

TR81 BÖLGESİNDEKİ İMALAT SANAYİSİ KOBİ YÖNETİCİLERİNİN İHRACATA YÖNELİK TUTUMLARI¹

Yrd. Doç. Dr. Aykut ŞARKGÜNEŞİ

Bülent Ecevit Üniversitesi, İİBF, (aykutsarkgunesi@beun.edu.tr)

Yrd. Doç. Dr. Nermin KİŞİ

Bülent Ecevit Üniversitesi, Çaycuma MYO, (ncelik@beun.edu.tr)

Öğr. Gör. Umut ÜZMEZ

Bülent Ecevit Üniversitesi, Çaycuma MYO, (umut.uzmez@beun.edu.tr)

ÖZET

İşletmelerin ihracat performansı üzerinde işletme yöneticilerinin ihracata yönelik tutumlarının da etkili olduğu düşünülmektedir. Bununla birlikte literatürde, bu ilişkiyi inceleyen sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışma, TR81 bölgesindeki imalat sanayisi KOBİ yöneticilerinin ihracata yönelik tutumlarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. TR81 bölgesinde imalat sanayisinde faaliyet gösteren 303 KOBİ'den yüz yüze anket yöntemi kullanılarak elde edilen veriler istatistikî yöntemler ile analiz edilmiş ve değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre, işletme yöneticilerinin ihracata yönelik tutumlarının ihracat performansı üzerinde etkisi olduğu hipotezi doğrulanmıştır. Ayrıca, TR81 bölgesinde ihracat yapan ve yapmayan KOBİ yöneticilerinin ihracatı belirleyen içsel ve dışsal faktörlere karşı tutumları arasında anlamlı farklar tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: TR81, İhracat Tutumları, KOBİ, İmalat Sanayisi.

THE SMES MANAGERS' ATTITUDE OF EXPORTATION IN TR81 REGION

ABSTRACT

It is thought that the attitudes of the business managers towards exporting are also influential on the export performance of the enterprises. However, there is a limited number of studies in the literature that examine this relationship. This study aims to reveal the attitudes of TR81 region manufacturing industry SME managers towards exporting. The data obtained from 303 SMEs operating in the manufacturing industry in the TR81 region using the face-to-face survey method were analyzed and evaluated by statistical methods. According to the results of the study, the hypothesis that business managers' attitude towards export affects export performance is confirmed. In addition, significant differences were found between the attitudes of SME managers who did and did not export in TR81 region to the internal and external factors determining the exports.

Keywords: TR81, Export Attitudes, SME, Manufacturing Industry.

¹ Bu araştırma, Bülent Ecevit Üniversitesi BAP Koordinatörlüğünce desteklenmiştir.

1. Giriş

Küreselleşmeyle birlikte işletmeler uluslararası pazar fırsatlarından yararlanarak, hem güvenilir bir pazar konumu sağlayabilmek hem de yüksek rekabet ortamına ayak uydurup hayatta kalabilmek için ihracata yönelmektedir (Kahveci, 2003:44). Mikro düzeyde işletmelerin yerel pazarlara bağımlılıklarının azalması, satışlarının yükselmesi, istihdam düzeylerinin artması ve uzun dönemli bakış açısı oluşturmasında; makro düzeyde ekonomik kalkınmanın sağlanmasında önemli bir rol oynayan ihracat (Kayabaşı vd., 2010:2), işletmelere yerel yapıdan ayrılarak önce ulusal daha sonra da global düşünme ve üretim yapmayı zorunlu kılan normları beraberinde getirmektedir (Aktürk & Şenol, 2010:376).

Günümüzde uluslararası pazarlarda rekabet edebilme özelliği, özellikle KOBİ'ler için mevcut piyasa koşulları içerisinde tercih olmaktan çıkmış, mecburiyet haline gelmiştir. İşletmelerin geniş piyasalara açılabilme imkanı ile elde edeceği büyüme ve yüksek kar potansiyeli ihracatı cazip hale getirmesine rağmen, Türkiye'deki KOBİ'lerin dünya piyasalarından aldıkları pay beklentileri karşılamamaktadır. Diğer bir ifade ile Türkiye'de üretimin ve istihdamın önemli kısmını karşılayan KOBİ'ler, ihracat gelirlerine katkı bakımından yetersiz kalmaktadır (Zamantılı Nayır, 2008:31). Bununla birlikte KOBİ'ler, küreselleşmenin yarattığı şiddetli rekabet ortamında ulusal ekonomilerin gelişmesi ve korunması bakımından önemli bir işlev üstlenmektedirler. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde KOBİ'ler, işsizliğin azaltılması ve yeni istihdam alanlarının yaratılmasında oynadıkları rolleri, dengeli ekonomik ve sosyal kalkınmanın sağlanması ve sürdürülmesine yaptıkları olumlu katkıları ile piyasa koşullarında meydana gelen değişmelere hızlı uyum sağlayabilen esnek üretim yapısına sahip olmaları itibarıyla etkili bir rol oynamakta; taşıdıkları yerellik ve orta sınıfı güçlendirme gibi nitelikleri, KOBİ'leri sosyal açıdan önemli hale getirmektedir (Özbek, 2008:49). Taşıdıkları önem dolayısıyla başta gelişmiş ülkeler olmak üzere tüm ülkeler KOBİ'lerin doğması, büyümesi, gelişmesi ve korunması için uygun ortamı hazırlayacak politikalar geliştirmekte ve uygulamaktadır (DPT, 2007:23).

