

Dunning'in Sahiplik Avantajının Otel ve Benzeri Konaklama İşletmelerinin Performansı Üzerine Etkisi: OECD Ülkeleri Örneği

(The Effect of Dunning's Ownership Advantage on the Performance of Hotels and Similar Accommodation: The Case of OECD Countries)

Fehmi Buğra ERDAL ^a Mustafa Can KÜÇÜKER ^b Eşref Uğur ÇELİK ^c

^a Atılım Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği, Ankara, Türkiye. bugra.erdal@atilim.edu.tr

^b Atılım Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İktisat Bölümü, Ankara, Türkiye. mustafa.kucuker@atilim.edu.tr

^c Atılım Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İktisat Bölümü, Ankara, Türkiye. esref.celik@atilim.edu.tr

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
Anahtar Kelimeler: Dunning Sahiplik Avantajı Eklektik Paradigma OLI modeli Uluslararasılaşma Teorileri	Amaç – Bu çalışma uluslararasılaşma teorilerinden biri olan Eklektik Paradigma ve bu paradigmanın unsurlarından biri olan sahiplik avantajının OECD’de bulunan oteller ve benzeri konaklama yerlerinde (NACE=5510) faaliyet gösteren şirketlerin performansına etkisini ölçmektir. Yöntem – Çalışmada; OECD ülkelerinde bulunan otel ve benzeri 105 konaklama işletmelerinin verileri ile kurulan model, panel veri yöntemi ile incelenmiştir. Model ilk olarak OECD ülkesinde faaliyet gösteren 73 şirketin 10 yıllık verisi (2010-2019) ile incelenmiş ardından modele Türkiye eklenerek 4 yıllık (2015-2018) veri ile tekrar incelenmiş ve sonuçlar ayrı ayrı açıklanmıştır. Bulgular – Çalışmanın sonucunda ilk olarak OECD ülkelerinde faaliyet gösteren otel ve benzeri konaklama yerlerinin sahiplik avantajının firma performansı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Analiz sonuçları bu şirketler için her iki modelde de firma büyüklüğünün performansa etkisi olmadığını ortaya koyarken, maddi olmayan duran varlıkların performansa etkisini ortaya koymuştur. Birinci modelde çalışan başına ciro performans ilişkisi anlamsız çıkarken bu değişken ikinci modelde anlamlı çıkmıştır. Yine bu şirketler için birinci modelde uluslararası ortaklık payının %10 - %50 arasında firma performansına etki ettiği görülmüştür. Kurulan ikinci modelde bu değişken anlamsız çıkmıştır ve modelden dışlanmıştır. Tartışma – Araştırmanın sonuçları kurulan modelin daha da genişletilebileceğine dair kanıtlar sunmaktadır. Veri kısıtlılığı buradaki temel sorun olmaktadır. Kurulan model sahiplik avantajını ölçmek ile beraber eklektik paradigmanın diğer unsurları hakkında bilgi vermemektedir. İlerleyen çalışmalarda model bu yönde yeniden oluşturularak literatüre katkı vermesi beklenebilir.
Gönderilme Tarihi 17 Mart 2021 Revizyon Tarihi 30 Mayıs 2021 Kabul Tarihi 10 Haziran 2021	
Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi	

ARTICLE INFO	ABSTRACT
Keywords: Dunning Ownership Advantage Eclectic Paradigm OLI model Internationalization Theories	Purpose – The purpose of this study is to measure the effect of the Eclectic Paradigm, one of the internationalization theories, and the ownership advantage (OLI Model), one of the elements of this paradigm, on the performance of companies operating in OECD hotels and similar accommodation (NACE = 5510). Design/methodology/approach – The method of the study is to examine data of 105 hotels and similar hotels in OECD countries using the panel data method with established model. The model operates as the company's 10-year data for 73 OECD countries (2010-2019) and then examined again by adding a model in Turkey examined four years (2015-2018) of data and results are disclosed separately. Findings – As a result of the study, firstly, the effect of ownership advantage of hotels and similar accommodation places operating in OECD countries on firm performance was examined. The results of the analysis revealed that firm size has no effect on performance in both models for these companies, while the effect of intangible fixed assets on performance is revealed. While the relationship between performance on turnover per employee was found to be insignificant in the first model, this variable was found to be significant in the second model. Again for these companies, in the first model, it has been observed that the international partnership share affects the firm performance between 10% and 50%. In the second model established, this variable was found to be meaningless and was excluded from the model. Discussion – The results of the research provide evidence that the established model can be further expanded. Data limitation is the main problem here. The established model does not provide information about the other elements of the eclectic paradigm, although it measures the ownership advantage. In future studies, the model can be reconstructed in this direction and it can be expected to contribute to the literature.
Received 17 March 2021 Revised 30 May 2021 Accepted 10 June 2021	
Article Classification: Research Article	

Bu çalışma, Erdal (2021) doktora tezinde oluşturulan “Sahiplik Avantajının İşletme Performansına Etkisi” modeli temel alınarak gerçekleştirilmiştir.

Önerilen Atıf/ Suggested Citation

Erdal, F.B., Küçükler, M.C. Çelik, E.U. (2021). Dunning'in Sahiplik Avantajının Otel ve Benzeri Konaklama İşletmelerinin Performansı Üzerine Etkisi: OECD Ülkeleri Örneği, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13 (2), 1273-1287.

1. GİRİŞ

Dunning'in Eklektik Paradigmasının (Diğer bir ifade ile OLI modelinin) sahiplik unsurunun ele alındığı çalışmada ilk olarak uluslararasılaşma kavramı ele alınmıştır. Daha sonra kısaca uluslararasılaşma teorileri ele alınmış ve özellikle işletmelerin uluslararasılaşma teorileri açıklanarak, doğrudan yabancı yatırım temelli açıklamalardan birisi olan Eklektik Paradigmanın üzerinde durulmuştur. Çalışmanın amacı eklektik paradigmanın unsurlarından olan sahiplik avantajının firma performansına etkisi ölçmektir. Bu amaçla sahiplik avantajının OECD ülkelerinde bulunan oteller ve benzeri konaklama işletmelerinin (NACE:5510) performansına olan etkisi panel veri yöntemi ile incelenmek üzere ekonometrik bir model kurulmuştur. Model kurulurken literatürde yapılan çalışmalar incelenerek eksik olan noktalar tespit edilmiştir. Bu alanda yapılan ekonometrik çalışmaların sayıca az olması bu çalışmanın yapılmasını zaruri kılmıştır. Kurulan model 2 farklı veri setiyle test edilmiştir. İlk kurulan model OECD'ye üye 18 ülkedeki 73 şirketin 10 yıllık verisi (2010-2019) ile test edildikten sonra ikinci kez bu sefer modele Türkiye'nin eklenmesiyle OECD'ye üye 19 ülkedeki 105 şirket için 4 yıllık veri (2015-2018) ile tekrar test edilmiştir. Model kurulurken işletme performansı bağımlı değişken olarak ele alınmıştır. Bu bağımlı değişkeni etkilediği düşünülen işletme büyüklüğü, çalışan başına ciro ve maddi olmayan duran varlıklar modele bağımsız değişken olarak eklenmiştir. Bununla beraber işletme performansını etkilediği düşünülen uluslararası sahiplik düzeyi 3 farklı kategoride modele kukla değişken olarak eklenmiştir.

Araştırmanın temel sorusunu teşkil eden "OECD ülkelerindeki otel ve benzeri konaklama işletmeleri için sahiplik avantajının işletme performansı üzerine etkisi nedir?" problemi, araştırmanın ana problemi olarak kabul edilmiştir. Bu amaçla yapılan literatür araştırmasından sonra araştırmanın modeli kurulmuştur. Araştırmanın ana problemini teşkil eden işletme performansı, "PERF" bağımlı değişken olarak modele koyulmuştur. İşletme performansı [(Brüt kâr/Faaliyet geliri)*100] şeklinde formülize edilmiştir. Burada 19 farklı OECD ülkesinde farklı vergi dilimleri olabileceğinden performans ölçümünde net kârlılık yerine brüt kârlılık kullanılmıştır. İşletme performansını sahiplik unsurunu da temsil edecek şekilde ölçebilmek için 3 bağımsız değişken modele eklenmiştir. Bu 3 bağımsız değişkenden ilki işletme büyüklüğünü temsil eden "SIZE" değişkenidir. İşletme büyüklüğü 4 farklı kategoride değerlendirilerek modele eklenmiştir. Diğer bir bağımsız değişken çalışan başına ciroyu temsilen modele eklenen "PROD" değişkenidir. Bu değişken [Faaliyet Kârı/ Çalışan sayısı] şeklinde formülize edilmiştir. Modele eklenen son bağımsız değişken maddi olmayan duran varlıkları temsilen "IFA" değişkenidir. Bu değişken işletmelerin finansal tablolarında yer alan "Maddi Olmayan Duran Varlıklar" kaleminden direkt olarak alınmıştır. Bu değişkenlerin yanı sıra modele "DÜŞÜK" %1 - %10, "ORTA" %11 - %50 ve "YÜKSEK" %51 - %100 arasında uluslararası ortaklık payı olan işletmeleri simgeleyen kukla değişkenler eklenmiştir. "YÜKSEK" olarak belirlenen kukla değişken baz kategori olarak belirlenmiştir. Kurulan bu model çalışmanın amacına uygun olacak şekilde literatür araştırmasından sonra oluşturulmuştur.

Analiz sonuçlarına göre sahiplik avantajının kurulan 2 modelde de pozitif bir etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Bununla beraber kurulan iki modelde de işletme büyüklüğünün performansa bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Nitelikli iş gücünü simgeleyen çalışan başına ciro ilk kurulan modelde anlamsız çıkarken Türkiye modele eklendiğinde anlamlı çıkmıştır. Uluslararası sahiplik düzeyinin ilk kurulan modelde %10 - %50 arasında işletme performansına anlamlı bir etkisi ortaya çıkarken, Türkiye'nin eklendiği ikinci modelde bir etkisi olmadığı ortaya çıkmış ve modelden dışlanmıştır.

