

COVID-19 SÜRECİNDE KÜRESEL TURİZME BİR BAKIŞ: FORTUNE 1000'DE YER ALAN KÜRESEL TURİZM İŞLETMELERİNE YÖNELİK SEKTÖREL BİR DEĞERLENDİRME

İLTER, Üzeyir Emrah (Doktora Öğrencisi), Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri, Türkiye.

E-posta: uzeyiremrahilter@gmail.com ORCID: 0000-0002-7042-8606.

BULUT, Yasin (Doktora Öğrencisi), Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri, Türkiye.

E-posta: yasinbulut.1992@gmail.com ORCID: 0000-0002-9515-9959.

Özet

Çalışmada, Fortune 1000'de yer alan çok uluslu turizm işletmelerinin (konaklama, yiyecek-içecek ve eğlence) güncel istatistiki verilerden yararlanarak incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma, çok uluslu konaklama, yiyecek-içecek ve eğlence işletmelerinin mevcut durumlarına ilişkin genel istatistiki bir perspektif sunması bakımından önemlidir. Bu bağlamda, 8 konaklama, 11 yiyecek-içecek ve 5 tane de eğlence işletmesi araştırmaya dâhil edilmiştir. Araştırmada nitel bir yaklaşım ve doküman incelemesi yöntemi benimsenmiştir. Araştırma verileri, Fortune WEB Sitesi'nde yer alan 2021 yılı istatistiklerinden derlenmiştir. Araştırma bulguları incelendiğinde, en büyük 1000 işletme listesinde yer alan konaklama, yiyecek-içecek ve eğlence işletmelerinin büyük çoğunluğunun bilhassa son dönemde, Covid-19 salgını ile birlikte sosyal faaliyetlerde yaşanan dönüşümlerden ve tüketim tercihlerine yönelik değişimlerden etkilendiği ve gelirlerinin düştüğü gözlenmiştir. Bu durumda, Fortune 1000 listesindeki işletmelerin konumlarını kaybetmelerine neden olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, Fortune, Çok Uluslu İşletmeler, Turizm İşletmeleri

AN OVERVIEW OF GLOBAL TOURISM IN THE COVID-19 PROCESS: A SECTORAL REVIEW OF GLOBAL TOURISM BUSINESSES IN FORTUNE 1000

Abstract

The study aimed to examine multinational tourism businesses (accommodation, food and beverage and entertainment) in the Fortune 1000 using up-to-date statistical data. The research is important in that it provides an overall statistical perspective on the current situation of multinational accommodation, food and beverage and entertainment businesses. In this context, 8 accommodations, 11 food and beverages and 5 entertainment businesses were included in the research. A qualitative approach and document review method were adopted in the research. The research data is compiled from the statistics for 2021 on the Fortune WEB Site. When the research findings were examined, it was observed that the vast majority of accommodation, food and beverage and entertainment businesses in the top 1000 business lists were affected by the transformations in social activities and changes in consumption preferences, especially recently with the Covid 19 pandemic, and their revenues decreased. In this case, it has caused businesses on the Fortune 1000 list to lose their position.

Keywords: Covid-19, Fortune, Multinational Businesses, Tourism Businesses

Atıf Bilgisi / Reference Information

İlter, Ü.E. & Bulut, Y. (2021). Covid-19 Sürecinde Küresel Turizme Bir Bakış: Fortune 1000'de Yer Alan Küresel Turizm İşletmelerine Yönelik Sektörel Bir Değerlendirme. *Turistika*, Aralık, 1(1), 81-93.

GİRİŞ

20.yy ile birlikte küreselleşmenin önem kazanması ve özellikle 1980 sonrası dönemde tüm dünyaya yayılması ile birlikte işletme yapıları da oldukça hızlı bir değişim ve dönüşüm geçirmişlerdir. Bu doğrultuda, işletmeler yalnızca ulusal sınırlar içerisinde belirli bir pazara hâkim olarak ürün/hizmet üretilip satmanın ötesinde uluslararası pazarlarda yer alarak farklı coğrafyalarda da var olmak ve küresel anlamda söz sahibi olmak istemektedirler. Bunun en yaygın ve somut örnekleri, küreselleşmenin öncü ülkesi ABD şirketleri tarafından uygulanmış ve uygulanmaya devam etmektedir. Diğer yandan, işletmelerin uluslararası pazarlarda boy göstermekle kalmayıp gittikleri ülkede şube açarak fiziki olarak da varlık göstermeleri ve mülkiyet edinmeleri çok uluslu işletme yapılarının ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Birçok işletmenin küresel Covid-19 salgınıyla mücadele etmede karşılaştığı zorluklar ve salgının başlamasından bu yana geçen iki yıllık sürede; işsizliğin artması ve iktisadi zorluklar da kendini çok fazla hissettirmeye başlamıştır. Küresel salgına bağlı iktisadi krizin en yoğun yaşandığı 2020 yılının ardından, küresel ekonomide 2021 yılında bir toparlanma görülmüştür. 2021 yılının ilk çeyreğiyle birlikte salgına karşı alınan önlemler ve aşılama oranları dünya genelinde artış göstermiştir. 2021 yılının ilk çeyreğinde küresel ekonominin, bir önceki yılının aynı dönemine kıyasla yüzde 3,1 büyümeye gösterdiği belirlenmiştir. 2021 yılının ilk çeyreğinde gelişmiş ekonomilerin yüzde 0,6 oranında gerilediği, gelişmekte olan ekonomilerin ise yüzde 9,5 oranında büyüdükleri ileri sürülmektedir. Salgının nasıl bir seyir izleyeceği, devletlerin bu duruma karşı hangi stratejileri takip edecekleri ve küresel ticaretteki belirsizlikler halen devam etmektedir (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2021).

Araştırmada çok uluslu konaklama, yiyecek-içecek ve eğlence işletmelerinin güncel verilere dayanılarak incelenmesi ve Covid-19 pandemi sürecinin işletmelerin gelirlerine etkisi ele

alınmaya çalışılmıştır. Literatür incelendiğinde, çok uluslu işletmeler ile ilgili farklı konularda pek çok çalışma olmasına rağmen, çok uluslu konaklama, yiyecek-içecek ve eğlence işletmelerini güncel verilerle ele alan araştırmaların oldukça sınırlı olduğu tespit edilmiştir. Çalışma, bu durumdan ve çok uluslu turizm işletmelerinin güncel durumlarına ilişkin bilgiler sunması bakımından önem arz etmektedir.

1. İŞLETMELERİN ULUSLARARASI FAALİYETLERİNE İLİŞKİN TEMEL KAVRAMLAR

Küreselleşme ile birlikte sınır ötesi ticaretlerin önündeki engellerin kaldırılması sonucu uluslararası ticaret de artışlar olmuştur. İşletmeleri uluslararası pazarlara sevk eden çeşitli faktörler vardır. Bu faktörler; çekici faktörler, itici faktörler veya her ikisinin de bir arada olduğu faktörlerdir. Çekici faktörler, işletmenin hâlihazırda bulunduğu pazardan ziyade uluslararası pazarların daha çekici olması durumudur. İtici faktörler ise mevcut pazarda yaşanan sıkıntıların ulusal sınırların dışındaki pazarlarda faaliyet gösterilerek giderilmesidir (Ulaş, 2009).

