

GİRİŞİMCİLİĞİN İHRACATA ETKİSİ: BİR YATAY-KESİT REGRESYON ANALİZİ

Doç. Dr. Kadir Karagöz

Manisa Celal Bayar Üniversitesi , İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

kadir.karagoz@cbu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-4436-9235

Öz

İhracat kazançları gerek yüksek gerekse düşük gelirli ülkeler açısından ekonomik büyümeyi sağlamada önemli bir rol oynamaktadır. İhracat, döviz rezervi hacmi ve ulusal refah seviyesi üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu gibi verimlilik ve istihdam artışı yoluyla millî sanayinin gelişmesine de katkıda bulunmaktadır. Bununla birlikte, ihracatın ulusal ekonomi açısından önemine dair önceki araştırmalar daha ziyade köklü firmalar ve büyük çokuluslu şirketler üzerine odaklanmakta, yeni kurulan firmaların uluslararası piyasalardaki rolünü gözardı etmektedirler. Bu çalışmada, bir ülkenin girişimcilik düzeyi ile ihracat performansı arasındaki ilişki incelenerek bu konudaki boşluğu bir ölçüde gidermeye gayret edilmektedir.

119 ülkenin dahil edildiği yatay-kesit regresyon analizinden elde edilen bulgulara göre doğrudan yabancı yatırım girişleri, kişi başına gelir düzeyi, sermaye stoku, ithalat hacmi, sanayi üretimi ve internet kullanım yaygınlığı ülkenin ihracat oranı üzerinde anlamlı etkiye sahiptir. Ancak bazı katsayıların işaretleri beklentiyle uyuşmamaktadır. Diğer taraftan, çalışmanın asıl üzerinde odaklandığı girişimcilik düzeyinin ihracat performansını anlamlı bir şekilde etkilemediği görülmüştür. Bu sonuç, girişimcilik göstergesi olarak kullanılan değişkenin yeni kurulan girişimleri kapsamaması, bu firmaların da daha ziyade iç piyasaya dönük üretim yapılarıyla açıklanabilir. Ayrıca, ülkeler arası nötrleştirme etkisi ve girişimcilik tipinin de etkili olduğu söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, İhracat, Yatay-kesit regresyon Analizi.

IMPACT OF ENTREPRENEURSHIP ON EXPORTS: A CROSS-SECTIONAL REGRESSION ANALYSIS

Abstract

Export revenues play an important role in achieving economic growth in both low- and high-income countries. Exports have a positive impact on the national amount of foreign exchange reserves and on national prosperity, and contribute to the development of national industries, to improved productivity and to the creation

of employment. However, previous research with respect to the importance of export for national economies has strongly focused on established corporations and large multinational enterprises and has paid less attention to the role of start-ups in international markets. In this study it is attempted to address this gap by examining the relationship between a country's entrepreneurship level and exports performance.

Based on the findings obtained from the cross-sectional regression analysis where 119 countries are included in the sample, foreign direct investment inflows, per capita income level, gross capital formation, imports rate, industrial production and internet using prevalence have a significant effect on the country's export rate. However, the signs of some coefficients are not in accordance with the expectations. On the other hand, it has been observed that the level of entrepreneurship that the study focuses on does not significantly affect the export performance. This result can be explained by the fact that the variable used as an indicator of entrepreneurship includes new firms (start-ups) and these firms are more oriented towards domestic market. In addition, it can be said that the neutralization effect between countries and the type of entrepreneurship are also effective.

Keywords: Entrepreneurship, Exports, Cross-sectional Regression Analysis.

1. Giriş

Günümüzde gelişmiş ve gelişmekte olan tüm ülkeler için yüksek tempolu ve sürdürülebilir büyüme başlıca hedeflerden biridir ve bu bakımından ihracat vazgeçilmez ve öncelikli bir politika aracını oluşturmaktadır. İhracat, döviz rezervi hacmi ve ulusal refah seviyesi üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu gibi verimlilik ve istihdam artışı yoluyla ulusal sanayinin gelişmesine de katkıda bulunmaktadır. Özellikle, ekonomik darboğazlar karşısında daha kırılgan ve zayıf durumda bulunan gelişmekte olan ülkeler açısından ihracata dayalı büyüme politikası daha büyük önem arz etmektedir.

Genel olarak, daha sermaye yoğun, daha yenilikçi, daha verimli ve etkin oldukları için ihracatçı firmaların diğer firmalara nazaran daha yüksek performans gösterdikleri bir gerçektir. Bununla birlikte, ihracatın ulusal ekonomi açısından önemine dair önceki araştırmalar daha ziyade köklü firmalar ve büyük çokuluslu şirketler üzerine odaklanmakta, yeni kurulan firmaların uluslararası piyasalardaki rolünü gözardı etmektedirler (Hessels ve van Stel, 2011).

