

**İŞLETMELERİN ULUSLARARASILAŞMASINDA
BİR DEĞİŞİM AKTÖRÜ OLARAK SİVİL
TOPLUM KURULUŞLARININ ROLÜ**

(Doktora Tezi)

Hülya ÇINAR

Kütahya-2014

T.C.
DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İşletme Anabilim Dalı

Doktora Tezi

**İŞLETMELERİN ULUSLARARASILAŞMASINDA
BİR DEĞİŞİM AKTÖRÜ OLARAK SİVİL TOPLUM
KURULUŞLARININ ROLÜ**

Danışman:
Prof. Dr. M. Kemal DEMİRCİ

Hazırlayan:
Hülya ÇINAR

Kütahya – 2014

Kabul ve Onay

Hülya ÇINAR'ın hazırladığı “İşletmelerin Uluslararasılaşmasında Bir Değişim Aktörü Olarak Sivil Toplum Kuruluşlarının Rolü” başlıklı Doktora tez çalışması, jüri tarafından lisansüstü yönetmeliğinin ilgili maddelerine göre değerlendirilip oybirliği / oyçokluğu ile kabul edilmiştir.

...../...../2014

Tez Jürisi	İmza	
	Kabul	Red
Prof. Dr. M.Kemal DEMİRCİ (Danışman)		
Prof. Dr. İnci ARTAN ERDEM		
Prof. Dr. Cavide UYARGİL		
Doç. Dr. Sema BEHTİOĞLU		
Yrd. Doç. Dr. Derya ERGUN ÖZLER		

Doç. Dr. ÇELEBİOĞLU

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Yemin Metni

Doktora tezi olarak sunduğum “İşletmelerin Uluslararasılaşmasında Bir Deđiřim Aktörü Olarak Sivil Toplum Kuruluşlarının Rolü” adlı çalışmamın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı dűőecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım kaynakların kaynakçada gűsterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

...../...../2014

Hűlya ÇINAR

Özgeçmiş

1973 yılında Kütahya’da doğdu. İlk, orta ve lise öğrenimini Kütahya’da tamamladı. Lisans öğrenimini Anadolu Üniversitesi İktisat Fakültesi Kamu Yönetimi bölümünde tamamlayarak, 1999 yılında mezun oldu. Yüksek lisans öğrenimini ise Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetim-Organizasyon A.B.D. “Eve İş Verme Sisteminde Kadın İşgücü” adlı teziyle 2002 yılında tamamladı.

1999 yılında Dumlupınar Üniversitesi Kütahya Meslek Yüksekokulu’na Öğretim Görevlisi olarak atandı. Halen Kütahya Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu’nda görev yapmaktadır.

Bu çalışmanın tamamlanmasında yardımcı olan herkese şükranlarımı ifade etmek istiyorum. Başta, severek çalıştığım tez konusunu belirlemede beni yönlendiren ve destekleyen değerli hocam ve tez danışmanım Prof.Dr.M.Kemal DEMİRCİ’ye, çalışmanın uygulama bölümünde yaşayacağımız sıkıntılardan dolayı vazgeçme durumunda, sonucun cevap vermemesi düşüncesine bağlı olarak dahi vazgeçmememiz gerektiğini, yazına önemli bir konu kazandıracığımızı, teorik olarak katkı sağlanacağını söyleyerek çalışmanın uygulama sıkıntılarına rağmen sözleriyle bizi motive eden değerli hocam Prof.Dr.Tamer KOÇEL’e, her zaman yapıcı tutumuyla çalışmamı destekleyen, yönlendiren, alçakgönüllüğü ile örnek aldığım değerli hocam Prof.Dr.İnci ERDEM ARTAN’a, Doktora sürecinin başından itibaren manevi destekleri ile her zaman yanımda olan değerli hocam Prof.Dr.Hüseyin ERGİN’e, katkılarından dolayı değerli hocam Prof.Dr.Cavide UYARGİL’e, ikinci danışmanım olarak kabul ettiğim, karşılaştığım her sorunla her zaman başını ağrıttığım, ancak hiçbir zaman güler yüzünü ve yardımını esirgemeyen değerli hocam Yrd.Doç.Dr.Derya ERGUN ÖZLER’e, çalışmanın uygulama konusunda yardımlarını esirgemeyen Doç.Dr. Sema BEHTİOĞLU’na teşekkür ederim. Uygulamada işletmelere ulaşmamı sağlayan, ihtiyaç duyduğum bilgileri elde etme konusunda sıkıntı yaşatmayan ESİDEF yönetimine ayrıca teşekkür ederim. En büyük teşekkürün sahibi annemdir. Ailemin desteği ve sabrı olmadan başaramayacağım bu çalışmamı aileme borçluyum.

ÖZET

İŞLETMELERİN ULUSLARARASILAŞMASINDA BİR DEĞİŞİM AKTÖRÜ OLARAK SİVİL TOPLUM KURULUŞLARININ ROLÜ

ÇINAR, Hülya

Doktora Tezi, İşletme Ana Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Prof.Dr.M.Kemal DEMİRCİ

Ekim, 2014, 179 sayfa

Uluslararası pazarlara açılma eğiliminde olan işletmelerin, başarılı olabilmesi için ülkelerin farklı kültürel yapıları, farklı davranış şekilleri, ekonomisi, demografik özellikleri, hukuki, politik ve ticari yapılarına yönelik doğru verilerin elde edilerek, en iyi şekilde analiz yapıp, karar alınması gerekmektedir. Bu doğru verilerin elde edilmesi de ancak farklı ülkeler hakkında yeterli bilgiye sahip olan bir değişim ve aracı rolü üstlenen kişi ya da kurumlar tarafından yerine getirilmektedir.

Sivil toplum kuruluşları, devlet etkisinden uzak, bağımsız, toplum yararına hizmet eden, kâr amacı gütmeyen “üçüncü sektör” olarak uluslararası pazarlara girmek isteyen ya da uluslararası pazarlarda hali hazırda faaliyet gösterip kendisini geliştirmek isteyen, ancak kendisine üye olan işletmelere, farklı ülkeler hakkında bilgi elde etme, yeniliği uyarılama, bağlantılar kurma, etkinlikler düzenleme, eğitim verme ve danışmanlık yapma gibi faaliyetler ile bir değişik aktörü durumundadır.

Bu çalışma, STK’ların, işletmelerin uluslararası pazarlara açılmasında ve uluslararası faaliyetlerini sürdürmesinde bir değişim aktörü olarak rollerini belirlemek amacıyla hazırlanmıştır. Bu kapsamda çalışmanın ilk iki bölümünde, uluslararasılaşma ve STK ile ilgili kavramlar geniş bir şekilde açıklanmış, yazına uygun olarak bir alt yapı kurulmuştur. Üçüncü bölümde, işletmelerin uluslararasılaşmasında STK rolleri açıklanmıştır. Daha sonra Ege ve Batı Akdeniz Sanayicileri ve İşadamları Federasyonu “ESİDEF”e üye olup yurtdışı faaliyetlerde bulunan işletmelerde yapılan anketten elde edilen veriler çerçevesinde analiz yapılarak yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sivil Toplum Kuruluşları, Uluslararasılaşma, Değişim Aktörü, Ticari Birlikler, Sivil Toplum Kuruluşlarının Roller

ABSTRACT

THE ROLE OF NON-GOVERNMENTAL ORGANISATIONS AS A CHANGE ACTOR ABOUT INTERNATIONALIZATION THE BUSINESS ENTERPRICES

ÇINAR, Hülya

Ph D Thesis, Business Administration Department

Thesis Advisor: Prof.Dr.M.Kemal DEMİRCİ

October, 2014, 179 pages

For the success of Business Enterprises, which have a tendency for entering the international markets, they have to make an analysis as gaining their true datas about countries' different cultural structures, their different attitudes, their economies, their demographic structures, their legal, politic and commercial structures and in the end according to these datas, decisions have to be taken. Obtaining these true datas are purved by the people or enterprises that have the change and agent role and have adequate knowledge about the different countries.

Non-Governmental Organizations (NGOs) as non-profit “third sector”, far from the effect of Government, independent, served for the sake of social benefits are change actors with activities such as to obtain information about different countries, to adapt innovations, to establish networks and links, to organize activities, to give education and advise to their member enterprises which want to penetrate international markets or want to enhance itself as currently show activity in the markets.

This study has been written to determine the roles of NGOs as a change actor about entering in the international markets and continuing their activities in these areas. In this context, in the first two part, concepts about NGOs and internationalization are widely explained and the substructure of the first and second part was set according to literature .

In the third part, the roles of NGOs about the internationalization of the business enterprises are explained. This research is commented as analysed in accordance with the datas which are obtained from the survey that is applied to the enterprises ,which are the members of Aegean and West Medditeranean Industrialists' and Businessmen' Association 'ESIDEF' which have trading activities overseas.

Key Words: Non-Governmental Organizations, Internationalization, Change Actor, Trade Associations, The Role of Non-Governmental Organizations.

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET.....	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar LİSTESİ.....	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xiii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xiv
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

İŞLETMELERİN ULUSLARARASILAŞMASINA YÖNELİK KAVRAMSAL ANALİZ

1.1. ULUSLARARASILAŞMA TANIMI.....	5
1.2. ULUSLARARASILAŞMANIN NEDENLERİ VE AŞAMALARI.....	6
1.2.1. Uluslararasılaşma Nedenleri	7
1.2.2. Uluslararasılaşma Aşamaları	9
1.3. ULUSLARARASILAŞMA SÜRECİ TEORİLERİ	12
1.3.1. Ekonomik Yaklaşım	13
1.3.1.1. Monopolcü Üstünlük Teorisi	13
1.3.1.2. Ürün Yaşam Döngüsü Teorisi.....	15
1.3.1.3. İşlem Maliyeti Teorisi.....	15
1.3.1.4. İçselleştirme Teorisi	16
1.3.1.5. Eklektik Teori.....	17
1.3.1.6. Kaynak Temelli Teori	18
1.3.2. Davranışsal Yaklaşım	18
1.3.2.1. Uppsala Teorisi	19
1.3.2.2. Yenilik Bağlantılı Teoriler	22
1.3.2.3. Ağ Teorisi	22

1.4. ULUSLARARASI PAZARLARA GİRİŞ KARARINI ETKİLEYEN	
TEMEL FAKTÖRLER.....	23
1.4.1. İşletme Özellikleri.....	24
1.4.2. Ürün Özellikleri	25
1.4.3. Ülke Özellikleri.....	26
1.4.4. Sektörel Özellikler	27
1.4.5. Küresel Endüstri Şartları.....	28
1.5. ULUSLARARASILAŞMA SÜRECİNDE AĞLAR.....	28
1.5.1. Uluslararasılaşma Sürecinde Ağların Önemi ve Yararları	29
1.5.2. Uluslararasılaşma Sürecinde İlişki Türleri	31
1.6. ULUSLARARASILAŞMA SÜRECİNDE BİLGİ.....	33
1.6.1. Uluslararasılaşma Sürecinde Bilginin Önemi.....	33
1.6.2. Uluslararasılaşma Sürecinde Bilgi Türleri.....	34

İKİNCİ BÖLÜM

SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI HAKKINDA GENEL BİLGİLER

2.1. SİVİL TOPLUM KAVRAMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ	37
2.1.1. Sivil Toplum Kavramı	37
2.1.2. Sivil Toplumun Tarihsel Gelişimi ve Felsefesi	39
2.1.2.1. Sivil Toplumun Tarihsel Gelişimi.....	39
2.1.2.2. Sivil Toplumun Felsefesi	40
2.2. SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI	45
2.2.1. Sivil Toplum Kuruluşu Kavramı	46
2.2.2. Üçüncü Sektör.....	48
2.2.3. Sivil Toplum Kuruluşlarının Özellikleri.....	51
2.2.4. Sivil Toplum Kuruluşlarının Sınıflandırılması	54
2.2.5. Sivil Toplum Kuruluşlarının İşlevleri.....	56
2.3. OSMANLI'DA VE TÜRKİYE'DE SİVİL TOPLUM KURULUŞLARININ	
TARİHSEL GELİŞİMİ.....	59
2.3.1. Osmanlı'da Sivil Toplum ve Sivil Toplum Kuruluşları	60
2.3.2. Türkiye Cumhuriyeti'nde Sivil Toplum ve Sivil Toplum Kuruluşları	62

2.4. SİVİL TOPLUM KURULUŞLARININ TÜRKİYE’DEKİ PROFİLİ.....	65
2.5. TÜRKİYE’DE SİVİL TOPLUMUN SORUNLU ALANLARI VE ÇÖZÜMLERİ.....	67

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İŞLETMELERİN ULUSLARARASILAŞMASINDA BİR DEĞİŞİM AKTÖRÜ OLARAK SİVİL TOPLUM KURULUŞLARININ ROLÜ

3.1. SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI VE KÜRESELLEŞME	70
3.2. İŞLETMELERİN SİVİL TOPLUM KURULUŞLARINA KATILMA NEDENLERİ	72
3.2.1. Risk Yönetimi	74
3.2.2. Toplumsal Meşruiyet	75
3.2.3. İtibar	76
3.2.4. Uzmanlık Yoluyla Değer Yaratma	78
3.3. İŞLETMELERİN ULUSLARARASILAŞMASINDA SİVİL TOPLUM KURULUŞLARININ FAALİYETLERİ	79
3.3.1. Üyeliğe Yönelik Faaliyetler	80
3.3.2. Sosyal Etkinlikler	80
3.3.3. Devlet Desteği Sağlama	82
3.3.4. Teknoloji Kullanımı	83
3.4. İŞLETMELERİN ULUSLARARASILAŞMASINDA SİVİL TOPLUM KURULUŞLARININ ROLÜ	84
3.4.1. Bilgi Elde Etme Rolü	86
3.4.1.1. Uluslararasılaşma Bilgisi Elde Etme Rolü	87
3.4.1.2. İş Bilgisi Elde Etme Rolü	88
3.4.1.3. Dış Kurumsal Bilgi Elde Etme Rolü	88
3.4.2. Eğitim ve Danışmanlık Rolü	89
3.4.3. İletişim ve Güven Temelli Ağ Bağlantıları Oluşturma Rolü	91
3.4.3.1. İletişim	92
3.4.3.2. Güven Temelli Ağ Bağlantıları Oluşturma	93
3.4.3.3. Ağlarda STK İlişkileri Türleri	95

3.4.3.3.1. İnfomal İlişkiler.....	95
3.4.3.3.2. Formal İlişkiler	97
3.4.3.3.3. Aracı İlişkiler.....	98
3.4.4. Yenilikçilik Rolü.....	99

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

İŞLETMELERİN ULUSLARARASILAŞMASINDA BİR DEĞİŞİM AKTÖRÜ OLARAK SİVİL TOPLUM KURULUŞLARININ ROLÜ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

4.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ	102
4.2. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI	103
4.3. ARAŞTIRMANIN KISITLARI.....	103
4.4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	104
4.4.1. Örneklem Büyüklüğünün Tespit Edilmesi	104
4.4.2. Anket Formunun Hazırlanması, Gönderilmesi ve Toplanması	104
4.4.3. Araştırmanın Hipotezleri	106
4.5. VERİLERİN ANALİZİ VE ARAŞTIRMA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ	108
4.5.1. Araştırmaya Katılan İşletmeler ile İlgili Tanıtıcı Bilgiler	108
4.5.2. Araştırmaya Katılan İşletmelerin STK Aracılığı ile Uluslararası Faaliyetlerde Bulunma Nedenleri	110
4.5.3. STK Aracılığı ile Uluslararası Faaliyetlerde Bulunma Nedenlerini Tercih Etmeye Göre Sektör Grupları Arasındaki Fark.....	112
4.5.4. İşletmelerin Faaliyette Bulundukları Yıllara Göre İşletmelerin STK Aracılığı ile Uluslararası Faaliyetlerde Bulunma Nedenleri Farkı.....	113
4.5.5. STK Aracılığı ile Uluslararası Faaliyetlerde Bulunma Nedenlerine Göre STK Faaliyetlerine Katılan/Katılmayan İşletmeler Arasındaki Fark	116
4.5.6. Sivil Toplum Kuruluşlarının, İşletmelerin Uluslararasılaşması Üzerine Rollerine İlişkin Araştırma Bulguları.....	117
4.5.7. İşletmelerin Uluslararasılaşmasında Sivil Toplum Kuruluşları Rollerinin Uluslararasılaşma Başarısına Etkisi	122

SONUÇ VE ÖNERİLER.....	124
EKLER.....	130
KAYNAKÇA	135
DİZİN	162

TABLOLAR LİSTESİ

Sayfa

Tablo 1.1: İşletmelerin Uluslararası Pazarlara Açılma Nedenleri.....	8
Tablo 4.1: Araştırmaya Katılan İşletmelerin Özellikleri.....	109
Tablo 4.2: İşletmelerin STK Aracılığıyla Uluslararası Faaliyetlerde Bulunma Nedenleri	111
Tablo 4.3: STK Aracılığı İle Uluslararası Faaliyetlerde Bulunma Nedenlerini Tercih Etmeye Göre, Sektör Grupları Arasında Farklılık İçin Tek Yönlü Varyans Analizi	112
Tablo 4.4: STK Aracılığı ile Uluslararası Faaliyetlerde Bulunma İçin Tercih Edilen Nedenlerin Ortalamalarına Göre İşletmelerin Faaliyette Bulundukları Yıllar Arasındaki Farklılık İçin Tek Yönlü Varyans Analizi.....	113
Tablo 4.5: İşletmelerin Faaliyette Bulundukları Yıllara Göre STK Aracılığı ile Uluslararası Faaliyetlerde Bulunma Nedenlerini Tercih Etmeleri Arasındaki Farklılık İçin Tek Yönlü Varyans Analizi	114
Tablo 4.6: STK Aracılığı ile Uluslararası Faaliyetlerde Bulunma Nedenlerine Göre STK Faaliyetlerine Katılan/Katılmayan İşletmeler Arasındaki Farklılık ile İlgili T Testi	117
Tablo 4.7: İşletmelerin Uluslararasılaşmasında Sivil Toplum Kuruluşlarının Rolü....	120
Tablo 4.8: STK Rollerinin, Ticari Birliğe Üye Olup Faaliyetlere Katılan/Katılmayan İşletmelerin Uluslararasılaşmada Başarıya Ulaşması Üzerine Etkisi	123

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa

Şekil 1.1: Uluslararasılaşma Yaklaşımlarının Sınıflandırılması.....	12
Şekil 1.2: Uppsala Teorisi	21
Şekil 2.1: Özel, Kamu ve Üçüncü Sektör	50
Şekil 4.1: İşletmelerin Uluslararasılaşmasında Bir Değişim Aktörü Olarak Sivil Toplum Kuruluşlarının Rolü.....	121

KISALTMALAR LİSTESİ

AB	Avrupa Birliği
ASKON	Anadolu Aslanları Konfederasyonu
DONGO	Donor-organized NGO
DYSY	Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımı
ESİDEF	Ege ve Batı Akdeniz Sanayicileri ve İşadamları Federasyonu
GONGO	Government-organized NGO
MUSIAD	Müstakil Sanayici ve İş Adamları Derneği
NGO	Non-Governmental Organizations
QUANGO	Quasi-nongovernmental organizations
STK	Sivil Toplum Kuruluşu
TESK	Esnaf konfederasyonu
TOBB	Tabipler Birliği, Barolar Birliği
TUGIAD	Türkiye Genç İşadamları Derneği
TUSEV	Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı
TUSKON	Türkiye İş Adamları ve Sanayiciler Konfederasyonu
TÜMSIAD	Tüm Sanayicileri ve İşadamları Derneği

TEZ METNİ

GİRİŞ

Çalışmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, sürdürülebilir kalkınmaya büyük etkisi olan Sivil Toplum Kuruluşlarının, işletmelerin uluslararası pazarlara açılmasında ve uluslararası faaliyetlerini sürdürmesinde bir değişim aktörü olarak rollerini araştırmaktır.

Yurtdışında faaliyetlerde bulunmak, özellikle ilk yurtdışı deneyimi, oldukça zorlu bir durumdur. Gidilecek ülkenin, ekonomik, ticari, sosyal, kültürel ve hukuki durumu hakkında bilgi sahibi olmak ve bu duruma göre hareket etmek, ülkenin müşterisini, sanayisini tanımak, bağlantıların nasıl kurulduğunu bilmek, her zaman için işletmelerin tek başına yapabileceği bir şey değildir. Bu nedenle işletmeler, yurtdışı girişimlerinde kendilerine aracılık yapacak bir kurum ya da örgüt ya da bir kişiye ihtiyaç duymaktadır. İşletmelerin, yurtdışına açılmalarında bağlı bulundukları sivil toplum kuruluşlarının rolü büyüktür. Sivil toplum kuruluşları faaliyette bulunulacak ülkeler hakkında hukuki, ticari, sosyo-kültürel, ekonomik, siyasi ve demografik bilgileri elde ederek, farklı ülke işletmeleri ile işbirlikleri oluşturarak, yabancı ülkelerde müşterilere ve pazarlarına yönlendirerek, bu tür faaliyetlerin yerine getirilmesi sırasında karşılaşılabilecek sorunların üstesinden gelerek bir değişim ve aracı rolü üstlenmiş durumdadır.

Tek başına yurtdışına çıkma cesareti gösteremeyen, bu konuda risk almaktan kaçınan firmalar, sivil toplum kuruluşlarının gerek yurtiçinde gerekse yurtdışında yaptıkları çeşitli organizasyonlar sayesinde diğer ülke girişimcileri ile tanışarak, çevreyi analiz ederek yurtdışına açılma için ilk adımı atabilecekleri, yurtdışı faaliyetlerde bulunması sırasında da sivil toplum kuruluşları ile bağlantılı olmaları, düzenlenen organizasyonlara katılmaları, elde ettikleri bilgileri güncel tutmaları halinde başarılı olabilecekleri düşünülmektedir.

Çalışmanın Kısıtları

Ülkemizde, uluslararası boyutta faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşu sayısı azdır. Ülkemizde ve dünya literatüründe bu konuda yapılan çalışmaların ve konuyla ilgili sayısal verilerin azlığı, araştırmamızın en önemli kısıtını oluşturmaktadır.

Alan olarak sınırlama, Türkiye’de ESİDEF üyesi olan ve yurtdışı faaliyetlerinde bulunan işletmeler kapsamında ele alınmıştır. Zaman ve maliyet kısıtı sebebiyle veri elde edilen iller birbirine yakın olması tercih edilmiştir.

Ayrıca işletme sahibi ve yöneticilerinin anket sorularına verdikleri cevapların net olmayışı, araştırmanın sağlıklı olması konusunda bir kısıt oluştururken, birçok işletmenin anketi doldurmak istememesi ya da zaman ayırmaması da araştırmanın bir başka kısıtını oluşturmaktadır.

Çalışmada kullanılan anket sorularının, yapılan yazın taramasında çeşitli çalışmalardan elde edilerek araştırmacı tarafından oluşturulması, henüz başka çalışmalarla test edilememesi çalışmanın bir diğer kısıtını oluşturmaktadır.

Welch ve Luostarinen (1988:156), bir işletmenin uluslararasılaşması için ihracat faaliyetlerinin yanında ithalât faaliyetlerinin de düşünülmesi gerektiğini, Grosse ve Fonseca (2012:366), ithalatın, işletmenin uluslararasılaşma faaliyetlerine başlamada önemli bir adım olduğunu, Forsman vd. (2002:4) ithalatın, dışa doğru faaliyetlerin başlamasına cesaret verebileceğini ifade etmesine rağmen, çalışma, teori ve uygulama itibarıyla uluslararası faaliyet kapsamında değerlendirilen ve dış ticaretin önemli bir boyutunu oluşturan ithalât konusunu kapsamamaktadır. Çünkü ithalât yapısı ve özellikleri itibarıyla çok kapsamlı ve ayrı bir çalışma konusu olabilir.

Çalışma Planı

Bu tez çalışması, teorik çatı ve uygulamadan oluşmaktadır. Teorik kısım 3 bölümde ele alınmış olup, tez toplam 4 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde uluslararasılaşma, ikinci bölümde ise sivil toplum ve sivil toplum kuruluşlarına yönelik temel kavramlara yer verilmiş, yazına uygun olarak bir alt yapı kurulmuştur. Üçüncü bölümde, işletmelerin uluslararasılaşmasında sivil toplum kuruluşlarının rolleri ve faaliyetleri açıklanmıştır. Dördüncü bölümde ise bir değişim aktörü olarak sivil toplum kuruluşlarının, işletmelerin uluslararasılaşmasına yön ve güç veren rollerini belirlemeye yönelik uygulama, anket yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın örneklemi, Türkiye’de ESİDEF’e üye olan ve yurtdışı faaliyet gösteren işletmeler arasından seçilmiştir.

İşletmelerin STK aracılığı ile yurtdışı faaliyetlerde bulunma durumları ile işletme verileri arasında farklılık olup olmadığını belirlemek amacı ile T testi ve tek

yönlü varyans analizleri yapılmıştır. STK'ların bir değişim aktörü olarak işletmelerin uluslararasılaşması üzerindeki rollerini belirlemek üzere açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. İşletmelerin STK'ya üyeliğinin aktif olup olmaması durumuna göre STK rollerinden etkilenecek uluslararasılaşma başarısı göstermesi durumunu incelemek üzere çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır.

Araştırmaya İlişkin Çalışmalar

Konuya ilişkin Türkçe ve İngilizce kaynaklar, kapsamlı olarak taranmıştır. Kaynak taramasında kitaptan ziyade yapılan uluslararası akademik makale çalışmalarına önem verilmiştir. Tam metne erişimi olmayan ve sivil toplum kuruluşları, işletmelerin uluslararasılaşması, işletmelerin uluslararasılaşma nedenleri, sivil toplum kuruluşları aracılığıyla uluslararası pazarlara açılma istekleri, uluslararasılaşmada bilgi ve ağ bağlantılarının işletme için önemi ve sivil toplum kuruluşlarının bu konuda faaliyetleri, sivil toplum kuruluşlarının işletmelerin uluslararasılaşmasına yönelik katkılarını kapsamayan makale ve diğer çalışmalar inceleme dışı bırakılmıştır. Yazın taramasında özellikle 2000 yılı ve sonrası yapılan çalışmalar alt sınırı korunarak kaynakta süre kısıtı uygulanmasına rağmen, 2000 yılı altında bulunan tarihli kaynaklar ise, çalışmaya büyük katkı sağlayacağı düşüncesiyle kullanılmıştır.

Araştırma sırasında, anket sorularının araştırma konusuna uygun hazırlanması, teorik çalışmanın uygulama ile tutarlılığı sebebiyle, ticari birliğe üye olan işletmeler ile yüzyüze görüşülerek, sözlü olarak sivil toplum kuruluşu olan ticari birliklerin işletmelere katkıları, işletmelerin karşılaştıkları sorunlar belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca, anket çalışması işletmeler üzerinde yapılacağı için işletmelerin üye oldukları ticari birliğin bağlı olduğu federasyon olan ESİDEF yetkilileri ile faaliyetleri hakkında bilgi edinmek, kendilerine üye olan işletmelerin listesi ve uygulamanın yapılmasına yönelik gerekli izinin alınması için yüzyüze görüşme yapılmıştır. Görüşmelere ve teorik çalışmaya uygun olan sorular hazırlanmıştır. Sorulardan alınan cevaplar doğrultusunda analiz yapılarak, yorumlanmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

İŞLETMELERİN ULUSLARARASILAŞMASINA YÖNELİK KAVRAMSAL

ANALİZ

1.1. ULUSLARARASILAŞMA TANIMI

Bugün dünyada işletmelerin uluslararası hale gelmesi eğilimi her zamankinden daha fazladır. Sadece gelişmiş ülkelerin değil, gelişmekte olan ülkelerin işletmeleri de uluslararası pazarlara doğru giderek artan bir gelişme içindedir. İşletmeler, kendi ülkeleri dışındaki pazarlarda yer almaya başladığında uluslararası nitelik kazanmış olmaktadır (Öztürk, 2006:1). Uluslararasılaşma olgusu, tarihsel olarak çok eskilere dayanmaktadır (Erkutlu ve Eryiğit, 2001:149) fakat işletmenin küresel ölçekte büyümesi ve gelişmesi anlamına gelmesinden dolayı günümüzde, vazgeçilmez bir unsur haline geldiği ileri sürülebilir (Mironov-Duret vd., 2011:85). Uluslararasılaşma, ekonomik gelişme, ülke refahı ve uluslararası itibar için faydalıdır (Ruzzier vd., 2007:16). Aynı zamanda, küreselleşen iş dünyasında varlığını sürdürebilmek ve rekabet avantajları yakalamak için de bir harekettir.

Uluslararasılaşma, bir işletmenin satış hasılatı ya da işlemleri kendi ülkesinin dışından elde edilme derecesini göstermektedir (Elango, 2004:432). Yazında, “uluslararasılaşma” ile ilgili farklı tanımlara rastlanmaktadır. Uluslararası işletmecilik üzerine çeşitli çalışmalar, işletmelerin uluslararasılaşmasını, işletmelerin uluslararası katılımını derece derece arttırdığı bir süreç olarak belirtmişlerdir (Johanson ve Vahlne 1977:23; Johanson ve Vahlne, 1990:11; Janjuha-Jivraj vd., 2012:201). Graves ve Thomas (2006:208) uluslararasılaşma kavramını, “hem gelecekteki uluslararası faaliyetlerin doğrudan ve dolaylı etkisine yönelik daha çok bilinçlenme, hem de başka ülkelerdeki işletmelerle faaliyetler kurma, bu faaliyetleri yönetme süreci” olarak tanımlamaktadır. Cheng ve Joseph Yu (2008:333) ise bu kavramı, “gelecekteki uluslararası faaliyetlerin doğrudan ya da dolaylı etkisinin bilincini arttıran ve diğer ülkelerdeki işletmelerle birlikte çalışmaya başlayan işletmelerin takip ettiği bir süreç”, Mironov-Duret vd., (2011:86), “piyasa ekonomisinin, küresel bir işletme çevresinin varlığı anlamına gelen uluslararası faaliyetlerde işletmelerin katılımını geliştiren bir hedef süreci”, Çavuşgil vd., (2008:108), “uzun bir zaman periyodu üzerinde artırımlı aşamalarda yer alan dereceli bir süreç”, Alexander ve Myers, (2000:342), “iç pazardan küresel pazara hareket”, “faaliyetlerin yayılması” olarak tanımlamaktadırlar.

Melin (1992:101) uluslararasılaşmayı, işletmelerin strateji sürecinin önemli bir boyutu, Ülgen ve Mirze, (2010:317) ise, kurumsal ve temel bir strateji olan büyüme

stratejisi olarak ifade etmektedir. Avrupa Komisyonu (2003:13) uluslararasılaşmayı, ticareti içine alan farklılaştırılmış iş faaliyetleri grubu, sınır ötesi kümelenme, sınır ötesi işbirliği, ittifaklar ya da iştirakler, şubeler ve sadece ihracat ile ilgili olmaktan ziyade yurtdışında ortak girişimler olarak tanımlamaktadır.

İşletmelerin ulusal sınırların dışına faaliyetlerini yayması (Erkutlu ve Eryiğit, 2001:149; Öztürk, 2006:1), sınır ötesi uluslararası faaliyetlere artan katılım süreci (Welch ve Luostarinen, 1988:156) olarak da genel anlamda ifade edilmeye çalışılan uluslararasılaşma, bu tanımlardan da anlaşılacağı üzere bir işletmenin uluslararasılaşması için ihracat faaliyetlerinin yanında ithalat faaliyetlerinin de düşünülmesini gerektirmektedir.

1.2. ULUSLARARASILAŞMANIN NEDENLERİ VE AŞAMALARI

Gelişmiş ülkelerin işletmeleri yanında, gelişmekte olan ülkelerin işletmelerinin de uluslararası pazarlarda yer almaya çalışması, işletmelerin dar bir alan olarak yerel pazarda hareket alanlarının yetersiz olmasından kaynaklanmaktadır. Bunun sebebi, küreselleşmenin etkisi ile sınırı biraz zorlayarak işletmelerin büyümek istemesidir. Böylece işletmeler uluslararası pazarda yer almaya başladığında uluslararası nitelik kazanmış olmaktadır. Bu, ister ihracat yoluyla olsun, ister direkt yatırım ya da lisans anlaşmaları biçiminde olsun fark etmemektedir (Erkutlu ve Eryiğit, 2001:150). Uluslararasılaşan işletmeler, yeni pazar imkânları elde etmeyi ve/veya yeni üretim fırsatları bulmayı amaçlamaktadır (Wang ve Ngoasong, 2012:144). İşletmelerin uluslararasılaşma sürecinden anlaşılan, yerel pazarlarda çeşitli girdi tedarikçileri, müşteri ve tüketicilerle gerçekleştirilen iç ve dış değer zinciri faaliyetlerinin, uluslararası boyuta taşınmasıdır (Ülgen ve Mirze, 2010:310).

Bazı çalışmalar, uluslararasılaşma sürecinde üç belirgin boyut üzerinde durmaktadır. Casillas ve Acedo (2013:19), bu boyutları uluslararasılaşma derecesi, genişliği ve hızı olarak ifade etmektedir. Bir işletmenin uluslararasılaşma derecesi, müşteriler ve üretim faktörleri için yabancı pazarlara bağılılığını ve bu bağılılığın coğrafi dağılımını yansıtmaktadır (Sanders ve Carpenter, 1998:158). Ulaş (2009:19), bir işletmenin ülke dışındaki satışlarının, toplam satışlarına oranı yüksek ise uluslararasılaşma derecesinin yüksek olduğunun kabul edilebildiğini belirtmiştir.

Genişlik boyutu ise, kendi sattığı ya da ürettiği ürün ve hizmetin bulunduğu pazarları ve/veya ülkeyi kapsayan (Welch ve Luostarinen, 1988) işletmenin işini geliştirdiği yerde bulunan mesafe olarak tanımlanır. İşletmenin bulunduğu ülkeler arasındaki fiziksel ve/veya kültürel mesafe ve onun yabancı pazarlarının çeşitlendirilmesi, kendi bağlı ortaklarının sayısı, kendi ürünlerinin ihracatını yaptığı ülkelerin sayısı ile ölçülebilir (Casillas ve Acedo, 2013:19). Hız boyutu için Musteen vd. (2010), hız kavramının belirli hedeflerin başarıldığı zaman içinde bir süre ile ilgili olduğunu ve genellikle belirli bir zaman birimi ve belirli bir değişim arasında bir oran olarak ölçüldüğünü belirtmiştir. Casillas ve Acedo (2013:19), hızın üç çeşidi üzerinde durmuş ve bunları bir işletmenin uluslararası ticari yoğunluğundaki büyümenin hızı, yurtdışında kaynaklara bağımlılıktaki artış hızı ve uluslararası pazarlarda genişliğin değişim hızı olarak belirtmiştir.

1.2.1. Uluslararasılaşma Nedenleri

Rakiplerine karşı avantaj sağlamak, başarılı olmak isteyen ya da yaşamını devam ettirmek amacıyla bir takım gelişme ve ilerleme faaliyetlerini yerine getirmeyi zorunlu olarak kabul eden işletmelerin yurtdışı pazarlara açılması kaçınılmazdır. Bu durumda işletmelerin yurtdışı pazarlara açılmasını sağlayan ya da zorunlu kılan pek çok neden bulunmaktadır. İşletmelerin uluslararası pazarlara açılması, işletmenin bulunduğu ulusal pazardan ve ülkeden kaynaklanmasının yanında işletmeyi yurtdışına çeken bir takım nedenlerden kaynaklanmaktadır. Bu nedenler, itici nedenler ve çekici nedenler olarak iki şekilde incelenmektedir. İtici nedenler, daha çok işletmelerin çevresinden gelen ve işletmeleri uluslararası pazarlara açılmaya zorlayan nedenlerdir (Demirci ve Aydemir, 2008:80) ve işletmenin yerel pazarda karşılaştığı ve algıladığı zorluklar neticesinde yurtdışı pazarlara açılmasına sebep olur. Çekici nedenler ise, işletmeyi yurtdışına çeken, yurtdışı pazarlarda bulunan uygun fırsatlardır (Ulaş, 2009:11; Mironov-Duret vd., 2011:86; Öztürk, 2006:26). Uluslararası pazarlara giriş altında yatan motivasyonlar, iç pazarlarda rekabet yoluyla büyüme ve ulaşılamaz kârlar gibi stratejik hedeflerden kendi ulusal sahalarında yabancı rakiplerin ilgisini çekme gibi rekabetçi nedenlere kadar çeşitlilik gösterebilir (Datta vd., 2002:85). Korsakienė ve Tvaronavičienė (2012:298) ise, bu nedenlerin işletmelerin uluslararasılaşma aşamasına

bağlı olarak farklılık gösterebileceğini ifade etmektedir. Bu nedenler tablo 1’de özetlenmiştir.

Tablo 1.1: İşletmelerin Uluslararası Pazarlara Açılma Nedenleri

Çekici (Proaktif) nedenler	İtici (Reaktif) Nedenler
Kâr	Ulusal ve uluslararası rekabetin yurt dışına açılma yönünde işletmeye baskısı
Eşsiz bir ürüne sahip olma	Ulusal pazarda eritilemeyen üretim fazlasının varlığı
Teknolojik üstünlüğe sahip olma	Ulusal satışların düşüş göstermesi
Özel bir bilgiye sahip olma	İşletmenin atıl kapasiteye sahip olması
Yurtdışına açılmada kararlılık ve yönetimin desteği	Ulusal pazarın doygunluğa ulaşmış olması
Dış pazarlarda vergi vb. mali avantajların varlığı	Yabancı müşterilere ve bağlantı noktalarına yakınlık
Ölçek ekonomisini yakalama isteği	

Kaynak: Czinkota ve Ronkainen, 1993:248; Demirci ve Aydemir, 2008:76

Yukarıdaki tabloda yer alan itici nedenlere ek olarak Ulaş, (2009:12), ücretlerin yüksek olması, diğer sosyal hakların gelişmiş olması, vergi mevzuatı, vergi yükünden kaçmak, dış ticaret politikasından da bahsetmektedir. İç pazarda üretim ve talep koşullarının sezonluk olması endüstriye özgü olabilir ve bu durum dış pazarları araştırmak için sürekli bir dürtüdür (Öztürk, 2006:31). Ülkelerin ekonomik faaliyetlerinin serbestleşmesiyle, ticarete engellerin azalması, küresel rekabetin artması, üretim maliyetlerini düşürme isteği, küresel medya sayesinde ihtiyaç ve isteklerin benzeşmesi ve Avrupa Birliği gibi bölgesel bütünleşmelerin oluşması da çekici nedenler arasında yer almaktadır (Ulaş, 2009:14).

İşletmelerin uluslararası alanlara açılması ve bu alanlarda genişlemesi ile ilgili olarak, Çavuşgil vd. (2008:16-18) tarafından belirtilen nedenleri aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür:

- Pazar çeşitlendirilmesi yoluyla büyüme için fırsatlar arama,
- Daha yüksek marjlar ve kâr elde etme,
- Üretim, hizmet ve iş yöntemleri hakkında yeni düşünceler elde etme,
- Yurtdışında yerleşik bulunan temel müşterilerine daha iyi hizmet etme,

- Kaynak tedariğine yakın olma, küresel kaynak avantajlarından yararlanma ya da ürünlerin kaynak esnekliğini elde etme,
- Düşük maliyete veya daha değerli üretim faktörlerine erişme,
- Tedarik, üretim, pazarlama ve AR-GE’de ölçek ekonomileri geliştirme,
- Yerel pazarda rekabetin büyümesini önleme ya da daha etkili uluslararası rakiplerle karşılaşma,
- Yabancı bir ortak ile tatmin edici bir ilişkiye yatırım yapma.

İşletmelerin uluslararası pazarlara açılma isteğinin temelinde, uluslararası pazarlardaki fırsatları araştırma ve bu fırsatlardan yararlanma dürtüsünün yanı sıra, uluslararası rekabete yanıt verme ve uluslararası pazarlardan gelen tehditlerle başa çıkma dürtüsü yer almaktadır (Demirci ve Aydemir, 2008:75). Dolayısıyla, işletmelerin yurtdışı faaliyetlerde bulunma nedenleri, işletmenin başarı ve gelişme durumuna göre değişmektedir. Bazı işletmeler, kendilerini geliştirme, yenilikleri takip etme ve ilerleme konusunda istekli olup, bu istek doğrultusunda küresel düzeyde ilerleme göstermek için uluslararası faaliyetlere katılırken, bazı işletmeler ise rakiplerinin, yurtiçi ve yurtdışı pazar durumuna bağlı olarak ya da bulundukları ülkenin hukuki, ekonomik, kültürel ve siyasal yapısı sebebiyle uluslararası faaliyetlere istekleri doğrultusunda katılmaktan ziyade zorunlu olarak katılım sağlamaktadır.

1.2.2. Uluslararasılaşma Aşamaları

İşletmelerin, uluslararası faaliyetlere katılmaya yönelik düşünceye sahip olmaları ile birlikte yurtdışına yönelik yaptıkları her türlü faaliyet uluslararasılaşma ile ilgilidir. Dolayısıyla işletme, her ne durumda olursa olsun, uluslararası faaliyetlerde bulunduğu sürece uluslararasılaşma süreci içinde bulunmaktadır. Uluslararasılaşma çeşitli aşamalardan oluşan bir süreç olmakla birlikte, her işletmenin bu süreçte aynı aşamalardan geçmesi (Ulaş, 2009:19) ve her aşamayı aynı sürede tamamlamaları (Mutlu, 2005:86) beklenmemektedir. Uluslararası faaliyetlerde işletmelerin katılımı elde edilen bilgi ve yapılan bağlılıkların miktarına bağlı olan belirli adımları izlediği kabul edilmiştir (Forsman vd., 2002:3). Eriksson vd. (1997:338), uluslararasılaşma sürecinin riski ve kaynak yatırımını da gerektirdiğini ifade etmektedir.

Johanson ve Wiedersheim-Paul (1975:307) araştırmalarında uluslararasılaşma sūrecini dōrt temel aşama kapsamında ele almıştır. Bu aşamalar aşağıda sıralanmıştır:

- Dūzenli olmayan ihracat faaliyetleri,
- Bağımsız temsilciler yoluyla ihracat,
- Yabancı pazarda satış biriminin kurulması,
- Yabancı pazarda ūretim / imalat.

Johanson ve Wiedersheim-Paul (1975), yukarıda bahsedilen ařamalara gōre, iřletmenin uluslararasılařma sūrecinde ilk ařamayı ihracat faaliyetleri olarak gōstermektedir. Ancak, çalıřmalarındaki temel varsayımları, iřletmenin ilk olarak iç piyasada geliřtiğı ve uluslararasılařmanın bir dizi artan kararların sonucu olmasıdır (Johanson ve Wiedersheim-Paul, 1975:306). Çavuřgil vd. (2008) tarafından ūne sūrūlen ařamalarda ise, iřletmenin, uluslararasılařma sūrecinde ilk ařama olarak yurtdıřı faaliyetlere bařlamadan ūnce ulusal pazarlarda faaliyette bulunmasından bahsetmektedir.

Çavuřgil vd. (2008)'e gōre uluslararasılaşma, beř aşamada incelenmiştir. Bu aşamaları aşağıdaki şekilde sıralamak olanaklıdır (avuřgil vd. 2008:10; Gankema vd., 2000:17; Őztūrk, 2006:13):

- Ulusal pazarlama aşaması,
- İhracat ūncesi ařama,
- Deneysel ilgilenim aşaması,
- Aktif ihracat aşaması ve
- İhracata adanma aşamasıdır.

Phatak (1989), bir işletmenin ūrūnlerinden biri hakkında yabancı bir işletmeci ya da bağımsız yerli bir dış-alım satım işletmesi tarafından bilgi istendiğı zaman başlayan ilk aşama olarak “dış talep aşaması”, işletmenin dış satışı artmaya devam ettiğı takdirde, yōneticilerin, dış satış faaliyetlerini kendi yōnetim ve kontrolleri altına almalarına karar vermelerini ifade eden “dış satış yōneticisi”, dış satışın artmaya devam etmesiyle tam kadrolu bir dış satış bōlūmū kurulmasını ifade eden “dış satış bōlūm ve doğrudan satış”, dış satışın daha da artması ile satış şubeleri kurulmasını gerektiren “satış şubeleri ve bağılı kuruluşlar”, işletmenin yabancı piyasalardan bir ya da bir

kaçında montaj faaliyetine başlayacağını ifade eden “dış ülkelerde montaj”, “dış ülkelerde üretim” olarak uluslararasılaşmayı altı aşamada incelemiştir.

Diğer ülke ya da ülkelerde ürünlerini ya da hizmetlerini satmak için düzenleme ya da değişimle uluslararası faaliyetler içine girme, yerel ya da ulusal bir pazarda bir işletmenin giriş aşamasında gelişebilmesini beklemek mantıklıdır. Plansız ihracat, ihracatın olmaması ya da nadiren olmasıyla bir başlangıç noktasından işletme daha fazla odaklandığı yabancı pazarları devam ettirmeye karar verebilir. İşletme büyüdükçe ve yurtdışı pazar fırsatlarını deneyim yoluyla daha fazla görüp daha fazla anladıkça, işletme bir yurtdışı satış iştiraki gibi kendi altyapısını kurmayı tercih edebilir. Zincirde son olarak, yurtdışı pazar yeterince önemli ya da çekici olursa, işletme bu pazarda kendi üretimini kurabilir (Grosse ve Fonseca, 2012:367; Çavuşgil, 2008:110; Eriksson vd., 1997:342).

Adımların bu sırası hızlı ya da yavaş olabilir ve uluslararasılaşmaya yol açabilir ya da yol açmayabilir. İşletmeler, kendi faaliyetleri ile yurtdışı fırsatlarını öğrenme, ulusal alternatiflerle bilgiyi karşılaştırma ve sonra eyleminin bir sonucu olarak ulusal sınırları aşmayı gerçekleştirmektedir (Grosse ve Fonseca, 2012:368). Yerel pazar geliştirme ötesine gitmeye ihtiyaç duyulduğu zaman, genişleme, genel olarak yerel pazara yakın yerlerde bulunan müşterilere satış yoluyla başlatılır (Hallén ve Wiedersheim-Paul, 1993:291; Forsman vd., 2002:3; Cuervo-Cazurra, 2011:428). Genellikle, işletmeler bir aracı yoluyla bir ülkeye ihracatı başlatır, sonra bir satış iştiraki kurar ve sonunda, bazı durumlarda ev sahibi ülkede üretimi başlatır (Johanson ve Vahlne, 1977:26). Ayrıca, bir işletme önemli bağlılığın gerekmediği giriş biçimleri ile başlamak eğilimindedir. Bundan dolayı, araçların ya da doğrudan satışın kullanımı, uluslararasılaşmanın ilk aşamasında çok yaygındır. (Forsman vd., 2002:3). Forsman v.d. (2002:3) ve Grosse ve Fonseca (2012:366), ithalatın, işletmenin uluslararasılaşma faaliyetlerine başlamada önemli bir adım olduğunu da ifade etmektedir. Böylece, ithalat faaliyetlerinde kurulan ilişkiler ve toplanan bilgiler, işletmenin ihracat faaliyetlerinde bulunacağı zaman kullanılabilir. (Forsman vd., 2002:3).

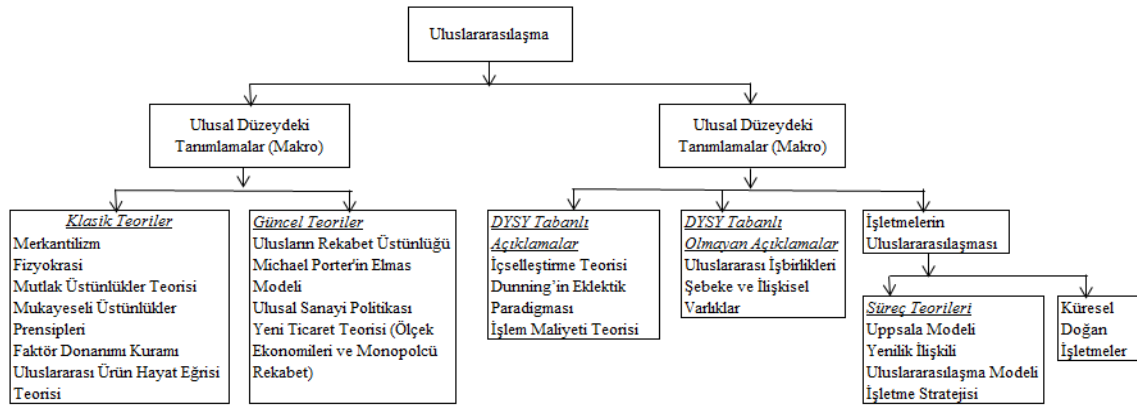
Dunning (1993) ise, uluslararasılaşmayı, “ihracat aşaması”, “doğrudan satış ve pazarlama aşaması”, “yabancı üretim aşaması”, “yeni yabancı üretim aşaması” ve “bölgesel ya da küresel entegrasyon aşaması” olarak beş aşamada açıklamıştır.

Johanson ve Mattson (1988) da farklı bir yönden “erken başlayan”, “geç başlayan”, “yalnızca uluslararası”, “diğerleri arasında uluslararası” olarak uluslararasılaşmanın dört aşaması üzerine durmuştur. Yazında farklı aşamalarla incelenmekte olan uluslararasılaşma süreci aşamaları, işletmenin faaliyet alanı, gelişme ve ilerleme isteği, ihracat ve ithalat durumu, büyüklüğü ve küçüklüğü, yabancı ülkelerde çekici özelliklere göre değişim göstermektedir.

1.3. ULUSLARARASILAŞMA SÜRECİ TEORİLERİ

İşletmelerin yabancı pazarlara giriş biçimini belirleyecekleri stratejilerle bağlantılı olan çeşitli teoriler geliştirilmiştir. Bu farklı teoriler, farklı uluslararasılaşma aşamalarına göre farklılık göstermektedir. Aynı zamanda teoriler, giriş biçimi seçiminde çeşitli faktörlerin göreceli önemi hakkında farklı varsayımlar sunmaktadır (Datta vd., 2002:87). Bu teorilerin, Çavuşgil vd. (2008:95) tarafından yapılan sınıflandırması Şekil 1.1’de gösterilmektedir.

Şekil 1.1: Uluslararasılaşma Yaklaşımlarının Sınıflandırılması



Kaynak: Çavuşgil, Knight ve Riesenberger, 2008:95.

Yapılan araştırmalarda uluslararasılaşma teorilerinin farklı sınıflara ayrıldığı da gözlemlenmiştir. Bunlardan birisi teorilerin genel olarak statik ve dinamik olarak iki gruba ayrılmasıdır. Statik teoriler, çok uluslu işletmelerin nasıl ortaya çıktıklarını açıklarken, dinamik teoriler ise uluslararasılaşmayı, birbirini izleyen aşamalardan oluşan bir süreç olarak gördüğünü ifade etmektedir (Ulaş, 2009:17). Bunun dışında ekonomik

ve süreç yaklaşımı olarak de ele alındığı görülmüştür (Demirci ve Aydemir, 2008:86). Süreç yaklaşımı davranışsal yaklaşım olarak da adlandırılmaktadır. Bu çalışmada, uluslararasılaşma teorileri, ekonomik ve davranışsal yaklaşım olarak incelenmekte, küçük ve orta ölçekli işletmelerin uluslararasılaşmasına yönelik teorik bakış açılarına önem verilmektedir.

1.3.1. Ekonomik Yaklaşım

Ekonomik yaklaşım, pazarı ve işletmeyi analiz ederek, işletme için en uygun uluslararasılaşma yöntemini belirlemeyi salık vermektedir (Demirci ve Aydemir, 2008:86). Yazında genel olarak en çok üzerinde durulan ekonomik yaklaşımlar kısaca şu şekilde ele alınabilir:

- Monopolcü Üstünlük Teorisi
- Ürün Yaşam Döngüsü Teorisi
- İşlem Maliyeti Teorisi
- İçselleştirme Teorisi
- Eklektik Teori
- Kaynak Temelli Teori

Aynı zamanda, ekonomik yaklaşımlar içinde incelenen monopolcü üstünlük teorisi, içselleştirme teorisi ve eklektik teori, işletmenin yurtdışına girmesinde önemli bir strateji olan doğrudan yabancı yatırım için, bilimin sağladığı üç önemli teoridir (Çavuşgil vd., 2008:111).

1.3.1.1. Monopolcü Üstünlük Teorisi

Ekonomik yaklaşımlardan birincisi olarak ele alınan teori, monopolcü üstünlük teorisidir. Monopolcü üstünlük teorisi, bir işletmenin isteği açısından bakıldığında, dış pazarlarda kendine özgü avantajlardan yararlanması için uluslararasılaşmayı açıklamaktadır (Datta vd., 2002:87). Bu teori bir uluslararasılaşma stratejisi olarak doğrudan yabancı yatırım kullanan işletmelerin onları yabancı rakiplere göre tekeldi gücün bir ölçüsünü veren belirli kaynakları ve yetenekleri kontrol eğiliminde olduğunu göstermektedir. Bu tekel gücü ortaya çıkan avantajlar, bu pazarlarda rekabette olan

yerel işletmelerden daha kârlı yabancı bağlı ortaklıkları çalıştırmaya çok uluslu işletmelere olanak sağlar. Teorinin, başarılı olmak için temel bir varsayımı, birçok uluslu işletmenin dış pazarlarda yerel işletmelerin üzerinde tekelci avantajlara sahip olması gerektiğidir. Buna ek olarak, işletme onları içselleştirerek kendisine bu avantajları tutmak zorundadır. Bu avantajlar, onun üretiminin yerinden ziyade çok uluslu işletmeye özgüdür, çok uluslu işletmeye aittir ve rakipleri tarafından kolaylıkla kullanılamaz (Çavuşgil vd., 2008:112). İşletmeler monopolistik üstünlüğe sahip olduklarında, kendi ülkelerinden başka bir ülkede tam sahipliği sürdürecektir şekilde doğrudan yatırım yapmaktadır (Ulaş, 2009:40).

Başlangıçta Hymer (1960) tarafından önerilen bu teori, daha sonra Kindleberger (1969) tarafından genişletilmiştir (Datta vd., 2002:87). Stephen Hymer'in doktora tezi, yurt dışında yatırım varlıklarının kontrolü ile ilgili belirli kararlarda, uluslararasılaşmayı açıklamak için ilk sistematik çabalardan biri olarak kabul edilmiştir (Buckley, 2002; Dunning ve Lundan, 2008; Datta vd., 2002). Doktora tezinde, Hymer doğrudan yabancı yatırımın iki önemli belirleyicisini vurgulamıştır. Birincisi, rekabetin kaldırılması, diğeri ise bazı işletmelerin belirli faaliyetlerde sahip olduğu avantajlardır (Horaguchi ve Toyne, 1990). Datta vd. (2002:87) ise, Hymer'in işletmelerin dış pazarlarda varlıklarını kontrol edebilme nedenini açıklamak için kârı maksimize etmenin birleştirici amacından ortaya çıkan dört özel neden sunduğunu ifade etmektedir. Bunlar; işletme yatırımlarının güvenliğini sağlamak; piyasa koşullarında rekabetçi bir çatışmayı ya da rekabeti azaltmak; işletmenin üstün avantajlardan yararlanması ve çeşitlendirmedir.

