

İHRACAT YAPAN KOBİ'LERİN İNSAN SERMAYESİ, ÖRGÜTSEL SERMAYE, DIŞSAL SERMAYE İLE İHRACAT PERFORMANSI İTİBARIYLA GRUPLANDIRILMASI

İlhami YÜCEL*
Harun YENİÇERİ**

ÖZET

Bu çalışmanın temel amacı, ihracat yapan küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin ihracat performansı, insan sermayesi, örgütsel sermaye ve bakımından benzerlik gösterip göstermediğini belirlemektir. Bu çalışmada veri ve bilgi toplayabilmek amacıyla posta ile anket yönteminden faydalanılmıştır. Anket formu oluşturulmadan önce konu ile ilgili gerekli literatür taraması yapılmış ve ihracat yapan KOBİ yöneticileri ile görüşmeler yapılmıştır. Anket formuna son şekli verilmeden önce, ihracat yapan 20 küçük ve orta boy işletme ile pilot bir araştırma yapılmıştır. Örnek büyüklüğü 245 olarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma hipotezini test edebilmek amacıyla hiyerarşik olmayan kümeleme analizi kullanılmıştır. Uygulanan analiz sonucunda ihracat yapan küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin ihracat performansı, insan sermayesi, örgütsel sermaye ve dışsal sermaye itibarıyla benzer üç alt kümeden oluştuğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: İhracat performansı, KOBİ, Kümeleme analizi.

ABSTRACT

This study aims to determine whether the SMEs show similarities in terms of their export performance, human capital and organizational capital or not. In this study, in order to collect data, questionnaire by mail was used. Before the questionnaire was formed, a detailed literature review was done and in addition interviews with the managers of the SMEs that make export were conducted. The questionnaire was pre-tested on 20 SMEs. Through the application of the questionnaire 245 useful questionnaires were collected. Non- hierarchical cluster analysis was used to test the research hypothesis. As a result, it was found that the SMEs could be grouped under three similar clusters that were export performance, human capital and organizational/external capital.

Keywords: Export performance, SMEs, cluster analysis.

GİRİŞ

Rekabetin bilgi temelli olarak yoğun ve şiddetli bir biçimde yaşandığı günümüzde, iletişim ve bilgi teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler, bireylerin sosyo-demografik özelliklerindeki köklü değişimler (eğitim düzeyinin yükselmesi, kadınların çalışma hayatında daha fazla yer edinmeye başlaması gibi) ve kitlesel anlamda ortaya çıkan büyük değişimler, geleneksel organizasyon yapılarının ve iş görme biçimlerinin değişmesini gündeme getirmiştir.

Yoğun ve şiddetli rekabetin yaşandığı günümüzde işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri, rakipleri arasında farklı bir konum elde edebilmeleri, rakipleri ile rekabette üstünlük sağlayabilmeleri; salt üretimde değil her türlü organizasyonel faaliyetlerinde yüksek performans sağlayabilecek davranışlarına bağlı olabilmektedir. Bu çerçevede, bütün organizasyonel süreçlerin ve yapıların

* Yrd. Doç. Dr., Erzincan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

** Yrd. Doç. Dr., Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

ele alınması, toplam kalite yönetim sisteminin uygulanması, sürekli iyileştirme yapılması ve yalın organizasyonlar gibi uygulamalara gidilmekte ve sonuçta “sürdürülebilir mükemmel performans” oluşturulmaya çalışılmaktadır (Porter, 1998).

“Sürdürülebilir mükemmel performans” düzeyine ulaşabilmek, yoğun ve dinamik rekabet ortamında faaliyet gösteren küçük ve orta büyüklükteki işletmeler için önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Küçük ve orta büyüklükteki işletmeler, yenilikçilik ve girişimcilik kaynağı olmaları ve esnek yapıları dolayısıyla değişime kolaylıkla ayak uydurabilmektedirler. Bu özellikleri nedeniyle küçük ve orta büyüklükteki işletmeler, ülkelerin ekonomik gelişmesinde önemli roller üstlenmişlerdir. 1970’li yıllarda üstlendikleri istihdamı ve üretimi artırma rollerinde başarılı olmaları nedeniyle KOBİ’lerden, ülkelerin ihracat payının artırılmasında önemli katkılar sağlamaları beklenmektedir (Q Rouke, 1985).

ARAŞTIRMANIN KONUSU

Organizasyon düzeyinde sağlanacak olan operasyonel etkinlik, bir yandan üretim süreçlerini diğer yandan üretim sonrası pazarlara ilişkin süreçleri ve bir diğer yandan da işletme çalışanlarını/organizasyon üyelerini ve işletmenin organizasyon kalitesini, rekabet gücü sağlayabilmek amacıyla yeniden ele almayı gerektirmektedir (Kanıbir, 2004: 78). Bu bağlamda insan sermayesi, dışsal sermaye ve örgütsel sermaye küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin rekabet üstünlüğü sağlayabilmeleri ve performans düzeyini arttırabilmelerini sağlayabilecek bir rekabet aracı niteliğindedir.

İnsan sermayesi, işletme bünyesinde çalışan insanların bilgi, beceri, yetenek, tecrübe, sezgi ve tutumları gibi beşeri unsurların toplamını ifade etmektedir. Stewart, insan sermayesini, bütün merdivenlerin başladığı yer, buluşçuluğun kaynağı ve kavrayışın pınarı olarak kabul etmektedir (Stewart, 1997: 94).