Bu nedenlerden dolayı KOBİ'lerin ihracat performansları üzerine yapılan araştırmaların ulusal ve uluslararası alanlara önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

2. Teorik Çerçeve

İşletmelerin ihracat kararı, davranışı veya performansı üzerinde etkili faktörlerin ele alındığı çalışmalardan bazıları aşağıdaki gibidir.

Çavuşgil & Nevin (1981) ihracat davranışını belirlemede işletme ve yönetimin özelliklerine dikkat çekerek, yönetimin ihracat faaliyetlerinin işletmeyi büyüteceğine dair beklentisi, yönetsel arzuların güçlülük derecesi, ihracat pazarlamasına bağlılık derecesi ve işletmeye özgü avantajlar olmak üzere dört temel unsur belirlemişlerdir. Reid (1981), işletmelerin özellikleri ve bireysel özellikler ile dış pazara giriş kararları arasındaki ilişkiyi incelemiş, dış pazara giriş ve yayılmaların yenilikçi davranış tipini benimseme ile en iyi şekilde açıklanabileceğini vurgulamıştır. Aaby & Slater (1989) ihracat performansını etkileyen faktörleri iç ve dış faktörler olarak sınıflandırmıştır. Çevresel faktörler dış faktörler grubunda yer alırken; yetenekler (teknoloji, pazar bilgisi, planlama, ihracat stratejileri vb.), işletme özellikleri (işletme büyüklüğü, yönetimin taahhüdü, yönetimin teşviklere yönelik algısı) ve stratejiler (pazar seçimi, aracı kullanımı, istihdam, reklam, fiyatlandırma vb.) iç faktörler grubunda yer almıştır. Burpitt & Rondinelli (1998), KOBİ'lerin ihracat kararlarında örgütsel öğrenmenin rolünü araştırmışlardır. Dış çevredeki değişimler, uluslararası pazar imkânları, yönetsel tutumlar ve örgütsel paradigmalardan (geliri arttırmak, pazarda yerini sağlamlaştırmak, talebi canlandırmak, karlılığı arttırmak, yeni beceriler elde etmek, kapasiteyi arttırmak, yeni teknolojiler öğrenmek, örgütsel becerileri genişletmek vb.) ihracat kararı üzerinde etkili olduğunu gösteren bir model önerisi geliştirmişlerdir. Öğrenen organizasyonların ihracat tutumları ve oranının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Özdemir & Kula (2005) işletmelerin ihracat performansı ile işletme yöneticilerinin ihracat algılamaları arasında bir ilişki tespit etmişlerdir. Bu algılamayı işletmenin ihracat stratejisi, işletmenin algılanan durumu, ihracatın beklenen kârlılığı, ihracat riski, üretim-pazarlama ve ekonomik değişkenlerin önemli ölçüde belirlediğini ifade etmişlerdir. Perçin (2005) ihracat performansını etkileyen faktörlerin belirlenmesini amaçladığı çalışmasında ihracat pazarlaması stratejileri, yönetim özellikleri ve işletme çevresinin özelliklerini en etkili faktörler olarak belirlemiştir. Canitez & Yeniçeri (2007) ihracat performansı düşük olan KOBİ'ler ile ihracat performansı yüksek olan KOBİ'leri farklılaştıran belirleyicileri saptamayı amaçlamıştır. Analiz sonucunda, ihracat performansı düşük olan KOBİ'ler ile yüksek olan KOBİ'lerin pazar yönlülük bakımından birbirinden farklı oldukları tespit edilmiştir. Hessels & Terjesen (2007), kaynak bağımlılığı ve kuramsal teoriyi entegre ederek, KOBİ'lerin doğrudan veya dolaylı ihracat türü seçimine yönelik bir araştırma yapmışlardır. Torlak vd. (2007) Türkiye'deki ihracatçı işletmelerin ihracat performansı belirleyicilerinin tespit edilmesi amacıyla 581 ihracatçı işletmeden anket yoluyla veri toplamışlardır. Analizler sonucunda işletme özelliklerinin, işletmenin faaliyet gösterdiği sektörün ve ihracat stratejisinin ihracat performansını etkilediği; ihracat yapma biçiminin ise ihracat performansını etkilemediği tespit

edilmiştir. Ayrıca, işletmelerin bulunduğu coğrafi bölgelerin ihracat performansı üzerinde etkisi olduğu sonucuna varmıştır. Kılıç (2007), işletmelerin ihracat davranışlarını etkileyen faktörleri; yöneticilerin ihracatın yararlarına ilişkin algı ve tutumları, ihracat pazarlama stratejileri, çevresel faktörler, işletme özellikleri ve yöneticilerin ihracat yapma nedenlerine ilişkin algıları olarak belirlemiştir. Maurel (2009) Fransa'daki KOBİ'lerin ihracat performansına etki eden faktörleri içsel faktörler, dışsal faktörler ve stratejiye dayalı faktörler olarak sınıflandırmış; iş ortaklıkları, yenilikçilik, işletme büyüklüğü ve yönetimin ihracata bağlılığı faktörlerini ihracat performansını etkileyen en önemli faktörler olarak belirlenmiştir.