Hymer için, çok uluslu işletmelerin varolması, monopolistik nedenlerden dolayıdır (Horaguchi ve Toyne, 1990:490). Bundan dolayı Hymer'in amacı, mevcut çokuluslu işletmelerin faaliyetlerini değerlendirmekten çok, ulusal işletmelerin neden ülke dışına gittiklerini araştırmak olmuştur (Ulaş, 2009:20). Hymer (1960) çokuluslu işletmelerin, üstün üretim süreçleri, markalaşmış olma, farklılaştırılmış ürünler, örgütsel kabiliyetler ya da patenti tutulan teknolojiler şeklinde bulunan üstün bilgiye sahip olduğunu ileri sürmüştür (McDougall vd., 1994:473). En önemli tekelci üstünlük, dış pazarlarda yerel rakipleri karşısında rekabet avantajı sağlayan çok uluslu işletme tarafından sahiplenilen maddi olmayan duran becerileri içeren üstün bilgidir. Üstün,

özel bilgi çok uluslu işletmelerin müşterilerine benzersiz bir değer sağlayan farklılaştırılmış ürünler oluşturmaya olanak sağlar (Çavuşgil vd., 2008:112).

Patentli üründen küçük bir farklılıkla benzer ürünlerin üretilebilmesi işletmelerin bir anlamda monopolistik üstünlüğe sahip olmaları gerçeğini ortadan kaldırmış ve bu da Hymer'ın varsayımının sonunu getirmiştir (Ulaş, 2009:40).

1.3.1.2. Ürün Yaşam Döngüsü Teorisi

Vernon tarafından 1966'da ileri sürülmüştür. Uluslararası ürün yaşam döngüsü teorisi, ürünün yaşam döngüsünde bulunduğu aşamaya bağlı olarak uluslararasılaşma ile dış pazarlara teknoloji transferi yapılarak ürünün yaşam döngüsünün uzatılabileceğini ileri sürmektedir (Demirci ve Aydemir, 2008:87). Ürün yaşamında üç aşama; başlangıç, büyüme ve olgunluk aşamalarıdır. Yeni bir ürün önce gelişmiş ülkede piyasaya çıkmakta, sonra ihraç edilmekte, yabancı şubelerde üretim yapılmakta ve o ürünün olgunlaşması ve rekabeti maliyet temelli hale getiren pazarları korumak için dünyada maliyetlerin düşük olduğu yerlerde doğrudan yabancı yatırımlar yapılmaktadır (Ülgen ve Mirze, 2010:313; Ulaş, 2009:28; McDougall vd, 1994:474).

1.3.1.3. İşlem Maliyeti Teorisi

İşlem maliyeti teorisi, verimlilik mantığı üzerine yapılandırılmıştır. Belirli bir işlem için uygun yönetim yapısını önermekte ve toplam işlem ve üretim maliyetlerini minimize etmeye çalışmaktadır (Datta vd., 2002:87). İşlem maliyeti teorisi, işletmelerin ortak girişim stratejisiyle mi yoksa tamamen kendilerine ait yan kuruluş açarak mı uluslararası pazara gireceklerini açıklamaktadır. Yatırım yapan işletmenin kaynaklarını tamamlama ihtiyacı varsa, bu kaynakları pazarda satın alması çok maliyetli olacaksa, yan kuruluş açmak yerine ortak girişim stratejisini tercih etmektedirler (Ulaş, 2009:23).

Çokuluslu işletmelerin, yatırım ortaklıkları kurmasının iki önemli nedeni olduğu belirtilmektedir. Bunlardan birincisi, çokuluslu işletmenin, yatırımın başarılı olmasını sağlayacak bazı kapasite ya da yeteneklere sahip olmamasıdır. Burada ifade edilen nokta, coğrafi farklılaştırmaya giden fakat yeni pazarda rakipleriyle yarışabilmek için yeterli yönetim bilgisine sahip olmayan çokuluslu işletmelerin yatırım ortaklığı

kurma yolunu seçmeleridir. İkinci neden ise, çokuluslu işletmenin yerel işletmenin sahip olduğu belirli bazı kaynaklara ihtiyaç duymasıdır. Bu ihtiyaçlar, yerel pazar hakkında pazarlama bilgisi ya da diğer çevresel unsurlardan oluşmaktadır. Yatırım ortaklığının kurulması sırasında, yerel ortağın çokuluslu işletmeye sağladığı önemli katkının, yerel Pazar hakkında bilgi olduğu belirtilmektedir. Yatırım ortaklıkları, bilgi ihtiyaçlarını ekonomik bir şekilde karşılamaya çalışmaktadır (Eren ve Samsunlu, 2003:75).

1.3.1.4. İçselleştirme Teorisi

İçselleştirme teorisi, işlem maliyeti teorisi gibi verimlilik mantığı üzerine yapılandırılmıştır. Bundan dolayı işlem maliyeti teorisinin bir çeşidi olarak görülebilir (Datta vd., 2002:87). Teori, işletmeleri faaliyetlerini sergilemek için en az maliyetli yerleri tercih etmeleri ve işletmelerin bir noktaya kadar pazarları içselleştirerek büyümeleri olarak iki gerçeklik üzerine kurulmuştur (Buckley, 1988:181-182). Uluslararası pazarların risk içermesi, hükümet tarafından ortaya çıkan kısıtlamalar, kendine özgü bilginin elde tutulması ya da gerekli bilginin elde edilmesi çabalarından dolayı işletmeler, doğrudan yabancı yatırım yaparak içselleştirmeye yönelirler (Eriksson vd., 1997). Böylece, ulusal sınırların ötesinde mal ve hizmet faktörünün transferini içselleştirmesiyle yüksek kazançlar elde etmek için piyasa eksikliklerinin işletme için oluşturduğu fırsatlardan dolayı çok uluslu işletmelerin varolması olarak açıklanabilir (McDougall vd., 1994: 477). Teori, bir işletmenin kendine özgü bilgisini kaybetme tehlikesi ne kadar büyükse (örneğin benzersiz yetenekler), içselleştirme işlemleri için o kadar teşvik edilmekte olduğu önermesine dayanır (Datta, vd., 2002:88).

İçselleştirme teorisi işletmelerin dış ortaklar ile ilgili ve yurtdışı faaliyetler üzerinde daha fazla kontrol sağlayan dezavantajları en aza indirmek, işletme içinde bir veya daha fazla değer zinciri faaliyetlerini kazanma ve koruma sürecini açıklamaktadır (Çavuşgil vd., 2008:114). Beamish (1988), içselleştirme çerçevesi içinde, uluslararası yatırım ortaklıklarının kullanılması üzerinde durmuştur. Beamish, tam mülkiyete sahip ikincil işletmelerin kuruluş maliyetinin çok düşük olmasına rağmen, uzun vadeli ortalama maliyet açısından işletmelerin maliyetinin yatırım ortaklıklarından çok daha fazla olabileceğini ifade etmiştir. Bunun nedeni ise pazar, ekonomi, politika ve kültür

hakkında bilgi elde etmek için gösterilen bağımsız çabaların maliyeti olarak belirtilmektedir (Eren ve Samsunlu, 2003:75).

1.3.1.5. Eklektik Teori

Eklektik teoride uluslararasılaşma, mülkiyet, yerleşim ve içselleştirme avantajı olarak üç faktörden kaynaklandığı görünmektedir (Dunning 1988; 2000; Çavuşgil vd., 2008:114) ve bu avantajların birleşimiyle ülke dışında üretim tesisi kurma kararı açıklanmaktadır (Ulaş, 2009:24). Dunning (1988), mülkiyet avantajları üç şekilde ele almaktadır. Birincisi, bir işletmenin, aynı yerde başka bir üretici üzerindeki mülkiyetini içermektedir. Mülkiyet avantajının ikinci ve üçüncü şekli, pazar gibi örgütsel mekanizmalardan daha iyi tamamlayıcı faaliyetler arasındaki etkileşimi koordine etmek için girişim yeteneğinden kaynaklanmaktadır. İkinci avantaj, aynı yerde tekrar üreten ulusal bir işletmenin bir dalının tekrar bir girişim gerçekleştirmesi ya da mevcut bir işletme üzerinden yeni bir ürün alanına girmesidir. Üçüncü mülkiyet avantajı ise, özellikle çok uluslu bir işletmeden ortaya çıkan ve diğer iki mülkiyet avantajının uzantısıdır.

Yerleşim avantajı, işletmenin yatırımını nereye yapacağını belirleyen avantajlardır. Yatırım yapılan ülkedeki üretim faktörlerinin miktarı ve kalitesi, pazarın büyüklüğü ve yapısı, ulaşım ve telekomünikasyon maliyetleri, dil, kültür, geleneklere yönelik farklılıklara çözümler ya da yakınlıklar, yatırım yapılan ülkenin yabancı girişimciye karşı genel olarak tutumu, ticari, hukuki, eğitim, ulaşım ve iletişime yönelik altyapı sağlanması yerleşim avantajlarının bazılarıdır. İşletmeler, içselleştirme ile uluslararasılaşma stratejilerinin birleştirilmesiyle doğrudan ya da dolaylı olarak büyüme girişiminde bulunmaktadır. Bu değerlendirme, Dunning'in yerleşim avantajında doğal kaynak arama, pazar arama, verimlilik arama ve stratejik değerler arama olan dört kaynağa bakılmasını gerektiren eklektik paradigması ile ilişkilidir (Wang ve Ngoasong, 2012:144).

İçselleştirme avantajları ise, çokuluslu işletmelerin elinde bulundurduğu varlıklarını ev sahibi ülke işletmelerine kiralamak veya satmak yerine kendisinin kullanmasının daha kârlı olduğu durumları ifade eden avantajlardır. Arama ve pazarlık

maliyetlerinden kaçınmak, alıcı belirsizliği ve pazar başarısızlığına karşı korumak gibi avantajlar örnek olarak verilebilir (Dunning, 1988:27).

1.3.1.6. Kaynak Temelli Teori

İşletmenin, yurtdışı pazarlara açılmasında belirleyeceği giriş biçimi için uygulayacağı stratejilerin bir motivasyonu olan kaynak tabanlı görüş, işletmenin benzersiz kaynakları ve yetenekleri ile ilgilidir. Bunun yanında, işletmenin sahip olduğu bu yetenekler ve benzersiz kaynakları, rekabet avantajı sağlama konusunda da korumaları gerektiğini vurgulamaktadır (Datta vd., 2002:87; Demir ve Aydemir, 2008:86). Bu teoride, işletmelerin başarı ve başarısızlıklarının nedenleri, belirli kaynakların farklı yapısı, benzersizliği üzerinde durularak açıklanmaya çalışılmıştır (Ulaş, 2009:26). Kaynak tabanlı görüşün temel bir prensibi, sürekli rekabet avantajının, değerli, nadir, eşsiz, ikame edilemez olan işletmenin heterojen ve hareketsiz kaynaklarından ortaya çıktığıdır. Bir sanayi içinde işletme performansının farklılığı, rakipleri tarafından taklit edilemez ya da kolayca ikame edilemez, işletmenin kendine özgü kaynaklarından dolayıdır (Graves ve Thomas, 2006:209). Rekabet avantajı sağlamak için kaynakların, değerli ve nadir olması gerektiğini vurgulayan Sirmon ve Hitt (2003:340), kaynakların tek başına sürdürülebilir bir rekabet avantajı oluşturma olasılığı olmadığını, bunun yerine kaynakların, üretim değeri için uygun olarak yönetilmesi gerektiğini ifade etmektedir.

1.3.2. Davranışsal Yaklaşım

Uluslararasılaşmanın davranışsal teorileri, ekonomik açıklamalara alternatif bir bakış açısı olarak ortaya çıkmıştır. Bakış açısı, büyük ölçüde ekonomik varsayımların eleştirel sınırlarından geliştirilmiş olsa da, bu sadece onlara bir eleştiri sağlamak olarak görülmemelidir. Aksine, uluslararasılaşmayı daha iyi anlamada yeni ve farklı bakış açısını kapsamaktadır. Davranışsal teorilerin temeli, ekonomik insanı davranışsal insanla değiştiren örgütsel teoriye (Demirci ve Aydemir, 2008:86), işletmenin büyüme teorisine, işletmenin davranış teorisine ve bir işletmenin uluslararasılaşmasının artan bir süreç olduğunu ifade edilmesine dayanmaktadır (Eriksson vd., 1997:340). Lin vd. (2011:84), davranışsal teorinin vurguladığı işletme davranışının temel unsurlarını, (1)

performans, (2) durgunluk (Belirli bir çıktı üretmek için gereken toplam kaynaklar ve asgari kaynaklar arasındaki fark), (3) istekleri (istenilen performans seviyesi) (4) beklentileri (gerçek performansın beklenen düzeyi), (5) risk (belirsizlik) ve (6) örgütün büyüklüğü olarak ifade etmektedir.

Bu bakış açısı altındaki başlıca teoriler Uppsala Teorisi, Yenilik Bağlantılı Teoriler ve Ağ yaklaşımı'dır.

1.3.2.1. Uppsala Teorisi

Uppsala teorisi, işletmenin uluslararasılaşma seviyesini tanımlayan farklı adımlar içermektedir. Bu adımlara göre, başlangıçta işletmenin düzenli ihracatı yoktur. Teoriye göre, bir işletme genel olarak bir yabancı ülkeye doğrudan ihracat yoluyla uluslararasılaşma sürecini başlatır. Daha sonraki zamanlarda, işletme yabancı bağımsız temsilcilerin yardımıyla ihracatı başlatır. Bu aynı zamanda dolaylı ihracat olarak da adlandırılır. İzleyen aşama, yabancı bir ülkede bağlı ortaklıklarla satış geliştirmektir. Dördüncü ve son aşamada ise işletme yurt dışında bir üretim / imalat tesisi kurar (Johanson ve Wiedersheim-Paul 1975; Johanson ve Vahlne 1977). Bundan dolayı, teorinin temel varsayımı, sonraki girdiyi oluşturan etkinliklerin bir döngüsü olmasıdır. (Forsman vd., 2002:2; Johanson ve Vahlne, 1977:26).

Uluslararasılaşma süreci, genellikle Uppsala modelinin artan aşamalarını takip etmektedir (Wang ve Ngoasong, 2012:144). Temel nedeni yenilik modelleri sadece küçük işletmelere uygulanabilirken, Uppsala modelinin her boyutta işletmeler için geçerli olduğunun kabul edilir olmasıdır (Eriksson vd., 1997:340). Böylece modelin daha geniş kullanım alanı bulunmaktadır.

Johanson ve Vahlne 2009 yılında yaptıkları çalışmada, Uppsala uluslararasılaşma süreci modeli üzerinde 1977 yılından bu yana yapılmış uygulamaları ve teorik gelişmelerdeki değişiklikler ışığında yaptıkları yeniden değerlendirme sonucunda ağ konumunda güven oluşturma ve bilgi elde etmeyi eklemişlerdir (Johanson ve Vahlne, 2009:1411).

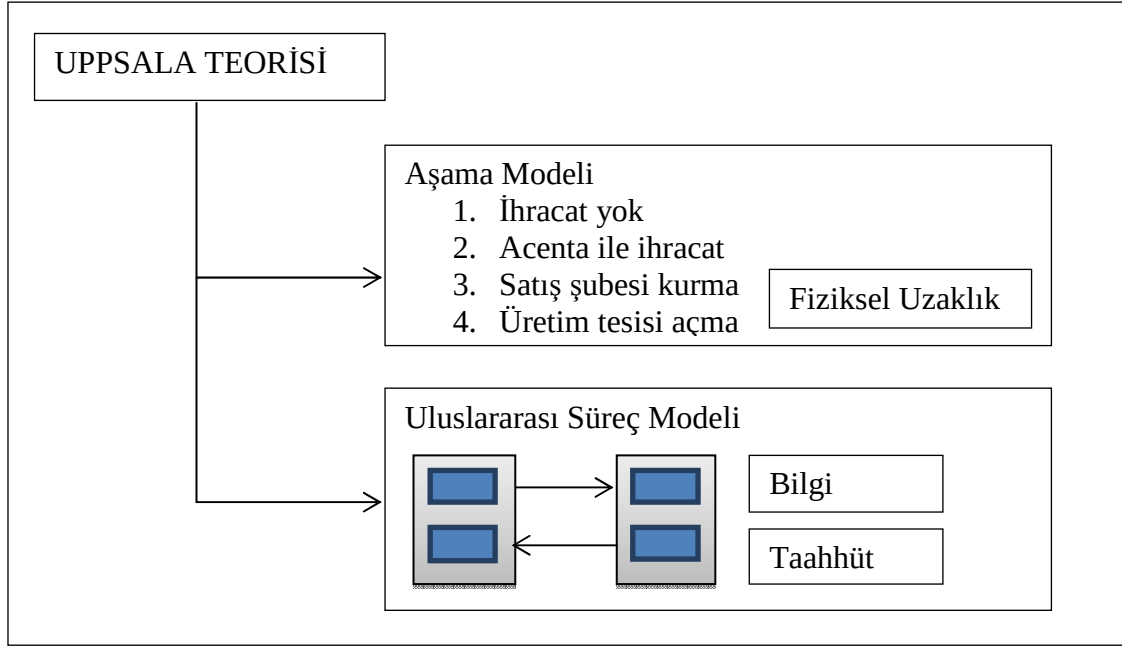
Feldhusen vd. (2006:15) ve Ulaş (2009:31), Uppsala modelinin gerçekte iki farklı modelden oluştuğunu, birincisinin 1975 yılında Jan Johanson ve Finn

Wiedersheim-Paul tarafından geliştirilen "Aşama modeli", ikincisinin ise, 1977 yılında, Jan Johanson ve Jan-Eric Vahlne tarafından geliştirilen "Uluslararası Süreç Modeli" olduğunu ifade etmektedirler. Aşama modeli ve uluslararasılaşma süreç modeli, aynı konuyu açıklamasına ve birbirine çok yakın olmasına rağmen, çeşitli noktalarda birbirinden ayrıldıkları nokta vardır. Uppsala modeli belirli dış pazarlar hakkında deneyimsel bilgi edinme ile bağlantılı olan kendi kendini güçlendiren mekanizmalar ile kademeli bir yörüngede dolaylı olarak bağlantı kurmak (Eriksson vd., 2000:309; Araujo ve Rezende, 2003:724) olarak hem dış pazar bilgisi, hem pazar bağlılığı ile ilgilenmekte ve bu faaliyetleri aşamalı olarak gerçekleştirmektedir. Bundan yola çıkarak, Uluslararası aşama modeli"nde fiziksel uzaklık önemli bir değişken iken, "Süreç modeli"nde bağlılık ve bilginin önemi vurgulanmaktadır.

Johanson ve Vahlne (1977) aşamalı modelin, yöneticilerin uluslararasılaşmaya yönelik bilgilerinin eksik olduğunu varsaydığını, bu durumun, işletmelerin uluslararasılaşmak için yöneticilerin doğrudan yabancı pazar hakkında derece derece öğrenmelerini gerektirdiğini vurgulamaktadır.

Aşama modeli işletmelerde uluslararasılaşmayı, yoğunluğu giderek artan ve birtakım kararlar serisini içeren faaliyetler zinciri olarak açıklayan modeldir (Koçak, 1997:469; Turnbull, 1993:172). Böylece, işletme uluslararasılaşması, uluslararası pazarlara daha fazla bağlılığa yol açan olayların bir sırası olarak kabul edilmiş olduğunu ifade eden Casillas ve Acedo (2013:17), aşamalı modelde “zaman”ın dikkate alınmadığını vurgulamaktadır.

Şekil 1.2: Uppsala Teorisi



Kaynak: Feldhusen vd., 2006:15.

Bağılılık ve bilginin önemi üzerinde durulan Uppsala modelinin ikinci bölümünü oluşturan süreç modeli, (Johanson ve Vahlne, 1977; 1990) işletmelerin gelişimlerinde genellikle uluslararasılaşma süreçlerini neden daha sonra başlattıklarını ve bu süreçlerin başlamasından sonra neden genellikle yavaş yavaş ilerlediğini açıklamaktadır (Autio vd., 2000:909). Bu görüşte süreç, belirsizlikten kaçınma, önce sıralı girişlerden bilgi/deneyim birikimiyle yabancı pazarların keşfi için yavaş yavaş yol vermesinden dolayı artımlıdır (Sapienza vd., 2006:917).

Modeldeki temel yapı, durum ve değişim açıları içinde modelde kullanılan dört uluslararasılaşma değişkeninin ayrımıyla verilir. Durum açıları, pazar bilgisi ve pazar bağılılığıdır. Değişim açıları ise bağılılık kararları ve mevcut faaliyetlerdir (Johanson ve Vahlne, 1977:26,37; Wang ve Ngoasong, 2012:144; Feldhusen vd., 2006:16; Forsgren, 2002:260; Moen ve Servais, 2002:51). Böylece, işletmenin uluslararasılaşması, bir yandan işe bağılılık, diğer yandan uluslararası faaliyetler hakkında öğrenme arasında bir etkileşim tarafından yönlendirilen bir süreçtir (Johanson ve Vahlne, 2003:89; Forsgren, 2002:258). Modelde dış pazarlara ait bilginin merkezi bir role sahip olduğunu

vurgulayan Ojala (2008:136), modelin, bilgiyi genel bilgi ve pazara özgü bilgi içinde ayırdığını ifade etmektedir. Pazara özgü deneyimsel bilgi, işletmenin uluslararasılaşma sürecini açıklamada merkezi bir önem taşımaktadır (Eriksson vd., 1997:338).

1.3.2.2. Yenilik Bağlantılı Teoriler

Pazarlama yenilikçiliği olarak ihracat davranışı konusunda ilk çalışma, Kenneth Simmons ve Helen Smith tarafından yapılmış, yenilik bağlantılı uluslararasılaşma modeli olarak, Çavuşgil tarafından işletmelerin uluslararasılaşma faaliyetleri için kavramsallaştırılmıştır. Yenilik bağlantılı modelleri, Uppsala modelinden ayıran özellik, küçük işletmeleri ilgilendiriyor olmasıdır (Eriksson vd., 1997:340). Küçük işletmelerin ulusal sınırların ötesine geçme faaliyetleri bilginin elde edilmesi, yeniliğin takip edilmesi ile ilgili olduğu için, bu tür faaliyetleri yönetecek karar vericilerin rolü büyüktür. Uppsala teorisinde açıklanan iki model ise, uluslararasılaşma sürecinde karar verici olarak işletme sahibini ve yöneticileri ihmal etmektedir (Ulaş, 2009:35).

Bu modelde yenilikçilik üç temel unsura dayandırılmaktadır. Bunlardan birincisi, ilk ihracat faaliyetleridir. İkincisi, karar alıcı konumunda olan sorumlu kişidir. Üçüncüsü ise, işletmenin faaliyetlerine egemen olan anlayıştır (Koçak, 1997:472). İlk ihracat faaliyetleri, işletmenin iç dinamiklerinden kaynaklanmakta olup, yenilikle ilgilidir. Karar alıcı, yenilikçi ve girişimci olarak nitelendirilmektedir. Böylece, yabancı pazarlar hakkında yöneticilerin eksik bilgisini ve onların genişlemek için işletmenin ülke seçimini açıklayan riskten uzak durmalarını ileri sürmektedir. İşletme sırayla, ilk olarak merkez ülkeye psişik olarak daha yakın olan ülkelerde genişleyerek ve sonra daha uzak mesafede ülkelere girerek uluslararasılaşmaktadır (Cuervo-Cazurra, 2011:428).

1.3.2.3. Ağ Teorisi

Uluslararası sürecin bir ağ içinde izlendiği kabul edilmektedir. İlişkiler, taraflar arasında dengesiz dağıtılabilen ve bundan dolayı uluslararasılaşmayı başarıyla geliştirmede farklılıkların kaynağı olan bilginin, güvenin ve bağlılığın belirli

aşamalarıyla nitelendirilmektedir (Johansson ve Vahlne, 2009:1424; Wang ve Ngoasong, 2012:145).

Ağ teorisi, pazarlarda neler olup bittiğinin hesabı için geleneksel örgütsel teorilerin yetersizliğini telafi etmek için ileri sürülmüştür (Çavuşgil vd., 2008:116). Ağ teorisine göre uluslararasılaşma, işletmenin hedeflerine ulaşması amacıyla sürekli ilişkilerin kurulduğu, geliştirildiği, devam ettirildiği ve çözüldüğü bir süreçtir (Ulaş, 2009:37). İşletmenin uluslararasılaşması, yabancı ağlarda emsalleri ile ilişkilerini kurması ve geliştirmesi anlamına gelmektedir (Johanson ve Mattson, 1988:296; Johanson ve Mattsson, 1993:309). Bu durumun (Johanson ve Mattson, 1988:296; Johanson and Mattsson 1993:30);

- İşletme için yeni olan ulusal ağlarda emsalleri ile ilişkisinde konumunu belirlemesi yolu ile (yani uluslararası genişleme),
- İşletmenin henüz sahip olduğu konumların olduğu yabancı ağlarda kaynak bağlılığını artırma ve konumlarını geliştirme ile (yani nüfuz etme),
- Farklı ulusal ağlarda konumlar arasında koordinasyonu artırma ile (yani uluslararası katılım (entegrasyon) ile başarılabileceği ifade edilmektedir.

Ağdaki faaliyetler, kaynaklara ve pazarlara erişimi elde etmek, ilişkileri biçimlendirmek için işletmelere yardımcı olur (Chetty ve Holm, 2000:80). Johanson ve Mattsson (1988), ilişki ağlarını bir iş ağında aktör olarak isimlendirilen müşteriler, dağıtıcılar, tedarikçiler, rakipler ve hükümet ile olan ilişkiler olarak tanımlamıştır.

1.4. ULUSLARARASI PAZARLARA GİRİŞ KARARINI ETKİLEYEN TEMEL FAKTÖRLER

Yurtdışı pazara giriş kararı, bir işletme için oldukça zor bir karardır. İşletme açısından kendisine tamamen yabancı bir ortamda bulunmak, yüksek düzeyde risk ve belirsizlik ile karşı karşıya olmak demektir. Risk ve belirsizliklerden kaynaklanan kaygılar, ekonomik olarak düşünülse de, Cheng ve Joseph Yu (2008:333), sınırlı kaynaklara sahip işletmeler için bu kaygıların daha çok kurumsal teori tarafından desteklenen sosyolojik faktörlerle ilgili olduğunu ifade etmektedir. Çevresel belirsizlikler arttıkça, işletme işlem esnekliğini arttırmak ve maruz kalınan riski

sınırlamak için tam kontrollü modlar üzerine daha düşük kontrollü yönetim modlarını tercih edebilmektedir (Datta vd., 2002; Nielsen ve Nielsen, 2011:186).

Kumar ve Subramaniam (1997:59), işletmelerin yurtdışı pazarlara girişinde yaşayacağı karar verme sürecini; (1) yabancı ülkede kârlı bir faaliyete sahip olma ihtiyacını ortaya çıkarma, (2) zamanın, kaynağın ve bilgi kalitesinin değerlendirilmesi, (3) bir karar stratejisinin belirlenmesi, (4) veri toplama ve bilgiyi işleme ve (5) giriş biçiminin seçimi olarak beş aşamada gerçekleşeceğini ifade etmektedir.

Giriş biçiminin seçimi için yerine getirilmesi gerekli olan önceki aşamalar olarak karar sürecini etkileyen bir takım faktörler vardır. Bu faktörlerin, içsel ve dışsal faktörler olarak incelenmesinin yanında, Ülgen ve Mirze (2010:317), pazar, maliyet, rekabet ve ülke faktörleri olarak ele alırken, yazında genel olarak işletme, ürün, ülke ve sektör özellikleri olarak sınıflandırılmaktadır (Kumar ve Subramaniam, 1997:66; Datta, vd., 2002:89-92). Datta vd. (2002), bunlara ek olarak küresel endüstri şartlarına da yer vermektedir.

1.4.1. İşletme Özellikleri

İşletme özellikleri, girişimde bulunan işletme ve uluslararası pazarlarda bağlantı kurulacak işletme olarak iki yönden incelenebilir. İşletmenin, herşeyden önce yurtdışı pazarlara açılmaya, bilgi, tecrübe ve kaynak değişimine istekli olması, kendisini uluslararasılaşmaya adanması çok önemlidir (Öztürk, 2006:92). İşletmenin sahip olması gereken önemli özelliklerden birisi deneyimdir. Deneyim, yabancı pazarlara giriş ile ilişkili algılanan belirsizlikleri azaltmaya, işletme için güven artırmaya katkı sağlamaktadır (Datta, vd., 2002:89). Bu açıdan bakıldığında, deneyim sadece girişimde bulunan işletme için değil, aynı zamanda uluslararası pazarlarda bağlantı kurulacak işletme için de önemli görülmektedir.

Bir işletmenin yurtdışı pazar tarafından tercih edilmesindeki önemli avantaj güçleri, benzersiz ürün ve teknolojiye sahip olmalarıdır. Datta vd. (2002:89), monopolcü üstünlük teorisinin güçlü ve büyük avantajlara (örneğin teknolojik benzersiz ürünler) sahip olup, bu üstünlüklerden dolayı pazarlık gücünü de yüksek tutan işletmelerin daha fazla kontrol ve mülkiyet gerektiren giriş biçimleri tercih edebileceğini ifade etmektedir. Ancak bahsedilen durum, genellikle dış pazarlara hizmet

verme seçeneklerinin daha az olması, sınırlı kaynaklara sahip olmaları sebebiyle küçük ve orta ölçekli işletmeler için geçerli olmayabilir. Dolayısıyla bir işletmenin sermayesi, üretim yetenekleri, yönetim ve pazarlama becerileri ne kadar fazla ise, dış pazarlara giriş konusundaki seçenekleri de o derece fazladır (Öztürk, 2006:92). Dolayısıyla büyümenin belirleyicileri ve sonuçları, girişimci işletmelerin gelişmesini açıklamaktadır (Autio vd., 2000:910). Ancak, Demirci ve Aydemir (2008:89) tarafından yapılan araştırma sonuçlarının, küçük ve orta ölçekli işletmelerin de büyükler kadar uluslararası pazarlarda başarılı olabileceklerini gösterdiğini ifade etmektedir.

1.4.2. Ürün Özellikleri

Yabancı pazara giriş kararını etkileyen ikinci faktör olarak ürün özellikleri incelenebilir. Ürün özellikleri, tüketici tercihlerine göre oluşturulması gerektiğinden dolayı, değerler, normlar, kültür, sosyo-ekonomik koşullar, psikolojik faktörler bu tercihleri etkilemektedir (Marangoz, 2009:214). Bundan dolayı, yurtdışında faaliyette bulunulacak ülke hakkında gerekli bilgiye sahip olarak, farklı toplumlar tüketici ve müşterilerin benzer mal ve hizmet gereksinimlerinin, beğenilerinin ve beklentilerinin bulunması, benzer mal ve hizmetler için yabancı pazarlarda müşteri ve tüketici potansiyelinin bulunması ve nihayet işletmelerin pazarlama karması çalışmalarının yabancı toplumlar için de uygun bulunması gerekmektedir (Ülgen ve Mirze, 2010:317). Tüketici tercihlerinin önemli görülmesi ile ürün özelliklerinin, bir işletmenin uluslararası faaliyetlerde bulunma kararını etkilemesi, işletmenin kendi ülke özelliklerine bağlı olarak ürüne yönelik tüketim ve tercih kültürü ile faaliyette bulunmayı düşündüğü farklı ülkenin tüketim ve tercih kültürünün aynı olmasından dolayı o ülkenin tercih edilmesi söz konusu olabileceği gibi, faaliyette bulunulması düşünülen farklı ülkenin ürüne yönelik tüketim ve tercih kültürü, kendi ülkesinin kültürüne benzememesine rağmen o ülkenin kültürüne yönelik ürünlerinin uyarlanmasından bahsedilebilir. Ürün özellikleri, ülke kültürüne bağlı olmasından dolayı, ülke özellikleri faktörü ile de incelenebilmektedir.

1.4.3. Ülke Özellikleri

Uluslararası pazarlara giriş biçimlerine karar vermede, girişimci işletmenin bulunduğu ülke şartlarının yanında, faaliyette bulunacağı ülkenin şartları da önem taşımaktadır. Ülke özellikleri, ekonomik, hukuki, siyasi, kültürel ve sosyal olarak farklı boyutlarda incelemek olanaklıdır.

Ekonomik yönden genel ekonomik durum, işsizlik ve enflasyon oranları, gelir düzeyi ve dağılımı, ekonominin büyüme hızı (Marangoz, 2009:213), girişimci işletme ülkesinin sanayi potansiyeli (Datta vd., 2002:91)nin yanında girilmesi hedeflenen ülkedeki yabancı ülkenin sanayi potansiyeli, iklimi, coğrafyası, hammaddenin, emeğin, enerjinin ve üretim için gereken diğer faktörlerin niteliği, miktarı ve maliyetinin yanı sıra, ekonomik altyapının (ulaşım, haberleşme, liman tesisleri) kalitesi ve maliyeti de giriş biçimi kararı (Öztürk, 2006:99) üzerinde etkilidir.

Ülkeler arasındaki sosyo-kültürel farklılıklar büyük olduğunda, yatırımların değerlendirilmesi, yönetim tekniklerini aktarmak ve kurumsal değerleri entegre etmek daha zor hale gelir (Datta vd., 2002:92). Düzenlemeler, normlar ve değerler, bir ülkenin kurumlarının parçalarıdır (Jonsson ve Lindbergh, 2010:549). Kültür, bir ülkenin kuralları, yönetmelikleri ve kurumları kadar bir işletmenin örgüt yapısı, sistemleri ve süreçlerine nüfuz etmektedir ve bunların temelini oluşturmaktadır. Bu nedenle kültür, çok uluslu işletmelerin stratejileri üzerine çalışmalarda önemli bir faktör olmaya devam etmektedir (Barkema ve Drogendijk, 2007:3).

Faaliyetlerin yeni pazarlara genişlemesi dikkate alındığında, psişik mesafe kavramının yararını ortaya koymak gerekir (Johanson ve Widdersheim-Paul, 1975:307). Bu kavram, işletmeler ve pazar arasında enformasyon akışını önleyici ya da sorun çıkarıcı faktörler olarak tanımlanmaktadır (Johanson ve Vahlne, 1977; Johanson ve Widdersheim-Paul, 1975:308). Bu faktörlere dil, kültür, politik sistemler, eğitim düzeyi, endüstriyel kalkınma düzeyi örnek verilebilir. Musteen vd. (2010:197) yaptıkları araştırmada elde ettikleri bulguların, uluslararası ilişkilerde ortak bir dil paylaşan işletmelerin ortak bir dil paylaşmayan işletmelerden daha hızlı uluslararasılaşmasının olanaklı olduğunu gösterdiğini ifade etmektedir.

Bilinen nedenlerden dolayı, psişik mesafe coğrafi mesafe ile ilişkilidir (Johanson ve Widdersheim-Paul, 1975:308). Yabancılıktan kaynaklanan risklerin en aza

indirilmesinin bir yolu, kendi ülkesine mümkün olduğunca benzer bir ülkede yatırım yapmaktır. Bu psikik yönden ilk yakın ülkelerde yatırım, psikik mesafe temelli bir genişleme stratejisini göstermektedir (Buckley, 1993:95).

Ülkeler aynı zamanda, gerek kendi sınırları içinde gerekse uluslararası alanda ülke siyaseti ve hukuki bir takım yapılanmalar ile işletmelerin yurtdışına açılmasına karar verebilmektedir. Marangoz (2009:213), siyasi ve hukuki güçlerin, bir ülkenin ticaret politikasını resmen etkileyeceği gibi, tüketicilerin davranışlarına da olumlu veya olumsuz etki edebileceğini ifade etmektedir.

1.4.4. Sektörel Özellikler

Uluslararası faaliyetlerde başarılı olan bir sektör, büyük coğrafi veya ulusal pazarlardaki rakiplerin stratejik konumlarının, genel küresel konumlarından temel bir biçimde etkilendiği sektördür (Karabulut, 2004). Hedef ülkenin yerel pazarlama altyapısı özelliklerine sahip olmaması, yani kaliteli yerel acentelerin ya da distribütörlerin diğer işletmelerle çalışması ya da bu araçların bulunmaması (Öztürk, 2006:97; Johanson ve Wiedersheim-Paul 1975:308), rakiplerin çok kuvvetli ve kararlı olmaları (Marangoz, 2009:214), özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerin yurtdışı pazarlara açılma kararlarını olumsuz etkileyecek bir durumdur. Dolayısıyla, her sektör, her işletme için küresel stratejileri uygulayabilecek özellikleri taşımaz (Karabulut, 2004). Bu durum kültür özellikleri yanında, ülkenin karşılıklı ihtiyaç duymasına bağlı bir durumdur. Her sektörün uluslararası pazarda aynı düzeyde aktif bulunulacağı düşünülemez. Bir ülkede büyük ölçüde inşaat faaliyetlerine ihtiyaç duyulması ile farklı ülkelerden inşaat sektörüne yönelik destek ya da işbirliği yapılması istendiğinde yakın ülkelerin tercih edilmesi sözkonusudur. Kolay elde edilemeyecek bir inşaat ürünü için ise yakınlıktan ziyade ürünün bulunduğu ülke ne kadar uzak olursa olsun, önemli olan ürünün elde edilmesidir. Dolayısıyla, uluslararası pazarlarda faaliyet gösterme eğiliminde bulunan işletmelerin sektörlerine göre hareket etmeleri ve karar vermeleri önem kazanmaktadır.

1.4.5. Küresel Endüstri Şartları

Giriş biçimi belirlenmesine yönelik kararı etkileyen faktörlerin son grubu ise küresel endüstri şartları, özellikle konsantrasyon ve rekabetçi bağımlılık ile ilgilidir. Datta vd. (2002:92) özellikle, çok uluslu işletmelerin, yüksek konsantrasyon ile küresel bir sektörde baskın bir oyuncu ise, daha büyük bir pazarlık gücüne sahip olduğunu ifade etmektedir. Çavuşgil vd. (2008:37-40), pazarın küreselleşmesindeki nedenleri, (1) dünya çapında ticaret ve yatırım engellerinin azalması, (2) piyasanın serbestleştirilmesi ve serbest piyasaların benimsenmesi, (3) sanayileşme, ekonomik gelişme ve yenileşme, (4) dünya finansal piyasaların entegrasyonu ve (5) teknolojiye avantajlar olarak beş nedene dayandırmaktadır. Küreselleşmenin oluşturduğu yoğun rekabet ortamının en derin etkisi firma kültüründe ortaya çıkan köklü anlayış değişikliklerinde görülebildiğini ifade eden Yazıcı (2001:4), işletme boyutunda başarılı olununcaya kadar sürekli ve her defasında yeniden yapılanma ihtiyacının, dinamik ve acımasız yeni pazar olgusu içerisinde ayakta kalabilmenin en temel şartlarından birisini oluşturmakta olduğu üzerinde durmuştur. Bu nedenlere dayanarak, günümüzde büyümek için ulusal sınırların dışına çıkması gerektiğinin ve pazarın küreselleştiğinin farkında olan küçük ve orta ölçekli işletmeler de, başarıya giden yolun küresel endüstri şartları hakkında bilgi sahibi olmak ve kendilerini bu şartlara göre hazırlamak olduğunu bilmektedir.

Yukarıda bahsedilen karar verme faktörlerine ek olarak, Kumar ve Subramaniam (1997:63), stratejik seçimin, aynı zamanda karar görev ortamı ile ilgili genel ve durumsal faktörlerden etkilendiğini, bu konuların yazında gözardı edildiğini belirtmektedir. Bu kritik faktörler ise, karardan vazgeçmenin maliyetli olacağı anlamına gelen “geri dönülemezlik”, işletmenin gelecek stratejik kararlarını etkileyecek olan giriş kararının anlamlı olmasını ifade eden “anlamlılık”, karar vericinin, karar sonuçları için sorumluluğunun derecesini gösteren “Sorumluluk”tur.

1.5. ULUSLARARASI LAŞMA SÜRECİNDE AĞLAR

Ağ bağlantıları birçok işletmenin, yurt dışında işlerini genişletmesi, yeni pazarlar ve yeni ürünler geliştirmesi ile ilgili önemli bir yolu temsil etmektedir. Çünkü, kişisel iletişim ve sosyal etkileşim uluslararası pazarların gelişiminde özellikle karmaşık sanayi ürünlerinin sözkonusu olduğu yerlerde önemli bir rol oynamaktadır (Welch ve

Luostarinen, 1993:166). Kişilerarası ve örgütlerarası ilişkiler, başka aktörler tarafından elde tutulan çeşitli kaynaklara erişmeyi amaçlayan bir ortam olarak görülmektedir (Hoang ve Antoncic, 2003:169; Johanson ve Mattsson, 1993:306). Jonsson ve Lindergh (2010:550) de, iş ilişkilerinde etkileşimin genellikle iki işletme arasında üretim ve satış gibi faaliyetlerin ve kaynakların koordinasyonu meselesi olduğunu ifade etmektedir. Welch ve Luostarinen (1993:166), etkili iletişimin temelini oluşturan alıcılar ve satıcılar arasındaki ağların kurulması gerektiğini vurgulamıştır.

1.5.1. Uluslararasılaşma Sürecinde Ağların Önemi ve Yararları

Ağda yer alma, bir işletmenin ulusal faaliyetlerinin yanında uluslararası pazarlarda da başarısı için çok önemlidir. Bir işletmenin uluslararası faaliyetleri, gerçekleştirdikleri faaliyetlere ve iş ağında gizli olan diğer aktörlerle işletmenin ilişkisine son derece bağlıdır. (Forsman vd., 2002:4). Ağlar ve ilişkisel varlıklar, üreticiler, dağıtıcılar, tedarikçiler, perakendeciler, danışmanlar, bankalar, ulaşım tedarikçi, hükümetler ve gerekli yetenekleri sağlayabilir bir başka kuruluş gibi diğer kuruluşlarla işletmenin ekonomik olarak faydalı uzun vadeli ilişkilerin varlığını temsil eder (Çavuşgil vd., 2008:116).

İşletmeler, pazarlara liderlik etme ya da müşteri takibi yoluyla ağlar kurmaktadır (Wang ve Ngoasong, 2012:145). İşletmelerin, uluslararası faaliyetlerde işbirliği oluşturmadaki amacı, yeni müşteriler ve pazarlar bulmak, yeni bilgi elde etmek ve kârlarını artırmak olabilir (Forsman vd., 2002:5).

Bir işletmenin ulusal sınırlar dışına açılması için bilgi ve kaynaklara erişimi, ağ ilişkileri içinde yer almaktan geçmektedir. İşletmelerin ağ ilişkilerinde bulunmasından dolayı elde edecekleri pek çok fayda bulunmaktadır. Çavuşgil vd. (2008:116), işbirliğinde bulunan işletmeler arasında devam eden etkileşimin işbirliğine dayalı dengeli ilişkilere yardımcı olacağını belirtmektedir. Ağların işletmeler için en temel faydası, bilgi ve önerilere erişmektir (Hoang ve Antoncic, 2003:169). Bunun dışında rekabet avantajı oluşturmaları, belirsizliği ve işlem maliyetlerini azaltması (Çavuşgil vd., 2008:116), işletmelerin risk paylaşımına (Forsman vd., 2002:5) ve pazara giriş kararlarıyla ilişkili zorluklar ve risklerle başa çıkmak için işletmelere olanak sağlaması (Musteen vd., 2010:197), önemli sahiplik ve yönetim değişikliklerine yol açması (Wang

ve Ngoasong, 2012:145), işletmelerin ağlardan elde ettikleri faydalar olarak sıralanabilir.

Ağ ilişkilerinden dolayı, işletme, pazara girişte müşterilere ya da bir üçüncü tarafa müşteri aracılığıyla yönlendirildiği yer, sonraki pazarına yol göstermektedir (Wang ve Ngoasong, 2012:145). Moen vd. (2004:1244), ağ ilişkilerinin yabancı ülkeye giriş biçimleri, girecekleri piyasalara karar vermelerini belirlediğini savunmaktadır. İşletme kendi ağ ilişkilerine göre mevcut seçeneklere bağlı olarak bir piyasa giriş şeklini seçebilir (Wang ve Ngoasong, 2012:145). Etkili ilişkilerin gelişimiyle sıklıkla ilişkili olan güçlü ve simetrik bağlar (hem olumlu, hem olumsuz), sosyal etkileşime ve böylece bilgi alışverişine katılmak için bireylerin motivasyonunu etkileyebilir (Nahapiet ve Ghoshal, 1998:252).

Coleman (1988:104), bilgi aktarmanın faaliyet için zemin sağlamak açısından önemli olduğunu fakat bilgi toplamanın maliyetli olduğunu belirtmektedir. Ancak, çoğu zaman başka amaçlar için kurulan sosyal ilişkiler, bilgi toplamak için gereken zaman ve yatırım miktarını azaltan bilgi aktarma kanalları oluşturmaktadır (Nahapiet ve Ghoshal, 1998:252). Burt (1992:62) bu bilgi aktarma faydalarının erişim, zamanlama ve yönlendirme olarak üç şekilde meydana geldiğini göstermektedir. "Erişim" terimi, bilgi aktarmanın (enformasyon) değerli bir parçasını alma, kimin onu kullanabileceğini bilmeyi ifade eder ve bu ağların üyeleri için etkili bir bilgi aktarma (enformasyon)-tarama ve dağıtım süreci sağlayan ağların rolünü tanımlamaktadır. Bu şekilde ağ bağlantıları bilgileri birleştirme ve alışveriş yapmada taraflar için hem erişim hem de bu değişim yoluyla değer beklentisini etkiler (Nahapiet ve Ghoshal, 1998:252; Burt 1992:62). Böylece, bilgiyi elde etmek için önemli bir yol olan enformasyon, riski azaltmada önemli bir rol oynamaktadır (Buckley, 1993:95).

Bilgi aktarma akışının "zamanlama"sı, bu tür bağlantılar olmadan insanlar için kullanılabilir hale gelmesinden daha kısa bir sürede bilgi aktarmanın sağlanması için kişisel iletişime geçme yeteneğini ifade eder (Nahapiet ve Ghoshal, 1998:252; Burt (1992:62). Yönlendirmeler, insanlar ya da ağdaki aktörler için mevcut olanaklar hakkında bilgi sağlayan, bundan dolayı bilgiye erişme ve bilgi alışveriş fırsatını etkileyen süreçlerdir (Nahapiet ve Ghoshal, 1998:252). İşletmeler ve uluslararası ağ yapısı bağlamında ilişkilerin coğrafi dağılımı, farklı yabancı pazarlar ve oradaki fırsatlar

hakkında bir işletmenin bilgiyi ortaya çıkarma yeteneğini artırabilir (Musteen vd., 2010:198).

1.5.2. Uluslararasılaşma Sürecinde İlişki Türleri

Bireyler arası ilişkiler gibi işletmelerin de faaliyetlerini sürdürebilmesi için bir takım ilişkiler içinde olması kaçınılmazdır. Bu ilişkilerden bazıları yaptırım gerektirirken, bazıları ise işletmenin tercihine bağlı bulunmaktadır. Bazıları tek bir işletme ile iletişimi gerektirirken, bazıları ise birden fazla işletme ile paylaşımı gerektirmektedir.

Bir ağın, tek bir işletme etrafında yapılanması zorunlu değildir. Bir ağ bir grup bağımsız işletmelerden de oluşabilir (Buckley ve Ghauri, 2004:85). Zaman içinde işletme, diğer işletmelerle ilişkilerini yapılandıran ağda belirli konumlara sahip olmaktadır. Johanson ve Mattson (1988:293) bu konumları mikro ve makro konumlar olarak ayırmaktadır. Mikro konum, bir işletmenin bireysel davranışı üzerinde durmakta, başka işletme için, işletmenin bir role sahip olması, işletmenin, başka işletme için önemi ve başka işletme ile ilişkinin gücünü ifade etmektedir. Makro konum ise bir bütün ya da bütünün belirli bir bölümü olarak bir ağ ilişkisini, ağda doğrudan ya da dolaylı ilişkilere sahip olan işletme ile diğer işletmelerin benzerliğini, ağda işletmenin rolünü, işletmenin önemini diğer işletmelerle olan ilişki gücünü ifade etmektedir.

Ağ yapılanması, ağ ilişkilerinden elde edilen avantajlar gibi konulara bakıldığında ilişkiler, işletmelerin büyüklüklerine göre farklılık göstermektedir. Küçük ve orta ölçekli işletmelerin uluslararasılaşma süreci, çok uluslu işletmelerden oldukça farklıdır. Böyle bir fark, ağların kullanımına ilişkindir. Oldukça büyük çok uluslu işletmelerle karşılaştırıldıklarında, küçük ve orta ölçekli işletmeler uluslararası fırsatları takip etmek gibi genellikle ağ ilişkilerine daha çok güvenmektedirler (Musteen vd., 2010:197). Üstelik, küçük ve orta ölçekli işletmeler dış kaynaklara erişmek için uzun vadeli ilişkiler kurmak zorundadır (Forsman vd., 2002:4).

Ağlar sabit ve değişken olabilir. Bazı işletmelerin aralarında bulunan işbirliği ilişkileri belirli nedenle bozulabilir, bazı işletmeler ise daha önceden mevcut ilişkilerini koruyabilirler. Bazı işletmeler ise her ne kadar değişime maruz kalsalar dahi,

bulundukları ağ içindeki konumlarını koruyarak değişimi gerçekleştirebilir (Johanson ve Mattsson, 1993:306).

Araujo ve Rezende (2003:727), uluslararasılaşmanın üç tür ilişkiden kaynaklandığını ifade etmektedir. Bu ilişkiler ev sahibi ülke içinde veya dışında bulunan dış aktörler ile geliştirilen ilişkilerin - örneğin bir ülkede önemli müşteriler veya tedarikçiler ile ilişkilerin uluslararasılaşma süreçlerine yol açması, işletmenin uluslararası genişleme üzerinde etkisi olabilir- karargâhla (merkez) bağlı ortaklıkların ilişkileri ve ev sahibi ülke dışında (örneğin kardeş bağlı ortaklıklar) ya da ülke içinde (örneğin farklı ürün bölünmeleri) bulunan diğer bağlı ortaklıklar ile ilişkilerdir.

Ojala (2009:52) yeni pazarlara girmek için ağ ilişkilerinin farklı tiplerinin, formal ilişkiler, informal ilişkiler ve aracı ilişkiler olarak ayrılabilirliğini ifade etmektedir. Kiss ve Danis (2008:390) ise yaptığı çalışmada, ağ ilişkilerinde sosyal ağların önemini vurgulamaktadır. Bu çalışmaya göre sosyal ağ, belirli bir nüfus içinde sosyal ilişkiler ile bağlı kişilerin bütünüdür. Sosyal ağlar formal ve informal ilişkileri etkiler ve girişimcilerin arkadaş ve akrabaları ile olduğu kadar, iş profesyonelleri ve hükümet yetkilileri ile yapılandırdıkları ilişkilerden oluşmaktadır. Sosyal ağların kaynağı olan sosyal sermaye üzerine yapılan çalışmada Nahapiet ve Ghoshal (1998:243), sosyal sermayeyi “bir birey ya da sosyal birim tarafından sahiplenilen ağ ilişkilerinden türetilmiş ve bunlar aracılığıyla kullanılabilen, bu ilişkilerin içinde gizli olan fiili ve potansiyel kaynakların toplamı” olarak tanımlamıştır. Bu çalışmada Nahapiet ve Ghoshal (1998), sosyal sermayeyi genel olarak üç farklı boyutla nitelendirilebileceğini ifade etmektedir. Bu boyutlar duygusal yakınlık ve bireyler arası güven ile nitelendirilen ilişkisel boyut, ortak dil, kodlar ve anlatıları kapsayan ağ aktörlerinin paylaştığı ortak sistemleri kapsamı ile ilişkili olan bilişsel boyut, ağların genel mimari ve yapılandırmasını tanımlamakta olan yapısal boyut olarak açıklanabilir. Her bir boyut iletilen bilginin kalitesiyle birlikte bilgiye erişim ve bilginin akışını etkileyerek işletmeler üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Edelman vd. (2004), sosyal sermayenin bilişsel yönünün anlamlarının ortak sistemler aracılığıyla bilgi paylaşımı ve anlaşılmayı kolaylaştırabildiğini ifade etmektedir. Örneğin, dil benzerliği, kolay iletişim sağlamak, karşılıklı anlayış ve yabancı çevreler hakkında geliştirilmiş öğrenmenin meydana gelmesini kolaylaştırabilir.

1.6. ULUSLARARASILAŞMA SÜRECİNDE BİLGİ

İşletmenin uluslararası faaliyetlerine başlaması ve bu faaliyetleri yürütmesi için en önemli faktör, uygun bilgiye sahip olmaktır. İşletmeler yeni uluslararası pazarlara giriş yaptıklarında, bilgi işleme istekleri artar (Roth, 1995; Sanders ve Carpenter, 1998; Tihanyi ve Thomas, 2005; Hsu vd., 2013:1). Bilginin yenilenmesi işletmenin büyümesi için önemlidir. Yeni bilgi ortaya çıkarılması, nasıl işleneceği ya da nasıl benimsenmesi gerektiği ile ilgili konular, bir işletmenin ne bildiğine bağlıdır (Autio vd., 2000:912). Bilgiyi elde etme işletmenin uluslararasılaşmasına yardımcı olurken, uluslararası genişleme, yabancı yerlerde bilgiye erişebilme ve gelişme için fırsatlar sağlamaktadır (Contractor vd., 2007:404).

1.6.1. Uluslararasılaşma Sürecinde Bilginin Önemi

Bir işletme, uluslararasılaşma sürecinin hangi aşamasında olursa olsun faaliyetlerini sürdürebilmesi ve daha çok başarılı olabilmesi için sahip olduğu bilgiyi yenilemesi, yeni faaliyetleri için yeni bilgiler elde etmesi kaçınılmazdır. Welch ve Luostarinen (1993:166), işletmeler için önemli olan bilginin, insanlar, iş yapmanın yolları, yabancı çalışma teknikleri, dış pazarlar v.b. hakkında bilgileri içerdiğini ifade etmektedir. Bu enformasyon ve anlama, kolay değildir, ucuz değildir ya da hızlı bir şekilde elde edilemez. Hazır bir şekilde elde edilemeyen bilginin çoğunluğu, yabancı faaliyetlerin gerçek deneyimi yoluyla geliştirilir. Yabancı ortaklar, böyle bilginin önemli bir kaynağıdır (Jonsson ve Lindergh, 2010:552). Bilgi ve bağlılık, kendi kendini güçlendiren mekanizmaları oluşturmaktadır. Yabancı bir pazara giriş modu seçildikten sonra, bu mekanizmalar, faaliyetleri artıran ölçek olarak belirli bir yol boyunca yavaş yavaş hareket ettirmek için işletmeye itici güç uygular (Araujo ve Rezende, 2003:724). Aynı zamanda gelecekteki bilgiyi elde etme, geçmiş bilgi gelişimi ile şekillenen devam eden faaliyetler ile belirlenmektedir (Araujo ve Rezende, 2003:724).