İşletmelerin amacı, karlılık düzeyini yükseltebilecek insan sermayesine sahip olabilmektir. İnsan sermayesinin özünü buluşçuluk oluşturmaktadır. Bu nedenle bir işletmede çalışan insanlar zamanlarını ve yeteneklerini büyük ölçüde yenilik getirici faaliyetlere yönelttiğinde, insan sermayesi ortaya çıkarılmış ve kullanılmış olur (Stewart, 1997: 95). İşletmelerde insan sermayesini geliştirmek, çalışanların yönetim sürecine katılmasına, çalışanların bilgi ve yeteneklerini geliştirmek amacıyla zaman harcamaya, çalışanların yetenekli ve profesyonel olmasına, işlerine bağlı olması ile yakından ilgilidir. Bu sermayeyi geliştirmek, çalışanların fikirlerine önem vermeye ve iş geliştirmeye yönelik önerilerini dinlemeye bağlıdır.

İçinde bulunduğumuz bilgi çağında işletmelerin temel hedefi insan sermayesini verimli bir şekilde kullanmaktır. İşletmelerin içinde bulunduğu yoğun ve dinamik rekabet ortamı onların sahip oldukları insan sermayesini verimsiz kullanma lüksünü ortadan kaldırmaktadır. Bu nedenle işletmeler, bünyelerinde bulunan insanların tümünü işin içine katmakta ve onların sahip oldukları fikirlerden maksimum düzeyde yararlanma yoluna gitmektedirler (Guthrie, 2001: 35).

İhracat Yapan KOBİ'lerin İnsan Sermayesi, Örgütsel Sermaye, Dışsal Sermaye İle İhracat Performansı İtibarıyla Gruplandırılması

Örgütsel sermaye, bir organizasyon olarak işletmenin sahip olduğu değerler, iş süreçleri, bilgi sistemleri, organizasyon kültürü, yönetim felsefesini ifade etmektedir.

Dışsal sermaye ise, işletmenin dış müşterileri ile olan ilişkilerini yani müşteri ilişkileri yönetimini, ulusal ve uluslar arası pazarlarda tanınmış ve güçlü markalara sahip olmasını, firma imajını ve firmanın rakiplerle olan ilişkilerini ifade etmektedir. Firma imajı, müşterilerle olan ilişkiler ve rakiplerle olan ilişkiler firma başarısında ve firmanın performansında çok büyük bir role sahiptir.

Bu çalışmada, rekabet gücü sağlama açısından ihracat yapan küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin ihracat performansı, insan sermayesi, örgütsel sermaye ve dışsal sermaye değişkenleri itibarıyla farklı alt gruplar oluşturup oluşturmadığı belirlemektir. Aynı zamanda, ihracat yapan küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin ihracat performansının, insan sermayesi, örgütsel sermaye ve dışsal sermaye arasında bir paralellik olup olmadığını da ortaya çıkarmaktadır. Bu bağlamda ihracat yapan küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin ihracat performansının ölçülmesi önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

İhracat performansının tanımı konusunda literatürde genel kabul gören bir tanım birliği olmamasına rağmen, ihracat performansının ölçümünün nasıl yapılacağı ve ihracat performansının alt boyutları ile ilgili olarak genel bir uzlaşma vardır. Genel olarak ihracat performansı ölçülürken objektif ve subjektif kriterler kullanılmaktadır (Baldauf, 2000: 64). İhracat performansının ölçülmesiyle ilgili yaygın olarak kullanılan objektif kriterler aşağıdaki gibidir (Çavuşgil ve Zou, 1994: 76-85; Ogunmokon ve Ng, 2004: 174-175; Üner, 1998: 72-87):

- Toplam Satış Hasılatı İçinde İhracat Satış Hasılatının Oranı: İhracat hasılatının tutarı, yoğunluğu ve bunların değişkenliği en çok kullanılan kriterlerdir. Firmanın toplam satışları içerisinde ihracat satış hasılatının tutarı, ihracat performansının ölçümünde kullanılan objektif kriterlerden biridir.
- İhracat Faaliyetinin Finansal Sonucu: İhracat faaliyeti sonucunda firmanın kar - zarar etme durumu ya da başabaş noktasında olması ihracat performansının önemli bir göstergesi niteliğindedir.
- İhracattaki Büyüme: İhracatta meydana gelen artış ya da azalış ihracat performansının göstergesi niteliğinde olan bir bileşendir.

Bu çalışmada ihracat performansını ölçmek amacıyla yukarıda kısaca açıklanan objektif kriter niteliğinde olan üç alt bileşen kullanılmıştır. Ancak daha önce ifade edildiği gibi ihracat performansını ölçmek amacıyla objektif kriterlerin yanı sıra subjektif kriterlerde kullanılmaktadır. İhracat performansını ölçebilmek amacıyla kullanılan subjektif kriterler ise şunlardır (Shoham, 1998: 59-75; Pun ve White, 2005: 49-64);

- Stratejik Nitelikli Kriterler: Stratejik kriterler firmanın pazar yönlü olma durumu ile ilgilidir. Pazarlama faaliyetlerinin uyum seviyesi, müşteri ve rakip yönlülük ve işletmenin pazarlama dışındaki fonksiyonlarının ihracat

pazarlaması ile uyum seviyesi ihracat performansını ölçmek amacıyla kullanılan sübjektif kriterlerdendir.