Al- Rashidi (2011), KOBİ'lerin ihracat kararları üzerinde etkili temel faktörler ve etkilerinden oluşan bir model geliştirmiştir. Söz konusu model, karar vericinin kültürel özellikleri (belirsizlikten kaçış, uzun vadeli uyum, bireysellik, güç mesafesi vb.), bireysel özellikleri (yönetim tarzı, eğitim seviyesi, tecrübe vb.), ihracatın önündeki engeller ve desteklerden oluşmuştur. Anon Higon & Driffield (2011), KOBİ'lerin ihracat eğilimlerini belirleyen faktörler (işletme özellikleri, kişisel özellikler, stratejik kararlar, iş çevresi) üzerine bir çalışma yapmışlardır. Özellikle yenilikçilik kabiliyeti ve ihracat performansı arasındaki ilişkiyi vurgulamışlardır. Taylor (2013), KOBİ'lerin ihracatında girişimci yönelimlerin (yenilikçilik, risk alabilme, ileriye tahmin edebilme) önemli bir role sahip olduğunu vurgulamıştır. Yıldırım & Erul (2013) ihracat performansını etkileyen faktörlerin belirlenmesi amacıyla Aksaray, Konya ve Karaman illerinde ihracat yapan imalat sanayi işletmeleri üzerinde incelemeler yapmışlardır. İşletme özellikleri, yönetsel özellikler ve çevresel özelliklerin işletmelerin ihracat performansını etkilediği sonucuna varmışlardır. Kaplan & Eren (2014) işletme çalışanlarının bilgi ve deneyiminin, işletmenin ihracat deneyiminin, ihracat pazar bilgisinin, ihracat bağlılığının, pazarlama planlama yetenekleri ve ihracat performansı üzerindeki etkilerini ve pazarlama planlama yetenekleri ile ihracat performansı arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamışlardır. Yücel & Kara (2014), ihracat pazarlama stratejilerinin ihracat performansı üzerine etkilerini incelemesinin yanı sıra; işletme özellikleri, yönetimin ihracata desteği ve çevresel faktörlerin de performans ile ilişkilerini tespit etmeye çalışmışlardır. Love vd. (2016) İngiltere'deki KOBİ'lerin ihracat performansını pozitif ve negatif yönde etkileyen faktörlerle ilgili bir araştırma yapmışlardır. İşletmenin uluslararası tecrübesi, bilgisi, yenilikçiliği vb. faktörlerin ihracat performansını pozitif yönde, işletmenin yaşının negatif yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Oura vd. (2016) Brezilya'daki KOBİ'ler üzerinde yaptıkları çalışmada yenilikçilik kapasitesi ve uluslararası tecrübenin işletmelerin ihracat performansı ile yakından ilgili olduğunu ifade etmişlerdir.

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde; ihracat performansının belirleyicileri hakkında bir görüş birliği bulunmadığı tespit edilmiştir. İşletme özellikleri (büyüklük, sektör vs.), bireysel özellikler (yönetim tarzı, eğitim seviyesi, tecrübe vb.), yenilikçilik kabiliyeti, örgütsel öğrenme, yönetsel tutumlar, çevresel özellikler, coğrafi bölge, ihracat önündeki engeller ve destekler, ihracat stratejileri vb. faktörlerin işletmelerin ihracat davranışını etkileyen faktörler arasında yer aldığı görülmektedir. Genellikle iç faktörler ve dış faktörler şeklinde sınıflandırmaların yapıldığı çalışmalarda, son yıllara doğru işletmelerin ihracat performanslarının büyük ölçüde içsel faktörlere bağlı olduğu, işletme ve bölge bazlı unsurların ön plana çıktığı sonucuna varılmıştır. İçsel faktörlerden biri olan üst yönetimin ihracata bakışı diğer bir ifadeyle yöneticilerin ihracat algısı ve tutumu, işletmelerin ihracat kararını veya performansını etkileyen faktörlerin başında gelmektedir.

3. Metodoloji

3.1. Amaç

Literatürde ihracat performansının temel belirleyicilerinden olan işletme yöneticilerinin ihracat tutumlarını inceleyen çalışma sayısı görece azdır. Buradan hareketle, bu çalışmada işletmelerin ihracat performanslarını etkileyebilecek faktörlerden biri olan yöneticilerin ihracat faaliyetlerine yönelik tutumlarını ortaya koymak amaçlanmaktadır.

Daha önce TR81 bölgesinde yapılmış böyle bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle çalışma, hem konusu hem de uygulama alanı itibarıyla özgün bir nitelik taşımaktadır. Çalışmadan elde edilen bulguların ilgili literatüre katkı sağlaması ve bölgesel gelişme konusunda araştırma yapanlara, politika geliştiricilere yol göstermesi beklenmektedir. Çalışmanın temel hipotezi yöneticilerin ihracata yönelik tutumlarının ihracat davranışı üzerinde etkili olduğudur.

3.2. Evren ve Örneklem

Bu çalışmada, firma sayısı, istihdam ve ihracatta önemli yer sahibi olan, gelişimleriyle birlikte ekonomik büyüme ve bölgesel kalkınmaya yüksek katkı sağlaması beklenen KOBİ'ler üzerine odaklanmıştır. Çalışmanın uygulama alanı olarak ise, Zonguldak, Karabük ve Bartın illerini içine alan ve sayıları, ölççekleri ve sektörleri açısından zengin bir KOBİ mevcudiyeti bulunan TR81 Bölgesi seçilmiştir. Çalışma coğrafi kapsam olarak TR-81 Bölgesi, sektörel kapsam olarak da imalat sanayisi ile sınırlı tutulmuştur.

