

Küresel Değer Zincirlerinde Tedarikçi Firmaların Ekonomik ve Sosyal Yükselmesi: Kurumsal Bir Yaklaşım

Yusuf Kurt¹

Received/ Başvuru: 05.09.2023

Accepted/ Kabul: 26.09.2023

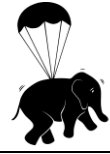
Published/ Yayın: 25.10.2023

Özet

Bu makale, küresel değer zinciri (KDZ) katılımı ile ekonomik/sosyal yükselme arasındaki ilişkileri açıklayan kavramsal bir model geliştirmektedir. Ayrıca model, kurumlar kavramının KDZ katılımı ve iyileştirme arasında önerilen ilişkiler üzerindeki düzenleyici etkisini de ortaya koymaktadır. Model, KDZ literatürünü eleştirel bir şekilde irdelemekte ve tedarikçi firmaların KDZ'lere katılarak ekonomik ve sosyal gelişmenin nasıl sağlanabileceğini açıklamaktadır. Her ne kadar literatürdeki çalışmalar yükseltme kavramını anlamayı amaçlamış olsa da bunlar çoğunlukla dar bir yaklaşım uygulamış ve çoğunlukla ekonomik yükselmeye odaklanmıştır. Bununla birlikte, KDZ'deki son olumsuz olaylar (örn. Rana Plaza'nın çöküşü), iyileştirmede bütünsel bir yaklaşım olması gerektiğini ve sosyal iyileştirmenin de katılımcı firmaların iyileştirme hedeflerinin ön saflarında yer alması gerektiğini göstermiştir. Önceki çalışmalar ekonomik gelişmenin nasıl ve hangi koşullarda sağlanabileceğini gösterse de sosyal gelişme ve ayrıca ekonomik ve sosyal gelişme arasındaki etkileşim konusunda sınırlı bir anlayış vardır. Ayrıca, önceki çalışmalar çoğunlukla KDZ'lerin iç dinamiklerine (yani yönetime) odaklanmış ve yükseltmeyi etkileyen dış faktörlerin önemini gözden kaçırmıştır. Yukarıda bahsedilen araştırma boşluklarından yola çıkan bu çalışma, KDZ'lerde ekonomik ve sosyal gelişmenin nasıl ve hangi bağlamlarda sağlanabileceğini açıklayan kavramsal bir model geliştirerek literatüre anlamlı bir katkı sağlamaktadır. KDZ katılımı, ekonomik ve sosyal gelişme ve kurumlar arasındaki etkileşimler altı önermeyle eleştirel bir şekilde açıklanmış ve kavramsallaştırılmıştır. Küresel değer zincirleri, küresel ticaretin önemli bir bileşeni haline gelirken, bu çalışma, ekonomik ve sosyal gelişmenin nasıl ve hangi koşullar altında sağlanabileceğini anlamayı amaçlayan gelecekteki çalışmalar için fırsatlar yaratmaktadır.

Anahtar Kelimeler: küresel değer zinciri, ekonomik yükselme, sosyal yükselme, kurumlar

¹ Öğretim Görevlisi Dr., Uşak Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Uşak, Türkiye, yusuf.kurt@usak.edu.tr, Orcid: 0000-0002-7511-6329

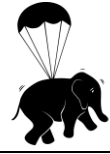


Economic and Social Upgrading of Supplier Firms in Global Value Chains: An Institutional Approach

Abstract

This paper develops a conceptual model that explains the relationships between global value chain (GVC) participation and economic/social upgrading. Furthermore, the model also introduces the moderating effect of institutions on the proposed relationships between GVC participation and upgrading. The model critically explores GVC literature and explains how economic and social upgrading can be achieved by supplier firms through participating in GVCs. Although the relevant literature has aimed at understanding the concept of upgrading, earlier studies have mostly applied a narrow approach and mainly focused on economic upgrading. However, the recent negative incidents in GVC (i.e., Rana Plaza collapse) has demonstrated that there should be holistic approach in upgrading and social upgrading should also be at the forefront of participating firms' upgrading objectives. While previous literature shows how and in which conditions economic upgrading can be achieved, there is limited understanding on social upgrading and also the interaction between economic and social upgrading. Furthermore, previous studies have mostly focused on GVCs' inner dynamics (i.e., governance) and overlooked the importance of external factors in affecting upgrading. Building on these research gaps, the present study makes a timely contribution to the literature by developing a conceptual model, which explains how and in which contexts economic and social upgrading can be achieved in GVCs. The interactions between GVC participation, economic and social upgrading, and institutions are critically explained and conceptualized with six propositions.

Keywords: global value chains, economic upgrading, social upgrading, institutions



EXTENDED ABSTRACT

Background & Purpose: Porter's value chain analysis has been instrumental in understanding the series of activities (i.e., inbound logistics, production, R&D etc.) a firm should follow to create a product or service. At past, most of these activities were carried by a single firm in one country. However, particularly in the last decades, in parallel with the developments in information and communication technologies as well as logistic and transportation infrastructures and diminishing trade barriers at global scale, firms have extended their value chain activities across the borders, which created global value chain configurations around the world. World bank (2020) predicted that around 50% of international trade involves global value chains (GVCs) by 2020. GVCs have created a structural change in global economy and impacted international trade, global GDP and employment (Gereffi and Fernandez-Stark, 2011).

This important phenomenon has also attracted interests of scholars and a literature on GVC has started to emerge in last decades. The existing studies have investigated GVC from various perspectives including input-output structures of GVCs, geographic scope, governance structure, upgrading, local context and industry stakeholders (Gereffi and Fernandez-Stark, 2011). Upgrading and governance have become two fundamental foci of many studies in this field. The objective was to understand how firms upgrade to more value-adding activities in the chains and how relationships are coordinated and controlled with different governance structures. Although this body of the research has helped to develop understanding on upgrading, it has been limited with a narrow focus mostly on economic upgrading. Therefore, the literature needs a more holistic approach in understanding upgrading. This requires going beyond economic upgrading and incorporating social upgrading into the analysis.

Building on this research gap, the present study aims to develop a more comprehensive and deeper understanding on upgrading through focusing on both economic and social upgrading simultaneously. It theoretically explains who GVC participation can influence economic and social upgrading. And it also explores whether and in which conditions economic upgrading leads to social upgrading.

Furthermore, this study incorporates the concept of institutions to its conceptual model. Whereas previous studies focused on internal dynamics of GVC to understand upgrading, external environment (i.e., institutions) can create profound impact on the upgrading. As institutions can operate as fostering or hindering factors, this study theoretically discusses how and to what extent institutions can moderate the relationships between GVC participation, economic upgrading and social upgrading. The main argument is that the existence of supportive institutional context can facilitate economic and social upgrading. Also, supportive institutions also help supplier firms to translate their economic upgrading to social upgrading.

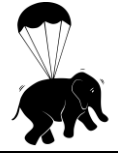
Conceptual Model Development & Conclusion: This study develops a conceptual model which demonstrate the interaction between GVC participation, economic and social upgrading,



and institutions. To be able to this, it first starts critically reviewing the relevant body of the literature to understand the approach of previous studies in understanding upgrading. This review also helps to grasp the limitations of the earlier studies. It then develops theoretical discussions to explain the relationships between the constructs of the model. In line with these discussions, the model is conceptualized with six propositions. Propositions 1 and 2 explain how GVC participations can facilitate supplier firms' economic and social upgrading. The main approach here is to demonstrate the benefits firms can derive from participating GVCs and how these benefits can translate into economic and social upgrading. Additionally, the model discusses how and under which conditions economic upgrading can lead to social upgrading and proposes proposition 3.

Regarding the impact of institutions, the model discusses how institutions, as an external factor, can facilitate economic and social upgrading. In other words, it theoretically explains in which institutional contexts we can expect a more successful economic and social upgrading by supplier firms. Moreover, it also proposes that supportive institutions create a context in which there is more chance economic upgrading will lead to social upgrading. Accordingly, the study offers three propositions (4a, 4b and 4c) which shows moderating effect of institutions on the previous three relationships. These six propositions create the conceptual model of the study, as presented in Figure 1.

As global value chains are becoming an important component of global business and trade, the present study makes a timely contribution to the literature by developing a conceptual model, which explains how and in which contexts economic and social upgrading can be achieved in GVCs. The conceptual model of this study also creates opportunities for future studies, which aim to understand how and under which conditions economic and social upgrading can be achieved. The model can shed light on the studies which aim to test these relationships empirically. Although it is a theoretical study, the conceptual framework offers insights for managers and policy makers. Managers, particularly of supplier firms, can understand factors contributing economic and social upgrading and works around them. On the other hand, policy-makers can understand the importance of supportive institutional frameworks for the success of GVCs.

