**ZİRVEDEKİ REKABET: ÇİN ve AMERİKA MERKEZLİ ŞİRKETLER ARASINDA BİR KARŞILAŞTIRMA**

**Oğuzhan Aytar[[1]](#footnote-1)**

**Öz**

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişim şirketlerin faaliyet süreçlerinde köklü bir değişime yol açmıştır. Küreselleşmenin etkisiyle örgütler arası rekabet çok yönlü ve çok boyutlu bir platforma taşınmıştır. Örgütsel açıdan değişim bir fenomen olmanın ötesinde yönetsel bir yaşam biçimine evrilmiştir. Örgütler teknolojik ve bilimsel gelişmeler ışığında zaman, mekân ve sınırların ötesinde hareket etme özgürlüğüne kavuşmuştur. Bu durum müşterilerin, çalışanların ve yöneticilerin; karar, tercih, iş modeli ve düşünce sisteminde köklü birtakım değişimlere neden olmaktadır. Bu değişimi besleyen en önemli faktörlerin başında internet teknolojisi yer almaktadır. İnternet teknolojisinin sunmuş olduğu imkanlar rekabetin dijital ortama yansımasına da neden olmaktadır. Bilgi iletişim teknolojilerinin sağladığı imkanlar şirketlerin klasik faaliyet ve süreçlerine farklı boyutlar kazandırmıştır. Bu gelişim süreci araştırmacıları bu alanda kullanılan işlevlerin etkisi ve önemini ölçmeye yönelik çalışmalara yönlendirmektedir. Dolayısı ile daha önce hiç olmadığı kadar karmaşık hale gelen dünya ekonomisinde çok farklı sektörden işletmeler birlikte çalışmaya; çok farklı bölgelerdeki işletmeler birbirleriyle rekabet etmeye başlamışlardır. Sürekliliklerini korumaya çalışan örgütler açısından rekabet kavramı daha anlamlı hale gelmiştir. Bu kapsamda dünya genelinde başarılı örgütlerin strateji, davranış ve uygulama biçimleri örnek olarak takip edilmektedir. Dünya genelinde işletme başarılarını konu edinmiş sıralama ve raporlarda Çin ve Amerika en fazla sayıda şirkete sahip olan iki ülkedir. Bu çalışmanın amacı dünya genelini kapsayan sıralamalarda ilk on sırada yer alan Çin ve Amerikan merkezli şirketlerin dijital kurumsal iletişim araçlarının farklı değişkenlere göre karşılaştırmasının yapılmasıdır. Çalışma kapsamında nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kullanılmıştır. Bu kapsamda ülke temsilcilerinin stratejik yönlendirme araçları ve kurumsal dijital iletişim araçları analiz edilerek anlamlı sonuçların paylaşılması planlanmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Rekabet, Çin, Amerika (ABD), Şirketler, Kurumsal İletişim.

**COMPETITION AT THE SUMMIT: A COMPARISON BETWEEN CHINA AND AMERICA CENTERED COMPANIES**

**Abstract**

The rapid development in information and communication technologies has led to a radical change in the operating processes of companies. With the effect of globalization inter-organizational competition has been carried to a versatile and multi-dimensional platform. Change is more than an organizational phenomenon it has evolved into a managerial lifestyle. Organizations in the light of technological and scientific developments have gained the freedom to move beyond time, space and boundaries. This situation causes fundamental changes in the decision, preference, business model, and thinking system of customers, employees, and managers. Internet technology is one of the most important factors that feed this change. The opportunities offered by internet technology also cause the competition to be reflected in the digital environment. The opportunities provided by information communication technologies have brought different dimensions to the classic activities and processes of companies. This development process directs researchers to studies aimed at measuring the effect and importance of functions used in this field. Therefore, in the world economy, which has become more complex than ever before, businesses from many different sectors work together; businesses in many different regions have begun to compete with each other. The concept of competition has become more meaningful for organizations trying to maintain their continuity. In this context, the strategy, behaviour, and implementation styles of successful organizations around the world are being followed. China and America are the two countries with the largest number of companies in rankings and reports on business success around the world. This study aims to compare the digital corporate communication tools of China and America centred companies, which rank among the top ten worldwide, according to different variables. Content analysis, as one of the qualitative research methods, was used within the scope of the study. In this context, it is planned to share meaningful results by analyzing the strategic guidance tools and corporate digital communication tools of the country representatives.

**Keywords:** Competition, China, America (USA), Companies, Corporate Communication.

1. Doç.Dr., Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, oguzhanaytar@hotmail.com, ORCID ID: 0000-0003-3799-0952 [↑](#footnote-ref-1)