinasyon ve işbirliği sağlamak amacıyla bu faaliyet alanlarını içeren piyasaları şirket sistemi içinde toplarlar. Teori, çokuluslu şirketlerin uluslararası piyasalarda birçok düzensizlikler ve gecikmelerle karşılaşabilecekleri görüşünden hareket etmektedir. Çokuluslu şirketler yabancı piyasalarda mevcut olan ve üretim süreçlerini olumsuz etkileyen piyasalardan kurtulmak için kendi üretim faaliyetleri ile ilgili olan bu piyasaları içselleştirmektedirler.¹⁰⁶ İçselleştirmenin şirketlere sağladığı faydalar; gecikme, pazarlık ve müşteri belirsizliklerinden kaçınabilme, hükümetlerin yaptığı düzenlemelerin etkilerini transfer fiyatlaması yoluyla minimuma indirme ve pazarlar arasında fiyat farklılaştırması uygulanabilmesi şeklinde sıralanabilmektedir. Ancak Buckley tarafından da daha sonra fark edildiği üzere, teorinin ampirik olarak test edilebilmesi, ancak ülke içi ve dışı pazarlarda mevcut çok farklı arz-talep durumlarının belirlenmesine ve incelenmesine bağlıdır, ki bu oldukça güç bir süreçtir.¹⁰⁷

6. OLI Paradigması -Eklektik Teorisi (John H.Dunning,)

Doğrudan yabancı sermaye yatırımları ile ilgili geliştirilen son teoriler “eksik pazar paradigması” olgusu üzerine yoğunlaştırılmaktadır. Bu bakış açısına göre; oligopolist yaklaşımlı çokuluslu şirketlerin sadece mülkiyet avantajı ile varlıklarını güvence altına almaları mümkün değildir. Çünkü bu şirketlerin sahip oldukları varlıklar veya nitelikler; genelde fiziki nitelikler taşımayan (marka, patent, know-how gibi) ve rakip işletmelerin ürün farklılaştırması yoluyla taklit edilebilecekleri bir yapı taşımaktadırlar. Bu nedenle özellikle OLI Paradigması yaklaşımına göre, mülkiyet avantajı (ownership) ile birlikte alansallık/yerleşme (internalization) ve içselleşme/yerelleşme (localization) avantajları da sağlanmalıdır. OLI Paradigması, genel bir doğrudan yabancı yatırım kuramı oluşturma amacına yönelik bir yaklaşımdır. Bu yaklaşıma göre, sahiplik, alansal avantajlar ve içselleşme gibi değişkenler, bir şirketin belirli bir DYY kararı vermesi için tatmin olmak zorunda olduğu koşullar haline getirilmiştir. İçselleşme ile temel olarak maliyetleri azaltmanın ve gelirleri arttırmanın amaçlandığı söylenebilir. Alansallık ise özellikle lisans anlaşmalarında karşılaşılan bilgi

¹⁰⁶Nejla Adanur Aklan, *a.g.e.*

¹⁰⁷ James C.Baker, *International Finance (Manangement, Markets And Institutions)*, Prentice Hall Inc., 1998, s.165

aktarımı, fiyatlama gibi konulardaki problemleri önlemek amacıyla doğrudan yatırım kararı alınmasını ifade etmektedir.

OLI Paradigması modeli John H.Dunning tarafından oluşturulmuş, geliştirilmesinde M.McQueen ve S.K.Kundu'nun katkıları olmuştur. John H.Dunning ; "Trade, Location Of Economic Activity And The MNE: A Search For An Eclectic Approach" (1971), "Explaining Changing Patterns Of International Production: In Deference Of The Eclectic Theory" (1974), "International Production And The Multinational Enterprise" (1981), "The Eclectic Theory Of International Production: A Case Study Of The International Hotel Industry" (1981), "Multinational Corporations In The Hotel Industry" (1982), "The Eclectic Theory Of The Multinational Enterprise And The International Hotel Industry" (1982), "The Eclectic Paradigm Of International Production: A Restatement And Some Possible Extensions" (1988), "The Internationalization Of The Hotel Industry: Some New Findings From A Field Study" (1995) gibi yayınlanmış eserleri ile ilgili literatürde kendisine ayrı bir yer edinmiştir.

"Dunning'e göre yabancı şirketler üç önemli avantaj elde etmedikçe yabancı yatırıma girişmezler.¹⁰⁸ OLI Şartları adı verilen bu şartların özeti Markusen'in (1995) katkısı ile sunulmaya çalışılacaktır: OLI avantajları; mülkiyet avantajları, yerleşme avantajları, içselleşme avantajları olarak üç grupta toplanabilir. OLI ownership, location, internalization kelimelerinin baş harflerinden oluşmaktadır. Mülkiyet avantajları şirkete sahiplik, şirket sırlarını ve haklarını pazarda güvence altında görme ve bu hakkı istediği gibi kullanma imkanları anlamına gelmektedir. Yabancı şirketlerin üzerinde en hassas oldukları hususlar bunlardır. ... Bir şirket, yabancı pazara yatırım yapmak için o pazara yerleşmeyi o pazara ürün veya hizmet sağlamaktan daha karlı görmelidir.

... Hizmet sektörü açısından maddi olmayan faktörler, mesela müşteri kaynakları önem taşımaktadır. İçselleşme avantajına gelince; şirket yabancı pazara yerleşme ve yatırım yapmayı, orada temsilcilik açmaktan daha karlı bulmaktadır.

Bilgi bazlı sermaye, çokuluslu şirketler tarafından yabancı sermaye yatırımlarıyla uluslararası alanda transfer edilmektedir. Bilginin korunması ve birden çok merkeze sahip şirkette kullanılması, maliyetlerde önemli düşüşler sağlamaktadır. ... OLI şartlarının yadrganacak bir tarafı yoktur. Burada meseleye tamamen karlılık ve etkinlik açısından yaklaşmaktadır. Ülkelerin menfaatinin ne olduğu ile ilgilenilmemektedir. ... Ancak çokuluslu şirketler yabancı sermaye yatırımlarında bazen kar değil ama nüfuz alanı elde etmeyi de amaçlayabilirler. ... Şirkete özgü aktifler diyebileceğimiz aktifler yönetim, pazarlama, finansal hizmetler gibi hizmetler ve beşeri sermayeye dayalı

¹⁰⁸ Emin Ertürk, **Uluslararası İktisat**, 2.Baskı, Alfa Yayıncılık, Eylül 2001, s.85-86

aktiflerdir. Bunlara patent, marka ve isim haklarını da ilave edebiliriz. Çokuluslu şirketler bu aktifleri ihraç ederler. Bu yolla maliyetlerini büyük ölçüde azaltarak dışa açılmalarını kolaylaştırırlar.”

Evsahibi ülkelerin hükümet politikaları yabancı doğrudan yatırımları kısıtlayıcı yada teşvik edici özellikler gösterebilmektedir. Dunning'e göre; eğer evsahibi ülke yabancı yatırımları kısıtlayıcı bazı yaptırımlarda bulunuyorsa; bu dezavantajlar akılcı döviz işlemleri, arbitraj oranlarındaki artışların değerlendirilmesi ve kaldıraç etkisinin kullanılması gibi kimi finansal uygulamalar ile bertaraf edilebilir ve bu şekilde çokuluslu şirketlerin uluslararası pazarlardaki finansal faaliyetlerinin koordinasyonu da sağlanabilir. Teoride yer verilen Yatırım Gelişim Çizgisi (IDP- Investment Development Path) ile, -daha sonraları Tolentino (1993) ve Narula'nın (1996) düzeltme ve geliştirmeler yaptığı üzere- bir ülkenin kalkınma aşamaları ile sahip olduğu net uluslararası doğrudan yatırım miktarları arasında doğrudan ilişki kurmuştur. Ülkelerin ekonomik gelişimi, temel olarak beş aşamadan oluşmakta ve her aşama ülkenin sahip olduğu mülkiyet, içselleşme (yerel ve yabancı şirketlerden oluşan) ve yerelleşme esaslı avantajların değişiminden etkilenmektedir. Ancak Nabula bu görüşün tersine, ülkenin OLI şartlarındaki herhangi bir değişimin ülkenin yurtdışı yatırım eğilimi veya yurtiçine yönelik doğrudan yabancı yatırım girişi üzerinde etkili olduğunu savunmuştur. Ayrıca, ülkenin kalkınma süreci boyunca OLI şartlarında meydana gelecek değişimlerin, yurtdışına yönelik net yatırım miktarları üzerinde de etkili olacağı tezini ileri sürmüştür.

İlk bölümlerde de belirtildiği üzere Türkiye'den yurtdışına yönelen yatırımların miktarındaki büyük artış, bu görüşü doğrular niteliktedir. Ülkenin OLI şartlarının nitelikleri düştüğü oranda, yurtdışında daha avantajlı görülen pazarlara yönelik yatırım eğilimlerinde artış yaşanması kaçınılmazdır. Dunning'in Eklektik Teori'si; eleştirel olarak Masahiko Itaki tarafından incelenmiştir.¹⁰⁹ Itaki; “mülkiyet/sahiplik avantajı” faktörünün anlamlılığını, sahiplik ve alansal avantaj arasındaki bağlantıyı, alansal avantajın anlamlılığını ve çok faktörlü analizin bu üç temel unsur temel alınarak yapılması sonucu oluşabilecek muhtemel metodolojik tehlikeleri araştırmıştır. Itaki tarafından doğrudan yabancı sermaye yatırım teorisinin, uluslararası ticaret teorisinden ayrı düşünülmemesi gerektiği ve geliştirilecek herhangi bir DYY teorisinin analizinde

¹⁰⁹ James C. Baker, *International Finance*, “Masahiko Itaki: “A Critical Assessment Of The Eclectic Theory Of The Multinational Enterprise”, *Journal Of International Business Studies* 22, Third Quarter, s. 445-60, 1991 den alıntı, s.166

karşılaştırılabilir avantaj unsurlarının göz önüne alınması gerektiği görüşü savunulmaktadır. Ona göre OLI Paradigması hakkında daha fazla uygulama ve araştırmanın yapılması bir gerekliliktir.

7. Caves Ekonomileri (R.E. Caves)

R.E.Caves'e göre, çokuluslu şirketler ya pazar yapısından dolayı daha çok mal farklılaştırması stratejisi uygulayarak değişik ülkelerde aynı malı üretmek için, yada bir malın alt üretim süreçlerini içermek amaçlı olarak DYY yapmaktadırlar. Sırasıyla yatay genişleme ve dikey genişleme olarak adlandırılan bu durum, ortaya kitle veya ölçek ekonomilerini çıkarmaktadır. Genellikle sanayi işletmeleri için geçerli olarak kabul edilen ölçek ekonomileri modeli, çokuluslu zincir otel şirketleri açısından da geçerlilik gösterebilmektedir. Rezervasyon sistemlerinde, hammadde alımında veya teknolojik altyapıda entegrasyonun sağlanması, bu şirketlerin toplam maliyetlerini düşürücü etki yaratmakta, uluslararası yönetsel veya operasyonel bilgilerin geniş iletişim ağları ile bağlı şirketlere ulaştırılması mümkün olmaktadır. Caves, yatay bütünleşme yoluyla büyüyen bir çokuluslu şirketin en önemli oligopolistik üstünlüğünü; şirketin ürün farklılaştırma yeteneği ile açıklamaktadır. Farklılaştırılmış ürünlerini taklit riskinden korumak isteyen şirketler, bu piyasalarda kendilerine bağlı işletmeler kurmaktadırlar.

8. Mevcudiyet Teorisi (Irving Kravis)

Irving Kravis tarafından 1956 yılında ortaya atılmıştır.¹¹⁰ Kravis'e göre, dış ticaretin nedeni bir malın veya hizmetin bir ekonomide bulunmamasıdır. Ülkeler, kendileri üretmedikleri veya pahalıya ürettikleri malları veya hizmetleri diğer ülkelerden ithal etmektedirler. Malların veya hizmetlerin bazı ülkelerde olup, bazılarında olmamasının nedenleri arasında; doğal kaynak zenginliklerinin farklı olması, teknolojik yeniliklerin olup olmaması, geçici monopol yaratan ürün farklılaştırması sayılabilir. Turizm yatırımlarının gerçekleştirilmelerini etkileyen en önemli unsurlar; ilgili ülkenin coğrafi, kültürel ve tarihi zenginliklerinin, alt ve üstyapı yatırımlarının, turizm endüstrisinin gelişimine olanak sağlayabilmesidir. Bu unsurlara sahip olmayan ülkelerin yabancı turizm yatırımcılarını ülkelerine çekebilmeleri oldukça zordur ve bu ülke vatandaşlarının dış pasif turizm hareketlerine katılımı söz konusudur.

¹¹⁰ Ersan Bocadoğlu, Metin Berber, Kenan Çelik, **İktisada Giriş**, (Akademi Yayınevi, 2. Baskı, Trabzon, 2000), s.322

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ULUSLARARASI DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE TURİZM YATIRIMLARI VE OLİ PARADİGMASI

1. Turizm Endüstrisinin Ve Uluslararası Zincir Otel İşletmeciliğinin Gelişimi

Son yıllarda, şirketlerin uluslararası faaliyet trendleri imalat endüstrisinin ötesinde hizmet endüstrisine doğru bir yayılım göstermektedir.¹¹¹ “Hizmetler”in kesinlik kazanmış bir tanımı olmamakla birlikte; temel özelliklerden birisi değişime konu ürünün fiziki mevcudiyetinin şart koşulmamasıdır.¹¹² Burada söz konusu olan, toptan ve perakende yönlü; iletişim, bankacılık ve finans, hukuki ve mesleki danışmanlık, eğitim, sağlık ve turizm gibi kişiye özel ticari ilişkilerin bu endüstri dahilinde bulunabilmesidir. Hizmetler bölgelere özeldirler, dolayısıyla çokuluslu şirketler bu hizmetleri sunmak amacıyla dış yatırım yapmak zorundadırlar.¹¹³

Hizmet endüstrisi içinde, sınır ötesi ithalatı kapsayan alanlardan birisi de turizmdir. Turizm, özellikle II.Dünya Savaşı’ndan sonra hızla gelişmiş, daha geniş halk kitlelerine ve uzak mesafelere yayılmıştır.¹¹⁴ Bu gelişmede; ülkelerin refah seviyelerinin yükselmesiyle birlikte turizme ayrılan kaynakların arttırılmasının ve ülke halkları arasındaki yakınlaşmaların da önemli bir etkisi vardır. Uluslararası turizm hareketlerinin yıllık ortalama olarak 1950-1959 döneminde % 11.7, 1960-1969’da % 8.3, 1970-1979’da % 6.1 ve 1980-1989’da % 3.9 oranında arttığı görülmektedir. 1999 yılında 650 milyon insan turistik seyahat yapmıştır. Bu rakamın 2000 yılında 702 milyon, 2010’da 1 milyar ve 2020’de de 1 milyar 600 milyon olarak gerçekleşmesi beklenmektedir. (WTO, Tourism Vision, 1996, s.3-4) Turist varışlarının gelecek 20 yıl içinde her yıl ortalama % 4.3 ve uluslararası turizm gelirlerinin de % 6.7 artacağı tahmin edilmektedir.¹¹⁵ Turizm endüstrisi, küresel ekonominin en hızlı büyüyen sektörlerinden

¹¹¹ Eliza C.Tse, Joseph J.West, “Development Strategies For International Hospitality Markets”, **International Hospitality Management**, (Edited by Richard Teare, Michael Olsen), Longman Publishing, 1999, s.118

¹¹² Michael J.Twomey, **A Century Of Foreign Investment In The Third World**, Routledge Studies In International Business And The Third World Economy, First Edition, 2000, s.40

¹¹³ Paul Hirst, Grahame Thompson, **Küreselleşme Sorgulanıyor**, (Dost Kitapevi, Ankara, 1998), s.84

¹¹⁴ Erol Bulut, “Türk Turizminin Dünyadaki Yeri Ve Dış Ödemeler Bilançosuna Etkisi”, **Gazi Üniv. İ.İ.B.F. Dergisi**, (Cilt:2, Sayı:3, Kış 2000), s.71

¹¹⁵ Larry Yu, **The International Hospitality Business, Management And Operations**, (The Hawort Hospitality Press, 1999), s.354

birisidir.¹¹⁶ Turizm endüstrisi lüks olmaktan çıkıp, kitle hareketliliğine dönüşerek yatırımcılar açısından karlı bir alan olarak görülmeye başlanmıştır.¹¹⁷ Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi'nin 2002 yılı verilerine göre, turizm; toplam dünya ihracatının % 5.4'ünü ve uluslararası ticarete hizmet sektörünün % 26'sını oluşturmaktadır. (WTTC, Special Reports, 2002) Dünya Seyahat Ve Turizm Konseyi tahminlerine göre, dünya seyahat ve turizm endüstrisi 1997'den 2006'ya kadar 130 milyon ek istihdam sağlayacak ve endüstri küresel ekonomide her 2-4 saniyede yeni bir iş imkanı yaratmış olacaktır.¹¹⁸ Ayrıca, 1970 yılından beri Inter-Amerikan Kalkınma Bankası (IDB) aracılığıyla A.B.D. turizmine yönelik olarak toplam 1.14 trilyon \$'lık kredi tahsisi yapılmıştır.¹¹⁹ Bu kredilerin 10.3 milyon \$'ı geri-ödemesiz teknik destek ve 9.4 milyon \$'ı Ulusötesi Yatırım Fonu (MIF) garantisidir. Dünya Bankası Grubu'na bağlı olarak faaliyet gösteren Çoktarafli Yatırım Garanti Ajansı'nın (MIGA- Multilateral Investment Guarantee Agency) verilerine göre ise, dünya turizm endüstrisine sağlanan kredilerin, toplam kredi tutarları içerisindeki payı % 2-3 arasında değişmektedir. MIGA; gelişmekte olan ülkelere yönelik doğrudan yabancı yatırımları teşvik etmek üzere başlıca dört ana risk konusunda (nakit transferi, kamulaştırma, savaş ve sivil kargaşa olayları ve evsahibi ülkenin hükümeti kaynaklı anlaşma ihlalleri) güvence ve reüserans hizmetleri sağlamaktadır.

Tablo 14. MIGA Portföy Dağılımı (Sektörel-% Dağılım)

Brüt Dağılım	Mali-Yıl				
	1998	1999	2000	2001	2002
Altyapı	19	19	29	29	36
Finansman	38	42	34	36	35
İmalat	20	15	12	9	9
Madencilik	15	13	12	9	8
Petrol Ve Akaryakıt	3	3	2	5	4
Hizmetler	0	5	8	6	4
Turizm	3	2	2	2	2
Tarımsal Faaliyetler	2	1	1	4	2

MIGA- World Bank Group, Annual Report, 2002, s.16

¹¹⁶ Hüseyin Çeken, **Küreselleşme, Yabancı Sermaye Ve Türkiye Turizmi**, (Değişim Yayınları, 1. Basım, Ekim 2003), s.121

¹¹⁷ Ercan Tathdil, "Küreselleşme Sürecinde Turizmin Ekonomik Ve Sosyal Boyutları", **T.C.Turizm Bakanlığı II.Turizm Şurası Bildirileri**, III.Cilt, (12-14 Nisan 2002), Ankara 2002, s.191

¹¹⁸ Hüseyin Çeken, a.g.e.s.290

¹¹⁹ Kreg Lindberg, Arild Molstad, Donald Hawkins, Walter Jamieson, "International Development Assistance In Tourism", **Annals Of Tourism Research**, (Volume 28, No.2, 2001), s.508

Küresel turizm hareketinin bölgesel olarak dağılımı incelendiğinde, genellikle gelişmiş ülkelerin bulunduğu bölgelerin yoğunluk kazandığı dikkat çekmektedir.¹²⁰ Bu bölgeler hem turist çeken, hem de turist gönderen bölgeler oldukları için büyük bir potansiyele sahiptirler. Küresel turizm hareketlerine katılanların azlığı ya da çokluğu, o bölgenin ya da ülkenin gelişmişlik düzeyine göre değişmektedir. Dünya Turizm Örgütü'nün tahminlerine göre, 2020 yılında en çok turist çekecek bölgelerin başında 717 milyon turistle Avrupa, 397 milyon turistle Doğu Asya ve Pasifik, 282 milyon turistle Amerika ve sırasıyla Afrika, Orta Doğu ve Güney Asya gelmektedir. Dünya turizm ve seyahat endüstrisinin yatırım harcamalarının da 2002'de 642 milyar \$'dan 2012'de 1.264 trilyon \$'a çıkacağı tahmin edilmektedir. Yatırım artışının önemli bir kısmı yabancı ülkelerde yeni otel ve restoranların inşası alanında olacaktır. Küresel seyahatin hızlı bir şekilde artmasına karşı, küresel konaklama endüstrisi de seyahat taleplerini karşılamak için gelişimini hızlandıracaktır. Örneğin; Latin Amerika, Ortadoğu, Güney Doğu Asya ve Doğu Avrupa'daki uluslararası otel birleşmeleri bu gelişimin en iyi örnekleridir.