Küresel pazarların ortaya çıkışında, ticaret engellerinin kaldırılmaya başlamasının yanında teknolojik gelişmeler de önemli rol oynamıştır. Mikro işlemcilerin geliştirilmesiyle, işletmeler bilgilerini düzenli olarak kayıt altına almaya başlamışlardır. Kişisel bilgisayarlar ve daha sonra geliştirilen mobil iletişim cihazları gelişen mikro işlemci teknolojisinin sonuçlarıdır. Özellikle mikro işlemci teknolojisindeki ve internetteki gelişmeler sonucunda ortaya çıkan mobil pazarlama uygulamaları, pazarların küreselleşmesinde büyük rol oynamıştır (Ulukan, 2018).

1.1. Uluslararası İşletmeler

Uluslararası işletmeler, sadece ülke içi değil yabancı ülkelerde de çeşitli faaliyet alanlarından birinde veya birkaçında üretim veya satış yapan işletmelerdir (Ünsar, 2007). Başka bir tanıma göre uluslararası işletme, uluslararası ticaret ve/veya uluslararası yatırım yapan işletmedir. Uluslararası işletmelerde, uluslararası örgütlenme, tedarik, üretim, pazarlama ve başka herhangi bir değer

oluşturan faaliyetler yapılabilmektedir. Uluslararası işletmeler, yabancı müşterileri bularak onlarla iş ortaklıkları gerçekleştirirler. Uluslararası işletmeler, ürünler, sermaye, teknoloji, bilgi ve emeğin ülke sınırlarını aşan temsilcileridirler. Küçük ve orta ölçekteki pek çok işletme dahi uluslararası piyasalarda faaliyet yürüterek küreselleştikçe uluslararası işletme haline gelmektedir (Koç, 2018).

1.2. Çok Uluslu İşletmeler

Çok uluslu işletmeler, birden fazla ülkede mal ve hizmet üretip onları pazarlayan, kendilerine ait kurumsal hedefleri ve politikaları olan, bu hedef ve politikaları tüm bağlı kuruluşlarda uygulayan şirketlerdir (Gersil, 2004). Bir başka tanıma göre çok uluslu işletmeler, yatırım faaliyetlerini birden çok ülkede devam ettiren ve üretime yönelik kararlarını tek bir merkezden alan şirketlerdir (Esen ve Gürson, 2016). Benzer şekilde, Seyidoğlu (2003) da çok uluslu işletmeyi, bir ana merkezi olan ve bu merkezden kontrol edilen, farklı ülkelerde iktisadi faaliyetlerde bulunan işletmelerden oluşan bir bütün olarak tanımlamaktadır. Çok uluslu işletmelere ilişkin birtakım özellikler şu şekilde sıralanabilmektedir (Güregen, 2020): Çok uluslu işletmeler, değişik ülkelerde iktisadi faaliyetlerde bulunan işletmelerdir; çok uluslu işletmelerin örgütlenme yapısında bir ana merkez ve bu ana merkeze bağlı işletmeler bulunmaktadır; çok uluslu işletmelerin güçlü finansal alt yapıları olduğundan olası krizlerden minimum seviyede etkilenmektedirler; çok uluslu işletmelerde yenilikler sıkı bir şekilde takip edilmekte ve AR-GE faaliyetleri güncel bakış açısı doğrultusunda şekillendirilmektedir.

1.3. Küreselleşme, Küresel İşletmeler ve Covid-19

Küreselleşme; dünya çapında üretilen malların, hizmetlerin, iktisadi faaliyetlerin, teknolojik gelişmelerin, eğitimin, kültürün, sağlığın ve düşüncelerin hızlı bir biçimde ulusaldan uluslararası boyuta geçiş sürecini ifade etmektedir (Çeken, 2003a). Küreselleşme kavramı, farklı yatırım araçlarının oluşturulması ve teknolojinin gelişmesine bağlı olarak artan bilgi transferi,

rekabet anlayışının ulusal sınırlara sığmaması ve uluslararası sermaye yatırımlarının serbest bir hale gelmesiyle birlikte ortaya çıkmıştır (Çelik, 2012). Küreselleşme sürecinde etkili olan birtakım faktörler, dış ticaretin serbestleştirilmesi; vergi ve kotalarda iyileştirmeler; kalifiye personelin küresel anlamda rahat yer değiştirmesi; teknolojinin gelişmesiyle birlikte bilgi akışının hızlanması; bilimsel çalışmaların sayısının ve niteliğinin artması; çok uluslu şirketlerin faaliyetleri sonucu uluslararası pazarlar oluşması ve piyasa ekonomisi temeline dayandırılmış kapitalist sistemin oluşturulması şeklinde sıralanmıştır (Çeken, 2003b). Küreselleşme sürecinin hızlı bir şekilde gelişim göstermesinde birçok etken mevcut olmasına rağmen bu etkenlerin başında çok uluslu şirketler gelmektedir. Çok uluslu şirketler, ulusal sınırların içerisinde yer alan pazarların uluslararası sınırlara yayılmasını sağlamışlardır (Güzelcik, 1999).

Dünyanın genelini bir iş alanı olarak gören ve dünyayı tek bir ekonomi olarak tanımlayan, tüm strateji ve çalışmalarını küresel çapta oluşturan işletmelere küresel işletmeler denilmektedir (Türker ve Örerler, 2004). 2021 yılı verilerine göre, dünyanın en büyük küresel işletmeleri sıralamasında birinci sırayı 559,1 milyar \$ geliriyle Walmart (ABD) almaktadır. Onu sırasıyla 386,6 milyar \$’lık geliriyle State Grid (Çin), 386 milyar \$ geliriyle Amazon (ABD), 283,9 milyar \$ geliriyle China National Petroleum (Çin) ve 283,7 milyar \$ geliriyle Sinopec Group (Çin) izlemektedir (Fortune, 2021a).

2. LİTERATÜR DEĞERLENDİRMESİ

Küreselleşme kavramının literatüre girmesiyle birlikte uluslararası alanda çok sayıda teorik ve ampirik çalışmanın çok farklı coğrafyalarda yapılmaya başlandığı görülmektedir. Küresel boyuta erişmiş olan işletmelerin küresel yapının hemen hemen her yerinde yürüttükleri operasyonlar pek çok bilim insanının ilgisini çekmiş ve yeni yeni çalışma alanları oluşturmuştur. Bu sebeple literatür incelendiğinde çalışmalarımıza

ışık tutacak zengin bir saha ile karşı karşıya kalmaktayız.

Elmacı (1992), Türk işletmelerini küreselleşme bağlamında değerlendirdiği araştırmasında Türk işletmelerinin küreselleşerek uluslararası pazarlara açılabilmesi için yeniden yapılanmaya gitmeleri gerektiğini belirtmiş ve dört farklı öneri geliştirmiştir. İlk olarak, küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin esnek yapılarını ve maliyet avantajı unsurunu iyi değerlendirmesi gerektiği ikinci olarak, gelişmiş ülke işletmeleri ile stratejik işbirliği, ortak girişim, işletme birleşmeleri ve satın almaları gibi yollarla ilişki kurarak küresel pazarlara giriş yapmalarının gerekliliği üçüncü olarak, tüketici gereksinimlerinin iyi analiz edilmesi ve son olarak ise küreselleşme sürecindeki en önemli unsurun esnek işletme yapısı olduğuna dikkat edilerek bu yapının korunması gerektiği belirtilmiştir.

