

## GİRİŞ

Firmaların uluslararası boyuttaki faaliyetleri ilgi çeken bir konu olmakla beraber firma özelliklerinin firmanın uluslararası boyuttaki faaliyetleri üzerinde etkisinin olup olmadığı uzun süre akademisyenleri meşgul etmiştir. Bu amaçla yapılan araştırmalardan nispeten eski olanları firma özelliklerinin firmanın uluslararası faaliyetleri üzerinde etkisi olduğunu gösterirken, nispeten yeni yapılan çalışmalarda bu ilişki tespit edilememiştir. Bu doğrultuda uluslararasılaşma teorileri için getirilen eleştirilerin bir kısmı küreselleşme sürecinde Internet temelli ekonomilerde yeni teorilere ihtiyaç olduğu, günümüz ekonomik koşullarında bu teorilerin firmaların uluslararasılaşma sürecini açıklamaktan uzak olduğu yönündedir.

Firmaların uluslararasılaşması konusunda cevap aranması gereken noktalardan birisi de firma büyüklüğünün, firmanın ihracatçı olup olmamasına ve ihracatının aynı dönemdeki toplam satışına oranına bir etkisinin olup olmadığıdır. Elinizdeki bu çalışma yukarıda belirtilen sorulara cevap aramaktadır. Bunu ortaya koyabilmek için 2000 yılında 500 imalatçı firma ile Denizli genelinde yapılan bir envanter çalışmasından elde edilen veriler kullanılmıştır.

## I. FİRMA BÜYÜKLÜĞÜ ve İHRACAT İLİŞKİSİ

Firmaların dış pazarlara açılma sürecinde izledikleri yollar uzun süre akademisyenlerin dikkatini çekmiş, bu konuda çok sayıda araştırma yapılmıştır. 1975 yılında Upsala modeli (Johanson ve Weiderheim-Paul, 1975) ile başlayan model arayışları, uluslararasılaşma sürecinde dış pazarda girişilen faaliyetleri adım adım izleyebilmek amacıyla hizmet eden bir dizi model ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu modellerden en çok tartışılanları Johanson ve Weiderheim-Paul (1975), Bilkey Tesar (1977), ve Cavusgil (1980) modelleri olarak sıralanabilir. Sözü edilen bu çalışmalar firmaların dış pazardaki faaliyetlerinin kapsamı ile ilgilenmiş ve sonuçta dış pazara hiç ilgi duymamaktan başlayıp, dış pazarda üretime uzanan süreci aşama aşama birtakım modellere dönüştürmüşlerdir.

Firmaların dış pazarda dolaylı bir halde sürdürdükleri faaliyetleri uzun ve yorucu bir süreç sonrasında kendi imkanlarıyla gerçekleştirmeye başlaması, firmanın kendi coğrafyasının ötesinde

## FİRMA BÜYÜKLÜĞÜNÜN İHRACAT ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİN ARAŞTIRILMASINA DÖNÜK BİR ÇALIŞMA: DENİZLİ ÖRNEĞİ

Aydın SARI\*

Ahmet BARDAKCI\*\*

### ÖZET

Uluslararasılaşma literatürü firma büyüklüğünün hem ihracatçı sıfatı kazanılmasında hem de ihracat yoğunluğu üzerinde etkili olup olmadığını tartışan yazarlara tanıklık etmiştir. Denizli’de faaliyet gösteren 500 işletme üzerinde yapılan ampirik araştırmanın sonuçlarına dayandırılan bu çalışmada, mevcut literatür paralelinde firma büyüklüğü ile ihracatçı olup olmama ve firma büyüklüğü ile ihracat yoğunluğu arasında ilişki olup olmadığı analiz edilmiştir. Bu çalışmanın sonucunda firma büyüklüğünün ne ihracatçı olup olmamaya, ne de ihracat yoğunluğuna etkisinin olmadığı ortaya çıkmıştır.

### ABSTRACT

Existing literature about the internationalization of firms has evidenced studies that discussed whether firms’ size affect firms to become exporter and whether size influence export intensity. This study is based on an empirical research covering 500 manufacturing firms in Denizli. This study aims to investigate whether the firms’ size have an effect over becoming exporter and export intensity. The study discovered that the firms’ size do not have any affect neither to become exporter nor export intensity.

\* Yrd. Doç. Dr., Pamukkale Üniversitesi, İ.İ.B.F.