- Davranışsal Kriterler: Davranışsal kriterler ise, firmaların ihracat pazarlamasına yönelik tutum, davranış ve algılamaları ile ilgilidir.

ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI VE KISITLARI

Küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin, Türkiye Ekonomisi içerisindeki yeri ve önemi kuşkusuzdur. Devlet İstatistik Enstitüsü'nün 2002 yılında yapmış olduğu Genel Sanayi İşyerleri Sayımı'na göre Türkiye'deki işletmelerin %99,8'i KOBİ niteliğindedir (DİE, 2002). Bu rakam, KOBİ'lerin Türkiye ekonomisindeki ağırlığını vurgulamaktadır. Türkiye ekonomisi bakımından lokomotif olma özelliğine sahip olan KOBİ'lerin ihracat performans düzeyinin, insan gücü sermayesi, örgütsel sermaye ve dışsal sermaye bakımından durumunun tespit edilmesi önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu bağlamda araştırmanın temel amacı, ihracat yapan küçük ve orta boy işletmelerin ihracat performansı ve insan sermayesi, örgütsel sermaye ve dışsal sermayeleri arasında bir paralellik olup olmadığını belirlemektir. Bir başka deyişle, ihracat yapan küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin ihracat performansı, insan sermayesi, örgütsel sermaye ve bakımından benzerlik gösterip göstermediğini belirlemek, araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır.

İhracat yapan KOBİ'lerin ihracat performansı, insan sermayesi, örgütsel sermaye ve dışsal sermaye itibarıyla kaç alt grup oluşturduğunu belirlemeye yönelik olarak yapılan bu çalışmanın en önemli kısmını araştırma kapsamına sadece ihracat yapan KOBİ'lerin dahil edilmesi oluşturmaktadır. Ayrıca araştırmanın Türkiye'nin belirli illerinde (Kayseri, Konya, Denizli, Gaziantep, Kahramanmaraş, Eskişehir) yapılması da, araştırmanın bir diğer önemli kısıtıdır. Bu kısıtlarına rağmen, araştırma sonuçlarının başta bu konu ile ilgili olarak çalışma yapacak olan akademisyenler olmak üzere, Dış Ticaret Müsteşarlığı'na, İhracat Gelişme Müsteşarlığı'na, ihracat yapan ve yapmayı düşünen KOBİ'lere önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Örnekleme Süreci

İhracat yapan KOBİ'lerin ihracat performansı, insan sermayesi, örgütsel sermaye ve dışsal sermaye itibarıyla gruplandırabilmesi amacıyla yapılan bu çalışmada veri ve bilgi toplayabilmek amacıyla posta ile anket yönteminden faydalanılmıştır. Anket formu oluşturulmadan önce konu ile ilgili gerekli literatür taraması yapılmış ve ihracat yapan KOBİ yöneticileri ile görüşmeler yapılmıştır.

Anket formuna son şekli verilmeden önce, ihracat yapan 20 küçük ve orta boy işletme ile pilot bir araştırma yapılmıştır. Pilot araştırma kapsamında, soruların sırası, anlaşılıp anlaşılmadığı ve cevaplama süresi tespit edilmeye çalışılmıştır. 20 ihracatçı KOBİ ile yapılan pilot araştırma sonucunda gerekli düzeltmelere ve sadeleştirmelere gidilmiş, anket formuna nihai şekli verilmiştir.

İhracat Yapan KOBİ'lerin İnsan Sermayesi, Örgütsel Sermaye, Dışsal Sermaye İle İhracat Performansı İtibarıyla Gruplandırılması

Bu çalışma, Türkiye genelinde ve küçük ve orta büyüklükte işletmelerin yoğun olduğu illerde yapılmıştır. Araştırma kapsamına, Kayseri, Konya, Denizli, Gaziantep, Kahramanmaraş, Eskişehir illeri dahil edilmiştir.

Araştırmanın örnek büyüklüğü $e=0.04$ ve $\alpha=0,05$ düzeyine göre hesaplanmıştır. Anakütle standart sapma veya varyanslarının bilinmesi çoğu kez olanaksız olduğundan bunların tahmin edilmesi gerekir. Böyle bir tahmini oranlar üzerinden yapmak çok kolaydır. Çünkü bu oranlar hakkında hiçbir bilgi olmasa dahi $\pi(1-\pi)$ 'nin en yüksek olduğu $0.5 \times 0.5 = 0.25$ değeri esas alınabilir. Tüm bu nedenlerden dolayı uygulamada en yaygın kullanılan örnekleme formülü;

$n = \pi(1-\pi) / (e/Z)^2$ dir (Kurtuluş, 2004). Araştırmanın örnek büyüklüğü $e=0.04$ ve $\alpha=0,05$ düzeyine göre;