Bilge ve Zerenler (2006) ise küreselleşme ile teknoloji ilişkisinden hareket ederek küreselleşme sürecinde teknolojik değişim hızının da arttığını, dolayısıyla ürünlerin kullanım sürelerinin ve buna bağlı olarak da ürünleri tasarlama ve sunma sürelerinin kısaldığını belirtmiş ve işletmelerin bu hızlı değişimlere ayak uydurmaları gerektiğini vurgulamıştır. Benzer şekilde, Tağraf (2008) da teknolojide ve iletişim olanaklarında yaşanan gelişmelerin küreselleşme sürecini hızlandırdığından ve işletmeler nezdinde uluslararası alanda faaliyet göstermenin bir nevi zorunluluk halini aldığından bahsetmiştir. Tallman, Luo ve Buckley (2017)’e göre ise bilgi teknolojilerinin yaygın kullanımı, gelişmekte olan pazarlara ilişkin güvenin artması, düşük maliyet ile üretim yapan rakiplerin çoğalması, yerel olarak esnek olabilen ancak küresel anlamda şirket birleşmeleri yönünde yüksek düzeyli baskının varlığı ve pazar payında küresel rekabet avantajları oluşturma arayışı gibi değişiklikler işletmeleri iş modeli yeniliklerine teşvik etmektedir. Ek olarak, gelişmekte olan ülkelerde orta ve alt gelir grubunun yaşadığı zorluklar ve gelişmiş ülkelerdeki iktisadi büyümenin yavaşlaması gibi yeni zorlukların ortaya çıkardığı baskılar ve yeni iş

fırsatları da dâhil olmak üzere yeni iş modelleriyle yenilik yapma gerekliliği, çok uluslu şirketler üzerinde ek baskı oluşturmaktadır.

Atik (2007) de küreselleşme ve küresel işletmeleri değerlendirdiği araştırmasında teknoloji, taşımacılık ve iletişim alanındaki köklü değişimlerin ulusal sınırları ortadan kaldırarak küreselleşmeyi hızlandırdığını, pek çok mal ve hizmetin dünyanın her yerinde üretilip satılabileceği bir iktisadi düzen oluştuğunu, tüm dünyanın tek tip üretim ve tüketim şekline evrildiğini ve çok uluslu küresel işletmelerin her geçen gün daha da büyüyerek ulus devletler üzerinde ciddi bir yaptırım gücüne sahip olduğunu belirterek konuyu farklı açılırlarla ele almıştır. Akbulut ve Paksoy (2007)’ün küresel işletmelerde marka değeri ile finansal göstergeler arasında ilişki aradıkları araştırmasında, yalnızca faiz ve vergi öncesi kâr (FVÖK) ve vergi öncesi kâr (VÖK) ile marka değeri arasında ilişki tespit edilmiş ve markaların işletmeler üzerinde pazar payı, piyasa değeri ve büyüklüğü konularında etkili olduğu ifade edilmiştir. Kocaman (2017), çok uluslu işletmelerin küreselleşmesine yönelik 17 maddelik temel bileşenler ortaya koyarak ilgili literatüre ve şirketlere ilişkin geniş bir perspektif sunmuştur. Bu temel bileşenler, küresel stratejik hedefler; küresel işletme fonksiyonları (yönetim, AR-GE, İKY vb.); standart İKY uygulamaları; performans değerlendirme ve ödüller; toplam kalite yönetimi ve uluslararası sertifikalar; bilgi sistemleri ve şeffaflık; kurumsal kaynak planlaması; kurumsal derecelendirme; uluslararası finansal raporlama; uluslararası AR-GE ve stratejik işbirlikleri; sermaye ve işgücünün küresel hareketliliği; küresel üretim ağı; yönetici yurt dışı tecrübesi; uluslararası yarışmalar, etkinlik ve ödüller; ihracat firması olmama; sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk şeklinde sıralanmıştır.

Kamran (2020), 2020 yılının başında ortaya çıkan Covid-19 salgınının getirdiği iktisadi sonuçların ülke ekonomilerini felç ettiğini ve salgının iş dünyasını, yatırımları ve tüketim kalıplarını değiştirdiğini belirterek şirketlerin belirsiz ortamda hareket etmek için finansal güçlerini geliştirmeleri gerektiğini ve işletmeler

için önceliğin, temel zorlukların üstesinden gelmek olduğunu ifade etmiştir. Nhamo vd. (2020), salgının etkilerini eğlence sektörü üzerinden değerlendirerek pandeminin özellikle iktisadi anlamda eğlence sektörüne ciddi zararlar verdiğini ve küresel eğlence işletmeleri için milyarlarca dolarlık kayıplara yol açtığını ortaya koymuştur. Gopalakrishnan ve Aitharaju (2020) da konuyu Covid-19’un olumlu etkileri bağlamında ele almış ve pandemi sürecinin, küresel işletmelerin dijital dönüşümüne bir fırsat doğurduğunu ve bununla birlikte maliyetlerin düşürülmesine de neden olabileceğini öne sürmüşlerdir. Atherton (2021) ise çalışmasında Çin’in hızla büyüyen küresel şirketlerini analiz etmiş ve iç pazardaki dayanıklı yapısını koruyan işletmelerin küresel gelişmelere karşı ön hazırlıklı sürdürülebilir bir iş modeli uygulayarak dış pazarlarda da başarılı grafiğini sürdürdüğünü saptamıştır.

Literatür incelemesi göstermiştir ki turizm işletmeleri de tekstil ya da otomotiv gibi başka sektörlerin işletmelerinde olduğu gibi küreselleşme ve beraberinde ortaya çıkan gelişmelerden etkilenecek çok uluslu işletme yapılarına doğru evrilmiştir. Özellikle 1980 sonrası dönemde turizm işletmeleri, ülke sınırlarını aşarak küresel boyutta daha çok faaliyet göstermeye başlamışlardır. Bu durumda, iktisadi, örgütsel, yönetsel, yapısal kısacası her alanda daha karmaşık işletme türlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Diğer yandan, küresel büyüklükteki işletmelerin tamamında olduğu gibi çok uluslu turizm işletmeleri de küresel düzeyli pek çok krize maruz kalmıştır. Bu krizlerin belki de en ciddilerinden biri de 2019 yılı sonunda ortaya çıkan Covid-19 salgını sonrası yaşanan küresel krizdir. Buna bağlı olarak, araştırmada işletmeler daha çok iktisadi anlamda ele alınmış ve Covid-19 sonrası turizm işletmelerinin piyasa değerlerine, gelirlerine ve istihdamlarına yönelik mevcut bir durum incelemesi ortaya konmaya çalışılmıştır.