\*\* Yrd. Doç. Dr., Pamukkale Üniversitesi, İ.İ.B.F.

dolaysız ihracata, diğer bir ifade ile uluslararası pazarlama faaliyetlerine başlaması anlamına gelmektedir. Bu süreç, uluslararası işletme literatüründe “uluslararasılaşma” başlığı altında ele alınmaktadır. Uluslararasılaşma teorileri uluslararası pazarlama faaliyetlerine ilişkin süreci birçok noktadan ele almaktadır. Dolayısıyla, firmaların uluslararasılaşmasına ilişkin çok sayıda değişkenin belirlenmesi mümkündür.

Uluslararasılaşma teorilerinin hemen hemen tamamında ortak olan nokta, firmaların dış pazara açılırken mevcut olan hacimleridir. Johanson ve Weiderheim-Paul (1975) incelediği Sandvik, Atlas Copco, Facit ve Volvo firmalarının uluslararasılaşmaya başladıklarında bu firmaların İsveç'teki firmalar arasında “küçük” sayılmayacaklarını belirtmektedir. Campa ve Guillen (1999) firma büyüklüğü ile ihracat yapma arasında pozitif bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Buna karşın Bilkey ve Tesar (1977) ve Bonaccorsi (1992) ihracatın küçük ve orta ölçekli firmalar tarafından da başarıyla yapılabileceğini ifade etmektedir.

Lau (1991) ve Bardakçı (2004)'nın bu noktadaki tespitleri ilginçtir. Bu tespitlerde, uluslararasılaşma teorilerinin çıkışına konu olan firmaların çoğunlukla büyük firmalar olduğu, dolayısıyla KOBİ'lerin ihracat davranışının bu teorilerle açıklanmasının bir takım noktaları eksik bırakabileceği yönündedir. Örneğin, mevcut uluslararasılaşma teorileri firmaların kendi pazarlarında belirli bir pay elde ettikten sonra dış pazarlara ilgi duymaya başladıklarını ifade etmektedir. Ancak, internet temelli ekonomilerde, birçok KOBİ üretim hacmi dikkate alınmaksızın, ihracat amacıyla kurulmuştur. Bunları sınırlı kaynaklarla ihracat yapmaya motive eden en büyük etken ise, küresel alıcıların varlığıdır. Küresel alıcı tüm dünyayı tarayıp kendine uygun olan ürünü bulan müşteridir (Yip, 1989).

Firma büyüklüğü ile ihracat yapmak arasında bir ilişkinin varlığının sorgulanması, literatürde mevcut olmayan konsensüsün oluşmasına yardım edebilir. Bu kapsamda birinci araştırma hipotezimiz aşağıdaki şekilde ifade edilebilir.

**H<sub>1</sub>: Firma büyüklüğü ile ihracatçı olmak arasında bir ilişki mevcuttur.**

Bonaccorsi (1992)'nin de belirttiği gibi firmanın büyüklüğü, ihracat davranışını şekillendiren kaynakların büyüklüğünü göstermesi açısından önem taşımaktadır. Bu bağlamda büyük firmalar yurtdışında sürekli bir pazarlama gayretine girişebilecek yeterli kaynağa sahip olduklarından bunların ihracat yoğunlukları (ihracat/toplam üretim), dış pazarda ihracat pazarlaması benimsemiş olan küçük firmaların ihracat yoğunluklarından daha fazla olmalıdır. Ancak, Bonaccorsi (1992)'nin bulguları ihracat yoğunluğu ile firma hacmi arasında pozitif bir ilişki bulamamıştır. Benzer şekilde Caloff (1994) firma büyüklüğü ile ihracat miktarı arasındaki ilişkinin öneminin azaldığı sonucuna ulaşmıştır. Firma büyüklüğü ile ihracat yoğunluğu arasında pozitif bir ilişki olduğundan hareketle Schlegelmich ve Crook (1988), ihracat yoğunluğu ile firma büyüklüğü arasında doğrusal olmayan bir ilişki tespit etmiştir. Bunun muhtemel nedeni olarak ihracat operasyonlarına ilişkin ölçek ekonomileri gösterilmiştir. Bu bulguya paralel olarak, Verwaai ve Donkers (2002) küçük firmaların esnek olabilmelerinden dolayı büyük miktarlarda ihracat yapabilme yeteneğine sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bunlardan hareketle, ikinci araştırma hipotezimiz şu şekilde ifade edilmiştir.