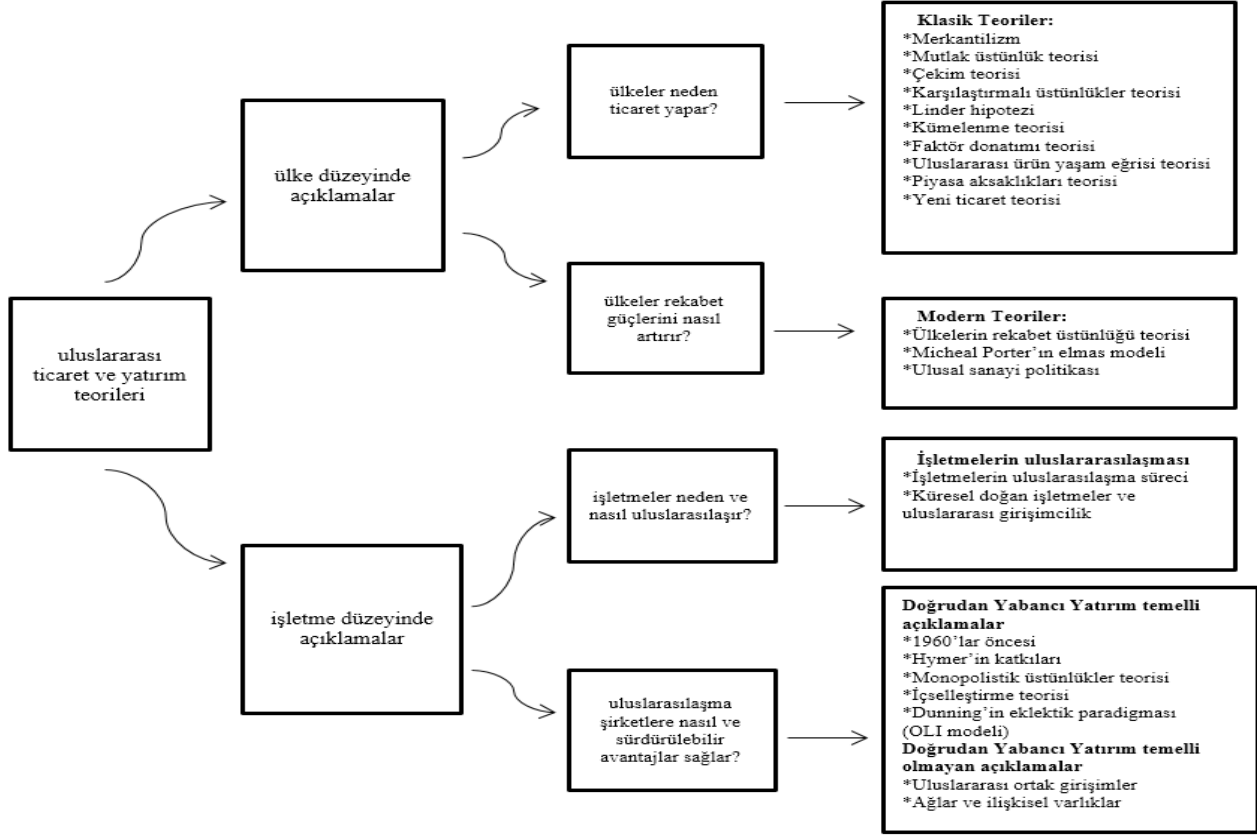
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Uluslararasılaşma ilk olarak David Ricardo ve Adam Smith gibi iktisatçıların ilgisini çekmiş ve uluslararasılaşma tartışmalarını bu bilim insanları başlatmıştır. Adam Smith iktisatın temelinde yatan kıt kaynakların önemine vurgu yaparak uluslararasılaşma çerçevesini "... üretilmiş ürünlerin daha çok olduğu yerden istendiği yere taşınması" olarak çizmiş ve dağıtım sistemini temel alan bir açıklama yapmıştır (Smith 1863, Akt. Beğendik, 2019: 6).

Günümüzde artık şirketler için uluslararasılaşma faaliyetlerine katılım, küreselleşmenin de etkisiyle günden güne artmaktadır. İç pazarlardaki yoğun rekabetçi ortam şirketler için dış pazarlara açılmayı cazip kılmıştır. İşletmeler uluslararası pazarda iki şekilde rekabet edebilmektedir. Uluslararası işletmeciliğin boyutları olarak da bilinen bu faaliyetler; uluslararası ticaret ve uluslararası yatırım faaliyetleridir. Bu faaliyetler çerçevesinde

uluslararası işletmecilik kavramı “işletmelerin ticaret ve yatırım faaliyetlerini ulusal sınırların ötesinde gerçekleştirmeleri” şeklinde ifade edilmektedir (Çavuşgil, Knight ve Riesenberger, 2017: 35).

Uluslararasılaşma teorileri Uluslararası ticaret ve yatırım teorileri (Bkz. Şekil 1), Doğrudan yabancı sermaye yatırım tabanlı olmayan açıklamalar ve doğrudan yabancı sermaye yatırım tabanlı açıklamalar olarak 2 bölümde ele alınabilir.



Kaynak: Çavuşgil, Knight, ve Riesenberger, 2017, s.145'den faydalanılmıştır

Şekil 1. Uluslararası Ticaret ve Yatırım Teorileri

Uluslararası ticaret ve yatırım teorileri uzun yıllar boyunca ülkelerin uluslararası rekabet üstünlüğünü nasıl ele alabilecekleri konusunda teoriler üretmişlerdir. Merkantalizm, Karşılaştırmalı üstünlükler teorisi, Çekim modeli, Kümelenme teorisi ve Linder Hipotezi gibi birçok klasik teori ülkelerin neden ticaret yapmasına gerek duyduğuna yönelik yaklaşımlar sunmaktadır. Bu teorilere daha sonra modern teoriler olarak bilinen Porter'in elmas modeli ve Ulusal Sanayi Politikası gibi teoriler eklenmiştir.

Bu çalışmalar her ne kadar uluslararasılaşmanın temelini oluştursa da işletmelerin neden ve nasıl uluslararasılaştıkları konusunda herhangi bir yaklaşımda bulunmamıştır. İşletmelerin uluslararasılaşma sürecine yönelik yaklaşımlar, işletmelerin nasıl ve neden uluslararasılaşma sürecine katıldıklarını iki farklı model ile açıklanmaktadır. Bunlar; geleneksel yaklaşımlar (Uppsala Uluslararasılaşma Modeli ve Yenilik Uyarlamalı Uluslararasılaşma Modeli) ve küresel doğan işletme modelidir.

Literatür incelendiğinde, herkes tarafından kabul edilen birçok çalışmanın temelini oluşturan ve günümüzde hala kabul gören Uppsala uluslararasılaşma modeli, 1975 yılında İsveç'in Uppsala kentinde yer alan Uppsala üniversitesinden Jan Johanson ve Finn Wiedersheim-Paul isimli iki hoca tarafından yapılmış olan “İşletmelerin Uluslararasılaşması - Dört İsveç İşletmesi Vakası” adlı çalışmadır. Johanson ve Paul, modelin temelini oluşturan çalışmalarında inceledikleri 4 İsveç firması (Sandvik, Atlas Copco, Facit ve Volvo), satışlarının 2/3'ünü yurtdışı pazarlara sattıklarını görmüşlerdir. Yazarlar, modellerinde şirketlerin uluslararasılaşmasının aşamalı olarak gerçekleştiğini her bir aşamada öğrendikleri ile uluslararası pazarlara ve rekabete katılımın arttığını vurgulamışlardır. Bu modele göre şirketlerin her bir aşamada öğrendiklerine bağlı olarak uluslararasılaşma, pazar bilgisinin artışına paralel olarak verilen kararlar ile artış göstermektedir

(Johanson ve Paul, 1975: 306). Uluslararasılaşma sürecinin 4 aşamadan geçtiğini belirten Uppsala modeli bu aşamaları şöyle açıklamaktadır:

1. Aşama: Düzenli ihracat faaliyeti yoktur.
2. Aşama: Bağımsız temsilciler (acenteler) aracılığıyla ihracat yapılmaktadır.
3. Aşama: Yabancı pazarda satış bayilikleri kurulması
4. Aşama: Yabancı pazarlarda üretim/imalat yapılması

Uppsala Uluslararasılaşma Modeline göre birinci aşamada, işletmelerin düzenli ihracat faaliyetleri bulunmamaktadır. İşletme ikinci aşamada, bağımsız araçlarla ihracat yapmaktadır. Buradaki bağımsız araçlardan kasıt acente gibi bağımsız işletmelerdir. Bu işletmelerin işletmeyle organik bağı olmaması gerekmektedir. Üçüncü aşamada ise işletmeler, yurt dışı ülke pazarlarında kendi satış birimlerini açma yolunu izlemektedir. Bu birimlerin işletmeyle doğrudan organik bağı oluşmaktadır. Dördüncü ve son aşamada ise işletmeler yurt dışı ülke pazarlarında üretim/imalat birimleri açarak, üretim faaliyetlerine başlamakta ve bu pazarlara büyük miktarda kaynaklar aktarmaktadırlar (Çetin, 2016: 63).

İşletmelerin uluslararasılaşma sürecini inceleyen bir diğer model Yenilik Uyarlamalı Uluslararasılaşma Modeli'dir. Yenilik modeli ile ilgili yapılan ilk çalışma 1962 yılında Everett M. Rogers tarafında "Diffusion of Innovations (Yeniliklerin Yayılımı)" kitabı ile olmuştur. Kitap daha sonra 1971 ve 1983 yıllarında yenilenerek basılmıştır. Bu eser yenilik uyarlamalı uluslararasılaşma modeli ile ilgili ilk çalışma olmasına rağmen model daha sonraları diğer bilim insanları tarafından geliştirilmiş ve günümüzdeki halini almıştır. Yenilik uyarlamalı uluslararasılaşma modelini daha sonraları Bilkey ve Tesar (1977), Çavuşgil (1980), Reid (1981) ve Czinkota (1982) ele almış ve pek çok katkıda bulunmuşlardır (Bkz. Tablo 1).

