



Yazar/Author
Makbule AYTEKİN*

Makale Adı/Article Name

Küresel Pazarda Yeni Arayışlar ve İş Yapma Kolaylığı Bağlamında Gelişmekte Olan Pazarların Sınıflandırılması

Classification of Emerging Markets in the context of New Searches and Ease of Doing Business in the Global Market

ÖZ

İşletmeler sundukları ürünleri ve hizmetleri, teknolojik ilerlemeler, ticarete getirilen esneklikler ve küreselleşme ile birlikte yurt dışı pazarlara daha hızlı biçimde sunma imkanına kavuşmuştur. Bununla birlikte, işletmeler pazarın çekiciliği, çeşitli risk grupları ve rekabetçi avantajlar bağlamında belli pazarlama hedefleri ve politikaları geliştirmek durumundadır. Küreselleşmiş bir pazarda iş yapmanın modern karmaşıklığını anlamak, bugün bir şirketin hayatta kalması için mutlak bir gereklilik olarak görülmektedir. Bu çerçevede ele alınan çalışma, Dünya Bankası İş Yapma Kolaylığı (Doing Business) verilerinden yararlanarak işletmeler açısından önemli fırsatlar içeren gelişmekte olan ülkelerin sınıflandırılmasını ve değerlendirmesini içermektedir. Sınıflandırma işleminde çok kriterli sınıflandırma yöntemlerinden TOPSIS-Sort-C kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlar iş yapmak kolaylığı açısından ilk sınıfta Bulgaristan, Çin, Endonezya, Hindistan, Kazakistan, Kenya, Kolombiya, Macaristan, Malezya, Romanya, Rusya, Şili, Tayland ve Türkiye yer almıştır. İkinci sınıfta ağırlıklı olarak Latin Amerika, Orta Doğu ve yeni gelişmekte olan Asya ülkeleri bulunmaktadır. Son sınıfta ise yeni pazar arayışındaki işletmeler açısından yüksek riskli olarak değerlendirilebilecek Cezayir, Etiyopya, Irak, Myanmar yer almaktadır. Ayrıca, her bir kriterde olumlu ve olumsuz olarak farklılaşan ülkeler değerlendirilmiştir. Bu çerçevede, işletmelere ilgili ülkelerdeki yatırım ortamına dair önemli çıkarımlar sağlanacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası Pazarlama, Küreselleşme, İş Yapma Kolaylığı, Çok Kriterli Sınıflandırma

ABSTRACT

Businesses have had the opportunity to offer their products and services to foreign markets more quickly as a result of technological advancements, trade flexibility, and globalization. However, businesses must adopt specific marketing strategies in light of the market's attractiveness, different risk categories, and competitive advantages. It is currently considered essential for a company's survival to understand the contemporary complications of business operations in a globalized market. In this framework, this study classify and evaluates developing countries with significant business opportunities using World Bank Doing Business data. TOPSIS-Sort-C, one of the multi-criteria classification methods, was used in the classification process. In terms of ease of doing business, Bulgaria, China, Indonesia, India, Kazakhstan, Kenya, Colombia, Hungary, Malaysia, Romania, Russia, Chile, Thailand, and Türkiye ranked in the first class. The second class consists primarily of countries from Latin America, the Middle East, and emerging Asia. Algeria, Ethiopia, Iraq, and Myanmar are among the countries in the last class that can be regarded high risk for businesses looking for new markets. Countries with positive and negative distinctions in each criterion were also evaluated. This framework is anticipated to provide businesses with significant implications for the investment environment in the relevant countries.

Keywords: International Marketing, Globalization, Doing Business, Multi-Criteria Classification

Extended Abstract

Globalization has created numerous economic opportunities for governments and businesses all over the world to gain access to the global market. Profits are maximized by effective resource management, which is a reasonable argument. On the other hand, a business that enters a new foreign market will have to dedicate a significant amount of resources to that market. This circumstance requires that enterprises make appropriate decisions regarding foreign target markets (Dimitriadi et al., 2019).

Cultural differences pose challenges for both experienced multinational businesses and businesses entering foreign markets for the first time. One of the most significant obstacles for businesses at this point is obtaining objective information about the new market. The World Bank's Doing Business data, the most recent of which was released in 2020, has significant implications for businesses and governments in overcoming the stated challenges. The indicators in the Ease of Doing Business Index also demonstrate a country's competitiveness in terms of foreign investment. The purpose of this research is to categorize developing countries in terms of ease of doing business when looking for new markets for businesses. As a result, a model will be constructed for businesses that want to do business in foreign countries and expand their existing foreign markets. Furthermore, multi-criteria classification methods, a different method group, will add to the existing studies and models in the literature. The study, with its aforementioned features, is regarded to have a unique value and importance for both researchers and businesses.

Doing Business factors were considered as criteria within the scope of the study. Statistical summary information such as mean, median, or quarter or expert opinion were used to determine the profile values to be considered in the classification process. Criteria weighting was used to regulate the importance of the criteria's influence on the analysis. The CRITIC technique, which takes into account the structure of the data as well as the interaction and conflict of criteria, was employed in this context. Diakoulaki et al. (1995) developed CRITIC (Criteria Importance Through Inter-criteria Correlation) by using the structure of the data in the decision matrix to determine the weight values of the criteria. The standard deviations of the criteria and the correlation coefficient values with each other are used for this purpose. TOPSIS (Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solutions)-Sort-C is a multi-criteria classification method developed for classification problems by De Lima Silva and Almedia Filho (2020). TOPSIS-Sort-C has been selected since it employs center profiles for classes and does not have problems regarding rank reversals.

Countries were classified as high (C1), medium (C2), or low (C3) market classifications based on the analysis. Bulgaria, China, Indonesia, India, Kazakhstan, Kenya, Colombia, Hungary, Malaysia, Romania, Russia, Chile, Thailand, and Türkiye are among the C1 countries. The second class consists mostly of Latin American, Middle Eastern, and Asian countries. Algeria, Ethiopia, Iraq, and Myanmar are among the countries in the last class that should be avoided by firms looking for new markets. Because of their location, duty to comply with European Union legislation, relatively inexpensive labor resources, and ease of doing business, countries in the C1 class can be viewed as important markets, particularly for European businesses. The BRICS countries are China, India, and Russia, and they have attracted the attention of global investors for more than a decade. India's inexpensive labor and Russia's foreign investment opportunities may have aided their foresight. In terms of attracting investments, competitive marketplaces, founding a corporation, or opening a branch, C2 countries have middle-class features. In other words, while they outperform in some areas, they fall behind countries in others. The countries in the C3 class differ negatively in terms of security establishment and predictability in general. For example, while Ethiopia has several advantages when it comes to doing business with Sub-Saharan African countries, it ranks worst in terms of financial security, electricity availability, small investor protection, and tax and customs practices. Businesses' difficulties in reaching the land, the size of the informal economy, difficulties in obtaining financial resources, legal disputes, and excessive clumsiness in bureaucratic procedures are all important indicators that push Algeria to the bottom of the list in terms of ease of doing business. Myanmar has been worn down by internal conflict, crises, and migrations.

Businesses must be able to predict risks in order to enter a new country or market. It is critical for businesses that a country be an attractive place, has preferred markets, and is investor-friendly in terms of ease of doing business. It is difficult for investors or businesses to enter or remain in a country where there is no sense of security, where anything can happen at any time, and where the balances are distorted. Furthermore, the prevalence of terrorism, instability, the concentration of authorities in a certain elite group that prioritizes their own interests, the intensity of corruption and bribery, and countries with a flexible view of private property pose significant hazards to businesses. In this regard, while countries in the C3 category provide excellent future opportunities, they are not preferred by businesses. This problem should not be considered only as a commercial loss. Because the services of the businesses do not reach certain countries or markets, the results have a negative influence on the welfare of the people in the relevant country.

Countries can create a positive investment environment by reducing the burden of bureaucracy in processes such as setting up a business, obtaining a building permit, connecting electricity, registering with the land registry, and obtaining credit, all of which are indicators of ease of doing business. When digital solutions are considered, these operations can be conducted more conveniently, cost-effectively, and holistically than in the past. For business, detailed risk and opportunity evaluation is required. Along with the new market's prospects, the rewards and obstacles that the business will face should be evaluated.

Giriş

Sanayi Devrimi ile beraber imalathanelerde gerçekleştirilen kısıtlı üretim yerini seri kitle üretimine bırakmıştır. İnsan ihtiyaçları giderek artmış, üretim çoğalmış, üretilen fazlalıklar deniz aşırı bölgelere taşınarak uluslararası ticaretin temelleri atılmıştır. Böylelikle, menşei ülkede hizmet veren işletmeler küresel pazarlara erişebilmek, uluslararası ticarete başarıyı yakalayabilmek için farklı arayışlara girmiştir. İşletmeler pazarın çekiciliği, çeşitli risk grupları ve rekabetçi avantajlar bağlamında belli pazarlama hedefleri ve politikaları geliştirmek durumundadır. Bu noktada küreselleşmiş bir pazarda iş yapmanın modern karmaşıklığını anlamak, bugün bir şirketin hayatta kalması için mutlak bir gereklilik olarak görülmektedir (Park, 2017).

Küreselleşme ile dünyanın dört bir yanındaki ulusların ve şirketlerin küresel pazara erişmeleri için geniş ekonomik fırsatlar ortaya çıkmıştır. Özellikle imalat sektörü ve hizmet endüstrilerindeki şirketler, sınırsız bir pazarda iş yapma olanağı yakalamıştır. Küreselleşmeden olumlu olarak yararlanmak isteyen devletler ise ekonomik büyümelerini güçlendirmek ve küresel pazara odaklanarak hızlı ekonomik büyümeyi kolaylaştırmak için kaynaklarını farklı altyapı yönlerine kaydırmıştır (Madonsela vd., 2015). Etkin kaynak yönetimi ile kârların maksimize edildiğini söylemek yerinde bir çıkarım olacaktır. Öte yandan, yeni bir dış pazara açılacak işletme, bu pazara çok fazla kaynak ayırmak zorunda kalacaktır. Bu durum ise işletmelerin yabancı hedef pazarlara ilişkin kararlarının makul olmasını gerekli kılmaktadır (Dimitriadi vd., 2019).

Ulusları, satış yapılacak hedef kitleyi ve küresel çaptaki pazarları anlamak için öncelikli olarak ilgili ülkenin dil, din, örf, gelenek, ritüel, folklor gibi geçmişten günümüze taşınan kültürünü kavramak gerekmektedir. Geert Hofstede kültürü “bir insan kategorisinin üyelerini diğerinden ayıran zihnin kolektif programlaması” olarak tanımlamıştır (Lewis, 2018, s. 17). Bu tanımdaki anahtar ifade toplu programlamadır. Hofstede, uluslararası kültür farklılıklarını dört boyutta ele almıştır. Bunlar; güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma, erillik- dişilik, bireycilik- kolektivizm olarak ifade edilmiştir (Hofstede, 1980). Güç mesafesi; yönetim veya örgütteki iktidarın astlarıyla ilişkisi, ağırlığı, eşit olup olmadığı konularıyla ilişkilendirilmektedir. Erillik dişilik ilkesi, menşei kültürdeki kadınların veya erkeklerin içinde bulunduğu ortamda yaşamın her alanında üstün olup olmadığını içermektedir. Bireycilik- kolektivizmde, bireylerin kendisi için veya üyesi olduğu bir bütün için çıkarlarını korumakta olmasını ele almaktadır. Belirsizlikten kaçınma ilkesi

de adından anlaşılacağı üzere belirsizliğin toplumlar üzerinde hangi etkilere yol açtığı ile ilgilenmektedir. Yani belirsizliğin oluşması ile tutarlı ve disiplinli olma, normlara ve kanuna ihtiyaç duyma gibi durumlar belirtilmektedir (Saylık, 2019, s. 1867). Bu çerçevede ulusların birbirinden ne denli farklı olduğu, nasıl alışkanlıkları olduğu, neyi sevip tükettiği ya da neden hoşlanmadığı özellikleri belirleyici ve ayırt edicidir.