**H<sub>2</sub>: Firma büyüklüğü ile ihracat yoğunluğu arasında bir ilişki mevcuttur.**

## II. METODOLOJİ ve BULGULAR

Denizli İmalat Sanayiinin envanterinin çıkarılması amacıyla 2000 yılında başta Denizli Sanayi Odası, Denizli Ticaret Odası ve Denizli Ticaret Borsası olmak üzere il genelindeki bazı kuruluşlar ve Pamukkale Üniversitesi işbirliğinde Denizli'de seçilmiş 500 üretici firmaya İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi tarafından hazırlanan işyeri, girişimcilik ve teknoloji anketleri, İİBF öğretim yardımcıları tarafından yüzyüze görüşme yöntemi kullanılarak uygulanmıştır. Bu çalışma, adı geçen envanter çalışmasında toplanan ikincil kaynak verileri kullanılarak ortaya çıkarılmış ve verilerin özeti EK'te sunulmuştur. Burada makalenin bir kısmının açıklanması yerinde olacaktır. Çalışmada

kullanılan verilerin sağlandığı Denizli İmalat Sanayi Envanter çalışması esas itibarıyla firmaların uluslararasılaşma sürecini yada firma büyüklüğü ile ihracat ilişkisini ortaya çıkarmak amacıyla gerçekleştirilmemiştir. Bu nedenle elinizdeki makalede kullanılan değişkenler (ihracat miktarı, firma büyüklüğü, ihracat yoğunluğu vb.) interval yada rasyo ölçeklerle ölçülebilecek değişkenler olmasına rağmen, adı geçen envanter çalışması çoğunlukla dichotomous (iki seçenekli, evet-hayır) değişkenler üzerine kurulmuştur. Bu nedenle bu makalenin değişkenleri arasındaki ilişkilerin ortaya çıkarılması için kullanılabilir istatistiksel testler büyük ölçüde sınırlanmıştır. Örneğin regression testleri uygulamak mümkün olmamıştır. Bu nedenle sadece nominal datalar için kullanılabilir testlerden Ki-kare ( $X^2$ ) hareketle sonuçların sunulması yoluna gidilmiştir.

Denizli Sanayi Envanteri araştırması hazırlanırken imalat sanayi faaliyet dalları DİE tarafından İmalat Sanayi için kabul edilen sınıflandırmaya paralel olarak düzenlenmiştir. Bu sınıflandırmaya göre; İmalat Sanayi 9 ana sektöre bölünmüştür. Tablo 1’de görüldüğü gibi Denizli’de ihracatın en yoğun olduğu sanayi kolu taş ve toprağa dayalı sanayi ile dokuma giyim eşyası ve deri sanayidir. Havlu/bornoz ve ev tekstili konusunda faaliyetin oldukça yoğun olduğu Denizli’de son yıllarda mermer ihracatın başlaması taş ve toprağa dayalı sanayide de ihracatın hızlanması sonucunu doğurmuştur. Bu doğrultuda önümüzdeki dönemlerde taş ve toprağa dayalı sanayide ihracat gerçekleştiren üretici sayısında ve oranında artış olacağı söylenebilir.

**Tablo 1:** 2000 Yılında İhracat Yapan Firmaların Buldukları Sektörlere Göre Dağılımı ve Sektör Veri İken İhracatçı Olma Olasılıkları

Sektör (A)	İhracat (B)				Toplam
	Yapan		Yapmayan		
	n	P(A\B)	n	P(A\B)	
Gıda İçki ve Tütün Sanayi	9	23,7	29	76,3	38
Dokuma Giyim Eşyası ve Deri Sanayi	165	50,2	164	49,8	329
Orman Ürünleri ve Mobilya Sanayi	2	28,6	5	71,4	7
Kimya Petrol Kömür ve Kauçuk Sanayi	5	23,8	16	76,2	21
Taş ve Toprağa Dayalı Sanayi	17	51,5	16	48,5	33
Metal Ana Sanayi	8	33,3	16	66,7	24
Metal Eşya, Makine ve Teçhizat Ulaşım Araçları İlmi Ve Mesleki Ölçme Aletleri Sanayi	19	45,2	23	54,8	42
Kağıt Kağıt Ürünleri ve Basın Sanayii - Diğer Sanayi	3	50	3	50	6
Toplam	228	45,6	272	54,4	500