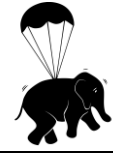


1. GİRİŞ

Değer zinciri kavramı bir ürünün başlangıcından nihai ürün haline gelene kadar takip edilen tüm aktiviteleri içeren süreç olarak tanımlanabilir (Porter, 1985). Bu aktiviteler ar-ge, iç lojistik, dizayn, üretim, pazarlama, dağıtım, satış sonrası hizmetleri içermektedir. Değer zinciri modeli bir işletmenin değeri nasıl ve hangi aktiviteler üzerinden yarattığını anlamaya yardımcı olmasından dolayı işletmeler için faydalı bir analiz yöntemi olmuştur (Porter, 1985). Değer zincirini oluşturan aktiviteler tek bir firma bünyesinde olabileceği gibi farklı işletmeler arasında da paylaşılabilir (Gereffi ve Fernandez-Stark, 2011). Dünyanın farklı bölgelerinden işletmelerin değer zinciri aktivitelerini paylaşarak oluşturduğu bu konfigürasyon küresel değer zinciri (KDZ) olarak adlandırılır. KDZ, bir ürünün başlangıcından nihai ürün haline getirilmesine kadar olan süreçte var olan bütün aktivitelerin küresel ölçekte bir veya birden fazla firma tarafından yapılması olarak tanımlanabilir (Gereffi ve Fernandez-Stark, 2011; Hernández ve Pedersen, 2017). Özellikle, 1980'lerle birlikte artmaya başlayan liberalleşme politikaları ile küresel ticaretteki kısıtlamaların azalması, iletişim ve bilgi teknolojilerindeki ilerlemeler ve güçlü uluslararası lojistik ağlarının kurulmasıyla birlikte değer zincirleri artık coğrafi olarak farklı bölgelere yayılmaya başlamıştır (Kano vd., 2020). Bu durum, içerisinde lider firma (*lead firm*) ve tedarikçi firmaların (*supplier firms*) olduğu uluslararası bir üretim ve değer yaratma ağının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu zincir içindeki aktiviteler global ölçekte işletmeler arası ilişkiler vasıtasıyla koordine edilmektedir. Bugün kullandığımız birçok ürün ve hizmet (giyim, elektronik, otomobil, finansal hizmetler gibi), dünyanın farklı bölgelerindeki işletmelerin bir araya gelerek ve belli bir iş bölümü çerçevesinde oluşturdukları küresel değer zincirleri vasıtasıyla ortaya çıkmaktadır. Bu iş bölümü içerisinde genellikle iş gücü ve girdi maliyetlerinin düşük olduğu bölgeler (gelişmekte olan ülkeler) daha çok üretim faaliyetlerine odaklanırken, bilgi ve teknolojik anlamda daha ileride olan bölgelerdeki işletmeler ar-ge, pazarlama ve dizayn faaliyetlerini yerine getirmektedir (Gereffi ve Fernandez-Stark, 2011). Bu kompleks sistem son zamanlarda araştırmacıların da dikkatini çekmiş ve bu alanda literatür gelişmeye başlamıştır.

Literatürdeki çalışmalar küresel değer zincirini farklı açılardan incelemişlerdir. Bunlar arasında; küresel değer zincirinin girdi-çıkış yapısı, coğrafi kapsamı, küresel değer zincirinin yönetimi ve yükselme konuları yer almaktadır (Gereffi vd., 2005; Schmitz, 2004; Gereffi ve Fernandez-Stark, 2011; Johnson, 2018; Boschma, 2022). Bu yaklaşımlarla, araştırmacılar küresel değer zinciri içerisindeki temel aktiviteleri belirlemeyi, aktivitelerin coğrafi dağılımını anlamayı, lider firma ile tedarikçi firma arasındaki ilişkilerin nasıl yönetildiğini ve zincir içerisindeki işletmelerin nasıl daha değer yaratan aktivitelere yükseldiğini anlamayı hedeflemişlerdir. Örneğin, değer zinciri yönetimi, zincir içindeki farklı güç ve etkiye sahip işletmeler arasındaki ilişkilerin nasıl koordine edildiği ve yönetildiğini inceler. Bu yönetim yapıları, lider firma ile tedarikçi firma arasında nasıl etkili ve verimli bir koordinasyon kurulabilir sorusunu cevaplamaya çalışmaktadır.

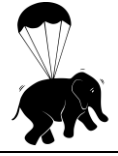
Bununla birlikte, yükselme (upgrading) kavramı küresel değer zinciri literatüründeki en önemli konulardan birisi olmuştur. Küresel değer zincirine dahil olan işletmelerin nasıl daha çok değer



yaratabileceğine odaklanan bu çalışma alanının odağında ise ekonomik yükselme yer almaktadır. Ekonomik yükselme, işletmeler, ülkeler veya bölgelerin küresel değer zincirinden elde ettikleri faydaları arttırmak için düşük katma değer üreten aktivitelerden daha değer yaratan aktivitelere yönelmesi olarak tanımlanabilir (Gereffi, 2005). Bu alandaki çalışmalar özellikle gelişmekte olan ülkelere katılan tedarikçi firmaların zaman içerisinde gerçekleştirdikleri ekonomik yükselmelere odaklanmıştır (McDermott ve Corredoira, 2010; Sturgeon ve Kawakami, 2011; Kaplinsky vd., 2003; Ndubuisi ve Owusu, 2021; Marcato ve Baltar, 2021). Ayrıca, son dönemlerde sosyal yükselme (social upgrading) konusu da artan oranda gerek küresel değer zincirindeki işletmelerin gerekse araştırmacıların dikkatini çekmektedir. Sosyal yükselme, çalışanların hak ve çalışma şartlarındaki iyileştirilmelerin yapılması süreci olarak tanımlanmaktadır (Barrientos vd., 2011). Özellikle, ekonomik yükselmedeki başarılı sonuçlara rağmen, küresel değer zinciri içinde bulunan çalışanların çalışma şartları ve sosyal gelişmeleri konusundaki ortaya çıkan eksiklikler (düşük ücret, güvenli olmayan iş ortamı gibi) sosyal yükselme konusunu daha ön plana çıkarmaktadır (Ndubuisi ve Owusu, 2022; Aguiar de Medeiros ve Trebat, 2017).

Literatürde ekonomik ve sosyal yükselme kavramları birbirinden bağımsız olarak çalışılmış olsa da bu kavramlar arasındaki ilişki henüz yeterince irdelenmemiştir. Diğer bir ifadeyle, ekonomik yükselmenin nasıl ve ne ölçüde sosyal yükselmeyi etkileyebileceği konusunda literatürde henüz yeterince bilgi oluşmamıştır ve özellikle sosyal yükselme dinamiklerini anlamaya yardımcı olacak daha çok çalışmaya ihtiyaç vardır (Selwyn, 2013; Goerzen vd., 2021). Bu araştırma boşluğundan hareketle, bu çalışmanın öncelikli amacı ekonomik ve sosyal gelişme arasındaki ilişkiyi teorik olarak ortaya koymaktır. Bunun yanında, daha önceki çalışmalar ekonomik ve sosyal yükselmeye etki eden faktörleri anlamaya çalışmış ve çoğunlukla bunu zincirin iç dinamiklerinden olan aktörler arasındaki ilişkiler ve bu ilişkilerin yönetimi (governance) üzerinden açıklamaya çalışmışlardır. Önceki çalışmalar bu iç dinamiklere odaklanırken çevresel faktörlerin etkisi görece daha az çalışılmıştır. Fakat, küresel değer zincirlerinin kurumsal çevrenin (institutional context) birbirinden farklı olduğu ülkelere yayılmış ekonomik aktiviteler olması sebebiyle kurumlar kavramı en önemli çevresel faktörlerden birisi olmaktadır. Kurumsal çerçeve hem değer zincirinin işleyişini hemde ekonomik ve sosyal yükselmeyi önemli şekilde etkileyebilir. Bu önemli etkisine rağmen, literatürde kurumlar kavramı henüz yeterince işlenmemiştir. Bu eksikliği de göz önüne alarak, bu çalışma kurumların ekonomik ve sosyal yükselmeyi nasıl etkilediğini de kavramsal olarak modellemeyi amaçlamaktadır. Bu çerçevede, KDZ'ni etkileyen en önemli çevresel faktörlerden olan kurumların (institutions) hem ekonomik ve sosyal yükselmeyi hem de bu ikisi arasındaki ilişkiyi nasıl etkilediğinin ortaya konulması bu çalışmanın bir diğer bir temel amacıdır. Bu ilişkiler çerçevesinde kavramsal bir model ortaya çıkarılmıştır.

Bu amaçları gerçekleştirmek için bu makalede öncelikle küresel değer zinciri ve yükselme kavramları açıklanmıştır. Daha sonra küresel değer zincirine katılmanın ekonomik ve sosyal yükselmeyi nasıl sağladığı eleştirel bir bakış açısıyla tartışılmaktadır. Bunu takiben, kurumlar kavramı tartışmaya dahil edilmiş ve kurumların ekonomik ve sosyal yükselme üzerindeki



düzenleyici etkisi açıklanmıştır. Bu tartışmalar çerçevesinde altı önerme ortaya koyulmuş ve kavramsal model oluşturulmuştur. Küresel ekonomi ve ticarete giderek daha önemli hale gelen küresel değer zincirleri ve işletmelerin bu zincirler içerisinde ekonomik ve sosyal yükselmesi üzerine oluşturulmuş bu kavramsal çerçeve literatüre anlamlı bir katkı yapmakta ve gelecek çalışmalara ışık tutmaktadır.