Uluslararası pazarlamada kültürle ilgili araştırma, büyük ölçüde kültürel göreliliğe ve ülkeler arasındaki kültürel farklılıklara odaklanır. Ulusal kültür farklılıklarının etkilerini ve ulusal sınırların ötesinde iş yaparken farklılıkların nasıl yönetileceği önemlidir. Bu tartışmalar ya emik ve etik tartışması içinde ya da ulusal kültür boyutları başlığı altında çerçelenmiştir (Venaik ve Brewer, 2015). Emik yaklaşım yaşanan kültürde bir içeriden bakış, etik yaklaşımda dışarıdan bakış faktörü baskındır. Bu çerçevede emik yaklaşımda ilgili kültürün diğer kültürlerle kıyaslama veya benzerlik oranı çok az görülürken, etik yaklaşımda ise benzerlikler daha yoğun görülmektedir. Benzerlik veya yakınlık ticari faaliyetlere, ihracat desenlerine, pazarlamadaki hedef kitlelere etki etmekte, birtakım faaliyetleri taşımak ve iş yapmak açısından kolaylaştırmaktadır.

Ulusların kültürel farklılıkları, yabancı pazarlara ilk kez girecek olan işletmeler kadar deneyimli uluslararası işletmeleri de zorlamaktadır. Bu noktada, işletmeler açısından önemli zorluklardan biri yeni girilecek pazara ilişkin nesnel bilgiye erişmektir. Dünya Bankası tarafından sonuncusu 2020 yılında hazırlanan İş Yapma Kolaylığı (Doing Business) verileri, belirtilen güçlüğün üstesinden gelinmesinde işletmelere ve devletlere önemli çıkarımlar sunmaktadır. İş Yapma Kolaylığı Endeksinde yer alan göstergeler, ülkelerin yabancı yatırım açısından rekabet düzeyini göstermektedir. Endeks, incelenen ülkelerde yatırım ortamını etkileyen iş düzenlemelerinin değerlendirilmesini içermektedir (Hazine ve Maliye Bakanlığı, 2023).

Bu çalışmada ise gelişmekte olan ülkelerin işletmeler açısından yeni pazar arayışında iş yapma kolaylığı bağlamında sınıflandırılması amaçlanmaktadır. Böylelikle, yurt dışı iş yapma amacı güden ve mevcut yurt dışı pazarlarını genişletmek isteyen işletmelere yönelik bir model oluşturulacaktır. Ayrıca, literatürdeki mevcut analiz ve modellere farklı bir yöntem grubu olan çok kriterli sınıflandırma yöntemleri ile katkı sağlanacaktır. Çalışmanın, bahsi geçen özellikleri ile hem araştırmacılar hem de işletmeler açısından özgün değer ve öneme sahip olduğu düşünülmektedir.

Çalışma kapsamında veriler Dünya Bankası veri tabanından elde edilecektir. Verilerin analizinde çok kriterli sınıflandırma yöntemlerinden TOPSIS-Sort-C kullanılacaktır. Doing Business faktörleri ise kriterler olarak dikkate alınacaktır. Sınıflandırma işleminde dikkate alınacak profil değerlerin belirlenmesinde ortalama, medyan veya çeyreklik gibi istatistiksel özet bilgilerden ya da uzman görüşünden yararlanılacaktır. Kriterlerin önem düzeyinin analizleri etki etmesini düzenlemek amacıyla kriter ağırlıklandırma işlemine başvurulacaktır. Bu kapsamda, verinin yapısını, kriterlerin birbiriyle etkileşme ve çelişme durumlarını dikkate alan CRITIC yöntemi kullanılacaktır.

1. İş Yapma Kolaylığı ve Pazar Sınıflaması

İşletmeler açısından ülke dışı pazarlar rekabet ortamı, piyasa koşulları, mevzuat, kültür, dil, piyasa deneyimi, tedarik şartları, taşımacılık sistemi gibi unsurlar nedeniyle çeşitli riskler taşır. Bunların yanı sıra, kur değişimleri, çalışanlarla iletişim kuramama, sağlıklı bilgi edinememe, ürün karma farklılıkları, teknolojik gereksinimlerin karşılanamaması ve yeterli finansmanın sağlanamaması da işletmeler açısından önemli zorluklar yaratmaktadır (Sönmez ve Arslan, 2007; Akturan, 2008).

Bahsi geçen unsurların ortak bir noktası, yabancı pazarlarla ilgili sağlıklı ve tatmin edici bilgiye erişimin güçlüğüdür. Bu noktada, Dünya Bankası tarafından yayımlanan İş Yapma Kolaylığı verileri işletmelere yabancı pazarlardaki iş başlatma süreçleri, inşaat izinleri, elektriğe erişim, gayrimenkul işlemleri, krediye erişim, azınlık yatırımcı haklarının korunması, vergi ödeme işlemleri, sınır ötesi ticaret süreçleri, sözleşmelerin uygulanması ve iflas işlemleri hakkında önemli bilgiler sunmaktadır (Koç vd., 2017; Yaşar ve Yaşar, 2017; Önalmiş vd., 2019; Kılıç ve Şenkardeşler, 2020; Dünya Bankası, 2022;). Yabancı ülkelerde iş yapacak işletmeler kadar ev sahibi ülkeler açısından da doğrudan yabancı yatırımın çekilmesi bağlamında, İş Yapma Kolaylığı verileri, endeksleri ve raporları önemli çıkarımlar sunmaktadır. Bu çerçevede, incelenen ülkelerde yatırım ortamını etkileyen iş düzenlemelerinin işletmeler açısından olumlu anlamda uygunluğunu iş yapma kolaylığı olarak tanımlamak mümkündür.

Dünya Bankası İş Yapma Kolaylığı Endeksi'nin hesaplanması için gereken verileri çeşitli paydaşlardan ve kaynaklardan derlemektedir. Bu kapsamda, incelenen ülkelerin kanunları, yönetmelikleri, kamu ve özel sektörde çalışan uzmanların anketlere verdikleri cevaplar ve Dünya Bankası yerel temsilcilerinden elde edilen veriler kullanılmaktadır. Endeks puanlarının hesaplanmasında ise on boyut/ana gösterge altındaki 41 alt gösterge birimlerden arındırmak amacıyla standardize edilmektedir. Standardize edilmiş gösterge puanlarının ait oldukları üst boyut için eşit ağırlıklı ortalamaları alınmaktadır. Böylelikle, 0'nın en kötü, 100'ün en iyi performansı temsil ettiği 0 ile 100 arasında değişen değerler alan endeks değerleri oluşturulmaktadır (Önalmiş vd., 2019; Hazine ve Maliye Bakanlığı, 2023).

Ele alınan çalışmada ülkelerin iş yapma kolaylıkları bağlamında sınıflara ayrıştırılması ve işletmeler açısından pazar sınıflandırması bağlamında çıkarımlar sağlanması amaçlanmaktadır. Pazar bölümlendirme/ sınıflandırma/ segmentasyon, küreselleşmenin etkisiyle uluslararası nitelik kazanmış en önemli pazarlama stratejilerinden biridir. Pazar sınıflaması ile benzer ya da birbirine yakın özellik gösteren alt pazar bölümlerinin tespiti sağlanmaktadır (Nacar ve Uray, 2017). Öte yandan, uluslararası pazar seçimi ve pazar giriş strateji benimsenmesi hususları da pazar sınıflandırma başlığı altında önemli bir yer tutmaktadır (Papadopoulos ve Martin Martin, 2011; Nacar ve Uray, 2017). Ülke sınıflandırması, uluslararası pazarlama yöneticilerinin pazarlama stratejisi kararlarına yardımcı olan önemli bir araçtır (Helsen vd., 1993). Öyle ki uluslararası pazarlamanın temeli ve gelişimi ülke sınıflaması ve seçimi olarak kabul edilmektedir (Vanderstraeten ve Matthyssens, 2008).

Küreselleşen dünyada, birbirine yakın veya farklı ülkelerin belirlenmesi işletmelerin yeni girmeyi düşündükleri pazarlara ilişkin kararlarında belirleyici olacaktır. Ayrıca, tedarik zincirinin etkin yönetimi açısından aynı sınıf altında yer alan ülkelere benzer ürün veya hizmetlerin sunulması, bölgelerin belirlenmesi, olası risklerin tespiti, reklam ve marka yönetimi gibi birçok açıdan ülkelerin sınıflandırılması işletmelere önemli çıkarımlar sağlayacaktır. Uluslararası pazarların sınıflandırılması işletmelere küresel ölçekte benzer piyasa ve tüketici gruplarının belirlenmesi ve ölçek ekonomisinden yararlanılması açısından da katkılar sağlamaktadır (Vanderstraeten ve Matthyssens, 2008; Nacar ve Uray, 2017). Bu çerçevede, ele alınan çalışmanın işletmeler, politika belirleyicileri ve araştırmacılar için önemli çıkarımlar sağlayacağı düşünülmektedir.

2. Literatür

İş yapma kolaylığı verileri, çok sayıda araştırmacı tarafından farklı konuların incelenmesi amacıyla kullanılmıştır. Bu kapsamda, Scopus veritabanında TITLE-ABS-KEY ("doing business" AND ("international marketing" OR "foreign trade" OR "global market*"))

PUBYEAR > 2009 anahtar kelimeleri için arama ile tespit edilen çalışmalar ve Google Scholar veritabanından “doing business”, “iş yapma kolaylığı” sözcük gruplarıyla 2010-2023 döneminde yayımlanan çalışmalardan öne çıkanlar incelenmiştir. Bu araştırmalardan, çalışmanın kapsamı ile örtüşenler Tablo 1’de özetlenmiştir.