### A. Firma Büyüklüğünün İhracatçı Olmaya Etkisi

KOBİ’lerin tanımı konusunda hem ilgili literatürde hem de dünyadaki farklı kurumlar arasında bir mutabakat olmadığı bilinmektedir. Bu farklılıklara paralel bir şekilde Türkiye’deki farklı kuruluşların KOBİ tanımları da karşımıza farklı şekillerde çıkmaktadır. 3624 sayılı Kanun doğrultusunda bir tanım geliştiren KOSGEB KOBİ’yi tanımlarken çalıştırılan işçi sayısını göz önünde bulundurmakta, KOSGEB’in KOBİ tanımına göre; 1-50 işçi çalıştıran imalat sanayi işletmeleri küçük işletme, 51-150 işçi çalıştıran imalat sanayi işletmeleri orta ölçekli işletme olarak belirtilmektedir. Hazine Müsteşarlığı’nın tanımında ise; imalat sanayinde faaliyette bulunan ve yasal defter kayıtlarında arsa, ve bina hariç, makine ve teçhizat, tesis, taşıt araç ve gereçleri, demirbaşlar vb. toplamının net tutarı 400 000 YTL’yi aşmayan; 1-9 işçi çalıştıran işletmeler çok küçük ölçekli, 10-49 işçi çalıştıran işletmeler küçük ölçekli 50-250 işçi çalıştıran işletmeler orta ölçekli, işletmedir. Dış Ticaret Müsteşarlığı’nın tanımına göre; 28 Ocak 2000

tarih ve 23948 sayılı, Resmi Gazetenin 45. sayfasında yayımlanan Tebliğinde, imalat sanayinde faaliyet gösteren, 1-200 işçi çalıştıran, gerçek usulde defter tutan, arsa ve bina hariç sabit sermaye tutarı bilanço net değeri itibariyle 2 milyon ABD doları karşılığı YTL'yi aşmayan işletmeler KOBİ olarak değerlendirilmektedir. DİE ve DPT aynı KOBİ tanımını kullanmakta olup aynı şekilde, 1-9 işçi çalıştıran işletmeler çok küçük ölçekli 10-49 işçi çalıştıran işletmeler küçük ölçekli 50-99 işçi çalıştıran işletmeler orta ölçekli işletmedir. TOSYÖV tarafından kabul edilen tanımda ise; 1-5 işçi çalıştıran işletmeler çok küçük ölçekli, 5-100 işçi çalıştıran işletmeler küçük ölçekli, 100-200 işçi çalıştıran işletmeler orta ölçekli işletmedir (KOBİNET).

Avrupa Birliği'nde orta büyüklükteki işletme; Yıllık satış cirosu 40 milyon EURO'yu aşmayan veya arsa ve bina hariç mevcut sabit sermaye tutarı, bilanço net değeri itibariyle 27 milyon EURO'yu aşmayan ve 51-250 işçi çalıştıran işletme olarak tanımlanırken, küçük işletme yıllık satış cirosu 7milyon EURO'yu aşmayan veya arsa ve bina hariç mevcut sabit sermaye tutarı, bilanço net değeri itibariyle 5 milyon EURO'yu aşmayan ve 50 kişiden az işçi çalıştıran, işletme olarak belirtilmiştir (KOBİNET).

Dünya bankasının kabul ettiği tanıma göre; 1 ile 50 çalışan personele sahip olan işletme küçük ölçekli, 51 ile 200 çalışan personeli olan işletme orta ölçekli ve 200'den fazla çalışan personeli olan işletme büyük ölçekli işletme olarak sınıflandırılmıştır. (Müftüoğlu 2002; s.140).

Kullanılan KOBİ tanımları arasında mevcut olan farklılıklar nedeniyle daha küresel olarak kullanıldığını varsaydığımız Dünya Bankası'nın KOBİ tanımı bu çalışmada firma büyüklüğünün tespit edilebilmesi amacıyla tercih edilen tanım olmuştur.

Dünya Bankası'nın kullandığı tanımdan hareketle araştırmaya konu olan firmalar büyüklükleri bakımından sınıflandırılmış ve toplam 333 küçük, 110 orta ve 48 büyük işletmenin araştırma kapsamına alındığı görülmüştür. Firmaların ihracatçı olup olmadıkları ve büyüklükleri arasındaki ilişkinin varlığının sorgulanması için yapılan sınıflandırma Tablo 2'de görülmektedir. İhracat yapan firma oranları sırasıyla küçük firmalar için %42,9, orta büyüklükteki firmalar için %49,1 ve büyük ölçekli firmalar için %54,2 olarak bulunmuştur.