Jonsson ve Lindergh (2010:549), uygun bilginin ve bilgiyi aktarma yollarının elde edilmesi, uluslararası iş başarısına ulaşmak için temel olarak kabul edildiğini ifade etmektedir. Bilgiyi elde etmek, hedef pazarı tanımayı sağlar. Aynı zamanda uluslararası satış büyümesine, rekabet avantajı sağlamaya, maliyetin düşürülmesine (Autio vd., 2000:913) ve riskin azalmasına sebep olur (Araujo ve Rezende, 2003:724). Cuervo-

Cazurra (2011:428), bir işletmenin, dış genişleme zorluklarını aşmak için faydalı olan bilgiyi kendi ülkesindeki faaliyetlerinde de geliştirebileceğini ileri sürmektedir.

Barkema and Drogendijk (2007:6) çalışmalarında, kültürel bloklar üzerinde durmakta, bir kültürel blogda bilgi ve deneyimin, aynı kültürel blogda bulunan ülkelerin, başka ülkelerde yapacakları bir sonraki yatırımların performansını geliştirdiğini ileri sürmektedir.

1.6.2. Uluslararasılaşma Sürecinde Bilgi Türleri

İşletmelerin uluslararası pazarlara açılması ve bu pazarlarda faaliyetlerini devam ettirmesi için ihtiyaç duyduğu bilgiler, yazında farklı sınıflara ayrılarak incelenmiştir. Bunlardan birincisi, uluslararasılaşmada bilginin önemini ilk olarak vurgulayan Uppsala modeli, bilgiyi genel bilgi ve pazara özgü bilgi içinde ayırmaktadır (Johanson ve Vahlne, 1977; Ojala, 2008). Genel bilgi, küresel ölçekte bir ürünün, işlem biçimlerinin ve tipik müşterilerin pazarlama yöntemleri hakkındaki bilgiyi içermektedir. Pazara özgü bilgi ise, pazarda kültürü, pazar yapısını ve müşterileri kapsayan hedef ülke çevresi hakkındaki deneyime yönelik bilgidir (Ojala 2008:136). Fletcher ve Harris (2012:632-633), küçük işletmelerin uluslararasılaşmasında ihtiyaç duyulan bilgileri teknolojik bilgi, pazar bilgisi ve uluslararasılaşma bilgisi olarak üç sınıfta incelemiştir.

Diğer bir sınıflandırma ise Eriksson vd. (1997) ve Cuervo-Cazurra (2011) tarafından yapılan sınıflandırmadır. Eriksson vd. (1997), bilgiyi önce “nesnel” ve “deneyimsel” olarak ayırmış, daha sonra deneyimsel bilgiyi, üç ayrı alanda incelemiştir. Böylece işletmenin, başarılı bir şekilde uluslararasılaşması için üç çeşit bilgiyi geliştirmeye ihtiyacı olduğu vurgulanmaktadır (Eriksson vd.,1997:343; Cuervo-Cazurra, 2011:427). Bu bilgiler, uluslararasılaşma bilgisi ya da genel dış genişleme ile ilişkili karmaşıklığın ve çeşitliliğin artmasının nasıl yönetileceği üzerine bilgi, iş bilgisi ya da yurtdışında müşteri, piyasa ve rakip bilgisi, dış kurumsal bilgi ya da devletin kurumsal çatısı, kuralları, normları ve dış ülkelerde yaygın değerlere yönelik bilgidir. Bu bilgiler aynı zamanda, Johanson ve Vahlne (1977) çalışmalarında vurguladıkları deneyime yönelik bilgilerdir. Wood vd. (2011:259) ise, yeni girişim kaynaklarını uluslararası yönetimsel bilgi ve teknolojik bilgi olarak ikiye ayırmaktadır. Ulaş (2009:103), ihracat

pazarına yönelik önem verilen bilgi gruplarını, yasal, altyapısal, kültürel, ekonomik bilgi ve pazar potansiyeli olarak ifade etmiştir.

Deneyimsel bilgi birikimi maliyetlidir. Bu maliyetler, belirli durumlara dayanan toplama, iletme ve yorumlama sebebiyle ortaya çıkmaktadır (Eriksson vd., 1997:341). Eriksson vd. (1997), aynı zamanda uluslararasılaşma için ihtiyaç olan bu üç bilginin eksikliğinin maliyeti daha da arttıracığını ifade etmektedir.

Autio vd. (2000:912), bir işletmenin uluslararası büyüme hızının sadece yabancı organize edilen bilgi birikimi ile değil (Eriksson vd.,1997; Johanson ve Vahlne, 1977; 1990), aynı zamanda faaliyette bulunduğu yıllar itibariyle kendini işine adanmasıyla bağlantılı olduğunu ifade etmektedirler. Yazarlara göre bir işletme yaşlandıkça düzenli yerine getirilen uygulamaların unutulmasının zor olduğunu düşündüklerini, böylece daha genç yaştaki işletmelere göre daha fazla bilgi birikimine sahip olduklarını vurgulamaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI HAKKINDA GENEL BİLGİLER

2.1. SİVİL TOPLUM KAVRAMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ

Sivil toplumun örgütlenerek bir çatı altında toplanmasının temelini oluşturmamasından dolayı, öncelikle sivil toplum kavramı ve dünyada sivil toplumun tarihsel gelişiminin incelenmesi gerekmektedir.

2.1.1. Sivil Toplum Kavramı

Bireyler, yakınlıklarına göre, çeşitli şekillerde birbirleriyle bağlantı kurmaktan her zaman yarar sağlamaktadır. Tek başına hareket ettiğinde, isteklerini yeterince elde edemeyen bireyler, ancak birtakım gruplar arasına girerek ve ortak eylemlerde bulunarak isteklerine ulaşmaktadır. Bu nedenle bireyler, kendi çıkarlarını ve kimliklerini yansıtan sivil toplumlar içinde farklı gruplara katılmayı tercih etmektedir (Teegen vd., 2004:465).

Sivil toplum, insan hayatını kapsayan, içine alan, onu yönlendiren, insanların sosyal ve siyasal tutum ve davranışlarını belirleyen bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır ve bu bağlamda, günlük hayatla doğrudan ilgilidir (Özden, 2008:11). Tunçay (2003:9) sivil toplumu, devletten önce gelen, onun içinde yaşayan, ama onunla özdeş olmayan, hatta ona karşı koyabilen bir tür insan ilişkileri yumağı olarak ifade ederken, Erdoğan Tosun (2001:31) ise, batı toplumlarında sivil toplum kavramının orta sınıfa kentsel yaşamda sağlanan birtakım sivil özgürlükler temelinde ortaya çıkan, merkezi otoriteden bağımsız ve özerk kurumların şahsında gelişme imkânı bulan toplumsal alanı belirttiğini ifade etmektedir.

Brown vd. (2000:275) sivil toplumu, vatandaşların bireysel ve ortak olarak kendileri için önemli olan amaçları sürdürmek için organize olduğu piyasa, bir dernek ve devletin bağımsız bir eylem alanı olarak tanımlarken, Sarıbay (2000:58) ise sivil toplumu, gönüllü, kendi kendini oluşturan, kendi desteklerine sahip, devletten özerk, özel alan ile devlet arasında aracı niteliğinde örgütlü bir sosyal yapılanma olarak ifade etmiştir.

Sivil toplum, siyasal kurumların demokratik olması için gereken unsurların üretildiği yerlerdir (Erdoğan Tosun, 2008:130). Aynı zamanda, toplum ve eylemci grupları, dini kuruluşları, sendikaları, sektör derneklerini ve sosyal ve/veya ekonomik

yönden mağdur durumda olan insanları temsil eden sosyal hareketleri içerir (Lambell vd., 2008:76).

Duman (2003:357), günümüzde sivil toplum kavramı etrafında oluşmuş olan yazının liberal değerler çerçevesinde gelişmiş olduğunu ifade etmektedir. Bu yaklaşıma göre sivil toplum, devletin doğrudan denetimi altında tuttuğu alanların dışında kalan ve ekonomik ilişkilerin baskısından da görece bağımsız olarak, gönüllü ve rızaya dayalı ilişkilerle oluşturulan kurum ve etkinlikler alanı olarak tanımlanmaktadır (Duman, 2003:357).

Yel (2008:153), Orta Doğu ülkeleri de dahil olmak üzere gelişmekte olan ülkelerdeki demokratikleşmeyle alakalı bir faktör olarak karşımıza çıkmakta olan sivil toplumun, amaçları ve özellikleri ne olursa olsun devletin dışındaki tüm grupları nitelemek için kullanıldığını ifade ederken, gelişmiş ülkeler de, dünyadaki gelişim rüzgârlarının gelişmekte olan ya da geri kalmış ülkelere ulaşmasını sağlamak, her şeyin devletten beklenmesini önlemek, kararlara katılımcı bir toplum yaratmak amacıyla örgütlenmeyi ve çok sayıda sivil toplum oluşumunu, kurulan çeşitli uluslararası birimler yoluyla teşvik etmekte, hatta destek sağlamaktadır (Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı, 2004:66).

Bütün bu açıklamalara ve tanımlara göre, sivil toplumun kapsamlı bir tanımını yapacak olursak, sivil toplum; devlet müdahalesini kabul etmeyen ya da siyasal iktidarın belirleyici olmadığı, bireylerin ve grupların herhangi bir makamdan izin almadan kendi irade ve istekleri ile örgütlenebildikleri, bireylerin ve grupların kendi kaderlerini tayin edebildiği, maksimum düzeyde bireysel özgürlüğü hedefleyen, maksimum düzeyde aktif demokratik katılımın olduğu, buna karşılık askeri ve sivil bürokrasinin de minimum düzeyde olduğu, her türlü sosyal, siyasal, ekonomik ve kültürel etkinliklerin örgütlü olarak gerçekleştirilebildiği örgütsel bir faaliyet alanıdır (Abay, 2004:273).

Vatandaşlıkta, devlet tabanlı üyelik aksine, sivil toplumda ilişkiler, gönüllüdür ve ortak düşünce, ihtiyaçlar veya ortak amaçlarını ilerletmeleri çerçevesinde bireylerin bir araya gelmeleriyle nitelendirilmektedir (Teegen vd., 2004:465). Öte yandan, sivil toplum günümüze gelindikçe, demokrasiyle birlikte düşünülen, demokrasi kavramından ayrıştırılamayan bir kavram haline dönüşmüştür (Erözden, 1997:13).

2.1.2. Sivil Toplumun Tarihsel Gelişimi ve Felsefesi

Başlangıcını Eski Yunan oluşturan sivil toplum kavramının tarihteki gelişimi ve bu gelişim içinde farklı dönemlerde yer alan düşünce adamları, sivil toplum kavramının ve öneminin anlaşılması açısından incelenmesi yerinde olacaktır.

2.1.2.1. Sivil Toplumun Tarihsel Gelişimi

Sivil toplum çerçevesindeki tartışmaların tarihi, Eski Yunan’a kadar geriye götürülebilir. Sivil toplum kavramı “politike koinonia” olarak ilk kez Aristo’da karşımıza çıkmaktadır (Duman, 2003:348). Daha sonraları Çiçero tarafından Latince’ye “societas civilis” olarak aktarılmıştır (Erdoğan Tosun, 2001:30). Bu dönemde kişi ile topluluğun bir bütünün ayrılmaz parçası olduğu anlayışı egemendi. Kamuya özgü şeyler ile kişiye özgü şeyler arasında bir ayrılık gözetilmemekteydi. (Doğan, 2002:11).

17. yüzyılın sonu ve 18. yüzyılın başlarından itibaren Batı dünyasında yaşanan ekonomik ve toplumsal değişimler, sivil toplum kavramsallaştırmasının referans noktasını oluşturur. Yönetimin merkezileşmesi, işbölümünün giderek karmaşıklaşması, pazar ekonomisindeki genişleme, toprak, emek ve sermayenin ticarileşmesi vb. gibi gelişmeler, aile ve devlet dışında üçüncü bir alan olarak sivil toplum kavramını gündeme getirmiştir (Duman, 2003:348). 18. yüzyılın ortalarına kadar, istisnasız tüm Avrupalı siyasal düşünürler, sivil toplum terimini, mensuplarını kendi yasalarının nüfuzu altına alan, böylelikle de barışçı düzeni ve iyi yönetimi sağlama bağlayan bir siyasal birliktelik tipi anlamında kullanmışlardır (Keane, 1993:47). 18. yüzyılın sonlarında yoğun olarak tartışılmış olan sivil toplum kavramı, ancak ardından gelen yüzyılda yükselen sınıf mücadelelerinin ihtiyaçlarına karşılık gelmediği için unutulmuştur (Maga, 2001:14). 19. yüzyıl başlarından itibaren “sivil toplum” terimi ile burjuvazinin özgürleşmesi ve feodal egemenlik anlayışından uzaklaşma kastedilmekteydi. Burjuvazi yeterince güçlendiğinden iktidar ile liberal anlamda özgürlükler arasında karşıtlık belirlemiştir. Bu karşıtlığın özünde insan iradesine rağmen hiçbir yönetimin var olamayacağı yaklaşımı egemendi (Doğan, 2002:34).

2.1.2.2. Sivil Toplumun Felsefesi

Tarihsel gelişim süreci boyunca sivil toplum kavramının farklı dönemlerde farklı tanımları için, değişik siyasal düşünce akımlarının temsilcileri olarak sivil toplum kavramının düşünsel temelleri, Antik Çağda Aristo ve Çiçero, Orta Çağda “Doğal Hukuk Geleneği” kapsamında doğal haklar yönündeki felsefik tartışmalarla Thomas Hobbes, John Locke, Charles de Montesquieu ve Jean Jacques Rousseau’nun eserlerinde yer verdikleri devlet-toplum ilişkileri bağlamında incelenebilir (Erdoğan Tosun, 2001:30).

Aristo’nun tanımına göre yurttaş, sivil toplumun yönetimine düşünüp taşınarak ve eleştirel bir tutumla katılma gücüne sahip kişidir (Kuçuradi, 2003:6). Antik Yunan ve Roma düşüncesini kaynaştıran Çiçero ise, Yunan kavramlarından ve düşüncesinden yararlanarak devleti hem vatandaşların oluşturduğu kolektif bir bütün hem de halkın sahip olduğu bir manevi kişilik olarak tanımlar (Doğan, 2002:12).

Aristo’yu izleyen doğal hukuk (toplumsal sözleşme) geleneği düşünürlerinden Thomas Hobbes’un modelinde devlet, doğal devletin antitezi olarak özgür ve eşit (varsayılan) bireylerin kurduğu “societas naturalis”tir (Erdoğan Tosun, 2001:32). Hobbes çağdaşları ile mukayese edildiğinde yeniçağda gelişen ve giderek kendine özgü bir dünya görüşü oluşturan burjuva toplumunun kurulabilmesi için merkezi devletin güçlendirilmesi gereğine dikkat çeken biri olmuştur (Doğan, 2002:56). Hobbes’un amacı güçlü bir devletin gerekliliğini göstermektir (Savran, 1987:40). Hobbes’un modelinde vurgu devlet üzerine olup, bireyler, barış (devlet) uğruna sivil toplumdan vazgeçmez ise toplumsal insan doğa (savaş) durumuna dönme tehlikesiyle yüz yüzedir (Erdoğan Tosun, 2001:32).

Devlet-toplum ilişkisine ait kuramını sivil toplumun kendi kendini düzenleyen bir toplum olarak kurulmasının gündeme geldiği burjuvazinin yükselme çağında geliştiren John Locke ise Hobbes’dan farklı olarak, siyasal alanın statüsünde bir değişikliğin söz konusu olduğunu, devletin rolünün mümkün olduğunca sınırlanması gerektiğini ileri sürer (Erdoğan Tosun, 2001:32). Locke, kuramını burjuvazinin yükselme döneminde geliştirmiştir (Savran, 1987:39). Locke’un doğa durumu anlayışının hareket noktası, bunun bir özgürlük ve eşitlik durumu olduğudur (Savran, 1987:26-27). Locke mülkiyet hakkı, yaşam hakkı ve özgürlük haklarını doğa

durumundaki kutsal ve doğal haklar olarak sunar. Doğa yasasını çiğneyene karşı, bu davranıştan zarar gören herkesin elinde o kimseyi yargılama ve cezalandırma hakkı vardır (Duman, 2003:350). Sivil toplumu despotların hükümdarlığına karşı bir görüş olarak öne süren Locke, yeni mülk sahiplerinin, burjuvazinin hakları için mücadele edecekleri yer olarak görmektedir (Maga, 2001:8). Locke'un ortaya koyduğu yönetim modeli sınırlı yetkilere sahip ve halkın onayına dayalı olarak işlerin yürütüleceği bir devlettir. Onun düşüncesinde yasalara göre yönetim esastır (Doğan, 2002:65). Amacı ise devletin rolünü mümkün olduğunca sınırlandırmaktır (Savran, 1987:40). Locke, başlangıçta bir soyut ilkeler dizisi olarak sunduğu doğa yasasına, mülkiyet hakkını geliştirme süreci içinde somut bir içerik yüklemiştir. Başlangıçta soyut birer özgürlük ve eşitlik kavramı üzerine oturtulan doğal hukuk sistemi, aile, özel mülkiyet ve para aracılığıyla, burjuva toplumunun en temel yüzey biçimlerini içeren bir sisteme dönüşür (Savran, 1987:31). Toplum ve yönetim arasında açık bir farklılaşmayı vurgulayarak, toplum ve devlet için iktidardan feragat etme arasında bir ayrıma giden Locke, özel mülkiyet temeli üzerinde yükselen yeni bir toplumsal düzenin de ilk habercileridir (Erdoğan Tosun, 2001:33).

Doğa durumu anlayışını yalıtılmışlık ve sınırlı ihtiyaçlar eksenleri üzerine oturtan Jean Jacques Rousseau özel mülkiyeti sivil toplumun temeli olarak alır ve doğa durumu ile sivil toplum arasındaki kopukluğu vurgulayarak sivil topluma geçişin köklü bir dönüşüm gerektirdiğini ileri sürer (Erdoğan Tosun, 2001:34). Rousseau insanın sivil topluma girişini üç aşamada açıklamıştır: Orijinal doğa durumu; de facto ya da siyasal yaşam öncesi toplum; ve sivil toplum (Yalvaç, 2008:30). Yalvaç (2008:32)'a göre Rousseau, doğa durumunda akıl ve ahlakın olmadığını, bunların sivil toplumun ürünü olduğunu ifade etmektedir. Devlet-sivil toplum ikilemini insan-yurttaş ikilemi perspektifinden inceleyen Rousseau'nun amacı, bu ikilemlerin aşılması toplumsal bütünlüğü sağlayacak elverişli bir yol olarak insanın yurttaşla dönüştürülmesidir (Erdoğan Tosun, 2001:35).

Siyasal felsefesinin özü liberalizm olan Charles De Montesquieu'nun, öngördüğü siyasal düzenin amacı, güçler dengesinin ılımlaştırdığı bir iktidardır. Ancak burada belirtilmesi gereken durum, Montesquieu'nun, özgürlüğün koşulu olan toplumsal güçlerin dengesinin sadece aristokratik bir toplum modeli üzerine düşündüğü anlaşılmaktadır (Aron, 2000:34). Liberal felsefenin önemli kuramcılardan Locke ile

cumhuriyetçi felsefenin önemli temsilcisi Montesquieu, sivil toplumun ortaya çıkmasında, farklı tarihsel süreçlere ve olgulara ağırlık vermekle birlikte, feodal dönemin sonuna doğru ortaya çıkan “öznel ya da subjektif hakların yasal temelde tanımlanması” olgusu üzerinde aynı düşüncededir (Keyman, www.siviltopluma.kademisi.org.tr, 2014).

Doğa durumunu savunan temsilcilere karşı Adam Ferguson, Freidrich Hegel, Jean Bodin, Thomas Paine, Alexis De Tocqueville ve Karl Marx ortaya çıkmış kuramcılardır.

Adam Ferguson bir “ilk durum” ya da “doğa durumu” düşüncesini reddeder. Ona göre, toplumsal varoluş içindeki çatışmalar olumsuz bir nitelik taşımazlar (Duman, 2003:352). Ferguson, sivil toplumda modernliğin getirdiği yozlaşmayı baskıya dayalı yönetimlerin kurulmasını kolaylaştırıcı bir etken olarak değerlendirir. (Doğan, 2002:79).

Sivil toplum, henüz devletten ayrı bir yaşam alanı olarak algılanmaz. Ferguson’a göre bu ikisi özdeştir veya özdeş olmalıdır. (Keane, 1993:54). Ferguson’un açmış olduğu çizgide sivil toplum politik toplumla özdeş olmakla birlikte iki kavram da ilkel olmayan, “medeni” topluma işaret etmektedir. Ferguson’u takip eden düşünürlerin de genel olarak sivil toplum kavramını ilkel yaşamın karşıtı olan medenilik anlamında algıladıkları görülmektedir (Çaha, 2012:43).

Freidrich Hegel’in ifadesi ile sivil toplum, aile ve devlet arasındaki ara bir yapılanmadır (Neocleous, 1995:396). Sivil toplum bir sözleşme sonucu olarak kurulmaz; sözleşmenin yapılacağı ortamı ya da alanı oluşturur. Sivil toplum, ancak yasal ve siyasal kurumlarla donanınca devlete dönüşür (Tunçay, 2003:10). Bayraktar (2005:13)’a göre, Hegelci anlayış, sivil toplumu devletten ayrı görürken, kendi kendini yok etme potansiyelini göz önünde tutarak devletle ilişki içinde olması, ondan tamamen kopmaması gerekliliğine özel bir vurgu yapmaktadır. Yalvaç (2008:61)’a göre ise, Hegel’in sivil toplum anlayışı, kişilerin kendi çıkarlarını savunarak sonunda herkesin genel refahının sağlandığı Adam Smith’in görünmez el tezi ile çok yakından ilgilidir. Ancak, Hegel’in çözümlemeleri Smith’in tezinin çok ötesine gitmekte ve liberal kuramın önemli bir eleştirisini içermektedir (Yalvaç, 2008:61). Mardin (2004:229) ise, Hegel için sivil toplumu, içinde yaşayan kişilerin yaşamasını sağlayacak bütün faaliyetleri içeren, yapılı ve organize, bir iktisadi sistemi, bir hukuk sistemi ve bunların

düzenli bir şekilde çalışmasını sağlayacak otoriteye sahip bir cemaat olarak ifade etmektedir.

Hegel’de sivil toplum, liberal devletin ilkelerine göre yapılan dışsal düzenlemelerle birlikte ekonomik ilişkiler alanıdır ve aynı zamanda hem burjuva toplumunu hem de burjuva devletini içerir. (Bobbio, 1993:100). Hegel, aile, sivil toplum ve devlet arasındaki diyalektik ilişkiyi ele alarak her alanın farklı etik değerlere sahip olduğunu ileri sürer. Hegel’de sivil toplum farklılık, özel çıkar ve çatışma alanıdır. Üçüncü alan olan devlette, hem aile hem de sivil toplumdan farklı bir etik ortaya çıkar (Duman, 2003:353). Sivil toplumu “burjuva toplumu” kavramı ile ifade eden düşünüre göre, sivil toplum bir yandan bireysel, özel çıkarların, bencil arzuların ve ihtiyaçların savaş alanı konumunu sürdürürken, diğer yandan ekonominin gelişmesinin koşulu olan çelişkileri de içinde barındırır. Hegel tam da bu noktada devlete dengeleyici rol vererek, bireysel ve ailevi ilişkileri düzenleyen sivil toplum yanında, eylem düzeyinde rasyonalite olarak sivil toplumu düzenleyecek bir devlete gereksinim olduğunu ileri sürer (Erdoğan Tosun, 2001:40).

Hegel ve Marx tarafından sivil toplum terimi karşılığı olarak kullanılan burjuva toplumu teriminin belirtilerine ilk kez Jean Bodin’de rastlanmaktadır. Bodin’in önemi burjuvaziyi ilk kez ayrı bir zümre olarak görmesiydi. (Doğan, 2002:43).

Yazında “sınırlı devlet” olarak ifadesini bulan ve sivil topluma inisiyatif tanındığı yönetim anlayışı Thomas Paine tarafından çok berrak bir şekilde ortaya konulmuştur. Onun fikirlerinde otorite-özgürlük çelişkisi açıkça hissedilir (Doğan, 2002:85). Keane (1993:65)’e göre, sivil toplumun kendi kendini yönetme yeteneğine olan güveni ne denli artarsa, devlet kurumlarına ve yasalarına olan ihtiyaç da o ölçüde azalmaktadır.

Alexis De Tocqueville, çağdaş sivil toplum ve devlet arasındaki sınırı çizmiştir. Bunu yaparken teknolojinin ve bilimin de etkisiyle devletin giderek toplumu nüfuzu altına alma eğiliminde olduğunu ve bu durumun oluşmasında toplumdaki farklılıkların ortadan kalkmasının büyük bir etken olduğunu öne sürmüştür (Doğan, 2002:97). Tocqueville, sivil birliklerin, varolmaları ve eşgüdümlerinin sağlanması bakımından daima merkezileşmiş devlet kurumlarına bağımlı olduklarını söylemiştir. Ancak, bireylerin ve grupların özgürlük ve eşitliği, yerel özgürlükleri besleyen ve tikel

çıkarların etkin şekilde ifade edilmesini sağlayan örgütlenmelerin korunmasına da bağlıdır (Keane, 1993:82).

Karl Marx, sivil toplumdaki yoksulluğa, sınıflar arasındaki eşitsizliğe ve çatışmaya vurgu yapmaktadır (Duman, 2003:354). Marx, bireylerin maddi ilişkilerinin bütününe kapsayan olarak sivil toplumun ancak burjuvaziyle gelişebileceğini vurgulamış, buna karşılık toplumsal örgütlenmenin temelini de yine aynı şekilde isimlendirildiğine dikkat çekmiştir (Maga, 2001:9). Sivil topluma olumlu bir değer atfetmeyen Marks, sivil toplum ve siyasal toplumun uzlaştırılmasının değil, ortadan kaldırılmasının gereğini vurgulamaktadır (Erdoğan Tosun, 2001:44). Marx, sivil toplum oluşumunu doğrudan kapitalist çıkarların oluşumuyla paralel görmüştür. Hegel’e yönelttiği eleştirileriyle Marx, “sivil toplum” ve “Devlet”in iki ayrı birim olarak görülmesinin, devlette iktisadi faaliyetlere ve faaliyetleri düzenleyenlere “boyun eğme” boyutunun fark edilmesini engellediğine dikkat çekmiştir (Aktay, 2005:13). Marx’ın devlet ve sivil toplum kavramsallaştırması, kullandığı altyapı-üstyapı şemasına paraleldir. Bu şemada devlet siyasal düzenin (üstyapının) aktörü iken, sivil toplum üretim süreci ve sosyal sınıfların (altyapının) aktörüdür (Erdoğan Tosun, 2001:43). Marsist düşüncenin fikir babası olan Marx, devleti Hobbes ve Hegel’de olduğu gibi toplumsal ve ekonomik yaşamın tümünü kuşatıcı bir kurum olarak değil, bu alanları kuşatan sivil toplumun hizmetinde bir kurum olarak görür. Marx için devlet değil, sivil toplum toplumsal yaşamın tüm alanlarını belirler (Çaha, 2012:36).

Antonio Gramsci’nin “sivil toplum”u: iktidarın devrimci bir amaçla ele geçirilmesi, iktidar öncesinde uzun yıllara dayanan mücadele geleneği topluma tamamen yerleşmiş ve orada hegemonyasını kurmuşsa mümkün olabilir. Gramsci’nin bu tanımında, formüle edildiği yılların, faşizmin önemli bir tesiri olduğu görülmektedir. Sivil toplum, Gramsci’nin gözlemlerine dayandırdığı tepkidir (Maga, 2001:9). Gramsci’nin akıl yürütüşüne göre, sivil toplum üzerinde denetim sağlamak için yapılan uzatılmış bir “mevzi savaşı”, burjuvazinin egemenliğini, “öz vatani” olan ekonomi ve baskıcı devlet alanında siyasal olarak yıkabilmek için en etkin yol olacaktır (Keane, 1993:36). Sivil toplumu olmayan devletlerin hemen ve devlet eliyle sivil toplumu oluşturmaları gereğini vurgulayan Gramsci, kavrama olumlu bir değer yükleyen yaklaşımıyla, Marx’dan çok Hegel’e yakın görünmektedir (Erdoğan Tosun, 2001:48). Gramsci için sivil toplum; “modern savaştaki siper sistemlerine benzemektedir. Bu

sistemlerin labirente benzer yapıları normal olarak, ekonomik krizin hücumlarına karşı direnmekte ve devlet aygıtını korumaktadırlar (Erdoğan Tosun, 2001:47). Marx'ın aksine, Gramsci'de sivil toplum, alt yapısal bir alana değil, üst yapısal bir alana işaret eder. Bu anlamda Gramsci, sivil toplum kavramına ilişkin anlayışını Marx'tan değil, Hegel'den almıştır. Sivil toplum kavramını Gramsci, hegemonyanın kültürel ayağı olarak kabul eder. Hegemonyanın biri politik, biri de kültürel olmak üzere iki ayağı bulunmaktadır. Politik ayağını devlet oluştururken, kültürel ayağını da sivil toplum oluşturur (Çaha, 2012:38).

Jürgen Habermas, "Sivil toplumun kurumsal çekirdeğini, kiliselerden, kültür derneklerinden ve akademilerden bağımsız medyaya, spor ve hobi derneklerine, tartışma kulüplerine, vatandaş forumlarına ve yurttaş inisiyatiflerinden meslek birliklerine, siyasal partiler, sendikalara ve alternatif kurumlara dek uzanan devlet-dışı ve ekonomi-dışı birlikteliklerin oluşturduğunu" söylemektedir (Habermas, 2002:52). Bu ifade ile siyasal toplum-ekonomik toplum-sivil toplum temelinde, üç boyutlu bir toplum anlayışı geliştirir (Duman, 2003:357). Devlet-toplum ayrımı çerçevesinde, devletin dışında kalan bir kamusal alan tanımlayan Habermas için, söz konusu alana temel özelliklerini kazandıran bir düzey de özel alan ve bu alanda varolan burjuva ailesidir (Asrak Hasdemir ve Coşkun, 2008:125). Burjuva toplumunda kamu, kendisini ilkin kamusal topluluk olarak bir araya gelmiş özel şahıslar suretinde ortaya koymaktadır (Habermas, 2002:93).

2.2. SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI

Devlet ve özel sektörün yanında üçüncü sektör olarak ifade edilen sivil toplum kuruluşları (STK) yaşamın her alanında etkili olmaktadır. İnsanların, aralarında farklılıklar olmasına rağmen onları bir araya getiren ortak değerleri, idealleri, tutkuyu paylaşan katılımcılar ya da üyeler olması STK'lar için benzersiz bir durumdur. Toplumsal değerlere olan güçlü inançlar, maddi bir ödül olmasa dahi ortak konular üzerine birlikte çalışmak için insanları yeterince motive edici olabileceğini göstermektedir (Lukaszczyk ve Williamson, 2010:469). Devletin ve özel sektörün işlev gördüğü alanlarda ve göremediği alanlarda da anlamlı işlevler gören, katkılar sağlayan STK'lar üçüncü bin yılın gözde kuruluşlarıdır (Akdemir, 2008:258). Önemli bir amaca

başarıyla ulaşmak, STK'lar için yeterli bir ödüdür (Lukaszczyk ve Williamson, 2010:469). Sivil toplum kuruluşları, başkaları gibi düşünenlerle birleşmek için bireylere daha geniş olanaklar sağlayan dinamik toplumsal güçler tarafından şekillenmektedir (Teegen vd., 2004:465). STK'lar, yaşadıkları ülkenin sivil toplum düzenine ve sosyo-ekonomik kalkınmasına doğrudan katkıda bulunan, katılımcı demokrasinin oluşturulması ve sürdürülmesinde (kimi zaman devlet ve hükümetten de fazla) yaşamsal bir rol üstlenirler (Güder, 2004:5).

2.2.1. Sivil Toplum Kuruluşu Kavramı

Farklı alanlarda faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarını kavramsal açıdan incelemek oldukça zordur. Yazında kavramsal bir karmaşanın olduğunu da söylemek gerekmektedir. “Üçüncü sektör ya da “kar amaçlı olmayan” sektör olarak da ifade edilen sivil toplum, kamu sektörü ve özel sektörün ülke ötesine geniş bir şekilde uzanan toplumun tüm yönlerini tanımlamak için kullanılmaktadır (Teegen vd., 2004:464).

Türkçe’de adına Sivil Toplum Kuruluşları, İngilizce’de ise Non-Governmental Organizations (NGO) denilen kâr amaçsız, gönüllü ve çok çeşitli amaçlarla kurularak, bir araya gelindiği, bu amaçlar doğrultusunda farklı yönelimler ortaya çıkarabilen örgütler olarak ifade edilebilir (Akdemir, 2008:259). Bu örgütler, modern anlamda, piyasa ekonomisinin sosyal ve ahlâki bir içerik taşımayan doğa yasalarına göre işleyen ve öyle olması gerektiği kabul edilen iktisadî faaliyetlerin yol açtığı toplumsal buhranları azaltarak ortadan kaldırmayı ve huzurlu bir toplum oluşturmayı hedef alan sosyal politika yaklaşımı kapsamındaki kuruluşlardır (Talat Arslan, 2004:155). STK'lar, ticari amaçlar dışında öncelikle insanlık ya da işbirliği ile nitelendirilen ve hükümetten tamamen bağımsız ya da büyük ölçüde bağımsız olan pek çok grupları ve kurumları içermektedir (World Bank, 1989).

Sivil toplum kuruluşları belli bir hukuki kalıba uyan resmi örgütler olarak, ortak bir amaç etrafında toplanan ve doğrudan kendilerine çıkar sağlamayan kişi topluluğudur. Sivil toplum kuruluşları özerk kuruluşlardan oluşmuş, özel sektörle kamu sektörü arasındaki bir ara sektör niteliğiyle sivil toplumun vazgeçilmez elamanlarıdır (Yıldırım, 2004:52). Sivil toplum kuruluşları “dışarıdan sisteme müdahale eden” görünümünden uzaklaşarak, giderek artan biçimde sistemin bir parçası haline gelmiş,

piyasa başarısızlığını ortaya koymaktan çok sorunları yine piyasa çözümleri ile aşmaya çalışmakta ve sermaye birikimini eleştirirken iyi birer yatırımcı haline dönüşmektedir (Schiller, 2005:6). Onlar, toplulukları, sosyal ve politik hareketleri ve yerelden küresele bütün coğrafi düzeyde ve bütün ideolojik görüşlerde özel çıkarları temsil etmektedir (Lambell vd., 2008:75).

STK'nın genel olarak kabul edilen bir tanımı yoktur. STK'lar uluslararası kalkınma veya ulusal veya bölgesel olarak organize edilmiş yerli veya dini grupları destekleyen özel kuruluşlar da olabilir (Nalinakumari ve Maclean, 2005:2). Kamu ve etkili hükümet politikaları arasında farkındalığı artıran bir grup vatandaş da olabilir. Özel fonları toplayan ve toplumun kalkınması için onları kullanan çeşitli hayır ve dini dernekler ve gruplar olarak da kabul edilir (Shiva ve Roy, 2008:64). Bundan dolayı Sivil toplum kuruluşları, yerine getirmekte oldukları farklı fonksiyonlara göre çeşitli şekillerde tanımlanmıştır.

Willets (2002)'e göre bir STK, kamu işi ile ilgili olma, para kazanma ya da kanun dışı faaliyetler ile uğraşmak dışında, düzenli ve sürekli prensipler üzerine, bir takım yaygın amaçlar için, bireylerin beraber eylemlerinden oluşan bağımsız gönüllü bir birlik olarak tanımlanmaktadır.

Bozkurt ve Ergun (1998:90) ise STK'yı, belli toplumsal, kültürel, sanatsal, bilimsel amaç ya da amaçlar çerçevesinde gönüllü olarak bir araya gelen, örgütlenen ve o amaçlar doğrultusunda faaliyette bulunan kişilerin oluşturdukları, tüzel kişiliği ve sürekliliği olan örgütsel yapı olarak ifade etmektedir. Uğur (1997:69) ise STK'yı en temel özellikleriyle, “yurttaşların ortak bakış, ortak çıkar, ortak duyarlılık, ortak talep vb. temelinde gönüllü olarak bir araya gelerek; devletin hukuki, idari, üretici ve kültürel organlarının dışındaki alanda meydana getirdikleri; dernek, vakıf, sivil girişim, platform, ilişki ağı, vb.’lerinden oluşan yapılar ve etkinlikler olarak tanımlamaktadır.

Sivil toplum kuruluşları topluma hizmet götürmek amacıyla ortak hedeflere yönelmiş bireyler tarafından kurulmuş örgütlerdir. Esnek yapıları ve isteklere anında cevap verebilen işleyişleriyle gönüllük esasına dayalı olarak kamu sisteminin bir parçası olmaksızın ve kâr amacı gütmeksizin belli bir hedefe yönelik olarak bir araya gelmiş ve öz yönetime sahip olan kuruluşlar şeklinde de ifade edilebilir (Akatay ve Yelkikalan, 2007:10). STK'lar, gerek ulusal siyasette gerekse uluslararası açıdan anlam ve önem

taşıyanları, kişisel ya da grupsal çıkar sağlama peşinde koşmayan, demokratikleşme, çağdaşlaşma gibi temel hak ve özgürlükleri korumayı (Tunçay, 2003:11), eşitlik, eğitim, sağlık, çevre koruma ve insan hakları dahil olmak üzere sosyal, politik ve ekonomik amaçlar üzerine eylemsel çabalar ve/veya savunma odaklılıkla özellikle toplum çıkarlarına hizmet etmeyi amaçlayan özel, kâr amacı olmayan örgütlerdir (Teegen vd., 2004:466; World Bank, 1989; Werker ve Ahmed, 2008:74; Clarke, 1998:36).

2.2.2. Üçüncü Sektör

Üçüncü sektör, hükümet dışı kuruluşlar, devlet dışı kuruluşlar, gönüllü kuruluşlar, sivil toplum örgütleri gibi adlarla anılan sivil toplum kuruluşlarının niteliklerini belirten farklı yaklaşımlar olsa da tanımlamada çoğunlukla “sivil toplum içinde yer alan kuruluşlar” olmaları üzerinde görüş birliğine varılmaktadır (Demirkaya ve Berzah, 2006:59; Yıldırım, 2004:53). Ancak bu kavramlar, sosyal girişimcilik kavramının önemi dikkate alındığında, faaliyetleri farklı bir kategoride değerlendirilebilmektedir.

Sosyal girişimcilik yeni girişimler yaratarak veya mevcut örgütleri yenilikçi bir biçimde yöneterek sosyal servet artırmak için fırsatlar arama, keşfetme ve tanımlamaya yönelik üstlenilen faaliyetleri ve süreçleri kapsamaktadır (Sarıkaya ve Yüce, 2009:30). Austin (2006)’a göre sosyal girişimcilik kâr amacı gütmeyen, özel ve kamu sektörlerinde görülebilen yenilikçi, sosyal değer yaratma faaliyetidir. Leadbeater 1997’ye göre gönüllü sektör, sosyal girişimciliğin en verimli kaynağı olan kesime liderlik eden bir yenilikçiliği geliştirmektedir. Nitekim sosyal girişimcilik, uygulama alanını küresel boyutta sürekli genişletirken giderek daha fazla sayıda ülke ekonomisinde katalizör etkiye sahip olmaya başlamıştır (Kümbül Güler, 2011:80).

Sosyal girişimcilik, toplumsal sorunların çözülmesi için, bazen belirli bağışlara bağlı kalmanın yeterli olmadığı durumda ortaya çıkmakta ve bu kuruluşların ticari kuruluşlar gibi hareket etmelerini ve yaptıkları faaliyetlerden kâr elde ederek bunu tekrar topluma dönüştürmelerini amaçlamaktadır (Sarıkaya, 2010:88). İşletmelerin gücünü sorumlulukla dengeler, satışlarda, pazar payında ve kârlılıkta sürekli artış sağlar, işletmenin toplumsal imajını yükseltir, nitelikli çalışanları çekme ve elde tutma olanağı

sağlar, işletmeye yatırımcılar ve mali analiz uzmanlarının sempatisini ve ilgisini artırır (Ulusoy ve Danacı, 2009:51-52).

Sosyal girişimciler sosyal problemlere odaklanmakta, yenilikçi girişimler yaratmakta, yeni sosyal düzenlemeler inşa etmektedir (Alvord vd., 2004:262). Leadbeater (1997)'ye göre sosyal girişimciler, genellikle küçük örgütlerden ortaya çıkmaktadır ve yaşadığı toplumda ortaya çıkan sosyal aksaklıkları fark ederek o güne kadar akla gelmeyen ya da cesaret edilmeyen bir yaklaşımla sorunların üzerine giden; yaratıcı, ısrarcı, duyarlı, gerçekçi tavırları ile fark yaratan ve toplumun güvenini kazanan kişilerdir. Köklü değişimlerin mümkün olduğunu kanıtlayan rol modelleridir (Tayfun, 2009: 63). Thompson (2002: 415), sosyal girişimcileri, bir ihtiyaç boşluğunu tanımlayan ve bu boşluğu bir fırsatla ilişkilendiren, gerekli ağırları kurmak için diğer kişileri bir araya getiren ve güdüleyen, ihtiyaç duyulan kaynakları bulan, engellerin üstesinden gelen ve içsel riskle baş eden, riski kontrol etmek için uygun sistemleri öne süren kişiler olarak ifade etmektedir.

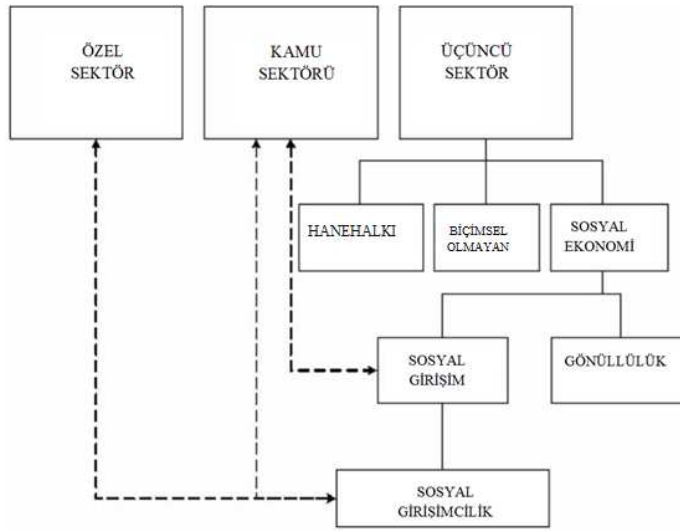
Austin (2006), sosyal girişimciler için yapılan faaliyetin girişimcilik olarak değerlendirildiği için, yeni bir şey üretmede yaratıcı süreç yenilik, sosyal girişimciliği işletme girişimciliğinden ayıran özellik olarak sosyal değer yaratma ve sosyal girişimciliğin her sektörde ve sektörler arası işbirliği çalışmalarında görülebilecek bir olgu olarak faaliyet alanının her yer olabileceği şeklinde üç unsurun altını çizmektedir. Sosyal girişimciler sosyal problemlere odaklanmakta, yenilikçi girişimler yaratmakta, yeni sosyal düzenlemeler inşa etmektedir (Alvord vd, 2004:262).

Leadbeater (1997)'ye göre sosyal girişimci, girişime yönelik, yenilikçi, dönüşümcü rol üstlenir. Yaptıkları sosyal girişimcilik faaliyetleriyle toplumsal dönüşümün öncüleri (Leadbeater, 1997; Sarıkaya, 2010:88) arasında yer alan üçüncü sektör kuruluşları beraberinde kendi iç dinamikleri ve yönetim anlayışları açısından da bu dönüşümün bir parçası haline gelmektedir (Sarıkaya, 2010:88).

Üçüncü sektör kuruluşlarının gerçekleştirdiği sosyal girişimcilik faaliyetleri devletin ve özel sektörün toplumsal anlamdaki boşluklarını doldurması açısından önemli bir rol oynamaktadır (Birch ve Whittam, 2008:439). Dışa açılmanın ve dünya ile bütünleşmenin gerçekleşmesine etkili biçimde katkı sağlar (TUSEV, 1996:10). Ulusal düzeyde gittikçe önem kazanan üçüncü sektör hareketi, aslında uluslararası

düzeyde güçlenmekte ve hem hükümetlerarası kuruluşları hem de hükümetleri baskısı altına almaktadır (TUSEV, 1996:10). Bundan dolayı sanayileşmiş ve gelişen dünyada çalışanları ve üyeleri, yönetim tarzları ve çalışma ortamlarındaki kültürel farklılıklar, diğer sektörlerle göre ön plandadır (Lewis, 2002:67).

Şekil 2.1: Özel, Kamu ve Üçüncü Sektör



Kaynak: Birch ve Whittam, 2008:439.

Kâr amacı gütmeyen ve gönüllü örgütler, örgütün finansal olduğu kadar sosyal çizgisine de destek verici yeni iş girişimleri oluşturmakta, sosyal girişim stratejilerini geliştirmektedir (Eikenberry, 2009:586). Üçüncü sektörde yer alan ve sosyal alanda önemli girişimlere imza atarak buradan kâr elde eden örgütlerin sosyal kâr amaçlı örgütler olarak adlandırılması hem yaptıkları faaliyetler açısından hem de bunları paydaşlarıyla daha etkin bir şekilde paylaşabilmeleri açısından daha önemlidir (Sarıkaya, 2010:88). Sosyal kâr, sosyal gelirler ile sosyal maliyetler arasındaki fark olarak formüleştirilmektedir. Sosyal gelir, elde edilen sosyal (sosyal-çevresel) fayda ile ölçülebilirken (Gilligan ve Golden, 2009:99), Sosyal maliyetler, üretmek için kullanılan enerjiyi içerebilir ve değişimin ek sosyal-çevresel maliyetleri kadar yakıt teknolojisinin biçimini değiştirebilir (Gilligan ve Golden, 2009:100). Dolayısıyla sosyal kâr ve finansal kâr kavramlarını birbirinden ayırmak gerekmektedir. Üçüncü sektör

kuruluşlarının elde ettiği kârı finansal kâr olarak nitelendirmek doğru olmayacaktır (Sarıkaya, 2010:89).

Günümüzde, bulundukları ülkenin ekonomik ve toplumsal refahı için hizmet etmeye kendini adanmış olan üçüncü sektör altında faaliyet gösteren örgütlerden biri ticaret birlikleridir. Tüm ülkelerde, çok geniş bir yelpazede faaliyette bulunan ve çeşitlilik gösteren ticaret birlikleri vardır (Bennett ve Ramsden, 2007:50). Ticaret birlikleri, işletme çıkarlarını bir araya getirerek ve siyasi karar vericilerle bunu ilişkilendirilerek özel-kamu etkileşimlerinde önemli bir rol oynamaktadır. Ticaret birlikleri, genellikle bağımsız siyasi stratejilerini sürdürmek için kaynaklara sahip olmayan küçük işletmeler için özellikle önemlidir (Wilts ve Meyer, 2005:176).

Ticaret birlikleri, iş hizmetlerinin belirli bir alt pazar kaynağıdır (Bennett ve Robson, 2001:222). Bu kuruluşlar, işletmelere politik stratejileri takip için bir kaynak tabanı sunmaktadır. Özellikle devlet kurumları ve sendikalar gibi üçüncü şahıslara karşı iş çıkarlarını temsil etmek için tasarlanmıştır. Birlikler işletmelerin ve işletmelerin çıkarlarına aracılık ettikleri için ve iş dünyası adına konuştukları için onlar, çeşitli sistemlerde çıkar siyasetinin önemli aktörleridir (Wilts ve Meyer, 2005:176).

Birlikler, üyelerine statü düzeyi sunmakta, kendi saygınlıklarına fayda sağlamakta (Bennett ve Ramsden, 2007:56), rakipleriyle iletişimde bulunarak, onlara bilgi tedarik ederek ve siyasi çıkarlarının tam olarak ne olduklarını anlamak için onlara yardım ederek, toplu iş eylemlerini koordine etmektedir (Wilts ve Meyer, 2005:178).

2.2.3. Sivil Toplum Kuruluşlarının Özellikleri

Sivil toplum kuruluşlarını diğer kuruluşlardan ayıran bir takım önemli özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikleri, STK için bir kimlik niteliğindedir ve sivil toplum kuruluşunu oluşturan temel yapı taşlarıdır. STK'lar görev temelli kurumlar olmaları sebebiyle performansları yüksek kurumlardır. Görev temelindeki gönüllülük başarıyı yönlendirmektedir (Akdemir, 2008:259). Willet (2002), bir STK'nın ne olması gerektiğinden ziyade ne olmaması gerektiği durumlara dikkat çekerek, devletten bağımsız olması gereğinin yanı sıra siyasi bir parti olmaması, kâr amacı düşüncesinde olmaması ve özellikle şiddet içeren suçla ilgili bir grup olmaması özelliklerine sahip olmamasına yönelik STK'ların önemli üç özelliği üzerinde durmuştur.

Sivil toplum kuruluşlarında ortaya çıkan en önemli düşünce alturizm-faydacılık kavramıyla ilişkilendirilmektedir (Akdemir vd., 2009:24). Alturizm-faydacılık, dış kaynaklardan ödül beklentisi olmaksızın diğerlerinin faydası için gerçekleştirilen davranış olarak tanımlanmaktadır (Yeung, 2006:16). (Podsakoff ve MacKenzie, 1994:351; Danaeefard vd., 2010:149) ise bu tanıma ek olarak “diğerlerine karşılıksız olarak yardım etmeyi amaçlayan gönüllü davranışların bütünü” olarak yaptıkları tanımda “gönüllülük” ifadesine vurgu yapmışlardır. Başta yardım duygusunun ön planda olduğu sivil toplum kuruluşları faaliyetlerinde, sivil toplum kuruluşları üyelerinin toplumda ihtiyaç sahiplerine yardım etmelerinde yatan temel sebebin alturizm-faydacılık ile açıklanabilmesi mümkün olmuştur (Akdemir vd., 2009:24).

Keim (2003:21) de, STK’ların yenilikçi ve yaratıcı taktikler geliştirebilmeleri, özellikle gelişmiş ülkelerde duyarlı bireylerin dikkatlerini çekebilmeleri, pek çoğunun ise uluslararası faaliyet alanına sahip olmalarından dolayı zorlu aktörler olduklarını ifade etmektedirler.

Sivil toplum kuruluşlarının farklı rollerine bakılmaksızın, düzenli olarak gözlemlenen çeşitli özellikleri vardır. Bu özellikler aşağıda sıralanmıştır (Schepers, 2006:284):

- Sivil toplum kuruluşları devlet veya benzer örgütlerle işbirliği yapmasına ve çoğunlukla bu örgütler tarafından finanse edilmesine rağmen, uygulamaları ve özellikle destekçi uygulamaları, devletin etkisinden uzak olmaktadır.
- Sivil toplum kuruluşları kâr amacı gütmeyenler, yani mülkiyet hissesi yoktur. Bağış, mal ve hizmetlerin satışından elde edilen gelirler kuruluşun faaliyetleri için harcanır.
- Sivil toplum kuruluşları kendi kendini yönetir. Pek çok sivil toplum kuruluşu, faaliyetlerin denetimi görevini yerine getiren yeterli sayıda yönetim kurulu üyesine sahiptir. Bu kurullar, kuruluşun mali sorumluluğunun yerine getirilmesini güvence altına almak ve misyonunu korumak amacıyla hizmet ederler.
- Sivil toplum kuruluşlarına hem üyelik ve hem de faaliyetlere katılım gönüllük esasına dayanır.

- Sivil toplum kuruluşlarının yapı ve fonksiyonlarının çevrenin korunması, insan hakları veya bölgesel, toplum yararını dikkate alarak, ulusal ve uluslararası ideallere dayalı olarak ortaya çıkmasıdır. Örneğin, çevreyi korumak isteyen bireyler çevreyle ilgili bir yerel kuruluştan, uluslararası nitelikteki bir sivil toplum kuruluşuna kadar, bir kuruluştaki çalışabilir veya bu kuruluşa bağlıta bulunabilir.

STK'ların bu temel özelliklerinin yanında aşağıdaki özelliklere de sahip olduğu belirtilmektedir (Güngör Ak, 2005:189):

- Siyasiler tarafından kullanılmak yerine, devlet yönetiminin etkili, verimli, sorumlu, şeffaf bir hâl alması için çalışmak,
- Sivil toplumu en ücra yerdeki vatandaştan en modern yerde yaşayan vatandaşa kadar herkesin aktif vatandaş olarak yönetime katılmasını sağlamak,
- Toplumsal yaşam içinde varolan farklı kültür, sosyal ve ekonomik şartlardan gelen herkesi demokratik ve şeffaf bir yönetim anlayışı etrafında toplamak,
- Toplum-devlet-birey ilişkilerinde hak ve sorumlulukların adaletli dağıtılmasını sağlamak özelliklerinin üzerinde dururken, Güder (2004:9-10) de, bir STK'nın, temel taşıması gereken nitelikleri ve üstlenmesi gereken belli sorumluluklar olarak şunları eklemektedir:
- Varoluş nedeni ve görev tanımını net olarak yapmak,
- Kaynakları, beyan edilmiş bu görev tanımına uygun ve verimli olarak kullanmak,
- Bütün program ve projeleri bu görev tanımına uyumlu olarak tasarlamak,
- STK'nın çalışmalarına ilgi duyan bireylere ve gelen taleplere yanıt vermek,
- Dürüst, âdil, saygılı, güvenilir, sorumluluk sahibi ve hesap verebilir olmaktır.

Bunların yanında Yıldırım (2004:63), ülkede örgütün kurulmasını zorunlu kılan ya da engelleyen hiçbir yasal düzenlemenin olmaması gerektiğini vurgulamaktadır.

Hoşgüler ve Uludağ (2004:296)'a göre başka bir özellik ise, STK'larda görüşler ve fikirler değil, ilkeler ve eylemin ön plana çıktığıdır.