Kısaca, yeni firmaların hayata geçirilmesini ifade eden girişimciliğin ekonomik büyümeyi sağlama ve rekabet gücünü artırma yolunda kayda değer katkıda bulunduğu ilişkin çeşitli ampirik kanıtlar mevcuttur (diğerleri arasında bkz. van Stel vd., 2005; Stam, 2008; Yanya vd. 2011; Acs vd., 2012; Amaghous ve Ibourk, 2013; Feki ve Mnif, 2016). Bununla birlikte, özellikle uluslararası girişimcilik yoluyla girişimciliğin dış ticaret açısından da genişlemeye katkıda bulunabileceği düşünülebilir.

İlgili literatür incelendiğinde, firmaların uluslararasılaşma veya ihracat eğilimini, ihracat performansını veya ihracat yoğunluğunu etkileyen faktörlere ilişkin birçok çalışma bulunmakla birlikte (genel bir değerlendirme için bkz. Keupp ve Gassmann, 2009), girişimciliğin uluslararası ticaretle ilişkisi konusunda ampirik araştırmaların eksikliği göze çarpmaktadır. Az sayıdaki çalışmalardan birinde, Altuntaş vd. (2015) uluslararası girişimciliğin ihracat performansına etkisini 437 ihracatçı firmadan oluşan bir örnekleme uyguladıkları anket yoluyla araştırmıştır. Yürüttükleri korelasyon ve regresyon analizleri iki olgu arasında pozitif yönlü bir ilişkinin geçerli olduğuna işaret etmektedir. Kurt ve Bilge (2016), Manisa OSB’de faaliyet gösteren bir grup firmayı içeren araştırmalarında ihracat pazar performansı ile rakiplerle işbirliği yönelimi ve uluslararası pazar yönelimi arasında pozitif ve anlamlı ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca, ihracat payı düşük olan işletmelerin rakiplerle işbirliği, uluslararası isteklendirme ve uluslararası girişimcilik yönelimlerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Hessels ve van Stel (2011), girişimciliğin ekonomik büyümeye etkisini araştırdıkları çalışmada ihracat-yönelimli girişimlerin etkisini de dikkate almışlar ve bu tür firmaların ihracatı artırarak dolaylı yoldan büyümeye katkıda bulunduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ancak bu sonuç düşük gelirli ülkelerde değil yüksek gelirli ülkelerde geçerlidir. Fernandez-Mesa ve Alegre (2014) küçük-orta boy firmalar için yürüttükleri analizde girişimcilik yöneliminin örgütsel öğrenme becerisi ve yenilik yaratma kapasitesi yoluyla firmaların ihracat performansı ve ihracat yoğunluğunu olumlu etkilediği bulgusuna ulaşmışlardır.

Bu çalışmada, diğer açıklayıcı faktörlerin yanı sıra, ülkelerin girişimcilik düzeyi ile ihracat performansı arasındaki ilişki incelenerek literatürde bu konudaki boşluğu bir ölçüde gidermeye yönelik mütevazı bir katkıda bulunmak amaçlanmaktadır. Çok değişkenli regresyon analizinden elde edilen bulgular girişimcilik ile ihracat performansı arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığına işaret etmektedir.

2. Teorik Değerlendirme

Yeni firmaların faaliyete geçmesi olarak tanımlanabilecek girişimcilik, hâlihazırda faaliyette olan firmalar tarafından kullanılmayan bilginin piyasaya aktarımını sağlayarak rekabetçi toplumlarda ekonomik büyümenin gerçekleştirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Gelişmiş rekabetçi ülkelerde sadece yurtiçi talep için değil uluslararası piyasalar için de üretim yapılarak gelir ve refah seviyesi daha da artırılır iken (Gonzalez-Pernia ve Pena-Legazkue, 2015), az gelişmiş toplumlarda öncelikle iç piyasaya yönelik üretim yapılmaktadır.

İş fırsatları tarafından motive edilen yeni girişim tipleri içerisinde ihracat piyasalarına yönelenlerin davranış özellikleri ve girişimciliğin ihracat üzerindeki etkisi ilgili literatürde ne teorik ne de ampirik olarak pek fazla incelenmiştir. Uluslararası piyasalar ve girişimcilik faaliyetleri konusundaki tartışmalar daha çok uluslararası girişimcilik kavramı etrafında yoğunlaşmaktadır.