Firma büyüklüğü ile ihracatçı olup olmama arasındaki ilişkinin sorgulanması için küçük ve büyük, küçük ve orta ile orta ve büyük işletmelerin ihracatçı olup olmadıklarının karşılaştırılması sonucunda da, Tablo3'te görüldüğü gibi firma büyüklüğünün, firmanın ihracatçı olup olmaması üzerinde bir etkisi yoktur. Bulgulardan hareketle H<sub>1</sub> hipotezi reddedilmiştir. Sonuç olarak firma büyüklüğü ile ihracatçı olmak arasındaki bir ilişkinin mevcut olmadığı ortaya çıkmıştır. (p-değeri=0,234)

**Tablo 2:** Denizli'deki Küçük, Orta ve Büyük Firmaların İhracatçı Olma Oranı

	Küçük		Orta		Büyük		Toplam
	n	%	n	%	n	%	
İhracat yapan	143	42,9	54	49,1	26	54,2	223
İhracat yapmayan	190	57,1	56	50,9	22	45,8	268
Toplam	333	100	110	100	48	100	491

**Not:** Bu dönemde ihracat yapan 5, ihracat yapmayan 4 firma çalışan sayısı belirtmediği için bu tabloya alınmamıştır.

**Tablo 3:**Firma Büyüklüğü İle İhracatçı Olup Olmama İlişkisi

	Değer	df	p-değeri
Bütün firmalar ihracatçı olma	2,903 <sup>1</sup>	2	0,234
Küçük-büyük firma ihracatçı olma	2,141 <sup>2</sup>	1	0,143
Küçük-orta firma ihracatçı olma	1,266 <sup>3</sup>	1	0,261
Orta-büyük firma ihracatçı olma	0,344 <sup>4</sup>	1	0,557

<sup>1</sup> 0 hücre (,0%) 5'ten küçük beklenen değere sahiptir. En küçük beklenen değer 21,80

<sup>2</sup> 0 hücre (,0%) 5'ten küçük beklenen değere sahiptir. En küçük beklenen değer 21,29

<sup>3</sup> 0 hücre (,0%) 5'ten küçük beklenen değere sahiptir. En küçük beklenen değer 48,92

<sup>4</sup> 0 hücre (,0%) 5'ten küçük beklenen değere sahiptir. En küçük beklenen değer 23,70

## B. Firma Büyüklüğünün İhracat Yoğunluğu Üzerindeki Etkisi

Firma büyüklüğünün, firmanın sahip olduğu kaynakları temsil ettiği düşünülebilir. Büyük firmalar daha geniş kaynaklara sahipken, küçük firmaların kaynakları oldukça sınırlıdır. Daha geniş kaynaklara sahip olan büyük firmalar, yurtdışında daha fazla pazarlama faaliyetine girişebilir, gelişen teknolojiyi daha kolay takip edebilir. Sonuçta büyük firmaların dış pazarda, küçük firmalara oranla daha başarılı olması beklenebilir. Dış pazardaki başarıyı ölçmek için ihracatın aynı dönemdeki toplam satışlara oranı bir kriter olarak kullanılabilir.

Bonaccorsi (1992) ihracatın toplam satışa oranını, ihracat yoğunluğu olarak nitelendirmiştir. Bu çalışmada da aynı oran benimsenmiştir.

Firma büyüklüğü ile ihracat oranları Tablo 4'te gösterilmiştir. Beklenenin aksine, küçük firmalarda ihracat yoğunluğu %90-%100 olan firma sayısı oldukça yüksektir. Küçük ölçekli firmalardan üretimlerinin %90-%100'ünü ihraç edenlerin oranı %44,8 olurken, büyük firmalarda, üretiminin %90-%100'ünü ihraç edenlerin oranı %65,4 olarak tespit edilmiştir.

**Tablo 4:** Firma Büyüklüğü ve İhracat Yoğunluğu Arasındaki İlişki

İhr. Yoğ. (B)	Firma büyüklüğü (A)									Toplam	
	Küçük			Orta			Büyük				
	n	p(B\A)	p(A\B)	n	p(B\A)	p(A\B)	n	p(B\A)	p(A\B)	n	p(A\B)
0-10	7	50,0	4,9	4	28,6	7,4	3	21,4	11,5	14	6,3
10-20	16	72,7	11,2	6	27,3	11,1	0	0,0	0,0	22	9,9
20-30	12	70,6	8,4	4	23,5	7,4	1	5,9	3,8	17	7,6
30-40	10	90,9	7,0	1	9,1	1,9	0	0,0	0,0	11	4,9
40-50	6	50,0	4,2	4	33,3	7,4	2	16,7	7,7	12	5,4
50-60	10	55,6	7,0	7	38,9	13,0	1	5,6	3,8	18	8,1
60-70	3	50,0	2,1	2	33,3	3,7	1	16,7	3,8	6	2,7
70-80	8	80,0	5,6	1	10,0	1,9	1	10,0	3,8	10	4,5
80-90	7	87,5	4,9	1	12,5	1,9	0	0,0	0,0	8	3,6
90-100	64	61,0	44,8	24	22,9	44,4	17	16,2	65,4	105	47,1
Top.	143	64,1	100	54	24,2	100	26	11,7	100	223	100