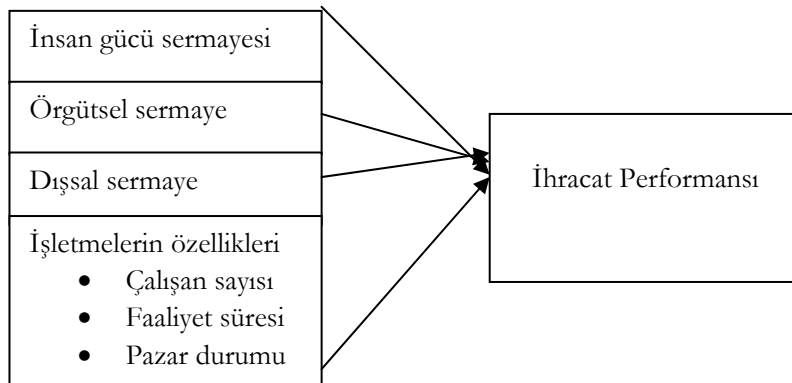
$$n = \pi(1-\pi) / (e/Z)^2$$

$$n = 0,5 \times 0,5 / (0,04/1,96)^2 = 600 \text{ olarak belirlenmiştir.}$$

Araştırma kapsamına dahil edilen Kayseri, Konya, Denizli, Gaziantep, Kahramanmaraş ve Eskişehir illerinde faaliyet gösteren ihracatçı küçük ve orta büyüklükteki 600 işletmeye anket formu posta ile gönderilmiştir. Örnek kapsamında yer alan bazı işletmeler adreslerinde bulunamamış, bazıları geçmişte ihracat yaptıklarını ancak şu anda ihracat yapmadıklarını belirtmişlerdir. Araştırma sonucunda 290 anket formu doldurulmuştur. Ancak anket formları incelendiğinde bazı anketlerin eksik ve hatalı doldurulduğu tespit edilmiştir. Eksik ve hatalı doldurulan anketlerin elenmesiyle, örnek büyüklüğü 245 olarak gerçekleşmiştir. Veriler SPSS 12.0 kullanılarak analize tabi tutulmuştur.

Araştırmanın Modeli, Değişkenleri ve Hipotezleri

İhracat yapan küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin insan gücü sermayesi, örgütsel sermaye, dışsal sermaye ve ihracat performansı itibarıyla gruplandırabilmek amacıyla yapılan bu araştırmanın modeli aşağıda Şekil 1'deki gibidir.



Şekil 1: Araştırmanın Modeli

Araştırma modelinde görüleceği gibi, araştırma kapsamında beş farklı değişken grubu bulunmaktadır. İnsan sermayesi, örgütsel sermaye ve dışsal sermaye değişken grupları Salojarvi, Furu ve Sveiby (2005) çalışmalarından faydalanılarak oluşturulmuştur. İnsan sermayesi, örgütsel sermaye ve dışsal sermaye beşli likert ölçeğinde hazırlanmış yargılardan oluşmaktadır. Bu yargılar Ekler bölümünde ayrıntılarıyla verilmiştir. Araştırma modelinde yer alan ihracat performansı; ihracatta büyüme, toplam satış hasılatı içerisinde ihracat satış hasılatının oranı ve ihracat faaliyetinin finansal sonucu olmak üzere üç alt boyut itibarıyla ölçülmüştür. İhracat performansı ile ilgili değişkenler Ogunmoku ve Ng(2004) çalışmasından yararlanılarak oluşturulmuştur. İhracat performansı üç alt boyut kullanılarak ölçülmüştür. İhracat performansını ölçmek amacıyla kullanılan değişkenler; toplam satış hasılatı içinde ihracat satış hasılatı oranı, son beş yıl içinde ihracattaki büyüme ve ihracat faaliyetinin finansal sonucudur. İhracat performansının ölçümünde kullanılan değişkenler Ekler bölümünde yer almaktadır.

Araştırmanın amacı ve modeli doğrultusunda geliştirilen temel araştırma hipotezi aşağıdaki gibidir.

H₁: İhracat yapan küçük ve orta büyüklükteki işletmeler; insan sermayesi, örgütsel sermaye, dışsal sermaye ve ihracat performansları itibarıyla farklı alt gruplarda toplanmaktadır.

Veri ve Bilgilerin Analizi

Bu çalışmada araştırma hipotezlerini test edebilmek amacıyla kümeleme analizi (Cluster Analysis) uygulanmıştır. Bilindiği üzere, kümeleme analizi bireyleri ya da objeleri belirli kriterler açısından benzerliklerine göre gruplandıran çok değişkenli bir istatistiksel analizdir. Kümeleme analizi sonucunda elde edilen kümelerin kendi içinde homojenliğe sahip olması gerekmektedir (Zikmung, 1997, 673). Ayrıca kümelerin birbirleri arasında heterojen yani birbirinden farklı olması, bir başka deyişle belirlenen değişkenler itibarıyla ayrılması gerekir. Yani her bir grup ya da küme kendi içinde birbirine benzer olup, diğer kümelerden ise belirlenen değişkenler itibarıyla ayrılmaktadır (Sharma, 1996: 188).