İster küçük ister büyük, ister yeni isterse eski olsun tüm firmalar için yurtiçi ve uluslararası firma şeklinde ikili bir ayırım yapılabilir. Girişimcilik tanımı içine giren yeni firmalar (start-ups) ya kurulduktan bir süre sonra uluslararası faaliyet göstermeye yönelebilirler veya kuruldukları tarihten itibaren yurtdışına üretimi hedeflemiş olabilirler. Bu ikinci gruptaki firmalar doğuştan-küresel (born-global) olarak adlandırılmaktadır. Kuruldukları tarihten sonraki ilk üç yıl içinde uluslararası faaliyete başlama durumuna (uluslararasılaşma hızına) göre yeni firmalar şu üç gruba ayrılmaktadır: kuruldukları yıldan itibaren ihracata başlayanlar (hazır ihracatçı), ikinci veya üçüncü yılda ihracat yapanlar (hızlı ihracatçı) ve dördüncü veya sonraki yıllarda ihracata başlayanlar (geç ihracatçı) (Cieslik ve Kaciak, 2009).

İşletmelerin gerek aldıkları kararlar doğrultusunda gerek itici güçler sayesinde dış pazara açılmaları, uluslararası pazarlardaki fırsatları görüp değerlendirmeleri gibi faaliyetler uluslararası girişimcilik alanını oluşturmaktadır. Uluslararası girişimcilik, uluslararası pazarda firma değerini arttırmak için yenilikçi, proaktif ve risk alma davranışlarının tümü olarak tanımlanmıştır (Dimitratos vd., 2004). En az yatırımı ve en az risk almayı gerektirdiğinden uluslararası pazarlara girmede en sık kullanılan yöntem ihracattır (Kurt ve Bilge, 2016). Dolayısıyla uluslararasılaşmayı hedefleyen yeni girişimler için de en kolay ve ilk girilecek yol ihracat yapmaktır (Fernandez-Mesa ve Alegre, 2014).

Melitz'in (2003) öncü çalışması ile teorik temelleri atılan uluslararası firma davranışı teorisine göre bir firmanın ihracat piyasasına girme ve çıkma kararı temelde iki faktörden etkilenmektedir: firma düzeyindeki verimlilik değişimi ve batık maliyetler. Yeni girişimler genellikle küçük-orta boy firmalar olduklarından, ihracat faaliyetinden doğan sabit maliyetler ve ölçek ekonomileri nedeniyle büyük firmalara nazaran (en azından ilk yıllarda) yurt-içi piyasada kalmayı daha fazla tercih etmektedirler (Gashi vd., 2014). Çoğu yeni girişimin fırsat (opportunity) temelli olmaktan ziyade ihtiyaç (necessity) temelli girişimciliğe dayanması bu tercihin daha da belirginleşmesine ve dolayısıyla girişimciliğin ihracat üzerinde beklenen genişletici etkiyi gösterememesine neden olacaktır.

Uluslararasılaşmak firmalar açısından yurtiçi faaliyetlere nazaran önemli birtakım güçlükleri de beraberinde getirmektedir. Her şeyden önce uluslararasılaşmak isteyen bir firma

hedef piyasanın rekabet koşulları ve hukukî yapısı hakkında yeterli bilgiye sahip olmalıdır. İhracat faaliyeti için gerekli resmî ve teknik prosedürlerin tamamlanması firmalar açısından nispeten daha kolay süreçlerdir. Bu noktalar dikkate alındığında, özellikle yeni kurulan küçük firmaların uluslararası faaliyetlere katılmasının köklü ve büyük firmalara nazaran daha zor ve sancılı olması şaşırtıcı olmayacaktır. Bununla birlikte, pek çok ülkede hükümetler firmaları ihracata teşvik etmek için finansal ve teknik açıdan önemli kolaylıklar ve kaynaklar sağlamaktadırlar.

3. Girişimciliğin Ölçülmesi

Girişimciliğin tanımlanması ve buna paralel olarak bir ülkedeki girişimcilik faaliyetlerinin ölçülmesi belirli bir zorluğu da beraberinde getirmektedir. Girişimciliği doğrudan ölçmek zor olduğundan, özellikle ampirik analizlerde, girişimcilik çeşitli göstergelerle temsil edilmektedir. Bunlar arasında en çok kullanılan göstergeler patent sayısı, yeni kurulan şirket sayısı ve kendi hesabına çalışan nüfus oranıdır. Bunların yanı sıra, son yıllarda GEM verilerinin de giderek yaygın bir şekilde kullanıldığı görülmektedir. Bunda GEM verilerinin girişimciliğin daha hassas ve güvenilir bir ölçüsünü vermesinin yanında, zaman içinde veri stokunun ve kapsanan ülke sayısının artmasının da etkili olduğu söylenebilir (Karagöz, 2016).