2. KÜRESEL DEĞER ZİNCİRİ

Günümüzde küresel değer zinciri dünya ekonomisindeki uluslararası üretim, ticaret ve yatırımların temel mekanizması haline gelmiştir (Gehl Sampath ve Vallejo, 2018). Özellikle, 1980lerden sonra uluslararası ticarete ortaya çıkan yapısal değişiklikler küresel değer zincirlerini daha önemli hale getirmiştir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki ilerleme, küresel ulaşım ve lojistik ağlarının güçlenmesi ve özellikle uluslararası ticaret engellerinin azalması bu değişim sürecini daha da hızlandırmıştır. Tüm bu gelişmeler uluslararası iş yapma ve koordine etme maliyetlerini de düşürmüştür. Böylece, daha önce kendi işletme sınırları içerisinde veya kendi iç pazarındaki iş ortaklarıyla beraber değer zinciri aktivitelerini gerçekleştiren işletmeler, artık yabancı pazarlardaki iş ortaklarını da bu sürece dahil etmiş böylece küresel ölçekte değer zincirlerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Artık birçok firma ürün veya hizmet üretimlerini tek bir ülkede veya sadece kendi organizasyon sınırları içerisinde sürdürmekten vazgeçmiştir. Bunun yerine, çeşitli ülkelerden farklı firmaların bir araya geldiği bir değer zinciri içerisinde faaliyetler sürdürülmektedir. Bu durum ekonomik aktivitelerin coğrafi dağılımını ve bununla beraber gerek işletmeler gerekse ülkeler için önemli değişiklik ve fırsatları da beraberinde getirmektedir.

Daha önceki çalışmalar küresel değer zincirindeki coğrafi ayrımı genellikle gelişmiş ülkeler ve gelişmekte olan ülkeler tipolojisi üzerinden yapmıştır (Sturgeon ve Kawakami, 2011). Gelişmiş ülkelerdeki çok-uluslu şirketlerin küresel değer zincirinde genellikle zinciri koordine eden lider firma (*lead firm*) olduğunu, gelişmiş ülkelerden olan küçük işletmelerin de daha çok tedarikçi firma (*supplier firm*) rolünü üstlendiği belirtilmektedir (Gereffi ve Fernandez-Stark, 2011). Bu çerçevede, gelişmiş ülkelerdeki işletmelerin daha yüksek teknolojik kapasite ve kaynaklara sahip olduğu varsayımıyla bu firmaların değer zincirindeki katma değeri daha yüksek aktiviteleri (ARGE ve dizayn gibi) elinde tuttuğu, bununla birlikte katma değeri daha düşük olan aktiviteleri (üretim, birleştirme gibi) de tedarikçi firmalara bıraktığı şeklindeki bir değer zinciri yapısının ortaya çıktığı vurgulanmıştır.

Küresel değer zincirinin bu konfigürasyonunun hem lider firma hem de tedarikçi firmalar için belli avantajları beraberinde getirmektedir. Lider firmalar görece daha az katma değer üreten aktiviteleri işgücü ve kaynakların daha ucuz olduğu bölgelerdeki şirketlere yaptırarak toplam işlem maliyetini düşürebilmektedirler. Bununla beraber, bu işletmeler kaynaklarını ve kapasitelerini tedarikçiyi firmalara verilen işlerde kullanmadıkları için, kendilerinin daha güçlü olduğu ve daha çok değer üretebildikleri aktivitelere fazla kaynak ayırabilmektedirler. Diğer taraftan, gelişmekte olan ülkelerden zincire katılan tedarikçi firmalar her ne kadar katma değeri



daha düşük aktiviteleri yapsalar da zaman içerisinde, lider firmayla ortak çalışmanın getirdiği avantajlar çerçevesinde (bilgi transferi, öğrenme gibi), daha değer üreten aktiviteleri yapabilecek yetenek geliştirebilmekte ve kaynaklara ulaşabilmektedir. Diğer bir ifadeyle, tedarikçi firmalar zaman içerisinde değer zincirinin daha üst aktivitelerine yükselebilmektedirler.

Bu konuda etkili olan yaklaşımlardan bir tanesi de lider firma ile tedarikçi firma arasındaki ilişkiyi inceleyen küresel değer zinciri yönetişimi (*GVC governance*) kavramı olmuştur. Küresel değer zinciri yönetişimi, "finansal, maddi ve insan kaynaklarının bir zincir içinde nasıl tahsis edileceğini belirleyen otorite ve güç ilişkileri" olarak tanımlanır (Gereffi, 1994, s.97). Yönetişim analizi, içerisinde farklı güçlere sahip aktörler bulunan değer zincirlerindeki koordinasyon ve kontrolün nasıl sağlandığını anlamaya yardımcı olmaktadır (Gereffi ve Fernandez-Stark, 2011). Diğer bir ifadeyle, lider firma ile tedarikçi firmalar arasındaki etkileşimin nasıl olduğuna ve bu ilişkilerin nasıl kontrol ve koordine edildiğine odaklanmaktadır. KDZ yönetişimi literatüründe, beş farklı yönetim modeli belirlenmiştir; piyasa, modüler, ilişkisel, tutsak ve hiyerarşik yönetim. Bu yönetim modelleri üç temel kritere göre belirlenmiştir; işletmeler arası paylaşılan bilginin karmaşıklığı, bilginin sistemsel düzenlenebilmesi ve tedarikçinin yeterlilik seviyesi (Gereffi ve Fernandez-Stark, 2011).

Piyasa yönetim modelinde lider firma ile tedarikçi firma arasındaki ilişkiyi belirleyen temel mekanizma güç değil fiyattır. Bu yönetim modelinde, ürün ile ilgili bilgilerin kolayca aktarılabilirdiği, tedarikçilerin alıcıların minimum girdisine ihtiyaç duyduğu, işletmeler arası resmi iş birliklerinin az olduğu ve yeni bir iş ortağına geçiş maliyetinin düşük olduğu bir mekanizma olarak tanımlanabilir (Ponte ve Sturgeon, 2014; Gereffi ve Fernandez-Stark, 2011; Gibbon vd., 2008).

Modüler yönetim modeli ise, karmaşık işlemlerin görece daha kolay kodlanabildiği durumlarda ortaya çıkar. Tedarikçi firma lider firmanın istediği özellik ve standartlardaki ürünleri yapma yeterliliği vardır. Burada önemli olan tedarikçi firma ile alıcı firma arasındaki bilgi değişiminin etkili olmasını sağlayacak ve bu şekilde koordinasyon maliyetini azaltacak olan bilgi teknolojisi ve kuralların oluşturulmasıdır (Gereffi ve Lee, 2012; Pietrobelli ve Rabellotti, 2011).

İlişkisel yönetim ise alıcı ve tedarikçiler arasında karmaşık ve kolayca kodlanamayan bilgi aktarımı gerektiğinde ortaya çıkmaktadır. Bundan dolayı bu işletmeler bilgi paylaşımı için güvene dayalı ilişkiler kurarak devamlı olarak etkileşim içinde olmaktadır. İlişkisel yönetim yapısını oluşturmak zaman gerektiren ve maliyetli bir süreç olduğu için, alıcı firmanın yeni bir tedarikçiye geçmesi zor olacak ve bundan dolayı alıcı ile tedarikçi arasında uzun dönemli bir ilişki oluşacaktır. Bu durum aktörler arasındaki karşılıklı bağımlılığı arttırmakta ve kontrol yetkisini aktörler arasında dengelemektedir (Gereffi ve Lee, 2012; Pietrobelli ve Rabellotti, 2011).



Tutsak yönetim, küçük tedarikçilerin bir veya birkaç alıcıya kaynaklar ve pazarlara ulaşım noktasında bağımlı olduğu durumu göstermektedir. Tutsak tedarikçiler genellikle, alıcı tarafından belirlenen şartlar altında faaliyet göstermektedir. Bu yönetim yapısında bir güç asimetrisi ortaya çıkmaktadır ve kontrol tamamen alıcı firmadadır (Gereffi ve Lee, 2012; Pietrobelli ve Rabellotti, 2011).

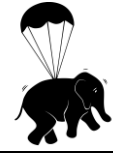
Hiyerarşik yönetim yapısı dikey entegrasyon ile ürünlerin geliştirilmesi ve üretim aktivelerinin işletmelerin kendi içerisinde yapıldığı ve kontrol edildiği yapıyı ifade etmektedir. Bu durum genellikle, ürünün özelliklerinin kodlanmadığı, karmaşık ürünlerin talep edildiği ve bu ürünleri üretebilecek yetkinlikte tedarikçi bulunamaması durumunda ortaya çıkmaktadır (Gereffi ve Lee, 2012; Pietrobelli ve Rabellotti, 2011).

Yönetim yapısının KDZ'nin etkili bir şekilde kontrol ve koordine edilebilmesi noktasındaki önemi literatürde vurgulanmıştır (Gibbon vd., 2008; Uddin vd., 2019). Bununla birlikte yönetim yapısı, tedarikçi firmaların yükselme fırsatlarını da etkileyebilmektedir. Örneğin, Pietrobelli ve Rabellotti (2011) tarafından yapılan çalışmada, modüler ve ilişkisel yönetim yapılarının, tutsak ve hiyerarşik yönetim yapılarına göre daha fazla yükselme fırsatı sunduğu belirtilmiştir.