Bu özellikler ele alındığında, STK'ların sınırları bazen bulanıklaşabilmektedir: Bazı STK'lar siyasi bir parti ile yakın olabilmektedir; çoğu STK özellikle danışmanlık sözleşmeleri ya da yayın satışları gibi ticari faaliyetlerden gelir elde etmektedir ve bir kısmı da şiddet içeren siyasi protestolarla ilişkilendirilebilir. Ancak, bir STK hükümet bürokrasisi, bir parti, bir işletme, bir suç içeren örgüt ya da bir çete grubu olarak asla yapılanamaz (Willems, 2002). Toplumda bu kuruluşların başarısı, kendi amaçlarıyla toplumsal amaçların uyumuna bağlıdır (Talat Arslan, 2004:156).

2.2.4. Sivil Toplum Kuruluşlarının Sınıflandırılması

Sivil toplum kuruluşları, üstlendikleri görevleri ve sorumlulukları açısından çok farklı açılardan sınıflandırılmaktadır. Faaliyet alanları, faaliyette bulundukları kişiler, toplumlar ve bölgeler sivil toplum kuruluşlarının sınıflandırılmasını belirlemektedir. STK çeşitliliği, sınıflandırmayı zorlaştırmaktadır. Uluslararası, bölgesel, ulusal ya da yerel tabanlı olsun, STK sınıflandırması, kamu ya da özel sektöre ait olmayan bütün aktörleri içermektedir (Lambell vd., 2008:76).

Çeşitli STK'lar, ülke ve bölgelerinde çeşitli sınıfların bilim ya da teknoloji kapasitesini yapılandırmaya yönelik çalışırlar. Bazıları, su ya da yemek planı gibi temel görevlerde yardımcı olmak üzere basit teknolojiler için yerel malzemeleri kullanmada know-how sağlamaya odaklanabilirler. Diğerleri ise bir grubun temel eğitimsel esaslarını geliştirmek için bilim ya da öğrenme ile ilgilenmeye yönlendirme çabasıındadırlar. Bazıları ise iktidarın muhtemel yeni yaklaşımlarına karşı hükümet ajanslarını ya da diğer örgütleri uyarmaya odaklanırlar (Lukaszczuk ve Williamson, 2010:469).

Ulusal STK'lar, genel olarak, Yerel STK etkililiğini (örneğin, bilgi paylaşma ve eş güdüm yoluyla) ve küçük STKlar ile büyük finansman kuruluşları arasında aracı olarak bulundukları faaliyetleri geliştirebilen federasyonlar ve diğer destek veren örgütlere bağlı olarak ulusal seviyede hizmette bulunurlar. Ulusal STK'lar sırasıyla, genel olarak bölgesel ve uluslararası birliklere katılırlar (gönüllü kalkınma ajansları, kooperatifler, ticaret birlikleri, çevresel örgütler, dini gruplar vb.) (World Bank, 1989).

Lindenberg ve Bryant (2001:139), görev ve performansa göre merkezi kontrol düzeyine odaklanmayı dikkate alarak STK'ları, ayrı bağımsız kuruluşlar, zayıf bir

çatının koordinasyonu ile bağımsız kuruluşlar, konfederasyonlar, federasyonlar, üniter (Unitary), kurumsal örgütler olarak beş basamakta sınıflandırmıştır.

Uluslararası STK'lar ise, hükümetlerarası bir antlaşma ile kurulmayan, devletten otonom, en azından bilinçli bir organik bağı olmayan, bu anlamda bağımsız hareket edebilme yetisine sahip, kâr amacı gütmeyen, en az iki ülkede faaliyet gösteren, belirli bir misyonu olan ve bu misyonu gerçekleştirmek için bir kurumsal yapı altında toplanmış, kişi ve/veya kişi gruplarından oluşan bir yapılanmadır (Çalış ve Özlük, 2006:9).

Devletle ilişkileri açısından sivil toplum kuruluşları “özgül devlet dışı örgüt tipleri” olarak ayırt edilmekte ve aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır (Demirkaya ve Berzah, 2006:50; Duman, 2003:366):

- Gelişmekte olan ülkelerde hükümetlerin kurduğu ve STK'lara akan fonların bir kısmını kendilerine aktarmayı amaçladığı GONGO'lar (government-organized NGO)
- Gelişmiş ülkelerde kurulan ve gelirlerin büyük bir kısmını kamusal kaynaklardan sağlayan QUANGO'lar (quasi-nongovernmental organizations),
- Kredi veren uluslararası kuruluşların aktardıkları kredilerin kendi amaçları doğrultusunda kullanılması için oluşturdukları DONGO'lar (donor-organized NGO).

Parker (2003:83-87) ise, STK'ları tarafsızlık, bağımsızlık ve bağlılığa bakmaksızın insanlara yardım etmeyi görev bilme ilkelerine dayalı insani düşünceleri geliştirmiş olan “Operasyonel STK'lar”, ortak bir sorun olarak kamu yararı ile çok uluslu işletmelerin faaliyetlerini izlemek ve düzenlemek için hükümet ile örtülü bir toplumsal sözleşme kapsamında siyasi faaliyet içinde olan “Destekleyici (Savunucu) STK'lar” ve hem operasyonel hem de destekleyici olarak her iki grubun da görevini yerini getirenler olan “Karma STK'lar” olarak üç şekilde sınıflandırmaktadır.

Sivil toplum kuruluşları üzerine kuzey ve güney sivil toplum kuruluşları olarak da coğrafi bir sınıflandırma yapılmaktadır. İstisnaları olmakla birlikte, kuzeydeki sivil toplum kuruluşları gelişmiş ülkelerde olup güçlü mali kaynaklara sahipken, güneydekiler gelişmekte olan ülkelerde bulunan mali yapısı zayıf kuruluşlardır (Schepers, 2006:285).

2.2.5. Sivil Toplum Kuruluşlarının İşlevleri

STK'lar, işletme, örgütler ve toplum için giderek artan önemde bir rol oynayan ve uluslararası işletme araştırmalarında dikkate alınması gereken kuruluşlardan biridir. Dünya genelinde, pek çoğu ulusal düzeyde çalışan yaklaşık 40.000 uluslararası düzeyde işleyen sivil toplum kuruluşları vardır. Rakamlar, bu kuruluşların çalışmalarına gerçekten ihtiyaç duyulduğunu ve bu kuruluşların dünya çevresinde genişlemekte olduğunu göstermektedir. Bundan dolayı, “onlar ne yapmaktadırlar” ve “işleyişleri nasıldır” sorularının önemi artmaktadır (Lukaszczuk and Williamson, 2010:468).

Katılımcı yönetime ulaşmak, yönetimleri rasyonel noktalara çekmek üzere fonksiyon gören STK'lar; bizzatıhi ekonomik değer yaratma, istihdam sağlama, devletin yapamadıklarını yapma, dayanışma sağlama, tüm dünya insanların sorunlarına duyarlı olma, çevreyi koruma, yoksullukla mücadele etme, insan haklarını yaygınlaştırma gibi misyonlar da üstlenmektedir (Akdemir, 2011:23). Sivil toplum aktörleri, hayırsever dernekler, kiliseler, mahalle örgütleri, sosyal kulüpler, sivil haklar lobileri, ebeveyn-öğretmen dernekleri, sendikalar, ticaret birlikleri ve diğer kuruluşların geniş bir yelpazesinde yer almaktadır (Brown vd., 2000,7). Kavramsal olarak, STK'lar aynı zamanda insan gelişimi ve çevresel örgütlerden silahlanma lobilerine kadar çeşitli politik yönelimlerden çıkarları da temsil etmektedir (Lambell vd., 2008:76). İşletmeler, özel çıkarlarına, hükümetler kamu çıkarlarına odaklanırlarken, sivil toplum aktörleri mevcut düzenlemeler ile mağdur olan grupları içine alan toplumsal grupların çıkarları üzerine odaklanmaktadır (Brown vd., 2000:8).

Sivil toplum kuruluşlarının üstlendiği işlevleri aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür:

- **Demokrasi Kültürünü Geliştirmek:** Sivil toplumun en önemli işlevi demokrasinin gelişmesi ve yerleşmesinde görülmektedir. Demokrasinin tabandan tavana doğru yaygınlaşması, dinamik bir sosyal taban teşkil edilmesi ve devlet üzerinde sınırlayıcı bir mekanizma rolünün oynanması gibi konularda sivil toplum çok kritik bir öneme sahiptir (Çaha, 2006:18). Demokrasiye geçiş süreçlerinde sivil toplum kuruluşlarının üstleneceği bir diğer önemli işlev, yetişmiş insan kaynağı yaratmaktır. Sivil toplum kuruluşları, kendi içlerinde oluşturacakları katılımcı ve çoğulcu yapıyla, bu kültüre aşına, bu kültürle

beslenmiş ve aynı zamanda yönetim deneyimi de edinmiş bireylerin yetişmesini sağlamaktadır (Erözden, 1998:17). Aynı zamanda kendilerinin işleyiş ve örgütsel yapılarının, diğer örgütlerle uyumlu çalışmaları durumunda çok olumlu katkılar sağlayacağı bilinmektedir (Yıldırım, 2004:86).

- **Araçsal Bir Devlet Anlayışını Geliştirmek:** Sivil toplum, devleti metafizik bir kurum olmaktan çıkarır. Sivil toplumun gelişmesiyle devlet, ulaşılmaz, sorgulanmaz bir otorite olmaktan çıkar; eleştirilebilen, sorgulanabilen, gerektiğinde yanıldığı, siviller tarafından ortaya konabilen teknik bir kuruluş ve hizmetçi birim haline gelir (Çaha, 2006:18).
- **Toplumsal Farklılaşmaya Katkıda Bulunmak:** Sivil toplum kuruluşları toplumun değişik çıkarlar, beklentiler ve değerler etrafında farklılaşmasını sağlar. Toplumsal farklılaşmaya olan katkıları aynı zamanda sistemin de farklılaşması anlamına gelir (Çaha, 2006:18). Bu değişim ve rekabet döneminde, çoğu zaman değişime uyum yetmemekte, toplumların aynı zamanda kendi kültürel varlıklarına uygun yeni yaklaşım ve tarzlar geliştirip, dönüşüm sürecine girmeleri de kaçınılmaz olmaktadır (Yıldırım, 2004:87). Sivil toplumu gelişmiş olan bir toplumda tek seslilik yerine çok seslilik hâkim olur. Farklı siyasal partiler, programlar ve yapılanmalar ancak farklılaşmış toplumlarda gelişebilmektedir (Çaha, 2006:19). Çağa özgü yeni ilişki biçimlerini geliştiren sivil toplum kuruluşları, insan oğlunun yeni kültürel yapılara imza atmasına vesile olmaktadır (Yıldırım, 2004:88).
- **Çıkarların Bir Araya Gelişini Sağlamak:** Sivil toplum kuruluşlarının diğer bir işlevi, kamuoyu oluşturma yoluyla, bireylerin taleplerinin dile getirilmesine ve dikkate alınmasına yardımcı olmaktır (Erözden, 1997:15). Sivil toplum kuruluşları bireylerin tekil çıkarlarını bir araya getirerek bunu sistem üzerinde bir güce dönüştürür. Demokratik toplumlarda bireyler güçlerini, yasal haklara sahip olmanın yanında, örgütlü topluluklar içinde yer almaktan alırlar (Çaha, 2006:19).
- **Bireylere Aidiyet Duygusu Kazandırmak:** Yalnız başına toplumsal sorunlarla ilgilenmede kendine güvenemeyen birey, sivil toplum kuruluşunun sağladığı daha enerjik, verimli ve yaratıcı bir ortamla sorun çözme konusunda yüksek bir

motivasyona kavuşmaktadır (Yıldırım, 2004:91). Sivil toplum kuruluşları bireyleri hem yalnızlıktan kurtarır, hem de bir kimlik kazandırarak toplumsal bir değer haline gelmelerini sağlar (Çaha, 2006:19). Birçok alanda hizmet veren sivil toplum kuruluşuna üye olan ve faaliyetlerinde üyeliğin gereklerini yerine getiren bireyler, bireysel yaşamlarını çok boyutlu hale getirme şansını da yakalamış olurlar (Yıldırım, 2004:90).

- **Siyasal Katılımı Sağlamak:** STK'lar ya da sosyolojik terminolojiyle söyleyecek olursak çıkar ve baskı grupları, seçimlerin olmadığı dönem boyunca görüşleri ve çıkarları iktidarda olanlar tarafından temsil edilmeyen kitlelerin taleplerini iktidara yansıtmanın temel mekanizmalarını oluştururlar (Erkilet, 2008:75). Katılım, ayrıca sistemi kendi beklentileri doğrultusunda şekillendirmelerine imkan verdiği için, bireylerin de sistemden yararlanmalarını, dolayısıyla tatmin olmalarını sağlar (Çaha, 2006:19). Sivil toplum kuruluşları ihtiyaç duyulduğunda siyasi uygulamaları takip ederek toplumu bilgilendirirken, gerektiğinde toplumun istemediği uygulamalar konusunda kamuoyu oluşturarak baskı unsuru haline gelmektedir (Yıldırım, 2004:76).
- **Sosyalleşme Bilincini Geliştirmek:** Sivil toplumun önemli işlevlerinden birisi de bireylerin sosyalleşmesini sağlamaktır. Aktif sosyalleşme bilincine sahip bireyler toplumda olup bitenlere karşı kayıtsız kalamazlar. Sosyal bilinci gelişmiş olarak toplumsal olaylarla yakından ilgilenerek bunlara yön vermeye çalışırlar (Çaha, 2006:20).
- **Ekonomik Kalkınmayı Sağlamak:** Sivil toplumun ekonomi alanındaki işlevi sadece verimli bir ekonomik ortam oluşturmakla sınırlı kalmaz; aynı zamanda ekonomik dinamizmi besleyen bilgi birikimini, “know-how” kabiliyetini, teknoloji geliştirme becerisini ve bilimsel faaliyetlerin gelişimini de yakından ilgilendirir. Dolayısıyla sivil toplum, ekonomik açıdan önemli bir beşeri sermayenin gelişmesine katkıda bulunmaktadır (Çaha, 2006:20). Bireylerin aktif katılımını sağlamak suretiyle, piyasadaki metalaşmaya ve egemen piyasa değerlerine karşı dengeleyici bir unsur haline dönüşmektedirler (Erözden, 1997:16).

- **Kriz Dönemlerinde Sorun Çözmeye Yardımcı Olmak:** Sivil toplum kuruluşlarının önemli işlevler görebilecekleri bir diğer ortam ise, kriz dönemleridir. Kriz dönemleri deyimi salt sıcak çatışma ortamlarını değil, sıcak çatışmaların hemen öncesindeki ve hemen sonrasındaki zaman kesitlerini de kapsamaktadır (Erözden, 1997:17). Üçüncü bir taraf olarak sivil toplum kuruluşları, sahip oldukları değerler ve odaklandıkları konular çerçevesinde akılcı, yaratıcı düşüncelerle kriz anında çözüm bulunmasına büyük katkı sağlamaktadırlar.
- **Özgün Düşünceleri Ortaya Çıkarmak:** Ayrıca, bağımsız bir çalışma alanı içinde bulunan sivil toplum kuruluşları, düşüncelerinde esnek, sorunlara karşı duyarlı, girişimci, çok sayıda ve özgün düşünceleri olan insanların sivil toplum kuruluşlarında yaratıcılıklarını sergileyecek ortamları bulmaları toplumsal dönüşüm için son derece önemlidir. Nitelikli ve erdemli insanların rejimi olan demokrasinin ancak yaratıcı ve etkin alternatiflerin üretildiği demokratik toplumlarda yaşayabildiği bilinen bir gerçektir (Yıldırım, 2004:90). Kuruluş bünyesine katılımın gönüllü olması sebebiyle, bireyler ilgi alanlarına göre sivil toplum kuruluşlarına katılım gösterecektir. Bu sebeple, bireyler ilgi gösterdikleri, belirli bir becerisi, bilgisi olan konularda faaliyet gösterdiği durumda daha başarılı, daha yaratıcı olacağı için gönüllü bireyler tarafından ortaya özgün düşüncelerin çıkması kaçınılmaz bir durumdur. Bu düşüncelerin ortaya çıkmasına da sivil toplum kuruluşları aracı olmuş olacaktır.

2.3. OSMANLI'DA VE TÜRKİYE'DE SİVİL TOPLUM KURULUŞLARININ TARİHSEL GELİŞİMİ

Sivil toplum kuruluşlarının çok farklı alanda bulundukları faaliyetler, günümüzdeki kadar olmamasına rağmen, tarihte de önemli bir yere sahiptir. Tarihte, toplumun ihtiyaçlarına göre ortaya çıkmış, yıldan yıla ihtiyaçların ve sorunların artması ve gündeme gelmesi ile sivil toplum kuruluşları sayısında da artış gözlenmiştir. Ülkemizde sivil toplum kuruluşlarının tarihi, Osmanlı'da sivil toplum kuruluşları ve Cumhuriyetin ilan edilmesinden sonraki tarihten günümüze kadar olan zaman içinde bulunan sivil toplum kuruluşları olarak iki kısımda incelenebilir.

2.3.1. Osmanlı'da Sivil Toplum ve Sivil Toplum Kuruluşları

Osmanlı sisteminde, sivil toplum faaliyetlerine yönelik girişim ve bu girişime yönelik işlevleri yerine getirmekle görevli organların henüz oluşmadığı, ancak, varlıkları itibarıyla birer sivil toplum kaynağı olabilecek potansiyel sivil toplum hareketlerinin Osmanlı'da bulunduğu söylenebilir.

Osmanlı toplumunda batılı anlamda sivil toplum taleplerinin başlangıç noktasını modernleşme taleplerinin başlangıç noktası ile paralel düşünmek mümkündür. Osmanlı'dan günümüze modernleşme sürecini Tanzimat, Islahat, Meşrutiyet ve Cumhuriyet diye kaba bir çizgi üzerinde ifade edecek olursak, modernleşme talebinin aşağıdan yukarıya doğru değil de yukarıdan aşağıya doğru bir seyir takip ettiğini, bu süreçte siyasal amaçlı sivil toplum örgütlenme taleplerinin de kendini merkezin dışında hisseden kesimlerden gelmekte olduğu görülmektedir (Abay, 2004:280).

Osmanlı devleti, devlet otoritesinin oluşturduğu “merkez” ile halk kesiminin oluşturduğu “çevre” arasında aracı kurumların yokluğundan kaynaklanan bir uzaklığın bulunduğu merkezîyetçi ve bürokratik bir örgütlenmeye sahiptir (Duman, 2003:367). Bundan dolayı Osmanlı siyasal kültürü, siyasal taleplere sahip bir sivil topluma zemin oluşturacak özelliklerden uzaktır (Çaha, 2012:149). Bu bağlamda yapılanma olarak özellikle millet sistemi, loncalar ve din kurumu sayılabilir.

Özünde özerk bir statüye sahip olan millet sistemi, örgütsel yapısı itibarıyla Osmanlı'da bir sivil toplum unsurunu oluşturur (Çaha, 2012:161). Ancak millet başının bir devlet memuru gibi Sultan'a karşı sorumlu olması yani devletle arasındaki dikey ilişki biçimi, vergi yükümlülükleri açısından tabi oldukları farklı rejim ve getirilen siyaset yasağı bu özerk potansiyel sivil toplum unsurunu bağımlı hale getirmiştir (Duman, 2003:369).

İlk bakışta birer sivil toplum unsuru görüntüsü veren loncalar, işleyişte Sultan'ın güçlü veya zayıf olmasına bağlı olarak bu görüntüden uzaklaşabilmekte ya da yakınlaşabilmektedir (Erdoğan Tosun, 2001:214). Loncaların ekonomik hayatı kontrol etme özellikleri dikkate alındığında hakikaten son derece önemli ve yaygın bir sivil kuruluş olarak düşünmek mümkündür. Loncalar, devletle Anadolu esnafı ve zanaatçısı arasında köprü işlevi görmekle birlikte daha çok devleti temsilen idari bir görev de üstlenmekteydi (Çaha, 2012:162-163). Loncalar hem sıkı devlet kontrolündeydi hem de

bu meslek kuruluşlarının merkezi otoriteyi etkileme yolları da açık değildi (Cihan ve Doğan, 2007:61). Buradan hareketle, Osmanlı loncalarının bir yüzünün sivil topluma, bir yüzünün de devlete dönük kaldığı söylenebilir (Çaha, 2012:163).

Osmanlı'da din kurumu da özünde sivil toplum unsuru olmakla birlikte devlet karşısında ciddi bir varlık gösterememiştir (Çaha, 2012:164). Batı'daki sivil toplum unsurlarının geliştirdikleri öznel içsel dinamikler açısından bakıldığında, tarikatların tam bir sivil topluma özgü nitelik taşımadığı görülür. Bunlar kişiye, bağlı olduğu grup dolayımından varlık kazandıran, bireysel etkinliği öne çıkarmayan, hatta bireyin kendini "birey" olarak yok sayan gruplardı (Erdoğan Tosun, 2001:219). Tarikatlar aynı zamanda hem Selçuklu hem de Osmanlı siyasal otoritesi hakkında spekülasyon üreten merkezlerdi. Üstelik tarikatın Anadolu ve Balkanlardaki çeşitli faaliyet merkezleri arasında sürekli bir haberleşme ağı mevcuttu (Cihan ve Doğan, 2007:44).

Osmanlı'da devlete bağımlı gelişen önemli bir sivil toplum unsuru da taşradaki soylu kesimdi. Ayan adı verilen bu kesim, 17. yüzyıl sonlarında tımar sisteminin bozulması sonucunda eyalet ve sancak yöneticileri, halk ile hükümet arasındaki ilişkilerde öncülük ederek (Çaha, 2012:166) sivil toplum olarak faaliyet göstermişlerdir.

Tüm yapısal-yasal sınırlamalara ve deneyimsizliğin getirdiği olumsuzluklara rağmen Cumhuriyete giden süreç, Türkiye'de modern sivil toplumun biçimlenmesi sürecinin hazırlayıcısı olarak değerlendirilebilir (Erdoğan Tosun, 2001:249). Duman (2003:371)'a göre Osmanlı'da, Cumhuriyete giden süreçteki modernleşme çabaları sivil toplumdan değil, devletten, devlet iktidarını elinde tutan bürokratik elitten kaynaklanmıştır. Cumhuriyet döneminde de devam eden bu yapılanma sivil toplumun doğal dinamiklerinin gelişmesini engellemiştir. Çaha (2012:183) ise, Cumhuriyet dönemi öncesinde Osmanlı toplumunun, sanayileşme ve modernleşme çabalarının sonucunda yeni toplumsal kesimlerle tanışarak sivil toplum unsurları açısından zenginleştiğini ifade etmiştir.

Bu dönemde, 1909 tarihli Cemiyetler Kanunu, 1938 yılında yeni Cemiyetler Kanunu'nun çıkışına kadar yürürlükte kalmış ve böylece Cumhuriyet'in ilk 15 yılı içinde de ülkede sivil toplum hayatını düzenleyen temel belge olmuştur (TUSEV, 2011:55). 1909-1918 döneminin baskıcı özelliklerine ve yasalarla getirilen yasaklara

rağmen, işçilerin sendika dışı örgütlenmelere yöneldiği, dernekler kurduğu gözlenmiştir (Erdoğan Tosun, 2001:252).

2.3.2. Türkiye Cumhuriyeti’nde Sivil Toplum ve Sivil Toplum Kuruluşları

Tarihin akışına bakıldığında, monarşiden meşrutiyete, meşrutiyetten demokrasiye doğru bir çizginin devam ettiği görülmektedir. Bu bağlamda Türkiye’de de bu çizgi devam ettiğine göre ve Türk toplumunun geçmişinde demokrasi geleneği olmasa bile sivil dayanışma geleneğinin var olması sivil toplum örgütlerinin ortaya çıkmasında ve gelişmesinde, dolayısıyla da sivil toplumun oluşmasında önemli bir faktör olarak görülmelidir (Abay, 2004:281).

Tek partili dönem, 1800’lerden beri süregelen bir demokratikleşme ve sivil toplum mücadelesinin ardından ulaşılan Cumhuriyet’in ilk dönemi olup (Erdoğan Tosun, 2001:268), bu dönemde tek parti rejimi üzerine kurulan merkezi otoriter bir devlet anlayışı, diğer yandan ise neredeyse her on kişiden dokuzunun kırdan yaşadığı tarımsal ve geleneksel bir toplum yapısı hâkim olması sebebiyle bu dönemde sivil toplum örgütlenmelerinin tabandan geliştiğini söylemek zordur (TUSEV, 2011:55). Cumhuriyet döneminde ayrı bir yeri olan tek partili dönemin, modernleştirici anlayışına ters düşen hiç bir örgütlenmeye geçit vermediği bilinen bir gerçektir (Abay, 2004:280). Tek parti döneminin siyasal, ekonomik ve toplumsal alana ilişkin politikaları ve bunların yarattığı örgütlenme tarzı, devletten bağımsız bir sivil toplum alanının oluşumunu mümkün kılacak sonuçlar doğurmamıştır (Duman, 2003:373). Bu dönemi izleyen çok partili dönemin sivil ve siyasal ortamının hazırlayıcısı olmuştur (Erdoğan Tosun, 2001:268).

1946’da tek partili dönemin kapanıp çok partili dönemin açılması, Türkiye’de sivil toplumun gelişimi açısından önemli dönüm noktalarından birisidir (Duman, 2003:373). Çok partili dönemde, Demokrat Parti’nin iktidara gelmesiyle birlikte tek parti döneminde yasaklanmış olan sivil toplum unsurlarının tekrar sahneye çıktığı görülmektedir (Çaha, 2008:147). Demokrat Parti, “göreceli daha sivil ve tabandan bir sivil katılım sağlayarak” bireysel hak ve özgürlüklerin gelişimine katkıda bulunmuştur (TUSEV, 2011:56).

1950-1980 arası dönemde sivil toplumun gelişimi açısından önemli gelişmeler yaşansa da, sivil sosyal gruplar siyasal yaşamın gerçek aktörleri karşısında çok etkili olamamışlardır (Duman, 2003:373). Özellikle, 1950-1960 yılları arasında devlet aygıtını elinde tutan Demokrat Parti iktidarı kendi görüşlerine aykırı sivil toplum örgütlenmelerine karşı baskıcı bir tavır izlemiştir (TUSEV, 2011:56). 1960-1971 döneminde dernek başına düşen nüfusun düşmesi, örgütlenme düzeyinin yükseldiğini ortaya koymaktadır (Erdoğan Tosun, 2001:279). Bu dönemde gün yüzüne çıkan sivil toplum unsurlarının başında dinsel gruplar, işveren kesimi, işçi sendikaları, köylü gruplar, farklılaşan medya gibi unsurlar gelmekteydi (Çaha, 2008:147). Bunun yanında 1971 yılında, işlemeyen ve kriz üreten kapalı ekonomi sistemine iş dünyasının bir tepkisi mahiyetinde TÜSİAD (Türkiye Sanayiciler ve İş Adamları Derneği) kurulmuştur (www.tusiad.org.tr, 2014).

Sivil toplum ve sivil toplum kuruluşlarının faaliyetlerinin başlangıcı 1980’li yılların başlarına rastlamaktadır. 1980’lerde Batı Avrupa’da aydınlar daha demokratik ve katılımcı bir toplum yaratılması için canlandırdıkları sivil toplum fikri ile devlet yapısına yeni bir boyut getirmişlerdir. Bu dönemde sivil toplum fikri kapalı yönetim sistemlerine sahip birçok ülkede savunulur bir hale gelmiştir (Akdemir vd., 2009:27). 1980 sonrasında anayasal ve yasal düzenlemeler çerçevesinde sürdürülen demokratikleşme tartışmalarında devlet-sivil toplum ilişkisinin görünümü ve sorunları ağırlığını artırmaya başlamıştır (Erdoğan Tosun, 2001:291). Türkiye tarihindeki tek yönlü ilişkisi toplumun örgütlü kısmı olan sivil toplum kuruluşlarının devlet üzerindeki etkisi ile değişmiş, devletin sorgulanamaz görüntüsü giderilmiş ve devlet karşısında toplumsal inisiyatif ve hesap sorma anlayışı gelişmiştir (Duman, 2003:375).

Türkiye’de toplumun tümünü ilgilendiren konulardan çok, hava kirliliği, sağlık, turizm, çevre, insan hakları, dinsel haklar, etnik haklar ve kadın hakları gibi sadece belli başlı grupları bağlayan spesifik konular üzerinde yoğunlaşmış ve sosyal platformda bu konularla ilgili talepler etrafında siyaset yapılmaya başlanmıştır (Çaha, 2008:149). 1980 darbesi ve askeri rejiminin sivil topluma yaklaşımı son derece baskıcı olmasının yanında, 1995’de 1982 Anayasası’nın dernek kurma özgürlüğünü düzenleyen 33. maddesinde yapılan değişiklik 1990’ların ortasında başlayan demokratikleşme yolundaki dönüşümün bir parçasıdır. 2000’li yıllar, Türkiye’de genel anlamıyla liberal demokrasilerde olduğu gibi bir sivil toplum alanının belirginleşmeye başladığı yıllar

olmuştur. Bu süreç sivil toplum örgütlenmelerinin önemini ortaya çıkarırken, bundan sonra da artacağına işaret etmektedir (TUSEV, 2011:57-58).

Bu dönemde, 1986 yılında Türkiye'nin ilk ulusal ve tek uluslararası yetkinliğe sahip genç işadamları derneği olarak TÜGİAD (Türkiye Genç İşadamları Derneği) kurulmuştur (www.tugiad.org.tr, 2014). 1990 yılında ise, Türkiye'yi mahalli ve evrensel değerleri koruyan, bölgesinde etkin, dünyada saygın, müreffeh bir ülke haline getirmeyi, Türkiye'nin ve dünyanın sosyal, kültürel, ekonomik ve teknolojik alanlarda kalkınmasını sağlamayı amaçlayan MÜSİAD (Müstakil Sanayici ve İş Adamları Derneği) kurulmuştur (www.wikipedia.org, 2014). “Anadolu Aslanları” adı ile 1998 yılında kurulmuş olan ASKON, önce Türkiye’de şubelerin sayısını arttırmış, daha sonra dünyada beş önemli merkezde temsilcilik açarak faaliyetlerine devam etmiştir (www.askon.org.tr, 2014). 2002 yılında geleceğin işadamlarını ve MÜSİAD yöneticilerini yetiştirmek, onları hayata hazırlamak, sahip olduğu değerleri ve tecrübelerini gençlerle paylaşmak amacıyla genç MÜSİAD kurulmuştur (www.gencmusiad.org.tr, 2014). Amacı küçük ve orta işletmelere hizmet vermek olan TÜMSİAD (Tüm Sanayicileri ve İşadamları Derneği) (www.tumsiad.net.tr, 2014) ve Türk ekonomisinin büyümesine katkıda bulunurken, Türk işletmelere gerekli bilgiyi sağlamada önemli bir rol oynayan TUSKON (Türkiye İş Adamları ve Sanayiciler Konfederasyonu) (www.tuskon.org, 2014) 2005 yılında kurulmuş ve halen faaliyetlerine devam etmektedir.

Türkiye’de son 15 yıldır sivil toplumla ilgili oluşan üç dönüm noktasının, STK’ların gelişmesine ve toplumda STK’lar hakkında farkındalığın artmasına katkıda bulunduğu söylenebilir: Birinci dönüm noktası; Mayıs-Haziran 1996’da İstanbul’da düzenlenen ve toplumda sivil toplumla ilgili farkındalığın olduğu “Habitat II” toplantısıdır. İkinci dönüm noktası; 1999 depremi sonrasında yaşanan boşluk ve belirsizlik ortamının STK refleksi ile doldurulmuş olmasıdır. Üçüncü dönüm noktası da; AB’ye üyelik süreci çerçevesinde, sivil toplum programları aracılığıyla çeşitli kaynakların Türkiye’ye aktarımı artmış ve yeni yasal düzenlemeler gündeme gelmiştir (Akatay ve Yelkikalan, 2007:163-164).

2.4. SİVİL TOPLUM KURULUŞLARININ TÜRKİYE’DEKİ PROFİLİ

Türkiye’de STK olarak kabul edilen birçok kuruluş, uluslararası standartlarda STK olarak görülmemektedir. Bir STK’nın her şeyden önce, kamu sektörünün dışında yer alması ve sivil inisiyatif kullanabilme yeteneğine sahip olması gerekmektedir. Türkiye’deki sendikalar, odalar, borsalar ve diğer meslek kuruluşlarının büyük bir kısmı, ancak “baskı grubu” olarak ele alınabilirler ve yarı resmi devlet kurumu hüviyetine sahip olduklarından dolayı da STK olarak kabul edilemezler. Devlet, STK adı altında hizmet veren bu kuruluşların çoğuna müdahalede bulunabilmektedir (Akatay ve Yelkikalan, 2007:166).

Yıldırım (2004:42), Türkiye’de iktisadi amaçlar dışında veya kâr amaçlı olmayan mevcut yasalar çerçevesinde “zorunlu” ya da “ihtiyari” olarak oluşturulan örgütlenmeleri başlıca dört grupta incelemektedir:

- Yasalar gereğince demokratik rejimin işlemesi için gerekli olan fakat gönüllü bir biçimde kurulan siyasal partiler.
- Yasa gereği kurulan; Barolar, Esnaf ve Sanatkârlar ve Ziraat Odaları, meslek kuruluşları, kooperatifler vb. gibi temsilcisi oldukları kesimlerin ekonomik ve sosyal hak ve çıkarlarını savunma amaçlı kuruluşlar (Kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarının bir kısmı bu grupta yer almaktadır.)
- Yasal olarak kurulması zorunlu olmayan, ancak, demokratik hukuk devletinde varlığı bir aşka yapıyla ikame edilmesi imkânsız olan ve temsilci olduğu toplum kesimlerinin öncelikli hak ve çıkarlarını koruma amacı güden işçi ve işveren sendikaları gibi kuruluşlar.
- Kurulması zorunlu olmamakla birlikte yine yasalar çerçevesinde oluşturulan ve genellikle demokrasi, insan hakları, dini ihtiyaçlar, azınlık hakları, kadın sorunları, eğitim, sağlık, barış, çevre ve ekonomik haklar ve öncelikler çerçevesinde etkinlik gösteren dernek, vakıf veya benzeri gönüllü kuruluşlar.

Dernekler, vakıflar, sendikalar, meslek kuruluşları ve yurttaş girişimleri ekonomik amaç gütmeyen birleşimlerdir; kooperatifler ve işletmeler, ekonomik amaçlı birleşimler; siyasi partiler, siyasal amaçlı birleşimlerdir. Sivil toplum alanında yer alan bir diğer kuruluş türü de, kâr amacı gütmeyen kültür amaçlı işletmelerdir (Gönel ve Acılar, 1998:2).

Türkiye Cumhuriyeti mevzuatında sivil toplum kuruluşu (STK) şeklinde hukuki bir tanım bulunmamakta ve kâr amacı gütmeyen/ gönüllü kuruluş tanımı kullanıldığında akıllara ilk olarak dernek ve vakıflar gelmektedir. Vakıf ve dernekler ayrı kamu kuruluşları tarafından denetlenen ve ayrı mevzuatlara tabi olan tüzel yapılanmalar olmalarına rağmen uygulamada oldukça büyük benzerlikler gösteren kuruluşlardır. Ayrıca son yıllarda vakıf ve dernek yapıları arasındaki çizgiler gitgide silikleşmiş; dernek tipi vakıflar, vakıf tipi dernekler kurulmuştur (TUSEV, 2011:61-62). Dernekler gerçek ve/veya tüzel kişilerin oluşturduğu üyelik temelli topluluklar (TUSEV, 2011:62) olarak ifade edilirken, vakıflar ise İslam topluluklarında hayır, sosyal yardımlaşma, dayanışma gibi toplumsal ve dini düşüncelerle teşvik edilen kurumlar olarak ifade edilmektedir (Gönel ve Acılar,1998:5). İşçilerin veya işverenlerin çalışma ilişkilerinde, ortak ekonomik ve sosyal hak ve menfaatlerini korumak ve geliştirmek için meydana getirdikleri tüzel kişiliğe sahip kuruluşlar (TUSEV, 2011:62) olan sendikalara, örgütlenme açısından yaklaşıldığında, örgütsel ve ideolojik anlamda birleşmiş bir görüntü vermedikleri, kurulan birliklerin kişisel inisiyatife bağlı, gevşek yapıda olduğu dikkat çeker (Erdoğan Tosun, 2001:341). Meslek kuruluşlarının oda ve dernek tipi örgütlenme modelleri arasındaki rekabet, 1983 sonrasında artmıştır (Erdoğan Tosun, 2001:341). Toplumun her kesimine ve kurumuna egemen olan devlet hegemonyasının kırılması, kamu kurumu niteliği kazandırılan meslek kuruluşlarının kendi üyelerinin ve kamunun çıkarlarını belirlemede söz sahibi olmaları gerekmektedir (Erdoğan Tosun, 2001:343). Odalar (sanayi ve ticaret odaları), birlikler (TOBB, Tabipler Birliği, Barolar Birliği v.s.), esnaf konfederasyonu (TESK) ve medya bu kategoride yer alır. Bu kategoride yer alan sivil toplum kuruluşlarının her biri sivil toplumun gelişimine değişik noktalardan katkı sağlamaktadır. Ortak noktalar olarak toplumsal kesimleri harekete geçirmek, hükümetler üzerinde baskı oluşturmak ve toplumun dünyayla entegrasyonunu sağlamak gibi işlevleri zikredilebilir. Bu kuruluşların her birinin kendi üyelerinin haklarını koruma, onların çıkarlarını azami şekilde muhafaza etme gibi yükümlülükleri bulunmaktadır (Çaha, 2006:23) Kooperatifler ise, üyelik temelli kuruluşlar olup esas amaçları üyelerine ekonomik fayda sağlamaktır. Ancak ülkemizde birçok sosyal amaca yönelik çalışan kooperatif bulunmaktadır (TUSEV, 2011:62).

Dernekler Dairesi Başkanlığı kayıtlarına göre, Ağustos 2014 tarihi itibarıyla faal dernek sayısı 102.499'dur. Toplam vakıf sayısı 4.675, 405 kamuya yararlı dernek ve 17 kamu kuruluşu niteliğindeki meslek kuruluşu olmak üzere toplam 107.596 STK vardır. Bunların dışında, insan hakları, düşünce, çevre alanında gelişen kuruluşlar, kadın hareketlerini destekleyenler, yardım ve kurtarma faaliyetleri yürüten dernek ve vakıflar da sivil toplum kuruluşları açısından Türkiye'nin profili içinde düşünülmektedir.

2.5. TÜRKİYE'DE SİVİL TOPLUMUN SORUNLU ALANLARI VE ÇÖZÜMLERİ

Ülkemizde devletin baskın olması ile STK hareketlerinin kısıtlanmasına rağmen, gönüllü bireylerin aktif çalışmaları ile STK faaliyetleri, tüm zorluklara rağmen toplum için sorunlara çözüm bulma yolundadır. Ülkemizde hali hazırda etkin birer aktör olarak toplumsal sorunların çözümüne katkı sağlayan STK'ların misyonları incelendiğinde, bu katkının kalıcı çözüme yönelik olduğu görülmektedir (Tayşir vd., 2009:717). Ancak, faaliyet alanlarında sorunlar yaşanmakta, engellerle karşılaşmaktadır. STK'ların gelişiminin önündeki engellerden biri, hızlı nüfus artışı ve çarpık kentleşmenin yarattığı toplumsal ortamda, yerleşim merkezlerinde yerel sahiplenme kültürünün oluşumunun zorlaşmasıdır (Erdoğan Tosun, 2001:330). Çarpık kentleşme, istikrarsızlığın kronikleştiği sorunlu siyaset ve buna bağlı ekonomik kalkınmadaki gecikme, Türkiye'nin sosyo-ekonomik parametrelerini demokrasi duyarlılığının güçlenebileceği ölçeklere taşıyamamıştır. Sürekli şikâyetlere konu olan bu yapının pekişmesi, sistemin çarpıklıklarından yarar sağlama umutlarının tükenmemiş oluşuyla açıklanabilir (Özüerman, 2005:508).

Uğur (1998:82)'a göre sivil toplum kuruluşlarının bolluğu ve artan sayısına karşın, yurttaş katılımının demokratik kanalları olarak STK'ların aşması gereken en önemli engel; patronaj ağlarının kırılarak, kamusal alana ilişkin projelere ağırlık verilmesidir. Erdoğan Tosun (2001:348) ise, Türkiye'de sivil toplumun gelişiminin önünde önemli iki engel gördüğünü ifade etmektedir.

Bu engellerden ilki, güçlü devlet-zayıf toplum yapılanmasının beraberinde getirdiği demokrasiye geçiş problemleri ve ordunun siyasal sistem içindeki rolü, ikincisi

ise, demokratik bir sivil toplumun varlığı için gerekli koşulların sağlanması, devlet-sivil toplum ilişkilerinin demokratikleşmesi sorunudur.

Göle (1998:127)'ye göre, sivil toplum demokrasi açısından çok önemlidir, ama aynı şekilde toplumda parçalanmışlığa da gidebilir, ortak değerler de üremeyebilir, fasist hareketler, totaliter hareketler, sivil toplumun içinden ortaya çıkabilir.

Türkiye’de sivil toplum ve sivil toplum kuruluşlarının sorunlarına karşı Çaha (2008:160-164)'nın öne sürdüğü çözümlerden bazıları, ekonomik yaşamın serbest pazar ekonomisi normlarına kavuşturulması, vakıf çalışmalarının yaygınlaştırılması, batı ile entegrasyon idealinden asla vazgeçilmemesi gerektiğidir.

Sivil toplumun gelişebilmesi için devletin taşıması gereken iki özellikten birinin hukuk devleti, diğerinin de faaliyetleri itibarıyla sınırlı bir devlet olması gerektiğinin altını çizmek gerekir (Çaha, 2008:138). Türkiye’de sivil toplumun önündeki bu engellerin kaldırılması için yapılması gerekenlerin başında gerekli yasal düzenlemeleri yapmak ve gerektiğinde Anayasa değişikliklerine gitmek gelmektedir (Cicioğlu, 2005:148).

Sivil toplumun demokratikleşmesi ve gelişmesi önündeki engeller sadece devletten kaynaklanmamaktadır. Mali kaynak, eğitim, toplumsal alışkanlıklar, katılım, insanların kendi kendini motive etme eksikliği, örgütlerarası iletişimsizlik gibi tamamen toplumsal ve yapısal engellerle de karşı karşıyadırlar (Erdoğan Tosun, 2001:333).

Sivil toplumun gelişmesi için devletin yanı sıra, toplumsal yaşamın da bazı özellikleri taşıması gerekir. Bu çerçevede sivil toplumun gelişmesinin “toplumsal farklılaşma”, “toplumsal örgütlenme”, “gönüllü birliktelik” ve “toplumsal düzeyde otonomileşme”ye bağlı olduğu söylenebilir. Sivil toplumun gelişmesinde toplumsal farklılaşmanın önemli bir rolü vardır. Toplum yaşamındaki kültürel, dinsel, siyasal, ekonomik veya cinsiyet bazındaki farklılaşmalar sivil toplum gelişimi için önemlidir. Farklılaşma aynı zamanda demokrasinin olmazsa olmaz koşulunu oluşturur (Çaha,2008:141).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İŞLETMELERİN ULUSLARARASILAŞMASINDA BİR DEĞİŞİM AKTÖRÜ OLARAK SİVİL TOPLUM KURULUŞLARININ ROLÜ

3.1. SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI VE KÜRESELLEŞME

Küreselleşme, kuşkusuz gerek ülkeler arasında, gerek ülke içindeki faaliyetleri ve toplumsal yaşamı etkilemektedir. Küreselleşmenin etkisi ile herşey ulusal düzeyin sınırları dışına çıkmaktadır. Teknolojinin ilerlemesi, iletişim ve ulaşım olanaklarındaki büyük gelişme topluma yönelik sosyal yaşantı, kültür ve alışkanlıklarında bir değişim oluştururken, eğitim, üretim sürecinin örgütlenişinde yeni fırsatlar ve seçenekler ortaya çıkarmıştır. Özellikle küreselleşmeye bağlı olarak ticaretin hızlanması konusu, bir ülke sınırları içinde artık hareket edemez hale gelen işletmelerin, ticaretin ülkelerarası hale gelmesi ile dar alandan daha rahat hareket edebileceği, çok seçeğin olduğu bir alana yönelişi ifade etmektedir. Bu durumda işletmeler, karar alma süreçlerinde giderek daha geniş bir alana egemen olmaktadır.

Küreselleşme sürecinde, dünya çapında birbirini etkileme ve bağımlılığın yaygınlaşması, derinleşmesi ve hızlanması ile ülke dışı faktör ve etkileşimlerin ülke içi etkinlik ve faaliyetleri yoğun şekilde etkilemesi sonucu yeni bir uluslararası ortam ve ilişki biçiminin ortaya çıkıp çıkmadığı önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır (Yılmaz, 2012:56). Küreselleşmeye yol açan unsurları Çavuşgil vd. (2008:37-40), dünya çapında ticaret ve yatırım engellerinin azalması piyasanın serbestleştirilmesi ve serbest piyasaların benimsenmesi, sanayileşme, ekonomik gelişme ve yenileşme, dünya finansal piyasaların entegrasyonu ve teknolojiye avantajlar olarak değerlendirirken, Yılmaz (2012:22), teknolojik gelişmeler, siyasi ve sosyal gelişmeler, ekonomik gelişmeler olarak ifade etmektedir. Türker ve Örerler (2004:38) ise, dünya ekonomisinde meydana gelen özellikle entelektüel sermaye kavramının doğması ile üretimden kaynaklanan değişimlerin küresel değişim sürecine önemli derecede etkide bulunduğunu belirtmektedir.

Küreselleşme ile uluslararası alandaki güç dengesinin değişimi ötesinde uluslararası ilişkilerin temel aktörü ulus devletin gücü ve konumu da değişmekte ve yeni aktörler ortaya çıkmaktadır (Yılmaz, 2012:56). Doğru denge, farklı aktörlerin kural koyma ve uygulamasına yönelik işbirliğinin olduğu katılımcı bir sistem yoluyla daha iyi bulunabilir (Geiger, 2011:319).

Küreselleşmenin temel dinamikleri olan serbest piyasa ekonomisi ve demokratik yönetim anlayışının gelişmesi ve kabul görmesi konusunda STK'lar önemli

rol oynamaktadır (Demirci, 2010:334). Günümüzde birçok ileri ülke, dış politikalarının gerçekleştirilmesinde üçüncü sektör olarak STK’lardan geniş ölçüde yararlanmaktadır. Yabancı vakıflar istedikleri ülkelere sistemli bir şekilde girmekte, kaleyi içerden fethetmeye çalışmaktadır (TUSEV, 1996:11). Böylece, yeni küresel ortamda ulus devletlerin gücü azalmakta, politikacının gücü sınırlanmakta, ekonomi öne geçmektedir. Uluslararası işletmeler ve çokuluslu işletmelerin gücü artmaktadır. STK ve birey de önem kazanmakta, kültürel unsur ile çekicilik ve kültürün önemli hale geldiği bir ortama geçiş eğilimi yaşanmaktadır (Yılmaz, 2012:80-81). Günümüzde üçüncü sektör, tabandan başlayan vatandaşlar hareketi olarak, yalnızca ulusal düzeyde değil, aynı zamanda uluslararası düzeyde bilinçli ve duyarlı bir kamuoyu hazırlanmasında ve siyasal irade üzerinde baskı grubu oluşturulmasında son derece etkili bir demokratik güçtür (TUSEV, 1996:10). Küreselleşme yönelimli olarak, STK’lar kolektif aklın oluşturulmasında ve birlikteliğin yerelden başlayarak, küresel alana kadar yayılarak sivil düzlemde ittifakların oluşmasına katkı sağlamaktadır. “Küresel düşünüp yerel uygulamak” felsefesi ile, bireylerin grup halinde “sivil inisiyatif” kullanarak, küreselleşmenin ortaya çıkardığı tehdit ya da fırsatlara yönelik sinerji oluşturarak ya önleyici tedbir almakta ya da yeni stratejik birlikteliklere gitmektedirler (Demirci, 2010:335). Bu güç, hükümet ve işletme faaliyetleri ile bir araya gelerek, küresel strateji bağlamında rekabet stratejilerini geliştirmek için işletmelere büyük fırsatlar sunmaktadır (Boddewyn ve Doh, 2011:346).

İşletmelerin ülke düzeyinden dünya çapında ticaret ile uğraşması sonucunda, daha önce bahsedildiği üzere karar alma süreçlerinde giderek daha geniş bir alana egemen olmaktadır. Daha geniş bir alana yönelik karar almak, daha geniş bir alanı tarama, bilgi ihtiyacının artması, doğru karar verebilmeye yönelik sorunları da beraberinde getirecektir. Bu durumda sivil toplum kuruluşları, işletmenin sorunlarını çözme konusunda yardıma yetişecektir. İşletmenin bir ağa bağlı olması, işletmenin kendi çabası ile gerçekleştirebileceği gibi, sivil toplum kuruluşları yoluyla ağ bağlantılarının kurulması ve işletmenin en doğru ağa bağlanması sağlanacaktır. Aynı zamanda işletmenin geniş alanda ihtiyaç duyduğu bilgilerin elde edilmesi sivil toplum kuruluş aracılığı ile sağlanacaktır. İşletmelerin ülke düzeyinden dünya çapında hareket etme konusunda karşılaşacağı maddi zorluklar, giderlerin artışı, karşılıklı ülke ekonomik ve politik durumundan kaynaklanan vergi ve farklı giderler sorunu, yine sivil

toplum kuruluşlarının hükümetler ile anlaşmaları doğrultusunda çözülebilecek sorunlardır.

3.2. İŞLETMELERİN SİVİL TOPLUM KURULUŞLARINA KATILMA NEDENLERİ

Uluslararası çevrede rekabet yeteneği, girişim faaliyetlerinin gelişmesi ve hayatta kalmak için giderek daha önemli hale gelmiştir. Bir taraftan, dünya ekonomisinin küreselleşmesi yeni iş fırsatları oluşturmaktadır. Ancak, aynı zamanda işletmenin karar vericileri için karmaşıklık düzeyini artırmaktadır (Janjuha-Jivraj vd., 2012:201). Uluslararası ticaretin artması ve sınırların açılması bağlamında, çoğu girişimci, özellikle küçük ve orta ölçekli olanlar, motivasyon, yetenek ve/veya insan ya da finansal kaynak eksikliğinden dolayı yabancı pazarların çoğu potansiyelini yerine getirememektedir (Freixanet, 2011:1065).

Rekabet baskısı, sanayi uygulamaları ve müşteri taleplerine uyum sağlamak için programları ve kaynakları yeniden yapılandırmak ve belirsizlikleri önlemek için yabancı pazarlara girmek, örgüte bir şok etkisi yapmaktadır. Bu tür maliyetler önemli olduğu için, takip edilen uluslararası pazarlara girişte başarısızlık olasılığı artmaktadır (Sapienza vd., 2006:919).

Bazı işletmeler mamullerini ülke dışında nasıl tanıtacağını bilememekte ve bazı işletmeler ise yabancı ülkelere ihracat yapmayı bilmediği için bu fırsatı kaçırmaktadır (Ulaş, 2009:45). Küçük işletmelerde ihracat kararını tek kişinin vermesi de bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır (Ulaş, 2009:90). Kumar ve Subramaniam (1997:62), işletmelerin yurtdışı faaliyetlerinde karşılaştıkları sorunları yabancılık, belirsizlik, karmaşıklık ve kararsızlık sorunu olarak dört grupta incelemiştir. Sivil toplum kuruluşları da, işletmelerin tek başına çözemediği bu tür sorunları çözme konusunda faaliyette bulunmaktadır.

Sivil toplum kuruluşları sosyal bir değişim görevine sahiptir ve özellikle hükümet hizmetleri ve temel sosyal hizmetler tarafından sürekli dikkatten kaçan ya da göz ardı edilen dışlanmış zayıf birey ya da gruplarla çalışmaktadır (Hailey ve James, 2004:345). Büyük işletmelerde, karar verme ünitesi tarafından kararın verilmesi, karar

verme sürecine çok sayıda karar vericinin katılması, sağlıklı kararların alınmasını etkileyecektir. Küçük işletmelerin bu konuda eksikliklerinin olmasından dolayı, sivil toplum kuruluşları, farklı ülkelere uyum sağlayabilen, yetenekli, bilgili karar alıcı bireyleri ile tek başına karar vermeye çalışan küçük işletmelere destek sağlamaktadır.

Vachani vd. (2009:447), işletmelerin yurtdışı faaliyetlerinde işlem maliyetlerine sivil toplum kuruluşlarının nasıl etki ettiğine yönelik yaptıkları çalışmada, kurumsal kalkınma, kurumsal mesafe ve kurumsal dinamizm olarak üç etkisi üzerinde durmuştur. Bir STK'nın saflarına katılarak, bir konu ile ilgilenmek isteyen bir bireyin (bir işletme ya da kamu kurumunun) amaçlarına uygun enformasyon erişim maliyetlerini azaltabilir. Gerekli bilgilere hızlı ve sınırsızca ulaşımı tek başına çalışan bir birey için oldukça zordur. Fakat, STK'lar tarafından kolaylaştırılan bilgilendirme ağlarına üyelik, bireyler için hızlı ve ucuz erişime izin verir (Doh ve Teegen, 2003:214). Dış ülkelerdeki işletme çevresinin genel özellikleri hakkında bilgiye erişmek kolay olsa da, endüstriye ve işletmeye özel bilgilere ulaşmak genellikle daha zordur. Özellikle dış pazarlara yeni açılacak küçük işletmeler için, bu tür ikincil verileri elde etmek oldukça maliyetli olabilir (Öztürk, 2006:98). Sivil toplum kuruluşlarının, farklı ülkelerde bulunan temsilcilikleri ve ortak çalıştıkları işletmeler, yabancı sivil toplum kuruluşları ve toplum içinde kültüre uyum sağlamış olan görevlileri sayesinde bu tür bilgileri elde etmeleri artık oldukça kolay hale gelmiştir. Dahan vd. (2010:330) de, pazarların kültürel, ekonomik, kurumsal ve coğrafi özelliklerine yönelik işletmelerin ihtiyaç duydukları bilgilerini elde etmek için sivil toplum kuruluşları ile işbirliğinin işletmeler için faydalı olduğunu ifade etmektedir.

Sivil toplum kuruluşu olarak ticaret birliklerine, işletmelerin üye olma güdülleri üzerine yapılan çalışmalarda Wilts ve Meyer (2005), Avrupa'da işletmelerin bulunduğu ortamda köklü bir değişim içinde oldukları zamanda, ulusal ticari birliklerin, üyelerini koruma amaçlı küçük ve orta ölçekli işletmeler için güdülerin ne olduğunu araştırmıştır. Bunun yanında, ticaret birlikleri üzerine çok sayıda çalışma yapan Bennett ve Ramsden (2007) de küçük ve orta ölçekli işletmelerin, faaliyetlerinde iç ve dış kaynakları geniş bir yelpazade kullanmakta olduklarını, ticaret birliklerinin ise, bu işletmelerin tercih ettiği dış kaynaklardan biri olduğunu ifade etmekte ve ticaret birliklerin üyeleri için güdülerini değerlendirmektedir.