Global Entrepreneurship Monitor (Küresel Girişimcilik İzleme - GEM), girişimciliğin ekonomik büyüme sürecindeki önemini araştırmak amacıyla, 1997 yılında Babson College ve London Business School tarafından başlatılmış bir akademik araştırmadır. GEM araştırması yeni ve küçük işletmelerin önemini vurgulayarak, girişimciliğin farkına varılmasını sağlamıştır. 10 ülkenin katılımıyla başlayan projenin, ilk araştırma sonuçları 1999 yılında yayınlanmıştır. Projenin başlangıcından beri, 100'ü aşkın ülke GEM projesine katılmıştır. Bu proje, dünyada girişimcilikle ilgili uzun süreli veri toplayan en önemli araştırma projesidir.

GEM'in temel amaçlarından biri, girişimcilik faaliyetini, süreç içinde, ülke düzeyinde ve ülkeler arası karşılaştırmalara olanak sağlayacak bir şekilde ölçmektir. GEM modeli, amaçları doğrultusunda, girişimcilik sürecinde bireylerin oynadığı role odaklanır. Yeni iş kurmaya yönelik davranışta bulunan her şahsın ulusal girişimcilik seviyesinde etkisi var kabul edilir. GEM modelinin başka bir özelliği de girişimcilikle bir süreç olarak ilgilenmesidir. GEM araştırması, işletmesi olan ve işletmesini yöneten kişilerin yanı sıra, yeni işletme kurma sürecindeki kişilerden de veri toplamaktadır. Buna bağlı olarak araştırmada, girişimciliğin çeşitli evrelerinde bulunanların girişimcilikteki tutumları, faaliyetleri ve beklentileri hakkında da bilgi toplanır. GEM'e göre girişimcilik; "kendi hesabına çalışan, yeni bir iş kuran veya var

olan bir işletmeyi büyüten kişi/kişilerin veya mevcut işletmelerin yaptığı her türlü yeni iş kurma faaliyetidir” (Karagöz, 2016).

Ülkelerarası güvenilir karşılaştırmalar elde edebilmek için GEM verileri projeye katılan tüm ülkelere uyumlu hale getirilmiş bir araştırma tekniği kullanılarak sağlanmaktadır. Veriler iki ana kaynaktan yıllık olarak toplanmaktadır: Yetişkin Nüfus Anketi ve Ulusal Uzmanlar Anketi.

4. Ekonometrik Analiz

4.1. Değişkenler

Ampirik iktisat literatüründe standart bir ihracat fonksiyonu yapısı mevcut olduğu söylenemez. Çeşitli ülke ya da ülke grupları için ihracat fonksiyonu tahmininde bulunulan çalışmalarda bir dizi ortak değişkenin yanı sıra duruma özgü bazı farklı değişkenlere de denklemlerde yer verilmektedir. Bu çalışmada, önceki çalışmalar ve veri derleme imkânları da gözetilerek, ülkelerin ihracat performansları (ihracat hacminin GSYH’ye oranı – Y) üzerinde aşağıdaki faktörlerin etkili olduğu düşünülmüştür:

Tablo 1. Açıklayıcı değişkenler.

Değişken	Gösterge	Rumuz	Beklenen etki
Finansal altyapı	100 bin kişi başına ticarî banka şubesi sayısı	$X1$	+
Doğrudan yabancı yatırım	Gelen doğrudan yabancı yatırım hacmi	$X2$	+
Gelir düzeyi	Kişi başına GSYH	$X3$	+
Sermaye birikimi	Gayrisafi sabit sermaye oluşumu	$X4$	+
İthalat	İthalatın GSYH’ye oranı	$X5$	+
Sanayi üretimi	Sanayi sektörü katma değerinin GSYH’ye oranı	$X6$	+
Enflasyon	TÜFE değişim oranı	$X7$	-
İşgücü	İşgücü stoku	$X8$	+
İnternet kullanım yoğunluğu	1 milyon kişi başına server sayısı	$X9$	+
Girişimcilik düzeyi	2015 ve 2016 GEI performansı	$X10, X11$	+
İhracat işlem maliyeti	İhracat belgeleri ve sınır işlemleri için ödenen bedel	$X12$	-
İhracat bürokrasisi	İhracat belgeleri ve sınır işlemleri için harcanan süre	$X13$	-
Finansman kolaylığı	Bankalar tarafından özel sektöre kullanılan kredi hacmi	$X14$	+
Döviz kuru	2016 yılı itibariyle ABD Doları/ yerel para paritesi	$X15$	+

Önsel olarak enflasyon oranı, ihracat işlem maliyeti ve bürokrasisindeki artışların ihracatı azaltması, diğer değişkenlerdeki artışların ise ihracatı teşvik etmesi beklenmektedir.