3. TEORİK ARKA PLAN ve KAVRAMSAL MODEL GELİŞTİRME

3.1. Yükselme (Upgrading)

Yükselme, "bir firmanın veya ekonominin daha kârlı ve/veya teknolojik olarak gelişmiş sermaye ve beceri yoğun bir ekonomik alana geçme yeteneğini geliştirme süreci" olarak tanımlanmıştır (Gereffi, 1999, s.51-52). Diğer bir deyişle, yükselme kavramı, küresel değer zinciri içerisindeki işletmelerin pozisyonlarını nasıl katma değeri daha yüksek faaliyetlere yükseltebildiklerini ifade etmektedir (Lee ve Gereffi, 2015). Bu tanımlamalardan da anlaşılacağı üzere; ülkeler ve işletmeler değer zinciri içerisinde görece fazla değer üreten aktivitelere eriştiğinde daha fazla kazanım elde etmektedir. Yükselme yaklaşımı, zincire katılan her işletmenin otomatik olarak yükselmeyi başaracağı varsayımına karşı çıkmış ve daha çok hangi şartlarda ekonomik yükselmenin gerçekleşeceğini anlamaya çalışmıştır (Barrientos vd., 2011; Lee ve Gereffi, 2015). Yönetim yapısı, çevresel faktörler, lider firmanın bilgi paylaşma istekliliği, sektör, içindeki bulunan ülkedeki kurumsal çerçeve bu süreci etkileyen faktörlerden bazıları olarak belirtilmiştir (Gereffi ve Lee, 2016; Kummritz vd., 2017; Ponte vd., 2014; Henderson vd., 2002). Yükselme kavramı temelde iki grup altında incelenmiştir; ekonomik ve sosyal yükselme. Önceki çalışmalar yükselmeyi genel olarak ekonomik yükselme üzerinden anlamaya çalışmış olsalar da son dönemlerde sosyal yükselme kavramı da araştırmacıların dikkatini çekmeye başlamıştır.



3.1.1. Ekonomik Yükselme

Ekonomik yükselme "küresel değer zincirine katılmaktan kaynaklı olarak üretimde daha yüksek değerli faaliyetlere, gelişmiş teknolojiye, bilgi, becerilere ve artan fayda veya karlara geçiş" olarak tanımlanabilir (Gereffi vd., 2005). Pietrobelli ve Rabellotti, (2007, s.1) ise ekonomik yükselmeyi, üreticilerin daha gelişmiş ürünler yapması, ürünleri daha verimli şekilde yapması veya daha yetenek gerektiren aktiviteleri yapmaya başlaması şeklinde tanımlamışlardır. Birçok tanımlamada vurgulanan ortak nokta ise üretici firmaların belli yetenekler ve kaynaklar geliştirip bunları kullanarak katma değeri daha yüksek gelişmiş ürünleri daha verimli şekilde sunabilmesidir (Milberg ve Winler, 2011). Ekonomik yükselme kavramı dört alt başlıkta gruplandırılmıştır; üründe yükselme, süreçte yükselme, fonksiyonel yükselme ve zincirde yükselme.

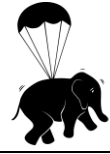
Üründe yükselme tedarikçi firmaların zaman içerisinde daha gelişmiş ve katma değeri yüksek ürün bandına yükselmesi olarak tanımlanır (Lee ve Gereffi, 2015). Üründe yükselmeyi gerçekleştirmek ve daha sofistike ürünler ortaya koymak için işletmelerin daha yetenekli insan kaynağı ve teknoloji kaynaklarına ulaşması gerekmektedir

Süreçte yükselme ise üretim süreçlerini tekrar organize ederek daha etkili ve verimli hale getirme olarak tanımlanır. Bu süreç daha gelişmiş teknolojinin kullanılması, teknolojinin verimsiz insan gücünün yerini alması (otomasyon) ile girdileri daha verimli şekilde çıktılara çevrilmesidir (Barrientos vd., 2011; Schmitz, 2004).

Fonksiyonel yükselme bir işletmenin küresel değer zinciri içindeki katma değeri daha yüksek aktiviteleri yapmaya başlamasıyla birlikte ortaya çıkar. Örneğin daha önce sadece montaj şeklinde üretim sürecine dahil olan tedarikçi firmanın zaman içerisinde o ürünün üretimiyle ilgili tüm aktiviteleri yapabilir hale gelmesi fonksiyonel yükselmedir (Barrientos vd., 2011). Bu süreç için tedarikçi firmaların yetenekli insan gücünü arttırması ve belli kaynaklara ulaşması ve yeteneklerini geliştirmesi gerekmektedir.

Zincirde yükselme de daha kârlı ve katma değeri yüksek zincirlere geçme olarak tanımlanabilir (Humphrey ve Schmitz, 2002). Diğer bir ifadeyle, teknolojik olarak daha gelişmiş yeni sektör ve ürün pazarlarına geçiş olarak tanımlanabilir (Barrientos vd., 2011). Sektörler arası yükselme olarak da tanımlanan bu yükselmede tedarikçi firma bir değer zinciri içerisinde elde ettiği bilgi ve becerileri yeni fakat bağlantılı bir sektördeki değer zincirine taşımaktadır (Schmitz, 2004).

Küresel değer zincirine katılım ekonomik yükselmenin başarılmasını farklı şekillerde sağlayabilir. Öncelikle, tedarikçi firmalar ekonomik yükselme için gerekli olan bilgi, beceri, teknoloji ve diğer kaynaklara lider firmalarla değer zinciri içerisinde oluşan etkileşimi ve bunun sonucunda ortaya çıkan öğrenme vasıtasıyla ulaşabilir. Özellikle, tedarikçi firma ile lider firma arasındaki etkileşimin yüksek olduğu yönetim yapılarında (örneğin ilişkiyel yönetim) ekonomik yükselme daha başarılı şekilde ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte lider firmaların ürünlerin kalitesi ve verimlilik ile ilgili koymuş olduğu standartlara uyma çabası da ekonomik



yükselmeyi (özellikle üründe ve süreçte yükselme) başarmayı sağlayabilir. İçinde bulunduğu bölgedeki sanayi politikası ve rekabet ile ilgili kurallar da ekonomik yükselmeye engel ve destek olabilir (Gereffi ve Lee, 2016). Bu çerçevede, sosyal yükselme ile ilgili olarak aşağıdaki önermenin kurulması uygundur:

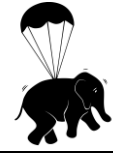
Öneri 1: Küresel değer zincirine katılan tedarikçi firmalar ekonomik yükselmeyi, lider firmaların ürün kalitesi ve verimlilik beklentilerine cevap vererek, zincir içerisinde yeni teknoloji ve bilgi gibi kaynaklara ulaşarak yeteneklerini geliştirerek ve içerisinde bulunduğu bölgedeki sektörü düzenleyen kuralların sağladığı avantajları kullanarak başarabilir.

3.1.2. Sosyal Yükselme

Her ne kadar yükselme literatürü ağırlıklı olarak ekonomik yükselme kavramına odaklanmış olsa da son dönemlerde sosyal yükselme kavramı da çalışmaların odağına girmeye başlamıştır. Sosyal yükselme kavramı, “yalnızca iş yaratma sürecini değil, aynı zamanda çalışanların becerilerini, çalışan haklarını, çalışma şartlarını ve koşullarını iyileştirmek ve bu şekilde çalışanların istihdam kalitesini iyileştirmek” olarak tanımlanabilir (Reinecke ve Posthuma, 2019, s.680). Fakat, sosyal yükselme sadece çalışanın iyi bir işe ulaşmasının sağlanması değil bunun yanında, çalışma koşullarının ve haklarının iyileştirilmesi ve bu şekilde çalışanın ve çalışana bağlı olan kişilerin (aile) de refahını arttırmaktadır (Gereffi ve Lee, 2016). Sosyal yükselme kavramı kurumsal sosyal sorumluluk kavramıyla ilişkilidir. Özellikle son yıllarda küresel değer zinciri içindeki lider firmaların artan şekilde kurumsal sosyal sorumluluğa önem vermesi ile bu firmaların değer zinciri içindeki güçlerini kullanarak çalışma standartlarını yükseltmesinin tüketiciler tarafından talep edilmesi sonucunda sosyal yükselme daha da önem kazanmıştır (Gereffi ve Lee, 2016). Fakat her ne kadar kurumsal sosyal sorumluluk standartlarına bağlı kalma motivasyonu bazı iyileşmeleri beraberinde getirirse de hala değer zinciri içerisinde sosyal yükselmenin istenilen ölçüde başarılamadığını gösteren birçok örnek mevcuttur. Bangladeş’te 2013 yılında meydana gelen ve binden fazla kişinin hayatını kaybettiği Rana Plaza olayı, ekonomik yükselmeye paralel olarak sosyal yükselmenin başarılı olarak gerçekleştirilemediğinin açık örneklerinden birisi olmuştur (Barua ve Ansary, 2017).

Bugün birçok gelişmekte olan ülkeden işletmeler bölgesel ve küresel değer zincirlerinin parçası olmakta ve daha emek-yoğun faaliyetleri yüklenmektedir (Barrientos vd., 2011). Küresel değer zincirine dahil olma gelişmekte olan ülkeler için özellikle emek-yoğun sektörlerde yeni iş imkanları yaratma noktasında faydalı olmuştur. Fakat, yaratılan istihdam, gerek lider firmaların maliyet azaltma baskısı gerekse gelişmekte olan ülkelerdeki tedarikçi firmaların ekonomik yükselmeyi önlemesi sebebiyle, çoğu zaman istenilen sosyal yükselmeyi beraberinde getirememiştir.