Tablo 15. Uluslararası Turist Varışlarının Bölgesel Dağılımı (Milyon)

Bölgesel Dağılım	1998	1999	2000	Büyüme Oranı % 1999/1998	Büyüme Oranı % 2000/1999
Dünya	636.6	650.4	698.8	3.8	7.4
Afrika	24.9	26.5	27.6	6.4	4.4
Amerika	119.9	122.2	129.0	2.3	5.5
Doğu Asya/Pasifik	87.4	97.6	111.9	10.8	14.7
Avrupa	383.8	380.2	403.3	1.7	6.1
Ortadoğu	15.3	18.2	20.6	20.3	12.9
Güney Asya	5.2	5.8	6.4	10.7	11.0

WTO, Tourism Highlights, 2000

Dünya Turizm Örgütü'nün 2001 yılı raporlarına göre, 1998 yılı itibariyle dünya üzerinde otel ve benzeri konaklama işletmelerinin toplam kapasitesi 15.406.000'dir. Bu işletmelerin % 26.8'i (4.133.000) Kuzey Amerika, % 38.5'i (5.935.000) Avrupa, % 22.6'i (3.487.000) Doğu Asya ve Pasifik kıtalarında faaliyette bulunmaktadır. Hotels Dergisi'nin 1995 yılı verilerine göre, mevcut kapasitenin 2.7 milyonu 200 adet belli başlı zincir otel işletmesinin sahipliğindedir.¹²¹ Görüldüğü üzere, turizm arzı turizm talebinin en fazla bulunduğu ülkelerde yoğunlaştırılmıştır. Bu nedenle uluslararası otel

¹²⁰ Aynı, s.127

¹²¹ Frank M.Go, Ray Pme, *Globalization Strategy In The Hotel Industry*, (Routledge Publishing, First Edition, 1995), s.283

işletmeciliğinde diğer dünya ülkelerinin rekabetine karşı koyabilmek ve alternatif bir pazar yaratabilmek, oldukça zor bir süreç olarak görünmektedir. Ancak yabancı yatırımcıların sermaye yatırımları ile bir başka ülkeye gitmeleri ile sahip oldukları müşteri kitlesini, bu yatırımı gerçekleştirdikleri ülke yada ülkelere yönlendirmeleri söz konusu olmaktadır. Genel görünüm Anglo-Amerikan mülkiyet veya işletmeciliğin uluslararası otel işletmeciliğine yön verdiği şeklindedir. Fakat son yıllarda Fransız, Japon ve İspanyol şirketlerin uluslararası pazarlarda faaliyetlerini yoğunlaştırdıkları gözlemlenmektedir. Uluslararası zincir otel işletmeciliği anlayışı, 1940'lı yılların sonlarına doğru başlamıştır.¹²² İlk zincir otel işletmeleri, Cesar Ritz tarafından kurulmuştur. Ritz'in küçük çaplı otel işletmelerinin ulusal sınırlarını aşarak, Avrupa ve Afrika'ya kadar yayılması, günümüz küreselleşme akımlarının ilk adımı olmuştur. Bu trende yönelik ilk uygulama ise Pan American Havayolları'nın hava taşımacılığı ile konaklama işletmeciliği arasındaki bağlantıyı fark etmesi ile gerçekleşmiştir.¹²³ Pan American şirketi, kendi uçuş rotaları üzerinde Inter-Continental Hotels Corporation adı altında zincir otel işletmeleri faaliyete geçirmiştir. Güney ve Orta Amerika'dan başlayan büyüme, zaman içerisinde dünya çapında 100'den fazla otele kadar uzanmıştır. Conrad Hilton'un Hilton International Hotels'i kurması ve Sheraton oteller zincirinin onu takip etmesi, zincir otel işletmeciliğinin gelişimine yön vermiştir. Bu dönemde Hilton International, Inter-Continental ve Sheraton gibi şirketler milliyetçi karakterlerini öne çıkararak, yüksek gelir düzeyindeki müşteri pazarlarına yönelik büyüme ve gelişme göstermişlerdir. 1960'ların ortalarından 1970'lerin sonlarına kadar olan dönemde, uluslararası otel işletmeciliği alanında büyük bir patlamanın gerçekleştiği söylenebilir. 1978 yılı itibariyle 81 adet uluslararası otel işletmesinin, 1.025 adet otele ve 270.646 yatak kapasitesine ulaştıkları belirlenmiştir.¹²⁴

¹²² Frank M.Go, Philip Goulding, David Littlejohn, "The International Hospitality Industry And Public Policy", **International Hospitality Management**, Part 3, (Editors: Richard Teare, Michael Olsen), 1999, s.36

¹²³ Gerald W.Lattin, **The Lodging And Food Service Industry**, (Fourth Edition, 1998), s.104

¹²⁴ John H.Dunning, M.McQueen, "Multinational Corporations In The Hotel Industry", **Annals Of Tourism Research**, (Volume 9, 1982), s.69

Tablo 16. Başlıca Uluslararası Zincir Otel İşletmeleri

Accor	Kempinski Hotels	Ramada Hotels
ANA Hotels	Mandarin Oriental	Regent Hotels
Best Western	Marriott Hotels	Sara Hotels
Canadian Pacific	Sol-Melia Hotels	SAS Int. Hotels
Choice International	Meridien Hotels	Shangri-La Hotels
Ciga	Mövenpick Hotels	Sheraton Hotels
Club Méditerranée	New Otani Hotels	Steigenberger Hotels
Conrad International	New World/Ramada International	Stouffer Hotels
Dusit Thai	Nikko Hotels	Swissotel Ltd.
Forte Hotels	Übero: Hotels	Taj Hotels
Four Seasons	Othon Hotels	Westin Hotels
Golden Tulip	Peninsula Hotels	
Hilton International	Penta Hotels	
Holiday Inn Worldwide	Prince Hotels	
Hyatt Hotels	Promus Hotels	
Inter-Continental Hotels	Radisson Hotels	

Gerald W.Lattin, The Lodging And Food Service Industry, Fourth Edition, 1998, s.106

Bu dönemde 22 adet Amerikan şirketinin uluslararası toplam yatak sayısının % 56'sını ellerinde bulundurmaları dikkat çekicidir. Fakat bu dönem aynı zamanda farklı şirketlerin de pazara girmeye başladıkları bir dönemdir. Bazıları Kuzey Amerika, bazıları Fransa ve İngiltere menşeli olan bu şirketler, 1978 yılı itibariyle uluslararası toplam yatak sayısının % 12-13'üne sahip olmuşlardır. Diğer bir ilginç gelişme de; uluslararası otel işletmeciliğinin doğuş yeri olan Kuzey Amerika'nın artık diğer ülkelerin şirketlerine evsahipliği yapmaya başlamasıdır. Bu girişimlerden bazıları (Howard Johnson'ın bir İngiliz şirket tarafından satın alınması, ancak ticari beklentileri karşılayamaması nedeniyle birkaç yıl sonra Marriott'a satılması gibi) başarısızlıkla sona ermiş, ancak gelişim trendi devam etmiştir. Günümüzde Amerika'da faaliyet gösteren yabancı zincir otel işletmeleri arasında; Four Seasons (Kanada), Meridien, Novotel (Fransa), Forte (İngiltere), Accor, Sofitel, Mercure ve Ibis bulunmaktadır.¹²⁵ 1978-1989 döneminde, 1978 yılının en büyük 10 uluslararası otel grubu, dış pazarlarda sahip oldukları otellerin sayısını % 93 oranında arttırmıştır. Değişik mülkiyet şekillerinin görülmeye başlaması da aynı döneme rastlamaktadır. Holiday Inn İngiliz bira üreticisi Bass tarafından ve Inter-Continental (iki kez el değiştirdikten sonra) bir Japon inşaat şirketi ile SAS'ın ortak girişimi tarafından satın alınmışlardır. Satın almalar genel kabul gören bir strateji haline gelmiş, kimi milli otel zincirleri de yeni pazarlara giriş amaçlı olarak büyük zincir otel şirketleri tarafından ele geçirilmişlerdir. Doğrudan yabancı

¹²⁵ Eliza C.Tse, Joseph J.West, a.g.e., s. 123

yatırımların sayısında da bir patlama olmuş, bunlara bağlı olarak banka kredilerine olan talep artmıştır. İlgili dönem, küreselleşmenin en yoğun olarak yaşandığı dönem olarak hatırlanacaktır. Şüphe yok ki, şirket birleşmeleri ve satın almaları, uluslararası otel işletmeciliğinin gelişimine yön vermiştir. Örneğin; 1990 yılı esas alındığında, Amerikan, Japon ve (Forte, Landbroke, Accor gibi zincirlere sahip) Avrupa-merkezli zincir otel şirketlerinin her biri dünya çapında yaklaşık 100.000-200.000 odayı ellerinde bulundurmaktaydı.¹²⁶ Bu şirketlerin günümüzde de yabancı ülkelere yönelik yatırımlarında herhangi bir azalma görülmemekte, küresel yayılım devam etmektedir. Queen's Moat Houses Hollanda'da, Forte ve Days Inn Avrupa'da, Four Seasons ve Best Western Japonya'da yeni yatırımlarda bulunmaktadır. Sektör hayat döngüsünde olgunluk seviyesine yaklaştıkça, pek çok şirket büyümenin ve hayatta kalabilmenin tek yolunun, uluslararası arenada rekabet edebilmeye bağlı olduğunu fark etmiştir. Uzun dönemli varlık gösterebilmek ve ayakta kalabilmek açısından şirketlerin rekabet ortamının beklentilerine başarıyla uyum sağlayabilmeleri, uluslararası fırsatları fark edip değerlendirebilmeleri, anahtar kademe personellerinin hatalı kararlarından kaynaklanabilecek çeşitli riskleri giderebilmeleri, stratejik yönetim sürecinde önemli unsurlar haline gelmiştir. Konaklama sektörü için uluslararası formal-küresel stratejiler geliştirme söz konusu olduğunda temel olarak iki yaklaşımdan söz edilebilir; multi-yerel ve küresel.¹²⁷ Bu iki yaklaşım, bir doğrunun iki ayrı ucu gibi birbirlerine hem bağlı, hem de tamamen ayrılmış durumdadır. Leontiades'e göre, uluslararası rekabete girişen şirketler için dört ana strateji bulunmaktadır. Bunlar; küresel yüksek pazar payı, küresel niş, milli (yerel) yüksek pazar payı ve milli (yerel) niştir. Stratejilerin kendi aralarındaki temel farklılık; küresel bazda coğrafi alanlarla veya milli sınırlarla birbirlerinden ayrılmış olmalarıdır. Konaklama endüstrisinin kökleri milli (yerel) olmasına karşın, günümüzde küresel rekabet boyutlarına ulaşmıştır. Konaklama sektörü işletmelerinde üst kademe yöneticilerin bilgi düzeylerinin ve perspektiflerinin de milli (yerel) ve multi-yerelden küresele yönelen bu gelişime uyum sağlayabilecek kapasite taşınması, çağdaş yönetim anlayışı çerçevesinde artık bir gereklilik olarak görülmeye başlamıştır.

¹²⁶ Simon Crawford-Welch, "Competitive Marketing Strategies In The International Hospitality Industry", *International Hospitality Management*, (Edited by Richard Teare, Michael Olsen), 1999, s.95

¹²⁷ Eliza C.Tse, Joseph J.West, a.g.e., s.119

PAZAR PAYI HEDEFLERİ			
ALAN	Küresel	Yüksek küresel pazar payı stratejisi	Düşük küresel niş strateji
	Milli (Yerel)	Yüksek milli pazar payı stratejisi	Milli niş strateji

Şekil 2: Uluslararası Rekabet Stratejileri

J.Leontiades, Lexington, Mass, Multinational Corporate Strategy, Lexington Books, 1985

Uluslararası otel işletmeciliğinde son birkaç senedir yaşanmakta olan gerilemenin, 2004 yılından itibaren düzelme sürecine gireceği tahmin edilmektedir.¹²⁸ Başlıca seyahat endüstrisi uzmanları; tesislerin doluluk oranlarında, elde edilen net gelirden ve müşteri bilincinde belirgin gelişmelerin yaşanacağını öngörmektedirler. Ayrıca PricewaterhouseCoopers'ın 2004 yılı tahminleri; ortalama günlük oda fiyatlarının % 4.5 oranında, tedarikçilerin sayısının % 1.4 oranında, günlük ortalama oda başı gelirin % 5.2 oranında artacağı ve doluluk oranlarının % 61.2 seviyesinde gerçekleşeceği yönündedir. PKF Consulting's Hospitality Research Group ve Torto Wheaton Research'ın ortak yayınladıkları raporda ise; konaklama sektöründe büyük bir olumlu geri dönüşümün başladığı ve bunun 2005 yılında da süreceği vurgulanmaktadır. MKG Conseil'in araştırmasına göre,¹²⁹ Avrupa Birliği'ndeki 101 entegre zincir otel işletmesinin toplam 684.262 yatak kapasitesi bulunmaktadır ve geçen sene bu sayıda % 5'lik bir artış yaşanmıştır. Fransa 200.000'den fazla yatak ile toplamın % 31.4'üne, Almanya % 19.6'sına, İngiltere % 17.4'üne, İspanya ise % 14.5'ine sahiptir. Fransız Accor grubu, Avrupa toplamının % 22'sini oluşturan 150.271 yatak kapasitesi ile birinci durumdadır. Orta ve orta üstü fiyat kategorisindeki otel işletmeleri (3 ve 4 yıldızlı) toplam yatak kapasitesinin % 64.5'ini, ekonomik kategorideki otel işletmeleri (0 ve 2 yıldızlı) % 26'sını ve lüks kategorideki otel işletmeleri ise % 10'unu oluşturmaktadır. Dünyada zincir otel gruplarına bağlı işletmelerin sayısı 2000 yılında % 5.1, 2001 yılında % 3 ve 2002 yılında % 1.9 artmıştır. 2002 yılı sonu itibariyle 39.166 otel işletmesi (4.968.239 yatak kapasitesi) 290 markaya ve 175 otel grubuna bağlı olarak faaliyet göstermektedir. Çokuluslu otel işletmelerinin ekonomik yönlü önemleri, büyük istihdam kapasiteleri, küreselleşme potansiyelleri ve rekabet seviyelerindeki artış; zaman

¹²⁸ http://www.cendant.com/media/trends_information/trends_information.cgi/Hospitality+Services/212 (24.03.2004)

¹²⁹ "Chain Hotels Score Points In Europe", Les Echos Magazine, 05.03.1999 (Alıntı: www.mkg-consulting.com) (16.06.2004), s.8

içerisinde daha az sayıda ancak daha güçlü şirketlerin oluşmasına yol açacaktır.¹³⁰ Bir süreden beri havayolları şirketleri arasında gerçekleştirilen ortaklıklar ve anlaşmalar ile otel işletmeciliğinde gerçekleştirilen büyük ölçekli zincir resort otel yatırımlarıyla bu öngörü yaşanmaya başlamıştır. Böyle bir gelişim, gerek kitle turizminde gerekse lüks turizmde standartlaşmaya sebep olacaktır. Bu da, uzmanlık gerektiren farklı turizm türlerine yönelik talebi artırarak, bu alanlarda faaliyet gösteren küçük çaplı işletmelerin kendilerine uygun niş pazarlar oluşturmalarını sağlayacaktır.

Tablo 17: 03.12.2003 Tarihi İtibariyle Avrupalı Zincir Otel İşletmelerinin Faaliyet Sonuçları: Doluluk Oranları

	Doluluk Oranları		Günlük Ortalama		Günlük Ort. Oda Başı	
	03.12	Değişim (Puan)	Fiyat 03.12	Değişim (%)	Gelir 03.12	Değişim (%)
Almanya	% 58.3	0.4	75.9	-3.8	44.2	-3.1
Avusturya	% 69.0	2.1	83.4	4.1	57.5	7.4
Belçika	% 63.9	-1.4	85.0	-2.4	54.3	-4.4
İtalya	% 62.5	-1.6	114.1	-0.7	71.3	-3.2
Hollanda	% 65.4	-5.1	97.1	-5.2	63.5	-12.0
İngiltere	% 72.1	-0.5	122.7	-1.6	88.4	-2.3
İspanya	% 66.2	-1.3	90.6	-2.3	59.9	-4.2
Portekiz	% 60.6	-2.6	92.0	-4.7	55.7	-8.7
Fransa	% 66.2	-2.7	70.2	1.6	46.5	-2.4
KÜRESEL*	% 65.1	-1.2	92.5	-1.7	60.2	-3.5

Günlük Ortalama Fiyatlar ve Günlük Ort.Oda Başı Gelir Tutarları KDV Dahil Euro'dur.

* Yukarıda verilen ülkeler haricindeki diğer ülkeler de dahil olarak

MKG Consulting Database (Zincir Otel İşletmelerinin Resmi Veri Sunumcusu)- Şubat 2004

Georges Panayotis, <http://www.hotelnewsresource.com/CategoryTrends.html>, (22.03.2004)

Ayrıca emek-yoğun özellikle olduğu kabul edilen konaklama sektörü daha otomasyonel özellikler taşımaya başlamıştır.¹³¹ Özellikle oda-başı doluluk/işgücü oranları Avrupalı zincir otel işletmelerine kıyasla çok daha düşük olan Amerikan menşeli zincir otel işletmelerinin yararlanmakta oldukları otomasyon imkanları, standart operasyonlarda maliyet avantajları yaratarak müşteri hizmetlerinin daha ucuza mal edilmesini sağlamaktadır. Bu şekilde hem temel müşteri beklentileri yerine getirilmekte hem de müşterilerin ek yada özel istekleri, ölçek ekonomisinin sağlamış olduğu maliyet avantajları ile kolayca karşılanabilmektedir.

Bu çalışmada turizm işletmelerinin; konaklama işletmeleri, ulaştırma işletmeleri, seyahat işletmeleri, yeme-içme işletmeleri, hediyelik eşya satan işletmeler ve diğer işletmeler şeklinde sınıflandırıldığı göz önüne alınarak, bu işletmelerden sadece konaklama işletmeleri konu edilecektir. Bunun temel gerekçeleri arasında; kapsamı

¹³⁰ James Elliot, *Tourism: Politics And Public Sector Management*, Routledge Publishing, 1997, s.262

¹³¹ Merlin Stone, "Marketing Strategies For Leisure Services", *Marketing Strategies*, (Edited by Malcolm McDonald, First Edition, 1995), s.201

daraltmanın yanı sıra, en çok konaklama işletmeciliğinde sabit sermaye yatırımlarına ve buna bağlı olarak doğrudan yabancı sermaye girişlerine ihtiyaç duyulması, zincir oteller şeklinde dünya turizm pazarına yayılma eğilimlerinin görülmesi, çok farklı ortaklık veya girişim şekillerinin geliştirilebilmesi (joint ventures, yönetim anlaşmaları, franchising, lisans anlaşmaları, ...) sayılabilir

2. Uluslararası Zincir Otel Şirketlerinin Dış Pazar Yatırım Şekilleri

İşletmelerin uluslararası pazarlara giriş yöntemleri çok çeşitlidir.¹³² Girilmek istenen dış pazarın başlıca karakteristikleri (pazar büyüklüğü, politik ve yasal çevre koşullar, ekonominin ve pazarın yapısal nitelikleri), doğrudan ve dolaylı ticari engeller, hukuki düzenlemeler ile ürünlerin niteliği, şirket amaçları gibi faktörler gerek girilmek istenen dış pazarın seçiminde, gerekse seçilen dış pazara giriş stratejisinin belirlenmesinde etkili olmaktadır.¹³³ Bu sayılan değişkenlerin, merkez yönetimlerce değerlendirilmesi sonucunda çokuluslu şirketler uluslararası pazarlara giriş şekillerini belirleme aşamasına gelirler. Yüksek politik risk taşıyan ülke pazarına girmek isteyen çokuluslu şirketler, mülkiyet kontrolü açısından daha düşük seviye katılımı tercih etmektedirler.¹³⁴ Bunun başlıca nedeni olarak, ülke yönetimlerinin yabancı yatırımlara el koyabilme olasılığı gösterilmektedir. Ayrıca hükümetlerin tekelleşmeyi önleme amaçlı olarak mülkiyet yapılarını kısıtlamaları da (% 100 sahipliğe izin verilmemesi gibi) söz konusu olabilmektedir. Bu tür stratejiler uygulayan ülkeler, genel olarak yabancı yatırımları çekmek için vergi indirimleri ve teşvikleri yeterli görmektedirler. Ancak, günümüzde ülkelerarası ikili yatırım anlaşmaları ile yabancı yatırımlara el konulmayacağına dair doğrudan hükümet garantilerinin sağlandığı unutulmamalıdır. Örneğin Türkiye toplam 56 ülke ile “Yatırımların Karşılıklı Korunması ve Teşviki Anlaşması” imzalamış olup, bunlardan 34 tanesi yürürlüğe girmiştir. 39 ülke ile de “Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşması” imzalanmıştır.¹³⁵ Benzer şekilde Çekoslavakya’da % 100 sahiplikle her türlü yabancı yatırımlarda bulunulmasına izin verilmiş, Macaristan ise yabancı yatırım izinlerinde bürokrasi miktarını en aza

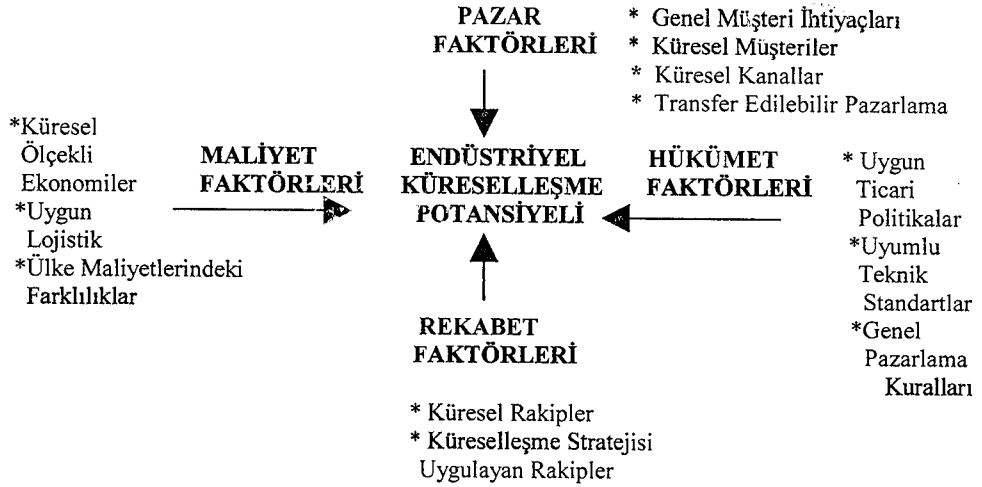
¹³² Esin (Can) Mutlu, **Uluslararası İşletmecilik**, (1.Basım, Beta Yayıncılık, Mayıs 1999), s.97

¹³³ Recep Baki Deniz, “Ortak Girişim Stratejisi İle Global Pazarlara Giriş”, **Marmara Üniv. Sosyal Bilm.Ens. Dergisi “Öneri”**, (Sayı:18, Yıl:8, Cilt:5, Haziran 2002), s.37

¹³⁴ Sandra Watson, David Littlejohn, “Multi- And Transnational Firms: The Impact Of Expansion On Corporate Structures”, **International Hospitality Management**, (Editors: Richard Teare, Michael Olsen), (Longman Publishing, 6.Edition, 1999), s.183

¹³⁵ www.hazine.gov.tr (01.02.2004)

indirerek, yerli ve yabancı ortaklıkları artırma stratejisi uygulamıştır. Görüldüğü gibi, dünya ülkeleri arasında “yabancı sermaye çekme” rekabetinin boyutları; bürokrasinin seviyesini azaltmış, yatırımcılara mülkiyet avantajları sağlamış, ülke sınırlarını ortadan kaldırmıştır. Artık ülkelerin kendi politik, ekonomik, sosyal, kültürel ve coğrafi özellikleri gibi “içsel” nitelikleri; yabancı yatırımların çeşitlerini, miktarlarını, sektörel çeşitliliklerini daha fazla etkilemektedir.