Yatay-kesit regresyonunda 119 ülkeye ait 2016 yılı verileri kullanılmıştır. GEI (Global Entrepreneurship Index – Küresel Girişimcilik Endeksi) değerleri GEM raporundan, diğer veriler Dünya Bankası online veritabanından (WDI) derlenmiştir.

Serilere ilişkin betimleyici istatistikler Tablo 2’de sunulmuştur. Örneklemdaki ülkelerin birçok açıdan heterojen bir yapı sergiledikleri ilk sütunlardan görülmektedir. Özellikle gelir düzeyi, işgücü stoku, internet kullanım yaygınlığı, ihracat işlem maliyeti ve döviz kuru açısından ülkeden ülkeye çok ciddi farklılıklar görülmektedir. Serilerin büyük kısmının sola çarpık ve sivri (normal-dışı) dağılım gösterdikleri anlaşılmaktadır. Jarque – Bera (J – B) istatistiği değerleri de bu durumu açıkça ortaya koymaktadır.

Tablo 2. Serilere ilişkin betimleyici istatistikler.

	Ortalama	Medyan	Max.	Min.	Std. Hata	Çarpıklık	Basıklık	J – B	Prob.
Y	42,33	33,49	221,26	7,94	32,63	2,84	13,66	725,20	< 0,01
X1	16,61	13,24	76,26	0,49	12,80	1,63	6,87	127,77	< 0,01
X2	5,39	2,69	7696099	-7,38	10,61	4,27	24,36	2627,57	< 0,01
X3	17573,78	7520,53	108600,9	416,00	21442,68	1,72	5,84	98,95	< 0,01
X4	23,11	22,33	50,00	11,74	6,37	1,33	5,83	74,88	< 0,01
X5	44,62	38,14	186,16	11,50	27,89	2,63	12,95	628,48	< 0,01
X6	26,25	25,51	57,28	7,47	8,76	0,88	4,29	23,96	< 0,01
X7	3,26	1,63	32,37	-1,79	4,80	2,74	14,17	768,90	< 0,01
X8	26575	5411	787000	152	87454700	7,10	57,10	15513,59	< 0,01
X9	2728,68	275,96	35663,71	0,34	5594,61	3,23	15,31	959,57	< 0,01
X10	38,16	33,50	86,20	9,90	17,67	0,60	2,52	8,39	0,015
X11	39,82	35,50	85,00	14,40	16,74	0,72	2,56	11,32	< 0,01
X12	433,36	375,00	1833,00	0,00	353,47	1,13	4,62	38,39	< 0,01
X13	91,14	59,00	481,00	1,00	91,74	1,29	4,87	50,95	< 0,01
X14	61,99	51,31	222,72	2,72	42,70	1,28	4,66	46,26	< 0,01
X15	922,26	10,31	30914,85	0,30	3766,45	6,15	43,79	9002,47	< 0,01

Değişkenler arasındaki çapraz korelasyonlar ise Tablo 3’de verilmiştir. Görüldüğü gibi açıklayıcı değişkenler arasında genel olarak zayıf ilişki bulunmaktadır. 105 çapraz korelasyondan sadece 14 tanesi mutlak değer olarak 0,50 den yüksektir. Burada ilgi çekici olan,

ihracat bürokrasisinin hantallığı ($X13$) ile girişimcilik düzeyi arasındaki negatif yönlü orta dereceli ilişkidir. Girişimcilik düzeyine bağlı olarak bürokrasinin değişmesi pek mümkün olmayacağından, özellikle ihracata yönelik girişimciliğin ihracat bürokrasisi arttıkça zayıfladığını düşünmek daha akla yakındır.

Tablo 3. Seriler arası çapraz korelasyonlar.

	Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15
Y	1															
X1	0.30	1														
X2	0.69	0.29	1													
X3	0.51	0.45	0.32	1												
X4	-0.03	-0.25	-0.07	-0.10	1											
X5	0.95	0.26	0.70	0.37	-0.02	1										
X6	-0.02	-0.22	-0.26	-0.02	0.43	-0.15	1									
X7	-0.27	-0.35	-0.13	-0.31	0.05	-0.26	0.14	1								
X8	-0.16	-0.04	-0.08	-0.08	0.27	-0.21	0.12	0.04	1							
X9	0.40	0.32	0.21	0.68	-0.10	0.30	-0.20	-0.25	-0.07	1						
X10	0.36	0.40	0.12	0.83	-0.15	0.23	-0.02	-0.33	-0.04	0.67	1					
X11	0.36	0.33	0.12	0.83	-0.16	0.23	-0.05	-0.35	-0.06	0.69	0.98	1				
X12	-0.34	-0.41	-0.16	-0.32	0.18	-0.36	0.23	0.42	0.07	-0.30	-0.37	-0.36	1			
X13	-0.36	-0.48	-0.19	-0.48	0.25	-0.33	0.29	0.62	0.01	-0.39	-0.58	-0.58	0.59	1		
X14	0.41	0.39	0.26	0.61	-0.10	0.34	-0.12	-0.37	0.14	0.46	0.63	0.62	-0.33	-0.47	1	
X15	-0.01	-0.03	-0.04	-0.15	0.03	-0.03	0.15	0.09	0.03	-0.11	-0.16	-0.17	0.07	0.16	0.01	1