Sosyal yükselmeyi ölçmek için maaş seviyesi, sosyal koruma, çalışma saatleri, istihdam çeşitli (geçici veya daimî), sendikalaşma özgürlüğü, kadın çalışan ve yönetici oranı, toplu pazarlık hakkı, çalışma ortamının güvenliği gibi göstergeler kullanılmaktadır (Barrientos vd., 2011). Buradan da anlaşılacağı üzere, sosyal yükselme kavramı yaşam standardı ve istihdam koşulları



konusunda kazanımların gerçekleşip gerçekleşmediğine odaklanmaktadır. Literatürde sosyal yükselme ile ekonomik yükselme birbirinden farklı kavramlar olarak çalışılmıştır. Var olan çok az sayıdaki makale ekonomik ve sosyal yükselme arasındaki ilişkiyi anlamaya çalışmıştır. Her ne kadar bazı çalışmalarda ekonomik yükselme ile sosyal yükselme arasında pozitif bir ilişki ortaya konulsa da literatürde oluşan temel anlayış ekonomik yükselmenin otomatik olarak sosyal yükselmeyi beraberinde getirme varsayımının doğru olmadığıdır. Genel olarak bu alanda anlamlı bir kanıya varmak için daha fazla çalışmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Bu noktada, ekonomik yükselme ve sosyal yükselme arasındaki etkileşimi anlamak önemli olmaktadır.

Küresel değer zincirine katılım sosyal yükselmenin başarılmasını farklı şekillerde sağlayabilir. Lider firma ile tedarikçi firma arasındaki yönetim yapısı sayesinde etkili bir mekanizma kurulabilir ve tedarikçi firmaya çalışma şartlarını düzeltme ve sosyal yükselmeyi başarma için ihtiyaç duyduğunu destek, kaynak, bilgi ve eğitimler sağlanabilir (Gereffi ve Lee, 2016). Bununla birlikte, tedarikçi firmalar, lider firmanın çalışma şartları konusundaki standartlarını yakalamak için çalışanlarının refahını arttıracak adımlar atabilirler (Puppim de Oliveria, 2008). Özellikle, lider firma kurumsal sosyal sorumluluk çerçevesinde hareket ediyorsa tedarikçi firmalardan da çalışanlarına karşı sorumlulukları yerine getirmelerini ve böylece çalışma şartlarını iyileştirmelerini isteyebilir. Bunun yanında, içinde bulunduğu ülkedeki kamu kurumlarının getirdiği kural ve yasalar (iş kanunu gibi) ile işçi sendikaları gibi sivil toplum kuruluşlarının çalışmaları da sosyal yükselmeyi destekleyen faktörler olarak görülebilir (Polaski, 2006). Bu çerçevede, sosyal yükselme ile ilgili olarak aşağıdaki önermenin kurulması uygundur:

Öneri 2: Küresel değer zincirine katılan tedarikçi firmalar sosyal yükselmeyi, lider firmaların sosyal yükselme yönündeki davranış ilkelerine uyum sağlayarak, lider firmanın kaynak ve bilgi desteği alarak, yasalara uygun hareket etme ve sivil toplum kuruluşlarının taleplerine cevap verme motivasyonları gibi faktörler vasıtasıyla başarabilir.

3.2. Ekonomik Yükselme Sosyal Yükselmeyi de Beraberinde Getirir mi?

Literatürde, ekonomik yükselmenin sosyal yükselmeyi de beraberinde getireceğine dair açık bir kanıt bulunmamaktadır (Locke vd., 2007). Hatta bazı sivil toplum kuruluşları tarafından yapılan araştırmalarda küresel değer zincirine katılmanın sosyal yükselmede olumsuz etkisi olabildiği ortaya konmuştur (Bariantos vd., 2011; Raworth, 2004). Literatürdeki bu durum ekonomik yükselmeyle sosyal yükselme arasındaki ilişkiyi anlamaya ve hangi durumlarda ekonomik yükselmenin sosyal yükselmeyi de beraberinde getireceği noktasında daha fazla bilgiye ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir. Ekonomik yükselme ve sosyal yükselmenin beraber gerçekleştirilmesinin önündeki önemli bir engel bu iki yükselmenin birbiriyle çakışan ihtiyaçları olmasıdır. Örneğin ekonomik yükselme için daha kaliteli malları daha düşük maliyetle üretme hedefi var iken, aynı zamanda sosyal yükselmeyi hedeflemek (örneğin çalışanların maaşlarını iyileştirmek) maliyetleri arttıracak ve düşük maliyet hedefinin

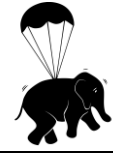


tutturulması zorlaşacaktır. Bu durum tedarikçi firmalar için üstesinden gelinmesi gereken bir paradoksu ortaya çıkarmaktadır.

Küresel değer zinciri içindeki pozisyonlarını korumak ve hatta geliştirmek için tedarikçi firmalar alıcı firmaların talep ettiği standartlardaki ürünleri üretmek için kaliteyi yükseltip ve aynı zamanda rekabetçi olabilmek için maliyet ve ücretleri düşük tutmak isteyeceklerdir (Bariantos vd., 2011). Fakat çalışanların maaş ve çalışma koşullarının iyileştirilmesi işletme için ekstra maliyet oluşturacaktır. Bu durumda, fiyat rekabetçiliğinden vazgeçmek istemeyen tedarikçi firmalar maliyetleri düşürme çabası içine girecek ve bundan dolayı çalışanlar, çalışma koşulları ve sosyal yükselme üzerinde negatif bir baskı oluşturacaktır. Özellikle alıcı firmaların maliyet baskısını tedarikçi firmalara aktarması bu firmaların sosyal yükselme konusunda gelişimini kısıtlayacaktır. Diğer bir ifadeyle, maliyet baskısının çok yüksek olmadığı ve alıcı firmaların tedarikçi firmalar üzerinde maliyet baskısını görece az tuttuğu değer zincirlerinde sosyal yükselmenin gerçekleşmesi daha kolaydır. Bu şekilde tedarikçi firma ekonomik yükselme ile elde edeceği finansal kaynak ve imkânları çalışma şartlarının iyileştirilmesi ve çalışanların refahının artırılması için kullanabilecektir. Fakat, maliyet baskısının çok fazla olmaması tek başına yeterli bir faktör değildir. Her ne kadar ekonomik yükselmeyi sağlayan tedarikçi firmaların sosyal yükselme için yeterli maddi kaynakları olsa dahi bazı durumlarda tedarikçi firmalar sosyal yükselme noktasında atılması gereken adımlar ve takip edilmesi gereken prosedür ve davranış ilkeleri hakkında yeterli bilgi ve beceriye sahip olmayabilir. Bu durumda lider firmalar çalışma standartları ve sosyal gelişmeyle ilgili olarak davranış ilkelerini, iyi uygulamaları ve gerekli prosedürleri tedarikçi firmalarla paylaşabilir ve bunların uygulanmasında eğitim, kaynak desteği sağlayabilir. Lider firmanın aktif olarak tedarikçi firmaya örnek ve destek olduğu bu durumda ekonomik yükselmenin sosyal yükselmeyi de olumlu etkileyeceği söylenebilir.

Ayrıca, değer zinciri içerisindeki yönetim yapısı da önemli faktörlerden birisi olarak görülmektedir. Özellikle, lider firma ile tedarikçi firma arasında güven ve karşılıklı bağımlılığa dayalı ilişkilerin kurulduğu ve kolektif verimliliğin ve başarının hedeflendiği bir yönetim sistemi ekonomik yükselmeyle birlikte sosyal yükselmenin de başarılabilmesi için gerekli görülmektedir. Gereffi ve Lee (2016) tarafından sunulan sinerjistik yönetimin ekonomik ve sosyal yükselmenin birlikte başarılabilmesi için en etkili yönetim yapısı olduğu vurgulanmıştır. Bu yapıda değer zinciri içerisindeki işletmeler ile kamu ve sivil toplum aktörleri birlikte hareket ederek ortak amaçları gerçekleştirmek için çalışırlar. Bu şekilde hem ekonomik hem de sosyal yükselmenin başarılması değer zincirinin ortak amacı haline gelmektedir. Bu çerçevede, ekonomik yükselme ve sosyal yükselme ilişkisi ile ilgili olarak aşağıdaki önermenin kurulması uygundur:

Öneri 3: Tedarikçi firma üzerinde maliyet baskısının yüksek olmadığı, lider firmanın çalışma şartlarını geliştirmeye yönelik kaynak ve bilgi paylaşımında bulunduğu ve etkileşimin yüksek olduğu yönetim yapısının oluşturulduğu durumlarda ekonomik yükselme sosyal yükselmeyi beraberinde getirmektedir.