Yazar	Değerlendirme Dönemi	Bulgular	Yöntem
Isengberg (2010)	2010	İş Yapma Kolaylığı verileri bağlamında ortaya çıkan sonuçlar değerlendirilerek girişimcilik ekosisteminin yaratılmasında dikkat edilmesi gereken dokuz unsur vurgulanmıştır.	Betimsel değerlendirme
Quer (2010)	vd. 1978-2006	Çin’de konuşlu olan yabancı şirketlerin performans analizini konu alan çalışmalar incelenmiştir.	Literatür taraması
Nair (2011)	2011	İş Yapma Kolaylığı indeks sıralamasında Çin, Brezilya ve Hindistan gibi ülkelerin konumları değerlendirilerek gelişen piyasalarda işletmeler için fırsatların bulunduğu, fakat rekabet için yeni iş modellerine ihtiyaç olduğu ifade edilmiştir.	Betimsel değerlendirme
Mohieldin (2011)	vd. 2011	İş Yapma Kolaylığı verileri bağlamında İslam ülkelerinin incelenmesi gerçekleştirilmiş ve İslami Finansın, finansal kaynaklara erişim noktasındaki rolü tartışılmıştır.	Betimsel değerlendirme
Grimmett J.J. (2012)	2007	ABD özelinde işletmelerin yabancı ülkelerle ticaret yapmalarının yasaklanmasına yönelik örnek olaylar incelenmiştir.	Belge incelemesi ve betimsel değerlendirme
Gao (2012)	vd. 2012	Çin ile Batı dünyası arasındaki kültürlerarası ticari ilişkiler “guanxi” kavramı bağlamında literatür taraması ile incelenmiştir. Guanxi bağlantılarının, şirketlere ve bireysel ticari aktörlere, kişisel ilişkileri etkinleştirerek hantal Çin bürokrasisi ve hiyerarşik düzeylerinde kolaylaştırıcı etkiye sahip olduğu belirtilmiştir.	Literatür taraması
Baena Cervino (2012)	ve 2009	Yönetim deneyimi, Franchise deneyimi, marka bilinirliği değişkenlerinin İspanyol hizmet franchise zincirlerinin uluslararası genişlemesi üzerindeki etkilerini incelenmiştir.	Regresyon analizi
Yang (2012)	vd. 2012	Yabancı ülkelerde faaliyet gösteren işletmelerin sosyal kabul kazanma ve piyasadan elde edilen bilgileri değerlendirme güçlük yaşadığı belirtilmiştir. İşletmelere yönetim stratejisi, sözleşme uyarlaması ve ilişkisel yönetimden faydalanmaları önerilmiştir.	Yol analizi
Weismann (2014)	vd. 1977-2011	FCPA (Foreign Corrupt Practices Act; Yabancı Yolsuzluk Uygulamaları Yasası) uygulamaları bağlamında rüşvet ile ilgili vakaların incelenmesi gerçekleştirilerek elde edilen bilgi, 2010 dürüstlük iş algısı sonuçlarıyla karşılaştırılmıştır. BRIC ülkeleri özelinde rüşvetin kontrolü ve dürüst iş yapmanın önemi vurgulanmıştır.	Belge- vaka incelemesi

Lu ve Fan (2015)	2015	Uluslararası işletmecilik bağlamında, kültürün küresel iş iletişimi üzerinde ve dolayısıyla tüketici davranışı, yerelleştirme ve standardizasyon stratejisi kararları, serbest ticaret politikaları, markanın etkinliği, reklamcılık, iş ortaklığı, uluslararası pazarlama müzakereleri ve küresel iş yönetimi üzerinde etkili olduğu vurgulanmıştır.	Betimsel değerlendirme
Venaik ve Brewer (2015)	2004	Uluslararası işletme yöneticileri, akademisyenler ve kamu politika yapımcıları açısından kültürel görelilik yerine evrensel kültüre vurgu yapılmıştır.	Betimsel istatistiklerle değerlendirme
Zenelli (2016)	1992-2012	Yabancı işletmelerin Batı Balkan ülkelerinde yolsuzluk nedeniyle karşılaştığı iş yapma zorlukları incelenmiştir. Batı Balkan bölgesi için ekonomik rekabet gücünü artırmanın ve becerileri geliştirmenin, teknoloji düzeylerini ilerletmenin ve yolsuzluk düzeylerini azaltmanın en iyi yolunun uluslararası pazarlamayla uğraşmak olduğu ifade edilmiştir.	Genelleştirilmiş momentler yöntemi (GMM)
Motta (2017)	2010	Latin Amerika KOBİ'leri için suç ve işletme performansı arasındaki ilişki incelenmiştir. Yolsuzluk, altyapı, düzenlemeler, ticaret politikaları, finansmana erişim ve insan sermayesi gibi kurumsal sorunlar gelişmekte olan ekonomilerdeki firmaların etkinliğini azaltabileceğinden, işgücü verimliliğinin Latin Amerika'da önemli bir endişe kaynağı olduğu ifade edilmiştir. Latin Amerika'daki KOBİ'ler için suç faaliyeti ile firma performansı arasında negatif bir ilişki olduğu belirtilmiştir.	Regresyon analizi
Yaşar ve Yaşar (2017)	2016	Dünya Bankasının belirlemiş olduğu düşük, düşük-orta, orta-yüksek ve yüksek gelirli ülke sınıflaması ile İş Yapma Kolaylığı verileri bağlamında parametrik olmayan istatistiksel testler ile analizler gerçekleştirilmiştir. Analizler sonucunda, gelir sıralamasında geride olan ülkelerin iş yapma kolaylığında da geride kaldığı belirtilmiştir.	Kruskal Wallis, Mann-Whitney-U
Oyedele ve Firat (2018)	2015	Gelişmekte olan ülkelerde kabile kuralları koşullarında başarılı olmak için yabancı işletmelerin hangi stratejileri benimsediği araştırılmıştır. Nijerya, Katar ve S. Arabistan'da gerçekleştirilen çalışma sonucunda, yabancı işletmelerin kabile ağları bilgisi, ortak çıkarlarının anlaşılması, ortak çıkar ve hedeflerin birlikte yaratılması, politik risk ortamı perspektifinin iyi anlaşılmasının ve kabile liderlerinin benimsenmesinin önemi vurgulanmıştır.	Görüşme
Önalmiş, Ulucan ve Atıcı (2019)	2010-2015	Yeni Zelanda, Danimarka, Güney Kore ve Slovenya'nın iş yapma kolaylığı açısından diğer ülkelerden ayrıştığı belirtilmiştir. Türkiye özelindeki değerlendirmede ise; OECD ülkeleri arasında alt sıralarda yer aldığı belirtilmiştir.	Çok kriterli karar verme yöntemleri
Dimitriadi vd. (2019)	2017-2019	Tekstil ve elyaf sektöründeki Rus işletmeleri için pazarların çekiciliği, büyüklükleri ve büyüme yoğunlukları dikkate alınarak yeni dış pazar değerlendirmesi gerçekleştirilmiştir.	İhracat genişleme pazarlama matrisi

Sutyirin ve Vorobieva (2019)	2017	Rusya'da faaliyet gösteren Finlandiyalı şirketlerin değişen ekonomik ve politik ortama uyum sağlamalarının önemi vurgulanmıştır. Ayrıca, yerel üretimin rekabet avantajlarını kendi iç kaynaklarıyla birleştirmede doğru dengeyi bulan, endüstri içi rekabetin getirdiği zorluklara hızlı yanıt veren şirketlerin öne çıktığı belirtilmiştir.	Betimsel değerlendirme
Çömez ve Bingöl (2019)	2010-2017	Fildişi Sahili, Kenya, Rwanda, Togo (Dört Sahraaltı Afrika Ülkesi) ve Türkiye'nin de yer aldığı çalışmada, iş yapma kolaylığı endeksindeki 1 birimlik bir artışın doğrudan yabancı yatırım (DYY) tutarında %45'lik bir artışa neden olduğu izlenmiştir.	Panel veri analizi
Çalışkan (2019)	2003-2018	Türkiye için iş yapma kolaylığı ile DYY arasındaki ilişki analiz edilmiş ve sonuç olarak iş yapma kolaylığından DYY'ya doğru tek yönlü nedensellik olduğu belirtilmiştir.	Granger nedensellik analizi
Musienko ve Tulepbekova (2019)	2000-2018	Kazakistan ve Rusya'nın İş Yapma Kolaylığı İndeksi'nde son on yıldaki sağladıkları iyileşme üzerinden güçlü ve zayıf yönlerinin karşılaştırmalı değerlendirmesi gerçekleştirilmiştir.	Betimsel değerlendirme
Ozyurt (2020)	vd. 2018	Uluslararası alanda faaliyet gösteren inşaat işletmeleri için çeşitli ülkelerde kazanılan deneyimin önemli bir rekabet avantajı sağladığı belirtilmiştir. Türk müteahhitlerinin iş yaptığı 39 ülke üç küme altında sınıflandırılmıştır	Kümeleme analizi
Manda (2020)	vd. 2020	Hindistan'da gerçekleştirilen kurumlar vergisi indiriminin, ülkenin küresel pazardaki rekabet gücünü ve iş yapma kolaylığını artıracığı belirtilmiştir.	AHP (Analitik Hiyerarşi Prosesi)
Bretas (2021)	vd. 2020	Brezilyalı franchise veren işletmelerin uluslararası yönetim modlarıyla ilgili seçimlerini ev sahibi ülkelerin çevresel belirsizliği, davranışsal belirsizlikleri ve franchise verenlerin mali kapasitesi faktörlerinin etkilediği belirtilmiştir.	Lojistik regresyon analizi
Uğurlu (2022)	2010-2019	Kişi başına GSYH'sı 15 bin \$'ın altında olan dokuz OECD ülkesi bağlamında, iş yapma kolaylığı ile doğrudan yabancı yatırım arasındaki ilişki incelenmiştir. İş yapma kolaylığının ve dışa açıklık değişkenlerinin DYY üzerinde tek yönlü olumlu etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.	Kao ve Pedroni eşbütünlük testi, Dumitrescu ve Hurlin panel nedensellik testi
Yin vd. (2022)	2010-2018	İş Yapma Kolaylığı ve ayrıntılı ürün verileri kullanılarak, iş ortamının ülkelerin ihracat çeşitliliği üzerindeki etkileri incelenmiştir. Analizler sonucunda, iş ortamının iyileştirilmesinin ihracat çeşitliliğini esas olarak yüksek gelirli olmayan ülkelerde teşvik ettiği, fakat yüksek gelirli ülkelerde desteklemediği belirtilmiştir. İnşaat ruhsatı ile uğraşmanın ihracat çeşitliliğini olumsuz etkilediği, sınır ötesi ticaret ve iflasın çözülmesinin ise ihracat çeşitliliğini artırdığı sonucuna ulaşılmıştır.	Uygun genelleştirilmiş en küçük kareler (feasible generalized least squares; FGLS) ile panel regresyon analizi

Tablo 1. İş Yapma Kolaylığı Verileri ile Gerçekleştirilen Çalışmalar

Tablo 1’de yer alan çalışmalar incelendiğinde, işletmelerin dış pazarlarda iş yapmalarını ve başarılarını etkileyen çok sayıda faktör olduğu görülmektedir. Ayrıca, çalışmalarda kümeleme analizi, regresyon analizi, çok kriterli sıralama ve seçim yöntemleri, betimsel değerlendirme ve nitel araştırma yöntemleri gibi oldukça farklı yöntemlerden yararlanılmıştır. Bazı çalışmalar Çin, Latin ülkeleri, Türkiye, BRIC gibi bölgesel veya belirli ülke gruplarını incelemiştir. Bununla birlikte, ele alınan çalışmada değerlendirilen kırk bir gelişmekte olan ülkeyi yeni pazar arayışı bağlamında değerlendiren çalışmaya rastlanılmamıştır. Bir diğer önemli nokta ise çok kriterli sınıflandırma yöntemlerinin böylesi bir çalışmada kullanılmamış olmasıdır. Çok kriterli sınıflandırma yöntemleri, sınıflandırma amacıyla kullanılacak istatistiksel yöntemlerden sınıf profil değerlerinin öznel olarak belirlenebilmesi, sınıflar arası üstünlük ilişkisi kurulabilmesi, analizlerin etkin biçimde yürütülmesi amacıyla daha az varsayıma gereksinim duyulması gibi önemli avantajlara sahiptir. Ayrıca, çok kriterli sınıflandırma yöntemleri nitel yaklaşımlara ve betimsel değerlendirmelere göre matematiksel bir modele dayanması, farklı kişilerce doğrulanabilmesi, nesnel yaklaşımın kullanılması açısından farklı özellikler taşımaktadır. Son dönemde çok kriterli sınıflandırma yöntemlerini konu alan çalışmalar arasında çevresel kalitenin değerlendirilmesi (Ouhibi ve Frikha, 2020), ülkelerin sürdürülebilir yönetim düzeylerine göre incelenmesi (Aytekin ve Gündoğdu, 2021), kuruluşların olgunluk seviyelerine göre sınıflandırılması (de Andrade vd., 2021), COVID-19 maruziyetine göre turistik bölgelerin değerlendirilmesi (Yamagishi ve Ocampo, 2022), tedarikçiler için yabancı pazarların sınıflandırılması (Aytekin vd., 2022), KOBİ’ler için kredi derecelendirme sistemi geliştirilmesi (Kumar Roy vd., 2022), limanların rekabet gücü açısından değerlendirilmesi (Qin vd., 2022), ülkelerin enerji, çevre ve sürdürülebilirlik üçgeni bağlamında sınıflandırılması (Aytekin, 2022a), ekonomik özgürlük değerlendirmesi (de Lima Silva vd., 2023) ve kamp işletmelerinin karşılaştırmalı avantajlarının ölçülmesi (Grande ve Botti, 2023) bulunmaktadır. Özellikle çok kriterli sınıflandırma yöntemlerinin görece yeni gelişen bir yaklaşım içermesi ve gittikçe yaygınlaşan kullanım alanları göz önüne alındığında, ilerleyen dönemde farklı açılardan pazar sınıflandırmalarında yararlanacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda, çalışmanın literatüre, işletmelere, devletlere ve araştırmacılara yeni bir bakış açısı sağlayacağı düşünülmektedir.

3. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada kriterlerin ağırlıklandırması amacıyla CRITIC yönteminden yararlanılacaktır. Ayrıca, ülkelerin sınıflandırılmasında ise TOPSIS-Sort-C kullanılacaktır. İzleyen alt başlıklarda bu yöntemlerle ilgili açıklamalar verilmiştir.

3.1. CRITIC

CRITIC (Criteria Importance Through Inter-criteria Correlation; Kriterler Arası Korelasyonlar Aracılığıyla Kriterlerin Önemi), Diakoulaki vd. (1995) tarafından karar matrisindeki verilerin yapısından yararlanarak kriter ağırlık değerlerinin belirlenmesi amacıyla geliştirilmiştir. Bu amaçla, kriterlerin standart sapmaları ve birbirleriyle olan korelasyon katsayı değerlerinden faydalanılmaktadır. CRITIC’in işlem adımlarını izleyen biçimde özetlenebilir (Diakoulaki vd., 1995; Aytekin, 2022b).

Birinci adım: Çok kriterli karar problemlerinde alternatifler $= 1, \dots, m$, kriterler $j = 1, \dots, n$ ile gösterilmek üzere çözümlerde Eşitlik (1)’de belirtilen karar matrisi X ’ten yararlanılır.

$$X = \begin{bmatrix} x_{11} & \cdots & x_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ x_{m1} & \cdots & x_{mn} \end{bmatrix} \quad (1)$$

Eşitlik (1)'de yer alan karar matrisi $X = [x_{ij}]_{m \times n}$ biçiminde de ifade edilebilir.

İkinci adım: Karar matrisi değerlerinin normalize edilmesi amacıyla Eşitlik (2) kullanılır.

$$n_{ij} = \begin{cases} \frac{x_{ij} - \min_i x_{ij}}{\max_i x_{ij} - \min_i x_{ij}} & , j \in J_b \\ \frac{\max_i x_{ij} - x_{ij}}{\max_i x_{ij} - \min_i x_{ij}} & , j \in J_c \end{cases} \quad (2)$$

Eşitlik (2)'de yer alan J_b fayda yönlü ve J_c ise maliyet yönlü kriterleri göstermektedir. Fayda yönlü kriter ifadesi, ilgili kriterde alternatiflere ilişkin değerlerin artması halinde alternatiflerin tercih edilirliliğinin de arttığını göstermektedir. Öte yandan, maliyet yönlü kriterlerde ise düşük değerler yüksek değerlere tercih edilmektedir.

Üçüncü adım: Kriter bilgi değerlerinin oluşturulması amacıyla öncelikle kriterlerin birbirleriyle olan korelasyonları hesaplanır. Karar matrisindeki verilerin en az eşit aralıklı ölçekle ölçülmüş oldukları varsayılarak j kriterinin k kriteri ile olan korelasyonları Pearson korelasyon katsayısı (r_{jk}) kullanılarak hesaplanır. Kriterlerin çelişme ölçüsü ise $(1 - r_{jk})$ 'ye eşit kabul edilir. Ayrıca, kriterlerin standard sapma değerlerinden (σ_j) yararlanılarak Eşitlik (3) ile her bir kriterin bilgi miktarı C_j hesaplanır.

$$C_j = \sigma_j \sum_{k=1}^n (1 - r_{jk}) \quad (3)$$

Dördüncü adım: Kriterlerin ağırlık değerleri, Eşitlik (4) yardımıyla elde edilir.

$$w_j = \frac{C_j}{\sum_{j=1}^n C_j} \quad (4)$$

Eşitlik (4) ile elde edilen kriter ağırlık değerleri için $0 \leq w_j \leq 1$ ve $\sum_{j=1}^n w_j = 1$ koşulları geçerlidir.

TOPSIS-Sort-C

TOPSIS (Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solutions; İdeal Çözüme Benzerliğe Göre Tercih Sıralaması Tekniği), Yoon ve Hwang tarafından ideal çözüme en yakın, anti-ideal çözüme ise en uzak olacak biçimde alternatiflerin sıralanmasını sağlamak amacıyla geliştirilmiş çok kriterli karar verme yöntemidir. Diğer taraftan, ilerleyen dönemde çok kriterli sınıflandırma problemlerinde alternatiflerin önceden belirlenmiş sınıflara atanmasını gerçekleştirmek amacıyla TOPSIS'in TOPSIS-Sort (Sabokbar vd., 2016), TOPSIS-Sort-B ve TOPSIS-Sort-C (De Lima Silva ve Almedia Filho, 2020) uzantıları geliştirilmiştir. Bu çalışmada ise sınıflara ilişkin merkez profillerinin kullanılması ve sıra değişimi sorunu içermemesi nedeniyle TOPSIS-Sort-C'den yararlanılacaktır. TOPSIS-Sort-C'nin işlem adımları izleyen biçimdedir (De Lima Silva ve Almedia Filho, 2020; Aytekin, 2022b)

Birinci adım: Başlangıç karar matrisi, CRITIC içinde verilen karar matrisinin oluşturulmasını içermektedir.

İkinci adım: Alternatiflerin atanacağı sınıf sayısına göre merkez profil değerleri belirlenmektedir. Bu kapsamda uzman görüşünden veya verinin yapısından yararlanılması mümkündür. Alternatiflerin sınıflandırılacağı q adet sınıf için merkez profili belirlenir. Buna göre p_k profili, C_k sınıfının merkezini temsil eder ve $k = 1, \dots, q$ olmak üzere profil matrisi $S = [s_{kj}]_{q \times n}$ biçiminde oluşturulur.

Üçüncü adım: Normalizasyon işleminin gerçekleştirilmesi amacıyla problemden alternatiflerin çıkarılması ve eklenmesi durumlarından bağımsız olarak her bir kriterdeki en büyük (y_{ij}^+) ve en küçük değerler (y_{ij}^-) belirlenir. Söz konusu değerler, birinci adımda belirtilen başlangıç karar matrisi ve ikinci adımda belirtilen profil matrisi değerlerinden yararlanılarak bir kez belirlenir ve çözüm sürecinde değiştirilmez.

Dördüncü adım: Başlangıç karar matrisine, sınıf profilleri ile y_{ij}^+ ve y_{ij}^- değerleri eklenerek bütünleşik karar matrisi $H = [h_{ij}]_{(m+q+2) \times n}$ biçiminde oluşturulur.

Beşinci adım: Normalizasyon işleminin gerçekleştirilmesinde Eşitlik (5)'ten yararlanılır

$$n_{ij} = \frac{h_{ij} - y_{ij}^-}{y_{ij}^+ - y_{ij}^-} \quad (5)$$

Altıncı adım: Kriterlerin ağırlık değerlerinin çözüme yansıtılması amacıyla Eşitlik (6) kullanılır.

$$v_{ij} = n_{ij} * w_j \quad (6)$$

Yedinci adım: Ağırlıklandırılmış normalize değerlerden yararlanılarak her bir kriter için ideal A_j^+ ve anti ideal A_j^- değerleri belirlenir. Bu amaçla Eşitlik (7)'den yararlanılır.

$$\begin{aligned} A_j^+ &= \{maks_j v_{ij} | j \in J_b, min_j v_{ij} | j \in J_c\} \\ A_j^- &= \{min_j v_{ij} | j \in J_b, maks_j v_{ij} | j \in J_c\} \end{aligned} \quad (7)$$

Sekizinci adım: Alternatiflerin ideal çözümden uzaklıkları Eşitlik (8), anti-ideal çözümden uzaklıkları ise Eşitlik (9) ile hesaplanır. Benzer şekilde, merkez profil değerlerinin ideal ve anti-ideal çözümden uzaklıkları için Eşitlikler (10-11) kullanılır.

$$d_i^+ = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - A_j^+)^2} \quad (8)$$

$$d_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - A_j^-)^2} \quad (9)$$

$$d_{p_k}^+ = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - A_j^+)^2}, \quad k = 1, 2, \dots, p; \quad i = k + m \quad (10)$$

$$d_{p_k}^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - A_j^-)^2}, \quad k = 1, 2, \dots, p; \quad i = k + m \quad (11)$$

Dokuzuncu adım: Alternatiflerin ideal çözüme göreli yakınlığı ($u(x_i)$) Eşitlik (12), profillerin ($u(p_k)$) ise Eşitlik (13) ile hesaplanır.

$$u(x_i) = \frac{d_i^-}{(d_i^- + d_i^+)} \quad , \quad i = 1, \dots, m \quad (12)$$

$$u(p_k) = \frac{d_{p_k}^-}{(d_{p_k}^- + d_{p_k}^+)} \quad , \quad k = 1, \dots, p \quad (13)$$

Onuncu adım: Sınıflara atama işlemi, alternatifler x_i ile nitelendirilmek üzere Eşitlik (14)'te belirtilen koşullar gözetilerek gerçekleştirilir.

$$\begin{aligned} x_i \in S_1 \text{ eğer} \quad & |u(x_i) - u(p_1)| \leq |u(x_i) - u(p_2)| \\ x_i \in S_k \text{ eğer} \quad & \begin{cases} |u(x_i) - u(p_k)| < |u(x_i) - u(p_{k-1})| \\ |u(x_i) - u(p_k)| \leq |u(x_i) - u(p_{k+1})| \end{cases} \quad k = 2, \dots, (q-1) \\ x_i \in S_q \text{ eğer} \quad & |u(x_i) - u(p_q)| < |u(x_i) - u(p_{q-1})| \end{aligned} \quad (14)$$

Böylelikle sınıflandırma probleminin çözümü tamamlanır.

4. Bulgular

İşletmelerin yeni pazarlar ve fırsatlar arayışında olmaları varlıklarının devamlılığı ve büyümeleri için gereklilik olarak ortaya çıkabilir. Bu çalışmada, Cornell Üniversitesi Gelişmekte Olan Pazarlar Enstitüsü (2021) tarafından belirlenen ülkelerin, işletmeler açısından sınıflandırılması gerçekleştirilecektir. Çalışmada dikkate alınan kriterler Dünya Bankası İş Yapma Kolaylığı veritabanından derlenmiş ve özet bilgileri Tablo 2’de sunulmuştur.