İşletmelerin ticari birliklere üye olmayı istemelerine sebep olan çok sayıda faktör olduğunu vurgulayan Bennett (1995), bu sebeplerden fayda ve maliyetlerin düzeyi ile bir hizmetin ticaret birliklerine üye olanlar ya da olmayanlara özgü ve özel olma derecesi üzerinde önemle durmaktadır.

İşletmelerin sivil toplum kuruluşlarına üye olarak, bu kuruluşların faaliyetlerine katılarak yurtdışına açılma nedenleri risk yönetimi, toplumsal meşruiyet, itibar ve uzmanlık yoluyla değer yaratma başlıkları altında incelenebilir.

3.2.1. Risk Yönetimi

İşletmelerin sivil toplum kuruluşlarına üye olarak uluslararası faaliyetlerde bulunma nedenlerinden birincisi risk yönetimidir. İşletmeler, varlıkları sürece çeşitli risklerle karşılaşmaktadır. Özellikle dış pazarlara girmek, faydalarının yanında birtakım maliyet ve riskleri de beraberinde getirmektedir. Mirze ve Ülgen (2010:320) ve Çavuşgil vd. (2008:127) bu riskleri, faaliyette bulunulan yabancı ülke pazarlarından ve politik yapıdan kaynaklanan ülke riski, uluslararası faaliyetler sonucu yabancı kültürlerin ilişkisi ve etkileşiminden kaynaklanan sosyo-kültürel riskler, genellikle yabancı-yerel para birimlerindeki değişimden kaynaklanan parite/finansal riskler ve uluslararası ticari rekabet koşullarından kaynaklanan ticari riskler olarak dört başlıkta incelemiştir. Eren (2005:326), işletmelerin uluslararası ticarete karşılaşılabilecekleri engelleri doğal engeller ve yapay engeller olarak iki başlık altında açıklamaktadır. Doğal engeller arasında ülkeler arasındaki uzaklık, kültür farklılıkları, konuşulan diller gibi unsurlar sayılabilir. Yapay engeller ise, ekonomik veya politik nedenlerden kaynaklanmaktadır.

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin uluslararasılaşması ile ilgili yapılan çalışmalarda, küçük işletmelerin karşılaşma olanağı yüksek olan risklere yönelik ortak görüşler, küçük işletmeler için bilgi ve kaynaklarının sınırlı olması, uluslararası faaliyetlerde kendilerine yardım edecek yetenekli çalışanları işe almada yaşadıkları yetersizlikler ve finans kaynaklarıdır (Musteen vd., 2010:197; Forsman vd., 2002:4; Korsakienė ve Tvaronavičienė, 2012:298; Cheng ve Joseph Yu, 2008:333).

Riskler, uluslararası pazarda değişkenliğin yüksek düzeylerde olması kadar faaliyetin gerçekleştirildiği kültürler arası alan dikkate alındığında daha fazla ve

karmaşıktır (Mironov-Duret vd., 2011:87). İşletmenin kendi ülkesi ve ev sahibi ülke arasındaki kültürel mesafe, hedef pazarlarda yönetime ait maliyet ve belirsizlik değerlendirmelerini etkileyebilir. Kültürel mesafe ne kadar büyükse, doğrudan yabancı yatırımın algılanan çevresel belirsizliği ve riski o kadar yüksektir (Nielsen ve Nielsen, 2011:186). Hallen ve Wiedersheim-Paul (1993:293), psişik mesafeden kaynaklanan “ihtiyaçların farklı algılanması” ve “arzın farklı algılanması” olarak işletmelerin uluslararası pazarda karşılaşacağı riskin kaynağı üzerinde durmuştur.

Wang ve Ngoasong (2012:145), psişik mesafenin yanında ilgili ağdan kaynaklanan yabancılaştırmanın belirsizlik kökenli olduğunu ifade etmektedir. İşletmelerin yurtdışı faaliyetlerinde karşılaşabileceği riskler ve maliyetler, genellikle yabancılık sorumluluğu ve yenilikle ilişkilidir (Hsu vd., 2013:2; Lu ve Beamish 2001). Bütün bunların yanında erken uluslararasılaşma da zaman zaman, genç, girişimci işletmeler arasında hayatta kalma şansını azaltabilir (Musteen vd., 2010:197). Özellikle genç işletmelerin yurtdışı deneyimi yetersiz olmasından dolayı yok olmaya açıktır (Sapienza vd., 2006:921).

Kısıtlı kaynağa sahip olan küçük işletmelerin yöneticileri alternatif fırsatları değerlendirmede karşılaşabilecekleri risklerden dolayı uluslararası faaliyetlerde bulunma fikrinden uzaklaşmaktadır. Bunun yerine, kendilerine rehberlik edecek, doğruya yönlendirecek, risk faktörlerini dikkatten kaçırmadan kendilerine yardımcı olabilecek güvenilir kişi ya da kuruluşlara yönelmektedir.

3.2.2. Toplumsal Meşruiyet

İşletmelerin sivil toplum kuruluşlarına üye olarak uluslararası faaliyetlerde bulunma nedenlerinden ikincisi toplumsal meşruiyettir. Çevre ve örgüt arasındaki mevcut dinamik ilişki meşruiyet kavramı ile ifade edilmektedir (Ivanova ve Castellano, 2012:399). Çoğu işletmenin ortak hedefi, kuşku ile yaklaştıkları pazarlarda toplumsal meşruiyet kazanmaktır (Dahan vd., 2010:335). Meşruluk, geçiş ortamlarda örgütlerin ihtiyacıdır (Ivanova ve Castellano, 2012:402). Toplumsal meşruiyet genelde paydaş ilişkilerini daha iyi yapılandırma ve arabulucular ve danışmanlar gibi bağımsız aktörler kullanmayı içermektedir (Kourula, 2010:399). Maliyetleri düşürerek, yeni müşteri gruplarına ulaşarak, dağıtımı kolaylaştırarak ve – daha geniş bir şekilde – yeni ürün ya

da hizmet sunumu yoluyla kurumsal boşlukları doldurarak, bu ortak girişimler, ayrıştırılması çok zor olabilen sosyal ve ekonomik değerlerin paketini sağlamaktadır (Dahan vd., 2010:335).

Geçiş çevrelerinde faaliyette bulunan, bugün girişimciliğin en yaygın çeşidi olarak kabul gören küçük ve orta ölçekli işletmelerin meşruluk ihtiyaçları üzerine odaklanan Ivanova ve Castellano (2012:403), küçük ve büyük örgütlerde meşruluk ihtiyaçlarının farklı olmasının birkaç sebebi olduğunu, bunların, küçük örgütlerin basit görünürlüğe, küçüklük sorumluluğuna sahip olduğunu ve eskiden devlete ait olup özelleştirilen işletmelerin çoğunun geniş örgütlerle karşılaştırıldığında farklı kurumsal baskılarla karşı karşıya olduklarını ifade etmektedir.

Meşruiyet, işletmelerin bağlantılardan elde etmeyi beklediği önemli bir kaynak olmasına rağmen, yabancı işletmeler ile olan bağlantılar tarafından olumsuz olarak etkilenebilir (Boddewyn ve Doh, 2011:351). Meşruiyetin, STK'lara katılmak için önemli bir işletme güdüsü olduğu ifade edilmektedir (Lambell vd., 2008:80; Kourula 2010:400; Pedersen ve Pedersen, 2013:7). Ortak çabalar sayesinde işletmeler, - finansal ve örgütsel boyutu, yönetsel ve pazarlama uzmanlığı ve işlemsel ölçek ve kapsam avantajları ile - kendi ürün ve/veya hizmet sunumunu artırmak ve örgütsel performanslarını geliştirmek ve böylece bileşenleri için daha fazla sosyal değer yaratmak için STK'lar ile işbirliğinde olmaktadır (Dahan vd., 2010:335; Oetzel ve Doh, 2009:113). İşletmelerin bağlı olduğu gönüllü yerel örgütler, sadece değerli pazarlara ve kaynaklara ulaşmayı sağlamaz, aynı zamanda işletmelere meşruiyet de kazandırabilir. Böyle işbirlikleri yoluyla, toplum içinde saygın bir yere sahip olan STK'lar işletmelere bir takım itibar avantajları aktarabilir ve bunları paylaşabilir.

3.2.3. İtibar

İşletmelerin sivil toplum kuruluşlarına üye olarak uluslararası faaliyetlerde bulunma nedenlerinden üçüncüsü itibardır. Günümüzün küresel ortamında rekabetçi avantaj açısından kurumların sahip oldukları soyut değerler, somut değerlerden daha önemli hale gelmiştir (Uzunoğlu ve Öksüz, 2008:111). İşletmelerin sahip olduğu kaynaklar, genel olarak somut ve soyut olmak üzere iki kategoriye ayrılmaktadır. Somut kaynaklar; araçlar, ham materyaller, teçhizat gibi maddesel öğelerden oluşurken

(Carmeli, 2004: 111), soyut kaynaklar; kurum kültürü, itibar ve iç kontrol gibi öğelerden oluşmaktadır (Carmeli 2004: 112). Bir işletmenin itibarının, erdemli karakter geliştirme ile şekillendiğine, yenilikçiliğin, müşteri ve çalışan memnuniyetine neden olan iş erdemi olduğuna inanılmaktadır (Chun, 2006:64).

İtibar, sponsorluk ve saygın sivil toplum kuruluşları ve hükümetlerarası ittifaklar yoluyla marka oluşturmayı içermektedir (Kourula, 2010:399). Ağlar özellikle başkalarının kaynak ve uzmanlığı üzerinde büyük derecede bağımlı olan sınırlı kaynakları ile küçük ve orta ölçekli işletmeler için önemlidir. Bu nedenle, ağları kullanma yeteneği, küçük ve orta ölçekli işletmelerin marka oluşturma çabaları için çok önemli olarak görülebilir (Mäläskä vd., 2011:1144).

Kurumların rekabet avantajı sağlayabilmesi açısından büyük önem taşıyan itibarı kazanmak kadar elde edilen itibarı korumak ve sürekliliğini sağlamak da oldukça önemlidir (Uzunoğlu ve Öksüz, 2008:111). Zyglidopoulos (2005: 254), olumlu itibar sağlamak için, sürdürülebilir rekabet avantajının önemli bir kaynak olduğunu ifade etmektedir.

Christopher ve Gaudenzi (2009) tarafından yapılan çalışma, bir ağ içinde itibar riskini anlamak ve bunu yönetmenin bazı temel yönlerini ileri sürmektedir. Bu zorluklar, ilişkili yönetim açısından değer yaratma sürecinin etkili bir yönetimini ve örgütün kişiliği (temel yetkinlikler, iç ilişkiler), örgütün imajı (pazarlama iletişimi tarafından yönlendirilen dış belirtiler) ve örgütün tüm paydaşları ile (stratejik yönetim) bilgi ve iletişimi arasındaki uyumun etkili bir yönetimini gerektirmektedir (Christopher ve Gaudenzi, 2009:196). Küçük işletmelerin, bu zorlukların altından kalkması tek başına mümkün görünmemektedir. Bağlı bulundukları STK aracılığı ile pek çok sorunun üstesinden gelebileceği gibi güvenilir ağ bağlantıları yoluyla, bilgi ve tecrübe paylaşımı sayesinde itibarın kazanılması zor olmayacaktır. Dolayısıyla, Bennett ve Ramsden (2007); Bennett ve Robson (2001) tarafından yapılan bir çalışmada, küçük ve orta ölçekli işletmelerin bir ticari birliğe üye olmalarında, itibarın önemli olduğu vurgulanmıştır. Jones (2005), medya ve çeşitli STK'lar ve marka imajı ve değeri için uzun dönemli sonuçlara sahip olan faaliyetlerinin etkili rollerini vurgulamaktadır. Sivil toplum kuruluşları ile ilişkilerin geliştirilmesi, tüketicilere aktarılabilir önemli imaj faydaları elde edilmesini sağlamaktadır.

3.2.4. Uzmanlık Yoluyla Değer Yaratma

İşletmelerin sivil toplum kuruluşlarına üye olarak uluslararası faaliyetlerde bulunma nedenlerinden dördüncüsü uzmanlık yoluyla değer yaratmadır. Uzmanlık yoluyla değer yaratma yerel işletme çevresi ve çevresel uygulamaları hakkında öğrenme ve potansiyel yenilikler ortaya çıkarmayı içermektedir (Kourula, 2010:399). İşletmenin ağ yapılarına katılarak değer yaratması, işletmenin yeni teknolojileri elde etme ve kullanma üzerindeki yeteneği, değer yaratma düzeyini olumlu etkileyen işletmenin iletişim kültürünün, öğrenmeyi ve bilgi paylaşımını ne ölçüde kolaylaştırdığı, işletmelerin çevreyi taramaya yönelik kabiliyetleri ve tutumlarından olumlu bir şekilde etkilenmektedir (Valentina ve Passiante, 2012:104).

Uлага (2001), iş ilişkileri ve ağlarda değer, müşteri için değer yaratma, tedarikçi için değer yaratma ve müşteri tedarikçi ortaklığında değer yaratma olarak üç açıdan incelenebileceğini ifade etmektedir. Müşteri açısından, müşterilerin mevcut alternatifler ile karşılaştırıldığında bir tedarikçinin sunduğu üstün değeri nasıl algıladıkları ile ilgilidir. Bu, iş piyasalarında değer üzerine araştırma yapanlar tarafından yapılan baskın yönelim olmuştur (Ngugi, 2010:263).

Tedarikçi açısından, müşterileri elde tutmak, dikkatini çekmek, geliştirmek üzerine vurgulanan yerler ve işletmenin temel değerleri olarak müşterileri dikkate almak için ihtiyacı ifade etmektedir. Müşteri – tedarikçi açısından, ilişkiler, ortaklıklar ve ittifaklar yoluyla yaratılan değeri ifade etmektedir (Uлага, 2001).

Ortak değer yaratma yoluyla bir araya gelen işletmelerin kaynakları, birleştirilir ve böylece taraflardan hiçbirinin tek başına başaramayacağı bir takım faaliyetleri başarmak için, işletmelerle sağlanan yeni birleştirilmiş yetenekler geliştirilir. Böylece, değer yaratma, mevcut iç odaklı yeteneklerinin yanı sıra ilişkisel yeterliliklerini de geliştirmek için tedarikçi ve müşteriye gerektirir. İlişki değeri, iş ilişkilerine katılan yöneticiler için önemlidir. Karmaşık ve dinamik bir ortamda, bir ilişkinin değerini ve bir ilişkide yaratılan değeri görmek için yetersizlik, iş fırsatlarının kaybolmasına yol açabilir (Ngugi, 2010:263).

Değer, dinamiktir, zamanla değişir ve subjektiftir, bir iş ilişkisinde algılanan değer, algılanan fayda ve algılanan kayıp arasındaki farktır (Forsström and Törnroos, 2005). Müşteriler için, ilişkiden elde edilen değer, tedarikçiler ile uzun dönem

ilişkilerde faydalar ve kayıplar arasındaki fark olarak görünebilir. Değer çeşitli yollarda yaratılabilir (Ngugi, 2010:263).

Gulati vd. (2000)'e göre değer, değerli bilgilere, pazarlara ve teknolojilere erişim, işlem verimliliğini ve işletmeler arasındaki koordinasyonu geliştirme yoluyla yaratılabilir. Bu durumda, STK'lar işletmeler için değerli bilgilere, pazarlara ve teknolojilere erişim sağlamanın yanında, riskin en aza indirilmesi, işlem verimliliği, işletmeler arasındaki bağlantıların ve koordinasyonun geliştirilmesi konusunda yaptıkları çabalar ile işletmelerin değer yaratmasında önemli bir aracı kurumdur. Dolayısıyla STK'ya katılımın, rakiplere göre daha aktif olduğu zaman potansiyel bir rekabet avantajı olduğu görülmektedir.

3.3. İŞLETMELERİN ULUSLARARASILAŞMASINDA SİVİL TOPLUM KURULUŞLARININ FAALİYETLERİ

Sivil toplum kuruluşları, işletmelerin uluslararası faaliyetlere başlaması ya da faaliyetlerinin sürekliliği için ülkeye ait ekonomik, kültürel, siyasal, hukuksal ve toplumsal değer yaratmaya yönelik üstlenmiş oldukları görevi en iyi şekilde yerine getirebilmek amacıyla bir takım faaliyetlerde bulunmaktadır. Siyasi ve hukuki kanallarla güvene dayalı iletişim ve ağ ilişkileri kurulurken, karşılaşılabilecek siyasi ve hukuki konuların sorunsuz işlemesine fayda sağlamaktadır. Kültürel ve toplumsal konularda gerek yerel toplumun, yerel işletmelerin, gerekse yabancı toplum, yabancı sivil toplum kuruluşları ve işletmelerin kültürel farklılıklarından kaynaklanabilecek olumsuzlukları önceden görme yeteneğine sahip olup, kültürel sinerji oluşturmaya yönelik da çaba sağlamaktadır.

Bu çerçevede yapılan faaliyetler, sivil toplum kuruluşlarının bağlı olduğu ülkede ve yabancı ülkede çeşitli toplantılar, fuarlar, görüşmeler gibi ikili ilişkilerin kurulması ve güven temelinde sağlamlaştırılması üzerine faaliyetler düzenlenmekte ve gerçekleştirilmektedir.

3.3.1. Üyelğe Yönelik Faaliyetler

İşletme, fayda sağlayacağı, işbirliği yapabileceği, ihtiyacı olan bilgiyi sağlayacağı, diğer işletmeler ile etkileşimde bulunarak kendine bir yol çizebileceğini düşündüğü bir birliğe üye olmayı tercih etmektedir. Bir küçük ve orta ölçekli işletme sahibi/yöneticisi, işletme ya da kişi için bireysel ihtiyaçlara en iyi hizmet eden bir ticaret birliğinin üyesidir (Bennett ve Ramsden, 2007:50). Ticaret birlikleri gibi sivil toplum kuruluşları, üyelik ücretlerinin dışında, isteğe göre özel faaliyetler düzenlemek ve özel destek vermek üzere bu faaliyet ve desteklerden oluşan bir paket düzenlemekte, üyelik ödemesinin dışında farklı bir ücretlendirme yapılmaktadır. Bunlar genellikle üyelik ücretlerinin bir yararı olarak üyelerin kullanabildiği, fakat üye olmayanlar tarafından erişilemeyen hizmetlerdir. Grup sigortası, toplu satın alma, sosyal etkinlikler ve forumlar, kütüphaneler ve genel toplantı odaları bunlara örnektir (Bennett ve Ramsden, 2007:53).

Bunun yanında, STK'nın faaliyet ve desteğinden büyük fayda sağlamış üyeler için bir takım faaliyetlerde fiyat indirimi yapılmasının da üye olmayanlar için çekici olma olasılığı yüksektir (Bennett, 1995:254). STK'lar tarafından üyeler için hazırlanmış faaliyet ve destek paketi için uygulamalar, bazen üye olmayanları da kapsayabilmektedir. Bir vergi indirimi için üyeler adına yapılmış bir lobi faaliyeti, sadece üyeleri kapsamayacak, üye olmayan işletmeleri de kapsayacaktır. Ayrıca, çoğu STK, bir takım hizmetlere erişimi sağlarken, üyeleri için bir sigorta uygulaması gerçekleştirebilmektedir (Bennett ve Robson, 2001:222).

3.3.2. Sosyal Etkinlikler

Sivil toplum kuruluşları, kendilerine üye olan işletmelerin, üyeliklerinin sadece kayıt üzerinde kalmaması, işletmelerin aktif olarak sivil toplum kuruluşları faaliyetlerine katılmalarını sağlamak amacıyla bir takım sosyal etkinlikler düzenlemektedir. Bu sosyal etkinlikler, işletmeleri bireysel hareket etmekten uzaklaştırarak sivil toplum kuruluşlarına daha da yakınlaştıracaktır. Dolayısıyla, birçok işletme için sosyal etkinlikler, üyelik için önemli bir çekiciliği ortaya çıkarabilir (Bennett ve Ramsden, 2007:54). Bugün STK'lar hükümetler arası konferanslar, hatta zirve toplantıları yanında ortaklıklar kurarak forumlar düzenlemekte ve onları etkileri

altına almaya çalışmaktadır (TUSEV, 1996:10).

Sivil toplum kuruluşları, farklı aktörler arasında toplantılar düzenleyerek, problemlerin ve muhtemel çözüm yollarının paylaşıldığı müzakereler yaparak ve birbirinin eksiklerini tamamlayacak kaynakların ve kapasitelerin yerleştirilmesine olanak hazırlayarak, çeşitli paydaşlar arasında, özellikle tartışmalı konularda köprüler kurmaktadır (Arabacı, 2008:138). Toplantı, sempozyum, panel düzenlemek; rapor, bülten, broşür basmak; üyeler, hedef gruplar, kamu kurum ve kuruluşlarıyla değişik alanlarda toplantılar yapmak, (Kasımoğlu, 2003:133) farklı gruplar arasında etkileşim sağlamak, önemli görevleri arasındadır. Teknolojik olanaklardan faydalananarak kurulan sanal birlikteliklerin yanında, çeşitli örgütler kapsamında bir araya gelen forumlar, uluslararası STK işbirliğine zemin hazırlamaktadır (Arabacı, 2008:137)

Uluslararası ticaret ile ilgili ürün, fiyat ya da dağıtım bilgisi almak için yurt dışından gelen bir başvuru, işletmelerin ihracat pazarlarındaki fırsatların farkına varmalarını sağlayan yaygın bir yoldur. Bu başvurular, dünya çapında tirajı olan ticaret dergilerindeki reklamlardan, fuarlardan ya da diğer yollardan kaynaklanabilir (Öztürk, 2006:29). İşletmelerin bilgi ve iletişiminin temel kaynağı olan yurt içi ve yurtdışı fuarlardır. Ticari fuarlar, sergiler ve ticari birliklerin düzenledikleri toplantılar rakiplerle iletişim kurulabilen ortamlardır (O'Donnell, 2004:214). Fuarlar, tanıtım kapsamlı olmakta, katılımcıların etkili satış grafiğinin bire bir pazarlama ilişkileri ile artmasına aracılık etmektedir (www.marmarafuar.com.tr, 2014). Fuarlar, üst seviyede iletişim olanağı sağlayan önemli bir tanıtım aracıdır. İletişim süreci, taraflar arasında bilgi ve haberlerin değişim sürecini içermekte olup, fuarlar da bu iletişim sürecinin bir parçasıdır (Aycı, 2011:163). Dolayısıyla, uluslararası fuarlar, ülkelerin ihracat potansiyellerini arttırmada önemli bir araçtır. Fuar örgütlerin katılımcı işletmeler için bu kadar önem arz eden bir çalışma haline gelmesinin nedenlerinden birisi de bu tipteki örgütlerin çok sayıdaki işletmeyi bir araya getirmesi; bu sayede de işletmelere rakiplerini izleme şansı vermesidir (www.marmarafuar.com.tr, 2014). Birçok STK'nın uluslararası toplantılara katılım için gerekli olan insan kaynağı ve mali kaynaklara sahip olmadığı bir ortamda, uluslararası toplantıların Türkiye'de yapılması, fikir ve deneyim paylaşımları için önemli bir platform oluşturmaktadır (TUSEV, 2013:54).

Sivil toplum kuruluşları da kendi çatısı altında oluşturduğu yayınlar, elektronik ortam üzerinden reklamlar, bağlantı kurmak üzere oluşturulan bilgi sistemleri, düzenlenen fuarlar yoluyla katılımcıları bilgilendirmekte, ilişkiler kurmaktadır. STK'lar çalışma alanlarıyla ilgili uluslararası toplantılara ev sahipliği yaparak Türkiye'nin farklı bölgelerindeki kuruluşların uluslararası tartışmalara katılmalarına, iletişim ve işbirliği ağlarını genişletmelerine katkı sağlamaktadır.

3.3.3. Devlet Desteği Sağlama

Bir sivil toplum kuruluşu, ne kadar çok aktif faaliyette bulunmak istese de, bulunduğu ülke yönetimi tarafından desteklenmediği, gerçekleştirmek istediklerine engel ya da sınırlama getirildiği durumda başarılı olamayacaktır. Toplumun yönetimi, uluslar, bölgeler ve faaliyet alanları arasında farklı etkisi olan devlet, işletme ve sivil toplum kuruluşları arasında bir dinamik ve örtüşen bir ilişki olarak görünebilir (Lambell vd., 2008:77).

STK'ların, işletmeler ile devlet arasında çıkan anlaşmazlıkları çözme yolunda faaliyette bulunma, işletme ve hükümet arasında etkileşimi oluşturmada da önemli bir rol üstlendikleri çeşitli çalışmalarda belirtilmektedir (Doh ve Teegen, 2003; Lambell vd., 2008; Doh ve Teegen 2002; Arabacı, 2008:138). Lukaszczyk ve Williamson (2010:469), deneyimleri aktarma ve işbirliği oluşturma konusunda siyasi etkilerden büyük ölçüde bağımsız olan sivil toplum kuruluşlarının, devlet, işletme ve uluslararası örgütler arasında bir köprü olarak hizmet vermekte olduğunu ifade etmektedir. Özellikle uluslararası yatırım projelerinde uygulanan koşullar açısından iş ve devlet yönetimi arasında etkileşimi oluşturmada önemli bir rol üstlenmişlerdir (Doh ve Teegen, 2002:665).

Bazı ülkelerde devlet yönetimi bir takım ideolojik nedenlerden dolayı belirli iş uygulamalarına olumsuz yönde müdahale etmektedir. Yürürlüğe konulan mevzuatlardan dolayı işletmelerin faaliyetleri olumsuz etkilenmektedir. Ancak, devlet yönetiminin, yapılmasında isteksiz olduğu konularda, sivil toplum kuruluşları, isteklerini gerçekleştirme doğrultusunda amaçlarını başarabilmektedir. Yönetim mekanizmaları aracılığıyla, politik kurumlar, işletmelerin faaliyet gösterdiği sınırları belirlemekte, aynı zamanda toplumsal ve örgütsel kültür ve normların informal sınırlamalarını da

içermektedir. Kamusal kuruluşların temel faaliyetleri, kurulması, izlenmesi ve anlaşmazlıkların çözümlenmesinin yanında kuralların yürürlüğe konulmasıyla da ilişkilidir. Ancak kendi içinde meşru ve etkili kurumlar olarak sivil toplum kuruluşlarının bu manzara içinde ortaya çıkması ile hükümetin rolü ve sorumluluğu, bu geleneksel tanımı değiştirmektedir (Doh ve Teegen, 2003:xvi). Özellikle uluslararası yatırım projelerinde uygulanan koşullar açısından iş ve devlet yönetimi arasında etkileşimi oluşturmada önemli bir rol üstlenmişlerdir.

3.3.4. Teknoloji Kullanımı

Zaman ya da alan sınırı ötesinde genişleyen kitle iletişimini ortaya çıkarma ve yayma yeteneği sosyal hareketlerin yaygınlaşmasına, iletişim maliyetlerinin düşmesine ve gerçek zamanlı iletişimin sağlanmasına katkıda bulunmuştur. Uluslararası örgütlenme ve koordinasyon maliyetleri, küçülen dünya ile önemli ölçüde düşürülmüştür (Brown vd., 2000:15). Teknolojik yenilikler, farklı bölgelerden aynı düşünceye sahip grupları bir araya getirmiştir. Böylece bilgi akışı, ulaşım ve ticaret, uluslararası sivil toplum kuruluşlarının ve sivil toplum kuruluşları ile işbirliklerinin oluşumunu ve işleyişini kolaylaştırmaktadır. Küresel açıdan veri aktarımının yaygınlaştırılması ve desteklenmesine yönelik hareketlenme, teknoloji, uzun mesafe ücretleri, seyahat ve geçmişte faaliyet alanını geniş tutarak sınırları aşmayı benzer düzeyde desteklemek için gerekli olan herşey, büyük yatırımlar yapmaksızın, artık mümkündür (Doh ve Teegen, 2003:214).

Millar vd. (2004), küreselleşme, internet ve iletişim teknolojilerinin gelişmesinin STK'ları günümüz uluslararası işletme çevresinde küresel bir "ses" yaptığını ifade etmektedir. Web tabanlı iletişim biçimlerinin küresel yayılması aracılığıyla sağladığı ucuz ve anlık iletişimin gelişi büyük ölçüde STK'ların faaliyet yollarını değiştirmiştir (Doh ve Teegen, 2003:214). İnternet ve ağ sistemini etkin kullanarak yerel ağ veya geniş alan ağları oluşturmak, yine eğitim ve medya gibi faktörlerle etkin bir bilgi paylaşım biçimi oluşturulması açısından fayda sağlamaktadır (Kasımoğlu, 2003:133). Bilgi alış verişinde kullanılan haberleşme araçları; internet ortamında sesli görüşmeler, elektronik bilgi değişimi gibi iletişim araçları, işletmelerin müşterileriyle, yatırımcılarla, tedarikçi işletmelerle, araçlarla ve üreticiler ile

haberleşmesini kolaylaştırmaktadır (Ulaş, 2009:38). İnternet yoluyla bağlantı kurmak, sivil toplum kuruluşları için önemli düzeyde verimli ve ucuz bir yoldur. STK'lar, savunma, bilinçlendirme, danışmanlık, kaynakların tespit edilmesi, etki analizi, eğitim ve daha pek çok faaliyet için interneti kullanmaktadır. Aynı zamanda STK'lar, internet tabanlı kampanyaları kullanarak dünya çapında insanları birbirine bağlamada önemli rolleri bulunmaktadır (Nalinakumari ve MacLean, 2005:8). Günümüzde özellikle işletmelerin web siteleri yabancı müşterilerden sipariş alınmasında çok önemli olabilmektedir. Yurtdışı pazarları düşünmeyen işletmeler küçük çaplı da olsa, gelen bir talebi değerlendirmek amacıyla ihracata başlayabilmektedir (Öztürk, 2006:30).

Üye işletmeleri, elektronik ortam üzerinde de bir araya getiren STK'lar, oluşturdukları bir sistem üzerinde bilgi paylaşımını sağlamakta, duyuru yapmakta, sektör faaliyetlerine göre farklı ülke STK'ları aracılığıyla ya da farklı ülkelerde bulunan temsilcilikleri aracılığıyla diğer işletmeleri kendi üye işletmeleri ile elektronik ortamda buluşturmakta, işletmelerin yüzyüze gelmelerinden önce ön bir iletişim kurmalarını sağlamaktadır. Yurtdışı bağlantı kurulması açısından üye işletmelerinin kendilerine ait bir web sayfalarının olmasını zorunlu hale getirmektedir.

3.4. İŞLETMELERİN ULUSLARARASILAŞMASINDA SİVİL TOPLUM KURULUŞLARININ ROLÜ

Bir işletme için uluslararası faaliyetlere başlamak, bir değişimdir. Değişimin gerçekleşmesi için, bir kişinin ya da bir şeyin onu başlatması ve uygulanması için liderlik etmesi gerekmektedir (Czinkota ve Ronkainen, 1993:255). Bir örgütte değişimin başlatılması ve yönetilmesi görevini üstlenen birey ya da grup, bir değişim aktörü olarak bilinir (Lunenburg, 2010:1). Saka (2003:483), değişikliği uygulama başarısının, genel olarak değişim sürecini kolaylaştıran kişi ya da kurumlarla ilişkili olduğunu ifade etmiştir. Burada liderin görevi, ilk olarak işletmenin gelişmesi ve modernleştirilmesi için temel alanları belirlemek, sonra, yeni ortaklıklar kurarak kurumsal çevre içinde olduğu söylenen alanları uyumlu hale getirmektir (Mironov-Duret, 2011:88). Liderlik örtük bir süreçtir. Rollerin çeşitliliğini dengeleme yeteneğini gösterir (Hailey ve James, 2004:347).

Czinkota ve Ronkainen (1993), uluslararasılaşma sürecinde değişim aktörlerini, işletme içi, aydınlanmış yönetim, yeni yönetim, önemli iç olaylar, işletme dışı, talep, diğer işletmeler, dağıtıcılar, bankalar, ticaret odaları, ihracat kurumları, hükümet faaliyetleri olarak sıralamaktadır. Ticareti Geliştirme Kuruluşları da, yaygın olarak ticareti geliştirmek ve yerel işletmelerin uluslararası pazarlara katılımını geliştirmek için değişim kurumları olarak gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomiler genelinde kurulmuştur. Ancak, genel olarak kamu kurumlarıdır (COMCEC, 2013:28-31). Ticaret birliği toplantıları, kongreler veya toplantılarda farklı işletmelerden yöneticiler arasında resmi ve gayri resmi toplantılar bu nedenle sık sık önemli bir değişim aktörü olarak hizmet vermektedir (Czinkota ve Ronkainen, 1993:257).

Sivil toplum kuruluşları aynı zamanda sanayi kümeleri içinde de yer alarak küçük işletmelerin uluslararasılaşma faaliyetlerini başlatmak ve hızlandırmak için kaldıraç (Libaers ve Meyer 2011:1427) olma görevini de üstlenmiştir. Porter (2000:17), sanayi kümeleri içinde kaldıraç görevini yerine getiren kaynakları; uzmanlaşmış giriş tedarikçileri, dağıtım kanalları ve yurtdışı pazarlara hizmet, lojistik hizmetleri, üniversiteler, düşünce kuruluşları, mesleki eğitim sağlayıcıları, ticaret birlikleri ve dış pazarlara girmek için bilgi ve uzmanlık önemini sağlayabilen standart belirleme organları, uluslararası iş yapmak için uzmanlık ve deneyime sahip bir işgücü havuzu ve yerelde yerli ve uluslararası pazarlarda birbirleriyle, doğrudan veya dolaylı rekabet eden yerli ve yabancı işletmeler olarak belirtmiştir.

Sivil toplum kuruluşları da, uluslararası ilişkilerin hemen hemen her alanında önemli görevlerde bulunarak (Bae, 2003; Buckley, 2002; Lukaszczyk ve Williamson, 2010), karmaşık yönetim ile ilgili problemlerle örgütlerin karşılaşması durumunda liderlik yaparak (Hailey ve James, 2004:345) özellikle küçük ve yerel işletmeler için, yenilikçi, güçlü ve iyi organize edilen sahnede değişim aktörü olarak önemli bir rol oynamaktadır (Doh ve Teegen, 2003:xii; Tate vd., 2013:271). Liderler değişen dış çevresel ve örgütsel koşul ve sorunlarla başa çıkmak için girişimci, kaynak dağıtıcı, müzakere edici, motive edici, ilham verici, politika yapıcı, yol gösterici, baş destekleyici rollerini oynayarak stratejik ve genel olan sorunlara eğilip işletme yöneticilerini yönlendirmek zorunda kalmaktadır (Eren, 2005:519). Böylece bir değişim aktörünün rolleri, hedeflerin netliği, ekip oluşturma faaliyetleri, iletişim becerileri, müzakere becerileri ve hedeflere bağlılık kazanmak için “etkileme becerileri” olarak

sıralanmaktadır (Saka, 2003:483). Prunello (2013) ise, işletmelerin ihracatı geliştirmede ticareti geliştirme kuruluşlarının rolü üzerine yaptığı çalışmada ticareti geliştirme kuruluşlarının bilgi elde etme, eğitim, tavsiye/danışmanlık ve ağ kurma rolleri üzerinde inceleme yapmıştır. Lunenburg (2010:3) ise, değişim aktörlerinin oynadığı en az üç rol olduğunu, bu rollerin danışmanlık, eğitim ve araştırma olduğunu ifade etmiştir.

Bütün bunları dikkate alarak, bir değişim aktörü olarak işletmelerin uluslararasılaşmasında önemli bir yerde bulunan sivil toplum kuruluşlarının bir lider olarak kâr amacı düşüncesinde olmadan, sadece bulunduğu ülkenin ekonomik ve ticari gelişmesi için uluslararası ticareti geliştirme çabasında üstlendikleri roller olarak, bilgi elde etme, eğitim ve danışmanlık, güven temelli güçlü ilişkiler oluşturma ve yenilikçilik rolü incelenmektedir.

3.4.1. Bilgi Elde Etme Rolü

Sivil toplum kuruluşlarının en önemli rollerinden birisi bilgi elde etmedir. İşletmeler, uluslararası pazarda yer almak için çok çeşitli bilgiye ihtiyaç duymaktadır. Özellikle uluslararası pazarlara ilk defa çıkacak olan işletmeler için bilgi eksikliği önemli bir risk faktörüdür. Sivil toplum kuruluşları, uluslararası pazarlara yönelik hem bilgisi olmayan hem de bilgisi olan bir işletmenin bilgi konusunda güvenebileceği bir limandır. Çünkü sivil toplum kuruluşları, dünyanın farklı bölgelerinde bulunan şubeleri ve bağlantıları aracılığıyla uluslararası pazara yönelik bilgiye sahip olan bir işletmenin dahi sahip olduğundan çok daha fazla bilgiye ulaşma olanağı bulunmaktadır. Böylece yeterince bilgisi olmayan bir işletme, sivil toplum kuruluşlarının yönlendirmesi ile faaliyet gösterirken, uluslararası pazara yönelik yeterince bilgisi olan bir işletme de sivil toplum kuruluşu aracılığıyla elde ettiği bilgileri, sahip olduğu bilgiler ile karşılaştırarak riski en aza indirme çabası içindedir.

Bilgi herkesin bildiği gibi değişkendir ve hiç kimse uzun süre bilgi üzerinde tekel olamaz (Doh ve Teegen, 2003: xii). Elde edilen bilgi ve uluslararası iş deneyimi olarak içe doğru faaliyetleri sayesinde, odak işletmelerin belirsizliği azalabilir. Dış pazarlara ziyaret, potansiyel tedarikçi araştırması, müzakereler, yabancı kültürler hakkında öğrenme ve ithalat olduğu zaman kullanmak için hangi faaliyet biçiminin

uygulanacağına karar verme, yönetime deneyim kazandırabilir ve sonra da dışa doğru faaliyetlerin başlamasına cesaret verebilir (Forsman vd., 2002:4).

Her sivil toplum kuruluşu kendi faaliyetiyle yeni bilgilerin oluşmasına, bu bilgilerin demokratik bir katılım sürecinin parçası haline gelmesine katkıda bulunan kuruluşlar durumundadır (Çotuksöken, 2003:58). Aslında, sivil toplum kuruluşlarının, faaliyetleri için kullandığı bilginin en temelinde kendi deneyimleriyle elde ettiği bilgi yer almaktadır.

Takım toplantıları, sunumlar, kurum içi seminerler, brifing oturumları ve hatta kurum içi bültenler (Britton, 1998:16), kurum dışında ise kurumlararası toplantılar, görüşmeler, fuarlar, işbirlikleri bilgi ve öğrenme paylaşımında bir rol oynayabilir. Sivil toplum kuruluşlarının ihtiyaç duyulan bilgiyi elde etme yolu olarak alan araştırması, uzman görüşlerinden yararlanma, yüz yüze görüşme, deneyim sonuçlarından veya deneyimlerden yararlanma, kurumlararası işbirliği, disiplinlerarası işbirliği gibi yöntemler (Kasımoğlu, 2003:132) bulunmaktadır.

İşletmelerin yurtdışına açılmasında ihtiyaç duyulan bilgiler çok farklı şekillerde sınıflandırılmıştır. Bu sınıflamalardan uluslararasılaşma bilgisi, iş bilgisi ve dış kurumsal bilgi, sivil toplum kuruluşlarının elde ettiği bilgiler dikkate alarak açıklanmaktadır.

3.4.1.1. Uluslararasılaşma Bilgisi Elde Etme Rolü

Uluslararasılaşma bilgisi, genel dış genişleme ile ilişkili karmaşıklığın ve çeşitliliğin artmasını yönetmek üzere ihtiyaç duyulan bilgidir (Eriksson vd.,1997:343; Cuervo-Cazurra, 2011:427). Bu bilgi, genelde uluslararası pazarlarda faaliyet ilkeleriyle ilgili olduğundan dolayı, ülkeye özgü değildir (Fletcher, 2012:633). İşletmenin ilk defa kendi ülkesinden farklı ülkelere girmesiyle ilişkili olarak ortaya çıkabilecek karmaşıklıkla ve işletmenin belirli mesafeden faaliyetlerini yürütme zorluklarıyla başa çıkabilmesi için faydalıdır (Cuervo-Cazurra, 2011:428).

Özellikle küçük işletmelerin ilk defa kendi ülkesinden farklı ülkelerde faaliyette bulunması, işletme için büyük bir risktir. Sivil toplum kuruluşlarının kendilerine liderlik yapması ile riski en aza indirmektedir. Bu konuda sivil toplum

kuruluşları, işletmenin faaliyette bulunacağı ülkede bulunan müşterilere hizmet etme, rakiplerin ve dağıtım kanallarının özellikleri, müşterilerin ihtiyaçları, işbirliği, yurtdışına ilk açılmada hangi konu, kural ve ilkelere dikkat edilmesi gerektiği gibi uluslararasılaşmaya yönelik bilgiler ile işletmelere yardımcı olmaktadır.

3.4.1.2. İş Bilgisi Elde Etme Rolü

İş bilgisi, yurtdışında müşteri, pazar ve rakip bilgisidir (Eriksson vd.,1997:343; Cuervo-Cazurra, 2011:427). Belirli pazarlara bağlılığın artmasıyla toplanır. Ülkeye ve pazara özgüdür, fakat işletmeye özgü değildir (Fletcher, 2012:632).

Müşterilerin özellikleri, din, dil, zenginlik ya da kültür farklılığı, rakiplerin özellikleri, yapı ve rekabetteki farklılıklar (Cuervo-Cazurra, 2011:429), iş bilgisi olarak önemlidir. Uluslararası pazar ve işlemlere yönelik bilgi, girişimci işletmeler için uluslararası satış büyümesinin önemli bir belirleyicisidir (Autio vd., 2000:910). Eriksson ve Chetty (2003:676), bu bilgiye sahip olan başka işletmeler ile işbirliği yaparak da kazanıldığını vurgulamaktadır. İşletme, faaliyetlerin küresel bütünleşmesinden faydalananarak, çoğu farklı ülkede bulunan tüketicilere hizmet etmek için kendi ülkesinde geliştirdiği iş bilgisini kullanabilmektedir (Cuervo-Cazurra, 2011:429). Kendi ülkesinde farklı ülkelere ait iş bilgisini geliştirme ve bunları kullanma konusunda da sivil toplum kuruluşları önemli rol oynamaktadır. Özellikle yerel kültür ile ilgili hatalardan kaçınmak için kültür ve toplumun özellikleri dikkate alınarak elde edilecek fikir ve bilgi birikimi (Millar vd., 2004:401) sağlamaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde sosyal konulara dahil olan çoğu sivil toplum kuruluşu, gelişmekte olan ülkelerde kültürel özellikler, yaşam şartları, tipik zorluklar ve gelişmekte olan ülkedeki altyapı eksikliğinin ilk elden deneyime sahip olacak olan olanaklar ve görevlilere sahiptir (Dahan vd., 2010:331).

3.4.1.3. Dış Kurumsal Bilgi Elde Etme Rolü

Dış kurumsal bilgi, devletin kurumsal çatısı, kuralları, normları ve dış ülkelerde yaygın değerlere yönelik bilgidir (Eriksson vd.,1997:343; Cuervo-Cazurra, 2011:427). Uluslararasılaşma, farklı bir kurumsal ortamda nasıl faaliyet gösterileceği

hakkında bilgiyi gerektirmektedir. Kurumsal çevre bir toplumda belirlenen ekonomik ilişkiler, normlar, kurallar ve düzenlemeler kümesidir (Cuervo-Cazurra, 2011:429). Deneyimsel kurumsal bilginin eksikliği, Yabancı bir pazarda uygulanan teknik ve ticari yasalar ve normların yeterli bir şekilde anlaşılması, işletme için bir sorundur (Eriksson vd., 1997:344). Yabancı ülkelerin hukuki ve siyasi yapısı faaliyette bulunacak işletmeler için önemlidir. Uygulama, ülkeden ülkeye hukuki ve siyasi kurallar, yaptırımlar farklılık göstermektedir. Yabancı ülkenin bu konudaki farklılıkları bilinmesi durumunda yaşanacak zorluklar ortadan kalkacaktır. Sivil toplum kuruluşları da gerek informal, gerekse formal ilişkileri ile bilgileri elde etmekte, ülkenin kurumsal yapısından kaynaklanacak sorunlara önceden çözüm bulma çabasına gitmektedir.

3.4.2. Eğitim ve Danışmanlık Rolü

Bir danışman olarak yönetici, çalışanların örgüt dışından verilerle iletişim kurmasını sağlar ya da örgüt içinden veri üretmek için örgüt üyelerine yardım eder. Genel amaç, çalışanlarına geçerli verilerin analizi yoluyla sorunlara çözüm bulmak için yardımcı olmaktır (Lunenburg, 2010:3). Danışman rolünü gerçekleştirmelerine ek olarak, yönetici, bir eğitici olarak görev yapabilir. Burada yönetici, değişimi sağlamak için örgüt üyelerinin verileri nasıl kullanılacağını öğrenmelerine yardımcı olur (Lunenburg, 2010:3).

Liderlerin ilgili ve etkili olabilmesi için birlikte çalıştıkları kişilerin beklentilerini araştırmaları gerekir (Hailey ve James, 2004:350). Çünkü hızlı ve sürekli öğrenecek ve yaratıcılıklarını kanıtlayacak çalışanlara ve entegrasyona ihtiyaç duyarlar (Mironov-Duret, 2011:87). Delios vd. (2008:179), benzersiz teknoloji ve pazarlama yeteneklerini geliştirmede lider olan endüstrinin sorumluları, işletmelerin en hızlı uluslararası genişleme oranlarına sahip olacağı anlamında yol gösterdiklerini ifade etmektedir.

Uluslararasılaşma, örgüte büyüme için fırsatları takip etme esnekliğini veren yeteneklerin geliştirilmesini etkiler (Sapienza vd., 2006:920). Sapienza vd. (2006), yöneticilerin, yeni ofislerinin kurulması ve işlemlerini kolaylaştırmak için yetkinliklerinden ve deneyimlerinden yararlanabilmelerinden ve dünya çapında örgütlenme faaliyetlerini dağıtmaya nasıl karar verebileceklerinden dolayı

uluslararasılaşmada önemli bir rol oynayan yönetsel yetkinliği öne sürmektedirler. Hambrick ve Mason (1984) CEO özelliklerinin stratejik karar verme durumlarındaki kendi yorumunu önemli ölçüde etkilemekte, sonra da işletmenin çıktılarını etkilemekte olduğunu ileri sürmektedir.

Herrmann ve Datta (2005), belirsiz bir çevrede yüksek belirsizlik altında üst yöneticilerin esnek ve belirsizlik için gösterilen büyük toleransı değiştirmeye açık olduklarını ileri sürmektedir. Üstün bilgi işleme yeteneklerine sahip olan bu yöneticiler uluslararası iş karmaşıklığını etkili bir şekilde yönetebilir. Hambrick ve Mason, (1984)'a göre, yöneticilerin bilişsel temeli, bilgiyi yorumlayarak, algılarını filtreleyerek, vizyon alanlarına yönlendirerek karar alma sürecini etkilemektedir. Sambharya (1996)'a göre, bir CEO'nun uluslararası deneyimi önemlidir. Farklı gelenek ve alışkanlıklar ile farklı bir ülkede yaşama ya da çalışma deneyimi, bir yöneticinin bilişsel yönü üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bu deneyimler, uluslararası faaliyetlerle ilişkili belirsizliklerle başa çıkabilmede ve kültür entegrasyonunda yöneticiye yardım edebilir olduğunu vurgulamaktadır. Daha büyük deneyim, karmaşık yönetsel ortamların farkındalığına sebep olabilir ve böylece yabancı pazarların bilgisi yabancı ülkelerdeki faaliyetlerde psikolojik mesafenin üstesinden gelmede önemlidir (Nielsen ve Nielsen, 2011:187).

Eriksson vd. (1997: 345), örgütsel deneyim bilgisini "Araştırma süreci üzerindeki etkisi yoluyla işletmenin gelecekteki uluslararasılaşması üzerine bir etkiyi kullanmak" olarak ifade etmektedir. Etkin bir şekilde uygulama, deneyim ve öğrenme ile ilişkili olduğu için uluslararası deneyim, özellikle yabancı bağlı ortaklıkların yönetiminde önemlidir (Datta vd., 2002:93).

Sivil toplum kuruluşları da, işletmelerin faaliyette bulundukları ortamda karşılaştıkları rekabet baskılarını dengelemek için yönetsel yeteneğe ihtiyaç duyarlar (Hailey ve James, 2004:351). STK'ların etkin ve verimli bir yönetim anlayışı sergileyebilmeleri, yöneticilerin nitelikleriyle yakından ilişkilidir (Akatay ve Yelkikalan, 2007:185). STK'ların çoğunlukla halka yakın çalışmaları ve yüksek derecede odaklanmalarının sebebi, sivil toplumun problemlerini onların ihtiyaçları kadar anlayabilmeleridir (Lukaszczyk ve Williamson, 2010:469). O halde, kendi çabasıyla faaliyetlerde bulunan küçük işletmeler ile de yakından ilgilenerek, hepsini

büyük bir çatı altında toplamaktadır. Gelişmekte olan pazar müşterileri çok az eğitime sahip olma ya da eğitimsiz olma düzeyleri yüksek iken, sivil toplum kuruluşları görevlileri ürün ya da hizmetin nasıl kullanılacağı hakkında çok ihtiyaç duyulan yerel tüketici eğitimi sağlayabilirler. Ürünün varlığına yönelik bilincin ve yararlı ve hilesiz kullanımına yönelik tüketicilerin ikna edilmesinin artırılması, bir işletmenin bir müşteri tabanı oluşturmaları için önemli ön koşullar olabilir (Dahan vd., 2010:334).

Uluslararası faaliyetlerde liderlik yapan sivil toplum kuruluşları, hem kendi, hem üyelerinin kendi vizyonlarını uygulamak için üyelerine destek vermeli ve rehberlik etmelidir (Mironov-Duret, 2011:89). Sivil toplum kuruluşlarının, engeller ve sorunlarla karşılaşılması ya da engel ve sorunların ortadan kalkması için üyelerine eğitim ve devlet ile ilişkilerin öğretilmesi, geliştirilmesi gerekir (Kasımoğlu, 2003:133).

3.4.3. İletişim ve Güven Temelli Ağ Bağlantıları Oluşturma Rolü

Bir işletmenin ulusal ya da uluslararası arası pazarlarda başarı sağlamasında önemli olan, bir ağa bağlı olması ve işbirliğinde bulunmasıdır. Ağlar bilginin iletilmesi için kanallar sağlar (Nahapiet ve Ghoshal, 1998:252). Böylece, belirsizliği gidermek ve fırsatların değişen doğasını bilgilendirmek için bilginin değerli bir kaynağı olarak hizmet vermektedir. Ağlar, bazı ortak hedefleri elde etme amacıyla örgütler ve diğer varlıklar arasındaki ilişkiler sistemini oluşturur (Webb, 2010:565).

Ağların temel amacı, açık ve örtülü bilgiyi paylaşarak öğrenmeyi kolaylaştırmasıdır (Johansen ve Leroux, 2012:355; Arabacı, 2008:129). Temel olarak, bir işletme, tek başına bir varlık değildir; pazardaki diğer aktörler ile etkileşim olmadan var olamaz. Bu nedenle, kaynak alışverişi kolaylaştırmak amacıyla işletme için koordine edilmesi gereken faaliyetlerin bulunduğu ilişkilerin bir sistemi olarak pazarın düşünülmesi gerekir (Jonsson ve Lindergh, 2010:550).

İletişim ve ağ bağlantıları oluşturma rolü altında iletişim ile ağ bağlantıları ifadelerinin birbirinden farklı, ancak birbirini tamamlayıcı olmasından dolayı ayrı ayrı incelenmesi gerekmektedir.

3.4.3.1. İletişim

Farklı bilgiyi ve deneyimi bir araya getirme ve bilginin genişlemesi, anlamlı iletişimin yolundan geçer. Öğrenme, örgütün can damarı ise, o zaman tüm bileşen parçaları teşvik etmek ve yenilemeyi sağlamak için sürekli bir dolaşım sistemi gerekir. Hem formal hem informal iletişim sistemleri, öğrenme için dolaşım sistemidir (Britton, 1998:15).

İşletmelerin uluslararasılaşmasının yolu, liderin dış çevreyi idrak etmesi ve kendi gerçek iç yeteneklerinin birleşmesinin bir sonucudur (Cheng ve Joseph Yu, 2008:333). Dış çevreyi araştırması ile elde edeceği verileri kurum içine dağıtması ve dış çevre ile etkileşimde bulunması, iletişime bağlıdır. İşletmelerin iletişiminde önemli olan psikik, kültürel, coğrafi ve kurumsal mesafe, “piyasaya ve piyasadan bilgi akışını önleyen faktörlerin toplamı” olarak görünmektedir (Johanson ve Vahlne, 1977). Mesafe ölçülerine örnek olarak, dil, kültür, politik sistemler, eğitim düzeyi, yabancılık, endüstriyel kalkınma düzeyi gibi faktörler, iletişimi sınırlamalarından dolayı ülkeler arasındaki ticareti engellemektedir (Hallen ve Wiedersheim-Paul, 1993:292).

Teknolojinin gelişmesi, maliyetlerin düşmesi, iletişimin zamanında sağlanması ve ulaşım, uluslararası sivil toplum kuruluşları faaliyetlerinin alanını ve potansiyelini daha fazla genişletmiştir (Bae, 2003:89). İletişimde sivil toplum kuruluşların başarıları, veri arabulucusu ve enformasyon komisyoncusu olarak toplumda sivil toplum kuruluşları için özel bir fonksiyon ortaya çıkarmıştır (Doh ve Teegen, 2003:214). Birçok büyük sivil toplum kuruluşlarında iletişim tarzı, yelpazenin hem ağır hem hafif ucuna doğru eğilim göstermektedir. Ağır ucunda raporlar ve eğitim kurslarına sahiptir. Hafif ucu ise bir şekilde belgelenmiş ya da daha geniş bir şekilde paylaşılmış olmadıkça az süreli etkisi olabilen informal iletişime sahiptir (Britton, 1998:16). Sivil toplum kuruluşlarının örgüt içi çalışanları ve üyeleri ile iletişimin yanında, üyeleri olan işletmelerin faaliyetlerini gerçekleştirmek için yerel hükümet, işletmelerin faaliyette bulunacağı ülke hükümeti, yabancı ortaklar, aracılar, yabancı ülke sivil toplum kuruluşları gibi pek çok kişi ya da kurumla iletişimlerini formal ya da informal düzeyde yürütmektedirler.