Kümeleme analizi hiyerarşik ve hiyerarşik olmayan kümeleme analizi olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Hiyerarşik olmayan kümeleme analizi K-Ortalamlar kümeleme analizi olarak da adlandırılmaktadır. Hiyerarşik kümeleme analizinin centroid yöntemi, tek bağlantı yöntemi, tam bağlantı yöntemi, ortalama bağlantı yöntemi ve Ward's yöntemi olmak üzere farklı uygulama şekilleri vardır. Hiyerarşik kümeleme analizi, küme ya da grup sayısı hakkında araştırmacının daha önceden bilgi sahibi olmasını gerektirmediği için hiyerarşik olmayan kümeleme analizine göre bu bakımdan üstünlüğe sahiptir. Bununla birlikte hiyerarşik kümeleme analizi, daha çok keşfedici nitelikteki araştırmalarda kullanılmaktadır (Sharma, 1996: 211). Ayrıca araştırma örneğinin büyük olması halinde, hiyerarşik olmayan kümeleme analizinin yani K-Ortalamlar yönteminin kullanılması önerilmektedir. Bu çalışmada da örnek büyüklüğü 245 olduğu için hiyerarşik olmayan kümeleme analizi kullanılmıştır.

İhracat Yapan KOBİ'lerin İnsan Sermayesi, Örgütsel Sermaye, Dışsal Sermaye İle İhracat Performansı İtibarıyla Gruplandırılması

ARAŞTIRMANIN SONUÇLARI

Çalışmanın bu bölümünde; araştırma örneği kapsamında yer alan ihracatçı küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin özelliklerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımlarına ve araştırma hipotezini test etmek amacıyla uygulanan kümeleme analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

Araştırma Kapsamına Giren İşletmelerin Özellikleri

Tablo 1. Araştırma Kapsamındaki İşletmelerin Özellikleri

	Frekans	Yüzde (%)
FAALİYET SÜRESİ		
3 yıldan az	37	15,1
3-7 yıl	33	13,4
8-12 yıl	52	21,3
13-17 yıl	50	20,5
18-22 yıl	26	10,6
23 yıldan fazla	47	19,1
Toplam	245	100,0
ÇALIŞAN SAYISI		
1-9 kişi	25	10,2
10-49 kişi	91	37,2
50-99 kişi	54	22,0
100-149 kişi	55	22,4
150-199 kişi	20	8,2
Toplam	245	100,0
FİRMANIN PAZARLARI		
Sadece Yurtdışı	65	26,5
Her İkisi	180	73,5
Toplam	245	100,0

Araştırma kapsamında yer alan küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin faaliyet süreleri, bünyelerinde kaç personel çalıştırdıkları ve firmanın faaliyette bulunduğu pazarlara ilişkin frekans ve yüzde dağılımları Tablo 1'de görülmektedir.

Kümeleme Analizi Sonuçları

İhracat yapan küçük ve orta boy işletmeleri insan sermayesi, örgütsel sermaye, dışsal sermaye ve ihracat performansı itibarıyla gruplandırabilmek amacıyla hiyerarşik olmayan kümeleme analizi uygulanmıştır. Hiyerarşik olmayan kümeleme analizi uygulanırken, küme sayısı araştırmacı tarafından belirlenmektedir. Bu nedenle küme sayısının belirlenmesi konusuna özen gösterilmiş olup, ikili, üçlü ve dördü kümeler ayrı ayrı oluşturulmuş ve değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Her bir küme için elde edilen sonuçlar, kümelerde yer alan cevaplayıcı sayısı, kümelerin içsel homojenliği, kümeler arası

heterojenlik ve anlamlılık seviyeleri bakımından değerlendirilmiştir. Farklı küme sayılarına göre elde edilen analiz sonuçları yukarıda bahsedilen hususlar bakımından incelenmiş ve üçlü kümeleme analizinin uygun olduğu görülmüştür.

İhracat yapan küçük ve orta boy işletmelerin benzer özelliklerine göre gruplandırılması amacıyla uygulanan kümeleme analizi sonuçları aşağıda ayrıntılarıyla yer almaktadır.

Tablo 2. Kümelerde Bulunan İşletme Sayıları ve Büyüklüğü

Kümelere	İşletme Sayıları	Büyüklüğü(%)
1	76	31,0
2	74	30,2
3	95	38,8
Toplam	245	100,0

İhracat yapan küçük ve orta büyüklükteki işletmeleri benzerliklerine göre gruplandırmak amacıyla uygulanan kümeleme analizi sonuçlarına göre birinci kümede yer alan işletme sayısı 76, ikinci kümede yer alan işletme sayısı 74 ve son olarak üçüncü kümede yer alan işletme sayısı 95 olarak gerçekleşmiştir. Tablo 2’de görüleceği üzere, birinci küme ve ikinci küme büyüklük olarak birbirine yakındır. Üçüncü kümenin büyüklüğü ise %38,8 olarak gerçekleşmiştir.

İhracat yapan küçük ve orta büyüklükteki işletmeleri insan sermayesi, örgütsel sermaye, dışsal sermaye ve ihracat performansı itibariyle gruplandırabilmek amacıyla 21 değişkene varyans analizi uygulanmıştır. %95 güven aralığında uygulanan varyans analizi sonuçlarına göre, 21 değişken itibariyle iki küme arasında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Tablo 3’te kümeleme analizi uygulaması sonucunda $\alpha = 0,01$ anlamlılık düzeyinde kümelerin birbirinden ayrılmasını sağlayan değişkenler yer almaktadır.