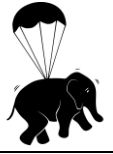
3.3. Kurumların Ekonomik ve Sosyal Yükselme Üzerindeki Düzenleyici Etkisi

Kurumlar kavramının literatürde farklı tanımlamaları bulunmaktadır. Kurumlar konusunda önemli çalışmaları olan North (1990, s.3) ‘oyunun kuralları’ metaforunu kullanarak kurumları “insan tarafından tasarlanmış ve insanların etkileşimini yapılandıran kısıtlamalar” olarak tanımlamıştır. Yine benzer bir şekilde Scott (1995, s.33) kurumları “toplumsal davranışa istikrar ve anlam sağlayan düzenleyici, normatif ve bilişsel yapılar ve faaliyetler” olarak tanımlamaktadır. Kurumlar toplum içindeki davranışları ve etkileşimi düzenledikleri için gerek insanlar gerekse organizasyonlar için önemlidir (Peng vd., 2008). Kurumlar kavramı yazılı ve yazılı olmayan kurallar alt başlığı altında incelenmiştir. Yazılı kurallar kanun, yönetmelik gibi yazılı kuralları tanımlarken, yazılı olmayan kurallar daha çok kültür, değerler ve normlar gibi yazılı olmayıp davranışları etkileyen kurallar olarak açıklanmıştır (Peng vd., 2008). Yazılı kuralların uygulanması daha çok devletlerin yaptırım gücü çerçevesinde gerçekleşirken, yazılı olmayan kurallar daha çok toplumsal yaptırımlar ile uygulanmaktadır (Peng vd., 2008; Redding, 2005).

Kurumlar insanlar için olduğu kadar organizasyonlar için de hayati öneme sahiptir. Çünkü kurumlar iş yapma belirsizliğini ve dolayısıyla işletmeler için işlem maliyetini düşürürler (Peng vd., 2008; Hansen vd., 2018). Daha az belirsizliğin olduğu ortamda işletmeler daha kolay strateji yapabilir ve daha az işlem maliyetiyle karşı karşıya kalırlar. Bununla birlikte, kurumlar işletmelerin neleri yapıp neleri yapamayacağını ve hangi sınırlar içerisinde faaliyetlerini sürdürmesi gerektiğini de belirler (Ring vd., 2005). Örneğin, çalışanlarını iş kanununda belirlenmiş haftalık çalışma saati üzerinde çalıştıran bir işletme içinde bulunduğu bölgedeki resmi otoritenin (devlet) yaptırımına maruz kalabilir. Bunun önüne geçmek için çalışma saatlerini bu sınırlar çerçevesinde düzenlemesi gerekmektedir.

Kurumlar, yazılı ve yazılı olmayan kurallar bütünü olarak, ülkeden ülkeye farklılık gösterebilir. Ülkelerin gerek yazılı kuralları gerekse kültürleri farklılaşabileceği için özellikle ülkeler arası iş yapan işletmelerin kurumlara ve kurumsal farklılıkların ortaya çıkarabileceği fırsat ve tehditlere daha fazla odaklanması gerekir. Literatürde özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasındaki yazılı kurallar arasındaki farklılıklara odaklanılmıştır. Gelişmiş ülkelerde daha köklü ve etkili uygulanan yazılı kuralların olduğu, buna karşın gelişmekte olan ülkelerdeki kurumsal çerçevede ve uygulanmasında boşluklar olduğu vurgulanmıştır (Khanna ve Palepu, 2010). Küresel değer zincirlerindeki faaliyetlerin hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelere yayıldığı düşünüldüğünde kurumlar değer zincirlerini etkileyen önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Tedarikçi firmaların daha çok gelişmekte olan ülkelere katıldığı gerçeği göz önüne alındığında bu ülkelerdeki görece daha zayıf olan kurumsal çerçevenin gerek ekonomik gerekse sosyal yükselmenin başarılması noktasında önemli etkileri olduğu söylenebilir.

Öncelikle, bir bölgede kamu otoritesi ile oluşturulan yazılı kurallar ve düzenlemeler belli standartlar oluşturup bunları tatbik ederler. Bu kurumlar ekonomik ve sosyal yükselmeyi doğrudan veya dolaylı olarak etkilemektedirler (Gereffi ve Lee, 2016). Örneğin ulusal iş



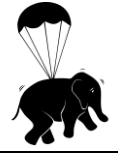
kanunları; küresel değer zincirindeki çalışanların durumlarını, çalışma koşulları ve standartlarını belirleyip işletmelerin bu standartlar çerçevesinde hareket etmesini ister. Çalışanların refahı ile çalışma koşullarının belli standartlarda olmasını hedefleyen düzenlemelerin olduğu ve bunların otoriteler tarafından etkili şekilde uygulandığını ülkelerde sosyal yükselmenin daha güçlü olarak ortaya çıkması beklenir. Yine buna benzer şekilde, bir bölgedeki rekabet kanunları, sanayi politikaları, yatırım ve teşvik düzenlemeleri eğer işletmelerin yükselmesini destekleyecek şekilde oluşturulduysa ve etkili şekilde uygulanıyorsa ekonomik yükselmenin, bu düzenlemelerin zayıf olduğu yerlere göre, daha başarılı olması beklenir (Gereffi ve Lee, 2016). Buna bağlı olarak, kurumların ekonomik yükselme ve sosyal yükselme ilişkisi ile ilgili olarak aşağıdaki önermelerin kurulması uygundur:

Öneri 4a: Tedarikçi firmanın içinde bulunduğu çevredeki yazılı ve yazılı olmayan kuralların (rekabet kanunu ve iş yapma kültürü gibi) oluşturduğu kurumsal çerçevenin destekleyici olması küresel değer zincirine katılma ile ekonomik yükselme arasındaki ilişkiyi daha da güçlü hale getirir.

Öneri 4b: Tedarikçi firmanın içinde bulunduğu çevredeki yazılı ve yazılı olmayan kuralların (iş kanunu ve normlar gibi) oluşturduğu kurumsal çerçevenin destekleyici olması küresel değer zincirine katılma ile sosyal yükselme arasındaki ilişkiyi daha da güçlü hale getirir.

Kurumsal kalite (institutional quality) bir ülkedeki var olan yazılı kuralların ne ölçüde etkili çalıştığını gösteren bir ölçüt olarak kullanılmıştır. Kurumsal kalitenin yüksek olduğu ülkelerde iş yapmanın kolaylaştığı, ticari faaliyetlerin daha verimli hale geldiği ve böylece ekonomik gelişmenin gerçekleştiği görülmektedir (Nguyen vd., 2018). Kurumsal çerçeve aynı zamanda belirlenen standartları yerine getirmede gönüllülüğten öteye gidilip belirlenen kurallara riayet etme zorunluluğunu da sağlamaktadır. Örneğin, bir ülkede çalışanların adil ücret, sendikal haklar, işyeri güvenliği gibi haklarını koruyan kaliteli kurumsal bir yapının olması, oradaki işletmeleri bu standartlara uymaya zorlayacak ve böylece sosyal yükselmenin gerçekleşmesine katkı sunacaktır (Lee vd., 2011). Önceki çalışmalarda, kurumsal çerçevenin kaliteli olarak oluşturulduğu ülkelerde işletmelerin çalışma standartları ve çalışan haklarına daha fazla riayet ettiğini göstermektedir (Lee vd., 2011). Özellikle gelişmekte olan ülkelerde ekonomik yükselme sosyal yükselmeye neden olabilir. Fakat, ekonomik yükselme ile birlikte sosyal yükselmenin başarılması için bu süreci destekleyen kurumsal bir yapıda olması gerekmektedir. Özellikle sosyal yükselmeyi destekleyici kural ve normların var olması, işletmeleri sosyal yükselme hedefleri koymaya ve bu hedeflere ulaşma için adımlar atmaya motive edecektir. Diğer bir ifadeyle, işletmeler sadece ekonomik hedeflere odaklanmak yerine, çalışanların refahını da hedefleyen bütüncül bir yükselmeyi başarmaya çalışacaktır. Buna bağlı olarak, kurumların ekonomik yükselme ve sosyal yükselme arasındaki ilişkiye olan düzenleyici etkisi ile ilgili olarak aşağıdaki önermelerin kurulması uygundur:

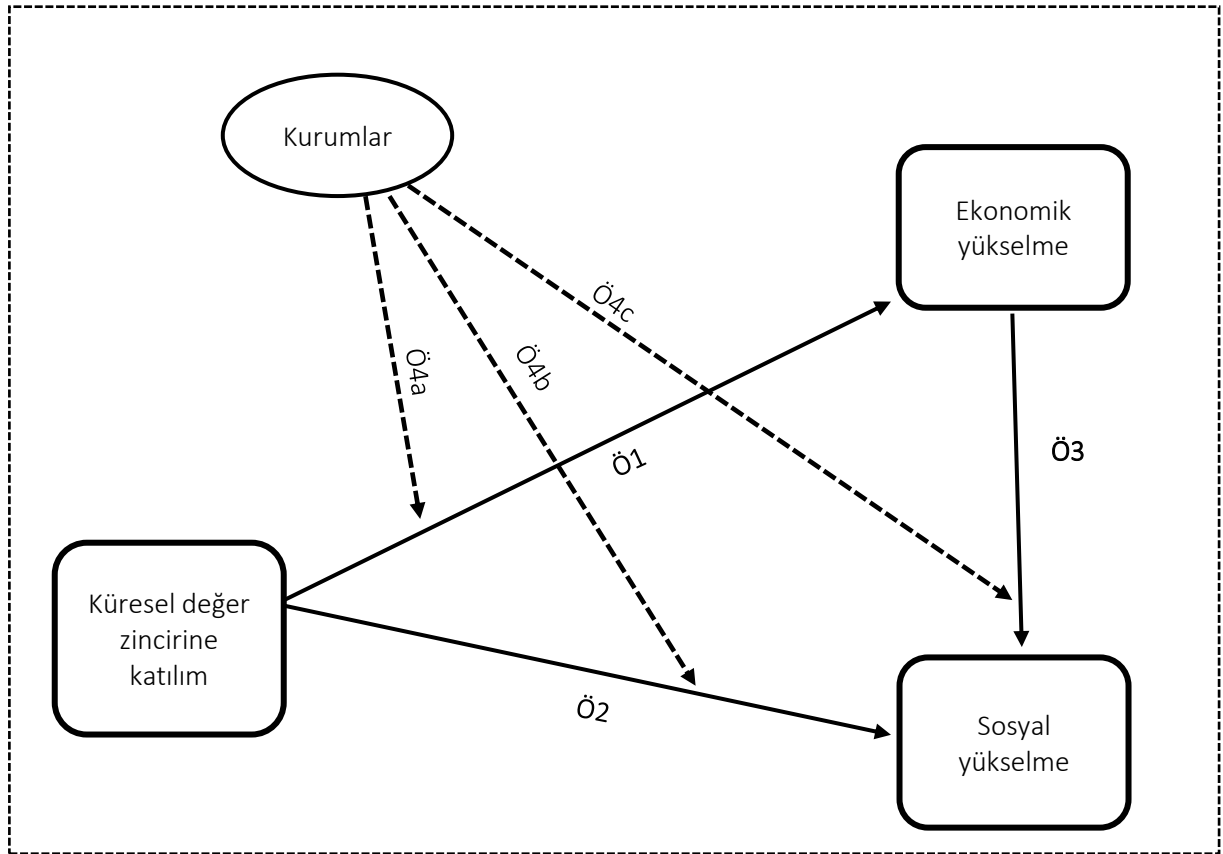
Öneri 4c: Tedarikçi firmanın içinde bulunduğu çevredeki yazılı ve yazılı olmayan kuralların oluşturduğu kurumsal çerçevenin destekleyici olması ekonomik yükselme ile sosyal yükselme arasındaki ilişkiyi daha da güçlü hale getirir.



Yukarıda teorik olarak olan tartışılan ekonomik ve sosyal yükselme ile kurumlar arasındaki ilişkiyi açıklayan altı önerme çerçevesinde aşağıdaki kavramsal model Şekil-1 de ortaya koyulmuştur.

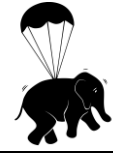
Şekil-1’de gösterilen model ekonomik yükselme, sosyal yükselme ve kurumlar arasındaki teorik ilişkileri ortaya koymaktadır. Öncelikle küresel değer zincirine katılmanın ekonomik ve sosyal yükselmeyi ne yönde ve nasıl etkilediği Ö1 ve Ö2 önermeleriyle gösterilmiştir. Ekonomik yükselmenin sosyal yükselmeyi hangi şartlarda oluşturabileceğini Ö3 önermesiyle gösterilmiştir. Son olarak kurumların bu ilişkiler üzerindeki düzenleyici etkisi Ö4a, Ö4b ve Ö4c önermeleri ile gösterilmiştir.

Şekil 1. KDZ, yükselme ve kurumlar ilişkisi üzerine kavramsal model



4. TARTIŞMA ve SONUÇ

Küresel değer zincirleri günümüzde bireyleri, işletmeleri ve ülkeleri etkileyen önemli bir olgu haline gelmiştir. Bugün tüketicilerin kullandığı birçok ürün veya hizmet geçmişte olduğu gibi bir firma tarafından bir ülkede yapılmamakta, bunun yerine birden çok ülkedeki farklı işletmelerin oluşturduğu bir değer zinciri içerisinde ortaya çıkarılmaktadır. Bu konfigürasyon lider firma ile tedarikçi firmaları bir araya getirmekte ve değer zinciri aktivitelerinde birlikte çalışmayı sağlamaktadır. Lider firmalar bazı aktiviteleri işçi ve faktör maliyetlerinin düşük olduğu bölgelere aktararak maliyet avantajı elde etmekte, tedarikçi firmalar da zincir içerisinde



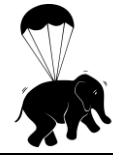
zamanla kapasitelerini geliştirerek katma değeri daha yüksek faaliyetleri yapmaya başlamaktadırlar. Ülkeler açısından bakıldığında ise, küresel değer zincirlerinin ekonomik büyümeye, teknolojik gelişmeye istihdam yaratılmasına ve yaşam standartlarının artırılmasına katkı sağlamaktadır. Uluslararası ticaretin de önemli bir mekanizması haline gelen küresel değer zincirleri özellikle son dönemlerde daha fazla araştırmacının dikkatini çekmeye başlamıştır.

Küresel değer zinciri kavramı farklı perspektiflerden incelenmiş ve bununla bu alanda daha fazla çalışılma yapılması gerekliliği de vurgulanmıştır (Kano vd., 2020). Önceki çalışmalar özellikle yükselme ve yönetim kavramlarını incelemiştir (Blažek, 2016; Gibbon, 2008; Kan vd., 2022; Li vd., 2021). Yükselme alanındaki çalışmalar daha dar bir bakış açısıyla birlikte çoğunlukla ekonomik yükselmeye odaklanmış, sosyal ve çevresel yükselme kavramları yeterince çalışılmamıştır. Bu durum yükselme konusunda daha bütüncül bir anlayış geliştirilmesini kısıtlamaktadır. Özellikle son dönemlerde küresel değer zincirleri içerisinde karşılaşılan, olumsuz sosyal ve çevresel sonuçlar oluşturan olaylar (Stringer ve Michailova, 2018), ekonomik yükselme kadar sosyal yükselmenin de önemli olduğunu ortaya koymuştur.

Bu noktadan hareketle, bu çalışma da yükseleme konusunda daha bütüncül bir yaklaşımı takip etmiş ve küresel değer zincirine katılımın hem ekonomik hemde sosyal yükselmeye olan etkisini gösteren kavramsal bir model oluşturmuştur. Bu model ayrıca ekonomik ve sosyal yükselme arasındaki etkileşimi de anlamak için, ekonomik yükselmenin sosyal yükselmeyi nasıl etkilediğini açıklamayı amaçlamıştır. Bu süreçleri etkileyen en önemli çevresel faktörlerden birisi olan kurumların da bu süreçleri nasıl etkileyebileceğini teorik olarak tartışmış ve modele düzenleyici faktör olarak eklenmiştir. Kurumların düzenleyici etkisinin teorik olarak tartışıldığı bu çalışma, küresel değer zincirlerinin içinde buldukları çevresel koşulların (yani bu çalışmada kurumların) ekonomik ve sosyal yükselmenin başarılması için nasıl bir katalizör görevi görebileceğini ortaya koymuştur. Daha önceki çalışmaların yükselmeyi açıklamada daha çok küresel değer zincirlerinin kendi iç yapısı ve yönetim dinamiklerine odaklandığı bir noktada, bu çalışma kurumların rolünü inceleyerek literatüre anlamlı bir katkı yapmayı amaçlamaktadır.

Her ne kadar teorik bir çalışma olsa da bu çalışmanın ortaya koyduğu kavramsal çerçeve yöneticiler ve kural koyucular için de önemli öğrenmeler sunmaktadır. Özellikle, küresel değer zinciri içerisinde bulunan tedarikçi firmaların ekonomik ve sosyal yükselmeyi nasıl başarabileceği bu çalışmada görülebilir. Bununla birlikte çevresel faktörlerin ekonomik ve sosyal yükselmeye olan etkisi anlaşılabilir. Bu çerçevede özellikle kural koyucular küresel değer zinciri içerisinde bulunan işletmelerin başarılı olması ve bu sayede ekonomik değer yaratılması ve sosyal gelişime katkıda bulunmasının sağlanması için daha destekleyici bir kurumsal çerçeve oluşturmanın önemini anlayacaklardır.

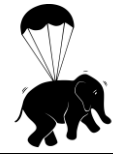
Bundan sonraki çalışmalar için verilebilecek tavsiyelerden bir tanesi yukarıda kavramsal çerçevesi ortaya çıkarılmış modelin ampirik bir çalışma çerçevesinde verilerle test edilmesi olacaktır. Bu çalışmalar, burada verilmiş olan ilişkilerden hangilerinin daha güçlü olduğunu ve



buna ek olarak eklenebilecek yeni ilişkilerin olup olamayacağını ortaya koyabilirler. Bu çalışmalar öncelikle nitel çalışmalarla başlayıp keşif niteliğinde bulgular ortaya koyulabilir. Daha sonra nicel araştırmalar ile bu ilişkiler test edebilirler. Bununla birlikte, karşılaştırmaları bir yaklaşımla hem gelişmekte olan hem de gelişmiş ülkelerden elde edilecek örneklerle ile farklılaşan ekonomik/sosyal yükselme eğilimleri ortaya konabilir.