3.4.3.2. Güven Temelli Ağ Bağlantıları Oluşturma

Ağ oluşturma, iş yapmanın bir yoludur. Ağ, aynı zamanda ortak bir karar alma ve onaylama yoluyla kararları desteklemeye hizmet etmektedir. Ağ, gelecekte ya da mevcut zamanda girişimi etkileyebilen kişiler hakkında endüstri ya da pazar içinde dedikodu, pazar istihbaratı ve eğilimlerini içeren bir takım konular hakkında enformasyon toplamak için son derece yararlı bir mekanizmadır (Gilmore ve Carson, 1999:33).

Uluslararasılaşma ağ modeline göre (Johanson ve Mattsson, 1988), bir işletme, amaçlara ulaşmak, meşruluğu artırmak, belirsizliği azaltmak, kaynakları elde etmek için yöneticilere yardım eden bağları ortaya çıkarmak ve devam ettirmek için (Johansen ve Leroux, 2012:355), kâr amacı gütmeyen örgütler, dağıtıcılar, rakipler, kamu yönetimi (Ojala, 2009:52), tedarikçiler, paydaşlar, müşteriler, acenteler ve politik aktörlerle ilişkileri sürdürmek için ağ oluşturmaktadır (Johansen ve Leroux, 2012:355; Jonsson and Lindergh, 2010:550).

Müşteriler ve tedarikçiler, herhangi bir işin bilgi sisteminin önemli bir parçasıdır. En önemli müşteri düzeyi, işletmenin ürünleri ve ticaret başarısının bir pazar sinyalidir. Benzer bir şekilde, tedarikçiler yeni teknoloji, inovasyon fırsatları ve maliyetlerin azaltılması üzerine bir bilgi kaynağıdır (Bennett ve Robson, 1999:161). Hohenthal vd., daha fazla deneyimsel bilgi ile işletme yönetim ekibinin, daha fazla yabancı stratejik ortaklar kullanacağını ve daha az uluslararası deneyime sahip olan yönetim takımlarına göre daha hızlı uluslararasılaşacağını göstermektedir. Deneyimsel ağ bilgisi bu nedenle bir iş ilişkisinin değerini geliştirilmesinde önemli olacaktır (Hohenthal vd., 2014:12).

Bir işletme için yeni bir pazara yerleşmiş olmak, ilişkileri yapılandırmak, hem kendisi hem de emsalleri için yenidir. Mevcut ilişkiler, bazen eski ilişkilerin bozulması ile, bazen de zaten var olanlara bir ilişki eklenerek yapılır (Johanson ve Mattson, 1988:292).

Kiss ve Danis (2008:388), bir ülkenin kurumsal gelişme düzeyi, girişimcinin sosyal ağlarının bileşimine doğrudan bir etkiye sahip olabileceğini ifade etmektedir. Sosyal ağlar ile ilişkili olan sosyal sermaye genellikle ilişkisel, bilişsel ve yapısal olarak üç farklı boyutla nitelendirilmektedir (Nahapiet ve Ghoshal,1998).

Ağ, güven oluşturur ve başarılı bir işbirliği için gerekli olan değerler ve normlardan oluşan ortak bir duyguyu oluşturmaya yardım eder. Bir yöneticinin örgütsel performansı artırmak için ne sıklıkla ve kiminle bir ağ oluşturma kararı temel bir stratejik tercihtir (Johansen ve Leroux, 2012:355). Güven, yoğun ağlarda daha çok güçlüdür (Oviatt ve McDougall, 2005:546). Welter (2012:197) güvenin, ağ ilişkileri, fırsatları tanımlamada ve yapılandırmada, işin ortaya çıkması için desteklemede, tamamlayıcı kaynakları seferber etmede, danışmanlık ve (duygusal) yardımın farklı biçimlerini ortaya çıkarmada ve kalıcı iş ilişkilerini oluşturmada bir rol oynarken, ağ ilişkilerini desteklediğini ifade etmektedir. STK'lar, özellikle ticaret ve yatırım gelişimi üzerine geniş müzakerelerde ve yatırım projelerini çevreleyen şartlar üzerinde belirli pazarlıkta uluslararası ticaret değişiminde yasal paydaşlar olarak güven sağlamıştır (Doh ve Teegen, 2002:667). Sivil toplum kuruluşları, işletmelerin faaliyetlerinde ilişkilerin nasıl yürütüleceği üzerine bir rehber görevi görür (Jonsson ve Lindergh, 2010:550). Bundan dolayı işletmeler, yeni pazarlara girdikleri zaman bu kâr amaçlı olmayan örgütlerden yararlanabilir ve hedef ülkede daha fazla ağ bağlantısı kurmak için onların bağlantılarını kullanabilir (Ojala, 2009:58).

STK'lar, ağlara eklenerek hareket ettiklerinde sosyal ayarlamalar, sosyal değişim biçimleri, fırsatlara açılan kapılar, üyelerinin kapasitelerinin inşa edilmesi ve sürdürülmesi, yaratıcılık ve risk almayı sağlama, çeşitli yönetim düzeylerinde savunuculuk, diğer sektörler arasında bir ara-yüz (geçiş alanı) oluşturma, eylem platformları oluşturma gibi faydalara tek başlarına hareket ettikleri hallerden daha etkin biçimde erişebilirler (Arabacı, 2008:136). Böylece, pazar şartları üzerine yakın ilişkiler ve uluslararası temaslarla etkileşimler, onlara zengin bilgiyi sağlayabilir (Musteen vd., 2010:198) ve ağ, kâr amacı gütmeyenlere hayatta kalmaları için gereken kaynak ve araçları kazanmalarına yardımcı olur (Johansen ve Leroux, 2012:356).

Yararlı çalışmalar yapılması için, sadece formal ve informal kuralların genel ortak birleşimi değil, aynı zamanda belirli normlara sahip olan toplum içinde bireysel gruplara da sahip olmak gerekebileceğini savunan Millar (2004:400), ekonomi içinde sınırlı büyüklükteki bu tür alt ağların, sosyal bağları ve karşılıklı değişim mekanizmalarının varlığına yarar sağlayacağını ifade etmektedir.

STK'ların uluslararası ağlara katılımının güçlendirici etkilerinden bazıları şu şekilde ortaya koyulmaktadır (TUSEV, 2013:56):

- Ağlar, üye kuruluşların bilgi ve uzmanlık da dâhil olmak üzere pek çok kaynağa erişimini artırmaktadır.
- Ağlar içinde deneyim paylaşımları ile sonuç vermeyen yaklaşımlar ortaya konulurken, proje uygulamalarında riskler azaltılmakta ve bu sayede maliyetler düşürülmektedir.
- Birden fazla ülkeden STK'ların katılımıyla yürütülen faaliyetlerin çarpan etkisi artmaktadır.
- Ağlar aracılığıyla STK'lar ve aktivistler arasında dayanışma ve destek ortamı oluşmaktadır.
- Ağlarda iyi uygulamalar duyurularak STK'ların görünürlüğü artırılmaktadır.
- STK'ların ağlara üyelikleri bağışçılar tarafından güvenilirliklerinin artmasına olanak sağlamaktadır.

3.4.3.3. Ağlarda STK İlişkileri Türleri

İşletmelerin yabancı pazarlara girmek için ağ ilişkileri, formal, informal (Coviello ve Munro, 1997; Harris ve Wheeler, 2005; Westphal v.d., 2006; Ojala, 2009:52) ve aracı (Oviatt ve McDougall, 2005; Ojala, 2009:52) olarak birbirinden ayrılır. İş ilişkilerinin üç temel bileşeni olarak aktörler, faaliyetler ve kaynaklar ele alındığında (Anderson vd., 1994:1), bir aktör olarak Sivil toplum kuruluşlarının ilişkileri de bu üç ilişki üzerinde incelenebilir.

3.4.3.3.1. İnfomal İlişkiler

Ağ ile pazarlama özelliklerinden bazıları, insan odaklı faaliyetler etrafında toplanmaktadır. Bu özellikler, informaldır ve genellikle gizlidir (Gilmore ve Carson, 1999:33). İnfomal ağlar, kapasite ve güven oluşturmak, problem çözmek ve hizmet sunumuna yardımcı olmak ve enformasyon paylaşmak için vardır. Ayrıca formal olarak bu ilişkileri korumak için gerekli olmadığından dolayı infomal ağlarla kiminle hangi

sıklıkla ağ kurup kurmama kararı yöneticilere bırakılmaktadır (Johansen ve Leroux, 2012:356).

Kişisel ilişkiler (firmalar ve aktörler arası) informal bir yapıya sahiptir (O'donnel vd., 2001:750). Başlangıç aşamasında küçük girişimciler tarafından sergilenen pazarlama türü, genellikle daha önceki faaliyetleri esnasında yapılandırılan kişisel ilişkilerinden oluşan bir ağ üzerinde, kurucuların güveni ile nitelendirilmektedir (Gilmore ve Carson, 1999:32).

İnformal ilişkilerin aile üyeleri ve arkadaşlar ile kişisel ilişkileriyle ilgili olduğu görülmektedir (Coviello, 2006; Harris ve Wheeler, 2005; Westphal vd., 2006). Birley (1985) informal ilişkilerin, diğer iş aktörleri, arkadaşlar ve aile üyeleri arasında iletişim ile ilgili olduğunu ifade etmektedir. Dubini ve Aldrich (1991) tarafından yapılan çalışma, informal ağların bir girişimcinin doğrudan görüşebildiği tüm insanlar ile ilişkili olduğunu ifade etmektedir.

İnformal ilişkiler, açıkça kamu hizmeti üretmek ve sunmak için kamu yöneticileri tarafından oluşturulan çok aktörlü düzenlemeler olan formal ağlara benzemeyen, dış çevreye organik olarak cevap vermek için ortaya çıkarlar (Isett vd., 2011:162). Bilgi paylaşımı, kapasite ve güven geliştirme, sorunları çözme ve hizmet sunumuna yardımcı olmak için oluşturulur (Johansen ve Leroux, 2012:356). Özellikle küçük işletmeler, pazara yönelik sınırlı bilgi ve uzmanlığı ve teknik ya da zanaata yönelik bir altyapıya sahip olmalarından dolayı genellikle kişisel ilişkileri tercih etmektedir (Gilmore ve Carson, 1999:32).

Ayrıca, informal ağlarla kiminle ne sıklıkla ağ oluşturup oluşturmama kararları, bu ilişkileri sürdürmek için formal olarak gerekli olmadıklarından dolayı yöneticilere bırakılmaktadır. Böylece, kâr amacı gütmeyen örgütlerde informal ağlara bakarak kâr amacı gütmeyen örgütler üzerine yönetsel ağ seçeneklerinin etkisi hakkında yararlı anlayışlar ortaya çıkarılabilir (Ojala, 2009:52). Bu tür ilişkilerde kâr amacı gütmeyen yöneticiler kiminle hangi sıklıkta ağ oluşturma hakkında stratejik ağ oluşturma kararları almak için takdir hakkına sahiptir ve bu kararlar örgütlerinin performansı için olumsuz etkilerde bulunmaktadır (Johansen ve Leroux, 2012:357).

İşletmelerin, bir ticaret ya da mesleki birliğe üye olduklarında yerel pazarda rakiplerle kapsamlı ve proaktif ağ yapılandırma ile kendi ağlarında genel olarak proaktif

olmuşlardır ve işletmelerin yerel pazar içinde yer aldığı noktada ticaret birlikleri ile görüşme halinde olursa bu eğilim artmaktadır (O'Donnell, 2004:214). Bu STK'lar diğer ülkelerde iş yapan kısmın bir beklentisi olarak örneğin oldukça katı çevresel hukuk ve güvenlik standartları için diğer hükümetlere lobi yapabilirler (Doh ve Teegen, 2003:xii). Bir sözleşmeye dayalı olmadan, üye işletmelerinin faaliyetlerine göre diğer ülkelerde ortak çalışılacak işletmelerin yetkilileri ile görüşme yapabilirler. Bu görüşmelerin yapılması için fuarlar, toplantılar, geziler vb. düzenleyebilirler. Yurtiçinde ise yerel pazarda rakip olan, ancak aynı STK'ya üye işletmelerin bir araya gelmesini sağlayabilirler. Böylece aynı amaca hizmet etme doğrultusunda yerel pazarda rakip olan işletmelerin işbirliği yapmasını sağlayabilirler.

3.4.3.3.2. Formal İlişkiler

Formal ağlar, kamu hizmet üretmek ve sunmak için açıkça kamu yöneticileri tarafından oluşturulan çok aktörlü düzenlemelerdir (Isett vd., 2011:i162). Örgütlerarası ilişkiler (firmalar arası ve aktörler arası) formal bir yapıya sahiptir (O'donnel vd., 2001:750).

Hizmet dağıtım ağlarından formal ağlar, genellikle her ağ aktörü ve bir araya gelen organizasyon arasında sözleşmeye yönelik ilişkiler tarafından meydana gelen ağlardır (Provan ve Kenis 2008; Provan ve Milward 2001). Sözleşmeler katılımcıların rol ve sorumluluklarını belirlemek ve ağ aktörlerini yasal olarak bir araya getirmek için hizmet vermektedir (Isett vd., 2011:i163). Böylece formal ilişkilerin ağda iki veya daha fazla aktörler arasındaki ticari faaliyetler ile ilgili olduğu görünmektedir (Coviello, 2006; Harris ve Wheeler, 2005; Westphal vd., 2006). Dubini ve Aldrich (1991) tarafından yapılan çalışma, formal ilişkilerin her bir firmanın sınırlarını kapsayan rolünün tüm çalışanları arasındaki ilişkiler olduğunu ifade etmektedir (Ojala, 2009:52).

Formal ilişkiler, eldeki mali kaynaklar ile ilişkilidir (Birley, 1985; Ojala, 2009:52). Bu tür ilişkilerde işletmeler, karar verirken daha özenli olmaktadır (Gilmore ve Carson, 1999:35).

Formal ağların nispeten kapalı yapısı katılımcılar arasında güveni daha yüksek düzeyde olmasına yol açar. Güven, ağ yöneticileri ve ağ katılımcıları için işlem maliyetlerini azaltır. Ağ aktörlere arasındaki informal ilişkiler genellikle formal ağ

bağlantılarını güçlendirmektedir ve diğer işbirliği türlerine yol açabilir (Isett vd., 2011:i164).

STK'lar, informal iletişim ve informal ilişkiler oluşturmanın yanında, bir organizasyon olarak faaliyetlerinin düzenli yapılmasını sağlaması için kurallarla çalışmakta, bir resmiyetin olmasını sağlamaktadır. Üye işletmelerin STK'ya üye olmasının bir sözleşmeye bağlanması, üye olarak STK'nın yazılı ve sözlü kurallarına uymasının sağlanması, aynı STK'ya üye olup, aynı sektörde faaliyet gösteren işletmelerin hem kendi yararlarına hem ülke yararına faaliyet göstermesi için küme oluşturulması, yurtdışında ortak çalışmalara katılacakları işletmeler ile sözleşmelerin düzenlenmesi, diğer ülke hükümetleri ile anlaşmalar yapılması gibi konular STK tarafından formal ilişkiler kapsamında incelenen konulardır.

3.4.3.3.3. Aracı İlişkiler

Formal ve informal ilişkilere ek olarak aracı ilişkilerde, satıcı ve alıcı arasında doğrudan bağlantı yoktur. Fakat satıcı ve alıcı arasında ağ ilişkisinin kurulumunu kolaylaştıran bir üçüncü kısım olarak bir aktör vardır (Ojala, 2009:52). Oviatt ve McDougall (2005)'e göre bu aracılar, farklı pazarlarda aktörler arasında bağlantı sağlayabilir ve dolayısıyla satıcı ve alıcı arasında uluslararası iş faaliyetlerini başlatabilir. Bu tür ilişkilerde aracılar, tedarikçi ve müşteri arasında aracılık etmektedir (Havila vd., 2004:175).

İki işletme arası ağ, aracılar yoluyla politik müdahale üzerine üçlü sarmal ağ haline dönüşmektedir. Aracılar, endüstride kanalize kaynaklar yoluyla politik düzeyde sponsorluk rolü; üçlü sarmal aktörleri bağlayarak stratejik düzeyde arabuluculuk rolü; ve bilgi dolaşımını dolaylı hale getiren hizmetleri sağlayarak operasyonel düzeyde sınırları kapsayıcı rolü oynamaktadır (Nakwa vd., 2012:52).

Havila vd. (2004) tarafından üçlü olarak ifade edilen bu ilişki türünde tarafların sık sık haberleşmek, ürün alışverişinde bulunmak, görüşmeler yapmak için tekrar tekrar bir araya geldikleri ifade edilmektedir (Havila vd., 2004:174). Bu ilişkilerin bağlı bulunduğu temel aktör, bir kişi, bir kurum olabileceği gibi aralarında sosyal bir ilişkinin bulunduğu birden fazla kişi ya da kurum da olabilir (Gilmore ve Carson, 1999:31).

Aracı, tedarikçi ile müşterinin yapacağı bir anlaşmada, görüşmelere katılabilmektedir (Havila vd., 2004:175).

STK'lar da, sadece toplumun yararını düşünen, güven ve itibardan başka herhangi bir kazanç beklentisi olmayan organizasyonlar olarak, kendisine üye olan işletmelerin gerek yurtiçi, gerekse yurtdışı görüşme ve anlaşmalarında, iş bağlantılarında bir üçüncü taraf olarak aracı durumundadır. Aracı olarak, kişi, grup, işletme ya da hükümet yöneticileri ile üye işletmelerinin yararına, öncelikli iletişimi ve ilişkiyi STK'lar kurmaktadır.

3.4.4. Yenilikçilik Rolü

Yenilikçilik, rekabet karşısındaki ilk hamle avantajını kazanmak için bir işletmenin sağlayacağı pazarda gelecek istekler ve ihtiyaçları üzerine hareket etme ve bunları tahmin etme ile ilgilidir (COMCEC, 2013). Kurumsal itibarı değerlendirmek için önemli kriterlerden biri olarak görünür (Chun, 2006:64).

Yeni iş fırsatları algılama ve eleştirel analiz yeteneği, üst düzey teknoloji ve yeniliğe hâkim, yeni ekonomik ortamda rekabet edebilmek için uzman olması gereken her işletme liderinin temel özelliklerini oluşturmaktadır (Mironov-Duret, 2011:89). Uluslararası pazarlara açılma yönünde ilk adımın atılabilmesi, yöneticilerin dinamizmine ve kararlılığına bağlıdır. İşletmelerin bu anlamdaki başarısı, yöneticilerin yabancı pazarlar konusundaki bilgisi ve yaratıcılık gücü ile ilgilidir (Demirci ve Aydemir, 2008:77). İlk uluslararası ilişkinin işletmede bir yenilik olarak ortaya çıkardığını ifade eden Çavuşgil vd. (2008:110), süreci denetleyecek yöneticiler adına çok rasyonel analiz ya da bilinçli planlamanın olmadığına, uluslararasılaşmanın kademeli, yavaş ve artırımlı doğasının, temel olarak dış pazarlar hakkında yetersiz bilgi ve sınır ötesi faaliyetler ile deneyim eksikliği nedeniyle yönetici deneyiminin belirsizliği ve tedirginliğinden kaynaklandığına vurgu yapmaktadır.

Bugün sivil toplum örgütleri yaratıcı, yenilikçi taktikler geliştirmektedirler (Doh ve Teegen, 2003:xii). Aktif olarak fırsatları arayarak ve bu fırsatlardan yararlanarak çevrelerini şekillendirmekte, işletmeleri yeniliklerle bir araya getirmektedir.

Yukarıda incelenmiş ve sınıflandırılmış olan işletmelerin uluslararası faaliyetlerde bulunmasına katkı sağlamada sivil toplum kuruluşlarının bir değişim aktörü olarak rolleri, işletmenin uluslararası faaliyetlerdeki başarısına ne derece katkı sağladığı dördüncü bölümde araştırılmaktadır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

İŞLETMELERİN ULUSLARARASILAŞMASINDA BİR DEĞİŞİM AKTÖRÜ OLARAK SİVİL TOPLUM KURULUŞLARININ ROLÜ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

4.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bugün dünyada işletmelerin uluslararası hale gelmesi eğilimi her zamankinden daha fazladır. Sadece gelişmiş ülkelerin değil, gelişmekte olan ülkelerin işletmeleri de uluslararası pazarlara doğru giderek artan bir gelişme içindedir.

Uluslararası pazarlara açılmak işletme açısından bir değişimdir ve bu değişimin gerçekleşebilmesi için işletmede bir kişinin, bir kurumun ya da bir şeyin bunu başlatması ve uygulamaya geçirmek için liderlik etmesi gerekmektedir. Sivil toplum kuruluşları da işletmelerin farklı ülkelerde pazara girmesi için kültürel, ekonomik, demografik, ticari ya da özel nitelikli verileri elde ederek işletmelerin, uluslararasılaşma sürecinde değişimlerine katkıda bulunmanın yanında, farklı ülke işletmelerinin ortaklık oluşturmalarına yardımcı olmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, sürdürülebilir kalkınmaya büyük etkisi olan sivil toplum kuruluşlarının, işletmelerin uluslararası pazarlara açılmasında ve uluslararası faaliyetlerini sürdürmesinde bir değişim aktörü olarak rollerini araştırmaktır.

Küreselleşmenin etkisiyle, işletmelerin yurtiçi pazarlarda kalması, ülke ekonomisinin kalkınmasını ve işletmenin amaçlarını gerçekleştirmesini engellemektedir. Yurtiçi pazarlarda sınırlarını zorlayan işletmelerin, daha fazla büyümek için uluslararası faaliyetlerde bulunması kaçınılmazdır. Ancak, bir işletmenin farklı ülkelerde yerini bulması, tutunabilmesi, başarılı olabilmesi için doğru ülkeyi, doğru faaliyeti, doğru ortağı seçmesi gerekmektedir. Aynı zamanda ülkelerin farklı kültürel yapıları, farklı davranış şekilleri, ekonomisi, demografik özellikleri, hukuki ve ticari yapılarına yönelik doğru verilerin elde edilerek, en iyi şekilde analiz yapıp, karar alınması gerekmektedir. Bu doğru verilerin elde edilmesi de ancak faaliyet gösterilmesi düşünülen ülkeler hakkında yeterli bilgiye sahip olan bir değişim ve aracı kişi ya da kurumlar tarafından yerine getirilmektedir. Uluslararası düzeyde faaliyet gösteren, farklı ülkeler hakkında bilgiye sahip olan ya da verileri elde etme gücünde bulunan Sivil toplum kuruluşları da, işletmelerin yanında oldukları takdirde, işletmelerin uluslararasılaşma süresinde başarısızlık riskini en aza indirebilmektedir.

4.2. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI

Araştırmanın uygulaması, Türkiye’de uluslararası faaliyet gösteren Ege ve Batı Akdeniz Sanayicileri ve İşadamları Federasyonu “ESİDEF”in çalışma alanı üzerinde yürütülmüştür. ESİDEF’e üye olup yurtdışı faaliyetlerde bulunan işletmeler, uygulamanın kapsamını oluşturmaktadır.

ESİDEF, 8 ilde 9 üye dernek ile 2004 yılında kurulmuştur. Bölgesel anlamda toplam 6 federasyona daha üst çatı kuruluşu olan Türkiye İşadamları ve Sanayiciler Konfederasyonu (TUSKON) üyesidir. Toplam 12 şehir ve 27 ilçede hizmet veren işadamları derneklerini çatısı altında toplayan bir federasyon olarak hizmet vermektedir (www.esidef.org, 2014). ESİDEF’in tercih edilmesinin sebebi, farklı ülkelerden işletmeleri buluşturma, ortaklıklar oluşturma, farklı ülkeler hakkında zemin veri elde etmesi konusunda Türkiye’de önde gelen konfederasyona bağlı olması ve araştırmanın başlatıldığı Kütahya ilinin de dâhil olduğu bir federasyon olmasıdır.

4.3. ARAŞTIRMANIN KISITLARI

Ülkemizde, uluslararası boyutta faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşu sayısı azdır. Ülkemizde ve dünya literatüründe bu konuda yapılan çalışmaların ve konuyla ilgili sayısal verilerin azlığı, araştırmamızın en önemli kısıtını oluşturmaktadır.

Alan olarak sınırlama, Türkiye’de ESİDEF üyesi olan ve yurtdışı faaliyetlerinde bulunan işletmeler kapsamında ele alınmıştır. Zaman ve maliyet kısıtı sebebiyle veri elde edilen iller birbirine yakın olması tercih edilmiştir.

Ayrıca işletme sahibi ve yöneticilerinin anket sorularına verdikleri cevapların net olmayışı, araştırmanın sağlıklı olması konusunda bir sınır oluştururken, birçok işletmenin, anketi doldurmak istememesi ya da zaman ayırmaması da araştırmanın bir başka kısıtını oluşturmaktadır. Çalışmada kullanılan ölçeğin, araştırmacı tarafından oluşturulması, henüz başka çalışmalarla test edilememesi, çalışmanın bir diğer kısıtını oluşturmaktadır.

Welch ve Luostarinen (1988:156), bir işletmenin uluslararasılaşması için ihracat faaliyetlerinin yanında ithalât faaliyetlerinin de düşünülmesi gerektiğini, Grosse ve Fonseca (2012:366), ithalâtın, işletmenin uluslararasılaşma faaliyetlerine başlamada

önemli bir adım olduğunu, Forsman vd. (2002:4) ithalâtın, dışa doğru faaliyetlerin başlamasına cesaret verebileceğini ifade etmesine rağmen, çalışma, teori ve uygulama itibariyle uluslararası faaliyet kapsamında değerlendirilen ve dış ticaretin önemli bir boyutunu oluşturan ithalât konusunu kapsamamaktadır. Çünkü ithalât yapısı ve özellikleri itibariyle çok kapsamlı ve ayrı bir çalışma konusu olabilir.

4.4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın yöntemi; örnek büyüklüğünün tespit edilmesi, anket formlarının hazırlanması, gönderilmesi ve toplanması, cevaplanan anket formundaki verilerin kodlanması ve düzenlenmesi, hipotezlerin test edilmesi aşamalarını içermektedir.

4.4.1. Örneklem Büyüklüğünün Tespit Edilmesi

İşletmelerin uluslararasılaşmasında bir değişim aktörü olarak sivil toplum kuruluşlarının rolünü belirlemeye yönelik uygulama, anket yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın örneklemini, Türkiye’de ESİDEF’e üye olan ve yurtdışı faaliyet gösteren işletmeler arasından seçilmiştir.

Araştırmada, ilk aşamada ESİDEF kapsamında bulunan illere göre araştırma yapılmıştır. İkinci aşamada bu illerden işletme listeleri oluşturularak kolayda örnekleme ile belirlenen belli sayıdaki işletme, araştırmanın örneklemini oluşturmuştur.

4.4.2. Anket Formunun Hazırlanması, Gönderilmesi ve Toplanması

Araştırma için gerekli olan birincil veriler anket yardımı ile toplanmıştır. Anket formu üç ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde işletme ile ilgili tanıtıcı bilgiler ve işletmelerin STK aracılığı ile yurtdışı faaliyetlerde bulunma nedenleri, ikinci bölümde işletmelerin uluslararasılaşmasında bir değişim aktörü olarak sivil toplum kuruluşlarının rollerine ilişkin ifadeler, son bölümde ise sivil toplum kuruluşu faaliyetlerinden faydalanarak yurtdışı faaliyetlerde bulunan işletmelerin elde ettikleri başarılarla yönelik ifadeler yer almaktadır.

İşletmeler ile ilgili tanıtıcı bilgiler, genel sorulardan oluşmaktadır. Bu bölümdeki sorular ile işletmenin kaç yıldır faaliyette olduğu, kuruluşundan itibaren kaç yıl sonra uluslararası faaliyete başladığı, uluslararası faaliyette bulunduğu ülke sayısı, faaliyette bulunduğu ülke grupları, toplam çalışan sayısı, yurtdışı faaliyetlerde çalışan sayısı, toplam satışlar içindeki ihracat yüzdesi, faaliyette bulunduğu sektör, sivil toplum kuruluşu aracılığı ile yurtdışı faaliyetlerde bulunma nedenleri ve sivil toplum kuruluşuna üyeliğinin aktif olup olmadığı ile ilgili bilgilerin elde edilmesi amaçlanmıştır.

İkinci bölümde, teorik çalışmalar ve daha önce yapılmış bazı ampirik araştırmalardan yararlanılarak (Bennett ve Robson (2001), Peltier ve Naidu (2012), Olejnik ve Swoboda (2012), Acedo vd. (2007), Sandberg (2014)), işletmelerin uluslararasılaşmasında bir değişim aktörü olarak sivil toplum kuruluşlarının rollerini belirlemeye yönelik sorular oluşturulmuştur. Bu sorulardan 1., 6., 7., 8., 28., 29., 31., 32. ve 33. sorular Sandberg (2014), 2., 3., 4., 5., 13., 14., 15., 16., 18., 19., 20., 21. ve 30. sorular Bennett ve Robson (2001), 9., 10., 11. ve 12. sorular Peltier ve Naidu (2012); Olejnik ve Swoboda (2012), 17., 22., 23., 24., 25., 26., 27., Acedo vd. (2007) kaynaklarından uyarlanmıştır. Bu sorular 5'li likert ölçeğinin esas alındığı 33 ifadeden oluşmaktadır (1=Yapamadığı ve geliştiremeyeceği bir özelliktir, 2=Yapamadığı, ancak geliştirebileceği bir özelliktir, 3=Yapabildiği, ancak geliştirmesi gereken özelliktir, 4=Bu konuda iyidir, 5=En güçlü özelliklerinden biridir). Ölçeğin güvenirlik katsayısı Cronbach $\alpha=0,987$ olarak bulunmuştur.

Üçüncü bölümde ise Sandberg (2014), Ziggers ve Tjemkes (2010) tarafından yapılan bir çalışmada kullanılan anket soruları, çalışmaya uyarlanmıştır. Bu sorular da 5'li likert ölçeğinin esas alındığı 18 ifadeden oluşmaktadır (1=Kesinlikle katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum). Ölçeğin güvenirlik katsayısı Cronbach $\alpha=0,989$ olarak bulunmuştur.

Anket gönderilecek işletmelerin adresleri ESİDEF tarafından 2012 yılında düzenlenen üye kataloğundan ve üyelerin bağlı bulunduğu il ve ilçe derneklerine ait web sayfalarından temin edilmiştir. Anketler araştırmacı tarafından yüzyüze görüşme yoluyla yapılmıştır. ESİDEF yetkilileri ile yapılan görüşmede, 2012 yılında düzenlenen üye kataloğunda bulunan işletmelerden hangilerinin yurtdışı faaliyetleri olup olmadığı

ayrı olarak belirtilmediği için bu ayırma işlemi, işletmelerin kendilerine ait web sayfaları ve web sayfalarına bağlı olarak e-mail adresleri olması halinde yurtdışı faaliyetleri olduğu anlaşılmıştır. Bu doğrultuda katalogta bulunan işletmelerin kendilerine ait web sayfaları olması, web sayfalarına bağlı olarak e-mail adreslerinin olması ve bunun yanında işletme bilgilerinde ihracat yaptıklarına dair ifadelerin tespit edilmesine bağlı olarak anket gönderilecek işletmelerin listeleri oluşturulmuştur. Bu listelerdeki adresler ve işletme isimlerinin, ESİDEF'e bağlı il ve ilçe derneklerinin internet adreslerinde bulunan üye bilgileri ile kontrolü sağlanmıştır. Bu şekilde ESİDEF'e üye olup yurtdışı faaliyetleri bulunan yaklaşık 756 işletme olduğu tespit edilmiştir.

Verilerin sağlıklı bir şekilde toplanması, veri toplarken yapılan görüşmeler ile işletmelerden farklı bilgiler alınmaya çalışılması için yapılan yüzyüze görüşme yoluyla değerlendirilebilir olarak işletmelerde üst düzey yöneticilere yöneltilen sorular ile toplam 298 anket toplanmıştır.

4.4.3. Araştırmanın Hipotezleri

Bu araştırmada, işletmelerin uluslararası faaliyetlerine başlaması ya da faaliyetlerini geliştirmesi konusunda sivil toplum kuruluşları büyük önem kazanmaktadır. Bu nedenle, büyümek için ulusal sınırların dışına çıkması gerektiğinin ve pazarın küreselleştiğinin farkında olan küçük ve orta ölçekli işletmelerin uluslararasılaşmasında bir değişim aktörü olarak önemli bir yerde bulunan sivil toplum kuruluşlarının kâr amacı düşüncesinde olmadan, uluslararası ticareti geliştirme çabasında üstlendikleri roller olarak, bilgi elde etme, eğitim ve danışmanlık, iletişim ve güven temelli güçlü ilişkiler oluşturma ve yenilikçilik rolü araştırılmıştır. Bu araştırmaya göre, “İşletmelerin yurtdışına açılmasında ya da yurtdışı faaliyetlerini geliştirmesinde sivil toplum kuruluşu olarak bağlı bulunulan federasyonun bir rolü var mıdır?”, “Hangi roller ne derece etkilidir”, “bu rollerden faydalanmak için sadece resmi olarak üye olmak yeterli mi, yoksa aktif olarak federasyonun faaliyetlerinde yer alması gerekir mi? soruları önem kazanmaktadır. Bu noktada geliştirilen H_{01} , H_{02} , H_{03} , H_{04} ve H_{05} hipotezleri aşağıda sıralanmıştır:

H₀₁. STK aracılığı ile uluslararası faaliyetlerde bulunma nedenlerini tercih etmeye göre, sektör grupları arasında farklılık yoktur.

H₁₁. STK aracılığı ile uluslararası faaliyetlerde bulunma nedenlerini tercih etmeye göre, sektör grupları arasında farklılık vardır.

H₀₂. İşletmelerin faaliyette bulunduğu yıllara göre, işletmelerin STK aracılığı ile uluslararası faaliyetlerde bulunma nedenleri farklılık göstermez.

H₁₂. İşletmelerin faaliyette bulunduğu yıllara göre, işletmelerin STK aracılığı ile uluslararası faaliyetlerde bulunma nedenleri farklılık gösterir.

H₀₃. Bağlı olunan ticari birlik tarafından yapılan faaliyetlere katılan veya katılmayan işletmelerin STK aracılığı ile uluslararası faaliyetlerde bulunma nedenleri farklılık göstermez.

H₁₃. Bağlı olunan ticari birlik tarafından yapılan faaliyetlere katılan veya katılmayan işletmelerin STK aracılığı ile uluslararası faaliyetlerde bulunma nedenleri farklılık gösterir.

Ticari birliğe üye olup, ticari birliğin bağlı olduğu federasyon ve konfederasyonun faaliyetlerine katılan ve katılmayan işletmelerin, ticari birlik ve bağlı olduğu federasyon ve konfederasyonun rollerine bağlı olarak uluslararası faaliyetlerde başarı gösterme durumu, aşağıdaki iki ayrı hipotez olarak ele alınmaktadır. STK rollerinin uluslararasılaşma başarısına etkisi çerçevesinde ele alınan hipotezlerden birincisi, ticari birliğe üye olup faaliyetlere katılan işletmeler üzerine kurulmuştur. İkincisi ise, ticari birliğe üye olup faaliyetlere katılmayan işletmeler ile ilgilidir.

H₀₄. STK rolleri, ticari birliğe üye olup faaliyetlere katılan işletmelerin uluslararasılaşmada başarıya ulaşmasında etkili değildir.

H₁₄. STK rolleri, ticari birliğe üye olup faaliyetlere katılan işletmelerin uluslararasılaşmada başarıya ulaşmasında etkilidir.

H₀₅. STK rolleri, ticari birliğe üye olup faaliyetlere katılmayan işletmelerin uluslararasılaşmada başarıya ulaşmasında etkili değildir.

H₁₅. STK rolleri, ticari birliğe üye olup faaliyetlere katılmayan işletmelerin uluslararasılaşmada başarıya ulaşmasında etkilidir.

4.5. VERİLERİN ANALİZİ VE ARAŞTIRMA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Araştırma sonucunda elde edilen verilerin analizlerinde SPSS 15.0 istatistik programından yararlanılmıştır. Bu istatistik programından yararlanılarak, cevapların yüzde olarak dağılımı, frekansları belirlenmiş ve sonuçlar tablolar halinde gösterilmiştir.

İşletmelerin STK aracılığı ile uluslararası faaliyetlerde bulunma durumları ile işletme verileri arasında farklılık olup olmadığını belirlemek amacı ile T testi ve tek yönlü varyans analizleri yapılmıştır. STK'ların bir değişim aktörü olarak işletmelerin uluslararasılaşması üzerindeki rollerini belirlemek üzere açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Üye işletmelerin STK faaliyetlerine katılma ve katılmama durumuna göre STK rollerinden etkilenecek uluslararasılaşma başarısı göstermesi durumunu incelemek üzere çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Araştırmaya 298 işletme katılmıştır. Araştırma sonuçları aşağıda, tablolar halinde sunulmuş ve değerlendirilmiştir. Değerlendirmelerin sonunda hipotezlere ait test sonuçlarına yer verilmiştir.

4.5.1. Araştırmaya Katılan İşletmeler ile İlgili Tanıtıcı Bilgiler

Araştırmaya katılan işletmelere ilişkin özellikler, Tablo 4.1'de gösterilmektedir. Tablo 4.1'de işletmenin faaliyet yılı, kuruluşundan itibaren kaç yıl sonra uluslararası faaliyete başladığı, uluslararası faaliyette bulunduğu ülke sayısı, ülke grupları, çalışan sayısı, toplam satışlar içindeki ihracatın yüzdesi ve faaliyette bulundukları sektör bilgileri görülmektedir.

Tablo 4.1: Araştırmaya Katılan İşletmelerin Özellikleri

Özellikler	n	%
Faaliyet yılı		
0-9	59	19,8
10-19	104	34,9
20+	135	45,3
Toplam	298	100
Kuruluşundan itibaren yurtdışı faaliyete başlama yılı		
0-5	113	37,9
6-10	106	35,6
11-15	52	17,4
16-20	19	6,4
21+	7	2,3
Cevap vermeyenler	1	0,3
Toplam	298	100
Faaliyette bulunduğu ülke sayısı		
1	34	11,4
2	80	26,8
3	57	19,1
4	35	11,7
5+	91	30,5
Cevap vermeyenler	1	0,3
Toplam	298	100
Faaliyette bulunduğu ülke grubu		
Avrupa	94	31,5
Amerika	21	7,0
Orta Doğu	127	42,6
Afrika	8	2,7
Uzak Doğu	39	13,1
Diğer	8	2,7
Cevap vermeyenler	1	0,3
Toplam	298	100
Çalışan sayısı		
1-9	3	1,0
10-49	82	27,5
50-249	181	60,7
Cevap vermeyenler	31	10,4
Toplam	298	100
Toplam satışlar içindeki ihracatın yüzdesi		
%10dan az	45	15,1
%10-%25	105	35,2
%26-%40	83	27,9
%41-%75	60	20,1
%76-%95	5	1,7
Toplam	298	100,0
Faaliyette bulunduğu sektör		
Gıda	24	8,1
Mobilya	23	7,7
Giyim ve tekstil	48	16,1
İnşaat	81	27,2
Enerji ürünleri	6	2,0
Tarım ve hayvancılık	17	5,7
Plastik ambalaj ve petrol ürünleri	28	9,4
Diğer	71	23,8
Toplam	298	100,0

Araştırmaya katılan işletmelerin %19,8'i 0-9 yıl, %34,9'u 10-19 yıl, %45,3'ü ise 20 yıl ve üzeri faaliyette bulundukları yıllardır. Ancak bu işletmelerin kuruluşundan itibaren yurtdışı faaliyetlerine başlama yılının, %37,9'u 0-5 yıllarında, %35,9'u 6-10 yıllarında, %17,4'ü 11-15 yıllarında, %6,4'ü 16-20 yıllarında ve %2,3'ü ise 21 yıl ve fazlası zamandan sonra yurtdışı faaliyetlere başladıklarını ifade etmiştir.

İşletmelerin %11,4'ü sadece 1 ülke ile, %26,8'i 2 ülke ile, %19,1'i 3 ülke ile, %11,7'si 4 ülke ile faaliyette bulunurken, %30,5 olarak 5 ve 5ten daha fazla ülkede faaliyette bulunmaktadır. Faaliyette bulundukları ülke gruplarına bakıldığında işletmelerin %42,6'sı olarak en büyük oranı Orta Doğu ülkeleri ile, %31,5'i Avrupa ülkeleri ile, %13,1'i Uzak Doğu ülkeleri ile, %7'si Amerika ile, %2,7'si ise Afrika ülkeleri ile çalışmaktadır.

Çalışanların sayısı olarak oranlara bakıldığında, %60,7 ile 50-249 arasında çalışana sahip olan işletmelerin sayısı diğerlerine göre fazladır. Bunun dışında işletmelerin %27,5 ile 10-49 arası, %1 ile 1-9 arası çalışana sahip oldukları görülmektedir.

İşletmelerin toplam satışları içindeki ihracatın yüzdesine bakıldığında, işletmelerin %35,2'si, %10-%25 arası ihracat yüzdesine sahip olduklarını, %27,9'u, %26-%40 arası ihracat yüzdesine, %20,1'i, %41-%75 arası ihracat yüzdesine, %15,1'i ise %10dan az ihracat yüzdesine sahip olduklarını belirtirken, en düşük oranla %1,7'si toplam satışlar içindeki ihracat yüzdesinin hemen hemen tüm satışlarına yakın olduklarını yani %76-%95 arası olduğunu ifade etmiştir.

İşletmelerin faaliyette bulundukları sektöre yönelik yapılan araştırmada, işletmelerin %8,1'i gıda, %7,7'si mobilya, %16,1'i giyim ve tekstil, %27,2'si inşaat, %2'si enerji ürünleri, %5,7'si tarım ve hayvancılık, %9,4'ü plastik ambalaj ve petrol ürünlerinde faaliyet göstermektedir.

4.5.2. Araştırmaya Katılan İşletmelerin STK Aracılığı ile Uluslararası Faaliyetlerde Bulunma Nedenleri

İşletmelerin, bağlı bulundukları STK aracılığı ile uluslararası faaliyetlere başlama ya da uluslararası faaliyetlerini devam ettirme nedenleri olarak Tablo 4.2'de

nedenlerin frekansları ve yüzdeleri yardımıyla en çok hangi nedenlerden dolayı STK aracılığı ile yurtdışı faaliyetlerde bulundukları açıklanmaktadır.

Tablo 4.2: İşletmelerin STK Aracılığıyla Uluslararası Faaliyetlerde Bulunma Nedenleri

Nedenler	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Zarar etme riski	4	1,3	90	30,2	108	36,2	95	31,9	1	0,3
Deneyimsizlik	4	1,3	96	32,2	88	29,5	106	35,6	4	1,3
Kalifiye ihracat elemanı istihdam edememe	28	9,4	125	41,9	92	30,9	51	17,1	2	0,7
Küçük şirket olmanın zorlukları	8	2,7	107	35,9	84	28,2	97	32,6	1	0,3
Dış pazarlar için uygun planlama yapmamak	4	1,3	83	27,9	53	17,8	151	50,7	7	2,3
Kültürel farklılıklar	46	15,4	86	28,9	73	24,5	89	29,9	4	1,3
Ticari anlaşmalardaki olumsuzluklar	4	1,3	85	28,5	38	12,8	147	49,3	24	8,1
İhracatın riskli olması	3	1,0	87	29,2	71	23,8	127	42,6	9	3,0
Yurtdışından müşteri bulamama	23	7,7	97	32,6	97	32,6	79	26,5	2	0,7
Yabancı dil sorunu	38	12,8	147	49,3	91	30,5	22	7,4	-	-
Yurtdışı faaliyetlerin prosedürlerinin karışıklığı	5	1,7	78	26,2	50	16,8	132	44,3	33	11,1
Yurtdışı pazarlar için yeterli tanıtım yapamamak	1	0,3	68	22,8	57	19,1	164	55,0	8	2,7
Markalaşamama	4	1,3	90	30,2	75	25,2	123	41,3	6	2,0

Tablo 4.2’deki veriler, işletmelerin STK aracılığı ile uluslararası faaliyetlerde bulunma nedenlerinden en fazla tercih edilenleri sırasıyla, %31,9 ile “zarar etme riski”, %35,6 ile “deneyimsizlik” , %50,7 ile “dış pazarlar için uygun planlama yapamamak”, %29,9 ile “kültürel farklılıklar”, %49,3 ile “ticari anlaşmalardaki olumsuzluklar”, %42,6 ile “ihracatın riskli olması, %44,3 ile “yurtdışı faaliyetlerin prosedürlerinin karışıklığı”, %55 ile “yurtdışı pazarlar için yeterli tanıtım yapamamak” ve %41,3 ile “markalaşamama” nedenleridir.

İşletmelerin STK aracılığı ile yurtdışı faaliyetlerde bulunma nedenlerinin Tablo 4.2’de ayrıntılı olarak frekans ve yüzde dağılımları verilmesinin ardından, söz konusu nedenler ile işletmelerin tanıtıcı bilgileri arasında farkın olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır.

4.5.3. STK Aracılığı ile Uluslararası Faaliyetlerde Bulunma Nedenlerini Tercih Etmeye Göre Sektör Grupları Arasındaki Fark

STK aracılığı ile uluslararası faaliyetlerde bulunma nedenlerini tercih etmeye göre sektör grupları arasında farklar üzerine durulmuştur. Bu konuda geliştirilen hipotez ve hipotezin sonuçları aşağıdaki gibidir:

H_{01} . STK aracılığı ile uluslararası faaliyetlerde bulunma nedenlerini tercih etmeye göre, sektör grupları arasında farklılık yoktur.

H_{11} . STK aracılığı ile uluslararası faaliyetlerde bulunma nedenlerini tercih etmeye göre, sektör grupları arasında farklılık vardır.

STK aracılığı ile uluslararası faaliyetlerde bulunma nedenlerini tercih etmeye göre sektör grupları arasındaki farklılıkla ilgili hipotezin test edilmesi için tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Analiz için Tablo 4.2’de ayrıntıları verilen 13 nedenin ortalaması alınmış ve sektör bilgileri ile analizi yapılmıştır. Buna göre hipotezin sonuçları Tablo 4.3’de görülmektedir.

Tablo 4.3. incelendiğinde, STK aracılığı ile uluslararası faaliyetlerde bulunma nedenlerini tercih etmeye göre, sektör grupları arasında farklılık olmadığı görülmektedir. Buna göre $p > 0,05$ olmasından dolayı, H_{01} kabul edilmektedir.

Tablo 4.3: STK Aracılığı İle Uluslararası Faaliyetlerde Bulunma Nedenlerini Tercih Etmeye Göre, Sektör Grupları Arasında Farklılık İçin Tek Yönlü Varyans Analizi

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	p
Gruplar arasında	2,974	7	0,425	0,741	0,638
Gruplar içinde	166,352	290	0,574		
Toplam	169,325	297			

$p > 0,05$

4.5.4. İşletmelerin Faaliyette Bulundukları Yıllara Göre İşletmelerin STK Aracılığı ile Uluslararası Faaliyetlerde Bulunma Nedenleri Farkı

İşletmelerin faaliyette bulundukları sektörlerin dışında, işletmelerin STK aracılığı ile uluslararası faaliyetlerde bulunma nedenlerini tercih etmesinde, faaliyette bulundukları yıllara göre bir farklılık olup olmadığı da araştırılan farklı bir konudur. Bu konuda geliştirilen hipotez ve hipotezin sonuçları aşağıdaki gibidir:

H_{02} . İşletmelerin faaliyette bulunduğu yıllara göre, işletmelerin STK aracılığı ile uluslararası faaliyetlerde bulunma nedenleri farklılık göstermez.

H_{12} . İşletmelerin faaliyette bulunduğu yıllara göre, işletmelerin STK aracılığı ile uluslararası faaliyetlerde bulunma nedenleri farklılık gösterir.

İşletmelerin faaliyette bulunduğu yıllar itibarıyla STK aracılığı ile uluslararası faaliyetlerde bulunma nedenlerini tercih etmeleri arasındaki farklılıkla ilgili hipotezin test edilmesi için tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Analiz için Tablo 4.2’de ayrıntıları verilen 13 nedenin alınan ortalaması ve faaliyette bulundukları yıl bilgileri kullanılmıştır. Buna göre hipotezin sonuçları Tablo 4.4’de görülmektedir.

Tablo 4.4: STK Aracılığı ile Uluslararası Faaliyetlerde Bulunma İçin Tercih Edilen Nedenlerin Ortalamalarına Göre İşletmelerin Faaliyette Bulundukları Yıllar Arasındaki Farklılık İçin Tek Yönlü Varyans Analizi

STK Aracılığı ile Uluslararası Faaliyetlerde Bulunma Nedenleri	F	p	Yıllara Göre Gruplar	n	$\bar{X}$
Nedenler Ortalaması	3,461	0,033*	0-9	59	2,7797
			10-19	104	3,0133
			20+	135	3,0860
			Toplam	298	3,0000

* $p < 0,05$

İşletmelerin, STK aracılığı ile uluslararası faaliyetlerde bulunma nedenlerinin ortalaması dikkate alındığında, $p < 0,05$ olduğu için H_{02} reddedilmektedir. Nedenler ayrı

ayrı ele alınarak analiz yapılmış ve grupların hangi nedenlerde farklılık gösterdiği Tablo 4.5’de incelenmiştir.

Tablo 4.5: İşletmelerin Faaliyette Bulundukları Yıllara Göre STK Aracılığı ile Uluslararası Faaliyetlerde Bulunma Nedenlerini Tercih Etmeleri Arasındaki Farklılık İçin Tek Yönlü Varyans Analizi

STK Aracılığı ile Uluslararası Faaliyetlerde Bulunma Nedenleri	F	p	Yıllara Göre Gruplar	n	$\bar{X}$
Dış pazarlar için uygun planlama yapmamak	4,947	0,008*	0-9	59	2,93
			10-19	104	3,25
			20+	135	3,39
			Toplam	298	3,25
Ticari anlaşmalardaki olumsuzluklar	5,512	0,004*	0-9	59	2,98
			10-19	104	3,34
			20+	135	3,50
			Toplam	298	3,34
İhracatın riskli olması	4,546	0,011*	0-9	58	2,88
			10-19	104	3,16
			20+	135	3,31
			Toplam	297	3,18
Yurtdışı faaliyetlerin prosedürlerinin karışıklığı	3,971	0,020*	0-9	59	3,05
			10-19	104	3,38
			20+	135	3,50
			Toplam	298	3,37
Yurtdışı pazarlar için yeterli tanıtım yapamamak	5,571	0,004*	0-9	59	3,08
			10-19	104	3,33
			20+	135	3,53
			Toplam	298	3,37
Markalaşamama	4,459	0,012*	0-9	59	2,83
			10-19	104	3,13
			20+	135	3,25
			Toplam	298	3,12

*p<0,05

Tablo 4.5. incelendiğinde “dış pazarlar için uygun planlama yapmamak”, “ticari anlaşmalardaki olumsuzluklar”, “ihracatın riskli olması”, “yurtdışı faaliyetlerin prosedürlerinin karışıklığı”, “yurtdışı pazarlar için yeterli tanıtım yapamamak” ve “markalaşamama” nedenlerine göre, işletmelerin faaliyet yıllarından oluşan gruplar arasında farklılık olduğu görülmektedir.

Faaliyet yılı grupları arasında hangi gruplar arasında farklılık olduğu belirlenmek üzere Tablo 4.5’deki veriler açısından değerlendirildiğinde, (0-9) yıl arası

faaliyette bulunan işletmeler ile (20+) yıl faaliyette bulunan işletmelerin “dış pazarlar için uygun planlama yapamamak” nedenine yaklaşımları arasında fark bulunmuştur. Buna göre, (20+) grubunun (0-9) grubuna göre “dış pazarlar için uygun planlama yapamamak” nedenine yaklaşımlarının daha fazla olduğu tespit edilmiştir (3,39>2,93).

Faaliyet yılı gruplarından (0-9) yıl arası faaliyette bulunan işletmeler ile (20+) yıl faaliyette bulunan işletmelerin “ticari anlaşmalardaki olumsuzluklar” nedenine yaklaşımları arasında fark bulunmuştur. Buna göre, (20+) grubunun (0-9) grubuna göre “ticari anlaşmalardaki olumsuzluklar” nedenine yaklaşımlarının daha fazla olduğu tespit edilmiştir (3,50>2,98).

Faaliyet yılı gruplarından (0-9) yıl arası faaliyette bulunan işletmeler ile (20+) yıl faaliyette bulunan işletmelerin “ihracatın riskli olması” nedenine yaklaşımları arasında bulunan fark ise, (20+) grubunun (0-9) grubuna göre “ihracatın riskli olması” nedenine yaklaşımlarının daha fazla olmasından kaynaklanmaktadır (3,31>2,88).

Faaliyet yılı gruplarından (0-9) yıl arası faaliyette bulunan işletmeler ile (20+) yıl faaliyette bulunan işletmelerin “yurtdışı faaliyetlerin prosedürlerinin karışıklığı” nedenine yaklaşımları arasında fark ise, (20+) grubunun (0-9) grubuna göre “yurtdışı faaliyetlerin prosedürlerinin karışıklığı” nedenine yaklaşımlarının daha fazla olmasından kaynaklanmaktadır (3,50>3,05).

Faaliyet yılı gruplarından (0-9) yıl arası faaliyette bulunan işletmeler ile (20+) yıl faaliyette bulunan işletmelerin “yurtdışı pazarlar için yeterli tanıtım yapamamak” nedenine yaklaşımları arasında fark bulunmuştur. Tablo 4.5’de bulunan verilere bakıldığında, (20+) grubunun (0-9) grubuna göre “yurtdışı pazarlar için yeterli tanıtım yapamamak” nedenine yaklaşımlarının daha fazla olduğu tespit edilmiştir (3,53>3,08).

Faaliyet yılı gruplarından (0-9) yıl arası faaliyette bulunan işletmeler ile (20+) yıl faaliyette bulunan işletmelerin “markalaşamama” nedenine yaklaşımları arasında bulunan fark ise, (20+) grubunun (0-9) grubuna göre “markalaşamama” nedenine yaklaşımlarının daha fazla olduğundan kaynaklanmaktadır (3,25>2,83).

4.5.5. STK Aracılığı ile Uluslararası Faaliyetlerde Bulunma Nedenlerine Göre STK Faaliyetlerine Katılan/Katılmayan İşletmeler Arasındaki Fark

Sivil toplum kuruluşlarına üye olan işletmelerden hepsi sivil toplum kuruluşu faaliyetlerine katılmadığı, gerek yazında gerekse veri toplamak için yapılan görüşmelerde gözlemlenmiş ve tespit edilmiştir. Bu durumdan yola çıkarak araştırmaya katılan işletmeler, iki grup olarak ele alınmıştır. Bu gruplardan birincisi, sivil toplum kuruluşuna üye olan ancak işletme hayatı için önemli görülmediğinden dolayı, sivil toplum kuruluşu faaliyetlerine katılmayan işletmelerdir. Diğer grup ise, işletme hayatı için sivil toplum kuruluşunun önemini kavrayarak sivil toplum kuruluşlarının yaptığı faaliyetlere katılım sağlayan işletmelerdir. Bu iki grup arasında, uluslararası faaliyetlere katılma nedenlerini tercih etmeye göre, farklılık olacağı düşünülmektedir. Bu durumun incelenmesi amacıyla geliştirilen hipotez ve hipotezin sonuçları aşağıdaki gibidir:

H₀₃. Bağlı olunan ticari birlik tarafından yapılan faaliyetlere katılan veya katılmayan işletmelerin STK aracılığı ile uluslararası faaliyetlerde bulunma nedenleri farklılık göstermez.