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
	İşe Başlama	İnşaat İzinleri	Elektrik Temini	Tapu Kaydı	Kredi Temini	Küçük Yatırımlar	Vergi Ödeme	Dış Ticaret	Sözleşmenin İcrası	Şirket Tasfiyesi
Ortalama	85.08	71.40	75.50	64.83	58.54	61.27	69.45	69.66	57.03	45.93
En Yüksek Değer	94.40	89.00	99.30	96.20	95.00	92.00	99.40	100.00	81.30	76.80
En Yüksek Değere Sahip Ülke	Kazakistan	Malezya	Malezya	Katar	Kenya	Kenya	Katar	Macaristan	Kazakistan	Tayland
En Düşük Değer	67.80	51.90	34.90	29.00	0.00	10.00	34.40	25.30	22.20	0.00
En Düşük Değere Sahip Ülke	İran	Brezilya	Bangladeş	Bangladeş	Irak	Etiyopya	Brezilya	Irak	Bangladeş	Irak

Tablo 2. İş Yapma Kolaylığı Verilerine İlişkin Özet Bilgiler

Tablo 2’de iş yapma kolaylığı bağlamında ilgili kriterlerin en yüksek ve en düşük olduğu ülkelere yer verilmiştir. Tablo 2’de İran işe başlama değerleri açısından en düşük göstergelere sahiptir. İran’da şirket kurulması ve işe başlamada bürokratik işlerdeki görülen yavaşlıklar ve zorluklar, bu durumun oluşmasında etkili olmuştur. Dünya bankası verilerine göre İran’da bir işi kurma süresi en az 15 gündür. Diğer taraftan İran 190 ülke arasında, iş yapma kolaylığı açısından 120. sırada yer alırken, yeni bir iş yerinin faaliyete açılması kolaylığı göstergesinde ise 102. sırada bulunmaktadır. İran’da iş kurabilmek için çeşitli odalara kayıt olunmasının yanı sıra, tüm ticari faaliyetlerdeki belgelerin Farsça olması gerekmektedir. İran’da yabancı gerçek kişilerin gayrimenkul sahibi olmaları da kesinlikle yasaklanmıştır. İlgili faktörler alt alta toplandığında, İran’ın bazı göstergelerde son sıralarda yer alması doğal görünmektedir (Ticaret Bakanlığı, 2022a). İşe başlama ve sözleşmenin icrası değişimi açısından en yüksek değere sahip ülke Kazakistan’dır. Kazakistan, Orta Asya ülkeleri arasında en çok yabancı yatırım çeken ülkelerden biridir. Kazakistan dünyanın en zengin yer altı kaynaklarına sahip ülkelerinden biridir. Bununla beraber Kazakistan’ın inşaat, petrol, turizm, otelcilik, savunma sanayi ve kimya-ilaç sektörlerinde de öncü olduğu ifade edilmiştir (Ticaret Bakanlığı, 2022b). Ayrıca, Musienko ve Tulepbekova (2019) Kazakistan’ın son dönemde iş yapma kolaylığı açısından olumlu anlamda önemli değişim geçirdiğini belirtmiştir.

Tablo 2’de incelenen ülkeler arasında, inşaat izinleri ve elektrik temini kriterlerinde Malezya en iyi performansla sahip ülkedir. Malezya’da işletme ruhsatı alınması, şirketler ile ilgili oluşturulan

yasal mevzuatın bir gereğidir. İşyeri açma izninin süresi, ruhsatın çeşidine göre 1-6 ay arasında değişmektedir. Malezyadaki işletme ruhsatı; genel lisans ve özel lisans olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Genel lisanslar Malezya'daki bir işletmeyi kaydetmeyi planlayan herkes için kullanılırken, sektöre özgü lisanslar ise belli sektörlerle sınırlandırılmıştır. Malezya'daki bir işletmenin elektriğini açmak için mülkü Tenaga Nasional Berhad'a (TNB) bir depozito ile kaydettirmek yeterli olmaktadır (Gano-an ve Chea, 2021, s.53).

İnşaat izinlerinin alınması göstergesinde, Brezilya en düşük değerleri sahip ülke konumundadır. Brezilya'da yolsuzluk, rüşvet gibi bürokratik işlemleri baltalayıcı olayların varlığı, yetersiz altyapı ve verimli olmayan devlet bürokrasisinin varlığı ilgili göstergede olumsuz sonuca zemin hazırlamıştır (The Global Competitiveness Report 2010-2011, 2016). Öte yandan, elektrik temini ve tapu sicil kaydı kriterlerinde en düşük performansa sahip ülkenin Bangladeş olduğu izlenmektedir. Bangladeş'te de altyapı yetersizlikleri ve bürokratik işlerdeki hantallığın bu sonuçta etkili olduğu düşünülmektedir.

Tablo 2'deki tapu kaydı ve vergi ödeme kriterlerinde Katar'ın en iyi göstergelere sahip olduğu görülmektedir. Katar birçok yatırımcı açısından cazip ülke olarak kabul edilmektedir (Palalić vd., 2022). Küçük yatırımcıyı koruma ve kredi temini kriterlerinde Kenya çarpıcı bir şekilde yüksek değerlere sahip olduğu izlenmiştir. Kenya'da mahkemelerde adaletin tesisi, resmi krediye erişim, kamu hizmetleriyle bağlantılar, daha düşük suç vakaları, girişimci eğitimi ve deneyimine ilişkin olumlu girişimci algısının küçük ve orta ölçekli işletmelerin büyümesi üzerinde olumlu etki yarattığı belirtilmiştir (Shibia ve Barako, 2016).

Macaristan incelen ülkeler arasında, dış ticaret kriterinde en yüksek değere sahip ülke konumundadır. Macaristan'ın bir Avrupa Birliği ülkesi olması, konumu, Almanya- İtalya- Avusturya gibi güçlü ihracat ortaklarının olması dış ticarete öne çıkmasına neden olmuştur. Diğer taraftan ihracat kalemleri arasında otomobil ve parçaları, telefon ve aksamı, karayolu taşıtları için aksam ve parçalar, elektrik akümülatörleri, ses, görüntü veya diğer bilgileri almaya yarayan cihazlar ve monitörler, projektörler ve televizyon alıcı cihazları gibi önemli katma değeri yüksek ürünler bulunmaktadır (Dışişleri Bakanlığı, 2022). Dış ticaret göstergelerinde en düşük performansa sahip ülke ise Irak'tır. Özellikle ABD'nin Irak'ı işgalinden sonra ülkedeki siyasi ve ekonomik istikrarın bozulması neticesinde, toparlanamamasının olumsuz sonuçlar doğurduğu düşünülmektedir. Terör gruplarının varlığı, politik ve finansal istikrarsızlıklar, altyapı yetersizlikleri gibi nedenlere bağlı olarak ne yazık ki Irak'taki pazarlar cazibesini yitirmiştir. Bununla birlikte, Irak'ın ikinci en büyük petrol rezervine sahip ülke olması ve güvenliğin tesisi halinde yabancı yatırımcılara cazip fırsatlar sağlayacağı belirtilmektedir (Akoum vd., 2007).

Tablo 2'de şirketin tasfiyesi kriterinde en iyi performansa sahip ülke Tayland'dır. Tayland, özellikle 1990'lı yıllarda yabancı yatırımcıların büyük ilgisini çekmiştir (Atmiyanandana ve Lawler, 2014). Şirketlerin kapanma süreci, Tayland'da incelenen diğer ülkelere nazaran daha kolay gerçekleştirilmektedir. Bu noktada şirketin kapanması ile ilgili bürokratik işlemlerin hızlı olmasından bahsedilebilir. Yine ilgili kriterdeki en düşük göstergelere sahip ülkenin Irak olduğu görülmektedir. Hatırlanacağı üzere Irak ile ilgili temel sorunların en başında güvenliğin sağlanamaması yer almaktadır. Ülkedeki istikrarsızlık, terör ve çatışma ortamı Irak'ı birçok açıdan olumsuz etkilemektedir.

Ülkeerin sınıflandırılması amacıyla öncelikle kriter ağırlık değerleri ve sınıf profil değerleri belirlenmiştir. Bu kapsamda, çalışmada yer alan kriterlerin ağırlık değerleri CRITIC ile belirlenmiştir. Bununla birlikte literatürdeki çalışmalardan ve genel ülke sınıflandırmalarında esinlerenek ülkelerin yüksek (S1), orta (S2) ve düşük (S3) iş yapma kolaylığı sınıflarına atanması

amacıyla her bir kriterdeki değişim aralığını üç eşit parçaya ayıran ve bu eşit parçaların merkezini esas alan profil değerleri belirlenmiştir (Poumanyong vd., 2012; Dietrich ve Wanzenried, 2014; Aytekin, 2020). Bu kapsamda tüm kriterlerin fayda yönlü olduğu ve değişim aralığına göre sınıfların orta noktalarının belirlenmesi yaklaşımı göz önüne alınarak izleyen biçimde sınıf profil değerleri oluşturulmuştur.

$$S1 \text{ profili, } s_1 = \min_i x_{ij} + \left(\frac{\max_i x_{ij} - \min_i x_{ij}}{3} \right) * 1/2$$

$$S2 \text{ profili, } s_1 = \min_i x_{ij} + \left(\frac{\max_i x_{ij} - \min_i x_{ij}}{3} \right) * 3/2$$

$$S3 \text{ profili, } s_1 = \min_i x_{ij} + \left(\frac{\max_i x_{ij} - \min_i x_{ij}}{3} \right) * 5/2$$

Kriterlere ilişkin CRITIC ile elde edilen ağırlık değerleri ve sınıf profil değerleri Tablo 3'te verilmiştir.

Ağırlıklar	0.0909	0.0609	0.0706	0.0639	0.1380	0.1317	0.0765	0.1109	0.1135	0.1430
	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
S1 profili	89.97	82.82	88.57	85.00	79.17	78.33	88.57	87.55	71.45	64.00
S2 profili	81.10	70.45	67.10	62.60	47.50	51.00	66.90	62.65	51.75	38.40
S3 profili	72.23	58.08	45.63	40.20	15.83	23.67	45.23	37.75	32.05	12.80

Tablo 3. Kriter Ağırlıkları ve Sınıf Profil Değerleri

İş yapma kolaylığı veritabanından derlenen K1-K10 kriterlerine ilişkin verilerde 0 en kötü ve 100 en iyi değeri temsil ettiği için $y_{ij}^- = 0$ ve $y_{ij}^+ = 100$ olarak alınmış ve Tablo 4'te yer alan sınıflandırma sonuçlarına ulaşılmıştır.

Ülke	Sınıf	Ülke	Sınıf
Bulgaristan	C1	Filipinler	C2
Çin	C1	Gana	C2
Endonezya	C1	Guatemala	C2
Hindistan	C1	Güney Afrika	C2
Kazakistan	C1	İran	C2
Kenya	C1	Katar	C2
Kolombiya	C1	Kuveyt	C2
Macaristan	C1	Mısır	C2
Malezya	C1	Nijerya	C2
Meksika	C1	Pakistan	C2
Romanya	C1	Peru	C2
Rusya	C1	Sri Lanka	C2
Şili	C1	Suudi Arabistan	C2
Tayland	C1	Ukrayna	C2
Türkiye	C1	Umman	C2
Arjantin	C2	Vietnam	C2
Bangladeş	C2	Cezayir	C3
Brezilya	C2	Etiyopya	C3
Dominik Cumhuriyeti	C2	Irak	C3
Ekvador	C2	Myanmar	C3
Fas	C2		