Şekil 3: Küreselleşme Faktörleri

G.S.Yip ve G.A.Coundouriotis, “Diagnosing Global Strategy Potential: The World Chocolate Confectionery Industry”, (Planning Review, January-February 1991), s.5

Turizm endüstrisi otel işletmeciliği alanında da yabancı yatırımlar açısından durum farklı değildir. Çokuluslu zincir otel işletmeciliği alanında yabancı yatırımcıların yatırım kararlarına etki eden değişkenlerin miktarlarındaki artışa paralel olarak, ülke bazında yapılan yatırım analizlerinin taşıdıkları önem de artmıştır. Şekilde görülebileceği üzere, herhangi bir endüstri dalında faaliyet gösteren şirketlerin küreselleşme kararları üzerine etki eden başlıca faktörler; pazar, maliyet, hükümet ve rekabet faktörleridir. Bu faktörlerin analizi sonucunda, eğer uluslararası çapta faaliyet göstermek rasyonel bir karar olarak kabul edilmiş ise, şirketler bunu da çeşitli alternatif yatırım şekilleri ile uygulamaya koymak durumundadırlar. Karar sürecinin bu ikinci adımında, hedef pazarda gerçekleştirilmesi düşünülen yatırımın çeşiti önem kazanmaktadır. Şimdi, zincir otel işletmeciliği açısından uluslararası yatırım çeşitlerine kısaca değinilecektir.

2.1. İhracat Alternatifi İle Pazara Giriş

Otel işletmelerinin uluslararasılaşmasına yönelik hemen hemen bütün çalışmalar, kullanılabilir yollar arasında ihracata yer vermemektedir.¹³⁶ Çünkü konaklama hizmetlerinde hizmetin parçalarının üretildiği hizmet faaliyetleri sistemiyle, parçaların bütünleştirilerek tüketici kullanımına sunulduğu hizmet ulaştırma sistemi iç içe geçmiş durumdadır. Yani, konaklama hizmetlerinin üretim noktasına bağımlı hizmetler olma özelliği taşıması, otel işletmelerinin pazarlama faaliyetlerini götürmek istedikleri ülke pazarında üretim birimlerini bulundurmalarını gerekli kılmaktadır ki, bu tespit konaklama hizmetlerinin ihraç edilemeyeceği sonucunu ortaya çıkarmaktadır. O halde, ilgili literatür dikkate alınarak otel işletmeleri için uluslararasılaşma stratejilerinin; franchising, yönetim anlaşması v.b. gibi anlaşmaya dayalı pazara giriş yolları yada tam sahiplik ve ortaklık yatırımları ile sınırlı kalacağını belirtmek yerinde olacaktır.

2.2. Anlaşma Yolu İle Pazara Giriş

2.2.1. Lisans Anlaşmaları

Lisans anlaşmaları, dış pazarlara girmenin nispeten kolay yollarından birisi olmaktadır.¹³⁷ Lisans anlaşmasında lisansör (lisansı veren) bir üretim sürecini, tekniğini, marka ve patenti belirli bir bedel karşılığında lisans alana satmaktadır. Lisans veren lisansör, alan lisansiyeye, yapılan anlaşma da lisans anlaşması adını almaktadır. Lisans anlaşmasıyla lisans veren taraf dış yatırım yapmakla birlikte, bunun için sermaye katmamakta ve herhangi bir riske girmemektedir. Lisansörler anlaşmaya bağlı olarak işletme payı (royalty) adı verilen ve toplam ciro üzerinden hesaplanan belli bir paya da sahip olmaktadır. Lisansör, lisansiyeye aşağıdaki haklardan sadece birini veya daha fazlasını sağlayabilmektedir:

- * Patentler, buluşlar, formüller, prosesler, dizaynlar, örnekler,
- * Telif hakları, edebi, müzik ve sanatsal kompozisyonlar,
- * Markalar, ticari isimler, işletme isimleri,
- * Metotlar, programlar, prosedürler, sistemler v.b.

¹³⁶ M.Mithat Üner, "İhracat Pazarlaması Literatürünün, Uluslararası Konaklama Hizmetleri Pazarlaması Literatürüne Uyarlanması Üzerine Bir Deneme", **21. Yüzyılın Eşiğinde Türkiye Turizmi Sempozyumu**, (Başkent Üniv. Sosyal Bilm. M.Y.O., 16 Nisan 1998, Ankara 1998), s.120

¹³⁷ Esin Can Mutlu, a.g.e., s.101

Lisans anlaşması çeşitleri, uluslararası zincir otel işletmeciliği alanında en çok tercih edilen dış yatırım yollarıdır. Çünkü, lisansör çokuluslu otel şirketleri kendilerine ait marka, imaj, know-how v.b. unsurları, herhangi bir riske veya sermaye giderine gerek kalmaksızın dünya pazarlarına ulaştırabilmekte ve bu ülkelerin turistik pazar potansiyelleriyle paralel oranda royalty elde edebilmektedirler.

2.2.2. Franchising

Franchising, ana işletmenin bir diğer işletmeye belirli ayrıcalıkları, belirli bir zaman dilimi için ve belirli bir alanda kullanım haklarını vermesidir.¹³⁸ Ayrıcalığı veren şirket franchisor, ayrıcalığı alan şirket franchisee, ayrıcalığın kendisine franchise adı verilmektedir. Franchising'in üç unsuru bulunmaktadır:

* Franchising en az iki şirket tarafından sürekli bir ilişki için oluşturulmaktadır.

*Ayrıcalığı veren ile alan arasında, yüküm ve sorumlulukların açıkça belirlendiği bir sözleşme bulunmaktadır. Anlaşmada franchisor, franchisee'ye göre daha güçlü görünmektedir ve yaptırım gücü bulunmaktadır.

*Franchisee, franchisor'un ismi ile faaliyet göstermektedir. Franchising genellikle hizmet sektöründe görülen bir yöntem olduğundan, anlaşma kuralları çok kesin bir şekilde belirtilmektedir. Aynı lisans anlaşmalarında olduğu gibi franchisor yabancı bir ülkede faaliyet gösteriyor olmanın maliyet ve risklerini karşı tarafa yüklemiş olmaktadır. Ayrıca, ölçek ekonomisi hizmet sektörüyle çok ilgili olmadığından, bu tür anlaşmaların özellikle franchisor açısından dezavantajı olmamaktadır. Franchising uygulayan uluslararası zincir otel işletmeleri arasında: Choice International, Radisson, Sheraton, Days Inn sayılabilir.¹³⁹

2.2.3. Yönetim Anlaşması

Yönetim anlaşması, uluslararası bir işletmenin yabancı bir işletme ile o işletmenin faaliyetlerinin bir bölümünü veya tamamını yönetmek üzere karşılıklı yaptıkları anlaşma olarak tanımlanabilir.¹⁴⁰ Böylece işletme belirli bir ücret karşılığında yönetici personelini yabancı ülkedeki işletmeye yardımcı olması için

¹³⁸ Esin Can Mutlu, a.g.e., s.107

¹³⁹ Eliza C.Tse, Joseph J.West, a.g.e., s.128-129

¹⁴⁰ Esin Can Mutlu, a.g.e., s.113

görevlendirmektedir. Yabancı işletme böylece yönetim bilgisi ve tecrübesini transfer etmiş olmaktadır. Sözleşme belirli bir ücret karşılığında olabileceği gibi kar payı alma, belirlenen bir fiyatla gelecekte işletmenin ortaklarından olma veya bu üç durumun bileşimi şeklinde de olabilmektedir. Birçok yönetim anlaşmasında çokuluslu şirket % 2 ile % 5 arasında bir paya sahip olmaktadır. Yönetim anlaşmasında da, çokuluslu şirket açısından herhangi bir risk ve sermaye gideri söz konusu değildir. Hyatt International Co., Hilton International, Holiday Inn Worldwide, Marriott, Ramada, Hospitality International Inc. başlıca uluslararası yönetim anlaşmalı zincir otel işletmeleridir.¹⁴¹

2.2.4. Yap-İşlet-Devret Modeli

Uluslararası otel işletmeciliğinde sabit yatırım için gerekli sermaye miktarları çok yüksek rakamlara ulaşabilmektedir. Bu miktar, işletmenin büyüklüğüne, çeşidine ve yatırımın gerçekleştirildiği ülkedeki hammadde fiyatlarına bağlı olarak değişmektedir. Bu tür büyük projelerin gerçekleştirilmesi için uluslararası yatırım bankaları ve öteki finansman kuruluşlarının katılımıyla bir mali konsorsiyum oluşturulmaktadır.¹⁴² Konsorsiyum yalnız finansman sağlamakla kalmaz, aynı zamanda projenin hazırlanması, yatırımın gerçekleştirilmesi ve tesisin işletilmesi gibi faaliyetleri de kendisi yerine getirir. Ancak projeyi fiilen uygulamak ve tesisi işletmek üzere yerel bir işletme ile işbirliği yapılır. Bu açıdan yatırım, adeta bir uluslararası mali konsorsiyum ile yerel şirketin oluşturduğu bir ortak girişim görünümündedir. Yatırımın bitirilmesinden sonra da şirketin fiili işletmesini yerel şirket üstlenmekte, konsorsiyum işletmesi ortaklık sıfatına devam etmekte veya belli bir süre sonunda bu ortaklıktan çıkarak, işletmeyi tamamen yerel şirkete bırakmaktadır. Türk turizm sektöründe özellikle 1982 sonrası, teşvik politikaları ile paralel olarak bu tür bir çok yatırım gerçekleştirilmiştir.

2.3. Yatırım Yolu İle Pazara Giriş

2.3.1. Ortak Girişim (Joint Venture)

Ortak girişim kavramı daha çok; uluslararası pazarlarda faaliyet gösteren bir şirketi (çokuluslu veya ulusötesi şirket) yerel bir şirket veya devlet-hükümetle

¹⁴¹ Eliza C.Tse, Joseph J.West, a.g.e., s.129

¹⁴² Esin Can Mutlu, a.g.e., s.119

maliyetleri, riskleri ve karları paylaşmak üzere ortaklık kurması anlamını taşımaktadır.¹⁴³ Bir dış pazara yerel bir ortak ile girerek, sözkonusu dış pazara ilişkin rekabet ortamı, dil, kültürel ve politik koşullar ile işletme sistemine ilişkin bilgilerin doğrudan edinilmesi, riskin ve maliyetlerin azaltılması açısından ortak girişimi cazip kılan faktörlerdir. Ortak girişim, yabancı şirketin yerel pazara ilk girişte doğrudan yatırımla girebilmesi için yeterli sermayesinin bulunmadığı veya finansal risklerle, pazar büyümesini ilk aşamada sınırlı ve kontrollü tutmak istediği durumlarda da gündeme gelmektedir. Bazı ülkeler tam mülkiyet ile yabancı yatırımlara izin vermemekte, bu nedenle çokuluslu veya ulusötesi şirketler açısından yeni pazarlara ulaşabilmek için yerel şirketler ile ortak girişimler yapılması bir zorunluluk haline gelmektedir. Bu yatırım stratejisi, genellikle büyük çaplı emlak şirketleri ile konaklama-seyahat şirketlerinin ortaklıklar kurarak dünya çapında yayılım göstermeleri ile ortaya çıkmıştır. World International ve Wharf Holdings'in Omni'yi, The Pritzker/Chicago ve William Hunt Holdings/Hong Kong'un Southern Pasific Hotel Corp./Avustralya'ı ele geçirmeleri bu tür yatırımlara örnek olarak gösterilebilir. Ortak girişim ile birlikte "şirket evlilikleri" adı verilen şirket birleşmeleri (mergers) ve ele geçirmelere (acquisitions) değinmekte yarar vardır. İki veya daha fazla işletmenin hissedarlarının onayını alarak tek bir işletme şeklini almaları anlamında şirket birleşmeleri ve bir işletmenin varlıklarının yada hisse senetlerinin bir diğer işletme tarafından satın alınarak ele geçirilmesi şeklinde gerçekleşen yeni işletmelere de uluslararası otel işletmeciliği alanında sıkça rastlanılmaktadır. Uluslararası ortak girişimlere ülke riskinin yüksek, evsahibi ülke ile yerel ülke uygulamaları arasındaki farklılıklar büyük, talep belirsiz ve dalgalanan özellikler gösteriyorsa uygun bir seçenek gözüyle bakılmaktadır.¹⁴⁴

2.3.2. %100 Sahiplik (Sole Venture)

Çokuluslu şirket, doğrudan yatırım yaparak ya kendi tesislerini yabancı ülkede kendisi kurma (% 100 sahiplik, fully owned subsidiaries) yolunu tercih etmekte, yada başka bir şirketi satın almaktadır.(acquisitions) ¹⁴⁵ Başka deyişle, doğrudan yabancı yatırım yabancı bir ülkede % 100 işletme sahipliği anlamına gelmektedir. Deneysel çalışmalar, tam mülkiyetle bir işletme kurma isteğinin; spesifik know-how düzeyi ile

¹⁴³ Recep Baki Deniz, a.g.e., s.37

¹⁴⁴ Nurhan Aydın, **Uluslararası Doğrudan Yatırımlar Ve Ortak Girişimler (Joint Ventures)**, (Anadolu Üniv. Yayınları No:1002, İ.İ.B.F. Yayın No: 107, Eskişehir 1997), s.37

¹⁴⁵ Esin Can Mutlu, a.g.e., s.120

temelinde; yüksek riskli pazarlar için lisans ve ortak girişim stratejilerinin, gelişmiş ve risksiz pazarlar içinse doğrudan yatırım ve % 100 sahiplik stratejilerinin bulunduğu söylenebilir. Bu şekilde pazar gelişimine bağlı olarak elde edilebilecek en yüksek kar seviyesine ulaşılması hedeflenmektedir.

3. Turistik ürününün taşınmaz nitelik taşıması ve tüketicilerin (yani turistlerin) ürünün bulunduğu yere gitmelerinin bir zorunluluk olması, -küreselleşme anlayışının ortaya çıktığı dönem ile paralel bir şekilde- turizm endüstrisinde doğrudan yabancı yatırımların çok sayıda ülkeye yayılmasını şart kılmıştır. OLI Şartları arasında “alansal avantajlar” adı verilen ve ev sahibi ülkenin sahip olduğu yatırım avantajı faktörlerinden (teşvik sistemi, hammadde ve enerji fiyatlarının ucuz olması, v.b.) doğrudan yatırım ile daha fazla kar sağlanacağını düşünülmesi şeklinde tarif edilebilen şartlar ülkeden ülkeye değişmektedir. Bu özelliklerin bir ülkede diğerine daha fazla olması, o ülkede doğrudan yatırım kararının alınmasında etkili olmaktadır.
4. Uluslararası otel işletmeciliğinde marka, standardizasyon, şirket imajı ve uzmanlık düzeyi rekabet üstünlüğü sağlamak açısından hayati önem taşıyan özelliklerdir. Eğer bir çokuluslu otel işletmesi kendisine hedef olarak seçtiği ülke pazarında bu üstünlüklerinin rakiplerin eline geçebileceğini yada zarar görebileceğini düşünüyorsa, bu pazara doğrudan yatırım yapmayı tercih edecektir.
5. Çokuluslu şirketler, daha verimli ve karlı ekonomilerde (ve bu ekonomilerin nişlerinde) yer alma eğilimi göstermektedirler.¹⁴⁷ Dünya tarihinde görülmedik hızla büyüklü-küçüklü teknolojik yenilikler devreye sokulduğu gibi, şirketlerin yeni örgütlenme biçimleri, uluslararası düzeyde işbirlikleri yada çatışmaları ve dev boyutlu şirketlerin birleşme-ele geçirme yolu ile dünya pazarında tekele dönüşmeleri günlük olaylara dönüşmüştür.¹⁴⁸

Ancak çokuluslu şirketlerin doğrudan yabancı yatırımlarının başarısının anahtarı, yalnızca maksimum kar avantajı sağlayacak düşük maliyetli yerler aramakla sınırlı kalmamakta; yerleştikleri özel veya kurumsallaşmış yerel pazar alanlarına kendi

¹⁴⁷ Dani Rodrik, **Yeni Küresel Ekonomi Ve Gelişmekte Olan Ülkeler**, (Sabah Kitapları, Çağdaş Bakışlar Dizisi:27, Ocak 2000), s.42

¹⁴⁸ Nasır Niray, “Turizm- Küreselleşme İlişkisi Ve Tekelleşme Eğilimleri”, (T.C.Turizm Bakanlığı, **II.Turizm Şurası Bildirileri III.Cilt** , (12-14 Nisan 2002), Ankara), s.249

stratejilerini nasıl uyguladıkları da önem kazanmaktadır.¹⁴⁹ Bu açıdan uluslararası zincir otel işletmeciliği gibi uzmanlık seviyesinin ve markalaşmanın yüksek olduğu bir alanda çokuluslu şirketlerin izlemiş oldukları yatırım stratejileri hayati önem taşımaktadır.

Uluslararası doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını açıklamaya yönelik geliştirilmiş olan modeller arasında otel işletmeciliği ile ilgili olarak; gerek yerel faktörlerin önemine ilk değinen model olması sebebiyle, (bilindiği üzere otel işletmeleri turistik ürünlerin bulunduğu destinasyonlarda gerçekleştirilmek durumundadırlar), gerekse mülkiyet şekillerine dikkat çekmesi sebebiyle “OLI Şartları Modeli” özel önem taşıyan bir model durumundadır. Esas olarak uluslararası zincir otel işletmeleri çokuluslu şirketlerle aynı yapısal özelliklere sahiplerdir. Uluslararası turizm aktiviteleri; uluslararası yatırımların küreselleşmesi ile bağlantılı olarak otel işletmelerinin yeni pazarlarda çeşitlendirmeye gitme ve hizmette daha esnek davranma cesaretini göstermeleri ile gelişmiştir.¹⁵⁰ Dunning, doğrudan yabancı yatırımlar ile yatırımların gerçekleştirildiği evsahibi gelişmekte olan ülke arasındaki karşılıklı etkileşimini ve bu ülkelerin evrimsel gelişimleri içinde bu tür yatırımların önemini ilk algılayan araştırmacı olmuştur.¹⁵¹ Daha önce de belirtildiği üzere, bu modelde DYY sahipliğin- mülkiyetin (ownership), alansal avantajların (localition) ve içselleşmenin (internalization) bir fonksiyonudur. Bu değişkenler, bir şirketin belirli bir DYY kararı vermesi için tatmin olmak zorunda olduğu koşullar haline getirilmiştir. Çokuluslu zincir otel işletmesi açısından mülkiyet avantajının anlamı; yatırımın gerçekleştirileceği ülkede doğrudan yatırım yapılması halinde elde edilmesi beklenen getiri seviyesinin franchising, yönetim anlaşması v.b. gibi anlaşma yolu ile elde edilebilecek getiriden yüksek olması durumunda, şirketin bu pazara doğrudan yatırımda bulunarak mülkiyet avantajını kullanmasıdır. Hilton ve Sheraton gibi ilk uluslararası otel işletmeleri tarafından sabit yatırıma bütünüyle sahip olma anlayışı, zamanla yerini ağırlıkla yönetim anlaşmaları ve franchising’e bırakmıştır. Sahiplik ve yönetimin birbirinden ayrılması, finansman sağlayan yerel yatırımcı ile yönetim bilgisi sunan çokuluslu şirket

¹⁴⁹ Paul Hirst, Grahame Thompson, a.g.e., s.89

¹⁵⁰ Ana Ramon Rodriguez, “Determining Factors In Entry Choice For International Expansion, The Case Of The Spanish Hotel Industry”, *Tourism Management*, (Volume 23, 2002), s.597

* Paradigma: Aynı sözdizimsel bağlam içinde birbirinin yerini alabilecek olan ve güçlü bir karşılık bağıntısı kuran öğelerin oluşturduğu bütündür.