Tablo 3. Varyans Analizi Sonuçları

	Kümelere		Hata		F Değeri	Anlamlılık
	Ortalamaların Karesi	Serbestlik Derecesi	Ortalamaların Karesi	Serbestlik Derecesi		
İnsan kaynakları işletmemizin büyümesinde önemli rol oynamaktadır.	1,084	2	,638	242	1,700	,187
İşletmemizde çalışanlar yetenekli ve profesyoneldir.	9,594	2	,563	242	17,039	,000
İşletmemizde bilgi ve yeteneklerimizi geliştirmek amacıyla çok zaman ayırırız.	7,244	2	,447	242	16,216	,000
Çalışanlarımızın motivasyonu yüksektir.	5,058	2	,287	242	17,627	,000

İhracat Yapan KOBİ'lerin İnsan Sermayesi, Örgütsel Sermaye, Dışsal Sermaye İle İhracat Performansı İtibarıyla Gruplandırılması

Çalışanlarımız işlerine bağlıdır.	,742	2	,454	242	1,635	,000
İşletmemizde insan kaynakları yönetimi fonksiyonu iyi işlemektedir.	5,230	2	,405	242	12,907	,000
Takım çalışması bizim için önemlidir.	16,533	2	,501	242	32,633	,000
Çalışanlarımız bilgilerini yenilemeleri için sürekli olarak teşvik edilir.	12,973	2	,606	242	21,425	,000
Değerler bizim için çok önemlidir ve çalışanlarımız bu konuda bilinçlidir.	3,961	2	,431	242	9,193	,000
İş süreçlerimizi sürekli olarak geliştiririz.	1,453	2	,213	242	6,813	,002
Organizasyon yapısını sürekli olarak geliştiririz.	8,378	2	,340	242	24,662	,000
Yararlı ve güncel bilgi sistemlerine sahibiz.	,618	2	,592	242	1,043	,000
İşletmemizde iletişim sistemi herkese açıktır.	6,332	2	,629	242	10,070	,000
Müşterilerimiz işletmemiz için çok önemlidir.	,839	2	,439	242	1,911	,153
Tanınmış ve güçlü markalara sahibiz.	,993	2	,482	242	2,059	,132
Müşterilerimizden aldığımız geri besleme istisnalar dışında pozitifdir.	,024	2	,331	242	,073	,930
İşletmemiz için iyi bir imaja ve üne sahip olmak çok önemlidir.	3,420	2	,392	242	8,723	,000
Sahip olduğumuz bilgileri ortaklarımızla paylaşmak bizim için önemlidir.	8,290	2	,505	242	16,425	,000
İhracat faaliyetinin finansal sonucu	6,549	2	,215	242	30,391	,000
İhracattaki büyüme	21,745	2	,653	242	33,316	,000
İhracat satış hasılatı oranı	120,908	2	,543	242	222,609	,000

Tablo 3'te üç kümeyi birbirinden ayıran değişkenlerin anlamlılık düzeyleri ve F değerleri yer almaktadır. Hiyerarşik olmayan kümeleme analizi sonucunda $\alpha=0,01$ anlamlılık düzeyinde kümelerin birbirinden ayrılmasını sağlayan değişkenler yer almaktadır. Hiyerarşik olmayan kümeleme analizi sonuçlarına göre üç kümeyi birbirinden ayıran 17 değişken bulunmaktadır. Bu sonuçlar dikkate alındığında "İhracat yapan küçük ve orta büyüklükteki işletmeler; insan sermayesi, örgütsel sermaye, dışsal sermaye ve ihracat performansları itibarıyla

farklı alt gruplarda toplanmaktadır” şeklinde belirlenen araştırma hipotezimiz kabul edilmiştir.

Uygulanan hiyerarşik olmayan kümeleme analizi sonuçlarına göre, ihracat yapan küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin insan sermayesi, örgütsel sermaye, dışsal sermaye ve ihracat performansı itibariyle farklı alt gruplar oluşturduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4. Nihai Küme Merkezleri

	1. Küme	2. Küme	3. Küme
İşletmemizde çalışanlar yetenekli ve profesyoneldir.	3,20	3,96	4,23
İşletmemizde bilgi ve yeteneklerimizi geliştirmek amacıyla çok zaman ayırırız.	2,92	3,54	3,82
Çalışanlarımızın motivasyonu yüksektir.	3,48	3,88	4,22
Çalışanlarımız işlerine bağlıdır.	3,84	4,00	4,12
İşletmemizde insan kaynakları yönetimi fonksiyonu iyi işlemektedir.	3,08	3,50	3,83
Takım çalışması bizim için önemlidir.	3,20	3,83	4,51
Çalışanlarımız bilgilerini yenilemeleri için sürekli olarak teşvik edilir.	3,08	3,58	4,23
Değerler bizim için çok önemlidir ve çalışanlarımız bu konuda bilinçlidir.	3,84	3,83	4,37
İş süreçlerimizi sürekli olarak geliştiririz.	3,88	3,88	4,20
Organizasyon yapısını sürekli olarak geliştiririz.	3,16	3,83	4,12
Yararlı ve güncel bilgi sistemlerine sahibiz.	3,60	3,79	3,86
İşletmemizde iletişim sistemi herkese açıktır.	3,24	3,88	4,08
İşletmemiz için iyi bir imaja ve üne sahip olmak çok önemlidir.	4,52	4,08	4,71
Sahip olduğumuz bilgileri ortaklarımızla paylaşmak bizim için önemlidir.	4,48	3,50	4,42
İhracat faaliyetinin finansal sonucu	1,92	1,18	1,11
İhracattaki büyüme	3,20	1,42	1,92
İhracat satış hasılatı oranı	1,48	1,52	5,08