H₁₃. Bağlı olunan ticari birlik tarafından yapılan faaliyetlere katılan veya katılmayan işletmelerin STK aracılığı ile uluslararası faaliyetlerde bulunma nedenleri farklılık gösterir.

İşletmelerin sivil toplum kuruluşuna üye olup, faaliyetlere katılma ve faaliyetlere katılmama durumuna göre STK aracılığı ile uluslararası faaliyetlerde bulunma nedenleri arasındaki farklılıkla ilgili hipotezin test edilmesi için Bağımsız T Testi kullanılmıştır. Bu analizde, sivil toplum kuruluşları tarafından düzenlenen faaliyetler olarak “yurt içi fuarlara katılma”, “yurtdışı fuarlara katılma”, “işletmelerin sektörel faaliyetleri ile ilgili seminer, toplantı, gezi vb. faaliyetlere katılma”, “federasyonun yaptığı faaliyetleri internetten takip etme”, “federasyonun yaptığı faaliyetleri basımdan takip etme”, “federasyonun yaptığı faaliyetleri yerinde takip etme” ve “il temsilciliğinin yaptığı faaliyetleri takip etme”den oluşan yedi faaliyetin ortalaması alınmıştır. Tablo 4.2’de ayrıntıları verilen 13 nedenin alınan ortalamaları ile birlikte, faaliyetlere katılan ve katılmayan olarak oluşturulan iki gruba göre analiz yapılmıştır. Buna göre hipotezin sonuçları aşağıda görülmektedir.

Tablo 4.6: STK Aracılığı ile Uluslararası Faaliyetlerde Bulunma Nedenlerine Göre STK Faaliyetlerine Katılan/Katılmayan İşletmeler Arasındaki Farklılık ile İlgili T Testi

	Varyansların Eşitliği için Levene Testi		Ortalamanın Eşitliği için T-Testi			STK Faaliyetlerine Katılan İşletmeler		STK Faaliyetlerine Katılmayan İşletmeler	
	F	p	t	df	p	n	$\bar{X}$	n	$\bar{X}$
Nedenlerin Ortalaması	1,226	0,269	7,175	296	0,000	158	3,2731	140	2,6918

Sig. (2-tailed) $p < 0,05$

Tablo 4.6’da ortalamaları alınan nedenlere göre gruplar arasında farklılık olduğu görülmektedir. Analiz sonucuna göre $p < 0,05$ olduğu için H_{03} reddedilmektedir. Aynı tabloda, grup ortalamalarına bakıldığında bu farklılığın, faaliyetlere katılanların katılmayanlara, yani sivil toplum kuruluşlarının faaliyetlerinden faydalanmayanlara göre ortalamanın daha yüksek olmasından kaynaklandığı anlaşılmaktadır ($3,2731 > 2,6918$). İşletmelerin, STK aracılığı ile uluslararası faaliyetlerde bulunma nedenleri arasında bulunan “kültürel farklılıklar” nedenine göre $p > 0,05$ olduğu için, gruplar arasında bir farklılık olmadığı da anlaşılmaktadır.

4.5.6. Sivil Toplum Kuruluşlarının, İşletmelerin Uluslararasılaşması Üzerine Rollerine İlişkin Araştırma Bulguları

İşletmelerin uluslararasılaşmasında sivil toplum kuruluşlarının rollerine ilişkin faktörleri belirlemek amacıyla 5’li likert ölçeğinin esas alındığı 35 ifadeden oluşan bir ölçek hazırlanmıştır. Ölçeğin oluşturulmasında ilk adım olarak ön görüşmeler yapılmıştır. Bu görüşmelerde işletmelerin uluslararasılaşması üzerine sivil toplum kuruluşlarının rolleri sorgulanmıştır. Daha sonra yazında işletmelerin uluslararasılaşması, değişim araçları ve ticari birliklerin rolleri konusundaki çalışmalardan (Bennett ve Robson (2001), Peltier ve Naidu (2012), Olejnik ve Swoboda (2012), Acedo vd. (2007), Sandberg (2014)) faydalanılarak bir madde havuzu oluşturulmuştur. Elde edilen maddeler ayrıntılı olarak incelerken benzer özellik taşıyan ifadeler bir araya getirilmiş, tekrarlanan ve ilgisiz olan ifadeler kapsam dışı bırakılmıştır. Yapılan değerlendirme sonucunda 35 ifadeye ulaşılmıştır. 35 ifadeden

oluşan anket formu, 52 işletme yöneticisine gönderilerek pilot çalışma yapılmıştır. Bu çalışmanın sonucunda, 33 ifadeden oluşan ölçek oluşturulmuştur.

İşletmelerin uluslararasılaşmasında sivil toplum kuruluşlarının rolleri ile ilgili faktörleri belirlemeye yönelik geliştirilen 33 ifadeyi belli boyutlar altında toplamak (faktörleri azaltmak) için açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Araştırmada kullanılan verilerin faktör analizi açısından uygun olabilmesi için Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) katsayısının 0,60 ve üstünde olması arzulanmaktadır. Bu çalışmada verilerin faktör analizi açısından uygunluğu için yapılan KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) testi 0,978 bulunmuştur. Sonuçlar Tablo 4.7’de gösterilmektedir.

Veriler üzerinde temel bileşenler yöntemi ve varimax dönüştürmesine göre açıklayıcı faktör analizi yapılarak “işletmelerin uluslararasılaşmasında sivil toplum kuruluşlarının rolleri”ne ilişkin boyutlar belirlenmeye çalışılmıştır. Rotasyona tabi tutulan ifadelerin faktör yükleri 0,50 ve özdeğeri 1 ve üzerinde olan iki faktör elde edilmiştir. Çünkü faktör sayısını belirlerken özdeğeri bir veya birden fazla olan faktörler hesaba katılmakta, diğerleri modele dahil edilmemektedir. Belirlenen iki faktör, toplam varyansın %77,23’ünü açıklamaktadır.

Tablo 4.7’de her bir faktöre ait değişkenlere karşılık gelen faktör yükleri verilmiştir. Burada her bir faktörün kaç adet değişkenden meydana geldiği, en yüksek faktör yükü değerinden başlayarak sıralanmıştır. Aynı tabloda, belirlenen iki faktöre ilişkin Cronbach $\alpha > 0,60$ olduğu görülmektedir. Bunun için en düşük kabul edilen oran, 0,60’dır. $\alpha < 0,60$ olması durumunda ölçek, düşük güvenilirlik düzeyine sahiptir (Özdamar, 2011:605). Bu oranlar, faktör analizi sonucu ortaya çıkan ölçeğin güvenilir olduğu anlamına gelmektedir.

Araştırmanın teorik bölümünde işletmelerin uluslararasılaşmasında sivil toplum kuruluşlarının rolleri “bilgi elde etme rolü”, “eğitim ve danışmanlık rolü”, “iletişim ve güven temelli ağ bağlantıları oluşturma rolü” ve “yenilikçilik rolü” başlıkları altında incelenmiştir. Ancak faktör analizinde faktörleri oluşturan ifadelerin iki faktör altında toplanması sonucunda faktörler, “bilgi elde etme ve yenilikçilik” ve “eğitim, danışmanlık ve ağ bağlantıları” olarak isimlendirilmiştir. “yenilikçilik” rolüne bağlı ifadeler, “bilgi elde etme” rolü altında toplanmıştır. Bu durum da, yenilikleri

uyarlamak için sivil toplum kuruluşlarının bilgi elde etme ve işletmelere bu yeniliği uyarlamasına yönelik iki rolün birbiri ile ilgili olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Aynı zamanda “eğitim ve danışmanlık” rolü ile ilgili ifadelerin “iletişim ve güven temelli ağ bağlantıları oluşturma” rolü altında toplanması da yine birbirleri ile ilişkili olmaları ile açıklanabilir. Özellikle sivil toplum kuruluşlarının faaliyetlerinden biri olan lobicilik, hem danışmanlık kapsamında, hem de ağ bağlantıları oluşturma kapsamında yerine getirilen bir faaliyettir.

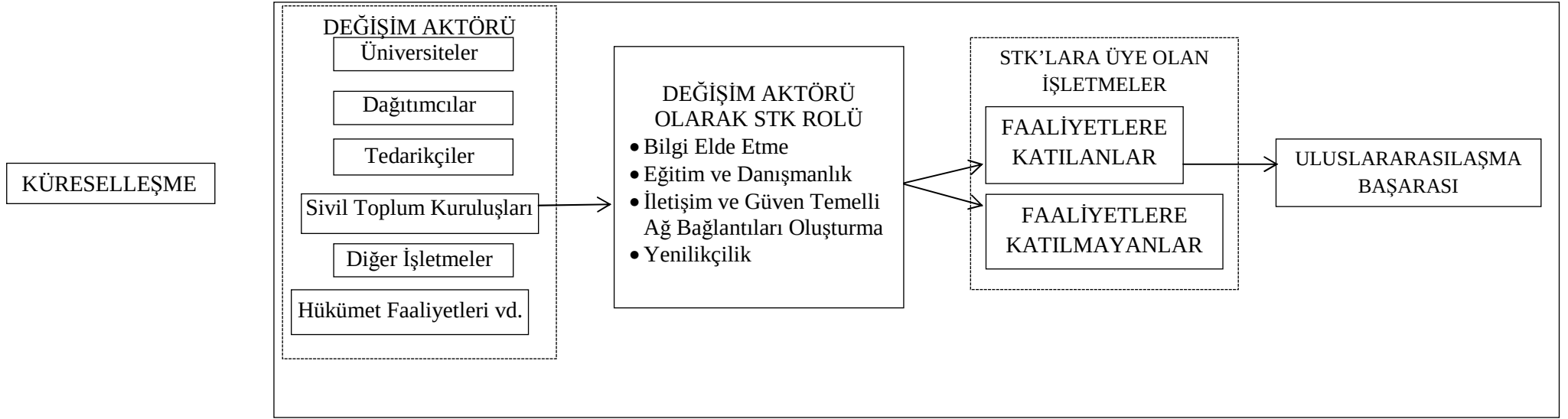
Bilgi elde etme ve yenilikçilik (Faktör 1): Bu faktör toplam varyansın 36,852’sini açıklamaktadır. Faktörü meydana getiren değişkenler, işletmenin uluslararasılaşması için gerekli olan bilgiler elde etme, değişim ve yenilikçiliğe yönelik konuları kapsamaktadır. Bu kapsamda isimlendirilen faktörü oluşturan sorular, Tablo 4.7’de gösterilmektedir.

Eğitim, danışmanlık ve ağ bağlantıları (Faktör 2): Bu faktör toplam varyansın 40,381’ını açıklamaktadır. Faktörü meydana getiren değişkenler, işletmelerin uluslararasılaşması için gerekli olan lobicilik, ağ bağlantıları, işletmelere danışmanlık yapmaya yönelik konuları kapsamaktadır. Bu kapsamda isimlendirilen faktörü oluşturan sorular, Tablo 4.7’de gösterilmektedir.

Tablo 4.7: İşletmelerin Uluslararasılaşmasında Sivil Toplum Kuruluşlarının Rolü

Faktörler	Faktör Yük Değeri	Cronbach α
Faktör 1: Bilgi elde etme ve yenilikçilik (Varyansı açıklama gücü=%36,852)		
Her zaman, bir şeyleri yapmanın daha iyi yollarını araması,	0,848	0,979
Yeni fırsatlar, yeni fikirler üretilmesini teşvik etmesi,	0,824	
Farklı ülkeler ile ilgili politik bilgisi sağlaması,	0,812	
Fikirlerimizin gerçeğe dönüşmesinde cesaretlendirmesi,	0,805	
Fırsatların belirlenmesinde yardımcı olması	0,804	
Yeni yaklaşımlar denememize imkân sağlaması,	0,802	
İş faaliyetleri üzerine kültürel etkilerin farkında olması	0,802	
Farklı ülkeler ile ilgili kültürel bilgi sağlaması,	0,801	
İşletmelerin maruz kalacağı farklı kültürel becerileri geliştirebilmesi,	0,764	
Başkalarından önce, fırsat yollarını görebilmesi,	0,71	
Çok yönlü karar verebilmesi için yerel ve küresel bilgileri bütünleyebilmesi,	0,7	
Farklı ülkeler ile ilgili ekonomik bilgi sağlaması,	0,688	
Yapıcı değişim aracılığı rolü,	0,65	
İş uygulama farklılıkları ile ilgili bilgi sağlaması,	0,639	
Faktör 2: Eğitim, danışmanlık ve ağ bağlantıları (Varyansı açıklama gücü=%40,381)		
İhracat deneyimi fazla olan işletmeler ile işbirliği sağlaması,	0,851	0,980
Aracı oldukları iş görüşmelerine katılmayı teşvik etmesi,	0,807	
Farklı ülkeler ile ilgili hukuki bilgi sağlaması,	0,804	
Potansiyel müşteriler ve tedarikçiler ile görüşmeye yardımcı olması,	0,804	
Üyeler arasındaki bağlantıları geliştirmek için yardımcı olması,	0,796	
Kendisine üye olan işletmeler ile arasında etkin bir iletişime sahip olması,	0,796	
Ticari sorunların çözümünde yardımcı olması,	0,792	
İşletmemizin karar vermesine yardımcı olan güçlü bir uzman ağına sahip olması,	0,756	
İşletmemizin karar vermesine yardımcı olan güçlü bir tedarikçi ağına sahip olması,	0,747	
Yurtdışında sağladığı görevlilerin, önemli ilişkileri koruması,	0,733	
İhracat veri tabanlarına erişimi sağlaması,	0,731	
Yurtdışı ticari fuarlara katılmaya teşvik etmesi,	0,711	
Yabancı dil sorununa çözüm bulması,	0,71	
Kitap, dergi, broşür, internet vb. araçlarla çalışmalarını takip etmemizi sağlaması,	0,679	
Dış Pazar ile ilgili bilgi sağlaması,	0,675	
Müşteriler ve tedarikçiler hakkında bilgi sağlaması,	0,674	
Seminerler ve çalışma grupları oluşturması,	0,643	
Finansal danışmanlık yapması,	0,605	
İhracat danışmanlığı yapması	0,604	
Toplam varyansı açıklama yüzdesi (%)	%77,23	
KMO Örneklem Yeterlilik Derecesi	0,978	
Barlett Testi	Ki-kare	13590,910
	df	528
	p	0,000

Şekil 4.1: İşletmelerin Uluslararasılaşmasında Bir Değişim Aktörü Olarak Sivil Toplum Kuruluşlarının Rolü



4.5.7. İşletmelerin Uluslararasılaşmasında Sivil Toplum Kuruluşları Rollerinin Uluslararasılaşma Başarısına Etkisi

Sivil toplum kuruluşlarının faaliyetlerine katılan ve katılmayan üye işletmelerin, sivil toplum kuruluşlarının rollerinden etkilenecek uluslararasılaşma başarısına ulaşma düzeylerinin belirlenmesi amacıyla, Şekil 4.1.'de teorik verilere dayanılarak düzenlenen model dikkate alınarak oluşturulan hipotezler aşağıda yer almaktadır:

H₀₄. STK rolleri, ticari birliğe üye olup faaliyetlere katılan işletmelerin uluslararasılaşmada başarıya ulaşmasında etkili değildir.

H₁₄. STK rolleri, ticari birliğe üye olup faaliyetlere katılan işletmelerin uluslararasılaşmada başarıya ulaşmasında etkilidir.

H₀₅. STK rolleri, ticari birliğe üye olup faaliyetlere katılmayan işletmelerin uluslararasılaşmada başarıya ulaşmasında etkili değildir.

H₁₅. STK rolleri, ticari birliğe üye olup faaliyetlere katılmayan işletmelerin uluslararasılaşmada başarıya ulaşmasında etkilidir.

Sivil toplum kuruluşları rollerinin, sivil toplum kuruluşları aracılığı ile işletmelerin, uluslararası faaliyetlerde bulunması ile elde ettiği başarının üzerindeki etkisinin gösterilmesi amacıyla, uluslararasılaşma başarısına ait 18 ifadenin ortalaması ve faktör analizi sonucu oluşturulmuş iki faktör altında toplanan soruların ortalamaları alınmıştır. Şekil 4.1.'de görüldüğü üzere değişim aktörü olarak STK rolü, dört başlıkta yer almıştır. Bu rollerden “bilgi elde etme” ve “yenilikçilik” rollerinin bir arada işlenmesi ile birinci faktör X_1 değişkenine, “eğitim ve danışmanlık” ve “iletişim ve güven temelli ağ bağlantıları oluşturma” rollerinin bir arada toplanması ile ikinci faktör ise X_2 değişkenine atanarak elde edilen çoklu doğrusal regresyon analizi ile ilgili sonuçlar aşağıda yer almaktadır.

Tablo 4.8: STK Rollerinin, Ticari Birliğe Üye Olup Faaliyetlere Katılan/Katılmayan İşletmelerin Uluslararasılaşmada Başarıya Ulaşması Üzerine Etkisi

	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	F	p	Bağımsız Değişkenler	β	t	p
STK Faaliyetlerine Katılan Üyeler	0,842	0,708	0,705	188,228	0,000	X ₁ *	0,274	4,434	0,000
						X ₂ **	0,624	10,092	0,000
STK Faaliyetlerine Katılmayan Üyeler	0,884	0,782	0,779	245,552	0,000	X ₁ *	0,465	7,268	0,000
						X ₂ **	0,472	7,386	0,000

Bağımlı Değişken: Uluslararasılaşma Başarısı

*Bilgi elde etme ve yenilikçilik

**Eğitim, danışmanlık ve ağ bağlantıları

Tablo 4.8’de görüldüğü üzere $p < 0,05$ olduğu için H_{04} ve H_{05} reddedilmektedir. Bağımsız değişkenler olarak ele alınan “bilgi elde etme ve yenilikçilik” ile “eğitim, danışmanlık ve ağ bağlantıları” rollerinin, modele anlamlı bir katkı sağladığı anlaşılmaktadır. “Bilgi elde etme ve yenilikçilik” ile “eğitim, danışmanlık ve ağ bağlantıları” değişkenlerinin, uluslararasılaşma başarısını, STK faaliyetlerine katılan üye işletmeler için %71, faaliyetlere katılmayan üye işletmeler için ise %78 oranında açıkladığı 0,01 anlamlılık seviyesinde bulunmuştur. Katsayılara bakıldığında, STK faaliyetlerine katılan üye işletmelerin uluslararasılaşma başarısını açıklayan en önemli değişken, 0,624 ile “eğitim, danışmanlık ve ağ bağlantıları”dır. STK faaliyetlerine katılmayan üye işletmelerin uluslararasılaşma başarısını ise her iki değişken de yaklaşık değerlerle açıklamaktadır.

Yapılan analizde, her iki grubun uluslararasılaşma başarısının, bağımsız değişkenlerden etkilendiği anlaşılsa da, STK faaliyetlerine katılmayan üye işletmelerin, tamamen ya da kısmen faaliyetlere katılmamasından dolayı, STK rollerini yeterince tanımadığı, hangi faaliyette hangi rolünün daha etkili olduğunu kavrayamadığı, katsayıların yaklaşık değerde olmalarından anlaşılmaktadır (“bilgi elde etme ve yenilikçilik=0,465” “eğitim, danışmanlık ve ağ bağlantıları=0,472”). Söz konusu sonuç, gerek işletmeler ile gerekse STK yetkilileri ile yapılan görüşmeleri destekler niteliktedir. Şekil 4.1.’de de görüldüğü üzere, bir değişim aktörü olarak sivil toplum kuruluşlarının rollerinden etkilenerek, faaliyetlere aktif katılan işletmelerin, faaliyetlere katılmayan işletmelere göre uluslararasılaşma sürecinde uluslararası faaliyetlerde daha başarılı olduğu söylenebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

İşletmelerin uluslararasılaşmasında bir değişim aktörü olarak sivil toplum kuruluşlarının rollerinin ve bu rollerin uluslararasılaşmaya etkisinin belirlenmeye çalışıldığı araştırma, Ege ve Batı Akdeniz Sanayicileri ve İş Adamları Federasyonu (ESİDEF)'na üye olan işletmeler üzerinde yürütülmüştür. Federasyona bağlı olan illerde ve ilçelerdeki temsilciliklere üye olan farklı sektörlerde faaliyet gösteren çok sayıda işletme bulunmaktadır.

İşletmeler ile görüşme sonucunda elde edilen veriler, STK faaliyetlerinin daha titizlikle yapılması konusunda önemlidir. Federasyona bağlı il ve ilçe temsilcilik üyesi olan işletmeler ile görüşmelerde, bazı il ve ilçe temsilciliklerinin görevlerinde başarısız oldukları anlaşılmıştır. Bazı il ve ilçe temsilciliklerindeki üyelerin ise memnuniyet derecesi yüksek olarak algılanmıştır.

Genel olarak işletmeler, yurtdışı faaliyetlerinde, kendilerini olumlu ve olumsuz olarak etkileyen pek çok faktörün olduğunu, bu faktörlerin başında zarar etme riski, anlaşmazlıklar ve dil sorunlarının ağırlıkta olduğunu belirtmişlerdir.

Görevlerinde başarısız olarak gösterilen temsilciliklere üye olan işletmelerin bu sorunları aşmak için, yeterince bir fayda görmediği düşünülmektedir. Temsilciliklerin, işletmelerin karşılaştıkları sorunlara yeterince gücü yetmediği ifade edilmiştir. Sivil toplum kuruluşlarının bu alanlardaki çalışmaları ve faaliyetlerinin yeterli olmadığı belirtilmiştir.

Bazı temsilcilikler için ise, beklenenin üstünde bir başarı gösterdikleri, özverili çalışmaları ile üye işletmeleri kendilerine daha çok bağladıkları, gerek yurtiçi faaliyetlerde gerekse yurtdışı faaliyetlerde sorunları en aza indirmeye çaba gösterdikleri belirtilmiştir.

Bağlı bulunan temsilciliklerin, özellikle tanıtım fuarlarında etkisini gösterdiği, görüşmelerde elde edilen bilgiye göre STK rollerinin etkisini vurgulamaktadır. Örneğin, Afyon'da yapılan görüşmelerde, mermer üzerine faaliyet gösteren işletmelerin, fuarlar sayesinde uluslararasılaşma süreçlerini hızlandırdıkları öğrenilmiştir.

Uluslararası pazarlama süreçlerinde ortaya çıkan prosedürlerin karışıklığı, işletmelere birçok sıkıntılar çıkarmaktadır. Bu konuya sivil toplum kuruluşlarının

yeterince etki etmediği görüşü ağır basmıştır. İhracatın riskli olması ve beraberinde zarar etme riskinin bulunması, işletmeleri rahatsız etmektedir. Büyük ve etki alanı geniş olan işletmeler bu gibi sorunları, devlet kurumlarının yardımıyla kişisel ilişkiler yoluyla çözmekte olduklarını belirtmişler, küçük işletmeler ise, oluşan ticari anlaşmazlıklar ve tecrübesizlikten dolayı çok büyük ticari kayıplar verdiklerini ifade etmişlerdir. Bazı temsilcilikler ise bu konularda çalışmalarını artırarak, üye işletmelerini korumak için büyük çaba gösterdikleri anlaşılmıştır. Küresel etkileri iyi analiz edebilen ve federasyon ile güçlü iletişimde bulunan temsilciliklerin, işletmelere büyük avantaj sağladığı ve işletmelerin ticari büyüme hızlarına büyük etkisinin olduğu belirtilmiştir.

Federasyonun, il ve ilçe temsilciliklerinde bulunan üyelerin kendi aralarında da iletişim ve etkileşimi güçlendirmesi, bazı yerlerde sektör faaliyetlerinde ilerleme ve başarıları da beraberinde getirmiştir.

Görüşmelerden elde edilen verilerin dışında, anketlerin değerlendirilmesi sonucu elde edilen verilere yönelik açıklamalar da görüşmeleri destekler niteliktedir.

İşletmelerin STK aracılığı ile uluslararası faaliyetlerde bulunma nedenlerinden “zarar etme riski”, “deneyimsizlik”, dış pazarlar için uygun planlama yapamamak”, “kültürel farklılıklar”, “ticari anlaşmalardaki olumsuzluklar”, “ihracatın riskli olması”, “yurtdışı faaliyetlerin prosedürlerinin karışıklığı”, “yurtdışı pazarlar için yeterli tanıtım yapamamak” ve “markalaşamama”, özellikle küçük işletmelerin tek başına elde edeceği bilgiler ve kişisel ağları ile gerçekleştiremeyeceği için STK ile birlikte hareket etmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir (Tablo 4.2).

Sektör bazında işletmelerin STK aracılığı ile uluslararası faaliyetlerde bulunma nedenlerindeki farklılık incelendiğinde, sektörler arasında herhangi bir farkın bulunmaması, her sektörün STK’ya ihtiyaç duyduğu anlaşılmaktadır. STK’lar, farklı ülkelerde farklı sektörler ile bağlantı kurmaktadır ve kendi ülkesi için her sektöre hizmet vermeye çalışmaktadır (Tablo 4.3).

İşletmelerin faaliyette bulunduğu yıl ile işletmelerin STK aracılığı ile uluslararası faaliyetlerde bulunma nedenleri arasında fark dikkate alındığında, araştırmada üç grup altında incelenen faaliyet yıllarından ilk grup olan 0-9 grubu ve son grup olan 20+ grubu arasında önemli farklılığın görülmesi, 20+ grubunun diğer gruplara göre daha deneyimli olmasından kaynaklanmaktadır. Ancak bu deneyim, STK’nın

varlığının ve işletme ile bağlantılı çalışması gerektiğine yönelik bir deneyimdir (Tablo 4.4 ve Tablo 4.5).

STK'ya üye olup faaliyetlerine katılan ve katılmayan işletmelerin STK aracılığı ile uluslararası faaliyetlerde bulunma nedenleri arasında fark incelendiğinde, faaliyetlere katılan ve katılmayan işletmeler arasında nedenlere yaklaşımlarına göre önemli farklılık gözlenmiştir. Burada faaliyetlere katılan işletmelerin ortalamaları, katılmayan işletmelerin ortalamalarına göre yüksektir. STK faaliyetlerine katılarak, bu faaliyetlerden yararlanan işletmeler, STK ile işbirliğinin, STK'nın yaptığı faaliyetlere katılmanın önemli olduğunu açıkça vurgulamaktadır (Tablo 4.6).

İşletmelerin faaliyette bulunduğu sektöre göre ticari birliğe üye olan işletmelerin, üye olarak faaliyetlere katılma ile katılmama arasında herhangi bir farkın bulunmaması, STK'nın kendisine üye olan işletmelerin faaliyette bulunduğu sektörlerin tamamına yönelik hizmette bulunmasıdır. STK faaliyetlerinde, özellikle bazı sektörlerin üzerine yoğunlaşmamaktadır.

STK aracılığı ile işletmelerin yurtiçi ve yurtdışı fuarlara katılması, işletmeler için yeni ürünleri, teknolojileri tanımak, yeni bilgiler elde etmek ve kendilerini yeniliğe uyarlamak için önemlidir. Bir işletmenin yurtdışındaki bir organizasyona katılması için bir takım ilişkiler kurması gerekmektedir. Bu nedenle öncelikle yurtiçinde düzenlenen fuarlara katılması, yurtdışı faaliyetler için de bir adım olacaktır. Ancak il temsilciliği, işletmelerin yurtdışı faaliyetlerinin başlatılması, uluslararası başarı göstermesi konusunda ilk adım olması açısından oldukça önemlidir. İşletme için bulunduğu ilin temsilcisi olan ticari birliğin faaliyetlerini takip etmesi daha önemlidir.

İşletmeler, sadece fuarlara katılmakla yurtdışı faaliyetler için kendilerini hazırlamayacakları düşünüldüğünde, işletmelerin bağlı olduğu sivil toplum kuruluşunun il temsilciliğinin gerek basımdan, internetten, gerekse temsilciliğin mekânında sıkça bulunarak yetkili ve yetkililer aracılığıyla diğer işletmeler ile görüşme halinde olmaları da işletmeleri uluslararası faaliyetlere hazırlamaktadır.

İşletmeler, STK faaliyetlerini basımdan takip ederek, STK'nın ilişkilerini takip etmekte ve bu ilişkilerine bağlı olarak faaliyetler hakkında bilgi sahibi olmaktadır. İşletmenin faaliyeti ile ilgili ihtiyaç duyduğu ilişkiyi de bu sayede takip ederek, STK ile yakın işbirliği içinde bulunmaktadır.

STK faaliyetlerini, STK'nın görevlileri ile sürekli iletişimde bulunarak, STK'nın bulunduğu mekânda yapılan her türlü görüşme, sohbet, toplantı, yemek, eğitim gibi faaliyetlere düzenli olarak katılan işletmeler, sadece STK görevli ve yetkilileri ile değil, aynı zamanda bu faaliyetlere katılan diğer işletme sahibi ve yöneticileri ile sağlıklı iletişim kuracaktır. Aynı zamanda, işletmenin, STK'dan uzak kalmaması her türlü faaliyet ile ilgili bilgilenmesini sağlayacaktır.

STK rollerinin, işletmelerin uluslararasılaşma başarısı üzerinde “eğitim, danışmanlık ve ağ bağlantıları” rolünün büyük etkisinin olması, işletmelerin uluslararası faaliyetlerde güçlü ilişkiler oluşturmalarının zorunlu olduğunu bir kez daha vurgulamaktadır. İşletmelerin tek başına başaramadığı bağlantıların aracı ilişkileri yürüten olarak STK aracılığı ile başarması da STK bağlantılı faaliyette bulunan işletmelerin, diğer işletmelere göre daha başarılı olacağı düşünülmektedir (Tablo 4.8).

Araştırmadan elde edilen verilere göre yapılan öneriler, sivil toplum kuruluşuna yönelik öneriler, işletmelere yönelik öneriler ve akademik öneriler olarak üç bölümde incelenebilir.

Sivil Toplum Kuruluşuna Yönelik Öneriler: İşletmelerin bağlı bulundukları ticari birlikler ve federasyonların, işletmelerin ihtiyaç duydukları noktalarda destekte bulunmaları, buna göre faaliyetlerini arttırmaları gerekmektedir.

İl ve ilçe temsilciliklerinin, buna bağlı olarak federasyonun başarısı, üye işletmeler ile sağlıklı ve güçlü iletişimden geçmektedir. İletişimi güçlü ve sağlıklı hale getirecek olan yine federasyondur.

İl ve ilçe temsilciliklerinin görevlerinde aktif olup olmadıklarını belirleme amaçlı üye işletmelerin görüşleri federasyon tarafından düzenli olarak alınmalı ve değerlendirilmelidir.

STK'ya bağlı olan federasyon, il/ilçe temsilciliklerinin denetlenmesi, görevli ve yetkililerinin STK özelliklerine uygun bireylerin seçilmesi, toplum ve ülke yararına, kâr amacı gütmeyen, herhangi bir çıkar sözkonusu olmadan fedakâr boyutta çalışacak bireylerin tercih edilmesi sağlanmalıdır. Başarılı sivil toplum kuruluşlarının yönetimlerinde, sektörel sorunlara hâkim olan uzman kişilerin bulunması, üye işletmelere birçok fayda sağlamaktadır.

STK'lar tarafından hükümet yönetimi ile formal ve informal ilişkiler yoluyla yurtdışı fuarlar, daha teşvik edici konuma getirilmelidir. Aynı zamanda işletmelerin karşılaşacağı hukuki problemler ile ilgili çözüm yoluna ulaşmak için yeterince bilgi sahibi olmalı ve bilgilerini tarafsızca işletmeler için kullanmalıdır.

Yurtdışı fuarlar için teşvik edici bir takım desteklerin yanında işletmelerin karşılaşabilecekleri her türlü sorunların çözümleri için hükümet yönetimi ile ilişkilerini güçlü tutmalıdır.

Küresel iletişim ağlarının açık tutulması, işadamlarının dünya ile bağlantısını sağlama kapsamında sivil toplum kuruluşları, daha çok çaba göstermelidir.

Sivil toplum kuruluşları, temel pazarın yanı sıra, gelişen pazarları inceleyerek, potansiyel ülke ve sektörleri analiz etmeli, yeni pazarlara açılmalıdır.

Üye işletmelere, il/ilçe temsilcilikleri ve federasyon tarafından düzenli olarak eğitim verilmeli, karşılaşılabilecek sorunlar ve sorulara cevap bulmak ve yönlendirmek için danışmanlık yapılmalıdır.

Sadece ticari anlamda değil, aynı zamanda ilişkilerin güçlendirilmesi için sosyal etkinlikler düzenlenmeli, üye işletmelerin bir araya gelmesi sağlanmalıdır.

STK'ya üye olan rekabet ortamında karşı karşıya olmalarına rağmen aynı sektörde faaliyet gösterip birbiriyle işbirliği halinde bulunan işletmeler olduğu gibi STK'ların da diğer STK'lar ile görüşmeler yapması, işbirliğinde bulunması, sorunların çözümünde birbirlerine destek olmaları da gerekir. Her ne kadar tek çıkarları kendilerine üye olan işletmelerin sayısını arttırmak için itibarı yüksek seviyede tutma amaçlı diğer STK'lar ile rekabet ortamında bulunsalar da, sonuçta STK'lar toplum yararına faaliyet gösteren organizasyonlar olduğuna göre bir hedefe kilitlenerek çalışmalar yapılmalıdır.

İşletmelere Yönelik Öneriler: İşletmelerin başarıya ulaşmasında STK'lar kilit aktör ise, STK'ları da harekete geçirecek olanlar işletmelerdir. Bu nedenle karşılaştıkları ya da karşılaşma ihtimali oldukları her türlü sorunu ve faaliyetleri ile ilgili soruları STK'lara ulaştırarak destek ve danışmanlık istemeli, eksik hissettikleri yönleriyle ilgili bilgi elde etmek amacıyla eğitim talebinde bulunmalıdır.

Araştırma bulgularında işletmelerin en çok katıldıkları faaliyetler yurtiçi fuarlar olarak görülmektedir. STK tarafından düzenlenen tüm faaliyetler birbirine bağlı bir zincirdir. Buna göre işletmelerin sadece bir faaliyete katılması, işletmenin uluslararasılaşma yolundaki başarısını etkilemesi mümkün değildir. İşletme aktif olarak üyeliğinin gerektirdiği her türlü faaliyete katılması kendisini önemli bir başarıya götürecektir.

STK'ların ticari faaliyetlerin dışında düzenledikleri bir takım sosyal faaliyetlere (müzik, gezi vb.) işletmelerin katılması da, informal ilişkilerin oluşturulması anlamında önemlidir.

Akademik Öneriler: Araştırmanın en önemli kısıtı, daha önce bu konuda herhangi bir araştırma yapılmamış olmasıdır. Bundan dolayı, konunun geliştirilmesi, uygulamanın daha geniş bir alana yayılması yararlı görülmektedir. Bu kapsamda bir akademik çalışma grubu oluşturularak, STK'lar ile birlikte çalışılmalıdır. STK'lara yönelik önerilerde ileri sürüldüğü üzere STK'ların alt birimlerinin aktif çalışıp çalışmadığını denetleyebilecekleri yer olarak üye işletmelerden bilgi almalarıdır. Bu bilginin elde edilmesi, yorumlanması ve yararlı hale getirilmesi için akademik çalışma grubunun görev alması gerekli görülmektedir. Böylece STK'ların sorunları belirlemesi ve çözüm yoluna ulaşması kolaylaşacaktır.

Aynı zamanda işlerinin yoğunluğundan dolayı akademik çalışmalara destek vermekten uzak kalan işletmelerin bu tür çalışmaların kendi yararlarına yapıldığının bilincinde olması için bölge sanayisi ve üniversite arasında görüşmeler ve işbirliği sağlanmalıdır, sıklaştırılmalı, üniversite bünyesinde sosyal sorumluluk projeleri kapsamında işletme faaliyetlerine destek verilmelidir.

EKLER

EK 1: ANKET FORMU

**İŞLETMELERİN ULUSLARARASILAŞMASINDA
BİR DEĞİŞİM AKTÖRÜ OLARAK SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI**

Sayın İlgili;

Bu çalışma, işletmelerin uluslararasılaşmasında bir değişim aktörü olarak sivil toplum kuruluşlarının rolünü belirlemek amacıyla yapılan bir tez çalışmasıdır. Bu çalışma için hazırlanan anket, üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, işletme ve işletmenin yurtdışı faaliyetleri hakkında ifadeler bulunmaktadır. İkinci bölümde, işletmelerin uluslararasılaşmasında sivil toplum kuruluşlarının rolleri ve yetenekleri ile ilgili ifadeler, üçüncü bölümde ise, sivil toplum kuruluşu aracılığı ile faaliyetlerde bulunmasına bağlı olarak işletmenin uluslararasılaşma başarısını belirlemeye yönelik ifadeler bulunmaktadır.

Bu araştırmada elde edilecek veriler, bilimsel amaçlarla kullanılacaktır. Anket formunu doldurarak araştırmaya yapacağınız katkı için teşekkür eder, saygılar sunarız.

Prof.Dr.M.Kemal DEMİRCİ
Dumlupınar Üniversitesi İİBF
Tel: 0 (274) 2652031
kemal.demirci@dpu.edu.tr

Öğr.Gör.Hülya ÇINAR
Dumlupınar Üniversitesi Kütahya SBMYO
Tel: 0 (274) 2270450-1152
hulya.cinar@dpu.edu.tr

**I.BÖLÜM
İŞLETME BİLGİLERİ VE İŞLETMENİN YURTDIŞI FAALİYETLERİ**

- 1.İşletmeniz kaç yıldır faaliyettedir? 1) 0-9 yıl 2) 10-19 yıl 3) 20 yıl ve üzeri
- 2.İşletmenizin uluslararası faaliyetleri var mı? 1) Evet 2) Hayır
- 3.Kuruluşunuzdan itibaren kaç yıl sonra uluslararası faaliyete başladınız?
1)0-5 yıl arası 2) 6-10 yıl arası 3) 11-15 yıl arası
4) 16-20 yıl arası 5) 21 ve üzeri
- 4.İşletmenizde uluslararası pazarlama faaliyetlerini yöneten bir biriminiz var mı?
1) Evet 2) Hayır
- 5.İşletmenizin yabancı pazarlarda faaliyete başlamadan önce, işletme yönetiminizin uluslararası deneyimi aşağıdakilerden hangisidir?
1)Yurtdışında yaşadı 2) Yurtdışında eğitim aldı
3)Uluslararası görevlerde bulunan başka yerli şirketlerde çalıştı
4)Uluslararası görevlerde yabancı bir şirkette çalıştı
5)Diğer deneyim varsa lütfen yazınız (.....)
- 6.Uluslararası faaliyette bulunduğunuz ülke sayısı hangisidir?
1) 1 2) 2 3) 3 4) 4 5) 5 6) 5'den fazla
- 7.Uluslararası faaliyette bulunduğunuz ülke grupları: (Önem sırasına göre 1'den başlayarak 3 grubu işaretleyiniz).
☐ Avrupa ☐ Kuzey Amerika ☐ Güney Amerika ☐ Orta Doğu
☐ Afrika ☐ Uzak Doğu ☐ Avustralya ☐ Diğer (Lütfen belirtiniz).....
8. İşletmenizde çalışan sayısını belirtiniz. 1) 1-9 2) 10-49 3) 50-249
- 9.İşletmenizdeki toplam satışlar içindeki ihracatın yüzdesi (yaklaşık olarak):
1) %10'dan az 2) %10-25 3) %26-40 4)%41-75
5)%76-95 6)%95'ten fazla

10. İşletmenizde toplam çalışanlar içinde aktif olarak uluslararası faaliyetlerde bulunan çalışanların yüzdesi (yaklaşık olarak):

- 1) %5'den az 2) %5-25 3) %26-50 4) %51-75
5) %76-95 6) %95'ten fazla

11. İşletmenizde yurtdışı faaliyetlerde görev alan çalışan sayısını belirtiniz.

- 1) 1-9 2) 10-49 3) 50-249

12. Faaliyette bulunduğunuz sektörü belirtiniz.

- 1) Gıda 2) Mobilya 3) Giyim ve Tekstil 4) İnşaat 5) Enerji Ürünleri
6) Tarım ve Hayvancılık 7) Plastik, Ambalaj ve Petrol ürünleri 8) Diğer

13. Bağlı olduğunuz ticari birlik (İl temsilciliği/Federasyon/Konfederasyon) aracılığıyla yurtdışı faaliyetlerinde bulunmanızı, aşağıdaki faktörlerin etkileme derecesini belirleyiniz.

1. Kesinlikle Katılmıyorum; 2. Katılmıyorum; 3. Kararsızım; 4. Katılıyorum;
5. Kesinlikle Katılıyorum.

	İşletmelerin Ticari Birlik Aracılığıyla Uluslararası Faaliyetlerde Bulunma Nedenleri	1	2	3	4	5
1	Zarar etme riski					
2	Deneyimsizlik					
3	Kalifiye ihracat elemanı istihdam edememe					
4	Küçük şirket olmanın zorlukları					
5	Dış pazarlar için uygun planlama yapmama					
6	Kültürel farklılıklar					
7	Ticari anlaşmalardaki olumsuzluklar					
8	İhracatın riskli olması					
9	Yurtdışından müşteri bulamama					
10	Yabancı dil sorunu					
11	Yurtdışı faaliyetlerin prosedürlerinin karışıklığı					
12	Yurtdışı pazarlar için yeterli tanıtım yapamamak					
13	Markalaşamama					

14. Bağlı olduğunuz ticari birlik (İl temsilciliği/Federasyon/Konfederasyon) tarafından yapılan faaliyetlere katılma derecenizi belirleyiniz.

1. Hiçbir zaman katılmadım/takip etmedim ve düşünmüyorum;
2. Katılmadım/takip etmedim, ancak düşünüyorum.
3. Ara sıra katıldım/takip ettim;
4. Çoğunlukla katılıyorum/takip ederim;
5. Her zaman katılıyorum/takip ederim.

	STK Tarafından Yapılan Faaliyetlere Katılma Durumu:	1	2	3	4	5
1	Yurtiçi fuarlara katılıyor musunuz?					
2	Yurtdışı fuarlara katılıyor musunuz?					
3	Sektörel faaliyetleriniz ile ilgili seminer/toplantı/gezi vb. faaliyetlere katılıyor musunuz?					
4	Federasyonun yaptığı faaliyetleri internetten takip ediyor musunuz?					
5	Federasyonun yaptığı faaliyetleri basımdan takip ediyor musunuz?					
6	Federasyonun yaptığı faaliyetleri yerinde takip ediyor musunuz?					
7	İl temsilciliğinizin yaptığı faaliyetleri takip ediyor musunuz?					

II.BÖLÜM İŞLETMENİZİN BAĞLI OLDUĞU TİCARİ BİRLİĞİN (STK) YENETEK VE ROLLERİ

Bağlı bulunduğunuz ticari birliğin (İl temsilciliği/Federasyon/Konfederasyon) yetenek ve rollerini dikkate alarak, işletmenizin yurtdışına açılması ve/veya yurtdışı faaliyetlerini yürütmesi konusunda aşağıdaki ifadelere göre düşüncelerinizi belirleyiniz.

- 1:** Yapamadığı ve geliştiremeyeceği bir özelliktir;
2: Yapamadığı, ancak geliştirebileceği bir özelliktir;
3: Yapabildiği, ancak geliştirmesi gereken özelliktir;
4: Bu konuda iyidir; **5:** En güçlü özelliklerinden biridir;

	Bağlı bulunduğunuz Konfederasyon/Federasyon/Ticari Birlik;	1	2	3	4	5
1	Farklı ülkeler ile ilgili hukuki bilgi sağlaması,					
2	Yurtdışı ticari fuarlara katılmaya teşvik etmesi,					
3	Kitap, dergi, broşür, internet vb. araçlarla çalışmalarını takip etmemizi sağlaması,					
4	İhracat veri tabanlarına erişimi sağlaması,					
5	Devlet teşvikleri ve krediler hakkında bilgi sağlaması,					
6	Müşteriler ve tedarikçiler hakkında bilgi sağlaması,					
7	Farklı ülkeler ile ilgili kültürel bilgi sağlaması,					
8	Farklı ülkeler ile ilgili politik bilgisi sağlaması,					
9	Farklı ülkeler ile ilgili ekonomik bilgi sağlaması,					
10	İşletmemizin karar vermesine yardımcı olan güçlü bir uzman ağına sahip olması,					
11	İşletmemizin karar vermesine yardımcı olan güçlü bir tedarikçi ağına sahip olması,					
12	Yurtdışında sağladığı görevlilerin, önemli ilişkileri koruması,					
13	Kendisine üye olan işletmeler ile arasında etkin bir iletişime sahip olması,					
14	İhracat deneyimi fazla olan işletmeler ile işbirliği sağlaması,					
15	Aracı oldukları iş görüşmelerine katılmayı teşvik etmesi,					
16	Üyeler arasındaki bağlantıları geliştirmek için yardımcı olması,					
17	Potansiyel müşteriler ve tedarikçiler ile görüşmeye yardımcı olması,					
18	Başkalarından önce, fırsat yollarını görebilmesi,					
19	Seminerler ve çalışma grupları oluşturmaları,					
20	Finansal danışmanlık yapması,					
21	İhracat danışmanlığı yapması,					
22	Ticari sorunların çözümünde yardımcı olması,					
23	Yöneticilerimize, farklı ülkelerin kültürlerine ilişkin eğitim vermesi,					
24	Yeni yaklaşımlar denememize imkân sağlaması,					
25	Yeni fırsatlar, yeni fikirler üretilmesini teşvik etmesi,					
26	Yapıcı değişim aracılığı rolü,					
27	Fikirlerimizin gerçeğe dönüşmesinde cesaretlendirmesi,					
28	Fırsatların belirlenmesinde yardımcı olması					
29	Her zaman, bir şeyleri yapmanın daha iyi yollarını araması,					
30	Dış Pazar ile ilgili bilgi sağlaması,					
31	İşletmelerin maruz kalacağı farklı kültürel becerileri geliştirebilmesi,					
32	Yabancı dil sorununa çözüm bulması,					
33	İş uygulama farklılıkları ile ilgili bilgi sağlaması,					
34	Çok yönlü karar verebilmesi için yerel ve küresel bilgileri bütünleyebilmesi,					
35	İş faaliyetleri üzerine kültürel etkilerin farkında olması					

III.BÖLÜM

STK ARACILIĞI İLE İŞLETMENİN ULUSLARARASILAŞMA BAŞARISI

Size göre, bağlı olduğunuz STK'nun, (İl temsilciliği/Federasyon/Konfederasyon) işletmenizin yurtdışına açılması ve yurtdışında faaliyetlerde bulunması için yaptığı faaliyetler sonucunda işletmenizde ortaya çıkan gelişmelerin önem derecesini belirtiniz?

- 1.Kesinlikle Katılmıyorum; 2. Katılmıyorum; 3. Kararsızım; 4. Katılıyorum; 5. Kesinlikle Katılıyorum.

	Uluslararasılaşmada, STK Aracılığı İle Faaliyetlerde Bulunarak;	1	2	3	4	5
1	Yabancı müşteri sağlama yeteneğimizi iyi bir şekilde geliştirdik.					
2	Yabancı müşterilerin ihtiyaç ve isteklerini karşılamak için ürünlerimizi ve hizmetlerimizi uyarlama yeteneğimizi iyi bir şekilde geliştirdik.					
3	Ürünlerimizin markalaşma ve satış yeteneğimizi iyi bir şekilde geliştirdik.					
4	Yabancı müşterilerimizin istek ve ihtiyaçlarını karşılamak için organizasyonumuzu uyarlama yeteneğimizi iyi bir şekilde geliştirdik.					
5	Politik sistem hakkında bilgiyi iyi bir şekilde geliştirdik.					
6	Hukuki çevresi hakkında bilgiyi iyi bir şekilde geliştirdik.					
7	Ülke kültürü hakkında bilgiyi iyi bir şekilde geliştirdik.					
8	Müşteriler ile ilgili bilgiyi iyi bir şekilde geliştirdik.					
9	Pazar bilgisinin büyük bir kısmını sağlayabildik.					
10	Pazar rekabetimizi güçlendirdik.					
11	Çok büyük uluslararası teknik bilgi kazandık.					
12	Uluslararasılaşma sürecimizi hızlandırdık.					
13	Başka işletmeler ile ortaklık oluşturduk.					
14	Üretim maliyetlerini azalttık.					
15	Yeni pazarlara erişimimizi kolaylaştırdık.					
16	Stratejik konumumuzu güçlendirdik.					
17	Büyük ölçüde küresel pazar payını artırdık.					
18	Yüksek satış hacmi oluşturduk.					

Değerli zamanınızı ayırıp anketimizi cevapladığınız için teşekkür ederiz.

KAYNAKÇA

- ABAY, Ali Rıza, (2004), “Sivil Toplum ve Demokrasi Bağlamında Sivil Dayanışma ve Sivil Toplum Örgütleri”, **3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi**, 25-26 Kasım 2004, Eskişehir, ss. 271-281.
- ACEDO, Francisco J. and Marian V. JONES, (2007), “Speed of Internationalization and Entrepreneurial Cognition: Insights and a Comparison Between International New Ventures, Exporters and Domestic Firms”, **Journal of World Business**, 42, pp.236-252.
- AKATAY, Ayten ve Nazan YELKİKALAN, (2007), **Sivil Toplum Kuruluşlarında Gönüllülük ve İnsan Kaynaklarının Yönetimi**, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa.
- AKDEMİR, Ali, (2008), **Vizyon Yönetimi**, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa.
- AKDEMİR, Ali, (2011), “Sivil Toplum Kültürü Bağlamında Öğrenci Toplulukları ve ÇOMÜ Örneği”, **Dernekler Dergisi**, Sayı:15/2, ss.22-25.
- AKDEMİR, Ali, Sefer, ŞENER ve Özgür, TOPKAYA, (2009), “2008 Küresel Krizi: Toplumsal Sorunlar Karşısında Bir Çözüm Olarak Sivil Toplum Kuruluşları”, **Dernekler Dergisi**, Sayı:8, ss.22-32.
- AKTAY, Yasin, (2005), “Sivil Toplum ve Sıkıntıları: Oryantalizm, Şiddet, Vesaire”, **Sivil Toplum: Farklı Bakışlar**, Kaknüs Yayınları:229, Sivil İnisiyatif:5, 1. Basım, İstanbul.
- ALEXANDER, Nicholas and Hayley, MYERS, (2000), “The Retail Internationalisation Process”, **International Marketing Review**, Vol.17, No. 4/5, pp.334–353.
- ALVORD, Sarah H., L.David BROWN and Christine W., LETTS, (2004), “Social Entrepreneurship and Societal Transformation An Exploratory Study”, **The Journal of Applied Behavioral Science**, Vol.40, No.3, September, pp.260-282.
- ANDERSON, James C., Håkan, HÅKANSSON and Jan, JOHANSON, (1994), “Dyadic Business Relationships Within a Business Network Context”, **Journal of Marketing**, Vol.58, October, pp.1-15.

- ARABACI, Ahmet, (2008), “Sivil Toplum Kuruluşlarının Uluslararası İşbirlikleri”, **Sivil Toplum Kuruluşlarında Yönetim**, Ali, COŞKUN, (Ed.), Seçkin Yayıncılık, Ankara ss.125-148.
- ARAUJO, Luis and Sergio, REZENDE, (2003), “Path Dependence, MNCs and the Internationalisation Process: A Relational Approach”, **International Business Review**, 12, pp.719-737.
- ARON, Raymond, (2000), **Sosyolojik Düşüncenin Evreleri**, (Çev.) ALEMDAR, Korkmaz, Bilgi Yayınevi, 3.Basım, İstanbul.
- ASRAK HASDEMİR, Tuba ve Mustafa Kemal COŞKUN, (2008), “Kamusal Alan ve Toplumsal Hareketler”, **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, Cilt:63, Sayı:1, ss.121-149.
- AUSTIN, James E., (2006), “Three avenues for social entrepreneurship research”, (Der), **Social entrepreneurship**, MAIR, Johanna, Jeffrey ROBINSON and Kai HOCKERTS (Ed.), New York: Palgrave Macmillan. 22-33.
- AUTIO, Erkkö, Harry J., SAPIENZA and James G., ALMEIDA, (2000), “Effects of Age at Entry, Knowledge Intensity, and Imitability on International Growth”, **Academy of Management Journal**, Vol.43, No.5, pp.909-924.
- AYCI, Ali, (2011), “Pazarlama Karması Açısından yurtdışı Fuarlar: KOSGEB Yurtdışı Fuar Desteklerinden Faydalanan KOBİ’lere Yönelik Bir Araştırma”, **Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 13/3, ss.159-182.
- BAE, Young, Ja, (2003), “Information Technology and the Empowerment of New Actors in International Relations”, **Journal of International and Area Studies**, 10:2, 79-92.
- BARKEMA, Harry G. and Rian, DROGENDIJK, (2007), “Internationalising in Small, Incremental or Larger Steps?”, **Journal of International Business Studies**, pp.1-17.
- BAYRAKTAR, Ulaş, (2005), “Hangi Sivil Toplum, Nasıl Bir Demokrasi? 1990’ların Türkiye’inde Sivil Toplum(lar)”, **Sivil Toplum Dergisi**, Yıl:3, Sayı:9, ss.9-23.

- BEAMISH, Paul W., (1988), **Multinational Joint Ventures in Developing Countries**, London, Routledge.
- BENNETT, Robert J and Paul J.A., ROBSON, (2001), “Exploring the Market Potential and Bundling of Business Association Services”, **Journal of Services Marketing**, Vol. 15, No. 3, pp.222-239.
- BENNETT, Robert J. and Paul J.A., ROBSON, (1999), “The Use of External Business Advice by SMEs in Britain”, **Entrepreneurship&Regional Devepolment**, 11, pp.155-180.
- BENNETT, Robert J. and Mark, RAMSDEN, (2007), “The Contribution of Business Associations to SMEs”, *International Small Business Journal*, Vol.25 (1), pp.49-76.
- BENNETT, Robert J., (1995), “The Logic of Local Business Associations: an Analysis of Voluntary Chambers of Commerce”, **Journal of Public Policy**, Vol.15, No.3 (Sep.-Dec.), pp.251-279.
- BIRCH, Kean and Geoff, WHITTAM, (2008), “The Third Sector and the Regional development of Social Capital”, **Regional Studies**, Vol.42.3, April, pp.437-450.
- BIRLEY, Sue, (1985), “The Role of Networks in the Entrepreneurial Process”, **Journal of Business Venturing**, Vol.1, No.1, Winter, pp.107-117.
- BOBBIO, Norberto, (1993), “Gramsci ve Sivil Toplum Kavramı”, **Sivil Toplum ve Demokrasi: Avrupa’da Yeni Yaklaşımlar**, KEANE, John, (Ed.), Ayrıntı Yayınları: 84, İstanbul.
- BODDEWYN, Jean and Jonathan, DOH, (2011), “Global Strategy and the Collaboration of MNEs, NGOs, and Governments for the Provisioning of Collective Goods in Emerging Markets”, **Global Strategy Journal**, 1, pp.345-361.
- BOZKURT, Ömer ve Turgay, ERGUN, (1998), **Kamu Yönetimi Sözlüğü**, SEZEN, Seriyeye (Ed.), T.O.D.A.İ.E. Yayını, No.283, Ankara.