¹⁵¹ Lou Anne Barclay, Sidney J.Gray, “Upgrading The Diamond Of Developing Countries Through Inward FDI: The Case Of Four MNE’s In The Information Service Industry Of Barbados”, *Management International Review*, (Volume 41, 4/2001), s.335

birlikteliklerine imkan sağlamış ve uluslararası otel işletmeciliğinin gelişimine katkıda bulunmuştur. Alansal avantajlar kavramı; mülkiyet avantajının yanısıra, yatırımın yapıldığı ülkenin kendine özgü sosyal ve ekonomik unsurlarından yararlanılması ve bu unsurlardan hem yerel hem de küresel çapta yararlanabilecek uzman bir yönetim yapısına sahip olunmasını ifade etmektedir. Çokuluslu otel işletmeleri gerçekleştirdikleri uluslararası anlaşmalar veya ortaklıklar sayesinde hem kendilerine uygun pazarlar oluşturabilmekte, hem de güçlerini ve kaynaklarını doğru konumlandırarak karlılıklarını arttırabilmektedirler.¹⁵² İçselleşme avantajları; temel olarak işletmenin uluslararası pazara giriş yolunu gösterecek olan faktörlerden oluşur ki, bu faktörler arasında uluslararası işletmecilik tecrübesi, işbirliğine gidilecek diğer işletmelerle yapılacak koordinasyonun boyutları, faiz oranları, döviz kurları gibi unsurlar sıralanabilir.¹⁵³

3.1. Literatür Araştırması

Uluslararası doğrudan yabancı sermaye zincir otel işletmeciliği yatırımlarında OLI şartlarının ne derece etkili olduğu üzerine bir yargıya varılabilmesi açısından, literatürden derlenen 3 adet çalışmaya yer verilecektir.

Bunlardan birincisi; Ana Ramon Rodriguez tarafından gerçekleştirilen ve "Determining Factors In Entry Choice For International Expansion: The Case Of The Spanish Hotel Industry" başlıklı makale yer alan sonuçlardan oluşmaktadır.¹⁵⁴ Analizde birincil ve ikincil verilerden yararlanılmış, ikincil veriler olarak özellikle hizmet endüstrisinde geçerliliği olan farklı pazara giriş stratejileri incelenmiştir. Birincil veriler ise 2000 yılı itibariyle İspanya dışında en az 1 adet otele sahip toplam 26 İspanyol otel işletmesinde gerçekleştirilen anketten oluşmaktadır. Anket, araştırma evrenin % 77'ini oluşturan toplam 20 otel işletmesi tarafından yanıtlanmış, bu işletmelerin 33 ülkede 323 otele ve toplam 90.818 odaya sahip buldukları belirlenmiştir. Bağımlı değişkenler olarak; M = 1 (Franchising işletmeleri), M= 2 (Yönetim anlaşması işletmeleri), M= 3 (Kiralama ile yönetilen işletmeler), M= 4 (Ortak girişim işletmeleri) ve M= 5 (% 100 sahiplikle yönetilen işletmeler) ele alınmıştır. Bağımsız değişkenler ise; ülkenin politik, ekonomik ve finansal risk düzeyi, kültürel uzaklık, ekonomik gelişme düzeyi, yerel

¹⁵² Frank M.Go, Ray Pine, a.g.e., s.11

¹⁵³ M.Mithat Üner, "Konaklama Sektörü Yabancı Sermaye Yatırımları Ve Pazar Faktörü", Hacettepe Üniv. İ.İ.B.F. Dergisi, (Cilt:15, Sayı:12, 1997), s.125

¹⁵⁴ Ana Ramon Rodriguez, a.g.e., s. 597, 607

ekonomiye yabancı yatırım ile giriş şekli, şirket büyüklüğü, uluslararası tecrübe ve uluslararasılaşma seviyesi ile şirketin stratejik ve denetimsel faktörlerinden (ölçek ekonomilerine, küresel faaliyetlere, beşeri yatırımlara, yönetim ve kalite kontrollerine, küresel rezervasyon sistemleri ve markaya bakış açılı şirket stratejileri) oluşturulmuştur. Araştırmada regresyon analizleri ile bulunan sonuçlar ışığında; İspanyol zincir otel işletmelerinin uluslararası tecrübelerinin fazla olmadığı ve mevcut uzmanlıklarının resort turizminde yoğunlaştığı, özellikle kültürel farklılıkların fazla olduğu yurtdışı pazar yatırımlarında çoğunlukla doğrudan yatırımlarda bulunmayı tercih ettikleri, ancak uluslararasılaşma düzeyleri yükseldikçe daha esnek yatırım çeşitlerine yöneldikleri tespit edilmiştir. Marka imajına ve kalite kontrolüne verilen büyük önem nedeniyle bu otel işletmelerinin franchising'den ziyade yönetim anlaşmalarını tercih ettikleri belirtilmiştir. Bu bulgular OLI Şartları ile uyumlu sonuçların elde edildiğini göstermesi bakımından önem taşımaktadırlar.

İkinci araştırmanın sonuçları; Vinitia E.Mathews tarafından "Competition In The International Hotel Industry" adlı makalede sunulmuştur.¹⁵⁵ Çalışmanın amacı, uluslararası zincir otel işletmelerinin üst düzey yöneticileri tarafından yapılan mevcut veya potansiyel rakipleri tespit çalışmalarına bir başka bakış açısı getirilmesidir. Çalışmada incelenecek olan uluslararası zincir otel işletmelerinin unvanlarını ve faaliyet yerlerini tespit için AHMA (American Hotel And Motel Association) tarafından 1931 yılından beri yayınlanan "Directory Of Hotel And Motel Management" verilerinden yararlanılmıştır. Tüm dünya ülkelerinde en az iki veya daha fazla bağlı otel ile faaliyet gösteren uluslararası zincir otel işletmeleri 1984-1993 dönemi verileri esas alınarak; buldukları şehirler, toplam oda sayıları, toplam otel sayıları, yöneticilerinin milliyetleri ve yatırımcı ülke kimlikleri bazında incelenmiştir. Kullanılan karakteristikler; zincir işletmenin milliyeti, otel çeşiti (ekonomik, orta sınıf, lüks,...), otelin büyüklüğü (yıllık toplam oda sayısı), uluslararası faaliyet tecrübesi (zincir otel işletmelerinin bulunduğu ülke sayısı), uluslararasılaşma derecesi (yurtiçi toplam oda sayısının, yurtdışı toplam oda sayısına oranı)'dır. Benzerlik matrix katsayısı adı verilen sistem ile otel işletmelerinin benzerlik oranları, yani rakiplik dereceleri -1'den +1'e kadar derecelendirilmiş, 0.8'in üzerinde benzer özellikler taşıyanlar, başlıca rakip işletmeler olarak tespit edilmiştir. İşletme büyüklüğünün açısından önemli bir kriter

¹⁵⁵ Vinitia E. Mathews, "Competition In The International Hotel Industry", *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, (Volume 12, Nr:2-3, 2000), s.114-118

olmadığı, 0.8 ve üzeri değere sahip işletmelerin ya 25'den fazla ülkede faaliyet gösteren uluslararası tecrübeye sahip aynı çeşit otellerden, yada 5'den az ülkede faaliyet gösteren uluslararası tecrübeye sahip farklı tip otellerden oluştuğu belirlenmiştir. İlk gruptaki oteller Avrupa ve A.B.D. menşeli lüks zincir otel işletmelerinden (Golden Tulip, Hilton International, Hyatt International, Inter Continental, Le Meridien, Sheraton, SRS gibi) oluşmuştur. Bu zincir otellerin üyelik süreleri ortalama 10 yıl ve üzeri olarak belirlenmiş, bu da belli bir rekabet üstünlüğünü işaret etmiştir. İkinci gruptaki oteller ise, -bu 10 yıllık period içinde- aynı milliyete sahip ancak farklı çeşitte zincir otel işletmelerinin yine farklı sürelerden beri konaklama sektöründe rekabet etmekte olduğunu göstermiştir. Belli dönemlerde uluslararası faaliyette bulunma tecrübesi baskın bir rekabet unsuru iken, belli dönemlerde yatırımcı şirketin milliyeti önem kazanmıştır. Çalışma; 1997 yılında rekor sayıda birleşme ve ele geçirmenin yaşandığını ve önümüzdeki 10 yıl sonunda geriye sadece 10-20 arası uluslararası zincir otel işletmesinin kalacağını ileri sürmektedir. İlgili çalışmanın sonuçları; küreselleşme stratejisi uygulayan zincir otel işletmelerinin, marka, know-how ve alansallık avantajlarını kullanarak yoğun rekabet ortamında ayakta kalabileceklerini göstermesi bakımından ilginçtir.

Üçüncü olarak; Darla Domke-Damonte'nin "Interactive Effects Of International Strategy And Throughput Technology On Entry Mode For Service Firms" adlı makalesinde bahsedilen çalışma sonuçlarına yer verilecektir.¹⁵⁶ Araştırma farklı yoğunlukta teknoloji kullanan başlıca üç hizmet işletmeciliği alanında; uzun-ölçekli/bilgi işlem ağırlıklı (computer software şirketleri), medyatik/üretim ağırlıklı (restaurant/yeme-içme şirketleri) ve ürün özelleştirmesine gitmiş/işgücü ağırlıklı (konaklama şirketleri) işletmeler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Computer software şirketleri The American Export Register (1994) ve PC Magazine 2000 (1995) verilerinden, restaurant - yeme-içme şirketleri The 1995 Directory Of Chain Restaurant Operators (1995), Restaurants And Institutions "R & I 400 Overview: The International Agenda" (1995) ve konaklama şirketleri Hotels "Corporate 2000" (1995) verilerinden yararlanılarak ve 1991-1995 arası dönem esas alınarak belirlenmiştir. Toplam 108 adet şirketten 43 adeti computer, 43 adeti restaurant ve 22 adeti otellerden oluşmuştur. Kurulan üç ana hipotezden birincisinde; a) "Bir şirketin küreselleşme düzeyi arttıkça,

¹⁵⁶ Darla Domke-Damonte, a.g.e., s.41-59

daha yüksek kontrol sağlayan yabancı pazara giriş yolları tercih edilmektedir.” b) “Bir şirketin multi-yerellik düzeyi arttıkça, daha düşük kontrollü yabancı pazara giriş yolları tercih edilmektedir.” önerilerine yer verilmiştir. Erramilli ve Rao'nun geliştirmiş olduğu Yabancı Pazarda Varlık Şeması (Foreign Market Involvement Scale-FMI) temel alınarak hazırlanan dokuzluk ölçek üzerinde lisans anlaşması ve franchising için 1 değerinden başlamak üzere, tam mülkiyet için 9 değerine varılacak şekilde yabancı pazara giriş şekilleri -kontrol seviyeleri baz alınarak- ölçeklendirilmişlerdir. Pearson Ki-Kare tekniği ile % 92.95 anlamlılık seviyesinde elde edilen sonuçlara göre; 1a) ve 1b) ana hipotezleri doğrulanmıştır.

Her üç araştırmanın ortak yönü; otel işletmeciliği alanında faaliyet gösteren şirketlerin öncelikle yerel ve multi-yerel düzeyde belli turistik çekim yörelerinde yoğunlaştıklarını, zaman içerisinde küresel rekabete uyum sağlamak amacıyla yabancı pazarlara yatırımlarda bulunma kararları aldıklarını, ancak bu yatırımlarda yatırımın gerçekleştirileceği ülkenin şartları dikkate alınarak farklı mülkiyet yapılarını ve mülki kontrol politikalarını belirlediklerini göstermesidir. Bu da OLI Şartları modelini destekleyen bir sonuçtur.

4. Türkiye’de Turizm Endüstrisinin Gelişimi Açısından Otel İşletmeciliğine Yönelik Yatırımların Durumu Ve Yabancı Yatırımların Önemi

Turizm; özellikle gelişmekte olan ülkeler tarafından şiddetle ihtiyaç duyulan döviz girdisini sağlayan, istihdam olanakları yaratarak işsizliğin azaltılmasına katkıda bulunan bir ekonomik faaliyet olarak kabul edilmektedir.¹⁵⁷ Öyle ki, Türkiye’nin de içinde bulunduğu kimi ülkeler turizmi başlı başına bir ekonomik gelişme aracı olarak kabul etmişler ve yetersiz ekonomik kaynaklarının önemli bir bölümünü turizmin gelişimine ayırmışlardır. Örneğin, 1991 yılında Türkiye’de yapılan toplam sabit sermaye yatırımlarının % 4’ünü turizm alanındaki sabit sermaye yatırımları oluşturmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde, ekonomik kalkınmanın sağlanabilmesi için temel şart dışsattımın artırılmasıdır. Dolayısıyla gelişmekte olan ülkelerin turizmi ekonomik kalkınma aracı olarak kullanmak isteme nedenlerinden birisinin; turizmin görünmeyen dışsattım olarak söz konusu ülkeler için önemli miktarda gelir yaratması

¹⁵⁷ Kamil Unur, “Turizmin Türkiye’nin Ödemeler Dengesine Etkisinin Analizi”, *Dokuz Eylül Üniv.Sosyal Bilm.Ens.Dergisi*, (Cilt:2, Sayı:3,2000)

olduğu söylenebilir. Birçok ülke için önemli miktarlarda görünmeyen dışsattım geliri sağlayan turizm, diğer dışsattım sektörlerinden farklı özelliklere sahiptir.

Bu özellikler şu şekilde sıralanabilir: (Sadler and Archer 1974, Schneider 1976, Leiper 1979,307-403 den aktaran Mathieson and Wall 1993)

1. Bankacılık ve sigortacılık sektöründe olduğu gibi turizm sektöründe de bir yerden başka bir yere gönderilen somut bir ürün söz konusu değildir. Gerçekte turizm, müşterinin ürünün üretildiği yere gelip bizzat ürünü tükettiği birkaç sektörden birisidir.

2. Turizmin görünmeyen ihracat olarak bir başka özelliği, ülkenin sahip olduğu uluslararası ulaştırma işletmelerinin ödediği navlun hariç ülke turistik ürün dışsattımı için herhangi bir navlun ödememektedir.

3. Turizm ürününün bir çok parçadan oluşması nedeniyle turizm, ulusal ekonomi içindeki bir çok sektörü etkilemektedir. Örneğin, turist harcamaları otelleri, alışveriş merkezlerini, restoranları, rekreasyon hizmeti veren işletmeleri, ulaştırma işletmelerini vb. gibi bir çok sektörü doğrudan etkilerken; yerel yönetimlerin gelirleri, altyapı hizmetleri vb. gibi alanları dolaylı olarak etkilemektedir.

4. Turizm hem mevsimsel dalgalanmaların yaşandığı hem de olumlu iç ve dış gelişmelerden yavaş, olumsuz iç ve dış gelişmelerden ise çok çabuk etkilenen bir sektördür. Dolayısıyla turizm istikrarsız bir dışsattımdır.

5. Turizm sayesinde dışsattımı olanaklı olmayan jeo-ekonomik varlıklar, sosyo - kültürel varlıklar, değer ve olaylar ile spesifik bazı hizmetlerin dışsattımı yapılmakta ve ülkeye döviz girişi sağlanmaktadır.

6. Turizm ürününün bir başka özelliği ise ürünün pazarlanmasındaki farklılıktır. Diğer dışsattım ürünleri fuarlarda somut bir ürün olarak sergilenenirken, soyut nitelik taşıyan turizm ürünü sergilenememektedir. Acenteler aracılığı ile satılan turizm ürünü sözlü tanıtım ve poster, slayt, film, broşür vb. gibi görüntülü araçlar yardımıyla satılır.

Ödemeler bilançosunun cari işlemler ana hesabının görünmeyen kalemler bölümünde yer alan turizm, dış ticaret açıklarını olduğu gibi cari işlemler açıklarını da dengeleyebilen bir kalemdir.¹⁵⁸ Başka ülke sakinlerinin gittikleri ülkelerdeki harcamaları, (gezi, otel, gıda tüketimi, hediyelik eşya alımı, ulaşım, müze giderleri gibi) harcamanın yapıldığı ülke bakımından ihracat olarak kabul edilmektedir.¹⁵⁹ Yani, turizm endüstrisi ve turizm işletmeleri vasıtasıyla yurtiçine getirilen döviz, ülkenin dış

¹⁵⁸ Erol Bulut, a.g.e., s.74

¹⁵⁹ S.Rıdvan Karluk, **Dış Ticarete Giriş**, a.g.e., s.64

ticaret dengesine pozitif etki yapmaktadır. Turizmi gelişmiş ülkeler bakımından turizm gelirleri, önemli bir döviz kaynağı oluşturmaktadır. Turizm gelirleri, özellikle 1985 yılından itibaren Türkiye'nin cari işlemler dengesine de önemli ölçüde net katkıda bulunmaya başlamıştır. Ancak yabancı sermayeli turizm şirketlerinin yurtdışına transfer ettikleri karlar ve gerçekleştirdikleri ithalat, ödemeler bilançosu üzerinde olumsuz etkiler yaratmaktadır.

Tablo 18: Bir Ulusal Ekonominin Dış Hesaplar Bilançosu

+GELİRLER	- GİDERLER	SONUÇ
Cari İşlemler	Cari İşlemler	Dış Ticaret Dengesi (Görünen Kalemler)
Dışsatım	Dışalım	
Görünmeyen Gelirler	Görünmeyen Giderler	Görünmeyen Kalemler Dengesi
		CARİ İŞLEMLER DENGESİ
Sermaye Girişleri	Sermaye Çıktıları	Net Sermaye Hareketleri
Kamu Ve Özel Sermaye Girişleri	Kamu Ve Özel Sermaye Çıktıları	ÖDEMELER BİLANÇOSU FAZLASI YADA AÇIĞI (NET)

Orhan İçöz, Metin Kozak, Turizm Ekonomisi, (Turhan Kitapevi, Ankara, 1998), s.187

Türkiye'de 1980'li ve 1990'lı yıllarda turizm sektöründe yaşanan gelişme, bu sektörde yapılan yatırımların ve kapasite genişlemesinin bir sonucudur.¹⁶⁰ 1980 yılında 511 adet turistik tesiste 56.000 civarında yatak kapasitesi bulunmakta iken, 1988'de turistik tesis sayısı 872'ye, turistik yatak sayısı ise 111.000'e ulaşmıştır. Turistik hizmet kapasitesindeki bu gelişmeye paralel olarak, kambiyo ve dış ticaret mevzuatlarındaki serbestleşmeler ve dış tanıtım faaliyetlerinin yoğunlaştırılması, turist girişini de arttırmıştır. 1981'de 1.4 milyon civarında olan yıllık turist giriş sayısı, 1990'da 5 milyonu aşmıştır ve 1998'de 9.7 milyona ulaşmıştır. Turizmin ödemeler bilançosuna net katkısı 1988'de 2.0, 1993'de 3.0, 1996'da 4.3 ve 1998'de 5.4 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. Turizm sektörü, 1999 yılındaki gerilemeyi atlatarak 2000 yılında oldukça yüksek bir performans göstermiştir.¹⁶¹ 2000 yılında ülkemize gelen turist sayısı % 39.3 artarak 10.428.153 kişi olurken, turizmden elde edilen gelir ise % 46.8 artarak 7.636 milyar \$ olmuştur. Bu rakamlar ışığında turizmin ihracata oranı % 27.9,

¹⁶⁰ Hüseyin Şahin, a.g.e., s.342

¹⁶¹ Sektörel Durum Analizi-No:2, (Sorunlar Ve Çözüm Önerileri 2000-II Ve 2001-I), (TÜSİAD Yayın No: TÜSİAD-T/2001-08/307, 2001), s.117

GSMH'ya oranı ise % 3.3 olarak gerçekleşmiştir. 2000 yılında turizm sektöründe 1.864 milyon \$'lık yatırım yapılmıştır. T.C. Hazine Müsteşarlığı'nın Temmuz 2000 kayıtlarına göre, Türkiye'de faaliyette bulunan bütün yabancı sermayeli şirketlerin % 18'i turizme yönelik olarak çalışmaktadır.¹⁶² 2003 yılı verilerine göre de Türkiye'de faaliyet gösteren yabancı sermayeli şirket sayısı açısından turistik konaklama işletmeleri ilk sırada gelmektedir.