Üç ilde faaliyet gösteren imalat sanayisi KOBİ'lerini temsil etmek üzere TÜİK'den hizmet alımı yoluyla temin edilen örneklem kullanılmıştır. TÜİK tarafından hazırlanan örnekleme göre (ilçelere göre tabakalı, tesadüfi seçim) bölge imalat sanayisi KOBİ'lerini %5 anlamlılık düzeyinde 278 firma temsil edebilmektedir. Örnekleme 400 firma bulunmaktadır. Bu firmaların tüm bölgeye dağılmış olarak 303'süne anket uygulanabildiğinden çalışmanın bölge imalat sanayisi KOBİ'lerini temsil kabiliyetini sağladığı düşünülmektedir.

3.3. Veri Toplama ve Analiz Yöntemi

Çalışmada veri toplama yöntemi olarak yüz yüze anket yöntemi uygulanmıştır. Bu kapsamda "TR81 Bölgesindeki İmalat Sanayi Kobi Yöneticilerinin İhracata Yönelik Tutumlarını Değerlendirme Anketi" hazırlanmıştır. Anket formu 4 bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde yönetici özellikleri, ikinci bölümde firma özellikleri sorulmaktadır. Üçüncü ve dördüncü bölümlerde 5'li Likert Ölçeği kullanılarak, ihracat tutumuna yönelik 17 içsel faktöre ve 18 dışsal faktöre ilişkin önermelere yer verilmiştir. Anket uygulanan KOBİ'lerden, 185'inde anketi işletme sahibi veya genel müdür yanıtlarken, 118'inde daha alt düzeydeki yöneticiler anketleri yanıtlamıştır.

Çalışmada gruplar arası fark ve korelasyon analizi olmak üzere başlıca iki analiz yöntemi bulunmaktadır. Gruplar arası farkın test edilmesinde literatürde sıklıkla kullanılan yöntem tek yönlü varyans analizidir(ANOVA). Bu test birbirinden bağımsız kitlelerin ortalamalarının birbirinden farklı olup olmadığını test etmek amacıyla kullanılır. Tek yönlü varyans analizinin kullanılabilmesi için örneklemin normal dağılımı ve homojen varyansa sahip olması varsayımlarının geçerli olması gerekir. Çalışmada Tek yönlü varyans analizi yapılmadan önce üç varsayımda sağlanıp sağlanmadığı ilgili tanısal testler ile kontrol edilmiştir. Varsayımların sağlanmadığı durumlarda Krustal-Wallis testi kullanılmıştır(Walsh ve Toothaker, 1974).

Korelasyon analizi, iki değişken arasındaki doğrusal ilişkinin varlığını test eden ve ilişkinin yönü ve derecesi hakkında bilgi veren istatistiksel bir yöntemdir. Korelasyon analizleri için literatürde yaygın olarak Pearson korelasyon katsayısı kullanılmaktadır. Pearson korelasyon analizi yapılabilmesi için üç varsayımın geçerli olması gerekmektedir; i) Değişkenler arasında doğrusal ilişki, ii) değişkenlerin sürekli oluşu, iii) değişkenlerin normal dağılıma sahip olması(Stanton, 2001). Çalışmada korelasyon analizi yapılmadan önce üç varsayımda sağlanıp sağlanmadığı ilgili tanısal testler ile kontrol edilmiştir. Normal dağılımın sağlanmadığı durumlarda ve likert ölçeğinde elde edilen verilerin analizinde Spearman korelasyon katsayısı ile değişkenler arasındaki korelasyon ilişkisi analiz edilmiştir.

4. Bulgular

Ankette KOBİ yöneticilerine, firmanın ihracat yapıp yapmadığı sorulmuş ve eğer ihracat yapmıyorsa bunda en çok etkili olan üç faktörü belirtilmesi istenmiştir. Buna göre 303 KOBİ'den 36'sının ihracat yaptığı, 267 KOBİ'nin ise ihracat yapmadığı görülmüştür. İhracat yapan KOBİ sayısı yaklaşık olarak örnekleme %12'sine denk gelmektedir. İhracat yapmayan firmalardan sadece 109'u bunda etkili olan faktörleri (toplam 116) bildirmiştir. Bu durum konuyla ilgili olarak çok fazla sorgulama yapmadıklarını gösterebilir. Verilen cevapların dağılımı Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1: Firmaların İhracat Yapmamasında Etkili Olan Faktörler

Faktör	Tekrar	%
Firmanın gelişmesi lazım, küçük işletme	26	22,41
İç talep yeterli, dışarıya açılmaya gerek yok	18	15,52
Ürün muhafazası zor-bozulabilir nitelikte	17	14,65
İhracat maliyetleri yüksek	14	12,07
Üretim yetersiz, iç piyasaya ancak yetişebiliyoruz	13	11,21
İhracat riskli	6	5,17
Dışarıdan talep yok	4	3,45
Lojistik	3	2,59
Bölgede aracı yok	3	2,59

Yöresel bir ürün, dışarıya hitap etmiyor	3	2,59
İşgücü yetersiz	3	2,59
Teşvik yetersiz	2	1,72
Sektörün durumu	2	1,72
Mevzuat sorunları	1	0,86
Önceki olumsuz deneyimler	1	0,86
	116	100

Tablodaki veriler incelendiğinde; firmaların %22'sinin ihracat yapabilmek için firmalarının gelişmesi gerektiğini belirttikleri görülmektedir. İkinci sırada, firmaların iç talebi yeterli görmesi ve dış piyasaya açılmaya gerek görmemesi gelmektedir. Üçüncü sıradaki faktör, firmanın ürettiği ürünün niteliğiyle ilgilidir. Dördüncü sırada firmaların ihracat maliyetlerini yüksek görmesi gelmektedir. Beşinci sıradaki faktör ise dış piyasaya açılmak için firmanın üretimi yetersiz olması ve mevcut üretimin ancak iç piyasaya yetebilmesidir. Bu faktör, birinci sıradaki faktörle iç içedir. Nitekim üretim artışı için firmanın gelişmesi gerekmektedir. Bazı faktörler birlikte değerlendirildiğinde firmaların ihracat yapmaması önündeki en önemli engel yeteri kadar büyük olamamaları ve büyüme yönünde olumlu tutumlarının olmamasıdır.