Hem Uppsala modeli hem de yenilik uyarlamalı model uluslararasılaşmayı davranışsal olarak kabul etmektedir. İki modelde de işletmelerin uluslararasılaşma süreci iki nedenden aksayabilir: 1) İşletmenin bilgi eksikliği, özellikle deneyimsel bilginin eksikliği 2) Uluslararasılaşma kararı ile ilgili belirsizlik. Yenilik uyarlamalı model açıkça ve dolaylı olarak Johanson ve Vahlne'nin katkıları üzerine inşa edilmiştir. Temel ayrıldıkları nokta; yenilik uyarlamalı uluslararasılaşma modelinde uluslararasılaşma kararının işletmeler için bir yenilik kararı niteliği taşıyor olmasıdır (Andersen, 1993: 212).

Tablo 1. Yenilik Uyarlamalı Uluslararasılaşma Modellerinin Gözden Geçirilmesi

Aşamalar	Bilkey ve Tesar, 1977	Çavuşgil, 1980	Reid, 1981	Czinkota, 1982
1. Aşama	Yönetim ihracat ile ilgilenmemektedir.	Yerel Pazar: Firma sadece ev sahibi olduğu pazarda satış yapmaktadır.	İşletme ihracata tamamen ilgisizdir.	İhracat farkındalığı: Fırsatları tanıma problemi vardır ve uyarılmaya ihtiyaç duyar.
2. Aşama	Yönetim sipariş almaya isteklidir ama ihracat için herhangi bir çaba göstermemektedir.	İhracat öncesi safı: İşletme ihracat için bilgi toplamakta ve girişimini değerlendirmektedir.	İhracat Niyeti: İhracat ile ilgili motivasyon, inanç, tutum ve beklenti içindedir.	İşletme ihracat yapmaya kısmen ilgilidir.
3. Aşama	Yönetim faal ihracatın uygunluğunu incelemektedir.	Deneysel katılım: Firma psikolojik olarak yakın olan ülkelere sınırlı ihracata başlamaktadır.	İhracat denemesi: Sınırlı ihracattan kazanılan kişisel deneyim	Firma ihracatın uygunluğunu araştırmaktadır.

4. Aşama	Firma psikolojik olarak yakın ülkelere deneysel bazlı ihracat gerçekleştirir.	Aktif katılım: Daha yeni ülkelere ihracat – Direk ihracat – Satış hacimlerinde büyüme	İhracatı değerlendirme: Yapılan ihracatın sonuçlarının değerlendirilmesi	İşletme deneyim kazanmaktadır.
5. Aşama	Firma tecrübeli bir ihracatçıdır.	Gerçekleşmiş katılım: Yönetim sahip olduğu kısıtlı kaynakların iç ve dış pazarlara ayrılmasında bir tercih yapar.	İhracatı kabul etme: İhracatın kabulü ve reddi.	İşletme küçük ihracatçı konumundadır.
6. Aşama	Yönetim psikolojik olarak daha uzak olan ülkelere ihracatı değerlendirmektedir.			İşletme tecrübeli, büyük ihracatçıdır.

Firmaların uluslararasılaşması ile ilgili bir diğer yaklaşım küresel doğan işletmeler kavramıdır. Küresel doğan işletmeler kavramı ilk kez 1993 yılında Micheal W. Rennie tarafından McKinsey & Company aracılığıyla Avustralya’da gerçekleştirilen bir araştırmada ileri sürülmüş ve literatüre geçmiştir (Rennie, 1993: 46). Çalışma kapsamında Avustralya’da çok çeşitli alanlarda faaliyette bulunan 700 civarında ihracatçı işletme incelenmiştir. Çalışma sonucunda Avustralya’da “küresel doğan işletme” ve “yurtiçi tabanlı işletme” olmak üzere iki çeşit yükselen ihracatçı olduğunu görülmüştür. Avustralya’daki bu yükselen ihracatçıların %25’inin kurulduktan sonra ortalama olarak iki yıl içinde ihracata başladığı ve toplam satışlarının yaklaşık %76’sını ihraç ederek “küresel doğan işletmeler” olgusunu oluşturduğu görülmüştür. Geriye kalan şirketlerin %75’inin ise kurulduktan sonra ortalama olarak yirmi yedi yıl sonra ilk kez ihracat yapmaya başlayan ve toplam satışlarının yaklaşık %20’sini ihraç eden “yurtiçi tabanlı işletmelerden” oluştuğu görülmektedir (Kalyoncuoğlu ve Üner, 2010: 9).

Küresel doğan işletmeler şimdilerde neredeyse bütün ekonomilerde bulunur. Küresel doğan işletmeler, çoğu yeni işletmenin karakterini oluşturan finansal, insan ve maddi kaynakların kıtlığına rağmen gelişmiştir. Küresel doğan işletmelerin sayısı iki ana sebepten dolayı hızla artmıştır (Çavuşgil ve diğerleri 2017: 155).

- Küreselleşme ile beraber uluslararası iş yapmak çok kolaylaşmıştır.
- İletişim ve taşımacılık teknolojilerindeki gelişmeler uluslararası işletme maliyetlerini düşürmüştür.

Bu teorilerin hemen hepsi uluslararasılaşma üzerinde dursa da işletmelerin nasıl rekabetçi üstünlük elde edeceklerine yönelik açıklamalar konusunda eksik kalmışlardır. 1950’lerden bu yana Nestlé, Unilever, Sony, Coca-Cola ve Caterpillar gibi çok uluslu şirketlerin hepsi yurtdışında büyük çapta genişlemiştir. Bu tür çok uluslu şirketler uluslararası ticaret, yatırım ve teknoloji akış yöntemlerini şekillendirmeye de yardımcı olmuşlardır. Zaman içinde bu işletmelerin faaliyetleri, küreselleşmenin ve dünya ekonomilerinin devam eden entegrasyonunda kilit bir itici güç olmuştur. Çok uluslu işletmelerin küresel pazarlarda rekabet avantajını nasıl kazandıklarını ve sürdürdüklerini inceleyecek olursak 2 temel yöntem karşımıza çıkmaktadır. Bunlar: Doğrudan yabancı sermaye yatırım tabanlı olan yaklaşımlar ve doğrudan yabancı sermaye yatırım tabanlı olmayan açıklamalardır (Çavuşgil ve diğerleri 2017: 158).

Doğrudan yabancı sermaye yatırım tabanlı olmayan yaklaşımlar; uluslararası firma ile hedef yabancı pazardaki varlıkların teknoloji transferi ve insan kaynakları gibi kaynakların transferlerini içeren uzun vadeli birlikteliklerdir. İşletmeler yatırım yaptıkları ülkelerde, mevcut yatırımlara ortak olarak sermaye aktarımı ile yatırımlarının şeklini değiştirerek, daha çok gelişmekte olan ülkelerdeki özelleştirme alanındaki fırsatları kullanarak ortak iş birliklerine gitmektedirler. Bu iş birliktelikleri doğrudan yatırıma göre daha esnek olan lisans anlaşmaları, yönetim anlaşmaları, franchise türü anlaşmalardır. Bu anlaşmalar ile işletme dış pazarlarda faaliyetlerini yönlendirmeye başlamaktadırlar (Aktepe, Üner ve Koçak, 2011: 63). Bu yollarla işletme, ana

varlıklarını (yönetim, know-how, marka gibi) vererek pazarı kontrol etmeye çalışmaktadırlar (Buckley,1992: 41).

Yurt dışı pazarlara giriş stratejilerinden bir diğeri doğrudan yabancı sermaye yatırım tabanlı yaklaşımlardır. İhracat ve sözleşme ile giriş yollarından çok daha kapsamlı bir yaklaşım olan doğrudan yabancı sermaye yatırım tabanlı yaklaşımlar, büyük ölçüde kaynak aktarımı gerektirmektedir. Aynı şekilde bu yaklaşımlarda risk oranı diğer yollara göre bir hayli fazladır. Bunun temel sebebi yatırımı yapan işletme yatırım yaptığı ülke ile herhangi bir fiili ilişki içerisinde bulunmamasından dolayı yatırım yaptığı ülkenin yatırım şartları, işçilik ve ham madde maliyetleri gibi unsurların göz ardı edilebileceğidir. Bu ve bunun gibi sebeplerden dolayı daha önce Root (1994), verdiği bir takım dışsal faktörler doğrudan yabancı yatırımlarda riskleri artırmaktadır. Tabi ki bu riskler aynı zamanda fırsatları da beraberinde getirebilirler. Yabancı ülkelerdeki yabancı sermayeyi teşvik edici kanunlar, ucuz iş gücü ve ucuz hammadde olanakları gibi olanaklar bu risklerin beraberinde getirebileceği fırsatlardan birkaç tanesidir.

Uluslararası ticaret ve yatırım teorilerinden doğrudan yabancı yatırım ile yurt dışı pazarlara giriş stratejilerinden olan Dunning'in eklektik paradigması uluslararası işletmelerin yurtdışı pazarlara giriş yolları seçim kararlarına yön vermektedir. Dunning, OLI modelini geliştirirken var olan bazı teorilerin birleştirilmesiyle hem geçmişini hem de geleceği kapsayan bir çalışma sunmuştur.

OLI modelinin en önemli özelliklerinden bir tanesi dinamik bir yapıya sahip olmasıdır. Model bu dinamiklik özelliğini mevcut olan teorileri içermesinin yanı sıra bu teorilere yaptığı eklerden dolayı almıştır. OLI modeli uluslararası ekonominin temelinde yatan küreselleşme sürecinin, bilgi ağları ile desteklenerek uluslararası işletmelerin değerlendirilmesinde bir model veya bir ölçü olarak ortaya çıkabileceğini savunmaktadır (Aktepe, 2004: 35).