Tablo 19. Türkiye'de Şirket Sayısına Göre En Çok Yabancı Sermaye Çeken Sektörler (30.06.2003)

	Şirket Sayısı	Mevcut Yab. Sermaye (milyon TL)	Şirketlerin Top. Sermayesi (milyon TL)	Top.Serm.İçinde Yab.Serm.Payı (%)	Top.Yab.Serm. İçindeki Payı (%)
Otel, Pansiyon ve Kamping İşl.	360	308.453.546	375.211.447	%82,21	%4,02
Yeme-İçme Hzm.	295	95.535.698	104.996.419	%90,99	%1,25
Hazır Giyim San.	224	124.756.388	249.092.277	%50,08	%1,63
İnşaat Taahhüt Hz. Taşınacılıkla	200	46.130.474	75.053.528	%61,46	%0,60
İlgili Diğer Hzm.	173	57.164.999	93.763.176	%60,97	%0,75
Gıda Sanayi	168	466.724.036	694.802.214	%67,17	%6,09

www.hazine.gov.tr/stat/yabser/ybsyeniturk.htm sitesinden tarafınca derlenmiştir. (30.06.2003 İtibarı İle)

Türkiye'de uluslararası standartlara sahip Bakanlık Belgeli yatak sayısı 2003 yılı ortası itibarıyla 450.000 civarındadır.¹⁶³ Konaklama tesislerimizin ortalama yaşları 5-15 arasında değişmekte, yatak kapasitesinin % 38'i 10 yıldan yeni, % 62'i 10 yılın üzerindeki tesislerden oluşmaktadır.¹⁶⁴ Sektörde 7-8 yaşın üzerinde olup, yenileme yatırımına ihtiyaç duyan yatak sayısı yılda 330.000'dir. Bu sayı her yıl 20-25.000 artmaktadır. 2001'de 350 milyon \$ olan turizm yatırım talebi ise 2002'de 1.1 milyar \$'a çıkmıştır. Yani konaklama sektörüne yönelik yatırım akımlarında bir artış yaratılması gerekmektedir. Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği'nin 2010 yılı hedefi 25 milyon turist, 20 milyar \$ gelir ve uluslararası standarda sahip 1 milyon yatak olarak belirlenmiştir. 2005 yılında ülkemizin toplam turizm gelirinin 16 milyar \$'a, Dünya turizm gelirlerinden alınacak payın % 2.2'ye yükselmesi beklenmektedir.¹⁶⁵ Ülkemize gelecek turist sayısında hedeflenen miktarı yakalamak bire bir yatak sayısını arttırmak

¹⁶² "Her 5 Yabancı Sermayeli Firmadan 1'i Turizmde", Ekonomik Forum (Sektör Analizleri, Turizm Sektörü 2001), (T.O.B.B.Yayını, Sayı:2, Yıl:8, 2001), s.44

¹⁶³ Nedret Koruyan, "Turizmde 150.000 Yatağa İhtiyaç Var", Capital Dergisi, (Yıl:11, Sayı:2003/19, 2003), s.72

¹⁶⁴ Fadime Çoban, "En Yaşlı Tesis Ağır Sanayide", Capital Dergisi, (Yıl:10, Sayı:2002/3, 2002), s.72

¹⁶⁵ Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı "Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu", (D.P.T.Yayın No: 2589-ÖİK:601, Nisan 2001), s.17

ile mümkündür. Yatak sayısını dondurmak, dolulukları arttırarak turizm gelirlerinde hedeflenen artışı yakalamak fikri; turizm ürünümüzün yaz turizmine dönük olması ve talebin yoğunlaştığı yazın üç ayında esasen tesislerin dolu olması nedeniyle bir çözüm değildir ve Türkiye turizmini durma noktasına getirecek bir tehlikedir. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı sonunda ulaşılacak turistik talebin, halen 350.000 olan Bakanlık belgeli konaklama kapasitesini 640.000 dolayına yükseltmesi hesaplanmaktadır. Bu yatak artışı sağlayabilmek için, yıllık yatak artışı hızının ortalama % 11 olması gerekmektedir. Turizmin gerçek anlamda teşvik edildiği 1986-1990 yılları arasında yatak sayısı artış hızının % 13 olduğu göz önüne alınırsa, hedeflenen sayıya ulaşılması için yeni yatırımların daha fazla teşvik edilmesi gerektiği görülecektir. 1992 yılında turizm yatırımlarına verilen hibe türü bir teşvik olan K.K.D.P.'in (Kaynak Kullanımı Destekleme Primi) kaldırılmasıyla birlikte yatırımlarda belli oranda bir gerilemenin başladığı gözlemlenmektedir.

Tablo 20: Türkiye'nin İşletmedeki Turizm Belgeli Yatak Sayısındaki Artış Oranları

Yıl	Turizm İşletme Belgesi Veya Yatırım Belgesi İle İşletmedeki Yatak Sayısı	Artış Oranı %
1994	314.140	-
1995	323.755	% 3
1996	340.398	% 5
1997	351.387	% 3
1998	341.604	% -3
1999	338.869	% -1

Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, "Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu", 2001,s.18

Ayrıca, Türkiye turizminde tesislerin fiziki kalitesi uluslararası standartları yakalamasına rağmen, sektördeki hizmetler zincirinde kalite standardının genelde düşük olması, uluslararası rekabeti engelleyen önemli bir faktördür. Bu durum, talep daralması ve düşük fiyata neden olmaktadır. Bu da turizmden beklenen gelir beklentilerinde azalmalara sebep olmaktadır. Türkiye turizminde 1995-2000 yılları arasında uluslararası standarttaki yatak arzı 330.000'den 375.000'e çıkarken (% 14 artış), yabancı turist sayısı % 35 artışla 7.7 milyondan 10.4 milyona yükselmiştir. Türkiye'ye yönelik talep ile uyumlu olarak arz kapasitesinin arttırılabilmesi amacıyla yeni yatırımlarda bulunulması bir zorunluluk olarak görünmektedir. Halen Türkiye'de faaliyet gösteren uluslararası zincir otel işletmeleri aşağıda sunulmuştur. Bu işletmeler çoğunlukla;

yönetim anlaşması, franchising veya her iki sisteminin bir arada kullanımı ile işletilmektedirler.

58. Hükümet Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından özellikle Antalya Bölgesi'nin altyapı kapasitesini doldurduğu, konaklama işletmeleri için yeni alan tahsisinde bulunulmayacağı ve yatırım teşviki verilmeyeceği açıklanmıştır.¹⁶⁶ Buna göre, Antalya'nın büyümesinin durdurulmayacağı; ancak termal turizm, güzellik, sağlık, kondisyon turizmi gibi çeşitlerle, turizm mevsiminin kış ve bahar aylarına uzatılmasının amaçlandığı belirtilmiştir. Başbakanlık tarafından konaklamada öncelikli yeni bölgeler olarak tespit edilen Güney Didim, Dalaman-Fethiye arası, Kuzey Antalya ve Mersin'e - tam donanımlı tatil köyü bölgeleri yaratma projesi dahilinde- toplam 4 milyar \$'lık yatırım yapma imkanı sunulduğu duyurulmuştur.¹⁶⁷ Bu amaçla gerçekleştirilen Berlin seyahatinde hükümet yetkilileri ile TUI, Thomas Cook, REWE, Öger Tur, First Choice, My Travel, Nazar, Neckermann, Ben Tur ve GTI'nin yanısıra, Alman Seyahat Acenteleri Birliği ve Avrupa'daki havayolları işletmeleri olmak üzere toplam 15 turizm operatörü bir araya gelerek, ilgili projeler tanıtılmıştır. Mevsimsellik özelliği taşımayan niş turizm pazarlarına yönelik yeni yatırımların gerçekleştirilmesini ve değişik bölgelerde alt-üstyapı yatırımlarının geliştirilmesini amaçlayan bu projelerin diğer bir amacı da; yabancı tur operatörlerinin konaklama işletmeciliği yatırımlarına girişimcilik-ortaklık şeklinde katılımlarının sağlanarak, sahip oldukları satış ve pazarlama olanaklarından ülkemiz adına faydalanabilmektir.

Yabancı sermayenin dikey entegrasyona giderek Türkiye'deki otelleri, acenteleri alması Türkiye'ye bağımlılığı arttıracak ve ülkemize devamlı turist getirmeleri için önemli bir sebep olacaktır.¹⁶⁸ Ayrıca bu durumun Türk turizmi için dolaylı faydaları da olacaktır. Örneğin bu şirketler kendi ülkelerinde Türkiye aleyhine kampanyaları önleyecekler, hatta bizim için olumlu yöndeki kampanyaların başlatılmasında da öncülük edeceklerdir. Bu süreç bir win-win (kazan-kazan) sürecidir ve iki taraf açısından da kazançlıdır. Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği Başkanı Oktay Varlıer tarafından da 2634 Sayılı Yasa'da yapılan değişiklik ile Kültür ve Turizm Bölgesi olarak seçilen yörelerde imar ve yatırım kararlarının T.C.Turizm Bakanlığı'nca belirlenmesinin

¹⁶⁶ "Antalya'da Alan Tahsisi Durduruldu", **Hürriyet Gazetesi**, (Ekonomi Eki), 25.08.2003, s.13

¹⁶⁷ "Erdoğan'dan Turizm Devlerine 4 milyar \$'lık Çağrı", **Hürriyet Gazetesi** (Ekonomi Eki), 08.09.2003, s.10

¹⁶⁸ Melih Bulu, "Rekabet Avantajı Yaratmaya Yönelik Stratejiler", **HOTEL Dergisi**, (Sayı:19, Aralık 2001), s.48

sağlandığı ve yabancı tur operatörlerinin turistik otel zincirlerini bu yörelerde gerçekleştirmeleri halinde, satışlarını diğer ülkelere kaydırılmalarının söz konusu olamayacağı görüşü dile getirilmektedir.¹⁶⁹

Tablo 21: Türkiye’de Faaliyet Gösteren Uluslararası Otel Zincirleri

Zincirin adı	Türkiye’ye geldiği yıl	Tesis sayısı
Hilton	1955	6
Club Med	1966	7
Pulman/Mercure	1970	4
Inter Continental	1971 (1)	2
Sheraton	1975	3
Robinson	1984	1
Ramada	1986 (2)	1
Aldiana	1987	1
İberotel	1988	2
Best Western	1988	20
Holiday Inn	1990	3
Kempinski	1991	1
Corinthia	1990	3
Swissotel	1991	1
Conrad	1992	1
Hyatt Regency	1993	1
Renaissance	1994	1
Four Season	1996	1
SAS Radisson	1998	1
Dorint	1998	1
Ritz Carlton	2000	1
Mövenpick(3)	2001	1
Rufless	2002	2
Novotel	2002	1

Ekin Yazım Merkezi Araştırma Birimi

- (1) 1976’da ayrıldı, 1997’de yeniden geldi,
 (2) 1997’e ayrıldı, 2001’de yeniden geldi,
 (3) 1994’te ayrıldı, 2001’de yeniden geldi.

Ancak bu tür uzun dönemli bir politika; yani yabancı tur operatörlerinin konaklama sektörüne yönelik doğrudan girişimlerinin teşvik edilmesi, bu yatırımların faaliyete geçişi aşamasında muhtemel satış ve pazarlama risklerini ortadan kaldırmakla birlikte, tekeli bir ortam yaratarak Türkiye turizm sektörünün tüm kademelerine yabancı şirketlerin entegre ve egemen olmasına yol açabilecektir. Bütün bu gelişmelerin yanısıra, Akdeniz Turistik Otelciler Birliği’nin (ATOB) yayın organı “Resort Dergisi”nin Mart-2003 sayısında, Turizm Yayıncısı Ekin Yazım Merkezi Araştırma Birimi’nce yapılan araştırmanın sonuçlarına yer verilmiş ve Türk turizmde şirket birleşmelerinin önümüzdeki dönemde hızlanacağı belirlenmiştir. Araştırmada, yabancı şirketlerin Türkiye’de yapacağı şirket satın almalarına danışmanlık hizmeti veren

¹⁶⁹ www.isgunu.trt.net.tr (12.05.2003)

danışmanlık firmaları yetkililerinin görüşlerine de yer verilmiştir. Danışmanlık firması yetkilileri, Türkiye'nin turizmde artık bir marka haline geldiğini ve önünün açık olduğunu, buradan hareketle de önümüzdeki 2-3 yıl içinde turizm sektöründe yabancı yatırımcıların yoğun olarak görüleceğini ifade etmişlerdir. Danışmanlık şirketlerinin yöneticileri, turizmde şirket birleşmeleri ve satın almalarının daha çok konaklama tesisleri alanında yaşanacağına dikkat çekerek, dünyaca tanınmış borsa spekülâtörü George Soros'un, Türkiye'de turizm sektörüne yatırım yapmak isteğine ilişkin girişimlerini hatırlatmışlardır. Türkiye'de turizm alanında şirket satın almak isteyen yada doğrudan yatırım yapmak amacıyla olan yabancı firmaların, tur operatörlüğü yada işletmecilik alanında değil, daha çok varlık (asset) alanında yatırım yapmak istediğine dikkat çekilerek, yabancı yatırımcıların özellikle zincir otellerle ilgilendikleri bildirilmiştir. Araştırmada, dünyanın belli başlı şehirlerindeki beş yıldızlı otellerin bilançoları üzerinden yapılan hesaplamalara göre, İstanbul'daki otellerin değer artışları % 11 iken, bu oranın Avrupa'da ortalama % 7.6 olduğu belirtilmiştir. HVS International'ın araştırmasında, otellerin kazandığı değer sıralamasında İstanbul'daki beş yıldızlı otellerin 1999 yılında 28. sırada iken, 2001'de büyük bir sıçrama yaparak 9. sıraya yerleştiklerine dikkat çekilmiştir.¹⁷⁰ Türkiye'nin uluslararası organizasyonlara ev sahipliği yapabilmesi açısından hayati bir önem taşıyan İstanbul, Ankara, İzmir gibi metropollerdeki beş yıldızlı otel işletmeleri, uluslararası yatırımcılar için karlı bir yatırım aracı olarak görülmektedirler. Ancak bilindiği üzere terörizm, altyapı eksiklikleri, kırsal kesimlerden şehirlere göç akımı, şehircilik politikalarındaki yetersizlikler gibi bir çok farklı unsur, bu yatırımların geleceğini de olumsuz yönde etkilemektedir.

Esasen yabancı sermayenin turizmdeki varlığı, daha önce bahsedilen avantajlarının yanı sıra turizm çeşitliliğine gidilebilmesi ve yöresel kalkınma farklılıklarının giderilebilmesinde anahtar rol oynamaktadır. Türk turizmi halen kitlesel yaz turizmi karakteristiği taşımakta, toplam yatak kapasitesinin % 58.47'i Ege ve Akdeniz Bölgeleri'nde bulunmaktadır.¹⁷¹ Her sene belli başlı birkaç turistik çekim bölgesinde yaşanan mevsimsel yoğunluk; beraberinde altyapı, kalite ve kapasite yetersizliklerini getirmekte, orta düzey gelir düzeyine sahip yabancı turist profiline yönelik belirlenen fiyatlar ise turizm gelirimizi azaltmaktadır. Bu kısır döngünün

¹⁷⁰ www.evrensel.net "Turizm Yabancıya Gidiyor", (15.02.2003)

¹⁷¹ www.wttc.org "1999 Statical Yearbook Of Licenced Tourism Facilities", (06.03.2003)

kırılabilmesi için özellikle kültürel ve tabii zenginlerimizi öne çıkaran turizm çeşitlerine yönelik yeni yatırımların yapılmasında yarar bulunmaktadır. Ancak bu yatırımlar mutlaka bu zenginliklerimize herhangi bir zarar verilmeden, aksine onları koruyucu ve tanıtıcı şekillerde gerçekleştirilmelidir. Gelişmekte olan Türkiye, yabancı sermayeli turizm şirketlerinin bilgi ve teknoloji transferlerinden en iyi ekonomik faydayı sağlayan ve ülkedeki uluslararası turizmin gelişmesini teşvik eden önlemleri alarak, onların faaliyetlerine olanak tanınmalıdır.¹⁷²

Gelişmekte olan bir ülke açısından DYY'lar için oldukça liberal-evrensel politikaların benimsenmesi ve tüm sektörlerde bu tür şirketler için aşırı bir serbestinin sağlanması büyük hata olarak görülebilir.¹⁷³ Gerekli olan yaklaşım; evsahibi ülkenin uzun vadeli kalkınma hedeflerine yönelik daha kapsamlı ve stratejik bir yaklaşımın geliştirilebilmesi ve çokuluslu şirketlerden bu şekilde "yararlanılmaya" çalışılmasıdır. Bu noktada David L.Engell tarafından uluslararası turizm literatürüne sunulan "coopetition" kavramına; yani yerel çapta işletmelerarası işbirliği ve dayanışmayı ifade eden "cooperative" ve uluslararası boyuttaki rekabetle başa çıkabilmeyi ifade eden "competitive" kelimelerinin bir araya getirilmesi ile oluşturulmuş kavrama değinmekte yarar bulunmaktadır.¹⁷⁴ Bu kavram ile amaçlandığı üzere, Türkiye'deki yerli ve yabancı otel işletmeleri arasında gerçekleştirilecek sektörel dayanışma ve işbirlikleri (tanıtım, eğitim, pazarlama,...), turistik arz kalitesi ve elde edilen gelir üzerinde de kendisini belli edecek, dünya turizm arenasında rekabet avantajı sağlamamıza yardımcı olacaktır. Ancak yurtiçinde yerli ve yabancı şirketler arasında işbirliği ve koordinasyon için, öncelikle yerli işletmelerin güçlü mali olanaklara sahip olmalarının sağlanması gerekmektedir. Yerli küçük veya orta ölçekli konaklama işletmelerinin yabancı işletmeler kadar finansal kaynak sahibi olabilmeleri amacıyla, KOBİ işletmeleri olarak kabul edilmeleri, KOBİ'lere sağlanan yatırım ve faaliyet teşviklerinden yararlandırılmaları gerekmektedir.

¹⁷² Ayşe Altıntaş, a.g.e., s.125

¹⁷³ Ha-joon Chang, "Globalization, Transnational Corporations And Economic Development; Can The Developing Countries Pursue Strategic Industrial Policy In A Globalizing World Economy?", **Globalization (And Progressive Economic Policy)**, (Edited by Dean Baker, Gerald Epstein, Robert Pollin), (Cambridge University Press, First Edition, 1998), s.113

¹⁷⁴ David L.Engell, **Tourism Policy: The Next Millenium**, (Volume III, Advances In Tourism Applications Series, Sagamore Publishing, 1999), s.81

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ÇOKULUSLU ZİNCİR OTEL İŞLETMELERİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA

1. ARAŞTIRMANIN KONUSU

Dünya çapında faaliyette bulunan çokuluslu zincir otel işletmelerine yönelik bir anket çalışmasında bulunulmuştur. Zincir otel işletmelerinin araştırma için hedef kitle olarak seçilmelerinin başlıca nedeni; küreselleşme ve bütünleşme süreçleri ile bağlantılı olarak dünya turizm pazarlarında gerçekleştirilen yatırımlar içerisinde özellikle otel işletmeciliği alanında yabancı sermayeli yatırımların gittikçe artan önemleri ve endüstrinin gelişimine olan etkileridir. Uluslararası zincir otel işletmeleri OLI Paradigması dahilinde ele alınan; marka, know-how, bütünleşme, ölçek ekonomileri gibi unsurlardan en çok yararlanan turizm işletmeleri arasındadırlar.

2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırma kapsamında; yabancı sermaye yatırımcılarının turizm yatırımı yapacakları yada yaptıkları ülkelerde başlıca hangi şartları aradıklarını ve OLI Şartları'na ne derece önem verdiklerini belirlemeyi amaçlamıştır. Uluslararası turizmde rekabet, karlılık, marka ve imaj avantajları, faktör maliyetleri ve benzeri birçok değişken ile birlikte yatırımın gerçekleştirileceği ülke turizm pazarının özelliklerinin de etkili olduğu bir gerçektir. Bu pazar yapısı içinde mülkiyet (ownership), yerleşme (location) ve içselleşme (internalization) avantajlarına sahip olmak, yani OLI Şartları'na sahip olmak yabancı sermaye yatırımcıları açısından öncelikli amaçlar ise, bu bakış açısı ile gerçekleştirilen yatırımların ülke ekonomilerine katkıdan ziyade, turizm işletmelerinin karlılığını arttırmaya yönelik olarak gerçekleştirildikleri söylenebilir. Doğrudan yabancı sermaye yatırımı bağımlı değişkenine; sahiplik (mülkiyet) avantajı, yerleşim avantajı ve içsellik avantajı gibi bağımsız değişkenlerin ne ölçüde etkide buldukları belirlenmeye çalışılmıştır. Gelişmekte olan ülkelerin yabancı turizm yatırımlarına yönelik uyguladıkları yatırım teşvik politikalarına ve uzun vadeli turizm stratejilerine yön verilirken bu tür araştırma sonuçlarından yararlanılabileceği düşünülmektedir.