Çalışmada firmaların ihracat davranışı üzerinde üç ana değişkenin etkileri araştırılmıştır. Bu değişkenler; firma yöneticilerinin özellikleri, firma özellikleri ve firma yöneticilerinin ihracatı belirleyen içsel ve dışsal faktörlere yönelik tutumlarıdır. Literatürde son derece sınırlı olarak yer bulan son değişken çalışmanın özellikle odaklandığı değişkendir. Çalışmadan elde edilen bulgular şu şekilde sıralanabilir:

1. Yönetici Özellikleri: Literatürde firmaların ihracat davranışları üzerinde firma yöneticilerinin kişisel özelliklerinin etkili olduğu yönünde çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalardan yararlanılarak firma yöneticilerinin eğitim düzeyi, yaşları, yöneticilik deneyimleri, yabancı dil bilgileri, yurt dışına çıkış sıklıkları, risk alma derecelerinin firmaların ihracat davranışları üzerine etkileri test edilmiştir.

Elde edilen sonuçlara göre yöneticilerin yaşları ve yöneticilik deneyimleri, ihracat yapan veya yapmayan firmalar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar göstermemektedir. Ayrıca bu değişkenler ile ihracat davranışı arasında bir korelasyona da rastlanmamıştır. Yöneticilerin eğitimi ve yabancı dil bilgisi ile ihracat davranışı arasında doğru yönlü bir korelasyon bulunmaktadır. Ayrıca ihracat yapan firma yöneticilerinin ortalama eğitim düzeyi ve yabancı dil bilgisi ortalaması istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde yüksektir. Literatüre göre firma yöneticilerinin yurt dışına çıkma sıklığı ile ihracat davranışı arasında pozitif korelasyon bulunması beklenmektedir. Ancak bu çalışmada bu hususta negatif korelasyon bulunmuştur. Yani yöneticilerin yurtdışına çıkma sıklığı ile ihracat davranışı arasında ters yönlü bir ilişki vardır. Anket cevapları incelendiğinde ihracat yapan firma yöneticilerinin yurt dışına çıkma sıklığı ihracat yapmayan firma yöneticilerine göre belirgin bir şekilde düşüktür. Yöneticilerin risk alma derecesi ile ihracat davranışları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkiye rastlanılmamıştır. Ayrıca ihracat yapan firma yöneticilerinin ortalama risk alma düzeyleri istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde yüksektir. Literatürde yüksek risk alma eğiliminin ihracat davranışı üzerinde pozitif etkisi olduğu yönündeki görüşler bu çalışmada doğrulanmamıştır. Bunun nedeni olarak farklı bir sorudan alınan bilgi gösterilebilir. Buna göre ihracat yapan firma yöneticileri, ihracat yapmayı, ihracat yapmayan firma yöneticilerine göre daha az riskli görmektedir. Yani ihracat davranışı risk alındığı düşünülmeden yapılmaktadır ve dolayısıyla yöneticilerin risk algısının yüksekliği ihracat davranışında etkili değildir.

2. Firma Özellikleri: Literatürde firmaların ihracat davranışları üzerinde firma özelliklerinin etkili olduğu yönünde görüşler vardır. Bu çalışmalardan yararlanılarak firmanın aile firması olup olamaması, hukuki durumu, işçi sayısı, formel eğitilmiş çalışanların sayısı, firmanın iş eğitimi verme sıklığı, firma yaşı ve organizasyonun kurumsallığı ve yeniliklere açıklığının ihracat davranışı üzerinde etkileri araştırılmıştır. Sonuçlara göre firmaların aile firması olup olmaması ihracat davranışları arasında bir ilişki bulunamazken diğer tüm değişkenler ile ihracat davranışı arasında doğru yönlü korelasyon bulunmaktadır. Yani firmaların hukuki durumunda şahıs şirkettenden anonim şirkete gidildikçe, işçi sayısı arttıkça, yükseköğretim görmüş çalışanların sayısı arttıkça, iş ile ilgili eğitim verme sıklıkları arttıkça, yaşı arttıkça ve organizasyonun kurumsallığı ve yeniliklere açıklığı arttıkça, firmaların ihracat davranışları da artmaktadır. Ayrıca ihracat yapan firmaların yapmayanlara oranla, eğitilmiş çalışan sayısının, işçi sayısının ve iş ile ilgili eğitim verme sıklığının belirgin ölçüde fazla olduğu dikkat çekmektedir. Örneğin ihracat yapmayan firmaların %25'i iş ile ilgili hiçbir eğitim vermezken ihracat yapan firmalarda hiç eğitim vermeyen firma bulunmamaktadır.

Firma yöneticilerine ihracat pazar araştırması ve ihracat destek ofisleri kurulmasının ihracat düzeyleri üzerinde ne derece etkili olabileceği sorulmuştur. Alınan yanıtlara göre ihracat yapmayan firmalar daha ziyade destek ofisinin etkili olduğunu düşünürken ihracat yapan firmalar pazar araştırmasının etkili olduğunu düşünmektedir. Bürokratik engellere ilişkin soruya ihracat yapanların verdikleri cevapların ortalaması oldukça yüksek çıkmıştır(3.18/4). İhracat yapmayanların ortalaması ise nispeten daha düşüktür(2.72/4).