OLI modeline göre bir şirketin doğrudan yabancı yatırım ile uluslararası olup olmayacağını belirleyen üç şartı şunlardır (Çavuşgil ve diğerleri 2017: 162):

Sahiplik avantajı (Ownership): Çok uluslu bir işletme, sahip olduğu ve dış pazarlarda etkin bir şekilde rekabet etmesine olanak sağlayan bilgi, beceri, yetenekler ve kilit ilişkiler gibi avantajlara sahip olmalıdır. Uluslararası başarının sağlanması için firmanın rekabet avantajı, yabancı operasyonların kurulmasında ve işletilmesinde ortaya çıkan maliyetleri telafi edecek kadar büyük olmalıdır.

Konuma özgü avantajlar (Location): Bu avantajlar, yabancı ülkelerde mevcut olan karşılaştırmalı üstünlüklerin rekabet avantajına çevrilebilecek avantajlardır. Bunlar doğal kaynaklar, vasıflı iş gücü, düşük maliyetli iş gücü veya ucuz sermaye gibi avantajlardır.

İçselleştirme avantajları (Internalization): Firma bu avantajları içselleştirilmiş dışa dayalı üretim, dağıtım veya diğer değer zinciri faaliyetlerinden kazanır. Kârlı olduğunda şirket, sahip olduğu özel avantajları, bağımsız yabancı kuruluşlara dağıtmak yerine kendi bünyesindeki ulusal sınırlar boyunca devredecektir. Doğrudan yabancı yatırım kararı, hangisinin en iyi seçenek olduğu – İçselleştirme kullanılmasının dış ortakların kullanılmasına karşı daha iyi olduğu, lisans sahibi, distribütör ya da tedarikçi olmasına bağlıdır. İçselleştirme avantajları, firmanın ürünlerinin nasıl üretildiğini veya pazarlandığını kontrol etme becerisini, kendi özel bilgisinin daha fazla kontrolünü ve ürün değeri konusunda daha fazla alıcı kesinliğini içerir.

Bu üç değişken aslında modelin de üç ana unsurunu ifade etmektedir ve Dunning'in eklektik paradigmasına OLI modeli denilmesi bu teorinin temelinde yatan bu üç ana unsurun (Ownership-Location-Internalization) baş harflerinin bir araya getirilmesiyle oluşturulmuştur.

2.1. SAHİPLİK AVANTAJI (Ownership)

Bir firmanın sahipliğe özgü avantajlarının niteliği ve kapsamı, aynı zamanda ülkenin ekonomik refahını da etkileyecektir. Örneğin, önemli bir ileri teknoloji veya AR-GE kabiliyetine sahip olan çok uluslu bir şirketin sahiplik avantajı ile yatırım yaptığı ülkedeki, insan kaynakları ve teknolojik gelişmeleri büyük oranda etkilemesi muhtemeldir. Ayrıca başlıca yetenekleri daha verimli üretim becerisi olan bir firmanın yabancı yatırımı, sermaye yoğun olan üretim tekniklerini ve mevcut istihdam yapısındaki kaliteyi yükseltebilecek oranda etkilemesi muhtemeldir. Bu bahsedilen sahiplik avantajları, belirli maddi olmayan duran varlıkların tercih edilmesine veya bunlara erişimden kaynaklanmaktadır. Diğer sahiplik avantajları şirketlerin varlıklarını daha etkin bir şekilde koordine etme yeteneğinden doğmaktadır. Bu yetenekler esas olarak,

yatırım yapan şirketin sınır ötesi ürün pazarlarını içselleştirme ve / veya varlıklarını ve yeterliliklerini alternatif örgütsel biçimlerden daha iyi bir şekilde kullanma kabiliyetini yansıtmaktadır. Bu tür sahiplik avantajlarının tümü sınır ötesi katma değerli faaliyetlerin ortak yönetiminden kaynaklanmaktadır. Bu avantajlar arasında genel giderlerin paylaşılması, farklı faktör maliyetlerinin değiştirilmesi, ülkeye özgü çevresel dalgalanmaların dengelenmesi, kapsam ve ölçek ekonomilerinin kullanılması yer almaktadır. Bu nedenle, şirket ne kadar fazla ülkede yatırım yapıyorsa, bu varlıkların etkisinin o kadar fazla olacağı varsayılabilir (Dunning ve Lundan, 2008: 319).

Sahiplik üstünlüğü, yatırım yapılması planlanan ülkedeki özellikli kaynakların kullanım becerisini de kapsamaktadır. Bir diğer ifade ile bu üstünlük beraberinde ciddi bir pazar ve kaynak araştırmasını da getirmektedir. İşletmelerin sahiplik üstünlüklerinden kaynaklı olarak kazandıkları rekabet üstünlüğü ürünlerin hayat seyrine göre farklılık gösterebilmektedir. İşletmelerin patent ya da lisans kullanarak tescil ettirdikleri güçlü imtiyazlara sahip olarak faaliyetlerini sürdürmesi önemli bir ayrıcalıktır (Aktepe, 2004: 38).

İşletmelerin sahiplik üstünlükleri üç ana unsurun ortalamasının yüksek olmasıyla yakından ilgilidir. Bu üç unsur şunlardır:

- Mevcut avantajların geliştirilmesi ve/veya desteklenmesi
- Tamamlayıcı ürün ve hizmetlerin fiyat ve kalite artışından yararlanmak ve sahip olunan yaratıcı yetenekler ile koordinasyonun sağlanması
- Yatırım yapılan ülke ve bölgedeki faaliyetlerin ve taşınmaz varlıkların yarattığı katma değer belirlenmesi (Rugman ve Verbeke, 1998 Akt. Aktepe, 2004: 42).

Sahiplik üstünlükleri, uluslararası üretimin neden yapıldığını açıklamamanın yanı sıra işletmeye özgü, taklit edilemeyen ve kıt olan maddi olmayan varlıkları ile maliyet, büyüklük ve yenilikçi gücünden kaynaklanan yeteneklerinden (yönetmel vb.) ve işlem avantajlarından oluşmaktadır (Çavuşgil vd., 2017: 162; Pedersen, 2003: 19; Hollensen, 2004: 52). Dunning ilk 'Oa' olarak nitelendirdiği diğer işletmelere göre işletmenin sahip olduğu varlık avantajlarını ortaya koymuştur (know-how, pazarlama, ürün yönetimi gibi). Dunning daha sonra işlem üstünlüklerini 'Oı' ile nitelendirmiştir. Bu üstünlükler girdilere erişim konusunda ayrıcalık, risk çeşitlendirme gibi üstünlüklerdir. Son olarak Dunning 'Oı' ile kurumsal olarak rekabet avantajını ortaya koymuştur. Bu kurumsal rekabet avantajları firmaya özgü inanç sistemi ve firmaya özgü teşviklerden oluşmaktadır. Bu avantajlar herhangi bir zamanda, bir firmanın kurumlarına hem içeride üretilen hem de dışarıdan uygulanan teşviklerin, düzenlemelerin ve normların tamamından oluşmaktadır (Dunning ve Lundan, 2008: 321).

Sahiplik üstünlükleri, eklektik paradigmanın doğasını inceleyen pek çok çalışmaya konu olmuştur. Sahiplik üstünlüklerin; farklılaştırılmış ürün geliştirebilme yeteneği, büyüklük, uluslararası tecrübe, ARGE, nitelikli personel, ithalat-ihracat yapma, finansal bağımsızlık, teşvik, finansal pazarlara ulaşım, üretim kapasitesi, teknoloji, ürün uyarlanabilirliği, web-site temelli üstünlükler, bilgi temelli üstünlükler, inovasyon temelli üstünlükler ve soyut varlıkların üstünlükleri şeklinde incelenmiştir (Güngördü ve Yılmaz, 2016: 1008).

3. YÖNTEM

Bu çalışmada yöntem olarak ekonometrik bir yaklaşım olan panel veri analizi kullanılmıştır. Panel veri analizi yapabilmek için önce ortaya bir model konulmuştur. Bu model oluşturulurken literatürde yapılmış olan çalışmalar incelenerek; bağımlı ve bağımsız değişkenler ile kukla değişkenden oluşan bir model ortaya konulmuştur. Çalışmada kullanılan panel verilerin analizi yapılırken çalışmanın amacına uygun olduğu düşünülen tesadüfi etkiler modeli kullanılmıştır.

3.1. Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada OECD ülkelerinde ve Türkiye'de faaliyet gösteren oteller ve benzeri konaklama yerleri için sahiplik unsurunun performans üzerindeki etkisini incelemek üzere panel veri analizi kullanılmıştır. Bu amaç dâhilinde ilk olarak OECD ülkelerindeki 73 şirketin 2010-2019 dönemindeki verileri kullanılarak tesadüfi etkiler modeli tahmin edilmiştir. Türkiye'de faaliyet gösteren şirketlerin belirtilen dönem için anlamlı verileri olmadığı için, Türkiye'de faaliyet gösteren 32 şirketin verilerinin mevcut olduğu 2015-2018 dönemine ait veriler ile OECD ülkelerinde faaliyet gösteren şirketlerin aynı döneme ait verileri birleştirilerek toplam 105

şirket için (Bkz. Tablo 2) ikinci bir tesadüfi etkiler modeli tahmin edilmiştir. Bu amaçla oluşturulan model aşağıdaki gibidir;

$$Perf_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 Size_{i,t} + \beta_2 Prod_{i,t} + \beta_3 IFA_{i,t} + \beta_4 düşük_{i,t} + \beta_5 orta_{i,t} + u_{i,t}$$

Tablo 2. Çalışmaya Katılan Firmalar

Ülkeler	Firma Sayıları
Amerika Birleşik Devletleri	9
Fransa	3
Büyük Britanya	4
İspanya	11
Japonya	5
İsrail	1
İtalya	16
Slovakya	1
Almanya	1
Yunanistan	2
Güney Kore	6
Belçika	2
Çek Cumhuriyeti	1
Finlandiya	3
Letonya	2
Portekiz	3
İsveç	1
Estonya	2
Türkiye	32

Bu modellerde kullanılan değişkenler ve açıklamaları aşağıda özetlenmiştir.