Kaynakça

- Aguiar de Medeiros, C., & Trebat, N. (2017). Inequality and income distribution in global value chains. *Journal of Economic Issues*, 51(2), 401-408.
- Barrientos, S., Gereffi, G., & Rossi, A. (2011). Economic and social upgrading in global production networks: A new paradigm for a changing world. *International Labour Review*, 150(3-4), 319-340.
- Barua, U., & Ansary, M. A. (2017). Workplace safety in Bangladesh ready-made garment sector: 3 years after the Rana Plaza collapse. *International Journal of Occupational Safety and Ergonomics*, 23(4), 578-583.
- Blažek, J. (2016). Towards a typology of repositioning strategies of GVC/GPN suppliers: the case of functional upgrading and downgrading. *Journal of Economic Geography*, 16(4), 849-869.
- Boschma, R. (2022). Global value chains from an evolutionary economic geography perspective: A research agenda. *Area Development and Policy*, 7(2), 123-146.
- Gehl Sampath, P., & Vallejo, B. (2018). Trade, global value chains and upgrading: What, when and how?. *The European Journal of Development Research*, 30(3), 481-504.
- Gereffi, G. (2005). The global economy: Organization, governance and development. In N. J. Smelse, & R. Swedberg (Eds.), *The handbook of economic sociology* (2nd edition, pp. 160-182). Princeton University Press.
- Gereffi, G. (1994). The organization of buyer-driven global commodity chains: How US retailers shape overseas production networks. In Gereffi, G., & Korzeniewicz, M. (Eds.), *Commodity chains and global capitalism* (pp. 95-122). Greenwood Press.
- Gereffi, G. (1999). International trade and industrial upgrading in the apparel commodity chains. *Journal of International Economics*, 48(1), 37-70.
- Gereffi, G., & Fernandez-Stark, K. (2011). *Global value chain analysis: A primer*. Center on Globalization, Governance & Competitiveness at the Social Science Research Institute. Duke.
- Gereffi, G., & Lee, J. (2012). Why the world suddenly cares about global supply chains. *Journal of Supply Chain Management*, 48(3), 24-32.
- Gereffi, G., & Lee, J. (2016). Economic and social upgrading in global value chains and industrial clusters: Why governance matters. *Journal of Business Ethics*, 133, 25-38.



- Gereffi, G., Humphrey, J., & Sturgeon, T. (2005). The governance of global value chains. *Review of International Political Economy*, 12(1), 78-104.
- Gibbon, P. (2008). Governance, entry barriers, upgrading: A re-interpretation of some GVC concepts from the experience of African clothing exports. *Competition & Change*, 12(1), 29-48.
- Gibbon, P., Bair, J., & Ponte, S. (2008). Governing global value chains: An introduction. *Economy and Society*, 37(3), 315-338.
- Goerzen, A., Iskander, S. P., & Hofstetter, J. (2021). The effect of institutional pressures on business-led interventions to improve social compliance among emerging market suppliers in global value chains. *Journal of International Business Policy*, 4(3), 347-367.
- Hansen, M. W., Langevang, T., Rutashobya, L., & Urassa, G. (2018). Coping with the African business environment: Enterprise strategy in response to institutional uncertainty in Tanzania. *Journal of African Business*, 19(1), 1-26.
- Henderson, J., Dicken, P., Hess, M., Coe, N., & Yeung, H. W. C. (2002). Global production networks and the analysis of economic development. *Review of International Political Economy*, 9(3), 436-464.
- Hernández, V., & Pedersen, T. (2017). Global value chain configuration: A review and research agenda. *BRQ Business Research Quarterly*, 20(2), 137-150.
- Humphrey, J., & Schmitz, H. (2002). How does insertion in global value chains affect upgrading in industrial clusters?. *Regional Studies*, 36(9), 1017-1027.
- Johnson, R. C. (2018). Measuring global value chains. *Annual Review of Economics*, 10, 207-236.
- Kan, D., Lyu, L., Huang, W., & Yao, W. (2022). Digital economy and the upgrading of the global value chain of China's service industry. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 17(4), 1279-1296.
- Kano, L., Tsang, E. W., & Yeung, H. W. C. (2020). Global value chains: A review of the multi-disciplinary literature. *Journal of International Business Studies*, 51(4), 577-622.
- Kaplinsky, R., Memedovic, O., Morris, M., & Readman, J. (2003). *The global wood furniture value chain: What prospects for upgrading by developing countries*. UNIDO Sectoral Studies Series Working Paper.
- Khanna, T., & Palepu, K. G. (2010). *Winning in emerging markets: A road map for strategy and execution*. Harvard Business Press.
- Kummritz, V., Taglioni, D., & Winkler, D. E. (2017). *Economic upgrading through global value chain participation: Which policies increase the value-added gains?*. World Bank Policy Research Working Paper, (8007).



- Lee, J., & Gereffi, G. (2015). Global value chains, rising power firms and economic and social upgrading. *Critical Perspectives on International Business*, 11(3/4), 319-339.
- Lee, J., Gereffi, G., & Barrientos, S. (2011). *Global value chains, upgrading and poverty reduction*. Capturing the Gains Briefing Note, NO. 3. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1990232>
- Li, X., Zhou, W., & Hou, J. (2021). Research on the impact of OFDI on the home country's global value chain upgrading. *International Review of Financial Analysis*, 77, 101862.
- Locke, R., Kochan, T., Romis, M., & Qin, F. (2007). Beyond corporate codes of conduct: Work organization and labour standards at Nike's suppliers. *International Labour Review*, 146(1-2), 21-40.
- Marcato, M. B., & Baltar, C. T. (2021). Economic upgrading in global value chains: Concepts and measures. *Revista Brasileira de Inovação*, 19, 1-25.
- McDermott, G. A., & Corredoira, R. A. (2010). Network composition, collaborative ties, and upgrading in emerging-market firms: Lessons from the Argentine autoparts sector. *Journal of International Business Studies*, 41(2), 308-329.
- Milberg, W., & Winkler, D. (2011). Economic and social upgrading in global production networks: Problems of theory and measurement. *International Labour Review*, 150(3-4), 341-365.
- Ndubuisi, G., & Owusu, S. (2021). How important is GVC participation to export upgrading?. *The World Economy*, 44(10), 2887-2908.
- Ndubuisi, G., & Owusu, S. (2022). Wage effects of global value chains participation and position: An industry-level analysis¹. *The Journal of International Trade & Economic Development*, 31(7), 1086-1107.
- Nguyen, C. P., Su, T. D., & Nguyen, T. V. H. (2018). Institutional quality and economic growth: The case of emerging economies. *Theoretical Economics Letters*, 8(11), 1943-1956.
- North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change, and economic performance*. Harvard University Press.
- Peng, M. W., Wang, D. Y., & Jiang, Y. (2008). An institution-based view of international business strategy: A focus on emerging economies. *Journal of International Business Studies*, 39(5), 920-936.
- Pietrobelli, C., & Rabellotti, R. (2007). *Upgrading to compete. Clusters and value chains in Latin America*. Harvard University Press.
- Pietrobelli, C., & Rabellotti, R. (2011). Global value chains meet innovation systems: Are there learning opportunities for developing countries?. *World Development*, 39(7), 1261-1269.
- Polaski, S. (2006). Combining global and local forces: The case of labor rights in Cambodia. *World Development*, 34(5), 919-932.



- Ponte, S., & Sturgeon, T. (2014). Explaining governance in global value chains: A modular theory-building effort. *Review of International Political Economy*, 21(1), 195-223.
- Ponte, S., Kelling, I., Jespersen, K. S., & Kruijssen, F. (2014). The blue revolution in Asia: Upgrading and governance in aquaculture value chains. *World Development*, 64, 52-64.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. The Free Press.
- Puppim de Oliveira, J. A. (2008). Social upgrading among small firms and clusters. In Puppim de Oliveira, J. A. (Ed.) *Upgrading clusters and small enterprises in developing countries: Environmental, labor, innovation and social issues* (pp. 1-22). Ashgate Publishing.
- Raworth, K. (2004). *Trading away our rights: Women working in global supply chains*. Oxfam.
- Redding, G. (2005). The thick description and comparison of societal systems of capitalism. *Journal of International Business Studies*, 36(2), 123-155.
- Reinecke, G., & Posthuma, A. (2019). The link between economic and social upgrading in global supply chains: Experiences from the Southern Cone. *International Labour Review*, 158(4), 677-703.
- Ring, P. S., Bigley, G., D'Aunno, T., & Khanna, T. (2005). Perspectives on how governments matter. *Academy of Management Review*, 30(2), 308-320.
- Schmitz, H. (2004). Local upgrading in global chains: Recent findings. *Institute of Development Studies. Sussex*, 6, 1-7.
- Scott, W. R. (1995). *Institutions and organizations*. Sage.
- Selwyn, B. (2013). Social upgrading and labour in global production networks: A critique and an alternative conception. *Competition & Change*, 17(1), 75-90.
- Stringer, C., & Michailova, S. (2018). Why modern slavery thrives in multinational corporations' global value chains. *Multinational Business Review*, 26(3), 194-206.
- Sturgeon, T. J., & Kawakami, M. (2011). Global value chains in the electronics industry: Characteristics, crisis, and upgrading opportunities for firms from developing countries. *International Journal of Technological Learning, Innovation and Development*, 4(1-3), 120-147.
- Uddin, M. T., Goswami, A., Rahman, M. S., & Dhar, A. R. (2019). How can governance improve efficiency and effectiveness of value chains? An analysis of pangas and tilapia stakeholders in Bangladesh. *Aquaculture*, 510, 206-215.
- World Bank. (2020). *World development report 2020: Trading for development in the age of global value chains*. World Bank.



Katkı Oranı Beyanı: Yazar çalışmayı tek başına gerçekleştirmiştir.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Yazar herhangi bir çıkar çatışması olmadığını deklare etmektedir.

Bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

Bu makale **benzerlik** tespit yazılımlarıyla taranmıştır.