Tablo 2: Firma Özelliklerinin İhracat Davranışına Etkisi

Firma Özellikleri	İhracat Davranışı İle Korelasyon İlişkisi
Firmanın Aile Firması Olması	İlişki Yok
Hukuki Durumu	Doğru Yönlü
İşçi Sayısı	Doğru Yönlü
Formel Eğitimli Çalışan Sayısı	Doğru Yönlü
Firmanın İş Eğitimi Verme Sıklığı	Doğru Yönlü
Firma Yaşı	Doğru Yönlü
Organizasyonun Kurumsallığı	Doğru Yönlü
Firmanın Yeniliklere Açıklığı	Doğru Yönlü

3. *Firma Yöneticilerinin İhracata Yönelik Tutumları:* Firma yöneticilerinin, ihracata yönelik tutumlarının ihracat davranışı üzerinde etkileri, ihracata etkisi olan firma içi ve firma dışı faktörlere göre olmak üzere iki farklı bölüm halinde incelenmiştir.

Tablo 3: İhracat Yapan ve Yapmayan Firma Yöneticilerinin İhracatı Belirleyen İçsel Faktörlere Yönelik Tutumları (0 Hiç, 5 Tamamen Katılıyorum)

İçsel Faktörlere Yönelik Önermeler	İhracat Yapan Firma Ortalaması	İhracat Yapmayan Firma Ortalaması	Gruplar Arası İstatistiksel Fark	İhracat Davranışı İle Korelasyon İlişkisi
İhracat Karlıdır	2.75	2.14	Var	Doğru Yönlü
İhracat Risklidir	1.81	2.37	Var	Ters Yönlü
İhracat Yurt İçi Satışlara Göre Maliyetlidir	2.09	2.49	Var	İlişki Yok
İhracat Üretim Kalitesini Arttırır	3.21	2.61	Var	Doğru Yönlü
İhracat Üretimde Verimliliği Arttırır	3.28	2.58	Var	Doğru Yönlü
İhracat AR-GE Faaliyetlerini Arttırır	3.06	2.53	Var	Doğru Yönlü
Nitelikli Personel Eksikliği İhracat Önünde Engeldir	2.93	2.57	Var	İlişki Yok

Makine ve Teçhizat Eksikliği İhracat Önünde Engeldir	2.74	2.47	Yok	İlişki Yok
İhracat Gelirlerinin Arttırılmasında Ürün Çeşitliliği Önemlidir	3.18	2.72	Var	Doğru Yönlü
İhracat Gelirlerinin Arttırılmasında Düşük Maliyetler Önemlidir	3.31	2.89	Var	İlişki Yok
İhracatta Ürün Kalitesi Önemlidir	3.84	2.89	Var	Doğru Yönlü
Firmaların Tanıtım Faaliyetleri İhracat Potansiyelini Arttırır	2.87	2.29	Var	Doğru Yönlü
Firmamızın İhracat Potansiyeli Yüksek	2.65	0.80	Var	Doğru Yönlü

Firma Yöneticilerinin İhracata Etkisi Olan Dışsal Faktörlere Yönelik Tutumları: İhracat yapan ve yapmayan firma yöneticilerinin ihracatı belirleyen dışsal unsurlara katılma oranlarının ortalaması son derece düşüktür. Sadece “Teknolojik Gelişmeler Firmanın İhracat Potansiyelini Arttırır” ve “Döviz Kurlarındaki Hareketlilik İhracat Üzerinde Etkilidir” önermesine katılma oranları yüksektir. İki grubun bu önermelerin biri dışında (Döviz Kurlarındaki Hareketlilik İhracat Üzerinde Etkilidir) tamamında önermelere katılma oranları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklar yoktur.

Tablo 4: İhracat Yapan ve Yapmayan Firma Yöneticilerinin İhracatı Belirleyen Dışsal Faktörlere Yönelik Tutumları (0 Hiç, 5 Tamamen Katılıyorum)

Dışsal Faktörlere Yönelik Önermeler	İhracat Yapan Firma Ortalaması	İhracat Yapmayan Firma Ortalaması	Gruplar Arası İstatistiksel Fark	İhracat Davranışı İle Korelasyon İlişkisi
Teknolojik Gelişmeler Firmanın İhracat Potansiyelini Arttırır	3.03	3.07	Yok	İlişki Yok
Döviz Kurlarındaki Hareketlilik İhracat Üzerinde Etkilidir	3.78	3.08	Var	Doğru Yönlü
Sektörde Rekabetin Yoğun Olması İhracatı Arttırır	0.93	1.21	Yok	İlişki Yok
İhracat Firmanın Ekonomik Şoklara Karşı Korunmasında Yardımcı Olur	1.80	1.68	Yok	İlişki Yok
Bölgedeki İşçi Sayısındaki Artış İhracatı Arttırır	1.96	1.95	Yok	İlişki Yok
Bölgemizde İhracat Yapan Firmalar Başarılı Olmaktadır	1.5	1.7	Yok	İlişki Yok