Tablo 4’te birinci küme, ikinci küme ve üçüncü kümeye ait ortalama değerler yer almaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Üçüncü kümede yer alan işletmeler diğer iki kümedeki işletmelere göre daha fazla çalışanlarının yetenekli ve profesyonel olduğunu düşünmekte, işletmede bilgi ve yetenekleri geliştirmek amacıyla daha fazla zaman ayırmaktadır. Ayrıca yine üçüncü kümede yer alan işletmeler diğer kümedekilere göre çalışanların motivasyonunun yüksek olduğunu, çalışanların işlerine bağlı olduğunu, insan kaynakları fonksiyonunun iyi işlediğini, takım çalışmasının önemli olduğunu, çalışanların bilgilerini yenilemeleri için sürekli olarak teşvik edildiğini belirtmişlerdir. Bütün bu sonuçlar dikkate alındığında insan gücü sermayesi

İhracat Yapan KOBİ'lerin İnsan Sermayesi, Örgütsel Sermaye, Dışsal Sermaye İle İhracat Performansı İtibarıyla Gruplandırılması

bakımından üç küme arasında belirgin farklılıklar olduğu dikkat çekmektedir. Üç küme arasında insan sermayesi bakımından en zengin olan alt grubun üçüncü küme olduğu söylenebilir. Üçüncü kümeyi, ikinci kümenin izlediği Tablo 4'te yer alan değerlerden anlaşılabilir.

Örgütsel sermayeyi oluşturan değişkenler bakımından durum değerlendirildiğinde ise, yine üçüncü kümeyi oluşturan işletmelerin dikkat çekici farklılıkları olduğu söylenebilir. Üçüncü kümede yer alan işletmeler açısından diğer kümelerle göre değerler daha fazla önem taşımaktadır. Ayrıca üçüncü kümede yer alan işletmeler diğer kümelerle göre daha fazla iş süreçlerini geliştirdiklerini, organizasyon yapısını sürekli olarak geliştirdiklerini, yararlı ve güncel bilgi sistemlerine sahip olduklarını ve işletmedeki iletişim sisteminin herkese açık olduğunu belirtmişlerdir. Örgütsel sermaye bakımından değerlendirildiğinde, üçüncü kümede yer alan işletmelerin daha güçlü olduğu, bunu ikinci kümede yer alan işletmelerin izlediği söylenebilmektedir.

Dışsal sermaye açısından değerlendirme yapıldığında üç değişken bakımından kümeler arasında istatistikî bakımdan anlamlı farklılıklar bulunmadığı dikkat çekmektedir. “Müşterilerimiz, işletmemiz için çok önemlidir”, “tanınmış ve güçlü markalara sahibiz”, “müşterilerimizden aldığımız geribesleme istisnalar dışında pozitifdir” değişkenleri bakımından üç küme arasında istatistikî bakımdan anlamlı farklılıklar olmadığı Tablo 3'ten anlaşılabilir. Tablo 4'ten anlaşılacağı üzere, üçüncü kümede yer alan işletmeler için iyi bir imaja ve üne sahip olmak diğer kümelerde yer alan işletmelere göre daha fazla önemlidir. Üç küme arasında bilgi paylaşımı konusunda en olumlu düşünen birinci kümede yer alan işletmelerdir.

İhracat performansı açısından değerlendirme yapıldığında üçüncü kümede yer alan işletmelerin ihracat faaliyetini karlılıkla sonuçlandıkları tespit edilmiştir. İhracat faaliyetinin karlılıkla sonuçlandırılması bakımından üçüncü kümeyi ikinci kümede yer alan küçük ve orta büyüklükteki işletmeler izlemektedir. İhracat performansını ölçmek amacıyla kullanılan değişkenlerden birisi de son beş yılda ihracattaki büyümenin değerlendirilmesi ile ilgilidir. Üçüncü kümede yer alan işletmelerin son beş yıl içinde ihracat faaliyetinde büyük bir artış olduğu, birinci kümede yer alan işletmelerin ise son beş yıl içinde ihracat faaliyeti sonucunda önemli bir değişiklik olmadığı Tablo 4'ten anlaşılmaktadır. Üç küme içinde ihracat satış hasılat oranı en yüksek olan kümenin üçüncü küme olduğu belirlenmiştir. Genel olarak değerlendirildiğinde ihracat performansı en yüksek olan KOBİ'ler üçüncü kümede yer almaktadır.

Araştırma sonuçlarından da anlaşılacağı üzere, ihracat performansı düzeyi ile insan sermayesi, örgütsel sermaye ve dışsal sermaye arasında paralellikler bulunmaktadır. Günümüzün yoğun ve dinamik rekabet ortamında faaliyetini sürdüren ihracatçı KOBİ'lerin performanslarını artırabilmek için sahip oldukları soyut varlıklarına önem göstermeleri gerekmektedir. Bir başka deyişle, çalışanlarına, organizasyon yapısına ve firmanın sahip olduğu imajı, markası gibi dışsal sermayeyi teşkile den unsurlar ihracat performans düzeyi konusunda belirleyici konumdadır.