4.2. Bulgular

Yatay-kesit regresyon analizinden elde edilen bulgulara göre (Tablo 4); doğrudan yabancı yatırım girişleri ($X2$), kişi başına gelir düzeyi ($X3$), sermaye stoku ($X4$), ithalat hacmi ($X5$), sanayi üretimi ($X6$) ve internet kullanım yaygınlığı ($X9$) ülkenin ihracat oranı (Y) üzerinde anlamlı etkiye sahiptir. Sermaye stoku dışındaki değişkenlerin katsayılarının işaretleri önsel beklentilerle uyusmaktadır. Buna karşılık, finansal altyapı ($X1$), enflasyon ($X7$), işgücü stoku ($X8$), ihracat işlem maliyeti ve bürokrasisi ($X12$ ve $X13$), finansman kolaylığı ($X14$) ve döviz kuru ($X15$) değişkenlerinin etkisi ise istatistiksel olarak anlamsız bulunmuştur. Yatay-kesit regresyon analizinden elde edilen bulgular genel olarak sermaye ve üretim hacminin ülkelerin ihracat hacmi üzerinde anlamlı (ve genellikle pozitif) etkide bulunduğunu göstermektedir. İnternet kullanım yoğunluğuyla ifade edilen bilgi-iletişim teknolojileri kullanımının da ihracata olumlu yansıdığı bulgular arasındadır.

Tablo 4. Yatay-kesit regresyonu tahmin sonuçları.

Değişken	Katsayı	Std. Hata	t-istatistiği	p-değeri
<i>sabit</i>	-14.3558	5.3171	-2.6999	0.0081
<i>X1</i>	-0.0047	0.0704	-0.0662	0.9473
<i>X2</i>	0.2117	0.1048	2.0211	0.0459
<i>X3</i>	0.0002	7.09e-05	2.6555	0.0092
<i>X4</i>	-0.4017	0.1334	-3.0105	0.0033
<i>X5</i>	1.0146	0.0412	24.6034	0.0000
<i>X6</i>	0.6108	0.1055	5.7876	0.0000
<i>X7</i>	-0.0825	0.1953	-0.4226	0.6735
<i>X8</i>	1.31e-08	9.18e-09	1.4296	0.1558
<i>X9</i>	0.0004	0.0002	2.3377	0.0213
<i>X10</i>	0.2899	0.2392	1.2116	0.2284
<i>X11</i>	-0.3090	0.2565	-1.2044	0.2312
<i>X12</i>	0.0022	0.0026	0.8282	0.4095
<i>X13</i>	-0.0052	0.0134	-0.3892	0.6979
<i>X14</i>	-0.0057	0.0242	-0.2372	0.8130
<i>X15</i>	0.0002	0.0002	0.8061	0.4221
R ²	0.9525	Akaike kriteri		7.0228
Log olabilirlik	-401.8587	Schwarz kriteri		7.3965
F-istatistiği	137.6303 (0.0000)	Hannan-Quinn kriteri		7.1746
B-P-G LM istatistiği	0.9464 (0.5165)	B-G LM istatistiği		0.7633 (0.3844)
n	119	Durbin-Watson istatistiği		1.8253

Diğer taraftan, çalışmanın asıl odak noktasını oluşturan girişimcilik düzeyinin (*X10* ve *X11*) ülkelerin ihracat performansı üzerinde anlamlı bir etkide bulunduğu konusunda yeterli güçte kanıt elde edilememiştir. Belirli bir dönemdeki girişimcilik becerisi ve faaliyetlerinin ihracata yansması eşzamanlı olarak gerçekleşmeyip zaman alabilir. Olası bir gecikmeli ilişki biçimi dikkate alınarak sadece 2016 değil 2015 yılı girişimcilik skoruna da modelde yer verilmiş olduğu halde durum değişmemiştir. Bu bulgunun, bir kısmı veri yapısından bir kısmı da ülkelerin girişimcilik özelliklerinden kaynaklanan çeşitli nedenlerinden bahsedilebilir.