Modelde yer alan bağımlı değişken OECD ülkelerinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerin performansını simgeleyen ($Perf_{it}$) değişkendir. Şirketlerin performansı pek çok farklı şekilde ölçülebilmektedir. Örneğin Çakır ve Perçin (2013) yaptıkları çalışmalarında lojistik şirketlerinin performans ölçümünde çalışan sayısını ve kaldıraç oranını kullanmışlardır (Çakır ve Perçin, 2013: 454). Benzer bir çalışmayı yapan Anastassopoulos, G., Filippaios, F. ve Phillips, P. (2009) performansı ölçerken satışlar üzerinden brüt kâr oranını performans ölçütü olarak kabul etmiştir (Anastassopoulos vd., 2009: 189). 19 farklı OECD ülkesinde farklı vergi dilimleri olabileceğinden performans ölçümünde net kâr yerine brüt kârlılık kullanılmıştır. Bu çalışmada da OECD ülkelerinde faaliyet gösteren konaklama işletmeleri için performans [(Brüt kâr/Faaliyet geliri)*100] formülü kullanılarak hesaplanmıştır.

Modelde kullanılan ilk bağımsız değişken olan ($Size_{it}$) OECD ülkelerinde ve Türkiye’de faaliyet gösteren oteller ve benzeri konaklama yerlerinin büyüklüğünü göstermek için kullanılmıştır. Bu değişkenin sahiplik avantajının bir unsuru olduğu literatürde belirtilmiştir. “Bir ulusa ait işletmelerin, ev sahibi işletmelerle kendi ülkeleri dışında üretim yaparak rekabet edebilmesi için; bu pazara hizmet sunmanın maliyetine karşılık olarak, tatmin edici düzeyde gelir getiren üstün varlıklara (işletme büyüklüğü, uluslararası tecrübe vb.) ve bazı temel yeteneklere (farklılaştırılmış ürünler üretebilme yeteneği), kısacası, işletmeye özgü sahiplik üstünlüklerine (firm specific advantages) sahip olması gerekir. Bu üstünlükler, belli pazarlarda veya pazarların bütününde üretim yapan uluslararası işletmelerin diğer uluslararası işletmelere kıyasla sahip olduğu rekabetçi üstünlükleridir” (Burca, 2004 Akt. Güngördü ve Yılmaz, 2016: 1007).

Burada belirtilen işletme büyüklüğü firmaların sahiplik üstünlüğü olarak kullanılan unsurlardan bir tanesidir ve bu nedenle modele koyulmuştur. 4 farklı büyüklüğü göstermek için kullanılmıştır:

1. Çok Büyük Şirketler: Orbis veri tabanındaki şirketler, aşağıdaki koşullardan en az biriyle eşleştiklerinde çok büyük olarak kabul edilir.
Faaliyet geliri> = 100 milyon EUR (130 milyon USD)
Toplam varlıklar> = 200 milyon EUR (260 milyon USD)
Çalışanlar> = 1.000
*Faaliyet geliri, toplam varlıkları ve çalışanları bilinmeyen ancak 5 milyon EURO'nun (6,5 milyon USD) üzerinde sermaye seviyesine sahip şirketler de kategoriye dâhildir.
2. Büyük Şirketler: Orbis veri tabanındaki şirketler, aşağıdaki koşullardan en az biriyle eşleştiklerinde çok büyük olarak kabul edilir.
Faaliyet geliri> = 10 milyon EUR (13 milyon USD)
Toplam varlıklar> = 20 milyon EUR (26 milyon USD)
Çalışanlar> = 150
*Faaliyet geliri, toplam varlıkları ve çalışanları bilinmeyen ancak sermayesi 500 bin Avro (650 bin ABD Doları) ile 5 milyon Avro (6,5 milyon ABD Doları) arasında olan şirketler de kategoriye dâhildir.
3. Orta Büyüklükteki Şirketler: Orbis veri tabanındaki şirketler, aşağıdaki koşullardan en az biriyle eşleştiklerinde çok büyük olarak kabul edilir.
Faaliyet geliri> = 1 milyon EUR (1,3 milyon USD)
Toplam varlıklar> = 2 milyon EUR (2,6 milyon USD)
Çalışanlar> = 15
*Faaliyet geliri, toplam varlıkları ve çalışanları bilinmeyen ancak sermayesi 50 bin Avro (65 bin ABD Doları) ile 500 bin Avro (650 bin ABD Doları) arasında olan şirketler de kategoriye dâhildir.
**Çalışan başına işletme geliri oranları veya çalışan başına toplam varlıkları 100 EURO'nun (130 USD) altında olan şirketler bu kategorilere dâhil değildir.
4. Orbis'teki şirketler, başka bir kategoriye dâhil olmadıklarında küçük olarak kabul edilir.

Modelde kullanılan bir diğer bağımsız değişken ($Prod_{it}$) OECD ülkelerinde ve Türkiye'de faaliyet gösteren oteller ve benzeri konaklama yerlerinde çalışan başına ciroyu göstermek için kullanılan bir değişkendir. [Faaliyet Kârı/ Çalışan sayısı] şeklinde hesaplanmıştır. Çalışan başına ciro nitelikli iş gücü kullanımına işaret etmektedir. Dunning'in sahiplik avantajı tanımlanırken kullanılan özelliklerden bir diğeri de nitelikli iş gücüdür ve özellikle turizm sektöründe nitelikli iş gücü oldukça önem arz etmektedir. Hizmet sektörünün özelliklerinden kaynaklanan bir durum vardır. Diğer sektörlerin aksine hizmet sektöründe çalışanların birçoğu doğrudan müşteri ile ilişki kurmaktadır ve müşterileri olumlu ya da olumsuz etkilemektedir. Bu durum nitelikli iş gücünün performansı etkilemesi anlamına gelmektedir ve bu nedenle modele koyulmuştur.

Modelde kullanılan bir diğer bağımsız değişken (IFA_{it}) OECD ülkelerinde ve Türkiye'de faaliyet gösteren oteller ve benzeri konaklama yerlerindeki maddi olmayan duran varlıkları göstermek için kullanılmıştır.

Dunning, sahiplik avantajını tanımlarken "sahiplik avantajları, belirli maddi olmayan duran varlıkların tercih edilmesine veya bunlara erişimden kaynaklanmaktadır" şeklinde belirtmektedir (Dunning ve Lundan, 2008: 319). Benzer şekilde "Sahiplik üstünlükleri, uluslararası üretimin neden yapıldığını açıklamanın yanı sıra işletmeye özgü, taklit edilemeyen ve kıt olan maddi olmayan varlıkları ile maliyet, büyüklük ve yenilikçi gücünden kaynaklanan yeteneklerinden (yönetmel vb.) ve işlem avantajlarından oluşmaktadır" (Çavuşgil vd., 2017: 162; Pedersen, 2003 :19; Hollensen, 2004: 52). Yine benzer şekilde sahiplik avantajlarıyla ilgili olarak, "Sahiplik üstünlükleri, eklektik paradigmanın doğasını inceleyen pek çok çalışmaya konu olmuş ve bu sahiplik üstünlüklerin; büyüklük, uluslararası tecrübe, ARGE, nitelikli personel, finansal bağımsızlık, bilgi temelli üstünlükler, inovasyon temelli üstünlükler, soyut varlıkların üstünlükleri şeklinde incelenmiştir" şeklinde belirtilmiştir (Güngördü ve Yılmaz, 2016: 1008).

Modelde kullanılan maddi olmayan duran varlıklar ile ilgili ise şöyle tanımlamalar yapılmıştır: İşletmeler sahip olduğu telif hakları, şerefiye, marka, ticaret unvanı ile müşteri ve tedarik zincir ilişkileri sonucu diğer işletmelere karşı üstünlük sağlamaktadır. Bu üstünlüklerin parasal tutarları "belirli şartlara sahip olmaları durumunda" finansal durum tablosunda maddi olmayan duran varlık olarak raporlanmaktadır (Gillis, 2003: 10). Türkiye Muhasebe Standardı (TMS) 38. Maddesinde "haklar, patentler, lisanslar, marka, isim ve telif

hakkı, kota hakları, franchising ödemeleri, bilgisayar yazılım programları, filmler, sanat eserleri ve müşteri listeleri" maddi olmayan duran varlıklar kapsamında gösterilmektedir (Güleç, 2018: 913). Bilgiye dayalı post-endüstriyel bir ekonomide, işletmelerin değeri yalnızca fiziksel üretim kapasiteleriyle değil, aynı zamanda ticari markalar, bilgi birikimi, patentler, vb. gibi diğer maddi olmayan bileşenlerle de verilmektedir. Birçok şirket, bazı maddi varlıklar nedeniyle değil, bu maddi olmayan varlıklar üzerindeki kontrol nedeniyle çok değerli olabilir. Bu gibi varlıklar uluslararası muhasebe standartları (IAS) 38. maddesinde maddi olmayan duran varlıklar olarak belirtilmiştir (Mates vd., 2009: 157).

Bütün bu örneklerden anlaşılacağı üzere, maddi olmayan duran varlıklar kaleminde gösterilen avantajların (saygınlık, ticari marka ve diğer özel haklar) bu şirketlere rekabet avantajı sağladığı ve bu firmaların kendilerine özgü özellikleri olduğu görülmektedir. Bu durum da Dunning'in eklektik paradigmasının unsurlarından bir tanesi olan sahiplik avantajları ile örtüşmektedir ve bu nedenle maddi olmayan duran varlıklar sahiplik avantajının bir unsuru olarak bağımsız değişken olarak modele eklenmiştir.