EKLER
ARAŞTIRMADA KULLANILAN ÖLÇEKLER

Ölçekler	Değişken Sayısı
İnsan Gücü Sermayesi	8 değişken
İnsan kaynakları işletmemizin büyümesinde önemli rol oynamaktadır.	
İşletmemizde çalışanlar yetenekli ve profesyoneldir.	
İşletmemizde bilgi ve yeteneklerimizi geliştirmek amacıyla çok zaman ayırırız.	
Çalışanlarımızın motivasyonu yüksektir.	
Çalışanlarımız işlerine bağlıdır.	
İşletmemizde insan kaynakları yönetimi fonksiyonu iyi işlemektedir.	
Takım çalışması bizim için önemlidir.	
Çalışanlarımız bilgilerini yenilemeleri için sürekli olarak teşvik edilir.	
Örgütsel Sermaye	5 değişken
Değerler bizim için çok önemlidir ve çalışanlarımız bu konuda bilinçlidir.	
İş süreçlerimizi sürekli olarak geliştiririz.	
Organizasyon yapısını sürekli olarak geliştiririz.	
Yararlı ve güncel bilgi sistemlerine sahibiz.	
İşletmemizde iletişim sistemi herkese açıktır.	
Dışsal Sermaye	5 değişken
Müşterilerimiz, işletmemiz için çok önemlidir.	
Tanınmış ve güçlü markalara sahibiz.	
Müşterilerimizden aldığımız geribesleme istisnalar dışında pozitifdir.	
İşletmemiz için iyi bir imaja ve üne sahip olmak çok önemlidir.	
Sahip olduğumuz bilgileri ortaklarımızla paylaşmak bizim için önemlidir.	

İhracat Performansının Ölçümü

- İhracat faaliyetinin finansal sonucu;

(1) Kar elde ediyoruz. (2) Başabaş noktasındayız. (3) Zarar ediyoruz.

- Son beş yılı dikkate alarak ihracatınızdaki büyümeyi değerlendiriniz.

(1) Büyük bir artış var (2) Küçük bir artış var

(3) Önemli bir değişiklik yok (4) Küçük bir düşüş var

(5) Büyük bir düşüş var

- Toplam satış hasılatınız içerisinde, ihracat satış hasılatınızın oranı nedir?

(1) %10'dan az (2) %10- %19 (3) %20- %29

(4) %30- %39 (5) %40- %49 (6) %50 ve daha fazla

KAYNAKLAR

Baldauf, Artur. (2000). "Examining Determinants and of Export Performance in Small Open Economies". Journal of World Business. Spring.

Çavuşgil, Tamer& Zou, Shaoming. (1994). "Marketing Strategy Performance Relationship: An Investigation of The Empirical Link in Export Market Ventures", Journal of Marketing, Vol: (56), January.

Guthrie, James, (2001). "The Management, Measurement and the Reporting of Intellectual Capital", Journal of Intellectual Capital, Cilt (2), Sayı (1).

İhracat Yapan KOBİ'lerin İnsan Sermayesi, Örgütsel Sermaye, Dışsal Sermaye İle İhracat Performansı İtibarıyla Gruplandırılması

Kanbir, Hüseyin, (2004). "Yeni Bir Rekabet Gücü Kaynağı Olarak Entelektüel Sermaye ve Organizasyonel Performansa Yansımaları", Havacılık ve Uzay Teknolojileri Dergisi", Cilt (1), Sayı (3).

Kurtuluş, Kemal, (2004). Pazarlama Araştırmaları. Genişletilmiş 7. Basım. İstanbul.

Ogunmoku, Gabriel&Simone NG. (2005). "Factors Influencing Export Performance in International Marketing: A Study of Australian Firms". International Journal of Management. 21(2).

Porter, Michael. (1998). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. Free Press. New York.

Pun, Kit Fai& White, A. Sydney. (2005). "A Performance Measurement Paradigm For Integrating Strategy Formulation: A Review of Systems and Frameworks". International Journal of Management Reviews, Vol (7), Issue (1).

Q'Rouke Desmond, (1985). "Differences in Exporting Practices, Attitudes and Problems by Size of Firm". American Journal of Small Business. Vol: 9. No: 3.

Salojarvi, Sari& Furu, Patrick& Sveiby Karl Erik. (2005). "Knowledge Management and Growth in Finnish SMEs". Journal of Knowledge Management. Vol: (9), No: (2).

Sharma, Subhash, (1996). Applied Multivariate Techniques. John Wiley&Sons, Inc.

Shoham, Aviv, (1998). "Export Performance: A Conceptualization and Empirical Assesment". Journal of International Marketing. Vol (6). No (3).

Stewart, Thomas, (1997). (Çev. Nurettin Elhüseyin). Entelektüel Sermaye Kuruluşlarının Yeni Zenginliği, MESS Yayın No: 258,

Üner, M. Mithat. (1994). "Ankara Sanayi Odası'na Kayıtlı İşletmeleri İhracattan Alıkoyan Nedenler", Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, Haziran-Aralık.

Zigmund, Mary&Golden, Linda. (1997). Business Research Methods. Fifth Edition. The Dryden Press. Harcourt Brace College Publishers.