**Tablo 5:** Firma Büyüklüğü-İhracat Oranı İlişkisi

	Değer	df	p-değeri
Firma büyüklüğü-İhracat oranı	18,108 <sup>1</sup>	18	0,449

<sup>1</sup> 18 hücre (%60,0) 5'ten küçük beklenen değere sahiptir. En küçük beklenen değer 0,70

Tablo 5'te görüldüğü gibi, Ki-kare analizi bu noktada herhangi bir ilişki ortaya koymamış ancak, 18 hücre (%60,0) 5'ten küçük beklenen değere sahip olduğu için, ihracat oranlarının gruplandırılmasının daha güvenilir sonuçlar ortaya çıkaracağı düşünülmüştür.

Yapılan gruplandırmada ihracat yoğunluğu, %1-%50'den küçük olanlar ve %50-%100 şeklinde ele alınmıştır (Tablo 6). Böylece, büyük firmalar içinde üretimlerinin %50 ve fazlasını ihraç edenlerin oranı %76,9 olurken, aynı oran orta ve küçük işletmeler için sırasıyla %64,8 ve %64,3 olarak hesaplanmıştır. Üretimlerinin %50 ve fazlasını ihraç edenler içinde ise küçük firmaların oranı %62,6 olurken, bu oran orta ölçekli

firmalar için %23,8 ve büyük ölçekli firmalar için %13,6 olarak hesaplanmıştır.

**Tablo 6:** Firma Büyüklüğü ve İhracat Yoğunluğu

İhracat yoğunluğu (B)	Firma büyüklüğü (A)									Toplam	
	Küçük			Orta			Büyük				
	n	p(B\A)	p(A\B)	n	p(B\A)	p(A\B)	n	p(B\A)	p(A\B)	n	p(A\B)
%1-%50	51	67,1	35,7	19	25,0	35,2	6	7,9	23,1	76	34,1
%51-%100	92	62,6	64,3	35	23,8	64,8	20	13,6	76,9	147	65,9
Toplam	143	64,1	100,0%	54	24,2	100	26	11,7	100	223	100

Yapılan Ki-kare analizinde firma büyüklüğü ile ihracat yoğunluğu arasında, bir ilişki ortaya çıkmamıştır (p-değeri:0,452, Tablo 7). İhracat yoğunluğu ile firma büyüklüğü ilişkisi küçük-büyük, orta-büyük ve küçük-orta ölçekli firmalar arasında da sorgulanmış fakat genel sonuçlarla tutarlı bir şekilde, bir ilişki ortaya çıkmamıştır. Sonuçta, H<sub>2</sub> hipotezi reddedilmelidir. İhracat yoğunluğu, firma büyüklüğünden bağımsızdır.

**Tablo 7:** Firma büyüklüğü-İhracat yoğunluğu ilişkisi

	Değer	df	p-değeri
Firma büyüklüğü-İhracat yoğunluğu	1,590 <sup>1</sup>	2	0,452
Küçük-Büyük, ihracat yoğunluğu	1,559 <sup>2</sup>	1	0,212
Küçük-Orta ihracat yoğunluğu	0,004 <sup>3</sup>	1	,0,950
Büyük-Orta ihracat yoğunluğu	1,198 <sup>4</sup>	1	0,274

<sup>1</sup> 0 hücre (%0) 5'ten küçük beklenen değere sahiptir. En küçük beklenen değer 8,86

<sup>2</sup> 0 hücre (%0) 5'ten küçük beklenen değere sahiptir. En küçük beklenen değer 8,77

<sup>3</sup> 0 hücre (%0) 5'ten küçük beklenen değere sahiptir. En küçük beklenen değer 19,19

<sup>4</sup> 0 hücre (%0) 5'ten küçük beklenen değere sahiptir. En küçük beklenen değer 8,13

## SONUÇ

Firmaların uluslararası boyuttaki faaliyetlerini inceleyen ve nispeten eski olan çalışmalar firma özelliklerinin firmanın uluslararası faaliyetleri üzerinde etkisi olduğunu gösterirken, nispeten yeni yapılan çalışmalarda bu ilişki bulunamamıştır. 2000 yılında 500 imalatçı firma ile Denizli genelinde yapılan bir envanter çalışmasından elde edilen verilere dayandırılan bu çalışmada, firma büyüklüğünün firmanın

ihracatçı olup olmaması üzerinde bir etkisinin olup olmadığı ve firma büyüklüğünün ihracat yoğunluğu üzerindeki etkisi ele alınmıştır.