3. YÖNTEM

Araştırmada nitel bir yaklaşım ve doküman incelemesi yöntemi benimsenmiştir. Doküman incelemesi, araştırılması hedeflenen olgu veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin

analizini kapsamaktadır. Diğer yandan, araştırmanın problemi, hangi dokümanların veri kaynağı olarak kullanılabileceğini belirlemede önemli olmaktadır (Kuzu, 2013). Dolayısıyla, çalışmada konaklama, yiyecek-içecek ve eğlence işletmelerinin özellikle Covid-19 salgını sonrası gelir ve istihdam verilerine ilişkin mevcut durumlarında ne gibi değişiklikler olmuştur? Sorusundan hareket edilmiş ve veriler, bilimsel araştırmalarda da sıklıkla yararlanılan iş ve ekonomi dergilerinden bir tanesi olan Fortune Dergisi’nin (Li vd., 2001; Lee vd., 2006; Rybalko ve Seltzer, 2010; Yalçınkaya ve Uysal, 2019) WEB sitesinden derlenmiştir. Araştırmada, değerlendirme kapsamına alınacak verilerin seçilmesinde araştırma sorusu ve amacına uygun olarak gelir ve istihdama yönelik rakamlar esas alınmış ve grafikler buna bağlı olarak oluşturulmuştur. Ayrıca, şirketlerin genel mali durumunun ortaya konabilmesi ve karşılaştırma yapılabilmesi için piyasa değerleri ve Fortune listesindeki bir önceki yıla göre yaşadıkları değişimlere ilişkin verilere de yer verilmiştir. Araştırmanın evreni, küresel ölçekli faaliyet yürüten tüm çok uluslu turizm işletmelerini kapsarken, örnekleme ise Fortune 1000 listesinde yer alan çok uluslu turizm işletmelerini kapsamaktadır. Çalışmanın en önemli sınırlılıkları ise zaman kısıtı nedeniyle yalnızca 2021 yılına ve belirli sektörlerle ait verilerin temel alınarak değerlendirme yapılmış olmasıdır.

4. BULGULAR

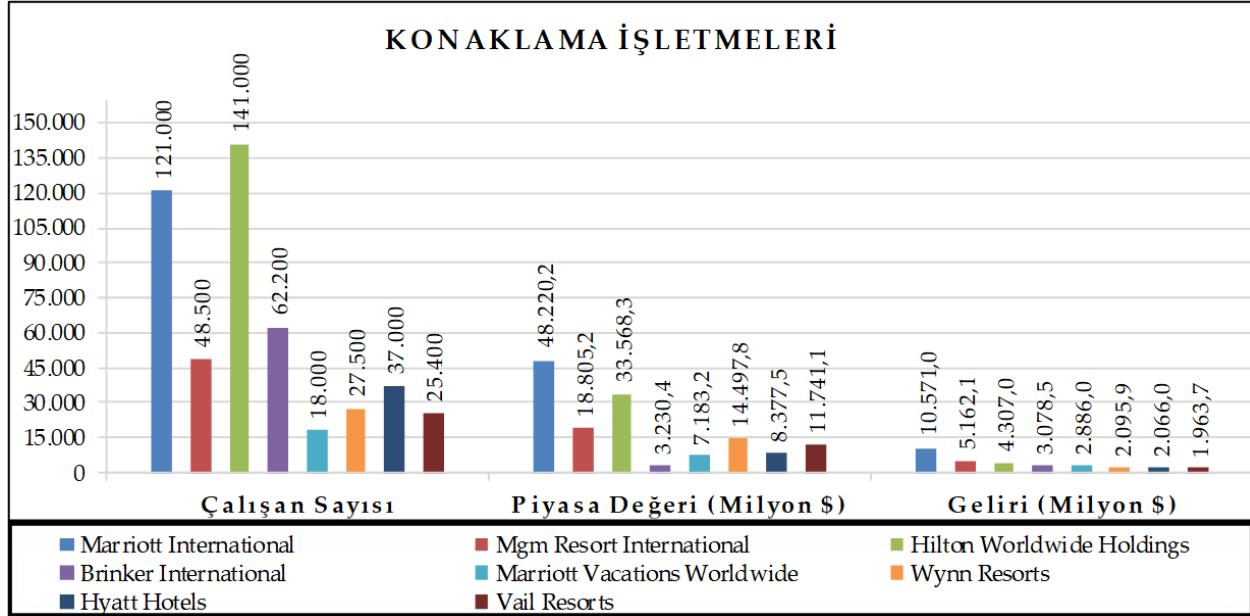
Bu bölümde, Fortune isimli ekonomi dergisinin işletmelerin yıllık gelirlerini esas alarak sıraladığı 2021 yılına ilişkin rapordan faydalanarak konaklama işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri ve eğlence işletmelerine yönelik oluşturulmuş grafiklere yer verilmiştir. Grafik bulguları, araştırmanın amacına uygun olarak ve işletmelerin özellikle piyasa değeri, gelir gibi bir takım parametreleri dikkate alınarak değerlendirilmiştir.

4.1. Konaklama İşletmelerine İlişkin Değerlendirmeler

Bu bölümde, Fortune 1000’de yer alan konaklama işletmelerinin çalışan sayısı, piyasa

değeri, geliri, Fortune 1000 listesindeki yeri, sıralamada ve gelirlerindeki bir önceki yıla göre değişimi verileri esas alınarak hazırlanan grafikler değerlendirilmiştir.

Grafik 1. Konaklama İşletmeleri İstatistikleri

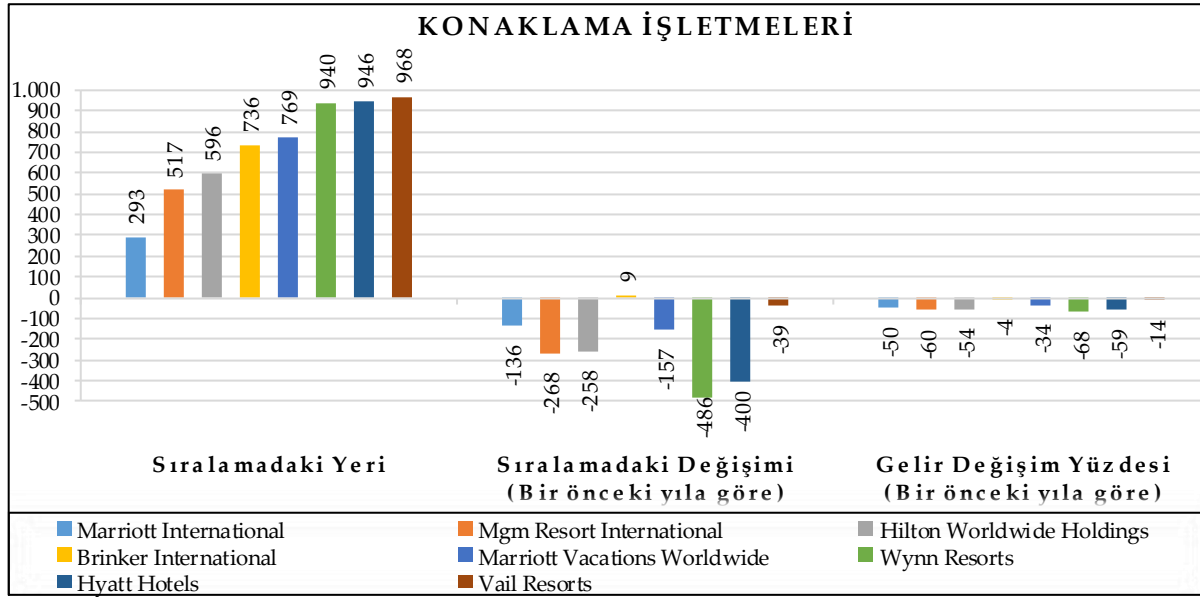


Kaynak: <https://Fortune.com>

Grafik incelendiğinde özellikle Marriott grubunun (158.000) ve Hilton Worlwide Holdings (141.000)’in ve dünya genelindeki yüz binin üzerinde çalışan sayıları ile ciddi bir istihdam sağladıkları, Brinker International (62.200), Mgm Resort International (48.500), Wynn Resorts (27.500) ve diğer otel gruplarının da azınsanmayacak düzeyde personel istihdam ettikleri görülmektedir. Piyasa değeri verileri incelendiğinde Marriott International’ın 48,2 milyar \$ ve Marriott Vacations Worldwide’in yaklaşık 7,2 milyar \$ ile toplamda Marriott Grubu’nun yaklaşık 55,4 milyar \$ değer ile lider konumda olması, 33,5 milyar \$ değeri ile Hilton Worldwide Holdings’in ise onları takip etmesi dikkat çekici bulunmuştur. Ek olarak, 10 milyar \$