Modelde kullanılan diğer bir bağımsız değişken ($düşük_{it}$) OECD ülkelerinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerindeki uluslararası ortakların payı %1-10 arasında olan işletmeleri gösteren kukla değişkendir. Orbis veri setinden alınan bilgilere göre konaklama işletmelerindeki uluslararası ortakların payının %1'den fazla olduğu ve %11'den az olduğu durumları ifade etmektedir. Bu değişken bize sahipliğin performans üzerindeki etkisi üzerine bilgi vermektedir ve genel olarak literatüre bakıldığında bu durumun performans üzerinde herhangi bir olumlu etkisi beklenmemektedir.

Modelde kullanılan bir diğer bağımsız değişken ($orta_{it}$) OECD ülkelerinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerindeki uluslararası ortakların payının %11-50 arasında olan işletmeleri gösteren kukla değişkendir. Bu değişken de bize sahipliğin performans üzerindeki etkisi üzerine bilgiler vermektedir ve genel olarak literatüre bakıldığında bu durumun yatırım yapan konaklama işletmeleri için en ideal durum olması beklenmektedir.

Modelde kullanılan (u_{it}) ise modelin hata terimini ifade etmektedir.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bu çalışmanın evrenini OECD'ye üye 36 ülke oluştururken çalışmanın örnekleme, bu 36 ülkeden sağlıklı verilerin temin edilebildiği 19 ülke oluşturmaktadır. Sağlıklı verilerine ulaşamayan 17 ülke modelden dışlanmıştır. Çalışmada kullanılan 19 ülke üzerinden sonuçlar ortaya koyularak genel durum hakkında çıkarımlar yapılmıştır.

3.3. Veri Toplama Aracı ve Veri Seti

Araştırmanın verilerinin toplanması için mikro bazlı şirket verileri sunan ORBIS ve EMIS veri tabanları kullanılmıştır. Dünyada yaklaşık 200 milyon işletmeyi kapsayan ORBIS veri tabanı; mevzuattan ve diğer kaynaklardan bilgileri alan ve işletme bilgilerine artı değer katarak kullanıcılarına sunan bir veri tabanıdır. Özel şirketlerin bilgilerini elde etmek ülkeden ülkeye değişmekle birlikte genelde zor bir işlemdir; ancak ORBIS veri tabanının içerdiği şirketlerin %99'u özel şirketlerdir. Bu veri tabanları; herkese açık veri tabanları olmadığından ve bu veri tabanlarından alınan verilerden telif hakkı ile ilgili sıkıntı doğmaması adına işletmelerin isimleri gizli tutulmuştur.

3.4. Verilerin Analizi

Verilerin analizi için panel veri analizi yöntemlerinden olan ve sıkça kullanılan tesadüfi etkiler modeli kullanılmıştır. Panel veri çalışmalarında sabit etkiler modeli ile tesadüfi etkiler modeli arasında seçim yapabilmek için aslında bir spesifikasyon testi olan Hausman test kullanılmaktadır. Bu çalışmada yapılan panel veri analizinde tahmin edilecek model olarak tesadüfi etkiler modeli seçilmiş ve Hausman test de bu seçimi desteklemiştir.

İşletme performansının OLI modeline göre belirleyicilerinin analiz edildiği bu çalışmada oluşturulmuş olan model 1 ve model 2'nin genel olarak anlamlılıkları Wald Chi² testiyle sınanmış ve bu testlerin sonuçlarına göre model 1'in %5 ve model 2'nin %1 düzeyinde açıklayıcı gücü olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

4. BULGULAR

Tablo 3. Analiz Sonuçları

Değişken	18 OECD Ülkesi, 2010-2019(Model 1)	Türkiye Dahil 19 OECD Ülkesi, 2015-2018 (Model 2)
Size	-1.8664 (1.7224)	-0.4660 (2.0860)
Prod	6.12e-6 (5.17e-6)	0.00003 ** (0.00001)
ifa	8.31e-10 * (4.52e-10)	8.26e-10 * (4.93e-10)
dusuk	-0.3893 (4.7739)	
orta	6.9673 *** (3.6959)	
Sabit Terim	4.0963 (4.3826)	-0.6922 (6.3956)
Wald Chi ²	11.54 **	11.45 ***

Not: *** %1, ** %5, * %10 düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Muhtemel bir değişen varyans sorunu için her iki modelde de panel robust standart hatalar kullanılmıştır.

Parantez içindeki değerler standart hataları simgelemektedir.

Size firma büyüklüğünü, prod çalışan başına ciroyu, ifa maddi olmayan duran varlıkları simgelemektedir. dusuk %1 - %10 ve orta %11 - %50 arasında uluslararası ortaklık payı olan şirketleri simgeleyen kukla değişkenlerdir.

Firma performansını açıklamak için model 1’de açıklayıcı değişken olarak yer alan size, prod ve dusuk değişkenleri %5 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Yani firma büyüklüğü ile çalışan başına ciro’nun firma performansı üzerinde bir etkisi bulunmadığı ve %1 ile %10 arasında uluslararası ortaklık payı olan şirketlerin %50’den daha fazla uluslararası ortaklık payı olan şirketlere göre firma performansının farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. İçlerinde Türkiye’de faaliyet gösteren şirketlerin verisinin de bulunduğu Model 2’ye bakıldığında benzer şekilde firma büyüklüğünün firma performansı üzerinde bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Firma büyüklüğünün performans üzerinde bir etkisinin olmaması, firma büyüklüğü ile artan yüksek organizasyon ve yönetim maliyetlerinin ölçek ekonomilerinin varlığını ortadan kaldırılması ile açıklanabilmektedir. Benzer bir çalışmayı yapan Anastassopoulos vd. (2009) firma büyüklüğünü negatif bulmuşlardır. Bu sonucunun firma büyüklüğünün yüksek organizasyon ve yönetim maliyetlerinden kaynaklanan olumsuzlukları ortaya çıkardığını belirtmişlerdir (Anastassopoulos vd., 2009: 191). Bu sonuç literatürde yeni değildir. Thomas Horst 1972 yılında A.B.D. ve Kanada ülkelerinde yaptıkları inceleme sonucunda firma büyüklüğü ile çok uluslu şirketlerin performansı arasında tutarlı bir fark bulamamışlardır (Horst, 1972a,b). Literatürde firma kârlılığı ile firma büyüklüğü arasındaki ilişki için farklı sonuçlara ulaşan yayınlar mevcuttur. Hall M. ve Weiss L. [1967], Schmalensee [1989], Fink and Koller, 2002, Roger L. Lirely, vd. [2000] firma büyüklüğünün kârlılığa olumlu etkisinden söz ederken, Dhawan [2001], Elliot [1972], Toy vd., [1974], firma büyüklüğü ile kârlılık arasında negatif bir ilişki olduğunu öne sürmektedir. Fred R. Kaen ve Hans Baumann ise araştırmalarına konu olan firmaların neredeyse yarısında firma büyüklüğünün kârlılığa pozitif ilişkisi olduğunu, firma büyüdükçe giderek azalan oranda kârlılığa olumlu katkı yaptıktan daha sonra kârlılık ve büyüklük arasındaki ilişkinin negatife döndüğünü diğer yarısında ise kârlılık ile büyüklük arasında bir ilişki bulunmadığı belirtmektedir. Bu açıdan bu sonuçun literatür ile uyumlu olduğu görülmüştür.

Model 1’e bakıldığında çalışan başına ciroyu simgeleyen prod değişkeninin istatistiksel anlamsız olduğu görülmektedir. Benzer bir çalışmayı 2009 yılında yapan Anastassopoulos vd. çalışan başına cironun etkisini negatif bulmuşlardır ve bunun nedeninin Yunanistan turizm sektöründeki mevsimlik işçilerden kaynaklanabileceğini belirtmişlerdir (Anastassopoulos vd., 2009: 191). Sonucun farklı çıkmasının en temel sebeplerinden bir tanesi bu çalışmanın tek bir ülkede değil birçok ülkede yapılmış olması ve bu durumun turizm sektöründeki mevsimlik işçilerden kaynaklanabilecek olumsuzlukların ortadan kaldırılmış olmasıdır.