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

3.1. Araştırma Modeli

Anket sorularının hazırlanmasında, belli bir model¹⁷⁵ esas alınmıştır. Uygulanan anket toplam 10 adet sorudan oluşmuştur. Zincir otel işletmelerinin genel merkez personeline yönelik olarak internet ortamında gerçekleştirilen bu çalışmada; anketin en kolay ve kısa sürede en fazla sayıda katılımcı tarafından cevaplandırılabilmesi amacıyla toplam soru sayısı kısıtlı tutulmak zorunda kalmıştır. İlk 3 soru, çokuluslu otel işletmesinin milliyet, kuruluş tarihi ve uluslararası çapta faaliyete geçiş dönemine ait bilgileri elde etmeye yönelik olarak hazırlanmıştır. İkinci kategorideki 7 adet soru, otel işletmesinin mülkiyet yapısı, kullanılan dış finansman kaynakları, v.b. ile anketi cevaplandıran yöneticilerin yatırım ortamı, pazar yapısı, rekabet ortamı gibi konulardaki algılamalarını belirlemeye yönelik olarak oluşturulmuştur. Sorular; 5'li Likert Ölçeği esas alınarak (5 En önemli, 1 en az önemli olmak üzere faktörler önem sıralamasına tabi tutulmuştur) hazırlanmıştır. Sorular, uluslararası geçerliliği olması nedeniyle İngilizce olarak hazırlanmıştır.

3.2. Örnek Büyüklüğünün Belirlenmesi

“Kasti örnekleme” ile araştırma konusunu en uygun şekilde temsil edilebilecek olan çokuluslu zincir otel işletmeleri tespit edilmeye çalışılmıştır. www.hospitalitynet.org, www.oratory.com/onebag/industry.html ve www.travel.clickgo.com/chain internet sitelerinden yararlanılarak, dünya çapında iki ve daha fazla ülkede faaliyette bulunan 52 adet çokuluslu zincir otel işletmesi araştırma evreni olarak alınmıştır. Bu işletmelere 15.03.2004-30.08.2004 tarihleri arasında esas olarak e-mail, gerek duyulan hallerde ise fax ve posta yolu ile anket formları ulaştırılmış, sürekli yazışmalar yapılmıştır. Otel işletmelerinin internet adreslerinden tespit edilen genel müdürlük e-mail adreslerine araştırma konusu ve kapsamı hakkında bir önyazı yazılmış ve araştırmaya katılımları istenmiştir. Kendilerinden alınan yetkili birim (genel olarak Development Department veya General Management-Customer Relations birimleri) irtibat adreslerine, internet üzerinden ilgili anket soruları dosya eki şeklinde gönderilmiştir. Ancak çalışmanın internet ortamında gerçekleştirilmesi

¹⁷⁵ **Worldwide Direct Foreign Capital Investments, Developments In Turkey And İzmir's Chance**, (İzmir Chamber Of Commerce Publication, Nr:58, İzmir 1998)

nedeniyle, hem yazışma hem de geri dönüş sürecinde zaman kayıpları yaşanmış, bazı işletmelerle 2 aya kadar varan haberleşme süreçleri yaşanmıştır.

Anket Çalışmasının Gönderildiği Çokuluslu Zincir Otel İşletmelerinin İsim Listesi:

1. Accor Hotels E-mail : comfi@accor.fr
2. ANA Hotels International E-mail: corp.info@anahotels.com
3. Barcelo Hotels And Resorts E-mail: hotels@barcelo.com
4. Best Western Hotels Posta: P.O.Box 42007 Phoenix, AZ 85080-2007 Arizona/ U.S.A.
5. Club Mediterranee Posta: 11, Rue de Cambrai 75019 Paris/ FRANCE
6. Carlson Hospitality Worldwide E-mail: Loanderson@Carlson.com
7. Comphorne Hotels E-mail: marketing@mill-cop.com
8. Corinthia Hotels And Resorts Posta: 22 Europa Centre Floriana, VLT 15 MALTA
9. Choice International E-mail: Enquiries@ChoiceHotelsEurope.com
10. Design Hotels E-mail: office@designhotels.com
11. Dorint Hotels-Dorint AG. E-mail: info@dorint.com
12. Dusit Thai Hotels E-mail: changrai@dusit.com
13. Fiesta Hotels E-mail: expansio@fiesta-hotels.com
14. First Hotels E-mail: info@firsthotels.se
15. Four Seasons Hotels And Rest. Posta: 1165 Leslie Str. Toronto, Ontario M3C 2K8 CANADA
16. Forte PLC E-mail: richardpower@rfhotels.com
17. Grand Heritage Hotels Int. E-mail: enquiries@grandheritage.com
18. Hyatt International E-mail: info@hyatthotels.com
19. Hilton International Inc. Posta: Maple Court, Reeds Crescent Watford, WD 24 4QQ U.K.
20. HUSA Hotels E-mail: comercial@husa.es
21. Helnan International E-mail: helnan@ritsec2.com.eg
22. Intercontinental Hotels E-mail: karen.whitworth@ichotelsgroup.com
23. Iberotel E-mail: info@iberotel-eg.com
24. Jolly Hotels Spa E-mail: direzione-generale@jollyhotels.it
25. Kempinski Hotels E-mail: louise.hounsell@kempinski.com
26. Loews Hotels E-mail: egoldfischer@loewshotels.com
27. LTI-International Hotels E-mail: management@lti.de
28. Mandarin Oriental Hotel Group E-mail: chantalh@mohg.com
29. Marriott International Inc. Posta: 1 Marriott Drive, Washington DC 20058 U.S.A.
30. Meridien Hotels Posta: 166 High Holborn, London WC1V6TT U.K
31. Mövenpick Hotels Posta: Zürichstrasse 106, 8134 Adliswil/ SWITZERLAND
32. New Otani Hotels Posta: 120 South Los Angeles Str. Los Angeles, CA 90012 U.S.A.
33. NH Hoteles E-mail: nh@nh-hoteles.com
34. Nikko Hotels Posta: JAL Bldg., 2-4-11, Higashishinagawa, Shinagawa-ku, Tokyo/ JAPAN
35. The Oberoi Group Posta: 7 Sham Nath Marg, Delhi 110 054 INDIA
36. Othon Hotels E-mail: othoncorp@othon.com
37. Omni Hotels E-mail: kclay@omnihotels.com
38. Prince Hotels E-mail: princela@princejapan.com
39. Regal Hotels E-mail: info@RegalHotel.com
40. RIU Hotels E-mail: mmarroigv@riu.es
41. Rezidor SAS International E-mail: info@rezidorsas.com

- | | |
|------------------------------------|--|
| 42. Shangri-La Hotels | Posta: 21/F CITIC Tower 1 Tim Mei Avenue,
Central HONG KONG |
| 43. Sercotel | E-mail: sercotelb@super.medusa.es |
| 44. Swissotel Inc. | E-mail: emailus.Zurich@swissotel.com |
| 45. Starwood Hotels and Resorts | Posta: 1111 Westchester Avenue, White
Plains, NY 10604 U.S.A. |
| 46. Summit Hotels and Resorts | E-mail: d.ogrady@summithotels.com |
| 47. SRS Worldhotels- Steigenberger | E-mail: mail-us@srs-worldhotels.net |
| 48. Sonesta Int.Hotels Corp. | E-mail: info@sonesta.com |
| 49. Sol Group | Posta: Gremio Tenoleros,24 Poligono Son
Castello 07009 Palma de Mallorca/SPAIN |
| 50. The Taj Group | Posta: The Taj Mahal Hotel, Apollo Bunder,
Mumbai 400 001/ INDIA |
| 51. Queen's Moai Houses Hotels | Posta: Queen's Court, 9-17 Eastern Road,
Romford, Essex RM1 3NG/ U.K. |
| 52. Wyndham International | E-mail: info@wyndhamhotels.com |

Ek Açıklama:

- * Westin Hotels ve Sheraton Hotels; Starwood Hotels and Resorts grubuna,
- * Promus Hotels ve Conrad International; Hilton International grubuna,
- * Crowne Plaza otelleri Taj Hotels grubuna, Radisson Hotels ve Regent Hotels; Carlson grubuna,
- * Novotel, Sofitel, Mercure, SARA Hotels; Accor grubuna,
- * Ramada International ve Ritz Carlton; Marriott Hotels grubuna bağlı olarak faaliyet gösteren otel işletmeleridir.

3.3. Veri Toplama Yöntemi

Belirlenmiş olan 52 adet çokuluslu zincir otel işletmesine, 15.03.2004-30.08.2004 tarihleri arasında internet başta olmak üzere posta yada fax yolu ile gönderilen anket formlarından 33 adeti cevaplanarak geri gönderilmiş, 19 adeti cevaplandırılmamıştır. Buna göre anketin geri dönüş oranı; % 63.46 olarak gerçekleşmiştir.

4. ARAŞTIRMANIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Anket yanıtlarının değerlendirilmesinde; her soru kendi içinde sıralama ve analize tabi tutulduktan sonra farklı değişkenlerin (Örneğin;otel işletmelerinin kuruluş dönemleri ile uluslararası faaliyete geçiş dönemleri) birbirleri ile ilişkileri belirlenmeye çalışılmıştır. Her değişkenin önem derecesi bu değişkene verilen sayısal değerlerin, aritmetik ortalamalarının alınması ile hesaplanmıştır. Bu değer üzerinden en yüksek puanı alan değişkenden başlamak üzere önem dereceleri belirlenmiştir.

5. VERİLERİN ANALİZİ

Ankete katılan çokuluslu zincir otel işletmelerinin isimleri:

Dusit Group, Barcelo Hotels, Four Seasons, Jolly Hotels, Rezidor SAS, Shangri-La Hotels, RIU Hotels, Club Med, Loews Hotels, Intercontinental Hotels, Marriott Hotels, Helnan International, Kempinski Hotels, Grand Heritage Hotels, Dorint AG., New Otani Hotels, Sonesta Hotels, Choice Int.Hotels, Rocco Forte Hotels, Best Western Hotels, Oberoi Hotels, Summit Hotels, Nikko Hotels, First Hotels, Corinthia Hotels, Swissotel, Fiesta Hotels, Husa Hoteles, Mövenpick Hotels, Regal Hotels, Mandarin Oriental, The Taj Group Hotels, Prince Hotels'dir.

Milliyetlerine Göre:

Anket çalışmasına katılan toplam 33 adet çokuluslu zincir otel işletmesi milliyetlerine göre sıralandığında; A.B.D. 6 (adet), İspanya 4, Japonya 3, İngiltere 2, İtalya 2, Hindistan 2, Almanya 2, İsviçre 2, Hong Kong 2, Tayland 1, Kanada 1, Singapur 1, Fransa 1, Danimarka 1, Belçika 1, İsveç 1, Malta 1 olarak tespit edilmiştir. Kıtalaraya göre dağılım ele alındığında; 10 adet zincir otelin Avrupa, 6 adet otelin A.B.D., 4 adet otelin Uzakdoğu ve 1 adet otelin Orta Asya menşeli olduğu görülmektedir. Küreselleşme akımının uluslararası otel işletmeciliğinde de etkisini göstermekte olduğu ve çok farklı kıtalardan, çok sayıda zincir otel işletmesinin dünya turizm endüstrisinde söz sahibi oldukları gözlemlenmektedir. Ancak bu şirketlerin farklı hizmet anlayışları, vizyon ve misyonları, hedef aldıkları pazar bölümleri, teknolojik altyapıları gibi etkenler rekabet yapıları üzerinde etkide bulunmaktadır. Bu nedenle sadece bu yoğun rekabete cevap verebilecek güce sahip çokuluslu zincir otel işletmelerinin uzun vadede varlıklarını sürdürebilmeleri mümkün görünmektedir.

Kuruluş Tarihlerine Göre:

Otel işletmeleri kuruluş tarihlerine göre incelendiğinde; 1875-1900 arası dönemde: 2 (adet), 1901-1925 arası: 1, 1926-1950 arası: 11, 1951-1975 arası: 12, 1976-2000 arası: 7, 2001 ve sonrası: 0 işletmenin faaliyete başladığı tespit edilmiştir. Bu durum, özellikle 1926-1975 yılları arasında uluslararası zincir otel işletmelerinin sayısında bir artış yaşandığını ve otel işletmeciliğinin (turizm literatüründe yer aldığı üzere) II.Dünya Savaşı sonrası dönemden günümüze gelinceye kadar uluslararası turizm endüstrisindeki gelişmelere paralel bir gelişme yaşamış olduğunu teyit eder niteliktedir.

1976 yılından sonra yeni kurulan zincir otel sayısındaki düşüşün nedeni, satın alma veya birleşmeler yolu ile az sayıda ancak her açıdan daha güçlü hale gelen otel işletmelerinin pazarda oligopolcü bir ortam yaratmaları ve bu durumun yeni yatırımcılar açısından rekabet şansını azaltması ile açıklanabilir.

Şirketlerin uluslararası faaliyete geçiş dönemleri:

Anket verilerine göre toplam 33 adet zincir otel işletmesi içerisinde 1970 ve öncesi: 6 , 1971-1980 arası: 8, 1981-1990 arası: 8, 1991-2000 arası: 7, 2001 ve sonrası: 4 adet otel uluslararası çapta faaliyete başlamıştır. Buna göre, otel işletmelerinin %48'si 1971-1990 yılları arasında küresel çapta faaliyetlerini yaygınlaştırmışlardır. Bilindiği üzere 1960'ların ortalarından 1970'lerin sonlarına kadar olan dönemde dünyada uluslararası zincir otel işletmesi sayısında rekor bir artış yaşanmıştır. Anket verileri de bunu doğrular niteliktedir.

Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarında yararlanılan finansman kaynakları:

Çalışmaya katılan çokuluslu zincir otel işletmelerinin uluslararası doğrudan yatırımlarında yararlandıkları finansman kaynakları arasında; Özkaynaklarla Finansman 18 (adet), Yerel Banka Kredileri 16, Yabancı Banka Kredileri 10, Vergi-Resim-Harç İstisnaları 1, Leasing 1, Diğer (Halka Açılma) 1 olarak sıralanmaktadır. Finansal yönden güçlük çekilmemekle birlikte, yurtiçi ve dışı bankalardan kredi kullanımının diğer seçeneklere oranla daha fazla tercih edildiği görülmektedir. Ülkelerarası ekonomik ilişkilerin artması ile ticari işlemlerin elektronik ortamda kolay ve kısa sürede gerçekleştirilmesi şirket merkezinden yatırımın yapılacağı ülkeye doğrudan sermaye transferini mümkün kılmaktadır. Yatırımın gerçekleştirileceği ülke açısından sermayenin nakdi yada kredi şeklinde gelmesi arasındaki fark, yurtiçi banka kredilerindeki artışın ülkenin kredibilitesine olumlu yönde katkıda bulunmasıdır. Bu açıdan özkaynakla finansmana nazaran, yatırımın gerçekleştirileceği ülke ekonomisi açısından daha fazla arzu edilen bir finansman yoludur. Ancak yatırım yapılan ülkeye döviz girişi ve yeni yatırım olanakları sağlaması yönünden çokuluslu zincir otel işletmelerinin doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının yararlı olduğu söylenebilir.

Toplam yurtiçi ve uluslararası otel sayıları ve yatırım çeşitleri:

Her zincir otel işletmesine ait uluslararasılaşma oranını tespit etmek amacı ile toplam yurtiçi otel sayıları, toplam yurtdışı otel sayılarına bölünmüştür.

Yurtiçi Toplam Otel Sayısı
 ----- = Uluslararasılaşma Yüzdesi (%)
 Uluslararası Toplam Otel Sayısı
 (Franchising, Yönetim Anlaşması, Leasing, Ortak girişim, Tam Mülkiyet)
 Otel işletmelerinin tek tek uluslararasılaşma yüzdeleri hesaplandıktan sonra,
 bulunan değer aritmetik ortalaması alınmıştır.

$$\frac{810}{28 \text{ (adet)}} = \% 29.10$$

5 adet otel işletmesi sadece uluslararası faaliyet gösterdiğinden hesaplama dahil edilmemiştir. Buna göre, 28 adet zincir otel işletmesinin ortalama uluslararasılaşma oranı:% 29.10'dır. Bu yüzde oranı, belirtilen otel işletmelerinin her 1 adet yurtiçi oteline karşılık yaklaşık olarak 3 adet yurtdışı oteli bulunduğunu göstermektedir. Bu da uluslararası zincir otellerin küresel çapta varlıklarının devamına önem verdiklerini göstermektedir. %100 Mülkiyet (Sole Venture) yatırımında bulunan zincir otel işletmesi sayısı 17'dir. Bu işletmelerin toplam otellerinin sayısı 202'dir. Doğrudan yatırımı tercih eden otel işletmelerinin milliyetleri incelendiğinde; İspanya 3, Japonya 2, Hindistan 2, A.B.D. 2, Almanya 1, Danimarka 1, Singapur 1, Tayland 1, İsveç 1, İsviçre 1, Hong Kong 1, İngiltere 1 adet otel ile sıralanmaktadır. OLI Paradigmasının mülkiyet (ownership) ile ilgili kısmında belirtildiği üzere, hizmet standartlarının ve marka imajının korunmasına önem veren zincir otel işletmelerinin uluslararası yatırımlarında % 29.10 oranında doğrudan yatırımı tercih etmeleri, bu yatırım şeklinin halen geçerliliğini koruduğunu göstermektedir. Alternatif yatırım şekilleri zincir otel işletmeciliğinin küreselleşmesine yardımcı olmuştur. Ancak doğrudan yatırımın sağlayacağı avantajların boyutları daha kapsamlıdır.

Uluslararası doğrudan yatırım kararlarına etki eden faktörler önem derecelerine göre 5'den 1'e kadar sıralandığında; (5 En önemli ve 1 en önemsiz olmak üzere)

Önem Derecesi	5	4	3	2	1	ARİTMETİK ORTALAMA: (Önem Derecesi x Puan Veren Otel Sayısı/Otel Sayısı)
Uluslararası faaliyetlerin entegrasyonu	11	12	7	2	1	3.90
Ucuz hammadde temini	0	5	8	13	7	2.54
Rekabet üstünlüğünden yararlanmak	1	7	12	8	5	2.72
Devlet teşvikleri	0	3	8	14	8	2.18
Diğer pazarlara coğrafi yakınlık	14	13	3	0	3	4.06
Marka veya patentin korunması	14	14	4	0	1	4.21
Geniş pazar potansiyeli	24	8	1	0	0	4.69
Kalifiye işgücünün varlığı	0	8	16	5	4	2.84
Döviz kuru ve arbitraj avantajı	0	1	9	13	10	2.03
Ucuz işgücü	0	1	11	12	9	2.12
Diğer -Uzun vadede az risk taşıyan pazar yapısı -Kar transferi olanakları -Altyapı -Önemli turistik merkezlerde varolmak	4	0	0	0	0	0.60

Çokuluslu zincir otel işletmelerinin uluslararası doğrudan sermaye yatırımı kararlarının temelinde; geniş pazar potansiyeli en önemli unsur olarak görülmektedir. Daha sonra sırası ile marka veya patentin korunması, diğer pazarlara coğrafi yakınlık ve uluslararası faaliyetlerin entegrasyonu gibi etkenler gözönünde bulundurulmaktadır. Doğrudan yatırım nedeniyle katlanılan yatırım giderlerinin ve farklı risk unsurlarının, bu yatırımdan sağlanacak yüksek kar beklentisi ile tolere edilmesi umulmaktadır. Otel işletmesinin markasının ve hizmet kalitesinin standardizasyonu da doğrudan yatırım ile garanti altına alınmaktadır. Bunların yanısıra, küreselleşme ile paralel olarak uluslararası faaliyetlerin entegrasyonu ve diğer pazarlarla yakın ilişki içinde

bulunulabilmesi doğrudan yatırım kararı yapılacak olan ülke seçiminde etkili olmaktadır. OLI Paradigması dahilinde ele alınan devlet teşvikleri, ucuz hammadde ve işgücü, döviz kuru ve arbitraj, rekabet üstünlüğü gibi yatırımın gerçekleştirileceği ülkeye has alansallık avantajı unsurları önemli olarak değerlendirilmelerine karşın, en öncelikli unsurlar arasında sayılmamaktadırlar. Bu durum, teorinin alansallık (localization) özelliği yönünden geçerliliğini zayıflatmaktadır.