Tablo 4. Gelişmekte Olan Pazarların Sınıflandırılması

Tablo 4’te ülkelerin sınıflandırılmasına bakıldığında ülkelerin büyük çoğunluğunun C2 (orta iş yapma kolaylığı) sınıfında toplandığı görülmektedir. C1, birinci dereceden yatırım yapılabilir, pazarların cazibesi yüksek, iş yapma kolaylığı bakımından ilgili kriterlerde olumlu ülkelere olmaktadır. C1’de yer alan ülkeler; Bulgaristan, Çin, Endonezya, Hindistan, Kazakistan, Kenya, Kolombiya, Macaristan, Malezya, Meksika, Romanya, Rusya, Şili, Tayland ve Türkiye’dir. Bulgaristan, Macaristan ve Romanya Avrupa Birliği’ne üye ülkelerdir. Bu kapsamda, incelenen diğer ülkelere nazaran önemli avantajlara sahiptirler. Söz konusu ülkelerin konumları, Avrupa Birliği mevzuatına uyum zorunluluğu, görece ucuz işgücü olanakları, iş yapma kolaylığı çerçevesinde özellikle Avrupa’lı işletmeler açısından önemli pazarlar olarak kabul edilebilir. Çin, Hindistan ve Rusya ise BRICS ülkeleri olarak tanımlanan ve on yılı aşkın süredir büyük yatırımcıların ilgisini çeken ülkelerdir. Hindistan’ın ucuz işgücü ve Rusya’nın yabancı yatırım kolaylıkları öncü olmalarında rol oynamış olabilir. Ancak Çin için ayrı bir parantez açmak yerinde olacaktır. Covid-19 pandemi dönemi haricinde, özellikle son yıllarda yıldızı parlayan Çin’de yasal mevzuatlar kolaylaştırılarak güncellenmiş, katma değeri yüksek üretim ve ihracat odaklı büyüme modeline geçilmiştir. Böylelikle, büyük üretim şirketleri yatırımlarını Çin’e kaydırmıştır. Dünyadaki artan pazar payı, sürekli büyüyen ekonomik göstergeleri, artan tüketim ve küresel pazarlara entegre haliyle Çin adeta yatırımcıların vazgeçilmezi olmuştur. Ayrıca hali hazırda çalışmalarını devam eden, kadim İpekyolunu canlandırmak amacıyla “ Bir Kuşak Bir Yol “ projesinin küresel çapta varlık gösterdiğinin diğer bir göstergesi olduğu bilinmektedir (Doster, 2018). Bir diğer önemli noktada Çin, Rusya ve Hindistan’ın dünya nüfusunun önemli bir bölümünü oluşturmasıdır. Bu durum, hem hizmet hem de imalat sektörlerinde söz konusu ülkelerin uluslararası ticarete önemli pazarlar olarak öne çıkmalarına neden olmaktadır.

Tablo 4’ te C2 ülkeleri olarak Arjantin, Bangladeş, Brezilya, Dominik Cumhuriyeti, Ekvador, Fas, Filipinler, Gana, Guatemala, Güney Afrika, İran, Katar, Kuveyt, Mısır, Nijerya, Pakistan, Peru, Sri Lanka, Ukrayna, Umman, Vietnam, Ekvador ve Fas yer almaktadır. Latin Amerika, Orta Doğu ve yeni gelişmekte olan Asya ülkeleri C2 sınıfı altında toplanmıştır. İlgili ülkelerin yatırım çekmede, cazip pazarlara sahip olmada, iş kurma veya şube açma konularında orta sınıf özellikleri taşımaktadır. Diğer bir ifadeyle, bazı kriterlerde olumlu olarak öne çıkmış olsalar da genel olarak ilk sınıftaki ülkelerin gerisinde kalmaktadırlar.

Tablo 4’ te C3 ülkeleri Cezayir, Etiyopya, Irak, Myanmar olarak bulunmuştur. Bu ülkeler yeni pazar arayışındaki işletmeler açısından yüksek riskli olarak değerlendirilebilir. Etiyopya, Sahra Altı Afrika ülkeleriyle iş yapma bağlamında kıyaslandığı bazı olumlu özelliklere sahip olsa da finansal güven, elektrik temini, küçük yatırımcının korunması, vergi ve gümrük uygulamalarında görülen kritik sorunlar incelenen ülkeler arasında son sınıfta yer almıştır. Etiyopya’nın 2011-2015 aralığında Dünya Bankası verilerine göre iş ortamları ile ilgili yapılan çalışmada herhangi bir iyileşme gerçekleşmediği kaydedilmiştir. İşe başlama, elektrik temini, tapu kayıt, iflas işlemlerinin çözülmesi ile yabancı yatırım arasında güçlü ve pozitif bir ilişki tespit edilmiştir (Moges Ebero ve Begum, 2016). Bir diğer C3 ülkesi Cezayir olarak karşımıza çıkmaktadır. Şirketlerin araziye ulaşma zorlukları kayıt dışı ekonominin büyüklüğü, finansman kaynak bulmadaki güçlükler, hukuki uyumsuzluklar, bürokratik işlemlerdeki aşırı hantallık iş yapma kolaylığı bağlamında Cezayir’i son sıralara iten önemli göstergelerdir. Diğer taraftan Cezayir genel olarak zaten yolsuzluk ve rüşvetin yaygınlığı ile bilinen bir ülke durumundadır (Quaret, 2011). Irak ise ABD işgali sonrası finansal, politik açmazlarla uzun süre boğuşmuş, o nedenle kaotik durumundan dolayı ülkeler ve yatırımcılar tarafından iş ve pazar anlamında uzak durulması

gereken yerlerden biri olarak kabul edilmiştir. Myanmar ise yaşanan iç çalkantılar, çatışmalar ve göçler neticesinde yıpranmıştır. C3 sınıfındaki ülkelerin genel olarak güvenliğinin tesisi ve öngörülebilirlik bağlamında olumsuz olarak farklılaştığı belirtilebilir.

İşletmelerin potansiyel pazarları değerlendirebilmek için elde edilen veriler oldukça büyük öneme sahiptir. Öyle ki; birçok ülke ve halk açısından ticari politikalar ve pazarlama stratejileri birbiriyle iç içe geçmiş olsa da her bir pazarın kendine has özellikleri bulunmaktadır. Demografik unsurlar, ekonomi, sosyo-kültürel özellikler, teknoloji, siyasi iklim, hukuki yapı gibi birçok özellik pazarların birbirinden farklılaşmasına neden olmaktadır. Bu noktada bölgesel yakınlık, bürokratik işlemlerin yavaşlığı, terör olaylarının varlığı, siyasi ve finansal istikrarsızlık gibi bir çok değişkene bağlı olarak hedef pazarlar belirlenmektedir. Genellikle işletmeler veya çok uluslu şirketler güven ortamının tesis edildiği, rekabet avantajını elinde bulunduran, pazar çekiciliği yüksek, pazar riski düşük ve öngörülebilir (pazarın veya ilgili sektörün faiz, kur, fiyat dalgalanmalarından en düşük oranda etkilenmesi) ülkelerde ya da bölgelerde ticaret yapmayı uygun görmektedir. Diğer taraftan coğrafi olarak yakın ülkeler arasında potansiyel pazarları oluşturmak pek de şaşırtıcı değildir. Bu kapsamda, İsveç şirketlerinin İskandinav komşularıyla iş yapması veya ABD'nin iki kilit ihracat noktasını Kanada ve Meksika'nın oluşturması örnek verilebilir (Kotler ve Keller, 2018, s. 221). Öte yandan, küreselleşmenin sağladığı olanaklar işletmeleri yakın pazarlar kadar çeşitli fırsatlar içeren uzak pazarlara da yöneltmektedir. Risk ile bağıntılı şekilde özellikle gelişmekte olan ülkelerde büyük pazar fırsatları işletmeleri cezbetmektedir.

Bir diğer önemli nokta ise işletmeler açısından uluslararası pazara açılma sürecinde, dış pazarda iş yapma risklerini en aza indirmek için kilit ithalatçılar ile ilişkisel sermaye yaratma yolunun tercih edildiği belirtilmektedir (Liu ve Gao, 2016). Bu kapsamda işletmelerin C1 sınıfında yer alan ülkelerde tedarik zincirinin iyi işlemesi için gerçekleştirecekleri ortaklıklar büyük yararlar sağlayabilir.

Elde edilen sonuçların literatürde yer alan başka yöntemlerle elde edilenlerle kıyaslamasını gerçekleştirmek amacıyla REF-Sort (Aytekin vd., 2022) ve CODAS-Sort (Ouhubi ve Frikha, 2020; Aytekin, 2022b) ile çözümler gerçekleştirilmiştir. Her üç yöntemle elde edilen çözümlerde aynı sınıf profili değerleri ve kriter ağırlıkları kullanılmıştır. Bununla birlikte, CODAS-Sort'da normalizasyon işlemi karar matrisi değerlerinden yararlanırken TOPSIS-Sort-C ve REF-Sort'da profil matrisi değerleri ile birlikte olası en iyi değer olan 100 değerlendirmeye alınmıştır. Ayrıca, her ne kadar sınıflar arası üstünlük ilişkisi belirtmese de kümeleme analizi yöntemlerinden k-ortalama, Ward ve grup içi bağlantı yöntemleri ile de çözümler elde edilmiştir. Karşılaştırma sonuçları Tablo 5'te sunulmuştur.

Ülke	Yöntemler ve Sınıflandırma Sonuçları					
	TOPSIS-Sort-C	REF-Sort	CODAS-Sort	K-ort.	Ward	Grup İçi Bağlantı
Arjantin	C2	C2	C1	C2	C2	C2
Bangladeş	C2	C2	C2	C2	C2	C2
Brezilya	C2	C2	C1	C2	C2	C2
Bulgaristan	C1	C1	C1	C1	C1	C1
Cezayir	C3	C3	C2	C3	C3	C3
Çin	C1	C1	C1	C1	C1	C1
Dominik Cumhuriyeti	C2	C2	C1	C3	C2	C2
Ekvador	C2	C2	C1	C3	C2	C2

Endonezya	C1	C1	C1	C1	C1	C1
Etiyopya	C3	C3	C2	C3	C3	C3
Fas	C2	C1	C1	C1	C1	C1
Filipinler	C2	C2	C1	C1	C2	C2
Gana	C2	C2	C1	C2	C2	C2
Guatemala	C2	C2	C1	C1	C2	C2
Güney Afrika	C2	C2	C1	C1	C1	C1
Hindistan	C1	C1	C1	C1	C1	C1
Irak	C3	C3	C2	C3	C3	C3
İran	C2	C2	C1	C3	C2	C2
Katar	C2	C2	C1	C3	C1	C1
Kazakistan	C1	C1	C1	C1	C1	C1
Kenya	C1	C1	C1	C1	C1	C1
Kolombiya	C1	C1	C1	C1	C1	C1
Kuveyt	C2	C2	C1	C1	C1	C1
Macaristan	C1	C1	C1	C1	C1	C1
Malezya	C1	C1	C1	C1	C1	C1
Meksika	C1	C1	C1	C1	C1	C1
Mısır	C2	C2	C1	C2	C2	C2
Myanmar	C3	C3	C2	C3	C3	C3
Nijerya	C2	C2	C1	C2	C1	C1
Pakistan	C2	C2	C1	C2	C2	C2
Peru	C2	C2	C1	C1	C1	C1
Romanya	C1	C1	C1	C1	C1	C1
Rusya	C1	C1	C1	C1	C1	C1
Şili	C1	C1	C1	C1	C1	C1
Sri Lanka	C2	C2	C1	C2	C2	C2
Suudi Arabistan	C2	C1	C1	C1	C1	C1
Tayland	C1	C1	C1	C1	C1	C1
Türkiye	C1	C1	C1	C1	C1	C1
Ukrayna	C2	C1	C1	C1	C1	C1
Umman	C2	C2	C1	C1	C1	C1
Vietnam	C2	C2	C1	C1	C1	C1

Tablo 5. Farklı Yöntemlerle Elde Edilen Sonuçların Karşılaştırılması

TOPSIS-Sort-C ve REF-Sort ile elde edilen sonuçların birbirine oldukça yakın olduğu Tablo 5'ten görülmektedir. İki yöntem Fas, Suudi Arabistan ve Ukrayna dışındaki otuz sekiz ülkeyi aynı sınıflara atamıştır. Öte yandan, CODAS-Sort'un diğer iki yönteme göre farklı sonuçlar ürettiği gözlemlenmektedir. Bu durum, normalizasyon işleminde dikkate alınan değerler ile yöntemlerin dayandığı temel kuram ve görüşlerden kaynaklanmaktadır. Öyle ki, CODAS-Sort anti-ideal değer temelinde çözüm sağlarken TOPSIS-Sort-C hem ideal hem de anti-ideal değerleri dikkate almaktadır. Bununla birlikte, REF-Sort tekil ya da aralık biçiminde belirlenen referansları kullanarak çözüm sağlamaktadır. Kümeleme analizi yöntemleri ile elde edilen sonuçlar TOPSIS-Sort-C sonuçlarıyla karşılaştırıldığında k-ortalama ile 14 ülke, Ward ile 10 ülke ve grup içi bağlantı ile 7 ülkenin farklı sınıflandırıldığı görülmektedir. Bahsi geçen yöntemler uzaklık temelinde çözüm sağlamak ve kümeler arasında üstünlük ilişkisi oluşturmamaktadır (Özdamar,

2013; Aytekin, 2022). Bununla birlikte, incelenen problem özelinde grup içi bağlantı yönteminin TOPSIS-Sort-C'ye yakın sonuçlar ürettiği ifade edilebilir. Tablo 5'teki sonuçlar genel olarak değerlendirildiğinde, TOPSIS-Sort-C'nin incelenen karar problemi özelinde iyi bir çözüm ürettiği belirtilebilir.