piyasa değerinin üzerinde üç otel grubunun (Mgm Resort International=18,8 milyar \$; Wynn Resorts≈14,5 milyar \$; Vail Resorts=11,7 milyar \$) daha yer alması konaklama sektörünün büyüklüğüne işaret etmektedir. Elde edilen gelirler esas alındığında ise Marriott grubu yaklaşık 13,5 milyar \$ gelir ile ilk sırada yer alırken onu yaklaşık 5,2 milyar \$ yıllık gelir ile Mgm Resort International izlemektedir. Devamında ise 4,3 milyar \$ ile Hilton Worldwide Holdings, yaklaşık 3,1 milyar \$ ile Brinker International, yaklaşık 2,1 milyar \$ ile Wynn Resorts ve Hyatt Hotels ve son olarak yaklaşık 2 milyar \$ ile Vail Resorts izlemektedir.

Grafik 2. Konaklama İşletmeleri İstatistikleri-2



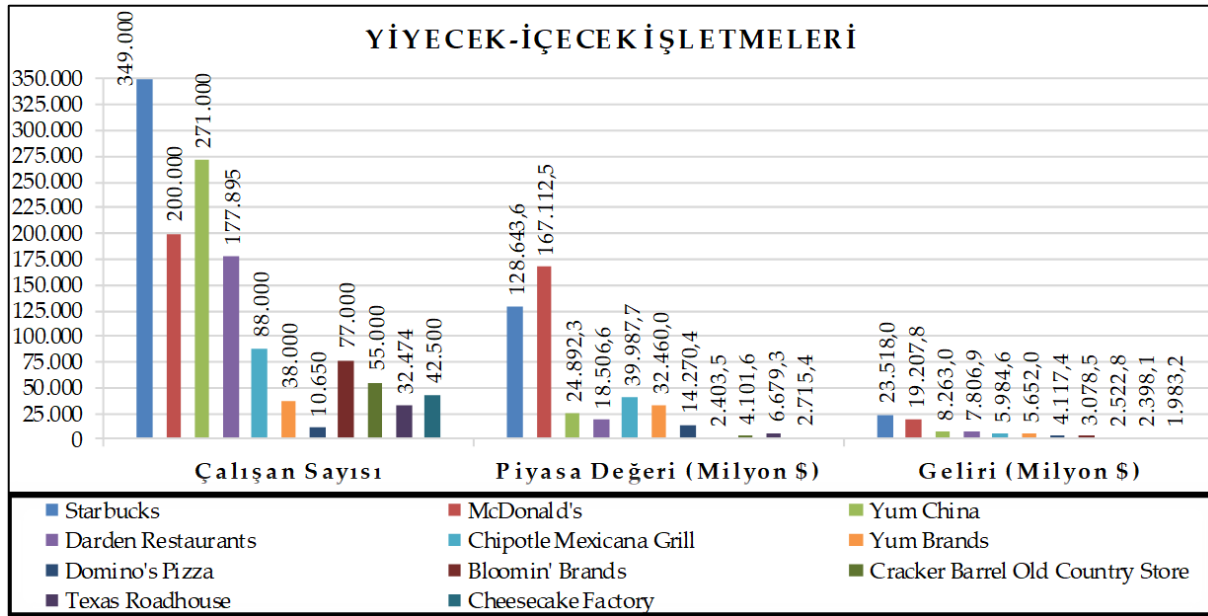
Kaynak: <https://Fortune.com>

Fortune 1000 listesinde yer alan konaklama işletmelerinin liste sıralamasındaki yerleri dikkate alındığında ilk 500 işletme arasında yalnızca bir işletmenin yer aldığı (Marriott International=293) görülmektedir. Diğer 7 işletmenin ise ilk 500’ün dışında sırasıyla, Mgm Resort International 517; Hilton Worldwide Holdings 596; Brinker International 736; Marriott Vacations Worldwide 769; Wynn Resorts 940; Hyatt Hotels 946 ve son olarak Vail Resorts 968. sırada yer almaktadır. Bir önceki yıla göre sıralamadaki değişimlerine bakıldığında, Brinker International (+9 basamak) dışındaki tüm konaklama işletmelerinin ciddi bir düşüş yaşadıkları gözlenmiştir. Bu durumun ortaya çıkışında şüphesiz, Covid-19 küresel salgının etkisi olduğu düşünülmektedir. Kaldı ki salgın nedeniyle ülke yönetimlerinin vatandaşlarının sağlığını önlemesi ve kısmi ya da tam kapanmalara giderek sokağa çıkma yasağı uygulamaları ya da hizmet sektörü başta olmak üzere pek çok sektörün faaliyetlerini durdurarak sadece sağlık, güvenlik, gıda, temizlik ve hijyen

malzemeleri üretimi gibi birtakım zaruri iş kollarına müsaade edilmesi, ülkeler ve hatta şehirler arası geçiş yasağı uygulamaları ve tüm bunlar neticesinde seyahatlerin iptal edilmesi gibi gelişmeler, konaklama işletmelerinin faaliyetlerinin durma noktasına gelmesine neden olmuştur. Grafik 2 incelendiğinde, tüm bunlara bağlı olarak konaklama işletmelerinin gelirlerinde de bir önceki yıla göre yüksek oranda düşüşler olduğu göze çarpmaktadır.

4.2. Yiyecek-İçecek İşletmelerine İlişkin Değerlendirmeler

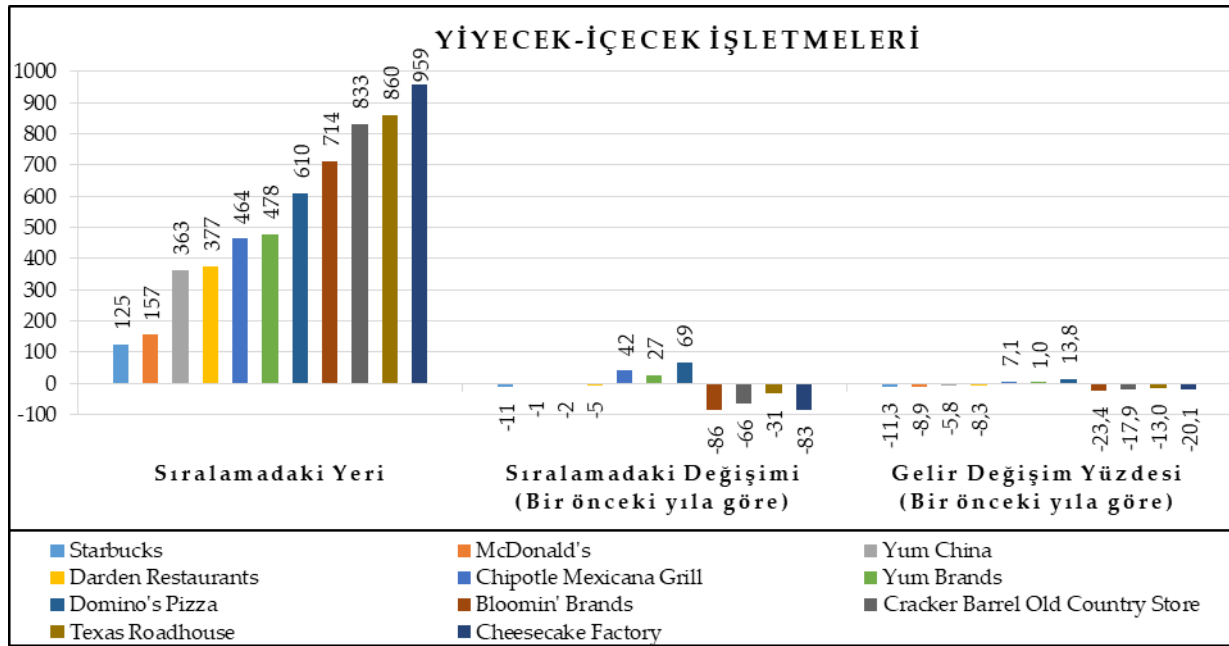
Bu bölümde, Fortune 1000’de yer alan yiyecek-içecek işletmelerinin çalışan sayısı, piyasa değeri, geliri, Fortune 1000 listesindeki yeri, sıralamada ve gelirlerindeki bir önceki yıla göre değişimi verileri esas alınarak hazırlanan grafikler değerlendirilmiştir.