Firma büyüklüğü ile ihracat arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar oldukça farklı sonuçlar ortaya koymaktadır. Ancak bu çalışmada yapılan analizler firmanın ihracatçı olup olmaması üzerinde, firma büyüklüğünün herhangi bir etkiye sahip olmadığını ortaya çıkarmıştır. Çalışmada ikinci olarak firma büyüklüğünün ihracat yoğunluğu üzerinde de bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür.

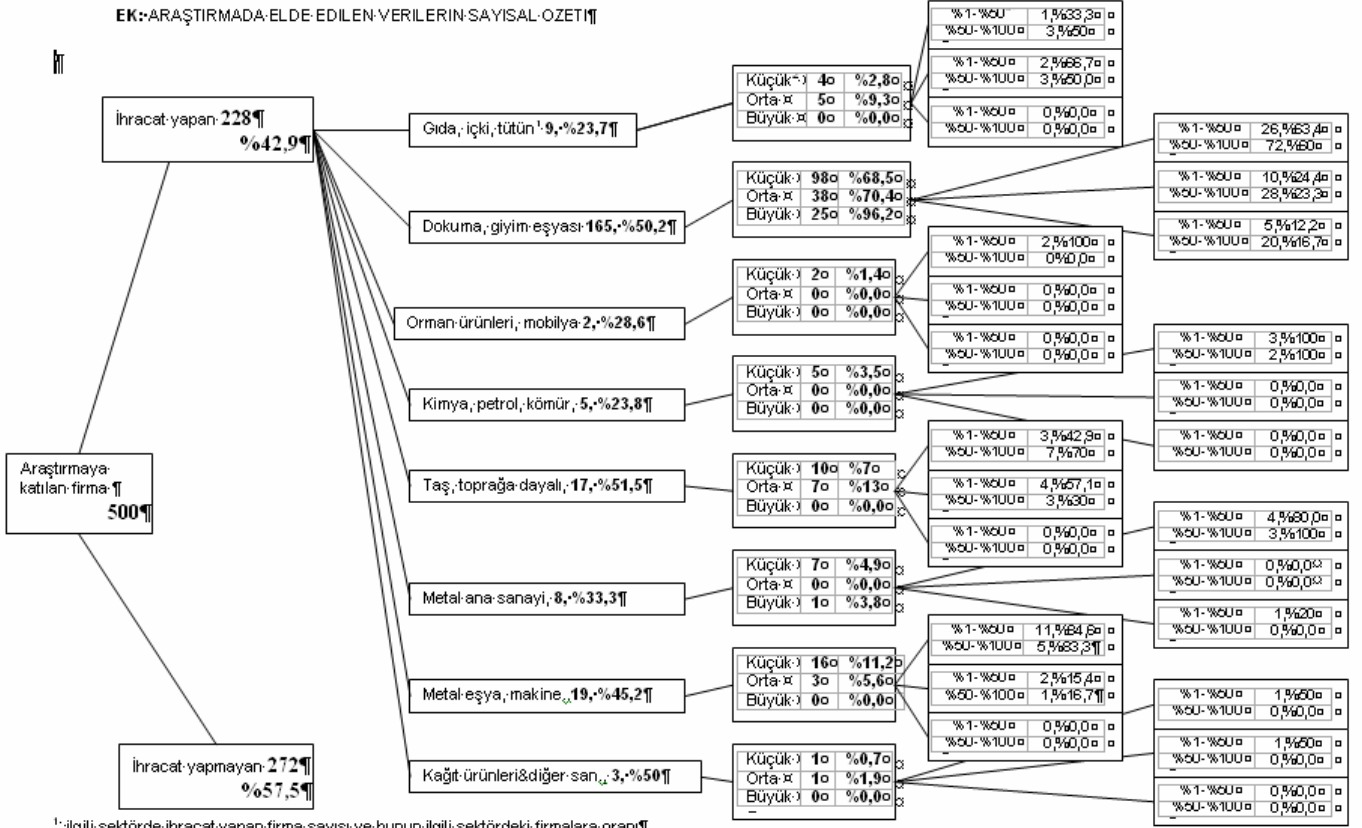
Çalışmanın sonuçları Denizli'deki ihracatçı firmalar ile firma ölçeği arasında bir ilişki olmadığını göstermesine karşın, büyük ölçekli firmalar yanında küçük ölçekli firmaların da ihracat yapabileceğinin işaretlerini vermektedir. Bulguların bir sonucu olarak Denizli'de her büyüklükteki işletmenin tüm imkanlarıyla ihracat yapma eğiliminde olduğu söylenebilir.