Uluslararası yatırımcılar açısından karşılaşılan başlıca yatırım güçlükleri önem derecelerine göre 5 ile 1 arasında sıralandığında; (5 En önemli ve 1 en önemsiz olmak üzere)

Önem Derecesi	5	4	3	2	1	ARİTMETİK ORTALAMA: (Önem Derecesi x Puan Veren Otel Sayısı/Otel Sayısı)
Politik istikrarsızlık	9	17	5	1	1	3.96
Makroekonomik politikalarda tutarsızlık	0	2	13	12	6	2.33
Güvenlik sorunları (terörizm, savaş,..)	10	15	8	0	0	4.06
Yaygın rüşvet	0	3	12	12	6	2.36
Teknolojinin yeterince gelişmemiş olması	6	10	10	6	1	3.42
Vergi sistemleri	0	2	12	13	6	2.30
Patent haklarına uyulmaması	1	13	11	6	3	3.18
Yatırımcılara yönelik bilgi ve hizmet sunan kurumların bulunmaması	0	1	3	16	12	1.72
Bürokratik zorluklar	2	12	12	5	4	3.27
Sosyo-kültürel farklılıklar	0	7	3	14	7	1.33
Diğer - Bulaşıcı hastalıklar (SARS)	1	0	0	0	0	0.15

Uluslararası yatırımların gerçekleştirilebilmesini engelleyen nedenlerin başında güvenlik ile ilgili olanlar bulunmaktadır. Güvenlik (terör, savaş..) sorunu, özellikle 11

Eylül 2001 terör olaylarının ardından uluslararası turizm endüstrisinin geleceğinde hayati öneme sahip olmuştur. Gerek uluslararası turizme katılan insan sayısında, gerekse turizm yatırımcılarının uzun dönemli plan ve politikalarının yapısında güvenlik unsuruna verilen önem artmıştır. İkinci ve üçüncü derecede öneme sahip görülen yatırım engelleri; politik istikrarsızlık ve teknolojik altyapının yeterince gelişmemiş olması şeklinde sıralanmıştır. OLI Paradigmasının içselleşme (internalization) faktörü, doğrudan yatırım sayesinde yatırımın gerçekleştirileceği ülkenin turizm pazarında söz sahibi olunabileceğini, yerel idarelerle işbirliği ve koordinasyona girilebileceğini, yerel halkın daha yakından tanınabileceğini savunmaktadır. Çalışma sonucuna göre sosyo-kültürel farklılıklar çokuluslu şirketler açısından önemli bir sorun olarak kabul edilmemektedir. Bu açıdan bakıldığında çokuluslu zincir otel yatırımcılarının ülkeye özgü makroekonomik politikaların tutarsızlığı, rüşvetin yaygın olması, sosyo-kültürel farklılıkların bulunması gibi konulardan çok güvenlik ve politik istikrar aradıkları belirlenmiştir.

Otel işletmesinin rakip işletmelere oranla üstün bulunan özellikleri önem derecelerine göre 5'den 1'e kadar sıralandığında; (5 En önemli ve 1 en önemsiz olmak üzere)

Önem Derecesi	5	4	3	2	1	ARİTMETİK ORTALAMA: (Önem Derecesi x Puan Veren Otel Sayısı/Otel Sayısı)
Marka/Patent avantajı	14	14	4	1	0	4.24
Yönetmel uzmanlık (Know-how)	23	10	0	0	0	4.69
Finansal kaynaklarının fazlalığı	2	9	13	9	0	3.12
Gelişmiş teknolojik altyapı	5	16	12	0	0	3.78
Satış ve rezervasyon ağlarının yaygınlığı	14	15	4	0	0	4.30
Düşük maliyet ve yüksek kar seviyesi sağlanabilmesi	3	10	13	7	0	3.27
Sınırlı rekabet ortamında üstünlük	3	6	9	12	2	2.78
Diğer..... -Özellikli hizmet sunumu (Thai misafirperverliği gibi) - Tek pazar bölümünde uzmanlaşmak (5 yıldızlı de-luxe otel işletmeciliği)	0	2	0	0	0	0.24

OLI Paradigması'nın alansal avantajlar (localization) yaklaşımına göre yerel pazarda doğrudan yatırımda bulunmak şirkete yerel şirketler karşısında rekabet üstünlüğü sağlamaktadır. Bu açıdan çokuluslu zincir otel şirketlerinin en önemli buldukları rekabet avantajı unsuru da yönetmel uzmanlık (know-how) olarak görülmektedir. Teknolojik imkanlar ile bağlantılı olarak satış ve rezervasyon ağlarının yaygınlığı, gelişmiş teknolojik altyapı önem taşımaktadır. Marka veya patent avantajı sağlayabilmek de en önem verilen konular arasındadır. Bu durum çokuluslu otel şirketlerinin oligopolistik yaklaşımlarının bir yansımasıdır.

Türkiye'yi doğrudan yatırımlar açısından hangi risk seviyesinde buldukları;

Risksiz	0
Az Riskli	0
Orta Riskli	23 (% 70)
Yüksek Riskli	9 (% 27)
Cevapsız	1 (% 3)

Yabancı doğrudan turizm yatırımları açısından Türkiye'nin orta risk seviyesinde görülmesi, ülkemizin sahip olduğu tüm turistik zenginliklere karşın, halen çözmek zorunda olduğu bir takım yatırım güçlüklerinin bulunması ile açıklanabilir.

Hangi ülke şirketlerini kendilerine başlıca rakip olarak görmekte-dirler; Önem derecelerine göre 5'den 1'e kadar sıralandığında)

Önem Derecesi	5	4	3	2	1	Toplam puan: (Önem Derecesi x Puan Veren Otel Sayısı)
A.B.D.	18	9	4	3	1	141
Almanya	3	5	12	7	5	90
İngiltere	2	9	9	6	6	91
Hollanda	1	2	6	11	12	65
Belçika	0	4	6	9	11	63
Diğer...Japonya	1	1	1	0	0	12
-Danimarka	2	0	0	0	0	10
-Norveç	1	0	0	0	0	5
-İspanya	10	1	0	0	0	54
-Fransa	0	6	2	0	0	30
-İtalya	0	1	0	0	0	4

Çokuluslu zincir otel işletmeleri arasında küresel çapta en önemli rakip ülke olarak halen Amerika'nın görülmesi, bu ülke şirketlerinin uzun yıllar boyunca dünya otel işletmeciliğine yön vermelerinin bir sonucudur. Ancak diğer Avrupa ve Uzak Doğu Asya ülkelerinin ilerleyen yıllar içerisinde uluslararası otel işletmeciliğinde kendi vizyonları ile var olmaları ve söz sahibi olmaları beklenmektedir.

6. VERİLERİN YORUMU

Çokuluslu zincir otel işletmelerinin yatırım kriterlerinin belirlenmesine ve bu bağlamda OLI Şartları'nın anlamlılığının test edilmesine yönelik olarak gerçekleştirilmiş olan anket uygulaması analiz edildiğinde şu sonuçlara ulaşılmaktadır:

*Bütün çokuluslu şirketlerde söz konusu olduğu üzere, uluslararası otel işletmeciliği alanında faaliyet gösteren çokuluslu şirketlerde de stratejik amaçlı çeşitli yatırım kararları alınmaktadır. Ancak turizm olgusu, otel yatırımlarının ilgili turistik çekim merkezlerinde konumlandırılmasını ve şirketlere özel fiziki veya fiziki olmayan varlıkların bu yörelere aktarılmasını şart koşmaktadır. Bu nedenle uluslararası otel yatırımcıları açısından sadece gerçekleştirecekleri yatırımların şekillerinin (ortaklık, tam mülkiyet, v.b..) değil, aynı zamanda yerel unsurların da önem taşıdığını savunan ilk teori OLI Paradigması modelidir.

*OLI Paradigması'nın "mülkiyet avantajı" unsuru; çokuluslu şirketlerin kar potansiyeli yüksek pazarlarda, sahip oldukları mal veya hizmetleri (marka, patent, v.b.) anlaşma yolu ile yerel yatırımcılara devretmek yerine, doğrudan yatırımlarda bulunarak, hem bu mal veya hizmetlerin kalitesini garanti altına almayı hem de yüksek kar elde etmeyi amaçladıklarını savunmaktadır. Anket çalışması neticesinde çokuluslu otel şirketlerinin doğrudan yatırım kararları açısından geniş pazar potansiyelinden yararlanma düşüncesinin ilk sırada yer aldığı, bunu marka veya patenti güvence altına alma arzusunun takip ettiği görülmüştür. Yani; küreselleşme yaklaşımının bir yansıması olarak "mülkiyet unsuru"nun çokuluslu şirketler yönünden taşıdığı önem aynı şekilde devam etmektedir. Bu durum OLI Şartları'ndan birisini oluşturan "mülkiyet avantajı" faktörünün teyit edilmesini sağlamıştır. Türkiye açısından ele alındığında; çokuluslu zincir otel işletmelerinin, büyük pazar potansiyeline karşın ülkemizde çoğunlukla anlaşma yolu ile faaliyet göstermekte olmaları ilgi çekicidir. Bunun temelinde, uzun yıllar boyunca ülkemizin doğrudan yabancı sermaye yatırım risk unsurlarının (ekonomik, siyasi, kültürel, ..) ortadan kaldırılamamasının yattığı söylenebilir. Nitekim anket uygulamasının bir diğer bölümünde, çokuluslu zincir otel işletmelerinin doğrudan yatırım kararları açısından karşılaştıkları en büyük yatırım zorlukları; güvenlik (terör, savaş,..) başta olmak üzere, politik istikrarsızlık, teknolojik altyapının gelişmemiş olması, bürokratik zorluklar ve patent haklarına uyulmaması şeklinde sıralanmıştır. Güvenlik faktörünün özellikle 11 Eylül 2001 terör olaylarının etkisi nedeniyle ağırlık

kazanmış olduğu göz önüne alınırsa, ülkelerin kendilerine özgü farklı yatırım özelliklerinin önem taşımakta olduğu görülmektedir.

* İlgili teorinin bir “içselleşme/yerelleşme avantajı” olarak kabul ettiği; yerel pazar faktörlerine ve müşteri potansiyeline doğrudan sahip olma ile bağlantılı yüksek kar elde etme olasılığı; anket uygulaması sonucunda da en önemli kabul edilen yatırım avantajı olarak belirlenmiştir. Ancak ucuz hammadde temini, kalifiye ve ucuz işgücü, devlet teşvikleri, döviz kuru/arbitraj avantajı gibi diğer unsurlara daha az derecede önem verildiği tespit edilmiştir. Çokuluslu zincir otel işletmecileri açısından doğrudan yatırımın yüksek kar sağlaması, markanın güvence altında olması ve kurulacak işletmenin tercihen diğer pazarlara coğrafi yakınlıkta olan bir ülkede bulunması ile küresel entegrasyon sağlanması öncelikli unsurlardır. Sadece bir adet çokuluslu şirket önemli turizm merkezlerinde prestij amaçlı olarak da doğrudan yatırımında bulunmalarının söz konusu olabileceğini belirtmiştir.

* “Alansallık/yerleşme avantajı” unsuru ile söz konusu olan; çokuluslu şirket olmanın yaratmış olduğu; yönetsel uzmanlık (know-how), farklılaştırılmış hizmet anlayışı, gelişmiş iletişim altyapısı gibi özelliklerin, doğrudan sermaye yatırımı yolu ile yerel ve uluslararası çapta güvence altında tutulmaları ve koordinasyonlarının sağlanmasıdır. Anket uygulamasına katılan çokuluslu zincir otel şirketlerinin rakiplerine göre üstün buldukları yönler incelendiğinde; yönetsel uzmanlık, satış-rezervasyon ağlarının yaygınlığı, marka/patent avantajı, gelişmiş teknolojik altyapı gibi unsurlara öncelik verildiği görülmüştür. Bu açıdan uluslararası zincir otel işletmeciliği alanında fiziki ve fiziki olmayan şirket özelliklerinin standardizasyonuna ve küresel çapta koordinasyonuna büyük önem verildiği bir gerçektir. Doğrudan sermaye yatırımı, yabancı yatırımcıların bu unsurlar üzerinde en etkili kontrolü sağlayabilecekleri yatırım şekli olarak kabul edilebilir.

Özet olarak; OLI Şartları çokuluslu zincir otel işletmeciliği alanında gerçekleştirilen doğrudan yatırımlar açısından göz önünde bulundurulan yatırım kriterlerini ve motivlerini açıklamaya yardımcı olmaktadır.

SONUÇ

21. yüzyılın teknolojik olanakları ülkelerarası iletişim, ulaştırma, finans ve kültürel etkileşimi sınırötesi boyutlara taşımıştır. 1945-2004 yılları arasındaki dönem tam anlamıyla bir bilişim çağı olmuştur. Gelişmiş ülkeler arasındaki soğuk savaşın son bulması; bu ülkelerin dünya ticaretini ele geçirme yönünde bir “rekabet savaşı”na girişmelerine yol açmıştır. Buna bağlı olarak gelişmiş ülkelerde faaliyet gösteren büyük şirketler, liberalizm akımlarının da yardımıyla diğer ülkelerde ya doğrudan yatırımlar yaparak ya da ortaklıklar kurarak varlık göstermeye başlamışlardır. Çokuluslu, ulusötesi ve sınırötesi gibi kategorilerde ele alınan bu şirketler; ellerindeki ileri teknolojiyi, uzmanlığı, finansal kaynakları kendileri açısından en fazla kar sağlayacak alanlarda ve şekillerde değerlendirmenin yollarını aramaya başlamışlardır. Küreselleşme olarak adlandırılan bu yeni dünya düzeni, 1960’lı yılların başından itibaren A.B.D. menşeli büyük otel işletmelerinin liderliğinde, turistik pazar potansiyelinin yüksek olduğu ülkelere yönelik olarak da uygulanmaya başlanmıştır. Yurtdışı seyahatlerinde kendi ülkelerinde alışmış oldukları kaliteyi bulamama endişesi yaşayan belli bir kitle, “zincir otellerin hizmet standardizasyonlarından ve güvenceleri”nden etkilenmiştir. Uluslararası turizm amaçlı seyahatlerin ve buna bağlı olarak konaklama işletmeciliğinin sınırötesi boyutları, ülkelerarası sermaye akımının da artmasına yol açmıştır. Sermaye ve yatırım darboğazı içerisinde olan geri kalmış ve gelişmekte olan ülkeler açısından, yabancı turizm yatırımları önemli bir döviz ve istihdam sağlayıcı kaynak durumundadırlar. Ancak yabancı yatırımcıların yatırım yeri seçiminde yaşadıkları karar süreçlerini, bu süreci etkileyen faktörleri bilmeden gerek yabancı yatırımları ülkeye çekebilmek, gerekse mevcut ve potansiyel rakiplerle başa çıkabilmek mümkün görünmemektedir. Bu nedenle A.B.D., İngiltere, Fransa, İspanya gibi uluslararası turizm endüstrisinden en fazla gelir elde eden ve en fazla turist çeken ülkelerde de mevcut olduğu üzere; uzun dönemli plan ve programların hazırlanması, konunun uzmanlarından oluşan komiteler vasıtasıyla endüstriyel gelişime yön verilmesi gerekmektedir.

Yabancı sermaye yatırımlarının anlaşma yoluyla veya yatırım yoluyla gerçekleştirilmelerine bağlı olarak farklı avantaj ve dezavantaj unsurlarının söz konusu olacağı bir gerçektir. Amaç, farklı yatırım projelerinin ve şekillerinin, farklı mülkiyet yapılarını gerekli kılacağını gözönüne almak ve ülkenin turizm yatırım politikalarına bu

bakış açısı ile yön vermek olmalıdır. Çokuluslu şirketlerin yabancı yatırımlarının temelinde iki çeşit yaklaşım bulunmaktadır. Bunlar; ya sermayenin maliyetini ya da operasyonel maliyetleri en aza indirmektir. Bu açıdan bakıldığında, turizm endüstrisi otel işletmeciliği alanında doğrudan yatırım yapmak isteyen çokuluslu şirketlerin yeni bir otel inşaa etmeleri veya mevcut bir oteli satın almaları/ele geçirmeleri söz konusudur. Yüksek sermaye maliyetini gerektiren bu tür yatırımlarda, operasyonel aşamada sağlanması umulan yüksek kar marjı ile katılan maliyetlerin tolere edilmesi beklenmektedir. Eğer ülkenin genel (sosyal, ekonomik, kültürel,..) yapısı hem yatırım hem de operasyon aşamasında gerekli potansiyeli sağlayamıyorsa, yabancı otel yatırımcılarının diğer pazarlara yönelmeleri kaçınılmaz bir durum olacaktır. Tamamen karlılık prensibine bağlı olarak gerçekleştirilen bu tür yatırımların teşviki amacıyla; ülke yönetimleri yatırım teşvik kararları, vergi istisnaları, kar transferlerinin serbestleştirilmesi gibi çeşitli uygulamalara gitmektedirler. Ancak sadece yasal teşviklerle yabancı sermayenin bir ülkeye çekilebilmesi söz konusu değildir. Ülkenin çok farklı unsurları yabancı yatırımcılar üzerinde etki yapmaktadır. Bu yüzden, bu unsurların neler oldukları, yatırım kararları üzerinde ne derece etki sahibi oldukları, bu unsurlara nasıl ve ne şekilde yön verilmesi gerektiği büyük önem taşımaktadır. Özellikle otel işletmeciliği alanında gerçekleştirilen doğrudan yabancı yatırımlara etki eden farklı yatırım faktörleri ile ilgili olarak turizm literatüründe pek az sayıda araştırma mevcuttur. Bu çalışma, doğrudan yabancı turizm yatırımları ile ilgili olarak literatüre katkı sağlamanın yanısıra, konu ile ilgili olan veya bu konuya ilgi duyan kişi ve kurumların elde edilen sonuçlardan yararlanabilmeleri amacıyla gerçekleştirilmiştir. Uygulanan anket neticesinde, ele alınan belli bir yabancı sermaye yatırım modelinin (OLI Paradigması) kimi yönlerinin doğru olduğu teyit edilmiş, kimi yönlerinin ise geçerliliğinin azaldığı görülmüştür. Bu da uluslararası yabancı sermaye yatırımlarına etki eden karar değişkenlerinin belli süreçler içerisinde farklılaşabileceğini göstermesi bakımından önemlidir. Küreselleşme ile paralel olarak genellikle anlaşma yolu ile uluslararası ortaklık ve işbirliklerinin gerçekleştirilmesi, doğrudan yatırımların sayısal olarak azalmasına neden olmuştur. Ancak zincir otel işletmeciliği gibi, yatırımların turistik çekim merkezlerine sahip ülke veya ülkelerde gerçekleştirilmesinin şart olduğu kimi alanlarda doğrudan yabancı sermaye yatırımları her zaman için söz konusu olacaktır. OLI Paradigması ile amaçlanmış olduğu üzere, genel bir doğrudan yabancı

sermaye yatırım karar modelinin gerçekleştirilmesi, karar faktörlerinin zaman içerisinde değişiklik göstermeleri, belli dönemlerde yatırımcılar üzerindeki etkilerinin artması ya da azalması nedeniyle mümkün görünmemektedir. Ancak, yine de bu konuda geliştirilen tüm modeller yabancı yatırımlar açısından önem taşıyan unsurların belirlenmesi ile ilgili önemli birer kaynak durumundadırlar. Özellikle ülkemizin sosyal ve ekonomik gerçekleri gözönüne alındığında, bu konunun üzerinde daha önemle durulması gerektiği görülmektedir. Çünkü doğrudan yabancı sermaye yatırımları Türkiye açısından önemli bir yatırım kaynağı olarak kabul edilmektedir. Ayrıca ülkemizde;

* Enflasyon muhasebesi uygulamasına geçiş yapılmış olup, uluslararası muhasebe sistemi ile uyum sağlanmıştır. Bu da özellikle çokuluslu şirketlerin kar transferleri, fiyat tespitleri ve kur dalgalanmalarında karşılaştıkları sorunların giderilmesi açısından önemli bir gelişmedir.

* Avrupa Birliği ile uyum kararları çerçevesinde gerçekleştirilen bir çok yasal değişiklik ile yabancı yatırımcılar açısından uygun bir yatırım ortamı sağlanmıştır.

* Dış borç açığının katlanarak arttığı, kişi başına düşen milli gelir dağılımındaki dengesizliğin uçurum haline dönüştüğü, kayıt dışı ekonominin önlenemediği bir ekonomik ortamda, zaten yetersiz olan yatırım imkanlarından daha etkili olarak yararlanılabilmesi zorunluluk haline gelmiştir.

* Halen ülkemizin en önemli döviz geliri kaynağını oluşturan turizm endüstrisi, alternatif turizm olanakları ile bölgelerarası kalkınma farklılıklarını önlemede bir araç olarak kullanılabilir. Ayrıca genç ve eğitimli, ancak işsiz nüfusun ekonomiye kazandırılabilmesinde turizm yatırım olanaklarından yararlanılması gerekmektedir.

* Türkiye bankacılık sistemi dünya standartlarında görülmekte, sermaye piyasasındaki gelişmeler ümit vermektedir. Türk turizm işletmelerinin halka açılmaları ve çokuluslu zincir otel işletmelerinin İ.M.K.B.'de işlem görmeleri sağlanabildiği takdirde, diğer ülkeler ile küresel çapta rekabet edebilecek düzeyde finansal güce kavuşmuş olunacaktır.

* Özellikle turizm alanında gerçekleştirilecek doğrudan yatırımlar için özel olarak geliştirilecek bir model kapsamında, bu yatırımların uzun dönemli olarak gelişmelerine, ekonomik faydalarına ve neden olacakları çok çeşitli etkilere yön verilmesi gerekmektedir. Bu şekilde hem liberal ekonomi uygulamalarına devam

edilebilmesi, hem de merkezi yönetimin bu yatırımlar üzerindeki anti-tekel denetim mekanizmasının sürekliliği sağlanabilecektir.