Grafik 3. Yiyecek-İçecek İşletmeleri İstatistikleri

Kaynak: <https://Fortune.com>

Grafik 3 incelendiğinde, hizmet sektöründe yer alan çok uluslu yiyecek-içecek işletmelerinin yüksek istihdam ile faaliyet yürüttüğü anlaşılmaktadır. Özellikle neredeyse tüm dünyada faaliyet yürüten Starbucks (349.000), McDonald's (200.000) ve Darden Restaurants (177.985) ile Asya Bölgesi'nde yaygın olarak faaliyet yürüten Yum China (271.000)'nin 100.000'in üzerinde istihdam sağladığı görülmektedir. Kaldı ki, üretimde ve sunumda insan odaklı emek yoğun bir faaliyet sürecine sahip olan yiyecek-içecek işletmelerinin yüksek istihdam ile hizmet vermesi olması gereken bir durumdur. Piyasa değerine ilişkin veriler incelendiğinde ise McDonald's (167,1

milyar \$) ve Starbucks (128,6 milyar \$)'ın 100 milyar \$'ı aşan rakamlar ile dünyanın en büyük yiyecek-içecek işletmeleri arasında ilk 2 sırayı paylaştıkları görülmektedir. Diğer yandan, yaklaşık 40 milyar \$ piyasa değeri ile Chipotle Mexican Grill; 32,4 milyar \$ ile Yum Brands; 24,8 milyar \$ ile Yum China; 18,5 milyar \$ ile Darden Restaurants ve 14,2 milyar \$ ile Domino's Pizza 10 milyar \$'ın üzerinde piyasa değerine sahip işletmeler olarak dikkat çekmektedir. Yıllık gelir rakamlarına göre de Starbucks (23,5 milyar \$) ve McDonald's (19,2 milyar \$) 20 milyar \$'ın üzerinde gelir elde ederek ilk 2 sırada yer almaktadır.

Grafik 4. Yiyecek-İçecek İşletmeleri İstatistikleri-2

Kaynak: <https://Fortune.com>

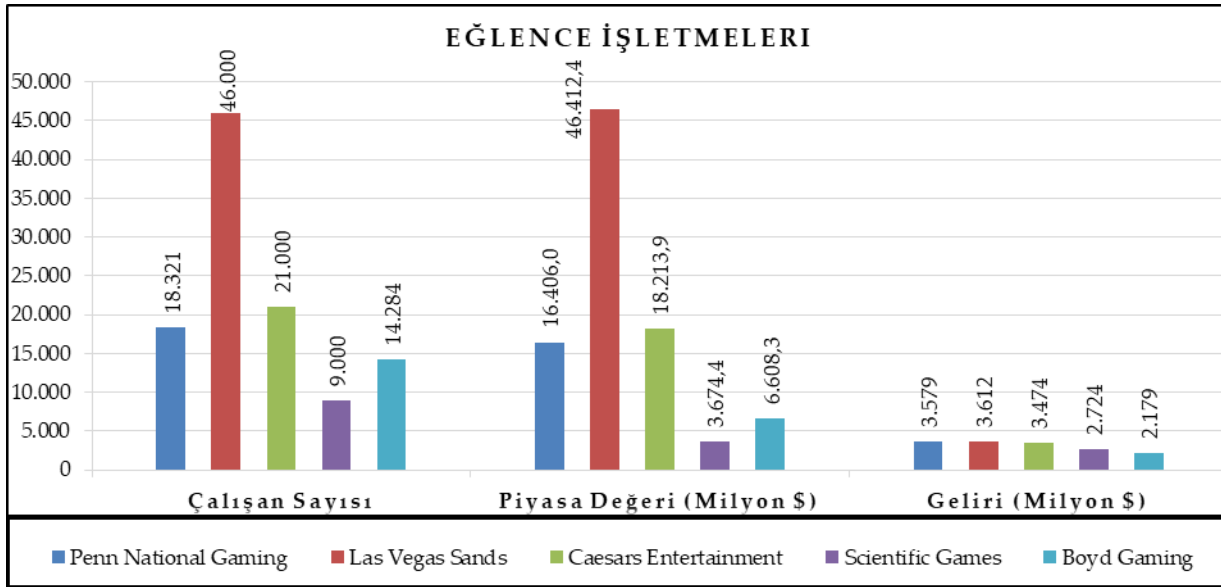
Grafik 4'e göre, Fortune'un ilk 500 listesinde 6 yiyecek-içecek işletmesi (Starbucks=125; McDonald's=157; Yum China=363; Darden Restaurants=377; Chipotle Mexicana Grill=464 ve Yum Brands=478) yer almaktadır. Fortune'un listesinde bir önceki yıla göre sıralamadaki değişimleri esas alındığında ise genel olarak (Starbucks -11; McDonald's -1; Yum China -2; Darden Restaurants -5; Bloomin Brands -86; Cracker Barrel Old Country Store -66; Texas Roadhouse -31 ve Cheesecake Factory -83) geriledikleri görülmektedir. Benzer şekilde, 8 işletmenin gelirleri de yüzdesel anlamda bir önceki

yıla göre ve çoğunlukla da % 10'un üzerinde düşüş göstermiştir. Bu veriler de göstermiştir ki mevcut konjonktür de pandemi koşulları yiyecek-içecek sektörünü de olumsuz etkilemiştir.

4.3. Eğlence İşletmelerine İlişkin Değerlendirmeler

Bu bölümde, Fortune 1000'de yer alan eğlence işletmelerinin çalışan sayısı, piyasa değeri, geliri, Fortune 1000 listesindeki yeri, sıralamada ve gelirlerindeki bir önceki yıla göre değişimi verileri esas alınarak hazırlanan grafikler değerlendirilmiştir.