- BRITTON, Bruce, (1998), **The Learning NGO, International NGO Training and Research Centre**, Occasional Papers Series No:17, <http://www.intrac.org/data/files/resources/381/OPS-17-The-Learning-NGO.pdf>, (18.11. 2013).
- BROWN, L. David, Sanjeev, KHAGRAM, Mark H., MOORE, and Peter, FRUMKIN, (2000), "Globalization, NGOs and Multi-Sectoral Relations", **Hata! Köprü başvurusu geçerli değil.**, (22.10.2012).
- BUCKLEY, Peter J. and Pervez N., GHOURI, (2004), "Globalisation, Economic Geography and the Strategy of Multinational Enterprises", **Journal of International Business Studies**, 35, pp.81-98.
- BUCKLEY, Peter J., (1988), "The Limits of Explanation: Testing The Internalization Theory of The Multinational Enterprise", **Journal of International Business Studies**, Vol. 19, No.2 (Summer), pp.181-193).
- BUCKLEY, Peter J., (1993), "Foreign Direct Investment by Small- and Medium –Sized Enterprises: The Theoretical Background", **The Internationalization of the Firm: A Reader**, Peter J. BUCKLEY and Pervez N. GHOURI, (Ed.), Academic Press, London, pp.91-104.
- BUCKLEY, Peter J., (2002), "Is The International Business Research Agenda Running out of Steam?", **Journal of International Business Studies**, 33, 2, pp.365-373.
- BURT, Ronald S., (1992), "**Structural holes: The social structure of competition**", Cambridge, MA: Harvard University Press, ss.57-91. <http://personal.stevens.edu/~ysakamot/BIA658/man/week4/burt.pdf>, (02.10.2013).
- CARMELI, Abraham, (2004), "Assessing Core Intangible Resources", **European Management Journal**, Vol.22, No.1, pp.110-122.
- CASILLAS, José C. and Francisco J., ACEDO, (2013), "Speed in the Internationalization Process of the Firm", **International Journal of Management Reviews**, Vol.15, pp.15-29.

- CHENG, Hsiang-Lin and Chow-Ming, JOSEPH YU, (2008), “Institutional Pressures and Initiation of Internationalization: Evidence from Taiwanese Small- and Medium-Sized Enterprises”, **International Business Review**, 17, pp.331-348.
- CHETTY, Sylvie and Desiree, BLANKENBURG HOLM, (2000), “Internationalisation of Small to Medium-Sized Manufacturing Firms: A Network Approach”, **International Business Review**, 9, pp.77–93.
- CHRISTOPHER, Martin and Barbara, GAUDENZI, (2009), “Exploiting Knowledge Across Networks Through Reputation Management”, **Industrial Marketing Management**, 38, pp.191-197.
- CHUN, Rosa, (2006), “Innovation and Reputation: An Ethical Character Perspective”, **Innovation and Reputation**, Vol.15, No.1, pp.63-73.
- CİCİOĞLU, Filiz, (2005), “Türk Modernleşmesinde Sivil Toplumun Gelişim Süreci”, **II. Ulusal Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi**, 15-16 Ekim Çanakkale, ss.139-150.
- CİHAN, Ahmet ve İlyas DOĞAN, (2007), **Osmanlı Toplum Yapısı ve Sivil Toplum**, 3F Yayın Evi, Yayın No:20, 1. Basım, İstanbul.
- CLARKE, Gerard, (1998), **Non-Governmental Organizations (NGOs) and Politics in the Developing World Political Studies**, XLVI, pp.36-52.
- COLEMAN, James S., (1988), “Social Capital in the Creation of Human Capital”, **American Journal of Sociology**, 94, pp.95-S120.
- COMCEC, (2013), **Promoting The SMEs Exports in The OIC Member Countries**, **COMCEC Coordination Office**, June. Hata! Köprü başvurusu geçerli değil., (19.11.2013).
- CONTRACTOR, Farok J., Vikas, KUMAR and Sumit K., KUNDU, (2007), “Nature of The Relationship Between International Expansion and Performance: The Case of Emerging Market Firms”, **Journal of World Business**, 42, pp.401–417.

- COVIELLO, Nicole and Hugh, MUNRO, (1997), "Network relationships and the Internationalisation Process of Small Software Firms", **International Business Review**, Vol.6, No.4, pp.361-386.
- COVIELLO, Nicole, (2006), "The Network Dynamics of International New Ventures", **Journal of International Business Studies**, 37(5), pp.713-731.
- CUERVO-CAZURRA, Alvaro, (2011), "Selecting the Country in Which to Start Internationalization: The Non-Sequential Internationalization Model", **Journal of World Business**, 46, pp.426-437.
- CZINKOTA, Michael R. and Ilkka A., RONKAINEN, (1993), **International Marketing**, Third Edition, The Dryden Press, Harcourt Brace College Publishers, Orlando, Florida.
- ÇAHA, Ömer, (2006), **İş Dünyası ve Sivil Toplum**, Türkiye İşadamları ve Sanayiciler Konfederasyonu Araştırma ve İnceleme Dizisi-1, İmak Ofset Basım Yayın San.Tic. Ltd.Şti, İstanbul.
- ÇAHA, Ömer, (2008), **Sivil Toplum, Aydınlar ve Demokrasi**, Plato Yayınları, 1. Baskı, İstanbul.
- ÇAHA, Ömer, (2012), **Aşkın Devletten Sivil Topluma**, Orion Kitabevi-162, Ankara.
- ÇALIŞ, Şaban ve Erdem, ÖZLÜK, (2006), "Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları: İhmal Edilmiş Bir Gerçeklik", **III. Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi**, 9-10 Aralık, Çanakkale, ss.9-19.
- ÇAVUŞGİL, S.Tamer, Gary, KNIGHT and John R., RIESENBERGER, (2008), **International Business: Strategy, Management, and New Realities**, Pearson, New Jersey.
- ÇOTUKSÖKEN, Betül, (2003), "Bilgi-Sivil Toplum-Sivil Toplum Kuruluşu İlişkisi", **Düşünen Sivil Toplum Felsefi Yaklaşımlar-Açılımlar**, Yayına Hazırlayan: Ali ÇAKMAK, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayınları, İstanbul.

- DAHAN, Nicolas M., Jonathan P., DOH, Jennifer, OETZEL and Michael YAZIJI, (2010), "Corporate-NGO Collaboration: Co-creating New Business Models for Developing Markets", **Long Range Planning**, 43, pp.326-342.
- DANAEEFARD, Hassan, A.E., BALUTBAZEH and K.H., KASHI, (2010), "Good Soldiers' Perceptions of Organizational Politics Understanding the Relation Between Organizational Citizenship Behaviors and Perceptions of Organizational Politics: Evidence from Iran", **European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences**, 18, pp.46-162.
- DATTA, Deepak K., Pol, HERRMANN and Abdul A., RASHEED, (2002), "Choice of Foreign Market Entry Modes: Critical Review and Future Directions", **Advances in International Management**, Vol.14, pp.85-153.
- DELIOS, Andrew, Ajai S., GAUR and Shige, MAKINO, (2008), "The Timing of International Expansion: Information, Rivalry and Imitation Among Japanese Firms, 1980–2002", **Journal of Management Studies**, 45:1, pp.169-195.
- DEMİRCİ, Kemal, (2010), "Sivil Toplum Kuruluşları ve Küreselleşme", **Küresel Ekonomi Sorunlar ve Çözüm Önerileri**, Ali, ŞEN, (Ed.), Detay Yayıncılık, Ankara, ss.327-337
- DEMİRCİ, M.Kemal ve Muzaffer, AYDEMİR, (2008), **İşletmelerin Küreselleşme Stratejileri**, Detay Yayıncılık, Ankara.
- DEMİRKAYA, Harun ve Meral, ÇAKIR BERZAH, (2006), "Stratejik Yönetim ve Manipülasyon Aracı olarak Sivil Toplum Kuruluşları", **III. Uluslararası STK'lar Kongresi**, 9-10 Aralık, Çanakkale, ss.9-19.
- DOĞAN, İlyas, (2002), **Özgürlükçü ve Totaliter Düşünce Geleneğinde Sivil Toplum**, Alfa Basım Yayım Dağıtım Ltd.Şti., 1. Baskı, İstanbul.
- DOH, Jonathan P. and Hildy, TEEGEN, (2002), "Nongovernmental Organizations as Institutional Actors in International Business: Theory and Implications", **International Business Review**, 11, pp.665-684.

- DOH, Jonathan P. and Hildy, TEEGEN, (2003), "Conclusion: Globalization and the Future of NGO Influence", **Globalization and NGOs: Transforming Business, Government and Society**, Jonathan P., DOH and Hildy, TEEGEN, (Ed.), Praeger, London, pp.203-221.
- DOH, Jonathan P. and Hildy, TEEGEN, (2003), "Preface: Globalization and NGOs-Why Should We Care", **Globalization and NGOs: Transforming Business, Government and Society**, Jonathan P., DOH and Hildy, TEEGEN, (Ed.), Praeger, London, pp.xi-xxii.
- DOH, Jonathan P., (2003), "Nongovernmental Organizations, Corporate Strategy, and Public Policy: NGOs as Agents of Change", **Globalization and NGOs: Transforming Business, Government and Society**, Jonathan P., DOH and Hildy, TEEGEN, (Ed.), Praeger, London, pp.1-18.
- DUMAN, Fatih, (2003), **Siyaset**, Mümtaz'er, TÜRKÖNE, (Ed.), Lotus Yayınevi:7, 1. Basım, İstanbul.
- DUNNING, John H., (1988), "Trade, Location of Economic Activity and the Multinational Enterprise: A Search for an Eclectic Approach", **Explaining International Production**, Ch.1, pp.13-40, Unwin Hyman, London.
- DUNNING, John H., (1988), "Trade, Location of Economic Activity and the Multinational Enterprise: A Search for an Eclectic Approach", <http://projet-idea.u-strasbg.fr/depotcel/DepotCel/274/Noel%20Alain/2-Dunning%201988.pdf>, ss.13-40. (27.09.2013).
- DUNNING, John H., (1993), **Multinational Enterprises and the Global Economy**, Addison Wesley Publishing Company, Wokingham.
- DUNNING, John H., (2000), "The Eclectic Paradigm as an Envelope for Economic and Business Theories of MNE Activity", **International Business Review**, 9, pp.163-190.
- DUNNING, John. H, and Sarianna M., LUNDAN, (2008), "Institutions and the OLI Paradigm of the Multinational Enterprise", **Asia Pacific Journal of Management**, 25, 4, pp.573-593.

- EDELMAN, Linda F., Mike BRESNEN, Sue NEWELL, Harry SCARBROUGH and Jacky SWAN, (2004), "The Benefits and Pitfall of Social Capital: Empirical Evidence from two Organizations in the United Kingdom", **British Journal of Management**, Vol.15, pp.59-69.
- EIKENBERRY, Angela M., (2009), "Refusing the Market A Democratic Discourse for Voluntary and Nonprofit Organizations", **Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly**, Vol.38, No.4, pp.582-596.
- ELANGO, Balasubramanian, (2004), "Geographic Scope of Operations by Multinational Companies: An Exploratory Study of Regional and Global Strategies" **European Management Journal**, Vol. 22, No. 4, pp. 431–441.
- ERDOĞAN TOSUN, Gülgün, (2001), **Demokratikleşme Perspektifinden Devlet-Sivil Toplum İlişkisi**, Alfa Yayınları, 1. Basım, İstanbul.
- ERDOĞAN TOSUN, Gülgün, (2008), "Sivillik, Karşılıklılık ve Diğerkamlik Eğilimlerinin Gözlenebildiği Sivil Toplum Demokratikleşme Sürecinin Tamamlayıcısı Olacaktır", **Sivil Toplum Kavramı Tartışmaları**, Kaknüs Yayınları:366, Sivil İnisiyatif Serisi:12, 1. Basım, İstanbul, ss.123-139.
- EREN, Erol ve Ayşegül, SAMSUNLU, (2003), "Yabancı Sermaye ve Türkiye’de Elektronik, Kimya ve Toprak Sektörlerinde Faaliyet Gösteren Yatırım Ortaklıklarının Performanslarının İncelenmesi", **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, 4 (1), ss.71-88.
- EREN, Erol, (2005), **Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası**, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 7. Baskı, İstanbul.
- ERIKSSON, Kent E., Jan, JOHANSON, Anders, MAJKGÅRD and D.Deo, SHARMA, (1997), "Experiential Knowledge and Cost in the Internationalization Process", **Journal of International Business Studies**, Vol. 28, No. 2, 2nd Qtr., pp.337-360.
- ERIKSSON, Kent and Sylvie, CHETTY, (2003), "The Effect of Experience and Absorptive Capacity on Foreign Market Knowledge", **International Business Review**, 12, pp.673-695.

- ERIKSSON, Kent, Anders, MAJKGÅRD, and D.Deo, SHARMA, (2000), “Path Dependence and Knowledge Development in the Internationalization Process”, **Management International Review**, 40(4), pp.307–328.
- ERKİLET, Alev, (2008), “Sivil Toplum Söyleminin Kapitalist Dünya-Sistemi Açısından En Önemli İşlevlerinden Biri Depolitizasyondur”, **Sivil Toplum Kavramı Tartışmaları**, Kaknüs Yayınları:366, Sivil İnisiyatif Serisi:12, 1. Basım, İstanbul, ss.73-86.
- ERKUTLU, Hakan ve Süleyman, ERYİĞİT, (2001), “Uluslararasılaşma Süreci”, **Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F.Dergisi**, 3, ss.149-164.
- ERÖZDEN, Ozan, (1997), “STK’lar ve Hukuki Çerçeve de Yenilik Talepleri Üzerine Notlar”, **Merhaba Sivil Toplum**, ULAŞ, Taciser, (Ed.), Helsinki Yurttaşlar Derneği Yayın Dizisi 10, İletişim Yayınları, İstanbul.
- EUROPEAN COMMISSION, (2003), “**Observatory of European SMEs 2003/4: Internationalization of SMEs.**” European Commission Enterprise Publications: Brussels.
- FELDHUSEN, Frederike, Marlene SCHMIDT and Fanny STRAUCH, (2006), “Internationalization Theories and Their Application to One of Sweeden's Most Successful, Exports, **Malardalen University, School Of Business**, Thesis, Spring Term.
- FLETCHER, Margaret and Simon, HARRIS, (2012), “Knowledge Acquisition for the Internationalization of the Smaller Firm: Content and Sources”, **International Business Review**, 21, pp.631-647.
- FORSGREN, Mats, (2002), "The Concept of Leraning in The Uppsala Internationalization Process Model: A Critical Review", **International Business Review**, vol 11, pp.257-277.
- FORSMAN, Maria, Susanna, HINTTU and Sören, KOCK, (2002), “**Internationalization From a SME Perspective**”, **Work in Progress Paper, Department of Management and Organization, Swedish School of Economics and Business**, <http://impgroup.org/uploads/papers/529.pdf>, (10.11.2012).

- FORSSTRÖM, Birgitta and Jan-Åke, TÖRNROOS, (2005), "The Role of Interdependencies for Value Co-Creation in Buyer-Seller Partnerships in Business Markets", **Paper Presented at 21st Annual IMP Conference Rotterdam**, September.
- FREIXANET, Joan, (2011), "Export Promotion Programs: Their Impact on Companies' Internationalization Performance and Competitiveness", **International Business Review**, 21, pp.1065-1086.
- GANKEMA, Harold G.J., Henoch R., SNUIF and Peter ZWART, (2000), "The Internationalization Process of Small and Medium Sized Enterprises: An Evaluation of Stage Theory", **Journal of Small Business Management**, Vol. 38, pp.15-27.
- GEIGER, Rainer, (2012), "Coherence in Shaping The Rules For International Business: Actors, Instruments, and Implementation", **The George Washington International Law Review**, Vol.43, No.2, pp.295-324.
- GILLIGAN, Colin and Linda, GOLDEN, (2009), "Re-Branding Social Good: Social Profit As a New Conceptual Framework", **Academy of Marketing Studies Journal**, Vol.13, No.2, pp. 97-117.
- GILMORE, Audrey and David, CARSON, (1999), "Entrepreneurial Marketing by Networking", **New England Journal of Entrepreneurship**, Fall, 2, 2, pp.31-38.
- GÖLE, Nilüfer, (1998), "Türkiye'de Sivil Toplum Kuruluşları Sempozyumu", **Sivil Toplum Kuruluşları – Üç Sempozyum**, 16-7 Aralık 1994, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı, İstanbul.
- GÖNEL, Aydın ve Hasan, ACILAR, (1998), **Önde Gelen STK'lar**, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayınları, İstanbul.
- GRAVES, Chris and Jill THOMAS, (2006), "Internationalization of Australian Family Businesses: A Managerial Capabilities Perspective", **Family Business Review**, Vol.XIX, No.3, pp.207-224.

- GROSSE, Robert and Alejandro, FONSECA, (2012), "Learning Through Imports in the Internationalization Process", **Journal of International Management**, 18, pp.366-378.
- GULATI, Ranjay, Nitin, NOHRIA and Akbar, ZAHEER, (2000), "Strategic Networks", **Strategic Management Journal**, 21, pp.203-215.
- GÜDER, Nafiz, (2004), **Sivil Toplumcunun El Kitabı**, Sivil Toplum Geliştirme Programı, Yerel Sivil Girişimler Projesi, Ankara.
- GÜNGÖR AK, Bihder, (2005), "Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne Katılım Sürecinin Sivil Toplum Kuruluşlarına Etkileri ve Katkıları", **II. Ulusal Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi** 15-16 Ekim, Çanakkale, ss.185-195.
- HABERMAS, Jürgen, (2002), **Kamusal Yaşamın Yapısal Dönüşümü**, BORA, Tanıl ve Mithat SANCAR (Çev.), İletişim Yayınları, 4. Baskı, İstanbul.
- HAILEY, John and James, Rick, (2004) "Trees Die From the Top: International Perspectives on NGO Leadership Development". **International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations**, Vol. 15, No. 4, pp.343-353.
- HALLÉN, Lars and Finn, WIEDERSHEIM-PAUL, (1993), "Psychic Distance and Buyer-Seller Interaction", **The Internationalization of the Firm: A Reader**, Peter J. BUCKLEY and Pervez N. GHAMRI, (Ed), Academic Press, London, pp.291-302.
- HAMBRICK, Donald C., and Phyllis A., MASON, (1984), "Upper Echelons: The Organization as a Reflection of its Top Managers", **Academy of Management Review**, 9(2), pp.193-206.
- HARRIS, Simon and Colin, WHEELER, (2005), "Entrepreneurs' Relationships for Internationalization: Functions, Origins and Strategies", **International Business Review**, 14, pp.187-207.
- HAVILA, Virpi, Jan, JOHANSON and Peter, THILENIUS, (2004), "International Business-Relationship Triads", **International Marketing Review**, Vol.21, No.2, pp.172-186.

- HERRMANN, Pol and Deepak K., DATTA, (2005), “Relationships Between Top Management Team Characteristics and International Diversification: An Empirical Investigation”, **British Journal of Management**, Vol.16, pp.69-78.
- HOANG, Ha and Antoncic, BOSTJAN, (2003), “Network-based research in entrepreneurship: A critical review”, **Journal of Business Venturing**, 18(2), pp.165–187.
- HOHENTHAL, Jukka, Jan, JOHANSON and Martin, JOHANSON, (2014), “Network Knowledge and Business-Relationship Value in the Foreign Market”, **International Business Review**, 23, pp.4–19
- HORAGUCHI, Haruo and Brian, TOYNE, (1990), “Setting The Record Straight: Hymer, Internationalization Theory and Transaction Cost Economics”, **Journal of International Business Studies**, 21, 3, pp.487-495.
- HOŞGÜLER, Mehmet ve Mehmet B. ULUDAĞ, (2004), **Devletlerarası ve Hükümetler-Dışı Uluslararası Örgütler**, Nobel Yayın Dağıtım, 1. Basım, Ankara.
- HSU, Wen-Tsung, Hsiang-Lan, CHEN and Chia-Yi, CHENG, (2013), “Internationalization and firm performance of SMEs: The Moderating Effects of CEO Attributes”, **Journal of World Business**, 48, pp.1-12.
- <http://euygulama.dpb.gov.tr/devletteskilati/kontrollu/Meslek.aspx>, (04.06. 2013).
- <http://gencmusiad.org.tr/genc-musiad/hakkimizda/amaclarimiz/>, (01.03. 2014).
- http://tr.wikipedia.org/wiki/M%C3%BCstakil_Sanayici_ve_%C4%B0%C5%9F_Adamlar%C4%B1_Derne%C4%9Fi, (01.03. 2014).
- <http://tugiad.org.tr/hakkimizda>, (01.03. 2014).
- <http://www.askon.org.tr/kurumsal-otobiyografi>, (01.03. 2014).
- <http://www.asmmmo.org.tr/>, (04.06.2013).
- <http://www.dernekler.gov.tr/>, (10.06.2013).
- <http://www.esidef.org/kurumsal.php?id=13>, (17.04.2014).

<http://www.marmarafuar.com.tr/?page=101>, (17.03.2014).

<http://www.tumsiad.net/tr/Tumsiad-Etkinlikleri.asp?ID=1883>, (01.03. 2014).

<http://www.tusiad.org.tr/tusiad/tarihce/tusiad-retro/>, (01.03. 2014).

<http://www.tuskon.org/?p=content&cl=kurumsal&l=kurumsal>, (01.03. 2014).

ISETT, Kimberley R., Ines A., MERGEL, Kelly, LEROUX, Pamela A., MISCHEN and R.Karl, RETHEMEYER, (2011), “Networks in Public Administration Scholarship: Understanding Where We Are and Where We Need to Go”, **Journal of Public Administration Research and Theory**, 21, pp.i157–i173.

IVANOVA, Olga and Sylvaine, CASTELLANO, (2012), “Signalling Legitimacy for SMEs Transition Environments – the Case of the Bulgarian IT Sector”, **JEEMS**, pp.398-422.

JANJUHA-JIVRAJ, Shaheena, Lynn MARTIN and Adriana, DANKO, (2012), “Internationalization of a ‘Born-Again Global’: How a Family-Led Crisis Enabled the Realization of Internationalization Opportunities”, **Journal of Small Business and Entrepreneurship**, 25, 2, pp.201-215.

JOHANSEN, Morgen and Kelly, LEROUX, (2012), “Managerial Networking in Nonprofit Organizations: The Impact of Networking on Organizational and Advocacy Effectiveness”, **Public Administration Review**, Vol.73, pp.355-363.

JOHANSON, Jan and Finn, WIEDERSHEIM-PAUL, (1975), “The Internationalization of the Firm – Four Swedish Cases”, **Journal of Management Studies**, October, pp.305-322.

JOHANSON, Jan and Jan-Erik, VAHLNE, (1977), “The Internationalization Process of the Firm—a Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments”, **Journal of International Business Studies**, 8(1), pp.23-32.

JOHANSON, Jan and Jan-Erik, VAHLNE, (1990), “The Mechanism of Internationalization”, **International Marketing Review**, 7 (4), pp.11-24.

- JOHANSON, Jan and Jan-Erik, VAHLNE, (2003), "Business Relationship Learning and Commitment in the Internationalization Process", **Journal of International Entrepreneurship**, 1, pp.83-101.
- JOHANSON, Jan and Jan-Erik, VAHLNE, (2009), "The Uppsala Internationalization Process Model Revisited: From Liability of Foreignness to Liability of Outsidership", **Journal of International Business Studies**, 40, pp.1411-1431.
- JOHANSON, Jan and Lars Gunnar, MATTSSON, (1988), "Internationalisation in Industrial Systems- a Network Approach", **Strategies in Global Competition**, Heiy, HOOD and Jan-Erik, VAHLNE, (Ed.), New York: Croom Helm., pp.287-314.
- JOHANSON, Jan and Lars-Gunnar, MATTSSON, (1993), "Internationalization in Industrial Systems – a Network Approach", *The Internationalization of the Firm: The Internationalization of the Firm: A Reader*, Peter J. BUCKLEY and Pervez N. GHOURI, (Ed), Academic Press, London, pp.303-321.
- JONES, Richard, (2005), "Finding Sources of Brand Value: Developing a Stakeholder Model of Brand Equity", **Journal of Brand Management**, Oct, 13, 1, pp.10-32.
- JONSSON, Sara and Jessica LINDBERGH, (2010), "The impact of institutional impediments and information and knowledge exchange on SMEs' investments in international business relationships", **International Business Review**, 19, pp.548-561.
- KARABULUT, Ali Naci, (2004), "Küreselleşmenin Ticari Hayat Üzerindeki Etkileri", **Mevzuat Dergisi**, 7/26, <http://www.mevzuatdergisi.com/2004/04a/01.htm>, (18.04.2014).
- KASIMOĞLU, Murat, (2003), "Sivil Toplum Kuruluşlarında Bilginin Üretilme, Paylaşılma ve Erişim Biçimleri", **Düşünen Sivil Toplum Felsefi Yaklaşımlar-Açılımlar**, Ali, ÇAKMAK, Ed.), Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayınları, İstanbul.

- KEANE, John, (1993), “Despotizm ve Demokrasi: Sivil Toplum İle Devlet Arasındaki Ayrımın Kökenleri ve Gelişimi 1750-1850”, **Sivil Toplum ve Demokrasi: Avrupa’da Yeni Yaklaşımlar**, John, KEANE, (Ed.), Ayrıntı Yayınları: 84, İstanbul.
- KEANE, John, (1993), **Sivil Toplum ve Devlet: Avrupa’da Yeni Yaklaşımlar**, John, KEANE, (Ed.), Ayrıntı Yayınları: 84, İstanbul.
- KEIM, Gerald (2003), “Nongovernmental Organizations and Business-Government Relations: The Importance of Institutions”, **Globalization and NGOs: Transforming Business, Government and Society**, Jonathan P., DOH and Hildy, TEEGEN, (Ed.), Praeger, London, pp.19-34.
- KEYMAN, Fuat, http://www.siviltoplumakademisi.org.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=473:avrupada-ve-tuerkiyede-sivil-toplum&catid=49:akademik&Itemid=113 (04.01.2013).
- KISS, Andreea N. and Wade M., DANIS, (2008), “Country Institutional Context, Social Networks, and New Venture Internationalization Speed”, **European Management Journal**, 26, pp.388-399.
- KOÇAK, Akın, (1997), “Bir İhracat Karar Süreci Modeli Denemesi” A. Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, Cilt: 52, No: 1-4, Ocak/Aralık, ss. 467-490.
- KORSAKIENĖ, Renata and Manuela, TVARONAVIČIENĖ, (2012), “The Internationalization of SMEs: An Integrative Approach”, **Journal of Business Economics and Management**, Vol.13(2), pp.294-307.
- KOURULA, Arno, (2010), “Corporate Engagement With Non-Governmental Organizations in Different Institutional Contexts – a Case Study of a Forest Products Company”, **Journal of World Business**, 45, pp.395-404.
- KUÇURADI, Ioanna, (2003), “Açılış Konuşması”, **Düşünen Sivil Toplum Felsefi Yaklaşımlar-Açılımlar**, Ali, ÇAKMAK, (Ed.), Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı, İstanbul.
- KUMAR, Vipin S. and Velavan, SUBRAMANIAM, (1997), “A Contingency Framework for the Mode of Entry Decision”, **Journal of World Business**, 32(1), pp.53-72.

- KÜMBÜL GÜLER, Burcu, (2011), “Yoksullukla Mücadelede Sosyal Girişimcilik: Ashoka Üyelerinden Sosyal Yenilikçi Örnek Uygulamalar”, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt:13, Sayı:3, ss.79-111.
- LAMBELL, Richard, Gaby, RAMIA, Chris, NYLAND and Marco, MICHELOTTI, (2008), “NGOs and International Business Research: Progress, Prospects and Problems”, **International Journal of Management Reviews**, Vol:10, Issue:1, pp.75-92.
- LEADBEATER, Charles, (1997), *The rise of the social entrepreneur*. London: Demos.
- LEWIS, David, (2002), “Organization and Management in The Third Sector Toward a Cross-Cultural Research Agenda”, **Nonprofit Management&Leadership**, Vol.13, No.1, Fall, pp.67-83.
- LIBAERS, Dirk and Martin MEYER, (2011), “Highly Innovative Small Technology Firms, Industrial Clusters and Firm Internationalization”, **Research Policy**, 40, pp.1426-1437.
- LIN, Wen-Ting, Yunshi, LIU and Kuei-Yang, CHENG, (2011), “The Internationalization and Performance of a Firm: Moderating Effect of a Firm’s Behavior”, **Journal of International Management**, 17, pp.83-95.
- LINDENBERG, Marc and Coralie, BRYANT, (2001), **Going Global: Transforming Relief and Development NGOs**, Kumarian Press, Bloomfield, USA.
- LU, Jane W. and Paul W., BEAMISH, (2001), “The Internationalization and Performance of SMEs”, **Strategic Management Journal**, 22, pp.565-586.
- LUKASZCZYK, Agnieszka. and Ray A., WILLIAMSON, (2010), “The Role of Space Related Non-Governmental organizations (NGOs) in Capacity Building”, **Advances in Space Research**, 45, ss.468-472.
- LUNENBURG, Fred C., (2010), “Managing Change: The Role of the Change Agent”, **International Journal of Management, Business, and Administration**, Vol.13, Number 1, pp.1-5.

- MAGA, İlker, (2001), “Sivil Toplum Devletin Büyümesidir”, **Sivil Toplum: Devletin Büyümesi**, Yazı-Görüntü-Ses Yayınları, 1. Baskı, İstanbul.
- MÄLÄSKÄ, Minna, Saila, SARANIEMI and Jaana, TÄHTINEN, (2011), “Network Actors’ Participation in B2B SME Branding”, **Industrial Marketing Management**, 40, pp.1144-1152.
- MARANGOZ, Mehmet, (2009), “Küresel Pazar Seçme Kararları ve Giriş Stratejileri”, **Stratejik Küresel Pazarlama**, Necdet, TİMUR ve Alparslan, ÖZMEN, (Ed.), Eflatun Yayınları, 1. Basım, Ankara, ss.210-245.
- MARDİN, Şerif, (2004), **Türkiye’de Toplum ve Siyaset**, İletişim Yayınları, Mümtaz’er, TÜRKÖNE, ve Tuncay, ÖNDER, (Ed.), 12. Baskı, İstanbul.
- MCDUGALL, Patricia Phillips, Scott, SHANE, and Benjamin, M., OVIATT, (1994), “Explaining the Formation of International New Ventures: The Limits of Theories From International Business Research”, **Journal of Business Venturing**, Vol. 9, No. 6, pp. 469-487.
- MELIN, Leif, (1992), “Internationalization as a Strategy Process”, **In Strategic Management Journal**, Vol. 13, pp.99–118.
- MILLAR, Carla C.J.M., Chong Ju, CHOI and Stephen, CHEN, (2004), “Global Strategic Partnerships between MNEs and NGOs: Drivers of Change and Ethical Issues”, **Business and Society Review**, 109:4, pp.395–414.
- MIRONOV-DURET, Gabriela, Aida Mariana, CÎMPEANU, Adriana, MĂRGĂRIT and Sergiu Ionel PÎRJU, (2011), “The Internationalization and Globalization of Business Mechanisms and Motivations”, **International Conference of Scientific Paper**, Afases, Brasov, 26-28 May, pp.85-90.
- MOEN, Qystein and Per, SERVAIS, (2002), "Born Global or Gradual Global? Examining the Export Behavior of Small and Medium Sized Enterprises", **Journal of International Marketing**, Vol. 10, (3), pp. 49-72.
- MOEN, Qystein, Morten, GAVLEN and Iver, ENDRESEN, (2004), “Internationalization of Small Computer Software Firms”, **European Journal of Marketing**, 38(9/10), pp.1236–1251.

- MUSTEEN, Martin, John, FRANCIS and Deepak K., DATTA, (2010), "The influence of international network on internationalization speed and performance: A Study of Czech SMEs", **Journal of World Business**, 45, pp.197-205.
- MUTLU, Esin Can, (2005), **Uluslararası İşletmecilik**, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 2. Baskı, İstanbul.
- NAHAPIET, Janine, and Sumantra, GHOSHAL, (1998), "Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage", **Academy of Management Review**, 23, pp.242–266.
- NAKWA, Karantarat, Girma, ZAWDIE and Patarapong, INTARAKUMNERD, (2012), "Role of Intermediaries in Accelerating the Transformation of Inter-Firm Networks into Triple Helix networks: A Case Study of SME-Based Industries in Thailand", **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 52, pp.52-61.
- NALINAKUMARI, Brijesh and Richard MACLEAN, (2005), "NGOs: A Primer on the Evolution of the Organizations That Are Setting the Next Generation of "Regulations", **Environmental Quality Management**, Summer, pp.1-10.
- NEOCLEOUS, Mark, (1995), "From Civil Society to the Social", **The British Journal of Sociology**, Vol.46, No.3, September, pp.395-408.
- NEOCLEOUS, Mark, (1995), "From civil society to the social", **The London School of Economics and Political Science**, Vol.46, Issue 3, pp.395-403.
- NEOCLEOUS, Mark, (1995), "From civil society to the social", **The London School of Economics and Political Science**, Vol.46, Issue 3, pp.395-403.
- NGUGI, Isaac K., Rhona E., JOHNSEN and Peter ERDÉLYI, (2010), "Relational Capabilities for Value Co-creation and Innovation in SMEs", **Journal of Small Business and Enterprise Development**, Vol.17, No.2, pp.260-278.
- NIELSEN, Bo Bernhard and Sabina NIELSEN, (2011), "The Role of Top Management Team International Orientation in International Strategic Decision-Making: The Choice of Foreign Entry Mode", **Journal of World Business**, 46, pp.185-193.

- Nielsen, Deepak K., Pol, HERRMANN and Abdul A., RASHEED, (2002), "Choice of Foreign Market Entry Modes: Critical Review and Future Directions", **Advances in International Management**, Vol.14, pp.85-153.
- O'DONNELL, Aodheen, (2004), "The Nature of Networking in Small Firms", *Qualitative Market research: An International Journal*, Vol.7, Num.3, pp.206-217.
- O'DONNELL, Aodheen, Audrey, GILMORE, Darryl, CUMMINS and David, CARSON, (2001), "The Network Construct in Entrepreneurship Research: A Review and Critique", **Management Decision**, 39/9, pp.749-760.
- OETZEL, Jennifer and Jonathan P., DOH, (2009), "MNEs and Development: A Review and Reconceptualization", **Journal of World Business**, 44, pp.108-120.
- OJALA, Arto, (2008), "Entry in a Psychically Distant Market: Finnish Small And Medium-Sized Software Firms in Japan", **European Management Journal**, vol 26, pp.135-144.
- OJALA, Arto, (2009), "Internationalization of Knowledge-Intensive SMEs: The Role of Network Relationships in the Entry to a Psychically Distant Market", **International Business Review**, 18, pp.50-59.
- OLEJNIK, Edith and Bernhard, SWOBODA, (2012), "SME's Internationalisation Patterns: Descriptives, Dynamics and Determinants", **International Marketing Review**, Vol.29, No.5, pp.466-495.
- OVIATT, Benjamin M. and Patricia P., MCDOUGALL, (2005), "Defining International Entrepreneurship and Modeling the Speed of Internationalization", **Entrepreneurship Theory and Practice**, April, pp.537-553.
- ÖZDAMAR, Kazım, (2011), **Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi**, Kaan Kitabevi, 8. Baskı, Eskişehir.
- ÖZDEN, Kemal, (2008), "Sivil Toplum ve Sivil Toplum Kuruluşları", **Sivil Toplum Kuruluşlarında Yönetim**, COŞKUN, Ali, (Ed.), Seçkin Yayıncılık, Ankara.

- ÖZTÜRK, Sevgi Ayşe, (2006), **Küresel Sınırları Zorlamak Uluslararasılaşma Süreci ve Sınırları Zorlayan İşletmeler**, Ekin Kitabevi, Bursa.
- ÖZÜERMAN, Tülay, (2005), “Türkiye’de Sivil Toplumun Engelleri”, **II. Ulusal Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi** 15-16 Ekim, Çanakkale, ss.507-516.
- PARKER, A.Rani, (2003), “Prospects for NGO Collaboration with Multinational Enterprises”, **Globalization and NGOs: Transforming Business, Government and Society**, DOH, Jonathan P. and Hildy, TEEGEN (Ed.), Praeger, London, pp.81-105.
- PEDERSEN, Esben R.G. and Janni T., PEDERSEN, (2013), “The Rise of Business-NGO Partnerships”, **The Journal of Corporate Citizenship**, 50, Jun., pp.6-19.
- PELTIER, James W. and G.M., NAIDU, (2012), “Social Networks Across the SME Organizational Lifecycle”, **Journal of Small Business and Enterprise Development**, Vol.19, No.1, pp.56-73.
- PHATAK, Arvind V., (1989), **Uluslararası Yönetim**, Kent Uluslararası İşletmecilik Dizisi, İşletme fakültesi yayın no:213, Atilla Baransel ve Tomris, Somay, (Çev.), İşletme İktisadı Enstitüsü Yayın no: 108.
- PODSAKOFF, Philip N. and Scott B., MACKENZIE, (1994), “Organizational Citizenship Behavior and Sales Unit Effectiveness”, **Journal of Marketing Research**, 31, pp.351-363.
- PORTER, Michael E., (2000), “Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy”, **Economic Development Quarterly**, Vol.14, No.1, February, pp.15-34.
- PROVAN, Keith G. and Patrick, KENIS, (2008), “Modes of Network Governance: Structure, Management, and Effectiveness”, **Journal of Public Administration Research and Theory**, 18(2), pp.229-252.
- PROVAN, Keith G., and H. Brinton MILWARD, (2001), “Do Networks Really Work? A Framework for Evaluating Public-Sector Organizational Networks”, **Public Administration Review**, 61(4), pp.414–23.

- PRUNELLO, Josè, (2013), **The Role of TPOs in Promoting SMEs' Exports**, 1st Meeting of the COMCEC Trade Working Group Ankara, 20th June, <http://www.comcec.org/UserFiles/Files/WG/Trade/1/Prunello.pdf>, (19.11.2013).
- ROTH, Kendall, (1995). "Managing international interdependence: CEO characteristics in a resource-based framework", **Academy of Management Journal**, 38(1), pp.200–231.
- RUZZIER, Mitja, Mostjan, ANTONCIC, Robert DI, HISRICI and Maja, KONECNIK, (2007), "Human Capital and SME Internationalization: A Structural Equation Modeling Study", **Canadian Journal of Administrative Sciences**, 24, pp.15-29.
- SAKA, Ayse, (2003), "Internal Change Agents' View of the Management of Change Problem", **Journal of Organizational Change Management**, Vol. 16, No.5, pp.480-496.
- SAMBHARYA, Rakesh B., (1996), "Foreign Experience of Top Management Teams and International Diversification Strategies of U.S. Multinational Corporations", **Strategic Management Journal**, 15, pp.739-746.
- SANDBERG, Susanne, (2014), "Experiential Knowledge Antecedents of the SME Network Node Configuration in Emerging Market Business Networks", **International Business Review**, 23, pp.20-29.
- SANDERS, WM.Gerard and Mason A., CARPENTER, (1998), "Internationalization and Firm Governance: The Roles of CEO Compensation, and Board Structure", **Academy of Management Journal**, Vol.41, No.2, pp.158-178.
- SAPIENZA, Harry J., Erkko, AUTIO, Gerard, GEORGE and Shaker A., ZAHRA, (2006), "A Capabilities Perspective on the Effects of Early Internationalization on Firm Survival and Growth", **Academy of Management Review**, Vol.31, No.4, pp.914-933.
- SARIBAY, Ali Yaşar, (2000), **Kamusal Alan Diyalojik Demokrasi Sivil İtiraz**, Alfa Basım Yayım Dağıtım Ltd.Şti, 1. Baskı, İstanbul.

- SARIKAYA, Muammer ve Alpaslan, YÜCE, (2009), “Sosyal Girişimcilik Faaliyetlerinin Reklamlara Yansıması”, **Çanakkale VI. Uluslararası STK’lar Kongresi**, Ekim, ss.29-35.
- SARIKAYA, Muammer, (2010), “Üçüncü Sektörde Yönetmel ve Kavramsal Dönüşüm: Sosyal Kâr Amaçlı Örgütler”, **C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, Cilt:11, Sayı:1, ss.87-100.
- SAVRAN, Gülnur, (1987), **Sivil Toplum ve Ötesi**, Alan Yayıncılık, İstanbul.
- SCHEPERS, Donald H., (2006), “The Impact of NGO Network Conflict on the Corporate Social Responsibility Strategies of Multinational Corporations”, **Business and Society**; 45, 3, ss.282-299.
- SCHILLER, Ben, (2005), “**Ethical Corporation Report Business-NGO Partnerships**” <http://earthmind.net/ngo/docs/partnerships-overview.pdf>, (30.10. 2012).
- SHIVA, Mahalinga and Santanu, ROY, (2008), “A Conceptual Model of Transformational Leadership, Organizational Culture and Organizational Effectiveness for NGOs in the Indian Context”, **The Icfaian Journal of Management Research**, Vol. VII, No. 4, pp. 63-73.
- SIRMON, David G., and Michael A., HITT, (2003) “Managing Resources: Linking Unique Resources, Management, and Wealth Creation in Family Firms”, **Entrepreneurship Theory & Practice**, 27(4), pp.339–358.
- TALAT ARSLAN, Nagehan, (2004), “Kar Amaçsız Örgütler ve Stratejik Yönetim”, **C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi**, Aralık, Cilt:28, No.2, ss.155-172.
- TATE, Wendy, L., Lisa M., ELLRAM and Ismail GOLGECI, (2013), “Diffusion of Environmental Business Practices: A Network Approach”, **Journal of Purchasing&Supply Management**, 19, pp.264-275.
- TAYFUN, Recep, (2009), “Sosyal Girişimcilik ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk İlişkisinin Halkla İlişkiler Açısından Önemi”, **Çanakkale VI. Uluslararası STK’lar Kongresi**, Ekim, ss.61-69.

- TAYŞİR, Eyüp Aygün, Yener PAZARCIK ve Erkan TAŞKIRAN, (2009), “Vergi Kanunlarında Yapılan Düzenlemelerin Sivil Toplum Kuruluşları Üzerindeki Etkilerini Öngörmeye Yönelik Hipotezler”, **VI. Uluslararası STK’lar Kongresi “Sosyal Girişimcilik”** 23-25 Ekim, Çanakkale.
- TEEGEN, Hildy, Jonathan P., DOH, and Sushil, VACHANI, (2004), “The Importance of Nongovernmental Organizations (NGOs) in Global Governance and Value Creation: An International Business Research Agenda”, **Journal of International Business Studies**, Vol. 35, Number:6, pp. 463-483.
- THOMPSON, John L., (2002), “The World of the Social Entrepreneur”, **The International Journal of Public Sector Management**, 14, 4/5, pp.412-431.
- TIHANYI, Laszlo, and Wayne B., THOMAS, (2005), “Information processing demands and the multi- national enterprise: A comparison of foreign and domestic earnings estimates”, **Journal of Business Research**, 58(3), pp.285–292.
- TUNÇAY, Mete (2003). “Sivil Toplum Kuruluşlarıyla İlgili Kavramlar” **Sivil Toplum Düşünce & Araştırma Dergisi**, Yıl:1, Sayı:1, ss.9-13.
- TURNBULL, Peter W., (1993), “A Challenge to the Stages Theory of the Internationalization Process”, **The Internationalization of the Firm: A Reader**, Peter J. BUCKLEY and Pervez N. GHOURI, (Ed). Academic Press, London, pp.172-185.
- TUSEV, (1996), **Türk Vakıfları**, BALOĞLU, Zekai (Ed.), TÜSEV yayınları No.3, İstanbul.
- TUSEV, (2011), **Türkiye’de Sivil Toplum: Bir Dönüm Noktası CIVICUS Uluslararası Sivil Toplum Endeksi Projesi (STEP) Türkiye Ülke Raporu II**, TÜSEV Yayınları, No:51, İstanbul.
- TUSEV, (2013), **Anayasa Kamu-STK İlişkileri Gönüllülük Örgütlenme Özgürlüğü Van Depremi**, Sivil Toplum İzleme Raporu, No.58, TÜSEV Yayınları, İstanbul.

- TÜRKER, Masum ve Esin Okay, ÖRERLER, (2004), **Türk İşletmelerinin Küresel İşletme Haline Getirilmesi Yolları**, İstanbul Ticaret Odası, Yayın No.2004-60. İstanbul.
- Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı, (2004), **AB Uyum Süreci ve STK'lar**, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayınları, İstanbul.
- UĞUR, Aydın, (1997), “Yeni Demokrasinin Yeni Aktörleri: STK'lar”, **Merhaba Sivil Toplum**, ULAŞ, Taciser (Ed.), Helsinki Yurttaşlar Derneği Yayın Dizisi 10, İletişim Yayınları, İstanbul.
- ULAGA, Wolfgang, (2001), “Customer Value in Business Markets an Agenda for Inquiry”, **Industrial Marketing Management**, 30, pp.315-319.
- ULAŞ, Dilber, (2009), **Küreselleşme Sürecinde Dışa Açılma Stratejileri**, Nobel Yayın Dağıtım, 1.Basım, Ankara.
- ULUSOY, Osman ve M.Cem, DANACI, “Küresel Sorunların Çözümünde Bir Model Olarak Sosyal Girişimcilik Ve Sosyal Girişimciliğin Finansman Boyutuyla Değerlendirilmesi”, **Çanakkale VI. Uluslararası STK'lar Kongresi**, Ekim, ss.49-60.
- UZUNOĞLU, Ebru ve Burcu ÖKSÜZ, (2008), “Kurumsal İtibar Riski Yönetimi: Halkla İlişkilerin Rolü”, **Selçuk İletişim**, 5, 3, ss.111-123.
- ÜLGEN, Hayri ve S.Kadri, MİRZE, (2010), **İşletmelerde Stratejik Yönetim**, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 5. Baskı, İstanbul.
- VACHANI, Sushil, Jonathan P., DOH and Hildy, TEEGEN, (2009), “NGOs' Influence on MNEs' Social Development Strategies in Varying Institutional Contexts: A Transaction Cost Perspective”, **International Business Review**, 18, pp.446-456.
- VALENTINA, Ndou and Giuseppina, PASSIANTE, (2012), “Özümseme Kabiliyetinin Değer Yaratma Üzerindeki Etkileri”, (Çev: Engin Bayraktaroğlu), Ed.Deniz Küçükusta, Anatolia: **Turizm Araştırmaları Dergisi**, Cilt 23, Sayı 1, Bahar:99-111.

- WANG, Jinmin and Michael Z., NGOASONG, (2012), "The Internationalization Process of Chinese SMEs: Does Globalizing Wholesale Markets Play a Role", **Strategic Change**, 21, pp.143-157.
- WEBB, Justin W., Geoffrey M., KISTRUCK, R.Duane, IRELAND and Davit J., KETCHEN, Jr, (2010), "The Entrepreneurship Process in Base of the Pyramid Markets: The Case of Multinational Enterprise/Nongovernment Organization Alliances", **Entrepreneurship Theory and Practice**, May, pp.555-581.
- WELCH, L.S. and R., LUOSTARINEN, (1988), "Internationalization: Ecolution of a Concept", **The Internationalization of the Firm: A Reader**, Peter J. BUCKLEY ve Pervez N. GHOURI, (Ed), Academic Press, London, pp.155-171.
- WELCH, L.S. and R.LUOSTARINEN, (1993), "Internationalization: Evolution of a Concept", **The Internationalization of the Firm: A Reader**, Peter J. BUCKLEY ve Pervez N. GHOURI, (Ed). Academic Press, London, pp.155-171.
- WELTER, Friederike, (2012), "All You Need is Trust? A Critical Review of the Trust and Entrepreneurship Literature", **International Small Business Journal**, 30(3), pp.193-212.
- WERKER, Eric and Faisal Z., AHMED, (2008), "What Do Nongovernmental Organizations Do?", **Journal of Economic Perspectives**, Vol.22, Number:2, pp.73-92.
- WESTPHAL, James D., Steven, BOIVIE and Daniel Han Ming, CHING, (2006), "The Strategic Impetus for Social Network Ties: Reconstituting Broken CEO Friendship Ties", **Strategic Management Journal**, 27, pp.425-445.
- WILLETS, Peter, (2002), "What is Non-Governmental Organizations?", **UNESCO Encyclopaedia of Life Support Systems, Section 1 Institutional and Infrastructure Resource Issues**, Article 1.44.3.7.
- WILTS, Arnold and Marloes, MEYER, (2005), "Small Firm Membership in National Trade Associations", **Journal of Public Affairs**, 5, pp.176-185.

- WOOD, Eric, Susanna, KHAVUL, Liliana, PEREZ-NORDTVEDT, Srinivas, PRAKHYA, Raul Velarde, DABROWSKI and Congcong, ZHENG, (2011), “Strategic Commitment and Timing of Internationalization from Emerging Markets: Evidence from China, India, Mexico and South Africa”, **Journal of Small Business Management**, 49(2), pp.252-282.
- WORLD BANK, (1989), Involving Nongovernmental Organizations in World Bank-Supported Activities, Operational Directive 14.70 dated August 28, 1989, <http://www.gdrc.org/ngo/wb-ngo-directive.html>, Erişim Tarihi: 09.10.2012.
- YALVAÇ, Faruk, (2008), **Hegel’in Uluslararası İlişkiler Kuramı: Dünya Tini, Devlet ve Savaş**, Phoenix Yayınevi, Uluslararası İlişkiler ve Siyaset Teorisi Dizisi-3, Ankara.
- YALVAÇ, Faruk, (2008), **Rousseau ve Uluslararası İlişkiler**, Phoenix Yayınevi, Uluslararası İlişkiler ve Siyaset Teorisi Dizisi-2, 3. Baskı, Ankara.
- YAZICI, Erdiñ, (2001), “Endüstri İlişkileri Sisteminde Değişimi Üreten Temel Dinamikler”, **G.Ü.İ.İ.B.F.Dergisi**, 3, ss.1-12.
- YEL, Ali Murat, (2008), “Sivil Toplum ve Demokrasi”, **Sivil Toplum Kavramı Tartışmaları**, Kaknüs Yayınları:366, Sivil İnisiyatif Serisi:12, 1. Basım, İstanbul, ss.141-158.
- YEUNG, Anne Birgita, (2006), “In Search of a Good Society, Introduction to Altruism Theories and Their Links with Civil Society”, **Civil Society Working Papers**, Number 25, The Centre for Civil Society, Department of Social Policy, London School of Economics and Political Science.
- YILDIRIM, İbrahim, (2004), **Demokrasi Sivil Toplum Kuruluşları ve Yönetişim**, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- YILMAZ, Aytekin, (2012), **Küresel Dünyada Uluslararası İlişkiler**, Kadim Yayınları, 1. Baskı, Ankara.
- ZIGGERS, Gerrit, Willem and Brian, TJEMKES, (2010), “Dynamics in Inter-Firm Collaboration: The Impact of Alliance Capabilities on Performance”, **International Journal on Food System Dynamics**, 2, pp.151-166.
- ZYGLIDOPOULOS, Stelios C., (2005), “The Impact of downsizing on Corporate Reputation”, **British Journal of Management**, Vol.16, pp.253-259).

DİZİN

A

Ağ, vii, ix, 19, 22, 23, 28, 30, 31, 91,
93, 94, 95, 97
Ağ Bağlantıları, ix, 91, 93
Ağ Teorisi, vii, 22
Aracı İlişkiler, x, 98

B

Bilgi, viii, ix, 30, 33, 34, 83, 86, 88, 96,
119, 120, 135, 136, 140
Bilgi Elde Etme, ix, 86

D

Danışmanlık, ix, 89
Davranışsal Yaklaşım, vii, 18
Değer, 78, 159
Değişim Aktörü, 87, 88, v, xii, 121
Devlet Desteği, ix, 82
Dış Kurumsal Bilgi, ix, 88

E

Eğitim, ix, 89, 119
Eklektik Teori, vii, 13, 17
Ekonomik Yaklaşım, vii, 13

F

Formal İlişkiler, x, 97
Fuar, 81, 136

G

Güven, ix, 91, 93, 94, 97

İ

İçselleştirme Teorisi, vii, 13, 16
İletişim, ix, 81, 91, 92, 144, 146, 152,
159
İnformal İlişkiler, ix, 95
İş Bilgisi, ix, 88
İşlem Maliyeti Teorisi, vii, 13, 15
İtibar, ix, 76, 77, 159

K

Kaynak Temelli Teori, vii, 13, 18
Küresel Endüstri Şartları, viii, 28
Küreselleşme, 70, 71, 141, 159

M

Monopolcü Üstünlük Teorisi, vii, 13

R

Risk Yönetimi, ix, 74

S

Sivil Toplum Kuruluşları Roller, 122
Sivil Toplum Kuruluşu, viii, xiii, 46,
127, 140
Sosyal Etkinlikler, ix, 80

T

Teknoloji Kullanımı, ix, 83
Ticari Birlik, v, 132, 133
Toplumsal Meşruiyet, ix, 75

Türkiye’de Sivil Toplum Kuruluşları,
145

U

Uluslararasılaşma, v, vii, viii, ix, xii, 5,
7, 9, 12, 19, 29, 31, 33, 34, 87, 88, 89,
93, 122, 134, 144, 155
Uluslararasılaşma Aşamaları, vii, 9
Uluslararasılaşma Bilgisi, ix, 87
Uluslararasılaşma Nedenleri, vii, 7
Uppsala Teorisi, vii, xii, 19, 21
Uzmanlık Yoluyla Değer Yaratma, ix,
78

Ü

Üçüncü Sektör, viii, xii, xiii, 48, 50, 157
Ürün Yaşam Döngüsü Teorisi, vii, 13,
15
Üyelik, ix, 80

Y

Yenilik Bağlantılı Teoriler, vii, 19, 22
Yenilikçilik, x, 99