Sonuç olarak; yabancı yatırımlara ve özellikle doğrudan yabancı sermaye yatırımlarına ön yargılı bir yaklaşım göstermek yerine, her türlü yatırım olanağında olduğu gibi bu tür yatırımlarda da ülke menfaatini en üst düzeyde tutacak çeşitli çözüm yollarının ve politikalarının geliştirilmesi amaçlanmalıdır.

EK:1. Uygulanan Anket Örneği:**A SURVEY ABOUT MULTINATIONAL CHAIN HOTELS**

Dear Sir/Madam,

We are presenting a small-scale survey to your concern attached to this page. The main aim of this survey is finding out the investment characteristics of the well-known chain hotels which are operating worldwide.

The results are going to be used in a MBA thesis and your participation will be very appreciated.

All the answers will be kept in secure and used as statistical data.

Thank you in advance,

Sincerely yours.

Meltem CABER

Anadolu University Eskisehir-TURKEY
Tourism and Hotel Management Prog.MBA
Programme

e-mail: meltemcaber@hotmail.com

Prof. Dr. Güven SEVİL

Anadolu University Eskisehir-TURKEY
Tourism and Hotel Management

6. Which factors are very effective to your international direct investment decisions? Please tick each one according to their degree of importance between 5 to 1, as 5 is the most - 1 is the least important factors. (X)

Degree of Importance	5	4	3	2	1
Integrating of international operations					
Obtaining low cost of material					
Benefit from rival superiority					
Government incentives					
Geographical proximity to other markets					
Protecting the brand or patent					
Wide market potential					
Qualified workforce availability					
Advantage of exchange and arbitration					
Low cost of labour					
Other (pls.clarify).....					

7. Please choose to the basic difficulties that had been faced by the international companies during foreign investment period according to their degree of importance between 5 to 1 for each .(X)

Degree of importance	5	4	3	2	1
Political instability					
Inconsistencies in macroeconomic policies					
Security matters (terrorism, war ,...)					
Widespread of corruption					
Insufficient development of technology					
Tax systems					
Infringement of patent rights					
Lack of service and information supplying institutions for the investors					
Bureaucratic difficulties					
Socio-cultural differences					
Other (pls.clarify).....					

8. Please evaluate each of your company's advantedge factors that are creating superiority against other companies, according to their importance degree between 5 and 1. (X)

Degree of Importance	5	4	3	2	1
Advantege of brand and patent					
Managerial know-how					
More financial resources					
Improved technological substructure					
Wide capacity of sales and reservation systems					
Working with low cost and high profit level					
Superiority at limited competition enviroment					
Other (pls.clarify).....					

9. At what level of risk do you find Turkey for foreign direct hotel investments?

() No risk () Low risky () Medium risky () High risky

10. Which country's companies are the main international rivals for you?

(Please choose between 5 and 1) (X)

Nationality	5	4	3	2	1
American					
German					
British					
Dutch					
Belgian					
Other (pls.clarify).....					

Thank you..

KAYNAKÇA

- AYANOĞLU Kemal, İLTER Niyazi, DÜZYOL M.Cüneyd, YILMAZ Cevdet, **Kamu Yatırım Projelerinin Planlanması Ve Analizi**, D.P.T. İktisadi Sektörler Ve Koordinasyon Genel Md. Yayını, Aralık 1996
- ATAÇ Kuter, “Küreselleşme: Bir Değerlendirme”, **Hacettepe Üniv. İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi**, Cilt:18, Sayı:1,2000
- AKLAN ADANUR Nejla, “Türkiye’de Yabancı Sermaye Yatırımları”,
www.foreigntrade.gov.tr
- ALTINTAŞ Ayşe, “Turizmde Yabancı Sermaye Hareketleri”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1988
- “Antalya’da Alan Tahsisi Durduruldu”, **Hürriyet Gazetesi** (Ekonomi Eki), 25.08.2003
- AYDIN Nurhan, **Uluslararası Doğrudan Yatırımlar Ve Ortak Girişimler**, Eskişehir, Anadolu Üniv. Yayın No:1002, İktisadi Ve İdari Bilimler Yayınları No:107, 1997
- AŞIKOĞLU Rıza, **Yatırım Ve Proje Değerlemesi**, Anadolu Üniv.Açıköğretim Fakültesi Yayın No:436, Ünite:13-24, Mart 1995
- BAYAR Doğan, **Yatırım Politikası (Sanayi İşletmelerinde)**, 5.Basım, Eskişehir, 2000
- BOCUTOĞLU Ersan, BERBER Metin, ÇELİK Kenan, **İktisada Giriş**, 2.Baskı, Trabzon, Akademi Yayınevi, Eylül 2000
- BULU Melih, “Türk Turizm Sektöründe Rekabet Avantajı Yaratmaya Yönelik Stratejiler”, **HOTEL Dergisi**, TÜROB Yayınları Sayı:19, Aralık 2001

BAKER C.James (Editor), **Selected International Investment Portfolios**, Pergamon Publishing, First Edition, 1998

_____, **International Finance (Management, Markets And Institutions)**, Prentice Hall Inc., 1998

BULUT Erol, "Türk Turizminin Dünyadaki Yeri Ve Dış Ödemeler Bilançosuna Etkisi", **Gazi Üniv. İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt:2, Sayı:3, Kış 2000

BÜYÜKERŞEN Aslı, "Türkiye'nin Kalkınma Sürecinde Dış Ticaret", Anadolu Üniv. Sosyal Bil. Ens. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 1997

CHANG Ha-joon, "Globalization, Transnational Corporations And Economic Development; Can The Developing Countries Pursue Strategic Industrial Policy In A Globalizing World Economy?", **Globalization (And Progressive Economic Policy)**, (Edited by Dean BAKER, Gerald EPSTEIN, Robert POLLIN), First Edition, 1998

CEYLAN Ali, **İşletmelerde Finansal Yönetim**, Ekin Yayınevi, 6. Basım, 2000

CÖMERT Faruk, "Yabancı Sermayenin Dünyü, Bugünü Ve Geleceği", **Hazine Dergisi**, Sayı:12, Ekim 1998

CRAWFORD-WELCH Simon, "Competitive Marketing Strategies In The International Hospitality Industry", **International Hospitality Management**, 1999

ÇEKEN Hüseyin, **Küreselleşme, Yabancı Sermaye Ve Türkiye Turizmi**, 1.Basım, Değişim Yayınları, Ekim 2003

ÇOBAN Fadime, "En Yaşlı Tesis Ağır Sanayide", **Capital Dergisi**, Yıl:10, Sayı: 2002/3, 2002

ÇELİK Orhan, “Küreselleşme Sürecinde Firmalararası Stratejik İşbirliği”, **Ankara Üniv. S.B.F.Dergisi**, 54-1, Mart 1999

ÇETİNTAŞ Hakan, “Global Bir Ekonomide Doğrudan Yabancı Yatırımlar Ve Rekabet”, www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/tem2001/global.htm

“Çokuluslu Şirketler”, **ASOMEDYA Dergisi**, Büyüteç Eki, Kasım 2002

ÇONGAR Yasemin, SEY Cem, “Tek Pazar’ın Eşiğinde Şirket Birleşmeleri: İspanya Ve Türkiye”, **AET İle Bütünleşmede Yabancı Sermaye Ve Yatırımlarının Rolü-YASED İnceleme Yarışması II**, Yayın No:34, 1989

DUNNING H.John, **Studies In International Investment**, George Allen ve Unwin Ltd, London, 1970

DEMİRCAN Hayrettin, **Dünyada Ve Türkiye’de Yabancı Sermaye Yatırımları Ve Stratejiler**, T.C.Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Araştırma Ve İnceleme Dizisi No:35, Mart 2003

DENİZ Recep Baki, “Ortak Girişim Stratejisi İle Global Pazarlara Giriş”, **Marmara Üniv. Sosyal Bil.Ens. Dergisi”Öneri”**, Sayı:18, Yıl:8, Cilt:5, 2002

DURAN Mustafa, **Teşvik Politikaları Ve Doğrudan Yabancı Sermaye**, T.C.Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Araştırma Ve İnceleme Dizisi No: 33, Ocak 2003

D.P.T. “VIII.Beş Yıllık Kalkınma Planı” - Küreselleşme-, Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, 2000

D.P.T. “Temel Ekonomik Göstergeler”, Ağustos 2003

Doğrudan Yabancı Yatırımlar Mevzuatı, T.C.Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı,
Yabancı Sermaye Genel Müd.Yayını, Ekim 2003

DOMKE-DAMONTE Darla,” Interactive Effects Of International Strategy And
Throughput Technology On Entry Mode For Service Firms”, **Management
International Review**, Volume 40, 1/2000

DUNNING H.John, McQUEEN M., “Multinational Corporations In The Hotel
Industry”, **Annals Of Tourism Research**, Volume 9, 1982

“Erdoğan’dan Turizm Devlerine 4 Milyar \$’lık Çağrı”, **Hürriyet Gazetesi** (Ekonomi
Eki), 08.09.2003

ERTÜRK Emin, **Uluslararası İktisat**, 2.Baskı, Alfa Yayınları No:997, İstanbul, Eylül
2001

EGELHOFF G.William, GORMAN Liam, McCORMICK Stephen, “How FDI
Characteristics Influence Subsidiary Trade Patterns: The Case Of Ireland”,
Management International Review, Volume 40, 2000

ENGELL L.David Sr., “Tourism Policy: The Next Millenium”, **Advances In Tourism
Applications Series**, Volume.III, U.S.A. 1999

EMİL M.Ferhat, VEHBİ M.Tuğrul, “Uluslararası Sermaye Hareketleri Ve Kalkınma:
Türkiye Örneği”, **Hazine Dergisi**, Sayı:15, Mayıs-Aralık 2002

ELLIOT James, **Tourism: Politics And Public Sector Management**, Routledge
Publishing, London 1997

GO Frank, PINE Ray, **Globalization Strategy In The Hotel Industry**, Routledge
Publishing, First Edition, 1995

GO Frank , GOULDING Philip, LITTLEJOHN David, “The International Hospitality Industry And Public Policy”, **International Hospitality Management**, Part 3, 1999

GÖVDERE Bekir, “Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Belirleyicilerinin Günümüzdeki Geçerliliği”, www.hazine.gov.tr

GÜNGÖR Hande, “Dünyada Ve Türkiye’de Doğrudan Yabancı Yatırımlar”, **İktisadi Kalkınma Vakfı Dergisi**, Sayı:149, Mayıs-Ağustos 2001

“Her 5 Yabancı Sermayeli Firmadan 1’i Turizmde”, **Ekonomik Forum (Sektör Analizleri, Turizm Sektörü 2001)**, T.O.B.B.Yayını, Sayı:2, Yıl:8, 2001

HIRST Paul, THOMPSON Grahame, **Küreselleşme Sorgulanıyor**, Çeviren: Çağla Erdem ve Elif Yücel, Dost Kitapevi, Ankara, Eylül 1998

İÇÖZ Orhan, KOZAK Metin, **Turizm Ekonomisi**, 1.Basım, Turhan Kitapevi, Ankara, Ekim 1998

KARLUK S.Rıdvan, **Dış Ticarete Giriş**, Anadolu Üniv.A.Ö.F.Önlisans Programı, Anadolu Üniv. Yayın No:1039, A.Ö.F.Yayın No: 569, Eskişehir, Eylül 1998

_____, **Uluslararası Ekonomi –Teori Ve Politika-**, Turhan Kitapevi, Ankara 2002

KARAKOYUNLU Mustafa, “Türkiye’de Yabancı Sermaye Yatırımları Ve Uygulaması”, **II.Türkiye İktisat Kongresi Tebliği**, 2-7 Kasım 1981, İzmir

KORUYAN Nedret, “Turizmde 100.000 Yatağa İhtiyaç Var”, **Capital Dergisi**, Yıl:11, Sayı: 2003/19, 2003

LATTIN W.Gerald, **The Lodging And Food Service Industry**, Fourth Edition, 1998

- LINDBERG Kreg, MOLSTAD Arild, HAWKINS Donald, JAMIESON Walter, International Development Assistance In Tourism”, **Annals Of Tourism Research**, Volume.28, Number:2, 2001
- MANİSALI Erol, **Dünyada Ve Türkiye’de Büyük Sermaye**, Derin Yayınları, No:14, İstanbul 2002
- MASCA Mahmut, “Üretimin Uluslararasılaşması Ve Çokuluslu Şirketler”, **Afyon Kocatepe Üniv. İ.İ.B.F.Dergisi**, Cilt:II, Sayı:1, Temmuz 2000
- MATHEWS E.Vinita, “Competition In The International Hotel Industry”, **International Journal Of Contemporary Management**, Volume 12, Nr:2-3, 2000
- MICHALET Charles-Albert, **Strategies Of Multinationals And Competition For Foreign Direct Investment –The Opening Of Central And Eastern Europe-**, FIAS, Occasional Paper:10, The World Bank, Washington 1997
- Multilateral Investment Guarantee Agency (MIGA) 2002 Annual Report**, World Bank Group,2002
- MUTLU (CAN) Esin, **Uluslararası İşletmecilik**, Beta Yayıncılık, İstanbul, Mayıs 1999
- NİRAY Nasır, “Turizm Küreselleşme İlişkisi Ve Tekelleşme Eğilimleri”,**T.C.Turizm Bakanlığı II.Turizm Şurası Bildirileri**, III.Cilt, Ankara, 12-14 Nisan 2002
- “OECD: Türkiye 3 Yıl Büyüme Rekoru Kırır”, **Hürriyet Gazetesi** (Ekonomi Sayfası), 12.12.2003
- ÖZAG Filiz Elmas,“Çok Taraflı Yatırım Anlaşmaları (ÇTYA) Ve Uluslararası

- Sermayenin Tercihi” (Ekonomik Yaklaşım), **Gazi Üniv. İktisat Bölümü Üç Aylık Dergisi**, Sayı: 45, Cilt:13, Sonbahar 2002
- ÖZGÜL Adem, “Türkiye’de Politik Riskin Çokuluslu Şirket Yatırımları Üzerindeki Etkileri”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2001
- Promoting Foreign Direct Investment (In Central And Eastern Europe And The CIS)**, Economic Commission For Europe Trade And Investment Guides Nr.3, United Nations Publications No:E.99-II-E-39,2000
- Rakamlarla Türkiye Ekonomisi**, İstanbul Ticaret Odası Yayın No: 2003/25-1819,1. Basım, İstanbul, 2003
- RODRİK Dani, **Yeni Küresel Ekonomi Ve Gelişmekte Olan Ülkeler**, Çeviren: Sultan Gül, Sabah Kitapları No:107, 1.Baskı, İstanbul, Ocak 2000
- RODRIGUEZ Anne Lou, GRAY J.Sidney,” “Upgrading The Diamond Of Developing Countries Through Inward FDI:The Case Of Four MNE’S In The Information Service Industry Of Barbados”, **Management International Review**, Volume 41, 4/2001
- SARIASLAN Halil, **Yatırım Projelerinin Hazırlanması Ve Değerlendirilmesi**, Turhan Kitapevi, Ankara 1997
- Sektörel Durum Analizi –No:2**, (Sorunlar Ve Çözüm Önerileri 2000-II Ve 2001-I), TÜSİAD Yayın No: TÜSİAD-T/2001-08/307, Ağustos 2001
- Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı “Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu”**, D.P.T.Yayın No: 2589-ÖİK:601, Nisan 2001
- SEYİDOĞLU Halil, **Uluslararası Finans**, 3.Baskı, İstanbul 2001

STONE Merlin, "Marketing Strategies For Leisure Services", **Marketing Strategies**, Edited by Malcolm McDonald, First Edition, U.S.A., 1995

ŞAHİN Hüseyin, **Türkiye Ekonomisi (Tarihsel Gelişimi-Bugünkü Durumu)**, 6.Baskı, Ezgi Kitapevi, Bursa 2000

TATLIDİL Ercan, "Küreselleşme Sürecinde Turizmin Ekonomik Ve Sosyal Boyutları", **T.C.Turizm Bakanlığı II.Turizm Şurası Bildirileri**, III.Cilt, Ankara, 12-14 Nisan 2002

TEARE Richard, OLSEN Michael (Editors), **International Hospitality Management (Corporate Strategy In Practise)**, Longman Publishing, 1999

TSE C.Eliza, WEST J.Joseph," Development Strategies For International Hospitality Markets", **International Hospitality Management**, Longman Publishing, 1999

TEZCANLI VARIŞ Meral ve Diğerleri, **Uluslararası Sermaye Hareketlerinde Portföy Yatırımları Ve Türkiye**, İ.M.K.B.Araştırma Yayınları No:3, Aralık 1994

TOYNE Brian, WALTERS G.P.Peter, **Global Marketing Management (A Strategic Perspective)**, Second Edition, Ally And Bacon Ltd., 1993

"Turizm Yatırımlarında Durgunluk"(Sektör Analizleri), **Ekonomik Forum**, T.O.B.B. Yayını, Yıl:8, Sayı:2, Şubat 2001

TWOMEY J.Michael, **A Century Of Foreign Investment In The Third World**, Routledge Studies In International Business And The World Economy, First Edition, 2000

TATOĞLU Ekrem, KULA Veysel, "Türkiye'de Dolaysız Yabancı Yatırım

Faaliyetlerinin Analizi”, **Hacettepe Üniv. İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt:16, Sayı:1-2, 1998

TUNCA Zafer, “Uluslararası Doğrudan Yatırımlar, Küreselleşme Ve Türkiye”, **İ.S.O. Dergisi**, Sayı:432, Mart 2002

Türkiye Ekonomisi-2003, İstanbul Sanayi Odası Yayını, 1.Baskı, İstanbul, Mayıs 2003

T.C.2003 Yılı Katılım Öncesi Ekonomik Program (Yüksek Planlama Kurulu 14.08.2003 Tarih/2003-31 Sayılı Yayın), Ankara, Ağustos 2003

Türkiye’de Girişimcilik, TÜSİAD Yayını No: TÜSİAD-T/2002-12/340, Aralık 2002

TANRIKULU Ahmet Kenan, “Yabancı Sermaye Yatırımları, Türk Ekonomisinin Kaynak Sorununu Çözmeye Destek Olacak Bir Başka Alternatifi”, **ASOMEDYA Dergisi**, Nisan 2002

_____, “Doğrudan Yabancı Yatırımlar Ve Türkiye’nin Yatırım İmajı”, **Active Dergisi**, Yıl:5, Sayı:26, Eylül-Ekim 2002

UNUR Kamil, “Turizmin Türkiye’nin Ödemeler Dengesine Etkisinin Analizi”, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt 2, Sayı:3, 2000

ULUGAY Osman, “Yabancı Sermayede Çin Mutlu, Türkiye Umutlu”, **Milliyet Gazetesi**, (Ekonomi Eki), 23.01.2004

“Uluslararası Doğrudan Yatırımlar Ve Türkiye”(Rapor), **İ.S.O.Dergisi**, Sayı:432, Mart 2002

UYANIK Namık Kemal, **Bir Bölüm Finansal İşlemler Ve Vergilendirilmeleri**, Türkiye Bankalar Birliği Yayın No:226, İstanbul 2001

UZUNOĞLU Sadi, ALKIN Kerem, GÜRLESEL Can Fuat, **Uluslararası Sermaye Hareketlerinin Gelişmekte Olan Ülkelerde Makroekonomik Etkileri Ve Türkiye**, İ.M.K.B.Araştırma Yayınları No:6, Haziran 1995

ÜNER M. Mithat, “Konaklama Sektörü Yabancı Sermaye Yatırımları Ve Pazar Faktörü”, **Hacettepe Üniv. İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt:15, Sayı:2,1997

_____, “İhracat Pazarlaması Literatürünün, Uluslararası Konaklama Hizmetleri Pazarlaması Literatürüne Uyarlanması Üzerine Bir Deneme”, **21. Yüzyılın Eşiğinde Türkiye Turizmi Sempozyumu**, Başkent Üniv. Sosyal Bil. M.Y.O., 16 Nisan 1998, Ankara

YALINPALA Jale, “Türkiye Ekonomisinde Yabancı Sermaye Yatırımlarının Niteliği”, **Marmara Üniv. (Kurucu Rektör Prof. Dr.Orhan Oğuz’a Armağan)**, Yayın No: 640, İstanbul 1999

Yabancı Sermaye, T.C. İş Bankası A.Ş. İktisadi Araştırmalar Müdürlüğü Yayını, Ankara, Temmuz 1985

YU Larry, **The International Hospitality Business, Mangement And Operations**, The Hawort Hospitality Press, 1999

WATSON Sandra, LITTLEJOHN David, “Multi And Transnational Firms:The Impact Of Expansion On Corporate Structures”, **International Hospitality Management**, Longman Publishing, Sixth Edition, 1999

WELLS T.Louis, WINT G.Alwin, **Marketing A Country (Promotion As A Tool For Attracting Foreign Investment)**, Revised Edition, FIAS Occasional Paper:13, First Edition, March 2000

Worldwide Direct Foreign Capital Investments, Developments In Turkey And