Turizm sektörünün diğer bazı sektörlerin aksine çok fazla nitelikli iş gücüne ihtiyacı yoktur. Örneğin bir yazılım şirketinde yazılım mühendislerinin kalitesi doğrudan şirket performansını etkileyebilirken (yeni bir kod bulma, bir açık tespit etme vb. gibi), oteller ve benzeri konaklama yerlerinde oda temizleyen bir personelin niteliğinin doğrudan şirket performansına etki ettiğini söylemek zordur. Burada odayı temizleyen personelin niteliğinin müşterinin hizmet algısına, dolayısıyla da müşteri memnuniyetine bir etkisi olmadığını söylemek mümkündür. Oteller ve benzeri konaklama yerlerinde bu tarz görevleri yapan ve müşteri ile neredeyse hiç karşılaşmayan personelin sayısı oldukça fazladır ve bu personelin çok nitelikli iş gücü havuzlarından seçilmediğini söylemek mümkündür. Aynı zamanda bu ülkelerde müşterilerin konaklamaları boyunca, konaklama yerinde dinlenme süreleri haricinde çok fazla vakit geçirmediklerini söylemek mümkündür. Bu açıdan çalışan başına cironun firma performansını etkilemediği sonucu doğal bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Model 2'ye bakıldığında ise çalışan başına ciroyu simgeleyen prod değişkeninin istatistiksel olarak %5 düzeyinde anlamlı bulunduğu görülmektedir. Buna göre çalışan başına ciro 1000 \$ arttığında firma performansı 0.03 \$ artmaktadır. Benzer bir çalışmayı 2009 yılında yapan Anastassopoulos vd. bu çalışmanın aksine çalışan başına ciroyu negatif bulmuşlardır ve bunun nedeninin Yunanistan turizm sektöründeki mevsimlik işçilerden kaynaklanabileceğini belirtmişlerdir (Anastassopoulos vd., 2009: 191). Sonucun farklı çıkmasının en temel sebeplerinden bir tanesi bu çalışmanın tek bir ülkede değil birçok ülkede yapılmış olması ve bu durumun turizm sektöründeki mevsimlik işçilerden kaynaklanabilecek olumsuzlukların ortadan kaldırılmış olmasıdır. Burada hizmet sektörünün özelliklerinden kaynaklanan bir durum olduğu da görülmektedir. Her ne kadar bu değişken OECD ülkelerinde yapılan analizde anlamsız çıkmış olsa da Türkiye'nin işin içine dahil olduğu ve veri setinin kısıldığı model 2'de çok küçük de olsa anlamlı çıkması Türkiye'deki oteller ve benzeri konaklama yerlerinin yapısından kaynaklanmaktadır. Türkiye turizmde bu tarz konaklama yerlerinde OECD ülkelerine göre çok daha fazla müşteri ile temas eden personel vardır. Türkiye turizmde oteller ve benzeri konaklama yerlerinde uygulanmakta olan her şey dahil sistemi nedeniyle müşteriler OECD ülkelerinde konaklama yerlerine nazaran çok daha fazla otellerde vakit geçirmektedir. Genel olarak OECD ülkelerindeki konaklama yerlerinde müşteriler kahvaltılarını ettikten sonra bir daha neredeyse otel personeli ile hiç karşılaşmamaktadır. Türkiye turizmde ise paket turlar ile konaklamaya gelen müşteriler konaklamaları boyunca neredeyse hiç tesis dışına çıkmamaktadır. Bu geçirdikleri süre zarfında OECD ülkelerine göre çok daha uzun süre çalışanlar ile temas edip iletişim kurmaktadır. Bu iletişim müşterilerin memnuniyetini dolayısıyla konaklama yerlerinin performansını daha fazla etkilemektedir. Burada, nitelikli iş gücü kavramı daha fazla anlam taşımaktadır ve konaklama yerleri için anlamlı çıkması kabul edilebilir görülmektedir. Yine benzer bir çalışmayı yapmış olan Ağdelen ve Erkut(2003) çalışmaları kapsamındaki firmalardaki kişi başına gelirin artmasının iş gücü verimliliğini artıracaklarını belirtmişlerdir. Bu durum nitelikli iş gücünün performansı etkilemesi anlamına gelmektedir ve bu açıdan bu sonucun da literatür ile uyumlu olduğu görülmüştür.

Model 1'de %10 ile %50 arasında uluslararası ortaklık payı bulunan firmalar için oluşturulmuş olan kukla değişken orta %10 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Burada %50'den daha fazla uluslararası ortaklık payı bulunan şirketler referans kategori olarak belirlenmiştir. Yani Uluslararası ortaklık payı %10 ile %50 arasında olan şirketlerin performansları, uluslararası ortaklık payı %50'den daha fazla olan şirketlere göre %6.96 daha fazla performansa sahiptirler. Model 2'de veri kısıtlılığı sebebiyle panelin zaman boyutunun 4 yıl'a indirilmesinden sonra uluslararası ortaklık paylarını simgeleyen düşük ve orta değişkenlerinin etkileri ortadan kalkmıştır. Bu sebepten bu değişkenler modelden dışlanmıştır.

18 OECD ülkesinde uluslararası ortaklıkları %10 - %50 arasında olan şirketler diğer iki duruma göre (%1 - %10 arası ve %50 - %100) performansa en fazla etki eden ortaklık düzeyidir. Benzer bir çalışmayı Yunanistan özelinde yapan Anastassopoulos vd. (2009) çok uluslu olmanın firmaların performansını üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir sonucuna ulaşmıştır. Genel olarak, çok uluslu şirketler yerli şirketlerden hem toplam varlıkları hem de istihdamları açısından daha büyük oldukları için daha iyi performans göstermektedirler. Modellerinde finansal kaldıraç oranı kullanan araştırmacılar, bu tarz şirketlerin kaldıraç oranlarının daha yüksek olduğunu bunun da dış finansmana daha fazla güvenme eğilimini gösterdiğini belirtmişlerdir. Çalışmalarındaki sonuç bu çalışmadaki sonuç ile benzerlik göstermektedir ve uluslararası ortaklık düzeyinin azınlıkta olduğu çok uluslu şirketler (%10 - %50) daha iyi performans gösterirler sonucuna ulaşmışlardır. Araştırmacıların çalışmalarında buldukları sonuca göre; faaliyetlerinde yerel ortakları istihdam eden çok

uluslu şirketler, kendi başlarına faaliyet gösteren çok uluslu şirketlerden daha iyi performans gösterirken çok uluslu şirketlerin yerel rakiplerinden daha iyi performans gösterdiğini belirtmişlerdir (Anastassopoulos vd., 2009: 190).). Bu açıdan bu sonucun literatür ile uyumlu olduğu görülmüştür.

Maddi olmayan durağan varlıkları simgeleyen ifa değişkeni her iki modelde de %10 seviyesinde istatistiksel olarak anlamlı tahmin edilmiştir. Buna göre hem Model 1’de hem de Model 2’de maddi olmayan durağan varlıklar 1 Milyar \$ arttığında firma performansı bir önceki yıla göre %0.83 artmaktadır.

Maddi olmayan duran varlıklar ile performans ilişkisini ele alan çalışmalarda bize maddi olmayan duran varlıkların firma performansına olumlu etkileri olduğunu göstermektedir. Bu tarz yapılmış olan çalışmalardan bir tanesi olan Lantz, vd. (2005), Ar-Ge harcamalarında içine alan maddi olmayan varlıkların performansı açısından önemli bir konuma sahip olduğunu ve Ar-Ge harcamalarının artması nedeniyle artan getirilerin varlığını kanıtlamaktadır (Lantz ve Sahut, 2005: 248). Aynı şekilde Gamayuni (2005) yapmış olduğu çalışmada maddi olmayan duran varlıkların aktif kârlılığı pozitif etkilediği sonucuna ulaşmıştır (Gamayuni, 2005: 208). Yine aynı şekilde Garger (2010) yapmış olduğu çalışmada maddi olmayan duran varlıkların şirketlerinin defter değeri ile piyasa değeri arasındaki farkı artırabileceği ifade etmiştir (Garger, 2010: 176). Yine benzer şekilde, Erawati ve Sudana (2005) maddi olmayan varlıklar ile maddi duran varlıkların şirketin değerini belirleyen bir birim olduğu belirtmişlerdir (Erawati ve Sudana, 2005: 13). Sonuç olarak maddi olmayan varlıklar ne kadar yüksekse, firma değeri o kadar yüksek olmaktadır çünkü bu gizli bir değerdir, yani maddi olmayan varlıklar tarafından üretilen değer her zaman finansal tablolarda görünmeyebilir, ancak bu maddi olmayan varlıklar (yenilik, yeni teknolojiler, beceriler ve çalışanların bilgisi vb...) şirketlerin başarısını büyük ölçüde belirlemektedir ve şirketlerin değerini artıracaktır (Gamayuni, 2005: 208). Bu açıdan bu sonucun literatür ile uyumlu olduğu görülmüştür.

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Çalışma literatüre bir yenilik olarak, Dunning’in sahiplik avantajının firma performansına etkisi ekonometrik bir model kurularak ölçülmeye çalışılmıştır. Bu alanda yapılan çalışmalar göz önüne alındığında sahiplik avantajının firma performansı üzerindeki etkisinin ekonometrik bir model ile test edilmesi önem arz etmektedir. Çalışma modellenirken kullanılan bütün değişkenler literatürde yerine oturtularak açıklanmaya çalışılmıştır. Dunning çalışmalarında sahiplik avantajını açıklarken firmaların kendilerine özgü rekabet üstünlüklerinden bahsetmiş ve bu üstünlüklerin özellikle marka değeri, firma büyüklüğü ve kaliteli iş gücü olduğunu belirtmiştir. Bu açıklamalardan hareketle kurulan ekonometrik modele firma büyüklüğü, çalışan başına ciro ve maddi olmayan duran varlıklar eklenmiştir. Bunun yanı sıra uluslararası ortaklık düzeyinin firma performansına etkisinin olduğu varsayımından hareketle, çalışmaya katılan firmalar için 3 farklı düzeyde uluslararası ortaklık düzeyi belirlenmiş ve model kullanılarak performansa etkisine bakılmıştır. Çalışma ilk olarak OECD’ye üye 18 ülke için 73 şirketin 10 yıllık verisi ile yapılmış (2010-2019) ardından modele Türkiye de eklenerek bu defa OECD’ye üye 19 ülke için 105 şirketin 4 yıllık verisi (2015-2018) ile tekrarlanmıştır. Çıkan sonuçlar iki farklı model için yorumlanmış ve literatürdeki çalışmalara atıfta bulunarak Bulgular bölümünde detaylıca açıklanmış ve literatür ile uyumlu olduğu görülmüştür.