Grafik 5. Eğlence İşletmeleri İstatistikleri

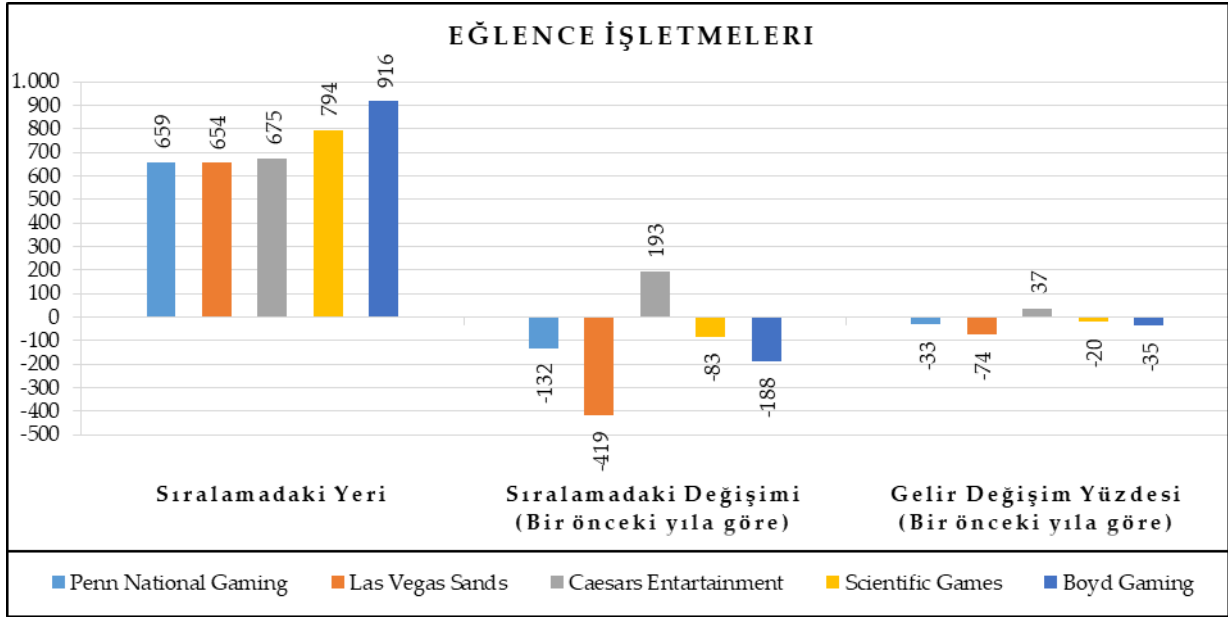


Kaynak: <https://Fortune.com>

Grafik 5’e göre, Las Vegas Sands 46.000 ile en yüksek çalışan sayısına sahipken, onu 21.000 ile Caesars Entertainment, 18.321 ile Penn National Gaming, 14.284 ile Boyd Gaming ve 9.000 ile Scientific Games izlemektedir. Piyasa değeri verileri incelendiğinde, 46,4 milyar \$ piyasa değeri ile Las Vegas Sands ilk sırada yer alırken, 18,2 milyar \$ piyasa değeri ile Caesars Entertainment ikinci ve 16,4 milyar \$ gelir ile Penn National Gaming üçüncü sırada yer almaktadır. Yıllık gelirleri dikkate alındığında ise rakamların birbirine yakın seyrettiği görülmektedir (Las Vegas Sands=3,6 milyar \$; Penn National Gaming=3,5

milyar \$; Caesars Entertainment=3,4 milyar \$; Scientific Games=2,7 milyar \$ ve Boyd Gaming=2,1 milyar \$).

Grafik 6. Eğlence İşletmeleri İstatistikleri-2



Kaynak: <https://Fortune.com>

Fortune 1000 listesinde yer alan eğlence işletmelerinin sıralamadaki yerleri incelendiğinde, ilk 500 işletme arasında eğlence işletmesi yer almazken; Las Vegas Sands 654; Penn National Gaming 659; Caesars Entertainment, 675; Scientific Games 794 ve Boyd Gaming 916. sırada yer almıştır. Gelire göre Sıralamada bir önceki yıla göre değişimlerine ilişkin veriler esas alındığında, konaklama ve yiyecek- içecek sektörlerinde olduğu gibi çoğunlukla eksi yönlü değişim söz konusu olmuştur (Las Vegas Sands -419; Boyd Gaming -188; Penn National Gaming -132; Scientific Games -83). Yalnızca Caesars Entertainment şirketinin 193 sıra birden yükselmesi küresel kriz şartlarında pozitif yönlü bir gösterge olarak dikkat çekmiştir. Yıllık gelirlerin yüzdeye göre oransal değişimi esas alındığında ise Caesars Entertainment (+37) dışındaki 4 işletmenin de gelirleri bir önceki yıla göre (Las Vegas Sands -%74, Boyd Gaming -%35, Penn National Gaming -%33, Scientific Games -%20 oranlarında) düşüş göstermiştir.

Bulgular incelendiğinde, tipik bir emek yoğun hizmet sektörü örneği olarak araştırma kapsamındaki çok uluslu turizm işletmelerinin istihdama önemli katkılar sağladıkları anlaşılmaktadır. Diğer yandan, çok uluslu turizm işletmelerinin mevcut yıllık gelirlerine, yıllık

gelirlerinde geçtiğimiz yıla oranla yaşadıkları değişimlerine ilişkin veriler incelendiğinde, turizm sektörünün Covid-19 krizinde küçülme yaşadığı söylenilebilmektedir. Turizm sektörünün çarpan etkisi nedeniyle diğer pek çok sektör üzerindeki dolaylı iktisadi etkileri dikkate alındığında, esasen bu kriz ortamının yalnızca turizm sektörünü değil başka pek çok sektörü de olumsuz etkilediği söylenilebilmektedir. Özellikle turizm işletmeleri ile yoğun ticari ilişki içerisinde olan sektör ve firmaların da küresel krizin olumsuz neticelerini fazlasıyla yaşadığı ifade edilebilecektir.

SONUÇ

Çalışmada, 2021 yılı Fortune 1000 listesinde yer alan konaklama, yiyecek-içecek ve eğlence işletmelerinin güncel finansal ve istihdam verileri ve bir önceki yıla göre değişen konumları incelenmiştir. Veriler, Fortune Dergisi’nin WEB sayfasında yer alan raporlardan elde edilmiştir. Bulgulara göre; söz konusu listede yer alan çok uluslu turizm işletmelerinin gerek gelirlerinde gerekse de Fortune 1000’deki sıralamalarında önemli oranda düşüşler yaşadıkları belirlenmiştir. Turizm sektörünü temsil eden konaklama, yiyecek-içecek ve eğlence işletmeleri emek yoğun bir

üretime sahip olması nedeniyle yüksek istihdam ile hizmet vermektedir (Usta, 2016). Araştırma bulguları da bu durumu destekler niteliktedir.

Konaklama işletmelerine yönelik veriler değerlendirildiğinde, özellikle Marriott Grubu, Hilton Worldwide Holdings, Mgm Resort International, Wynn Resorts, Vail Resorts gibi işletmelerin 10 milyar \$’ın üzerinde gelir rakamlarına ulaşmış olduğu görülmektedir. Covid-19 pandemisi koşulları göz önünde bulundurulduğunda, buna rağmen söz konusu rakamlara ulaşılmış olması konaklama sektörü ve bütüncül anlamda turizm sektörü açısından olumlu görülmektedir. Öte yandan, %50’ye varan hatta %50’nin üstünde gelir kayıplarının yaşanmış olması mevcut koşullara göre anormal karşılanmamaktadır.