Bölgemizde İhracat Yapan Firmalara Yönelik Mali Destekler Vardır	1.75	1.37	Yok	İlişki Yok
Bölgemizde İhraç Edilecek Ürün Ürettirmek İçin Nitelikli İşgücü Kolay Bulunabilmektedir	1.03	0.90	Yok	İlişki Yok
Bölgemizde İhraç Edilecek Ürün Ürettirmek İçin Nitelikli Ara Malı Kolay Bulunabilmektedir	1.12	0.92	Yok	İlişki Yok
Bölgemizde İhracat Destek Hizmetlerini Gerçekleştirebilecek Kişiler Kolay Bulunabilmektedir	1.25	1.03	Yok	İlişki Yok
Bölgemizden Dış Pazarlara Nakliye Masrafları Düşüktür	0.71	0.76	Yok	İlişki Yok

Her iki grup firma yöneticileri de bölgesel koşulların ihracatı destekler nitelikte olmadığını düşünmektedir. Yöneticiler, bölgede başarılı ihracatçılar olmadığını, bölgesel mali desteklerin yetersiz olduğunu, nitelikli işgücü ve aramalı teminin zor olduğunu, destek hizmetlerinin (muhasabe, banka, aracılık, danışmanlık vs.) yetersiz olduğunu ve bölgenin taşıma maliyetleri açısından yetersiz olduğunu düşünmektedirler. Buradan yola çıkarak ihracat yapan ve yapmayan KOBİ yöneticilerinin ihracatı belirleyen dışsal unsurlara yönelik tutumlarında farklılık olmadığını söyleyebiliriz.

5. Sonuç ve Öneriler

Ekonomilerin gelişmesine önemli katkıları olduğu büyük ölçüde kabul görmüş olan ihracat faaliyetlerinin gelişimi neredeyse tüm politika yapıcı tarafından desteklenmektedir. Her desteğin bir maliyeti ve beklenen getirisi olduğu düşünüldüğünde, desteklerin etkin bir şekilde yapılması son derece önemlidir. Etkin destekler ise ancak desteklenecek birimler hakkında doğru bilgilere sahip olduğunda gerçekleştirilebilir. Bu bağlamda yapılan çalışma TR81 bölgesi KOBİ ihracat performansının yükseltilebilmesine hizmet etmek adına firmaların ihracatı belirleyen unsurlar açısından yapısını incelemiş ve özellikle yöneticilerinin ihracata yönelik tutumlarına odaklanmıştır. Çalışmanın sonucunda ihracat davranışına firma yöneticilerinin ihracata yönelik tutumlarının etkisi olduğu hipotezi doğrulanmıştır. Literatürde üzerinde fikir birliği sağlanamamış olan bu konu TR81 bölgesi imalat sanayi KOBİ'leri için doğrulanmıştır. Bu anlamda çalışma literatüre bir katkı sağlamış ve ayrıca bölgedeki firma yöneticilerinin ihracata yönelik tutumlarının geliştirilmesi ile ihracat faaliyetlerinin arttırılabileceği ortaya konulmuştur. Buna göre çalışmadan çeşitli önermeler çıkarmak mümkündür.

Çalışma sonuçlarına göre firma yöneticilerinin ihracatı belirleyen içsel ve dışsal faktörlere yönelik tutumları ihracat davranışı üzerinde etkilidir. Bu bağlamda firma yöneticilerinin ihracat konusunda bilgilendirilmesi, ihracat yapmanın sağlayacağı getirilerin farkına varmalarının sağlanması ve ihracat önünde engel olduğunu düşündükleri konularda iyileştirmelerin yapılması bölge ihracatına pozitif katkı sağlayacaktır. Buradan yola çıkarak bazı spesifik alanlardaki öneriler şu şekilde sıralanabilir:

- Bürokratik işlemlerin kısaltılması ve kolaylaştırılması gerekliliği düşünülebilir. Ayrıca henüz ihracata başlamayan firmaların beklentilerinin üzerinde bir bürokratik engel ile karşılaşacakları tahmin edilmektedir. Bu durum ihracat şevklerinin kırılmasına neden olabilir.
- İhracat destek ofisleri ve pazar araştırması yapan birimlerin kurulması teşvik edilmelidir.
- Firmaların büyük bir çoğunluğu ihracat potansiyelleri olmadığını düşünmektedir. Bu durum potansiyellerinin farkında olmamalarından, ihracat ile ilgili yeterli bilgilerinin olmamasından veya mevcut imalatçılarımızın ihracata dönük yapılanmalarının (ürün, üretim ve organizasyon yapısı) yetersiz olmasından kaynaklanabilir. Konuyla ilgili iyileştirmeler yapılabilir.
- Bölge ile ilgili ihracat belirleyicilerinin tamamına hem ihracat yapan hem de ihracat yapmayan firma yöneticileri olumsuz görüş bildirmişlerdir. Bu anlamda bölge KOBİ yöneticilerinin gözünde ihracata elverişli değildir. Hâlihazırda bölgede faaliyet gösteren firmaların dahi bölge ile ilgili olumsuz düşünceleri olması, gerek bölge firmaları gerekse dışarıdaki firmalardan bölgemize yatırım yapma arzularının düşük

olacağı beklentisini oluşturmaktadır. Eğer yatırımların artması isteniyorsa ihracatın bölgesel belirleyicileri üzerinde iyileştirmeler yapılması gerekmektedir.

•Ankete katılan tüm firmalar döviz kurların ihracat üzerinde etkisi olacağı yönünde önermeye yüksek ortalama ile katılmışlardır. İhracat yapmayan firma yöneticileri ihracatı belirleyen diğer unsurlara kıyasla bu önermede ihracat yapan firma yöneticilerine oldukça yakın ortalama değere sahiptir. Bu durum kurların diğer tüm unsurlara oranla ihracat yapmayan firmaların dikkati ihracata yönetmiştir şeklinde yorumlanabilir. Bu bağlamda Türk Lirasının değerinin ihracatı özendirici şekilde belirlenmesinin bölgemiz ihracatı için de önemli olduğu düşünülmektedir.