Bu sonuç öncelikle, analizde girişimcilik düzeyini temsilen kullanılan ölçütün yeni kurulan firmaları (start-ups) dikkate almasından kaynaklanıyor olabilir. Genellikle firmalar

kuruluşlarının ilk yıllarında daha ziyade yurt içi piyasalardaki boşlukları doldurmayı hedeflemekte, ihracat seçeneği firma tutunup biraz daha büyüdükten sonra ileriki yıllarda gerçekleştirilecek bir amaç olarak görülmektedir. Bu nedenle, firma kuruluşunu izleyen ilk birkaç yıl içerisinde girişimciliğe bağlı ihracat artışını gözlemek zor olabilir. Ancak, zaman içindeki etkileşimi dikkate alan bir dinamik panel veri analizi ile sözkonusu ilişkiyi daha derinlemesine incelemek mümkün olabilecektir.

Bir diğer neden, Acs ve Amoros (2008)'un işaret ettiği nötrleşme etkisi olabilir. Acs ve Amoros (2008), ekonomik büyüme ile girişimcilik düzeyi arasındaki ilişkiyi araştırdıkları çalışmalarında *ihracat-yönlü* (export-oriented) girişimlerin ekonomiye etkisinin gelişmekte olan ülkelerde negatif iken gelişmiş ülkelerde pozitif olduğunu ortaya koymaktadırlar. Bunun nedeni, etkinlik-yönlü aşamada bulunan gelişmekte olan ülkelerde ihracatın küçük firmalar tarafından değil, büyük ve çokuluslu firmalar tarafından yapılmasıdır. Diğer taraftan, bu firmaların genellikle *yenilik-yönlü* (innovation-oriented) olmaları da bu uyumsuzluğu artırmaktadır. Örneklem birimlerinin heterojen yapısının sonucu olarak, sözkonusu ilişkinin birimlerin karakteristik özelliklerinden dolayı zıt yönlülük arz etmesi olasıdır. Örneklemde çeşitli büyüklük ve gelişmişlik düzeylerinden ülkeler bulunduğundan sözü edilen ters yönlü etkilerin birbirlerini nötrleştirmesi ve bunun sonucunda anlamlı bir etkileşimin elde edilememesi mümkündür.

Girişimcilik becerisinin ihracat üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmaması ülkelerde baskın olan girişimcilik türünden de kaynaklanabilir. Girişimcilik faaliyetine yönelim açısından ülkeler arasında ciddi farklılıklar vardır ve ihtiyaç ve fırsat temelli girişimcilik oranı ülkeden ülkeye değişiklik göstermektedir (Acs vd., 2008). Acs ve Varga (2005), 11 ülkeyi kapsayan çalışmalarında her iki tür girişimciliğin ekonomik kalkınmaya etkisi üzerinde durmuş ve fırsat girişimciliği pozitif etkiye sahipken ihtiyaç girişimciliğinin herhangi bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Benzer durumun ihracat performansı açısından da geçerli olduğu söylenebilir. İhtiyaç girişimciliğinden doğan firmaların hem yenilik potansiyellerinin hem de rekabet güçlerinin zayıf olmasından dolayı ihracat gibi uluslararası düzeyde yenilikçilik ve rekabet gücü gerektiren bir alanda varlık göstermeleri zordur.

5. SONUÇ

İhracat günümüz ekonomileri için sürdürülebilir kalkınma ve istihdam artışının en önemli araçlarından biridir. Ekonomilerin canlılıklarını ve rekabet güçlerini koruyabilmeleri girişimcilik performansı ile yakından ilişkilidir. Girişimciliğin getireceği yenilikçi ve dinamik

üretim süreçleri, yurtiçi piyasaların daha etkin çalışmasını sağlamak kadar ülkenin yurtdışı piyasalardaki rekabet gücünü artırma potansiyelini de yükseltmektedir. Buradan hareketle, girişimciliğin ülkelerin ihracat performanslarına olumlu katkı yapacağı düşünülebilir. Bu çalışmada geniş sayılabilecek bir örneklemin sunduğu bilgidan hareketle sözkonusu hipotez test edilmiştir.

Yatay-kesit regresyonundan elde edilen bulgular, ülkelerin girişimcilik düzeylerinin ihracat performansı üzerinde eşzamanlı veya gecikmeli olarak anlamlı bir etkide bulunmadığına işaret etmektedir. Girişimciliğin yanı sıra ülkelerin ihracat performansını etkileyebileceği düşünülen bir dizi kontrol değişkeninin etkisi de dikkate alınmıştır. Bu amaçla modelde yer verilen doğrudan yabancı yatırım girişleri, kişi başına gelir düzeyi, sermaye stoku, ithalat hacmi, sanayi üretimi ve internet kullanım yaygınlığı ihracat oranı üzerinde anlamlı etkiye sahipken, finansal altyapı, enflasyon, işgücü stoku, ihracat işlem maliyeti ve bürokrasisi, finansman kolaylığı ve döviz kuru değişkenlerinin etkisi ise istatistiksel olarak anlamsız bulunmuştur.