İstatistiklere göre, yiyecek içecek işletmelerinin istihdama yönelik sayısal katkısının oldukça yüksek olduğu söylenilebilmektedir. Yiyecek-içecek işletmelerinin yıllık gelirleri esas alındığında, konaklama sektörü temsilcilerine benzer şekilde ciddi oranda düşüşler yaşadığı anlaşılmakla birlikte buna rağmen Fortune 1000 işletme listesinde 11 yiyecek-içecek işletmesinin yer aldığı saptanmıştır. Piyasa değeri verilerine göre, iki işletmenin (McDonald’s ve Starbucks) 100 milyar \$’ın üzerinde yıllık gelir elde ettiği anlaşılmaktadır. Bu durum, sektörde küresel ölçekte oligopol oluşumların varlığına işaret etmektedir.

Eğlence işletmeleri de bir işletme (Caesars Entertainment) dışında gelir kayıpları yaşayarak Fortune 1000 listesinde aşağı sıralara gerilemiş ve ilk 500 işletme arasına eğlence işletmesi dâhil olamamıştır. Mevcut pandemi şartlarındaki küresel iktisadi krizin en çok etkilediği sektörlerden bir tanesinin de eğlence işletmeleri olduğu ve insanların bu gibi kriz ortamlarında eğlenceye yönelik faaliyetlerini zorunlu ya da iradi olarak erteleyeceği düşünüldüğünde sektör temsilcilerinin alternatif hizmetlere odaklanmaları, kriz ile baş etmelerinde yardımcı olabilecektir. Ek olarak, çalışmanın konaklama, yiyecek-içecek ve eğlence işletmelerinin güncel verilerine ilişkin bir perspektif sunarak literatüre katkı sunması beklenmektedir. Konuya ilgi duyan araştırmacılar, farklı yıllara ya da farklı sektörlerle ait işletme

karşılaştırmaları yaparak ya da ampirik düzlemde işletmelerden somut veriler toplayarak çok uluslu işletmecilik literatürüne ilişkin daha kapsamlı bilgi sunabileceklerdir.

Etik Kurul İzni

Bu makale etik kurul izni gerektiren bir çalışma grubunda yer almamaktadır.

Katkı Oranı Beyanı

Yazarlar makaleye eşit oranda katkı sağlamıştır.

Çıkar Çatışması Beyanı

Makale yazarları aralarında herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

- Akbulut, R. & Paksoy, M. (2007). Marka değerini etkileyen faktörler: Seçilmiş bazı küresel işletmelerde marka değeri ile finansal göstergeler arasındaki ilişki. *İktisat, İşletme ve Finans Dergisi*. 22(251), 123-132.
- Atherton, A. (2021). China's emerging businesses: The next generation of global corporations? *Thunderbird International Business Review*. 63(2), 103-113.
- Atik, S. (2007). *Küreselleşme ve küresel işletmeler* (Yüksek Lisans Tezi). Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bilge, F.A. & Zerenler, M. (2006). Küresel rekabeti etkileyen faktörler. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*. 9 (1-2), 441-450.
- Çeken, H. (2003a). *Küreselleşme, yabancı sermaye ve Türkiye turizmi*. Değişim Yayınları.
- Çeken, H. (2003b). *Küreselleşme sürecinde doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının Türk turizmine etkisi* (Doktora Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çelik, M. Y. (2012). *Boyutları ve farklı algılarıyla küreselleşme*. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 32(2), 57-73.

- Elmacı, O. (1992). İşletmelerin küresel pazarlar yönelimli stratejik rekabet gücü analizi. *Eskişehir Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 1(2), 317-335.
- Esen, Ş. & Gürson, N.G. (2016). Uluslararası şirketlerde üst düzey yönetici sağlama politikaları: Türkiye’de faaliyet gösteren 150 şirket üzerinde bir araştırma. *JOMELİPS*, 1(1), 104-112.
- Fortune, (2021a). <https://fortune.com/global500/search/> [Erişim Tarihi: 15.11.2021].
- Fortune, (2021b). Fortune Global 500 2021 Web Sitesi: <https://Fortune.com/Fortune500/2021/search/?sector=Hotels%2C%20Restaurants%20%26%20Leisure> [Erişim Tarihi: 30.11.2021].
- Gerşil, G.S. (2004). Küreselleşme ve çok uluslu işletmelerin çalışma ilişkilerine etkileri. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 6(1), 53-77.
- Gopalakrishnan, B.N. & Aitharaju, R. (2020). *Digital transformation and sustainability: A post-COVID impact analysis of global businesses*. Proceedings of the Global Business Trends in View of Lock Down and Role of Digital Transformation for Sustainability.
- Güregen, E. P. (2020). *Çok uluslu işletmelerin izlenim yönetimi: Türkiye’de faaliyet gösteren çok uluslu işletmeler üzerine bir inceleme* (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güzelcik, E. (1999). *Küreselleşme ve işletmelerde değişen kurum imajı*. Sistem Yayıncılık.
- Kamran, Q. (2020). The Global pandemic: a critical study on the impact of covid-19 on Indian businesses. *Review Journal of Philosophy and Social Science*. 45(2), 172-180.
- Kocaman, N.G. (2017). *Çok uluslu işletmelerde küreselleşme düzeyinin ölçümü* (Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Koç, U. (2018). *Uluslararası işletmecilik*. Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Kuzu, A. (2013). *Veri toplama yöntem ve araçları. İçinde A.A. Kurt (Ed.) Bilimsel araştırma yöntemleri*. Anadolu Üniversitesi. 93-117.
- Lee, S., Hwang, T., & Lee, H. H. (2006). Corporate blogging strategies of the Fortune 500 companies. *Management Decision*. 44(3), 316-334.
- Li, E. Y., McLeod Jr, R., & Rogers, J. C. (2001). Marketing information systems in Fortune 500 companies: a longitudinal analysis of 1980, 1990, and 2000. *Information & Management*. 38(5), 307-322.
- Nhamo G., Dube K. & Chikodzi D. (2020). *In counting the cost of COVID-19 on the global tourism industry*. Springer. 273-295.
- Rybalko, S., & Seltzer, T. (2010). Dialogic communication in 140 characters or less: How Fortune 500 companies engage stakeholders using Twitter. *Public Relations Review*. 36(4), 336-341.
- Seyidoğlu, H. (2003). *Uluslararası iktisat: teori-politika-uygulama*. Kurtiş Matbaacılık.
- Strateji ve Bütçe Başkanlığı, (2021). <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/06/Dunya-Ekonomisinde-Son-Gelismeler-2021-Yili-1-Ceyrek.pdf> [Erişim Tarihi: 20.11.2021].
- Tağraf, H. (2008). Küresel stratejilerden çok uluslu stratejilere geçiş: Küresel düşün yerel davran. *KMU İİBF Dergisi*. 10(14), 348-366.
- Tallman, S., Luo, Y. & Buckley, P.J. (2018). Business models in global competition. *Global Strategy Journal*. 8(4), 517-535.
- Türker, M. & Örerler, O.E. (2004). *Türk şirketlerinin küresel şirket haline getirilme yolları*. İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Ulaş, D. (2009). *Küreselleşme sürecinde dışa açılma stratejileri*. Nobel Yayınevi.
- Ulukan, C. (2018). *Uluslararası işletmecilik*. Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Usta, Ö. (2016). *Turizm genel ve yapısal yaklaşım*. Detay Yayıncılık.
- Ünsar, S. (2007). Uluslararası işletmelerde üretim stratejileri. *Yaşar Üniversitesi Dergisi*. 2(7), 695-708.

Yalçınkaya, P. & Uysal, T.U. (2019). Kurumsal yönetim aracı olarak gönüllü raporlamanın turizm sektörü açısından değerlendirilmesi: Fortune 500 örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 24(3), 431-441.