#### KAYNAKÇA

- Bardakçı, A.(2004)**, “Uluslararasılaşma Teorilerinin Gelişmekte Olan Ülke Firmalarının İhracat Uygulamaları Çerçevesinde Geçerliliği: Denizli İmalat Sanayi Örneği”, Hacettepe Üniversitesi, İİBF Dergisi, cilt:22, n:1, s.55-76.
- Bilkey, W.J. ve Tesar, G.(1977)**, “The Export Behavior of Smaller-Sized Wisconsin Manufacturing Firms” Journal of International Business Studies Vol.8 No.1 (Spring-Summer 1977) s.93-98
- Bonaccorsi, A.(1992)**, “On the Relationship Between Firm Size and Export Intensity” Journal of International Business Studies Vol.23 No.4, 4th Quarter, s.605-635
- Calof, J.L.(1994)**, “The Relationship Between Firm Size and Export Behavior Revisited” Journal of International Business Studies Vol.25 No.2 (2nd Qtr., 1994) s.367-387
- Campa, M.J. ve Guillen, M.F(1999)**, “The Internalization of Exports: Firm-and Location-Specific Faktors in a Middle-Income Country” Management Science, Vol.45 No.11 November, s.463-1478
- Cavusgil, S.T.(1980)**, “On The Internationalization Process Of Firms”, European Research, v.8, n.6, (Kasım) s.273-281, içinde Thorelli, H.B. & Cavusgil, S.T.(Ed), International Marketing Strategy, 3rd edi. Pergamon Press, Exeter, İngiltere, s.147-159.
- Johanson, J. & Wiederheim-Paul, F.(1975)**, “The Internationalization Process Of The Firm-Four Swedish Cases” The Journal Of Management Studies, v.12, n.1-3, (içinde) Drew, J.(Ed), Readings in International Enterprise, 1995The Open University-Roudledge, İngiltere
- KOBİNET**,  
[http://www.kosgeb.gov.tr/Ekler/Dosyalar/BilgiBankasi/5/Kobi\\_Rehberi.pdf](http://www.kosgeb.gov.tr/Ekler/Dosyalar/BilgiBankasi/5/Kobi_Rehberi.pdf),  
 İnternet; erişim tarihi: 28/03/2005, 11.55
- Lau, H.F.(1992)**, “Internationalization, Internalization, Or A New Theory For Small, Low-Technology Multinational Enterprise?”, European Journal Of Marketing, v.26, n.10
- Müftüoğlu M.T.(2002)**, Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler KOBİ’LER Turhan Ankara

- Schlegelmilch, B. B.ve Crook, J. N (1988)**, "Firm-Level Determinants of Export Intensity" Managerial and Decision Economics Vol.9 No.4, December, s.291-300
- Verwain, E. ve Donkers, B.(2002)**, "Firm Size and Export Intensity: Solving an Empirical Puzzle" Journal of International Business Studies Vol.33 No.3 (3th Quarter 2002) s.603-613
- Yip, G.S.(1989)**, "Global Strategies... in A World Of Nations" içinde Buzzell, R.D., ve Diğ. (Edi.) (1995), Global Marketing Management: Cases And Reading, 3.baskı, Addison-Wesley, ABD

## EK: ARAŞTIRMADA ELDE EDİLEN VERİLERİN SAYISAL ÖZETİ



<sup>1</sup>: ilgili sektörde ihracat yapan firma sayısı ve bunun ilgili sektördeki firmalara oranı

<sup>2</sup>: ilgili ölçekte ihracat yapan firma sayısı ve bunun ihracat yapan bütün aynı ölçekli işletmeler içindeki oranı

<sup>3</sup>: ihracat yoğunluğu ve bunun ilgili sektördeki aynı ihracat yoğunluğuna sahip işletmeler içindeki oranı