Ülkelerin girişimcilik düzeyleri ile ihracat performansları arasında anlamlı bir ilişkiye dair yeterince ampirik kanıt bulunamaması kısmen analizde girişimcilik göstergesi olarak kullanılan serinin yapısından kaynaklanabileceği gibi ülkelerde baskın olan girişimcilik tipinden de ileri gelebileceği düşünülebilir.

KAYNAKÇA

- Acs, Z. J. ve Varga, A. (2005). Entrepreneurship, Agglomeration and Technological Change, *Small Business Economics*, 24, 323–334.
- Acs, Z. J. ve Amoros, J. E. (2008). Entrepreneurship and Competitiveness Dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, 31, 305–322.
- Acs, Z. J., Desai, S. ve Hessels, J. (2008). Entrepreneurship, Economic Development and Institutions, *Small Business Economics*, 31, 219-234.
- Acs. Z. J., Audretsch. D. B., Braunerhjelm. P. ve Carlsson, B. (2012). Growth and Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 39, 289–300.
- Altuntaş. G., Sözüer, A. ve Semerciöz. F. (2015). Uluslararası Girişimcilik ile İhracat Pazar Performansı Arasındaki İlişki: Türkiye'deki İhracatçı İşletmeler Örneği, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 16 (1), 65–78.

- Amaghous, J. ve Ibourk, A. (2013). Entrepreneurial Activities. Innovation and Economic Growth: The Role of Cyclical Factors, *International Business Research*, 6 (1), 153–162.
- Cieslik, J. ve Kaciak, E. (2009). The Speed of Internationalization of Entrepreneurial Start-Ups in a Transition Environment, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 14 (4), 375-392.
- Dana, L. P., Grandinetti, R. ve Mason, M. C. (2016). International Entrepreneurship, Export Planning and Export Performance: Evidence from a Sample of Winemaking SMEs, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 29 (4), 602-626.
- Dimitratos, P., Lioukas, S. ve Carter, S. (2004). The Relationship between Entrepreneurship and International Performance: The Importance of Domestic Environment, *International Business Review*, 13, 19-41.
- Feki, C. ve Mnif, S. (2016). Entrepreneurship. Technological Innovation and Economic Growth: Empirical Analysis of Panel Data, *Journal of the Knowledge Economy*, 7 (4), 984–999.
- Fernandez-Mesa, A. ve Alegre, J. (2014). Entrepreneurial Orientation and Export Intensity: Examining the Interplay of Organizational Learning and Innovation, *International Business Review*, 24, 148-156.
- Gashi, P., Hashi, I. ve Pugh, G. (2014). Export Behaviour of SMEs in Transition Countries, *Small Business Economics*, 42, 407-435.
- Gonzalez-Pernia, J. L. ve Pena-Legazkue, I. (2015). Export-oriented Entrepreneurship and Regional Economic Growth, *Small Business Economics*, 45, 505-522.
- Hessels, J. ve van Stel, A. (2011). Entrepreneurship. Export Orientation and Economic Growth, *Small Business Economics*, 37, 255–268.
- Karagöz, K. (2016). Girişimcilik – Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye İçin Ekonometrik Bir Analiz, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 11 (2), 264-292.
- Keupp, M. M. ve Gassmann, O. (2009). The Past and the Future of International Entrepreneurship: A Review and Suggestions for Developing the Field, *Journal of Management*, 35 (3), 600-633.
- Kurt, İ. ve Bilge, H. (2016). Uluslararası Girişimcilik ve İhracat Performansı İlişkisi: Manisa Örneği, *Journal of Human Sciences*, 13 (3), 4685-4696.

- Melitz, M. (2003). The Impact of Trade on Intra-industry Reallocations and Aggregate Industry Productivity, *Econometrica*, 71 (6), 1695-1725.
- Stam, E. (2008). Entrepreneurship and Innovation Policy, *Micro-Foundations for Innovation Policy içinde*, B. Nooteboom ve E. Stam (ed.), (pp. 154–160), Amsterdam University Press.
- Yanya, M., Abdul-Hakim, R. ve Abdul Razak, N. A. (2011). Entrepreneurship Causes Growth or Growth Causes Entrepreneurship? Evidence from Thailand, *International Conference on Business and Economic Research*, Singapore, 53–57.