Sonuç

Küreselleşme, işletmelerin yabancı pazarlara erişimini kolaylaştırmıştır. Bununla birlikte, işletmelerin yeni pazarlara açılmasının geri döndürülemez maliyetleri bulunmaktadır. Bu kapsamda, işletmeler açısından doğru ülke ve pazar seçimi hayati derecede önemlidir. Öte yandan, ülkeler açısından sürdürülebilir ekonomik kalkınma ve refahı sağlamak için yabancı yatırımlar oldukça önemlidir. Bu çerçevede çalışmada, uluslararası pazarlama ve işletmeler açısından gelişmekte olan ülkelerin iş yapma kolaylığı bağlamında sınıflandırılarak değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Söz konusu amacın gerçekleştirilmesinde çok kriterli karar analizi yöntemlerinden CRITIC ve TOPSIS-Sort-C'den yararlanılmıştır.

Değerlendirilen kırk bir ülke düşük, orta ve yüksek iş yapmak kolaylığı sınıflarına atanmıştır. Yüksek sınıfta yer alan ülkeler (C1) Bulgaristan, Çin, Endonezya, Hindistan, Kazakistan, Kenya, Kolombiya, Macaristan, Malezya, Meksika, Romanya, Rusya, Şili, Tayland ve son olarak Türkiye yer almaktadır. Bu ülkelerin genel itibarıyla; gelişmekte olan piyasa ekonomileri olduğu, ekonomik büyüme oranlarının genel olarak pozitif seyrettiği, ucuz işgücüne sahip, nüfus-yüzölçümü olarak kalabalık (hedef kitle yoğunluğuna potansiyeli yüksek), yatırımcıların ve vergilerin teşviki, finansal ve politik istikrarın egemen olduğu ülkeler olduğu anlaşılmaktadır. Orta sınıfta yer alan ülkeler (C2); Arjantin, Bangladeş, Brezilya, Dominik Cumhuriyeti, Ekvador, Fas, Filipinler, Gana, Guatemala, Güney Afrika, İran, Katar, Kuveyt, Mısır, Nijerya, Pakistan, Peru, Srilanka, Ukrayna, Umman, Vietnam, Ekvador ve Fas'tır. Düşük sınıfta yer alan ülkelerin (C3) ise Cezayir, Etiyopya, Irak ve Myanmar olarak tespit edilmiştir. Bu ülkelerin de siyasi ve ekonomik istikrarsızlık, iç savaş, yolsuzluk- rüşvet gibi sorunların varlığından söz etmek mümkündür. Bahsi geçen sorunlar güven ortamının bir türlü tesis edilememesine neden olmaktadır.

Çalışmada, Dünya Bankası İş Yapma Kolaylığı 2020 verilerinden yararlanılmıştır. Bu durum, aynı zamanda çalışmanın kapsamını ve sınırlılığını da ortaya koymaktadır. Ayrıca, Dünya Bankası tarafından ülkeleri değerlendirmek amacıyla üretilen skor değerler kullanılacaktır. Söz konusu skor değerler bir işe başlama, inşaat izni alma, elektrik bağlatma, tapuya kaydetme, kredi alma, küçük yatırımcıları koruma, vergi ödeme, dış ticaret yapma, sözleşmeye uymaya zorlama ve şikayet etme gibi faktörleri/boyutları içermektedir. Dolayısıyla çalışma İş Yapma Kolaylığı verisinin kapsadığı faktörlerle sınırlıdır. Son olarak, ülkeler bazında analizler yürütüleceğinden bölgesel veya sektörel incelemeler çalışmanın kapsamı dışındadır.

İşletmelerin yeni bir ülkeye veya pazara girebilmesi için riskleri iyi öngörebilmesi gerekmektedir. Bir ülkenin cazibe merkezi olması, gözde pazarlarının bulunması, iş yapma kolaylığı bakımından yatırımcı odaklı olması işletmeler açısından oldukça önem taşımaktadır. Kendini güvende hissetmeyen, her an her şeyin olabileceği, dengelerin alt üst olduğu bir ülkeye yatırımcının veya işletmelerin giriş yapması ya da varlıklarını sürdürmesi zordur. Ayrıca, terörün varlığı, istikrarsızlık, yetkilerin kendi çıkarlarını önceleyen belirli bir elit grupta toplanması, yolsuzluk ve rüşvetin yoğunluğu, özel mülkiyet kavramının esnek olduğu ülkeler, işletmeler açısından yüksek risk içermektedir. Bu kapsamda, özellikle C3 sınıfında yer alan ülkeler ileriye dönük büyük fırsatlar sunsa da işletmeler tarafından tercih edilmemektedir. Bu durum, sadece işletmeler

açısından bir kayıp olarak görülmemelidir. Çünkü, işletmelerin sunduğu hizmetlerin bu ülkelere ya da pazarlara erişmemesi ilgili ülkedeki halkların refahını olumsuz yönde etkileyen sonuçlar doğurmaktadır.

İş yapma kolaylığı göstergelerinden bir işe başlama, inşaat izni alma, elektrik bağlatma, tapuya kaydetme, kredi alma gibi süreçlerde ülkeler bürokrasinin ağır işlemlerini ortadan kaldırarak pozitif bir yatırım ortamı yaratabilirler. Özellikle dijital olanaklar göz önüne alındığında bu işlemler geçmişe nazaran daha kolay, daha maliyetsiz ve bütüncül olarak gerçekleştirilebilir. İşletmeler açısından ise risk ve fırsat değerlendirmesinin çok iyi bir şekilde gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Yeni pazarın sunduğu fırsatlar kadar işletmenin elde edeceği kazanımlar ve karşılaacağı zorluklar göz önüne alınmalıdır.

İş yapma kolaylığı bağlamında değerlendiren bu çalışmaya ek olarak, araştırmacılar sektörel bazda incelemeler gerçekleştirebilir. İş yapma kolaylığı düşük ülkelerin birbiri ile olan pazarlama ilişkileri veya yüksek olan ülkelerin birbiri ile olan ortak pazarları da değerlendirilebilir.

Kaynakça

- Akoum, I., Zbib, I. ve Ahmed, Z. U. (2007). Iraq: A new country in the making. *Thunderbird International Business Review*, 49(4), 475-506. <https://doi.org/10.1002/tie.20154>
- Akturan, U. (2008). Perakendecilikte uluslararasılaşma: Gelişim süreci, süreci etkileyen faktörler ve giriş stratejileri. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25(2), 631-642.
- Atmiyanandana, V. ve Lawler, J. J. (2014). *Culture and management in Thailand*. M. Warner (Ed.), *Culture and management in Asia* (1.Baskı, s. 228-248) içinde. Routledge.
- Aytekin, A. (2020). Türkiye’de önde gelen şirketlerin etkinlik, farklılık ve performans ölçümü. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(4), 19-35. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/anadoluibfd/issue/59038/827385>
- Aytekin, A. ve Gündoğdu, H. G. (2021). OECD ve AB üyesi ülkelerin sürdürülebilir yönetim düzeylerine göre SWARA tabanlı TOPSIS-SORT-B ve WASPAS yöntemleriyle incelenmesi. *Öneri Dergisi*, 16(56), 943-971. <https://doi.org/10.14783/maruoneri.862996>
- Aytekin, A., Görçün, Ö. F., Ecer, F., Pamucar, D. ve Karamaşa, Ç. (2022). Foreign market selection of suppliers through a novel REF-Sort technique. *Kybernetes*, (ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/K-03-2022-0459>
- Aytekin, A. (2022a). Energy, environment, and sustainability: A multi-criteria evaluation of countries. *Strategic Planning for Energy and the Environment*, 281-316. <https://doi.org/10.13052/spee1048-5236.4133>
- Aytekin, A. (2022b). *Çok Kriterli Karar Analizi*. (1. Baskı) Nobel Bilimsel.
- Baena, V. ve Cervino, J. (2012). International franchise expansion of service chains: insights from the Spanish market. *The Service Industries Journal*, 32(7), 1121-1136. <https://doi.org/10.1080/02642069.2012.662489>
- Bingöl, U. ve Çömez, G. (2019). İş yapma kolaylığı ve doğrudan yabancı yatırım ilişkisi: Türkiye-seçilmiş Sahraaltı Afrika ülkeleri panel veri analizi. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 14(56), 460-467.
- Bretas, V. P., Alon, I., Rocha, T. V. ve Galetti, J. R. (2021). International governance mode choice: Evidence from Brazilian franchisors. *Journal of International Management*, 27(2), 100851. <https://doi.org/10.1016/j.intman.2021.100851>
- Cornell Üniversitesi Gelişmekte Olan Pazarlar Enstitüsü (2021). Emerging Market Multinationals Report 2021: Building the Future on ESG Excellence. <https://ecommons.cornell.edu/handle/1813/110935> adresinden 01.12.2022 tarihinde alınmıştır.