Elde edilen sonuçlar işletme performansının sahiplik avantajı göz önünde bulundurularak oluşturulan modele göre etkisini ortaya koymaktadır. İşletme büyüklüğü ile işletme performansı her ne kadar bir ilişki içinde gibi gözükse de yapılan çalışmalar bu ikisi arasında bir ilişki olmadığını ortaya koymaktadır. Bu çalışmada da benzer bir sonuç karşımıza çıkmıştır. İşletmelerin büyüklüğü ile işletmelerin performansı arasında herhangi bir ilişki olmadığı sonucu literatür ile uyumlu bulunmuştur. İşletme performansını etkilemesi beklenen bir diğer değişken çalışan başına cirodur. Çalışan başına ciro ilk kurulan modelde anlamsız, ikinci modelde ise küçük de olsa anlamlı çıkmıştır. Burada çıkan sonuçların farklılığı Türkiye’deki otel ve benzeri konaklama yerlerinin yapısından ve sisteminden kaynaklanmaktadır. Literatürde çalışan başına geliri/ciroyu inceleyen çalışmalarda kesin bir sonuç elde edilemediği görülmektedir. Literatürde çalışan başına cironun işletme performansına olumlu yansıdığını, hiç yansımadığını ya da olumsuz yansıdığını belirten çalışmalar mevcuttur. Bu bakımdan çalışan başına ciro ile ilgili çıkan iki sonucun da literatür ile uyumlu olduğu görülmüştür. Modelde kullanılan bir diğer bağımsız değişken olan maddi olmayan duran varlıkların; işletme performansına olumlu etki ettiği görülmüştür. Bu sonuç hem beklenen hem de literatür ile uyumlu olan bir sonuçtur.

Bununla beraber bu modelin daha da genişletilebileceği düşünülmektedir. Her ülkenin turizmi bölgesel olarak bile yapı farklılıkları gösterebilir. Örneğin Türkiye için Kapadokya bölgesindeki firmalar ile Antalya bölgesindeki firmalar ayrı ayrı ele alındığında farklı sonuçların çıkması muhtemeldir. Bu durum çalışmaya katılan bütün ülkeler için geçerli bir durumdur. Bu çalışmada kullanılan model sadece ülkeler düzeyindedir ve ilerleyen çalışmalarda bölgesel olarak model test edilebilir. Bunun yanı sıra bu çalışma eklektik paradigmanın sadece sahiplik avantajının firma performansı üzerindeki etkisini incelemektedir. Eklektik paradigmanın diğer iki unsuru (İçselleştirme ve Konum) da modellenenirse daha geniş ve kapsamlı bir çalışma elde edilebilir. Bunun yanında Türkiye'deki şirketlerin verilerine ulaşmak akademik çalışmalardaki en büyük sorunlardan birini teşkil etmektedir. Burada kullanılan veri tabanı(ORBIS ve EMIS), mikro bazlı şirket verilerinin olduğu büyük bir veri tabanı olmasına rağmen Türkiye ile ilgili veri kısıtlılığı problemi ile karşılaşmıştır. Sonuç olarak analizden çıkan sonuçlar sahiplik avantajının en önemli ölçütlerinden biri olarak kabul edilen ve genelde soyut kavramlarla ifade edilen maddi olmayan duran varlıkların performansa ilişkisinin pozitif olduğunu ortaya koymaktadır. Bu sonuç hem modelde kullanılan 18 OECD ülkesinde hem de Türkiye için benzerdir. Bununla birlikte çalışan başına cironun 18 OECD ülkesinde etkisinin olmadığı ama modele Türkiye eklenince anlamlı bir etkisinin olduğu ortaya çıkmıştır. Firma büyüklüğünün iki model içinde herhangi bir etkisinin olmadığı görülürken, uluslararası ortaklık düzeyinin 18 OECD ülkesinde %10 - %50 arasında etkisinin olduğu görülmüştür. Uluslararası ortaklık düzeyinin modele Türkiye eklendiğinde bir etkisi olmadığı görüldüğü için bu değişken 2. Model'de dışlanmıştır. Bu bağlamda doğrudan yabancı yatırım yolu seçilirken eklektik paradigmanın sahiplik unsurunun performans ilişkisini değerlendirecek olan yatırımcılar veya araştırmacılar açısından bu çalışma büyük önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

- Ağdelen, Z., ve Erkut, H. (2010). İnsan kaynakları yönetiminin firma finansal performansı üzerindeki etkisi. *İtü Dergisi/d*, 2(4).
- Aktepe, C. (2004). Türkiye'de Gerçekleşmiş Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Eklektik Paradigma Çerçevesinde İncelenmesi, (Yayımlanmış Doktora Tezi), Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Aktepe, C., Üner, M. M. ve Koçak, A. (2011). Küresel doğan işletmelerin öncülleri: Türkiye'deki bilgi teknolojisi yoğun işletmeler üzerinde nitel bir araştırma. *İktisat İşletme ve Finans Dergisi*, 26 (301), 59-90.
- Anastassopoulos, G., Filippaios, F. ve Phillips, P. (2009). An eclectic investigation of tourism multinationals: Evidence from Greece *International Journal of Hospitality Management*, vol.28, 185–194.
- Andersen, O. (1993). On the internationalization process of firms: A critical analysis. *Journal of International Business Studies*, 3, 209-231.
- Beğendik, B. (2013). Küresel Doğan İşletmelerin Uluslararasılaşma Sürecine Etki Eden Girişimcilik Yönelimi Boyutları Ve Girişimci Özellikleri, (Yayımlanmış Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Buckley, P. J. ve Pass, C. L. (1992). The Internationalisation of service firms: A comparison with the manufacturing sector. *Scandinavian International Business*, 1(1), 39-56.
- Çakır, S., ve Perçin, S. (2013). Çok kriterli karar verme teknikleriyle lojistik firmalarında performans ölçümü. *Ege Akademik Bakış dergisi*, 13(4), ss 449-459.
- Çavuşgil, S. T., Knight, G., ve Riesenberger, J. (2017). *International Business The New Realities*, 4th ed., Essex: Pearson.
- Çetin, B. (2017). Zincir Hastanelerin Uluslararasılaşmasına Etki Eden Faktörler (Yayımlanmış Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara
- Dhawan, R. (2001). Firm size and productivity differential: theory and evidence from a panel of US firms. *Journal of economic behavior & organization*, 44(3), 269-293.
- Dunning, J. H. ve Lundan, M. S. (2008). *Multinational Enterprises and the Global Economy*, Second Edition, Edward Elgar Publishing, Massachusetts.
- Erawati, N. M. A., ve Sudana, I. P. (2010). Intangible Assets, Nilai Perusahaan, dan Kinerja Keuangan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 4(1).

- Erdal, F. B. (2021). Çoğunluk Doğrudan Yatırım Kararlarının Performans Üzerine Etkisi: OECD Konaklama Endüstrisi Örneği, Yayımlanmamış, Doktora Tezi (Danışman: Prof. Dr. M. Mihat Üner), İşletme Anabilim Dalı, İşletme Doktora Programı, Atılım Üniversitesi.
- Fink, G., ve Koller, W. (2002). Did Accession to the EU Affect Small and Large Firms Differently? The Case of the Austrian Retail and Wholesale Sector. *European Integration online Papers (EIoP)*, 6(2002-009).
- Gamayuni, R. R. (2015). The effect of intangible asset, financial performance and financial policies on the firm value. *International Journal of scientific and technology research*, 4(1), 202-212.
- Garger, J. (2010). Equity and market value: How much is a company worth to an investor? <http://www.johngarger.com>.
- Gills, Tamara (2003). Connecting Intangible Assets to the Bottom Line, *Communication World*, Vol 20; 10-25.
- Güleç, Ö. F. (2018). Maddi ve maddi olmayan duran varlıkların BOBİ FRS ve TFRS açısından değerlendirilmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(4), 901-921.
- Güngördü, A. ve Yılmaz, K. G. (2016). Uluslararası Ticaret ve Yatırım Teorisi Olarak Eklektik Paradigma: Geçmişten Günümüze Bir Bakış, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Eylül 2016 20 (3): 1003-1020.
- Hall, M., ve Weiss, L. (1967). Firm size and profitability. *The Review of Economics and Statistics*, 319-331.
- Hollensen, S. (2004). *Global Marketing a Decision-Oriented Approach*, Third Edition, Prentice Hall, England.
- Horst, T. (1972a). Firm and industry determinants of the decision to invest abroad: an empirical study. *Review of Economics and Statistics* 54 (3), 258–266.
- Horst, T. (1972b). Industrial composition of US exports and subsidiary sales to Canadian market. *American Economic Review* 62 (1), 37–45.
- Johanson, J. ve Paul W. F. (1975). The Internationalization of Firm – Four Swedish Cases, *Journal of Management Studies*, 12(3), 305-323.
- Kaen, F. R., ve Baumann, H. D. (2003). Firm size, employees and profitability in US manufacturing industries. *Employees and Profitability in US Manufacturing Industries*.
- Kalyoncuoğlu, S. ve Üner, M.M. (2010). Küresel Doğan İşletme Kavramı Ve İşletmelerin Küresel Doğmasına Etki Eden Kurucu/Üst Düzey Yönetici Özellikleri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 12/3, 1-42.
- Lantz, J. S., ve Sahut, J. M. (2005). R&D investment and the financial performance of technological firms. *International Journal of Business*, 10(3), 251.
- Lirely, R. L. (2000). Tax reform unvisited: The need for an academic voice. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 4(1), 116.
- Mates, D., Hlaciuc, E., ve Socoliuc, M. (2009). Evaluation and recognition of intangible fixed assets in accordance with national and international financial reporting standards IAS/IFRS. *The USV Annals of Economics and Public Administration*, 9(2), 157-162.
- Pedersen, K. (2003). The Eclectic Paradigm: A New Deal?, *Journal of International Business and Economy*, 4(1), 15-27.
- Rennie, M.W. (1993). Global Competitiveness: Born Global. *McKinsey Quarterly*, 4, 45-52.
- Rogerson, J. M. (2016). Hotel chains of the global South: The internationalization of South African hotel brands, *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, Vol. 64 No. 4, 445-450.
- Root, F. R. (1994). *Entry strategies for international markets*. Prentice Hall.
- Schmalensee, R. (1989). Intra-industry profitability differences in US manufacturing 1953-1983. *The journal of industrial economics*, 337-357.
- Toy, N., Stonehill, A., Remmers, L., Wright, R., ve Beekhuisen, T. (1974). A comparative international study of growth, profitability, and risk as determinants of corporate debt ratios in the manufacturing sector. *Journal of financial and quantitative analysis*, 875-886.