•Firmaları büyüme ve gelişme yönünde teşvik etmek ve bu anlamda eksikliklerini gidermeye çalışmak ihracat faaliyetlerini önemli ölçüde arttıracaktır.

Kaynakça

- Aaby, N. E. & Slater, S. F. (1989). Management influences on export performance: A review of the empirical literature 1978-88. *International Marketing Review*, 6(4): 7-26.
- Aktürk, A. & Şenol, H. (2010). KOBİ'ler açısından ihracat teşviklerinin önemi ve etkinliğinin artırılmasına yönelik öneriler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(2), 375-391.
- Al- Rashidi, Y. A. (2011). Factors affecting SMEs decision-makers risk perceptions associated with exporting: a comparison study of emerging and advanced markets, PhD Thesis, Griffith University, Brisbane.
- Anon Higon, D. & Driffield, N. (2011). Exporting and innovation performance: Analysis of the Annual Small Business Survey in the UK. *International Small Business Journal*, 29(1), 4-24.
- Burpitt, W. J. & Rondinelli, D. A. (1998). Export decision-making in small firms: The role of organizational learning. *Journal of World Business*, 33(1), 51-68.
- Canitez, M. & Yeniçeri, T. (2007). İhracat performansı düşük olan KOBİ'ler ile yüksek olan KOBİ'lerin farklılıklarını belirlemeye yönelik bir pilot araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29, 113-134.
- Çavuşgil S. T. & Nevin, J. R. (1981). Internal determinants of export marketing behaviour: An empirical investigation. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 114-119.
- DPT. (2007). *KOBİ stratejisi ve eylem planı (2007-2009)*. DPT Yayınları, Ankara.
- Hessels, J. & Terjesen, S. (2007). SME choice of direct and indirect export modes: Resource dependency and institutional theory perspectives. Netherlands ministry of economic affairs, SCALES report, October 2007.
- Kahveci, E. (2013). İhracat performansı ölçütleri ve ihracat performansını etkileyen faktörler. *Verimlilik Dergisi*, 1, 43-74.
- Kaplan, M. & Eren, S. S. (2014). Firmanın ihracat yetkinliklerinin ihracat performansına etkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2),1-31.
- Kayabaşı, A., Kiracı, H., Kanberoğlu, Z. & Oğuz, A. (2010). KOBİ'lerde ihracat performansını belirleyen unsurların incelenmesi: İnegöl'de faaliyette bulunan işletmeler üzerinde bir alan araştırması. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 28, 1-12.
- Kılıç, S. (2007). Küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracat pazarlaması davranışını etkileyen faktörler ile ihracat performansı arasındaki ilişkilere dair ampirik bir çalışma: Çorum Makine İmalat Sanayi örneği. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 11(1), 40-62.
- Love, J. H., Roper, S. & Zhou, Y. (2016). Experience, age and exporting performance in UK SMEs. *International Business Review*, 25, 806-819.
- Maurel, C. (2009). Determinants of export performance in French wine SMEs. *International Journal Of Wine Business Research*, 21(2), 118-142.
- Oura, M., Zilber, S. N. & Lopes, E. L. (2016). Innovation capacity, international experience and export performance of SMEs in Brazil Mauricio. *International Business Review*, 25, 921-932.
- Özbek, Z. (2008). KOBİ'lerin Türk Ekonomisine Etkileri. *Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi*, 31, 49-57.
- Özdemir Ş. & Kula, V. (2005). İhracat performansının belirleyicisi olarak işletme yöneticilerinin ihracata yaklaşımı. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 40-53.
- Perçin, S. (2005). İhracat performansını etkileyen faktörlerin belirlenmesi ve firmaların ihracat performans ölçülerine göre sınıflandırılmasındaki rolü: İSO 1000 sanayi firmaları uygulaması. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9, 139-155.

- Reid, S. D. (1981). The decision-maker and export entry and expansion. *Journal of International Business Studies*, 12(2), 101-112.
- Stanton, M. J. (2001). Galton, Pearson, and the peas: A brief history of linear regression for statistics instructors. *Journal of Statistics Education* 9(3)
- Taylor, P. (2013). The effect of entrepreneurial orientation on the internationalization of SMEs in developing countries. *African Journal of Business Management*, 7(19), 1927-1937.
- Torlak, Ö., Kula, V. & Özdemir, Ş. (2007). Türk işletmelerinin ihracat performansı belirleyicileri. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 103 -114.
- Yıldırım, M. H. & Erul, E. E. (2013). İşletmelerin ihracat performanslarının değerlendirilmesi: Aksaray, Konya ve Karamanda bir araştırma. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(1), 376-386.
- Yücel, A. & Kara, C. (2014). İhracat pazarlaması stratejilerinin firma performansı üzerine etkileri: Elazığ'daki ihracat firmaları üzerine bir uygulama. *Fırat Üniversitesi Harput Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 149-172.
- Walsh, B. J. & Toothaker, L. E. (1974). An empirical comparison of the Anova f-test, normal scores test and Kruskal-wallis test under violation of assumptions, *Educational an Psychological Measurement*, 34(4), 789-799.
- Zamantılı Nayır, D. (2008). *Türk KOBİ'lerinde ihracat: Performans ve teşvik programlarının etkisi*. İstanbul: Yalın Yayıncılık.