- Çalışkan, Z. D. (2019). Doğrudan yabancı yatırımlar ve iş yapma kolaylığı: Türkiye örneği. *Politik Ekonomik Kuram*, 3(1), 105-112. <https://doi.org/10.30586/pek.554551>
- De Andrade, C. T. A., Gusmão, A. P. H. D. ve Silva, W. (2021). World Class Manufacturing performance measurement using a maturity model and the FlowSort method. *International Journal of Production Research*, 59(24), 7374-7389. <https://doi.org/10.1080/00207543.2021.1970845>
- De Lima Silva, D. F. ve de Almeida Filho, A. T. (2020). Sorting with TOPSIS through boundary and characteristic profiles. *Computers & Industrial Engineering*, 141, 106328. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2020.106328>
- De Lima Silva, D. F., Ferreira, L. ve de Almeida Filho, A. T. (2023). Preference disaggregation on TOPSIS for sorting applied to an economic freedom assessment. *Expert Systems with Applications*, 215, 119341. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2022.119341>
- Diakoulaki D, Mavrotas G ve Papayannakis L. (1995). Determining objective weights in multiple criteria problems: The critic method. *Computers & Operations Research*; 22: 763-770. [https://doi.org/10.1016/0305-0548\(94\)00059-H](https://doi.org/10.1016/0305-0548(94)00059-H)
- Dietrich, A. ve Wanzenried, G. (2014). The determinants of commercial banking profitability in low-, middle-, and high-income countries. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 54(3), 337-354. <https://doi.org/10.1016/j.qref.2014.03.001>
- Dışişleri Bakanlığı (2022). Macaristan. <https://www.mfa.gov.tr/macaristan-ekonomisi.tr.mfa> adresinden 30.12.2022 tarihinde alınmıştır.
- Dünya Bankası (2022). Doing Business (İş Yapma Kolaylığı). <https://databank.worldbank.org/source/doing-business> adresinden 30.12.2022 tarihinde alınmıştır.
- Doster, B. (2018). Çin'in Yükselişi ve Bir Kuşak Bir Yol Girişimi. *International Symposium China's West Asia Strategies and Belt and Road Initiative*. Ankara, Türkiye.
- Grande, K. ve Botti, L. (2023). Measuring the comparative advantage of camping businesses: A multicriteria sorting methodology. *Tourism and Hospitality Research*, 14673584221145813. <https://doi.org/10.1177/14673584221145813>
- Gano-an, J. C. ve Chea, C. C. (2021). Ease of doing business in the philippines and Malaysia: Prospects for development and regional growth. *American Journal of Business and Society*, 6(2), 49-56.
- Gao, H., Knight, J. G. ve Ballantyne, D. (2012). Guanxi as a gateway in Chinese-Western business relationships. *Journal of Business & Industrial Marketing*. 27(6), 456-467. <https://doi.org/10.1108/08858621211251460>
- Grimmett, J. J. (2007). State and local economic sanctions: Constitutional issues. (1st Edition). Congressional Research Service, Library of Congress.
- Hazine ve Maliye Bakanlığı (2023). İş yapma kolaylığı nedir? <https://www.hmb.gov.tr/is-yapma-kolayligi-nedir> adresinden 09.05.2023 tarihinde alınmıştır.
- Helsen, K., Jedidi, K. ve DeSarbo, W. S. (1993). A new approach to country segmentation utilizing multinational diffusion patterns. *Journal of Marketing*, 57(4), 60-71. <https://doi.org/10.1177/002224299305700405>
- Hofstede, G. (1980). Motivation, leadership, and organization: do American theories apply abroad?. *Organizational Dynamics*, 9(1), 42-63. [https://doi.org/10.1016/0090-2616\(80\)90013-3](https://doi.org/10.1016/0090-2616(80)90013-3)
- Isenberg, D. J. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review*, 88(6), 40-50.

- Kılıç, F. ve Şenkardeşler, R. A. (2020). İş yapma kolaylığı ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki. *Beykoz Akademi Dergisi*, 8(2), 170-179. <https://doi.org/10.14514/byk.m.26515393.2020.8/2.170-179>
- Kotler, P. ve Keller, K. L. (2018). *Pazarlama Yönetimi*. (İ. Kırcova, Çev.). Beta Yayınevi
- Koç, E., Kaya, K. ve Şenel, M. C. (2017). Dünyada ve Türkiye’de ekonomik göstergeler-İş Yapma/İş Kurma Kolaylığı Endeksi. *Engineer & the Machinery Magazine*, 58(685).
- Kumar Roy, P., Shaw, K. ve Ishizaka, A. (2022). Developing an integrated fuzzy credit rating system for SMEs using fuzzy-BWM and fuzzy-TOPSIS-Sort-C. *Annals of Operations Research*, 1-33. <https://doi.org/10.1007/s10479-022-04704-5>
- Lewis, R. (2018). *When Cultures Collide: Leading Across Cultures*. Hachette UK.
- Lu, C. ve Fan, W. (2015). Cross-cultural issues and international business communication practice: from an anthropological perspective. *The Anthropologist*, 22(1), 15-24. <https://doi.org/10.1080/09720073.2015.11891852>
- Liu, A. H. ve Gao, H. (2016). *Relational Risks for Guanxi Boundary Spanners in Chinese-Foreign Business Interactions*. C. Campbell & J.Ma (Ed.). In *Looking Forward, Looking Back: Drawing on the Past to Shape the Future of Marketing* (1st Edition, pp. 793-793). Springer, Cham.
- Madonsela, N. S., Mbecke, P. ve Mbohwa, C. (2015). The Dynamics of Global Market: A Knowledge Acquisition and Application Approach. The World Congress on Engineering. London, UK.
- Manda, S. ve Bansal, S. K. (2020). Evaluation of recent corporate tax reduction in India using MCDM approach. *Journal of Public Affairs*, 20(4), e2270.
- MogesEbero, E. ve Begum, M. (2016). The desirability of doing business and flow of foreign direct investment nexus: The case of Ethiopia. *World*, 114, 37-81.
- Mohieldin, M., Rostom, A., Mohieldin, M., Fu, X. ve Iqbal, Z. (2011). The role of Islamic finance in enhancing financial inclusion in Organization of Islamic Cooperation (OIC) countries. Washington, DC: World Bank.
- Motta, V. (2017). The impact of crime on the performance of small and medium-sized enterprises: Evidence from the service and hospitality sectors in Latin America. *Tourism Economics*, 23(5), 993-1010. <https://doi.org/10.1177/1354816616657940>
- Musienko, S. ve Tulepbekova, A. (2019). Russia and Kazakhstan in doing business ranking. *Mirovaia Ekonomika i Mezhdunarodnye Otnosheniia*, 63(1), 59-66. <https://doi.org/10.20542/0131-2227-2019-63-1-59-66>
- Nacar, R. ve Uray, N. (2014). Küresel tüketici kültürü kavramıyla birlikte değişen pazar bölümlendirme yaklaşımları: Uluslararası pazarlama literatürüne bakış. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(8). <https://doi.org/10.17828/yasbed.62254>
- Nair, H. (2011). New business models in emerging markets. *Harvard Business Review*, February, 3-9.
- Qin, J., Liang, Y., Martinez, L., Ishizaka, A. ve Pedrycz, W. (2022). ORESTE-SORT: a novel multiple criteria sorting method for sorting port group competitiveness. *Annals of Operations Research*, 1-35. <https://doi.org/10.1007/s10479-022-04991-y>
- Quer, D., Claver, E. ve Rienda, L. (2010). Doing business in China and performance: a review of evidence. *Chinese Management Studies*. 4(1), 37-56. <https://doi.org/10.1108/17506141011032990>
- Ouhibi, A. ve Frikha, H. M. (2020). Evaluating environmental quality in Tunisia using Fuzzy CODAS SORT method. In 2020 International Conference on Decision Aid Sciences and Application (DASA) (pp. 1115-1119). IEEE.

- Oyedele, A. ve Firat, F. (2018). Institutional interactions and foreign firms' strategies under tribal rule complexities in emerging markets. *International Marketing Review*. 35(2), 236-257. <https://doi.org/10.1108/IMR-08-2015-0185>
- Ozyurt, B., Dikmen, I. ve Birgonul, M. T. (2020). Clustering of host countries to facilitate learning between similar international construction markets, *Engineering, Construction and Architectural Management*. 27(1), 66-82. <https://doi.org/10.1108/ECAM-11-2018-0495>
- Önalmiş, Ç., Ulucan, A. ve Atıcı, K. B. (2019). OECD ülkelerinin iş yapma kolaylığı açısından çok kriterli karar analizi ile sıralanması. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 37(2), 341-363. <https://doi.org/10.17065/huniibf.378541>
- Özdamar, K. (2013) *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi*. Eskişehir: Nisan Kitabevi.
- Palalić, R., Dana, L. P., Ramadani, V. ve Salamzadeh, A. (2022). *The Context for Business in Qatar*. L. Dana, A. Salamzadeh, V. Ramadani, R. Palacic (Ed.). In *Understanding Contexts of Business in Western Asia: Land of Bazaars and High-Tech Booms* (277-291). https://doi.org/10.1142/9789811229695_0013
- Papadopoulos, N. ve Martin Martin, O. (2011). International market selection and segmentation: perspectives and challenges. *International Marketing Review*, 28(2), 132-149. <https://doi.org/10.1108/02651331111122632>
- Park, Y. W. (2017). *Building a Sustainable Global Strategy: A Framework of Core Competence, Product Architecture, Supply Chain Management And IT Strategy*. (1st Edition), Nova.
- Poumanyong, P., Kaneko, S. ve Dhakal, S. (2012). Impacts of urbanization on national transport and road energy use: Evidence from low, middle and high income countries. *Energy policy*, 46, 268-277. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2012.03.059>
- Saylık, A. (2019). Hofstede'nin kültür boyutları ölçeğinin Türkçeye uyarlanması; geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim (TEKE) Dergisi*, 8(3), 1860-1881.
- Sabokbar, H. F., Hosseini, A., Banaitis, A. ve Banaitiene, N. (2016). A novel sorting method TOPSIS-Sort: An application for Tehran environmental quality evaluation. *Ekonomie a Management*, 19(2), 87-104.
- Shibia, A. G. ve Barako, D. G. (2017). Determinants of micro and small enterprises growth in Kenya. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 24(1), 105-118. <https://doi.org/10.1108/JSBED-07-2016-0118>
- Sönmez, A. ve Arslan, A. R. (2007). İhracat yapma şekline göre karşılaşılan sorunlar; Mobilya endüstrisi örneği. *Politeknik Dergisi*, 10(4), 403-409.
- The Global Competitiveness Report 2010-2011 (2016). The Global Competitiveness Report 2010-2011 https://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2010-11.pdf adresinden 15.01.2023 tarihinde alınmıştır.
- Ticaret Bakanlığı (2022a). İran. <https://ticaret.gov.tr/data/5ee20f8213b876e308cc14f3/8755968208fedca0c2fcdb7a454aac29.pdf> adresinden 30.12.2022 tarihinde alınmıştır.
- Ticaret Bakanlığı (2022b). Kazakistan. https://ticaret.gov.tr/data/5edf339413b876f348285804/Kazakistan%20Pazar%20Bilgileri_2022.pdf adresinden 30.12.2022 tarihinde alınmıştır.
- Uğurlu, S. (2022). *İş Yapma Kolaylığının Doğrudan Yabancı Yatırımlar Üzerindeki Etkisi: OECD Ülkelerinden Kanıtlar*. K. Çiftiyıldız (Ed.), *Disiplinler Arası Sosyoekonomik Yaklaşımlar* (1. Baskı, s.121-134) içinde. Ekin Yayınevi
- Vanderstraeten, J. ve Matthyssens, P. (2008). Country classification and the cultural dimension: a review and evaluation. *International Marketing Review*, 25(2), 230-251. <https://doi.org/10.1108/02651330810866308>

- Venaik, S. ve Brewer, P. (2015). The common threads of national cultures. *Australasian Marketing Journal*, 23(1), 75-85. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2014.12.001>
- Yamagishi, K. ve Ocampo, L. (2022). Utilizing TOPSIS-Sort for sorting tourist sites for perceived COVID-19 exposure. *Current Issues in Tourism*, 25(2), 168-178. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1918070>
- Yang, Z., Su, C. ve Fam, K. S. (2012). Dealing with institutional distances in international marketing channels: Governance strategies that engender legitimacy and efficiency. *Journal of Marketing*, 76(3), 41-55. <https://doi.org/10.1509/jm.10.0033>
- Yaşar, E. ve Yaşar, M. (2017). İş yapma kolaylıkları: Farklı gelir gruplarındaki ülkeler arasında bir karşılaştırma. *Uluslararası Afro-Avrasya Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 101-112.
- Yin, H., Xie, Q. ve Zhou, D. (2022). Does a Stronger Business Environment Increase Export Variety?. *Emerging Markets Finance and Trade*, 58(12), 3395-3415. <https://doi.org/10.1080/1540496X.2022.2045942>.

Çatışma beyanı

Makalenin yazarı, bu çalışma ile ilgili taraf olabilecek herhangi bir kişi ya da finansal kuruluş ile ilişkisi bulunmadığını dolayısıyla herhangi bir çıkar çatışmasının olmadığını beyan eder.

Destek ve teşekkür

Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.